



tomagop

REINVENTING THE INTERNET SEARCH

EXECUTIVE SUMMARY

Référent

Arnaud Bréavoine

| 06 86 01 63 75

| ab@tomagop.com



tomagop

71, avenue des ternes
75017 PARIS

tomagop.com

SAS à capital variable
RCS PARIS 827 513 375

AVRIL 2017



tomagop
REINVENTING THE INTERNET SEARCH

tomagop

Réinventer la recherche sur internet

Favoriser les connexions directes
entre internautes et annonceurs en minimisant
l'utilisation des moteurs de recherche.

Protéger la vie privée de l'internaute quand il navigue sur internet
et recentrer la pertinence des résultats sur ses besoins.



tomagop LE CONCEPT

Un positionnement novateur

tomagop est une **solution alternative** qui renforce la **protection et le respect de la vie privée** de l'internaute.

Grâce à sa technologie, tomagop permet de **minimiser l'utilisation des moteurs de recherche** collecteurs de données personnelles en favorisant l'accès direct entre l'internaute et le site annonceur.

tomagop n'est pas un nouveau moteur de recherche, sa **technologie** permet **d'optimiser l'expérience utilisateur** en régulant la surconsommation et en limitant la dépendance de ces derniers. Il permet à l'internaute de **protéger sa vie privée** et de créer, sans changer ses habitudes au quotidien, son **propre écosystème** de requêtes recentrées sur ses besoins propres en le libérant des requêtes inutiles et/ou assujetties aux enjeux commerciaux des moteurs de recherche.

La solution permet à l'internaute de se réapproprier son ordinateur en **protégeant ses données de navigation**.

tomagop permet aux annonceurs de se **détacher d'un modèle économique verrouillé** en leur permettant de réaliser des économies substantielles sur leurs frais de référencement (**jusqu'à 65%**).

tomagop permet à l'internaute d'adopter une **politique écocitoyenne** en participant au financement d'opérations axées sur le développement durable. En installant la solution sur son ordinateur, l'internaute **protège sa vie privée** tout en participant à une action solidaire pour le **bien-être de la collectivité**.

Un système de cashback collaboratif est également envisagé permettant aux internautes de devenir **consom'acteur** du web.

UNE SOLUTION MULTI-SUPPORT





PRODUIT

Une véritable philosophie

tomagop est une A.P.I. (Applications Programming Interface) composée d'un **algorithme intelligent** apprenant au fur et à mesure les habitudes de l'internaute. L'ensemble des données collectées sont **stockées sur le poste hôte uniquement** et seul l'internaute y a accès à tout moment.

Seules des informations de trafic de masse **anonymisées** seront transmises à tomagop dans le plus grand **respect de la vie privée de l'internaute**.

Une fois installée, l'A.P.I. fonctionne de façon autonome et naturelle.

NEUTRALITÉ

Des résultats de recherches émis en fonction du besoin réel de l'internaute et non influencés par des partenariats.

LIBERTÉ

Devenir consomm'acteur et obtenir des offres privilégiées des annonceurs partenaires.

SÉCURITÉ

Protection contre les trackeurs, mouchards, autres cookies et sites non fiables.

CONTRÔLE

Gestion d'une blacklist et d'une whitelist en fonction des souhaits de l'internaute.

tomagop

est la seule solution permettant
de réguler l'utilisation des moteurs
de recherche sur internet, de
recentrer les requêtes sur les
besoins réels et de protéger
la vie privée de l'internaute.

Permettre à l'internaute de
contrôler son empreinte numérique.

90%

des internautes
ne savent pas comment
protéger leurs données
personnelles quand
ils naviguent sur internet.

MODÈLE ÉCONOMIQUE

Une solution sans risque

Le modèle économique de tomagop est basé sur un CPA (coût par action) contrairement à celui imposé par les principaux acteurs du domaine qui fonctionnent au CPC (coût par clic) très coûteux pour les annonceurs. **Les coûts de référencement actuels sont complètement décorrélés des coûts réels de transformation.**

tomagop présente un véritable avantage et offre une **solution sans risque** pour les annonceurs qui rétribuent tomagop uniquement sur les ventes réalisées et non sur les seules potentialités de réaliser une vente.

Les annonceurs versent également à tomagop une rétribution financière complémentaire calculée sur les économies réalisées par l'action de l'A.P.I. sur leurs coûts de référencement. Cette rétribution financière complémentaire peut être abandonnée au profit d'une majoration du taux de la commission versée à tomagop sur les ventes réalisées.

L'internaute profite quant à lui **gratuitement** du service. Il ne constitue qu'un levier pour tomagop qui s'inscrit dans un modèle économique B2B.

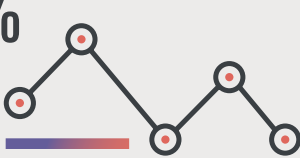
L'annonceur verse
une commission
sur l'action de l'API :

5 à 10% 

sur les ventes
réalisées

Extrait du Business plan

	2017	2018	2019	2020	2021
Chiffres d'affaires	2	42	5 08	2 004	4 619
Coûts variables	-	50	1 52	257	365
Marges brute - sur coûts variables	2	(8)	356	1 747	4 255
Coûts	1 061	523	559	591	655
EBITDA	(1 060)	(531)	(203)	1 156	3 600
Résultat avant impôt	(1 066)	(539)	(211)	1 148	3 594
Résultat net	(1 066)	(539)	(211)	1 148	2 618
Trésorerie Prévisionnelle	1 250	700	-	(60)	(80)
Flux net de trésorerie générés par l'activité (exploitation / net)	1 250	700	-	(60)	(80)
Trésorerie d'ouverture	-	235,3	356,9	42,3	910,6
Trésorerie de clôture	235,3	356,9	42,3	910,6	4 001,3

5% 

sur les économies
de trafic payants

CONCURRENCE

Classification

Principaux acteurs du web représentant une concurrence pour tomagop en fonction de leurs segmentations :

Il n'existe à ce jour aucune solution avec ce positionnement.

- Moteurs de recherche «usuels»
- Moteurs de recherche «alternatifs»

Concurrence indirecte

Google,
Bing,
Yahoo,
Ask,

Qwant,
DuckDuckGo,
Yippy
Ecosia,
Lilo,

- Retargeting/Display/Comparateur
- Plug-in : Antispyware, adblocker, VPN

Concurrence directe

Criteo,
Rakuten Marketing Services,
Outbrain,
SteelHouse,
Ad Roll,
Kelkoo
Eperflex
Squadata

AdBlock,
AdwCleaner,
Ghostery,
Disconnect.me,
Adaware,
Spybot,
ExpressVPN,
IP Vanish,

VPN	MR Usuel (Google, Bing...)	MR Alternatif (Qwant,Duckduckgo)	Retargeting (Criteo,Outbrain...)	Bloqueur Pub (Adblock, stopAd...)	AntiSpyware (Adaware, Gosthery...)	Tomagop	
INTERNAUTES							
X	o	o	o	o	o	X	Masque l'IP
X	o	o	o	o	Parfois	o	Cryptage des données
Parfois	o	o	o	Parfois	X	X	Protège des intrusions (mouchards, trackeurs...)
X	o	o	o	Parfois	X	X	Navigation privée non pistée
o	o	X	o	o	o	X	Apporte de la neutralité
o	o	o	o	o	o	X	Choix du moteur de recherches
o	o	Parfois	o	o	X	X	Requêtes non pistées
o	X	X	o	o	o	X	Qualité des requêtes
o	X	o	o	o	o	X	Qualité des requêtes améliorée
o	o	o	o	o	o	X	Requêtes augmentées (A.I.)
o	o	o	o	o	o	X	S.E.O. personnalisé
o	X	o	o	o	Parfois	X	Communauté participative
o	X	o	o	o	o	X	Economie collaborative
o	Parfois	o	o	o	o	X	Gestion des sites (Black/White list)
o	X	X	o	Parfois	o	X	Contenu explicite
o	X	o	X	o	o	o	Vente prédictive
o	X	Parfois	X	X	o	o	Collecte des données à but lucratif
o	o	o	o	o	o	X	Cashback (neutre)
Parfois	X	X	NA	X	Parfois	X	Gratuité
ANNONCEURS							
o	o	X	o	o	o	X	Contrôle des dépenses
o	o	o	o	o	o	X	Fidélisation à moindre coût
o	o	o	o	o	o	X	Limite les requêtes payantes
o	o	o	o	o	o	X	Permet l'affichage de la publicité par défaut



tomagop

REINVENTING THE INTERNET SEARCH

Google 95%
parts de marché (monde)

| **3,3** MILLIARD
DE RECHERCHE
PAR JOUR

| DONT SEULEMENT
15[%] DE NOUVELLES
RECHERCHES

SOIT **85**[%] DES RECHERCHES SONT À OPTIMISER

Quelques chiffres sur les tendances du web :
(source fevad, jdnet, les echos)

INTERNAUTES

60%

considèrent le pistage
des annonceurs comme
une **grande** menace.

83%

jugent que la pression
commerciale atteint un
niveau « insupportable ».

81%

sont gênés par
l'utilisation de leurs
données personnelles.

87%

des français sont
connectés à internet
tous les jours.

ANNONCEURS

85%

voient l'importance
d'**accord stratégique**
e-commerçants vs retailers.

74%

considèrent le SEO
comme **axe prioritaire**
de recherche.

57%

voient dans le collaboratif
une opportunité
(39% NSP).

78€

de panier moyen
pour 835 millions
de transactions.



tomagop

REINVENTING THE INTERNET SEARCH



Arnaud Breavoine

Art Director Web, UX/IX Designer

De formation supérieure en école d'art, Arnaud a intégré différentes agences de publicité en tant que directeur artistique grands comptes. Depuis 2011, il s'est spécialisé dans le web design et l'UX.



Alain Emirian

Managing Director Finalinks

Alain a développé sa carrière comme Chief trader au sein de salles de marché de plusieurs établissements financiers comme Natixis ou Ginalfi. Depuis 2013 il dirige la société Finalinks.



Audrey Louâpre

Lawyer

Audrey est diplômée du DJCE, du CAPA et exerce en tant qu'avocate depuis 1998. Elle a intégré le cabinet PWC avant d'exercer de manière indépendante dans les domaines du droit des affaires et de la propriété intellectuelle.

L'ÉQUIPE FONDATRICE



Philippe Vaysse

Lawyer

Après un DESS de fiscalité et un diplôme d'expertise comptable, Philippe a intégré le réseau PWC en 1982 dont il est devenu associé en 1987 au sein du secteur Financial Services.



Christophe de Boisgelin

Managing Director Listen Too

Christophe est diplômé d'une école supérieure de commerce. Après une 1^{ère} expérience dans un grand cabinet de consulting en charge de la direction commerciale, il dirige depuis 3 ans Listen-too, cabinet de conseil opérationnel spécialisé dans le digital.



Nathalie Neto

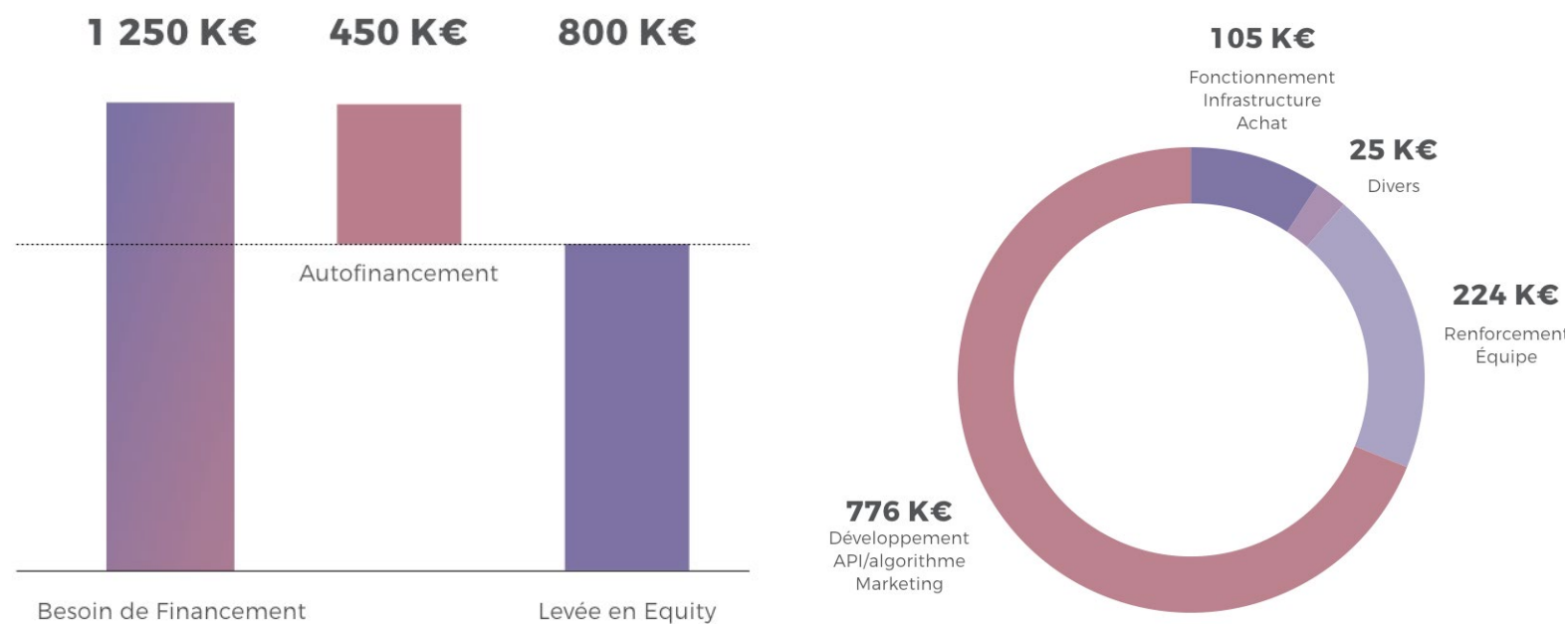
Product Owner - UX Manager

Après un double diplôme d'études supérieures de commerce et de management (NEOMA), Nathalie a rejoint une start-up devenue leader dans l'impression d'albums photos personnalisés en France. Depuis 2009 elle s'est spécialisée en stratégie et marketing digital.

INVESTISSEMENT

Une levée de fonds en deux temps

2017



2019

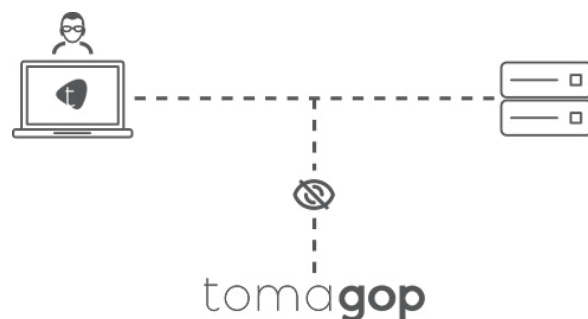
Horizon 2019 une seconde levée de fonds pour :

- Pérénniser le développement sur 3 ans
- Améliorer la visibilité auprès des annonceurs
- Booster l'adoption de la solution auprès de l'internaute.
- Maintenir l'avantage concurrentiel

UNE VISION PLUS ÉQUITBALE

Favoriser les connexions directes limitant ainsi la collecte de données personnelles sur l'internaute et permettant aux annonceurs de faire des économies sur les frais de référencement.

En dehors du poste hôte, **aucune donnée personnelle** ne sera collectée et l'internaute sera le seul à y avoir accès. Seules des informations de **trafic anonymisées** seront transmises à tomagop dans le plus grand respect de la vie privée.



L'internaute bénéficiera d'un **contrôle accru des requêtes** en pouvant **exclure** les sites qu'il ne souhaite pas **voir apparaître** dans les réponses que tomagop indexe et à l'inverse en **favoriser** certains.



STADE ACTUEL DU PROJET

Un **POC** (proof of concept) a été réalisé. Prototype disponible et opérationnel permettant de démontrer le fonctionnement, la fiabilité et la valeur ajoutée de la solution.

Une **levée de fonds** est actuellement en cours via des Business Angel et des groupements d'investisseurs.

L'**architecture technique** et les **études** de développement ainsi que les **protocoles technologiques** (notamment pour l'incrémentation de l'algorithme) sont définis.

Le **phasage et les ressources humaines sont cadrés** ainsi que les profils technique sélectionnés.

Les différents prestataires ont été sélectionnés et l'**équipe technique et opérationnelle** constituée.

235 000€ de collecté sur les 800 000€.

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

Etape 1 : Développement technique et test utilisateur.

Etape 2 : Diffusion auprès des internautes (plan presse médias) et acquisition d'annonceurs partenaires.

Etape 3 : Politique de monétisation de la solution auprès des annonceurs.



tomagop

71, avenue des ternes
75017 PARIS

tomagop.com

SAS à capital variable
RCS PARIS 827 513 375