

Executive summary



A l'échelle mondiale, le tourisme connaît trois tendances fortes : l'autonomisation, la démocratisation, l'hyper-connexion. Ainsi de plus en plus de personnes accèdent au voyage, le font de moins en moins en groupe, et le partagent en direct sur la toile.

Ces facteurs de mondialisation et de globalisme se heurtent toutefois toujours aux barrières de langue et de culture. Ouispeak abolit ces deux freins en reliant, 24h/7j, les voyageurs à des assistants de voyage bilingues et empathiques.

Ouispeak est en effet la première application qui connecte, en direct vocal et vidéo (+photos et chats), des interprètes avec des touristes.

Un voyageur va ainsi pouvoir joindre, en un clic et sans délai d'attente, son ouispeaker qui va être à la fois ses yeux, ses oreilles et sa voix.

Disponible à toute heure, le service Ouispeak s'adresse aussi bien aux professionnels qu'aux particuliers.

Outre l'application mobile dont l'utilisateur final est le touriste, Ouispeak propose en effet aux professionnels de l'accueil touristique des bornes avec double casque/double micro reliant le guichetier et le touriste à l'interprète en ligne.



La mission de Ouispeak est donc aussi bien d'améliorer la prestation d'accueil des professionnels que **d'informer, sécuriser, géo-localiser, guider, effectuer des réservations, offrir des réductions, conseiller des bons plans et évidemment interpréter en direct le voyage d'un touriste (app).**

Ouispeak est donc un véritable compagnon bilingue du voyage connecté.

Le marché

La France reste à ce jour la première destination touristique au monde avec 85 millions de visiteurs en 2017. La croissance touristique mondiale impressionne et la France en profite : +7% par an prévus d'ici 2020.

Dans un tel contexte, notre application s'adresse, pour son lancement, aussi bien aux touristes chinois et japonais qui viennent en France qu'aux voyageurs français attirés par la Chine ou le Japon : 3,5 millions de voyageurs par an.

Le chiffre le plus parlant lorsque l'on s'intéresse à ce marché sont sans doute les 5 millions de voyageurs chinois attendus par an en France à l'horizon 2020.

L'anglais est également disponible dans nos couplages linguistiques afin d'ouvrir progressivement l'application aux touristes anglophones allant en Chine ou au Japon et inversement.

Enfin, la francophonie dans son ensemble est visée. La Suisse est en effet après la France la seconde destination privilégiée des chinois et l'Afrique francophone noue de plus en plus de contrats avec la Chine.

Les raisons du choix de ces couplages :

- Les touristes chinois et japonais sont les plus connectés au monde.

- Ils préparent en amont de leur voyage la qualité de leur connexion internet afin de ne pas être dépendants du wifi.
- Ils réduisent ainsi considérablement les frais de roaming, notamment par l'achat de puces et de gadgets greffés à leur téléphone pour leur garantir une connexion itinérante.
- Ce sont des touristes **très soucieux de la sécurité de leur séjour**, ce qui est malheureusement accentué par la conjoncture sécuritaire actuelle en France et redoublé par les vols récents qu'ont subies ces populations, à Paris notamment.
- **Ouispeak est donc là pour les sécuriser et les rassurer.**
- Le marché est reparti cependant très à la hausse après une année 2016 très difficile à cause des événements tragiques que le pays avait connus. Les premiers chiffres revenant sur l'année 2017 montrent que la proportion de touristes perdus (-40% en moyenne sur les arrivées de chinois et japonais en 2016) a été retrouvée (+45% en 2017) et s'est donc même accentuée par rapport à 2015.
- Les touristes chinois et japonais dépensent énormément en situation de voyage (2500 euros en France en moyenne), en particulier dans les produits de luxe. Cela en fait **les deux provenances les plus dépensières sur notre territoire.**
- **L'écart linguistique est très fort** entre le français, le mandarin et le japonais. Ce qui explique la nécessité d'avoir recours à un interprète.
- Ils sont **habitués à payer des services in-app.**
- Ils sont habitués à l'oralité jusque dans leurs textos.
- Ils voyagent de moins en moins en groupe loin des clichés qui les représentent en réunions d'anonymes. Aujourd'hui ils sont en effet **50% à voyager seuls, entre amis ou en famille.**

PRÉVISION PROVENCE ALPES
CÔTE D'AZUR 2020 :
500000 voyageurs chinois



*Nouvelle ligne aérienne vers la Chine
dès 2018*

Cette opération séduction s'appuie sur deux marques très appréciées des voyageurs chinois et japonais :

-**PROVENCE** : Culture, lavande, romantisme, vins

-**COTE D'AZUR** : Luxe, soleil, boutiques, plages

En France, les touristes chinois ne vont pas qu'à Paris... Les chiffres les plus récents montrent certes que 75% des nuitées sont réalisées en Ile-de-France mais que plusieurs régions tirent leur épingle du jeu : bien sûr PACA mais aussi Bourgogne, Rhône-Alpes, Alsace, Aquitaine et Centre.

Au-delà des nuitées, les taux de croissance souvent supérieurs à 200 % sont impressionnants.

En terme de pratiques, la culture, la gastronomie et le shopping sont les activités les plus recherchées. Et visiblement les destinations qui présentent culture, gastronomie et vins ont de vrais atouts pour attirer les touristes asiatiques.

Implanté à Aix-en-Provence, Ouispeak compte surfer sur le fort succès de la Région PACA auprès des touristes chinois et japonais pour déployer une partie de la commercialisation de son service.

La value-proposition

La solution réside dans la connexion par appel audio, vidéo, photos et chat à un interprète.

La main value proposition est l'humain. Seul en mesure d'effectuer en direct une réservation, de conseiller le voyageur, de le guider, de parler pour lui (haut-parleur), d'être son interprète face à n'importe quel local, de relier un guichetier d'aéroport avec le touriste qui est en face de lui, de potentialiser une géo-localisation en guidant le touriste en direct, de sortir un voyageur d'une situation dangereuse etc.

Bref, c'est l'empathie des interprètes qui crée le service. Sans eux, pas de Ouispeak, pas de chiffre d'affaires, pas de qualité, pas de notoriété, pas de succès.

Concrètement, comment cela fonctionne t'il ?

J'ouvre mon appli, je choisis mon couple de langue, je sélectionne un des interprètes disponibles, j'enclenche l'appel, je vois et j'entends mon interprète et peux choisir d'être géolocalisé, de passer en mode « chat » tout en conservant l'appel audio ou même d'envoyer une photo (ex : de la carte du restaurant que je découvre pour savoir quoi manger).

Le modèle économique



PROFESSIONNELS D'ACCUEIL

Gares, Aéroports, Offices de tourisme, Hôtels, Restaurants, Boutiques, Commerces, Lieux culturels, Loisirs...



PROFESSIONNELS ONLINE

Tour-opérateurs, OLTA, Croisiéristes, Compagnies aériennes, Sites de loisirs...



VOYAGE D'AFFAIRES

Business travel, Négociation commerciale, MICE...



TOURISTES

Touristes Chinois, Japonais, Francophones et Anglophones

a) **-les professionnels de l'accueil touristique** : aéroports, ports, gares, offices de tourisme, hôtels, croisiéristes etc.

Cette typologie de clients loue les bornes Ouispeak avec forfait illimité mensuel reliant l'interprète à la fois au guichetier et au touriste présent à l'accueil. Le service est gratuit pour le touriste.

b) **-les professionnels du voyage en ligne** : Tour-opérateurs, OLTA, croisiéristes, sites de loisirs, compagnies aériennes etc.

Les professionnels du voyage en ligne peuvent proposer Ouispeak comme un service additionnel packagé pour améliorer l'expérience de leurs clients. Nous leur dédions donc des tarifs préférentiels. Ce schéma permet par ailleurs de contourner les commissions des stores sur les achats in-app puisque le forfait est payé en facturation classique par le professionnel. Le touriste lui n'a plus qu'à télécharger l'appli et y entrer son code d'accès. C'est du BtoBtoC pur.

c) **Les commerces** : Ouispeak comme apporteur d'affaires

Certains commerces bénéficieront d'une visibilité dans la rubrique « bons plans » de l'application avec des codes Ouispeak validant une réservation ou une réduction. Aussi, un établissement qui **souhaite attirer des voyageurs chinois** apparaîtra en haut de la liste des « sorties » consultées par les mobinautes chinois de l'application, en fonction de leur géolocalisation. Il sera assuré de l'apport d'affaires de ouispeak via le code.

d) **le voyage d'affaires** : business travel et négociateurs commerciaux : qui de plus concerné que le secteur du voyage d'affaires par la sécurisation du voyageur, par exemple d'un collaborateur envoyé à l'étranger?

L'application peut également permettre à un voyageur d'affaires de réserver un interprète depuis l'étranger en vue d'une négociation commerciale.

e) BtoC : les touristes : Un touriste séduit par le service d'accueil offert via la borne pourra directement télécharger l'application grâce à un QRCode visible à l'écran ou par la saisie de son mail. En fin d'appel, l'interprète accentuera l'effet de conversion en lui indiquant dans sa langue que le produit se destine aussi aux particuliers !!!

Cibles : touristes de loisir et voyageurs d'affaires chinois, japonais, anglophones et francophones

Ils ont le choix entre trois forfaits : un de 15 minutes, un de 30 minutes et un autre d'une heure. Avec 30 minutes ou 1h, je sécurise largement le voyage de toute une famille ou d'un groupe d'amis.

f) Les réservations : La réservation est un service additionnel dont les bénéfices sont partagés à 50% entre les interprètes et Ouispeak. Par exemple, lorsque je veux réserver un restaurant ou un taxi, je commande cette réservation à l'interprète dont une commission est reversée à Ouispeak.

g) La data : Les touristes chinois et japonais étant les plus dépensiers sur notre territoire, les données les concernant sont extrêmement prisées.

La concurrence

- Les outils de traduction robotique : oreillettes google, boitiers Ili et Travis, oreillettes Pilot.
- Conciergerie chatbots/assistance robotique/Guide Audio, vidéo, géolocalisation : Wiidii, VoyageZen, Ctrip, google maps, easy travel
- Applications de mise en relation entre interprètes et touristes : takeasy, 3waytalk, verbalizeit, steps.

Prenons d'abord la concurrence théoriquement la plus directe à savoir les applications dont le cœur de métier est la mise en relation 24h/7j avec des interprètes.

La première des choses est le prix : compter 1 euro en moyenne par minute d'appel contre moitié moins pour Ouispeak.

D'autre part, le modèle économique de toutes ces applications est toujours identique : l'interprète fixe son prix à la minute. Des pools d'interprètes sont inscrits un peu partout dans le monde (premier arrivé premier servi) dans un schéma typique de market-place. Il y a deux incidences à établir des flottes aussi volatiles :

-la qualité de service n'est pas au rendez-vous : chaque jour de nouveaux arrivants, non formés au service, recrutés dans des entretiens automatisés, pas en empathie avec le touriste puisqu'uniquement là pour la rémunération, le temps d'attente est très long (2 à 3 minutes en moyenne) avant d'avoir un interprète qui ne sait rien de vous.

-les compétences sont réduites à l'interprétariat : parce que la flotte est morcelée et anonyme, ces produits ne peuvent aller au-delà de leur promesse simple : l'interprétariat. Ouispeak est seul à proposer un vrai accompagnement du voyage, des réservations, de la vidéo, du guidage, des bons plans, des réductions etc.

Plus largement, ce qui différencie Ouispeak de ces produits d'urgence est que Ouispeak **s'inscrit dans l'écosystème du travel en nouant des partenariats avec ceux qui rythment l'industrie**. Il n'est donc pas isolé comme un simple service d'interprétariat noyé dans des stores réunissant des millions d'applications dont les outils de traduction robotique sont toujours référencés prioritairement.

Par exemple, les bornes dédiées aux professionnels de l'accueil touristique et propices à convertir le touriste à l'achat de l'application, sont **un service unique au monde**. Elles montrent bien l'insertion de ouispeak dans le terrain et dans les circuits touristiques concrets, et non simplement dans des stores virtuels.

A noter enfin qu'aucune de ces applis concurrentes n'est française ou européenne. Pour toutes ces raisons nous ne les considérons guère comme une concurrence mais davantage comme des **outils qui nous ont aidés au moment de la conception du produit, grâce au benchmarking**.

La deuxième concurrence réside dans les outils de traduction robotique ou les chatbots de conciergerie de voyage. Face à tous ces services automates, Ouispeak présente les arguments suivants :

- le prix** : compter entre 130 et 150 euros pour ces outils de traduction robotique. A contrario, avec 20 euros pour 30 minutes, je sécurise le voyage de toute une famille ou d'amis.

- la machine ne comprend pas le contexte et s'enraille avec les bruits alentours tandis que nos interprètes voient et entendent ce qui se déroule et ne peuvent donc faire d'erreurs d'interprétation. Ils échangent également par texte et photos avec le voyageur **en cas de nuisances sonores**.

- L'humain pour rassurer** : un voyageur en situation de crise (exemple vol) ne pourra pas retrouver son calme avec un outil robotique mais le pourra dès qu'il verra et entendra le ouispeaker qui va le rassurer, parler pour lui aux agents, lui indiquer les procédures etc.

- la conciergerie 3.0** : Ouispeak veut très vite aller au-delà du simple problème de langue pour réaliser une prestation digne d'une conciergerie à distance grâce aux retours d'expérience des interprètes. Un robot ne peut guère effectuer ces tâches sans laisser un doute dans l'esprit de l'utilisateur sur la fiabilité de l'information.

- l'amélioration du service** : grâce à la **data** et surtout aux retours d'expérience des interprètes, Ouispeak va très vite améliorer ses réponses aux appels des touristes ou des professionnels de l'accueil (**fiches clients**) en mettant en place des protocoles de réponse à tous types d'appel. La machine, ne peut, elle, guère s'améliorer ailleurs qu'en laboratoire à moins d'enregistrer les conversations des utilisateurs.

- la compatibilité avec le standing hôtelier** : l'industrie du tourisme se battant à coup de services additionnels, un hôtel qui utiliserait un traducteur robotique ne monterait pas en gamme dans l'esprit du client.

Les barrières à l'entrée

Quelqu'un qui voudrait se lancer dans un service comparable à Ouispeak à savoir alliant interprétariat, conseils, conciergerie, et assistance d'urgence aurait affaire à une barrière à l'entrée humaine qui est le recrutement, la formation et le coût générés par les interprètes.

L'EQUIPE

L'EQUIPE OUISPEAK



VALENTIN EFFANTIN
CEO



MAUREEN ALLANIC
Conception



ANDREA MIGLIETTA
Directeur marketing
Conception

Le porteur

<u>Nom</u>	<u>EFFANTIN</u>	<u>Prénom</u>	<u>Valentin</u>
<u>Date de naissance</u>	<u>17/12/1986</u>	<u>Lieu de naissance</u>	<u>Marseille</u>
<u>N° Portable</u>	<u>0632724456</u>	<u>Email</u>	<u>valentin@ouispeak.io</u>
<u>Nationalité</u>	<u>Française</u>	<u>Formation</u>	<u>Management interculturel</u>
<u>Statut familial</u>	<u>Célibataire</u>	<u>Nombre d'enfants</u>	<u>0</u>
<u>Niveau d'anglais</u>	<u>C1</u>	<u>Rôle dans l'équipe</u>	<u>CEO</u>
<u>Nbre d'actions :</u>	<u>78</u>	<u>% du capital :</u>	<u>78</u>
<u>Adresse</u>	<u>700 chemin de la beauvalle, appartement 4, immeuble le Berri, 13090 Aix-en-Provence.</u>		
<u>Votre rêve dans 5 ans (où, quoi,...)</u>	<u>Devenir un outil incontournable de l'accompagnement à distance et de l'assistance de voyage.</u>		

Autres membres de l'équipe (ajouter l'ensemble des membres fondateurs)

<u>Nom</u>	<u>MIGLIETTA</u>	<u>Prénom</u>	<u>ANDREA</u>
<u>Date de naissance</u>	<u>17/12/1986</u>	<u>Lieu de naissance</u>	<u>Marseille</u>
<u>N° Portable</u>	<u>0782486848</u>	<u>Email</u>	<u>andrea@ouispeak.io</u>
<u>Nationalité</u>	<u>Franco-italienne</u>	<u>Formation</u>	<u>BTS MUC</u>
<u>Statut familial</u>	<u>Célibataire</u>	<u>Nombre d'enfants</u>	<u>0</u>
<u>Niveau d'anglais</u>	<u>B2</u>	<u>Rôle dans l'équipe</u>	<u>Marketing, commercial</u>
<u>Nbre d'actions :</u>	<u>20</u>	<u>% du capital :</u>	<u>20</u>
<u>Adresse</u>	<u>700 chemin de la beauvalle, appartement 4, immeuble le Berri, 13090 Aix-en-Provence.</u>		
<u>Votre rêve dans 5 ans (où, quoi,...)</u>	<u>Etre le directeur général d'un nom connu du voyage.</u>		

<u>Nom</u>	<u>ELALI</u>	<u>Prénom</u>	<u>Solène</u>
<u>Date de naissance</u>	<u>25/11/1993</u>	<u>Lieu de naissance</u>	<u>Dunkerque</u>
<u>N° Portable</u>	<u>0621297647</u>	<u>Email</u>	<u>solene.elali@gmail.com</u>
<u>Nationalité</u>	<u>Française</u>	<u>Formation</u>	<u>Sciences-politiques</u>
<u>Statut familial</u>	<u>Célibataire</u>	<u>Nombre d'enfants</u>	<u>0</u>
<u>Niveau d'anglais</u>	<u>C2</u>	<u>Rôle dans l'équipe</u>	<u>Design, communication</u>
<u>Nbre d'actions :</u>	<u>2</u>	<u>% du capital :</u>	<u>2</u>
<u>Adresse</u>	<u>38 rue Célon, 13100 Aix-en-Provence</u>		
<u>Votre rêve dans 5 ans (où, quoi,...)</u>	<u>Avoir designé la communication graphique d'une application qui aura rencontré un succès et fait parti dès l'origine d'une aventure mondiale</u>		

ALLANIC Maureen : Non associée fondateur, elle travaille activement avec Valentin et Andrea depuis septembre 2017. Etudiante bientôt diplômée d'un master IMMIT à l'IAE d'Aix-en-Provence, elle est la techno et la marqueteuse (avec Andrea) de l'équipe. Passionnée de nouvelles technologies et d'économie, elle a par ailleurs vécu 2 ans en Chine et 2 autres en Inde où elle a monté une start-up.

Valentin lui cède actuellement 5% des parts.

Actionnaires non opérationnels (nécessaire pour établir les conventions)

<u>Nom</u>	<u>SALORD</u>	<u>Prénom</u>	<u>Stéphane</u>
<u>Date de naissance</u>	<u>16/01/1969</u>	<u>Lieu de naissance</u>	<u>Marseille</u>
<u>Nbre d'actions :</u>	<u>10 puis 0 (cède ses parts)</u>	<u>% du capital :</u>	<u>10 puis 0 (cède ses parts)</u>
<u>Adresse</u>	<u>4 rue de la fraternité</u>		

<u>Nom</u>		<u>Prénom</u>	
<u>Date de naissance</u>		<u>Lieu de naissance</u>	
<u>Nbre d'actions :</u>		<u>% du capital :</u>	
<u>Adresse</u>			

Les manques de l'équipe

Nous connaissons des manques au point de vue interculturel (profil chinois ou japonais) bien que Maureen ait vécu deux ans en Chine. Le recrutement des interprètes free-lance met en lumière chez certains d'entre eux l'envie d'aider. En ce sens, leur contribution permet de rendre beaucoup plus aisée la communication de ouispeak dans ces langues, notamment sur les réseaux sociaux (wechat, line). Cela facilite en premier lieu le restant du recrutement. Il est vite apparu que cette démarche fonctionnait en réseau et **qu'impliquer les interprètes eux-mêmes dans le recrutement permettait de gagner un temps précieux.**

D'autre part, les personnes natives chinoises sont **très attachées à l'image qu'une activité renvoie à la société.** Ils considèrent **la perspective d'aider des compatriotes touristes en France comme une tâche valorisante** qui justifie qu'ils nous aident dans certaines mises en relation.

Cela représente une réelle valeur ajoutée quand on sait par ailleurs que la **présence sur les stores d'application chinoises induit une certaine forme de diplomatie** et le fait de faire intervenir des interprètes ouvre énormément de portes.

Les forces de l'équipe

- La gémellité entre Andrea et Valentin, ralliement entre deux opposés au service d'une même cause (gestionnaire/fougueux).
- Un parcours d'études en management interculturel
- Les deux années passées par Maureen en Chine
- Sa passion pour les start-ups et la technologie
- Les aptitudes et les facilités relationnelles d'Andrea dans la relation commerciale avec les prospects
- La rapidité de travail : on a vite compris en travaillant à 4 (Andrea, Maureen, Solène et moi) que nous gagnerions énormément de temps à séparer les tâches et à faire confiance à chacun pour organiser celle qui lui est conférée. Il y a quelques mois nous avions tendance à tout co-crée ce qui était une perte de temps monstrueuse

Les faiblesses de l'équipe

-Plus le projet avance, plus les tâches se multiplient et plus il apparaît nécessaire de recruter. La trésorerie ne le permettant pas, il est envisagé d'associer un interprète. Sept d'entre eux y sont prêts car passionnés par le projet.

Quelles sont nos ressources financières pour les 12 prochains mois ?

Le produit fini, il ne restera que 7k dans le compte courant de l'entreprise. Impossible à ce stade de lancer le service. Nous avons donc deux mois pour trouver les ressources financières nécessaires à tester le marché au plus fort de la saison.

La signature de contrat est la condition sinequanone à obtenir la somme adéquate (banques ou levée d'amorçage).

Quelques devis reçus lors du DITEX

Notre présence lors du salon Ditex les 28 et 29 mars 2018 a marqué le départ de la phase de (pré)-commercialisation de Ouispeak à l'aide du prototype des bornes et d'une première version (à l'époque) de l'application.

Nous avons reçu 6 demandes de devis :

-La ferme aux crocodiles et le musée de la lavande : ils attendent 50000 chinois et japonais confondus dans l'année. Un devis est en cours

-Abbey : spécialiste de la Grande Bretagne : Un devis est en cours pour 5 à 6000 voyageurs français

-JTB : Grand nom du voyage au Japon, nous avons reçu une demande de devis pour 1000 voyageurs (tests)

-Miki travel agency : idem

-San Francisco travel : demande de devis pour 1500 voyageurs

-China international travel service France : les discussions sont en cours. Rencontrés sur le salon Top Résa à Paris en septembre 2017 sans produit à présenter à l'époque. Très emballés par la promesse du produit. Revus à l'occasion du DITEX. A ne pas décevoir car immense structure chinoise.

-HIS : Tour-opérateur japonais à couverture mondiale : la directrice France doit tester le produit avant de passer une première commande.

Les prospects à recontacter une fois le produit définitivement testé :

-SNCF : gare de Lyon pour test

-Royal Carribean : bornes et appli

-China Eastern Airlines

Un exemple de mails reçus sur la base d'un simple article de presse :

clélia giry

Nouveau

Répondre

Supprimer

...

↑

↓

×

↶ Annuler

Résultats de la recherche

Dans les dossiers

Tous les dossiers

Boîte de réception

Éléments envoyés

De

Giry Clélia

clélia.giry@mrs.aero

Stephane SALORD

stephane.salord@orai

Date

Tout

Cette semaine

Semaine dernière

Ce mois-ci

Sélectionner la plage

Du

lun. 09/04/2018

Au

lun. 09/04/2018

Ouispeak à l'Aéroport Marseille Provence?

GC

Giry Clélia <Clélia.GIRY@mrs.aero>

lun. 28/08/2017, 14:58

Vous

Répondre

↓

Vous avez répondu le 28/08/2017 22:47.

Bonjour Valentin,

Je travaille au développement du trafic import au sein du service marketing de l'Aéroport Marseille Provence. Nous avons découvert votre projet d'application à destination du marché asiatique à travers un article paru en juillet dernier dans La Provence. Comme tous les acteurs économiques et touristiques en Provence, avec qui nous collaborons au quotidien, attirer la clientèle chinoise et japonaise sur le territoire est l'une de nos priorités absolues. Conscients de l'attention qu'elle porte à la personnalisation de l'accueil, mais aussi de ses inquiétudes en matière d'insécurité, nous pensons que le développement de votre produit pourrait contribuer significativement à l'attractivité de l'aéroport Marseille Provence et, plus largement, du territoire. Ainsi, nous serions ravis de vous accueillir dans nos locaux pour discuter de l'avancement des tests de votre application. N'hésitez pas à nous faire part de vos disponibilités pour une rencontre, cette semaine (de préférence) ou à partir du 7 septembre.

A bientôt,

Clélia

aéroport marseille provence

Clélia GIRY

Chargée de mission développement trafic import

Inbound traffic development Project Manager

T > (+33) 4 42 14 26 87

clélia.giry@mrs.aero

Aéroport Marseille Provence - BP7 - 13727 Marignane Cedex, France

www.marseille.aeroport.fr

Supprimer les annonces

LA SOCIETE

Nom de la société	Ouispeak solutions	Site internet	En construction (site brochure uniquement)
Forme juridique	SAS	Capital	3000
Nombre d'actions	100	Valeur nominale	
N° SIRET	832518484	Date création	17/10/2017
RCS	Aix-en-Provence	Président/Gérant	Valentin Effantin
Siège social	12, rue du 4 septembre, 13100 Aix-en-Provence		

Qu'avons-nous réalisé jusqu'à aujourd'hui ?

-**La victoire de Ouispeak au concours tourisme innov** en juin 2017 parmi 132 candidats, où le jury de professionnels du tourisme a validé le projet d'ensemble.

-**La réunion des sommes de pré-amorçage** (68k)

-L'incubation chez ESCAET/Marseille innovation/CCI/Bdr tourisme dans le dispositif expérimental Provence travel innovation.

-Le **développement des deux produits**. Livraison dans 1 mois et demi à date de rédaction de ce dossier. Ont été réalisé auparavant la rédaction du cahier des charges en interne, la détermination du prestataire, les réunions, les négociations sur avenants, les spécifications, les retours sur premières livraisons etc.

-Le **pré-recrutement des interprètes**

-Le rencontre physique des prospects (ex : top résa 2017 et Ditex 2018)

-Un prototype des bornes

-Les brochures commerciales

-Les communications visuelles : vidéos, photos, kakemonos, banderoles

-L'affinage du modèle économique pour potentialiser les fonctionnalités de l'application

-La communication presse (ex : <http://www.quotidiendutourisme.com/i-tourisme/start-up-de-la-semaine-ouispeak-met-les-interpretes-au-service-des-touristes/165486>)

Quelles sommes avons-nous réunies ?

Subvention suite à la victoire du concours tourisme innov (perception en juillet) : 21000

IPA : 8000

CAAP Innov ECO : 10000

Prêt lanceur pro : 20000

Prêt NACRE : 6000

L'AMBITION

Potentiels de croissance

- L'industrie du tourisme est tellement concurrentielle sur la qualité de service que séduire un client d'une typologie revient à séduire derrière en chaîne les concurrents.
- La diversification stratégique par rapport à l'idée de départ. Grâce à la data et au retour d'expérience des interprètes Ouispeak veut très rapidement dépasser la promesse de l'interprétariat pour proposer de l'accompagnement à distance et de la **conciergerie 3.0** : Ouispeak opère des réservations, conseille des bons plans, sécurise, géolocalise, rassure en plus de permettre de converser avec n'importe quel local.
- Alors qu'ils étaient 2,2 millions en 2017, le nombre de touristes chinois attendus en France va plus que doubler pour atteindre les **5 millions par an en 2020**.
- L'expansion vers d'autres langues.

Les chiffres clés

Marché

- 5 millions de touristes chinois par an attendus en France à partir de 2020
- 500 000 voyageurs français en Chine et 20000 au Japon chaque année
- 700000 voyageurs japonais en France chaque année
- 200000 voyageurs chinois par an en Suisse (saison de ski), chiffre tendant à exploser

Les forfaits :

Appli en BtoC :

- 20 euros pour 30 minutes
- 30 euros pour 1h (en partant entre amis au Japon, je fluidifie le voyage d'un groupe d'amis pour 5 euros par personne).

Appli en BtoBtoC (les commissions des stores sont contournées) :

- 17 euros pour 30 minutes
- 25 euros pour 1h

Le coût mensuel des prestataires bilingues représentant 90% des coûts de l'entreprise :

- Le chiffre d'affaires prévisionnel de l'entreprise permettrait de marger à 50% sur un premier rythme de ventes qu'une levée permettrait d'atteindre à l'horizon juillet 2019 soit après un an de commercialisation.

Pourquoi solliciter PBA ?

- Parce que nous entamons une phase décisive qui requiert l'expérience d'entrepreneurs.
- Parce qu'il serait extrêmement frustrant de ne pas pouvoir lancer le service sur un marché qui répond et qui attend impatiemment nos solutions.
- Parce que le modèle économique permet d'obtenir des marges importantes.
- Parce que nous voulons vous partager notre passion pour Ouispeak et vous convaincre.

