



LA FABRIQUE À INNOVATIONS

Campus digital de l'innovation



Les plus belles innovations ont été inventées
par M. Tout-le-monde



L'open innovation n'est plus une option

« Toutes les entreprises du CAC40 sont piquées par le virus de l'Open Innovation »

Challenge 2014.



Mais la majorité des entreprises échouent

« 90% des démarches d'open innovation des grandes entreprises échouent »

Capgemini Consulting & Altimeter, novembre 2016.

Solution

Campus digital de l'innovation, solution d'open-innovation externalisée.
Ce campus fédère une communauté de consommateurs pour aider les entreprises à cocréer et valider leurs futurs produits.

Consommateurs



Entreprises



Campus digital de l'innovation

4 espaces dédiés



La Fabrique

Consommateurs – Donnent vie à leurs idées, contribuent aux projets de produits et gagnent des royalties.

Entreprises [Service B to B] – Accèdent à de nouveaux produits clés en main en marque blanche, validés par la communauté.



Centre des challenges

Consommateurs – Exploitent leurs talents et sont récompensés.

Entreprises [Service B to B] – Accèdent à des panels qualifiés pour améliorer et valider leurs produits.



Académie

Consommateurs – Accèdent à des contenus pour apprendre à produire, innover et vendre des produits.



Boutique

Consommateurs – Achètent les produits développés par la communauté

Business Model

4 espaces dédiés



La Fabrique

Consommateurs – Abonnement Premium au campus (48€/an/utilisateur).

Entreprises (Service BtoB) – Acquièrent les projets de produits contre Royalties (5 à 10% du CA des produits vendus).



Centre des challenges

Entreprises (Service BtoB) – Achètent des challenges (500€ - 30k€).



Académie

Consommateurs – Abonnement Premium au campus (48€/an/utilisateur).



Boutique

Consommateurs – Marge sur les produits vendus.

1er produit sur le marché

🏭 La Fabrique

Eddy dépose
une idée
(2016)

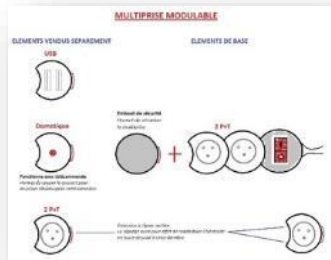
L'idée évolue
grâce à la
communauté
(2017)

Watt&Co souhaite
co-brandir le
produit
(2017)

Accréditations et
production
(2017)

Ventes en magasins
de ModuloWatt (en
cours)

Récupération des
royalties et
répartition équitable
(2018)



« Je vous dis un grand merci pour le travail que vous avez accompli, je viens d'acheter le produit chez Boulanger, il est génial ! »

- Eddy, Inventeur



« Avec le lancement de ModuloWatt, il est clair que l'entreprise rentre dans la cour des grands. C'est un produit qui peut devenir phare, comme le Pivot Power de Quirky. »

- Eric'h, Contributeur



« La Fabrique à Innovations a été pour Watt&Co une solution simple et efficace pour notre open-innovation externalisée. »

- Dominique Picard, CEO WATT&CO

Cibles B to B (France)

Nos clients sont des entreprises de produits du quotidien dans les domaines suivants : électronique, jardin, maison, bricolage, jouets.

Industriels

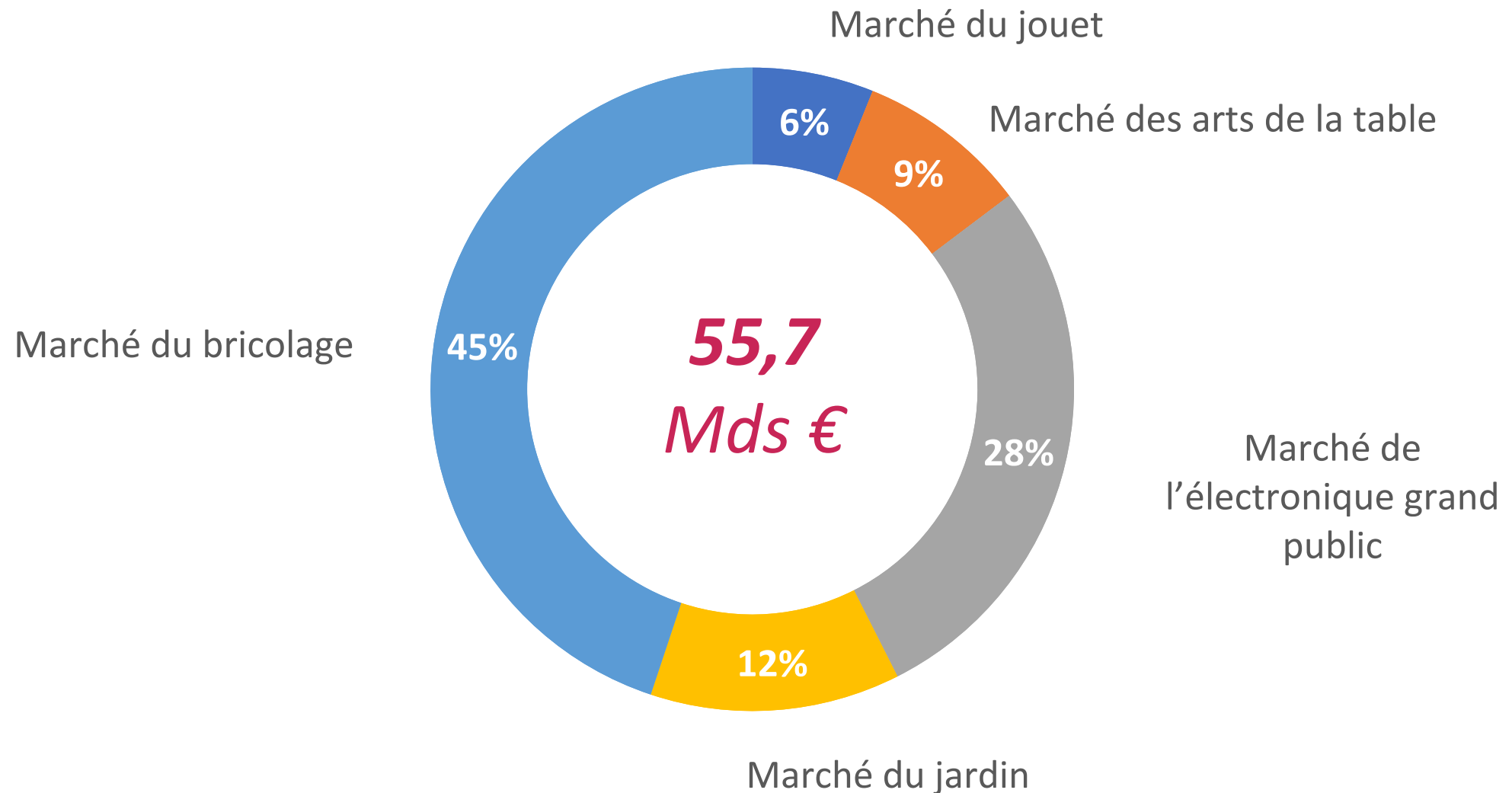
The logo for Smoby, featuring the word "Smoby" in a colorful, stylized font with yellow, blue, and red letters.The logo for ANVI plasturgie, featuring the word "ANVI" in green and "plasturgie" in a smaller font below it, with a small sphere icon above the "V".The logo for WATT&S, featuring a stylized face icon inside a black circle with the text "WATT&S" below it.The logo for BOSCH, featuring the Bosch symbol (a circle with an 'H') and the word "BOSCH" in red capital letters.The logo for revex, featuring the word "revex" in black above a solid blue square.

Distributeurs

Grandes Surfaces Spécialisés & Alimentaires

The logo for Mr. Bricolage, featuring the words "Mr. Bricolage" in a red, stylized font.The logo for boulanger, featuring a stylized orange 'b' icon above the word "boulanger" in orange lowercase letters.The logo for Gifi, featuring a yellow triangle above the word "Gifi" in pink, with the tagline "des idées de Génie !" below it.The logo for Auchan, featuring a stylized red 'A' with a green bird icon and the word "Auchan" in red.The logo for Toys R Us, featuring the words "Toys R Us" in a colorful, stylized font with a blue star icon above the 'R'.

Marché des produits du quotidien en France



Concurrence



[USA] Créé en 2009 et après avoir levé 170 M\$, Quirky fait faillite en 2016. En 2015, l'entreprise a fait plus de 100 M\$ de chiffre d'affaires. Elle redémarre cette année avec des moyens réduits, une nouvelle équipe et un positionnement maintenant similaire au notre.



Positionnement



Produits simples et utiles du quotidien

Développement rapide et coûts faibles permettant de maximiser le nombre de produits et l'identification de blockbusters



Collaboration sur l'industrialisation et la distribution

Ce sont nos partenaires qui assument les risques financiers et industriels.



Communauté agile, durable et éduquée

Les activités proposées et nos formations consolident et rendent pérenne notre communauté.

Aujourd'hui

La plateforme a été créée en 2014 pour expérimenter le modèle. Après 3 ans sans moyens, nous avons abouti au modèle actuel. Nous avons aujourd'hui une plateforme fonctionnelle (MVP), une première communauté et un portefeuille de centaines d'idées et de projets de produits.



750
idées



9 000
commentaires



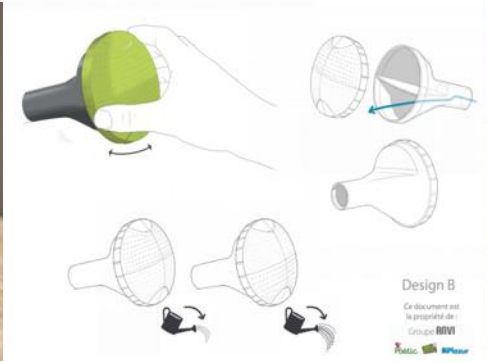
10 000
votes



6 000
membres



250 000
visiteurs



Équipe



Président

PhD en innovation & ingénieur Arts & Métiers. Serial entrepreneur. 40 ans.

Fondateur de la société en 2014.



Directrice générale

Ingénieur (INSA) & mastère en management de l'innovation technologique (TBS). 27 ans.

Business développeur & commercial.



Directeur technique

Ingénieur (INSA) & mastère en management de l'innovation technologique (TBS). Serial entrepreneur. 26 ans.

Pilotage du développement web & des produits.

Plan d'actions

18 mois

Actions

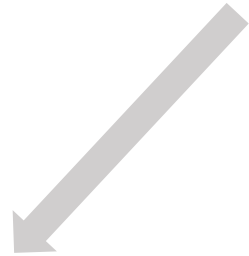
- Développement Web du nouveau campus avec ces différents services.
- Développement de notre portefeuille de partenaires industriels et distributeurs.
- Marketing pour agrandir notre communauté et l'animer.

Objectifs

- 30 000 membres
- 300 idées supplémentaires
- 25 challenges
- 12 projets de produits vendus
- 20 produits sur la boutique

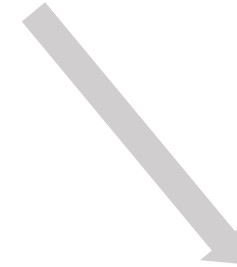
Besoins en financement

400 000€



200 000€

Fonds d'investissement



200 000€

bpifrance



Prévisionnel

	2018	2019	2020*
Chiffre d'affaires (k€)	306	698	1 408
La Fabrique	164	366	648
Centre des challenges	64	128	256
Boutique	48	144	384
Abonnement premium	30	60	120
Coûts RH	370	615	817
Nombre de salariés	7	12	15
Coûts Marketing	70	110	200
Autres charges	63	71	76
Résultats	- 197	- 98	315

* Série A

Vision : " Innovative Factories "

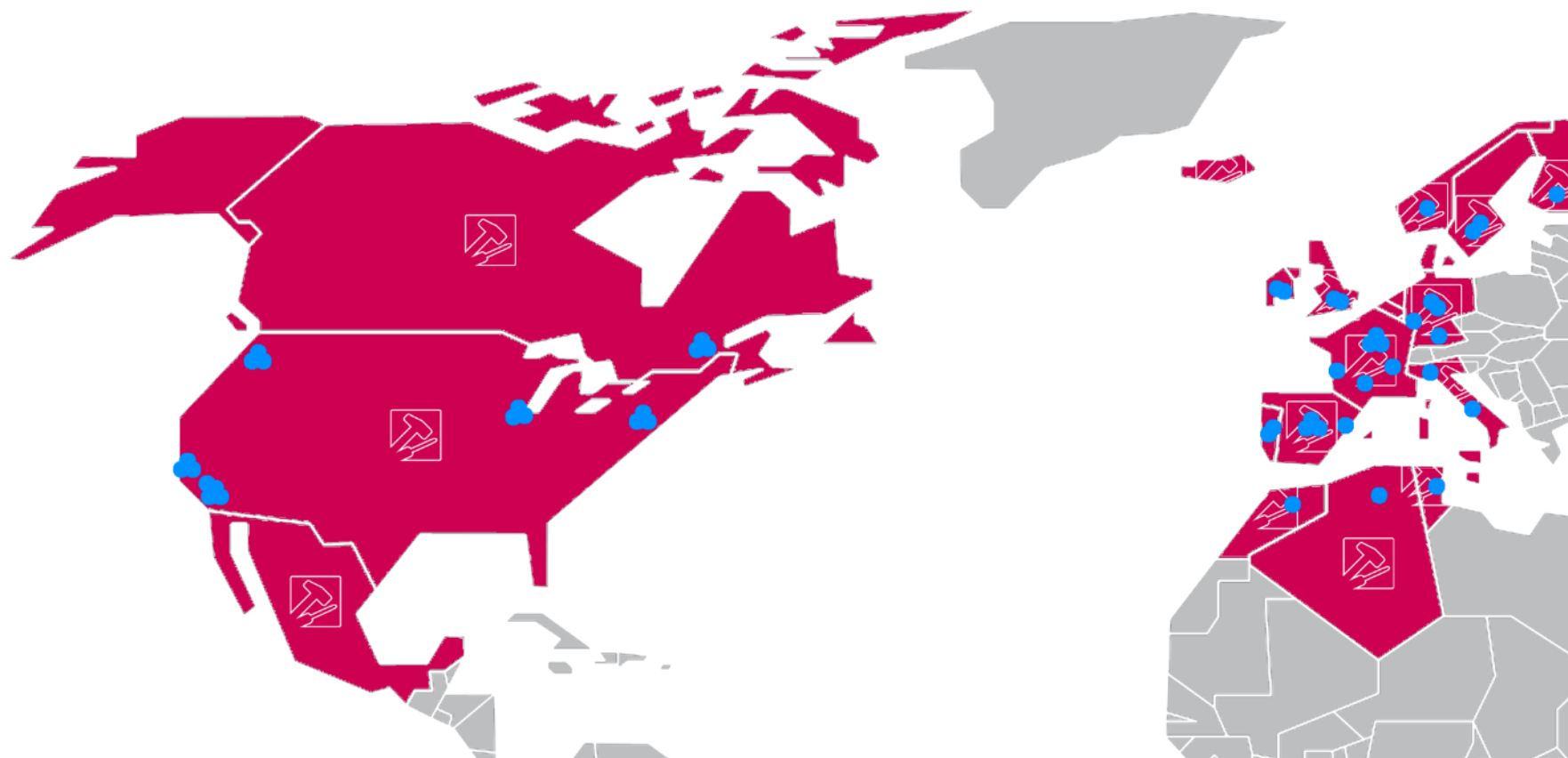


2018 – 2019

Développement du campus en France.

Objectifs : Scalabilité de la plateforme, de nos process et de nos services.

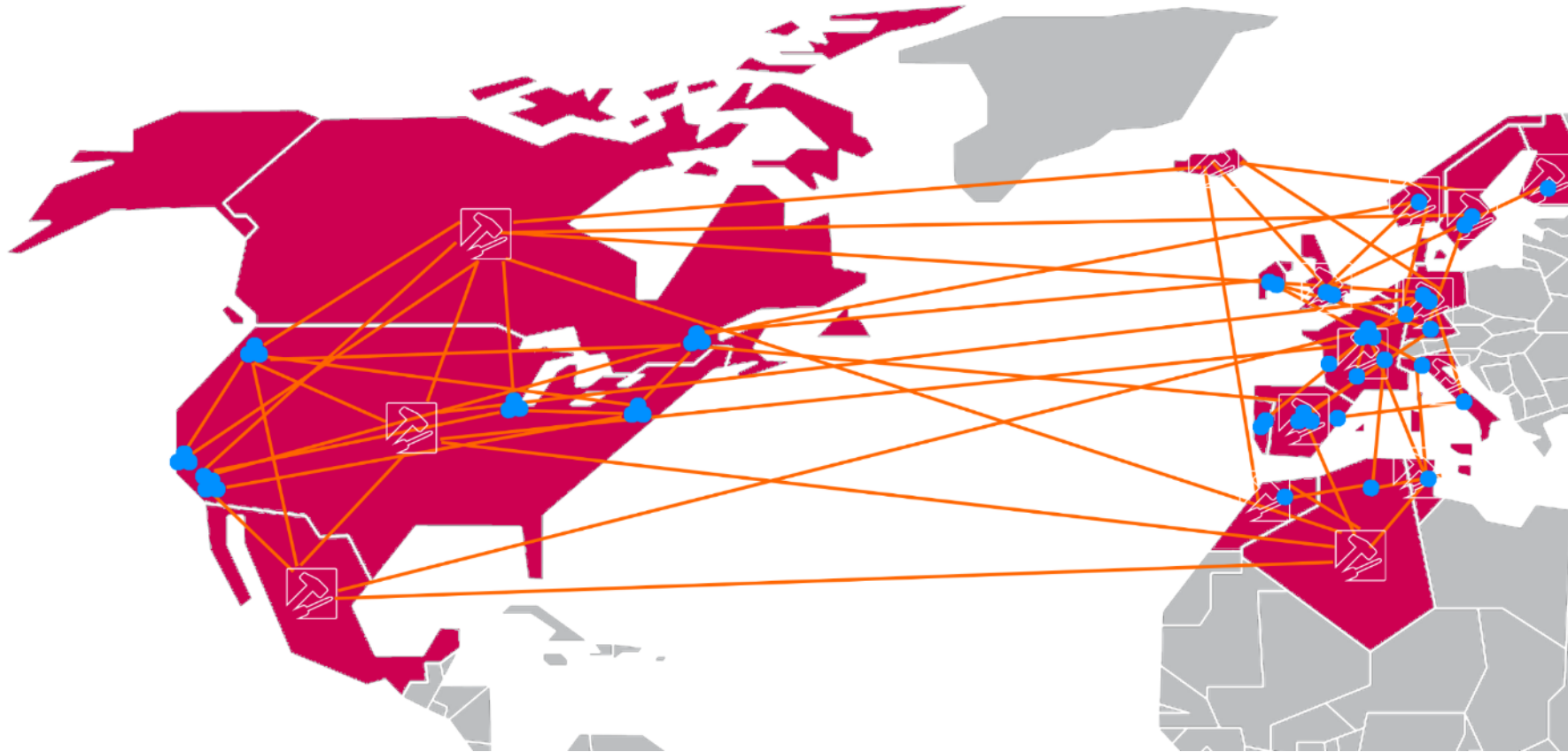
Vision : " Innovative Factories "



2020* – 2021

Déploiement international
& Mise en place de la plateforme directement au sein des entreprises (●) pour les salariés.

Vision : " Innovative Factories "



2022* - 2025

Maillage des « Innovative Factories »
Interconnexions des plateformes des pays et des entreprises pour créer le premier réseau mondial d'innovation produit.



My Tatane
Invented by Elsa Bassetti



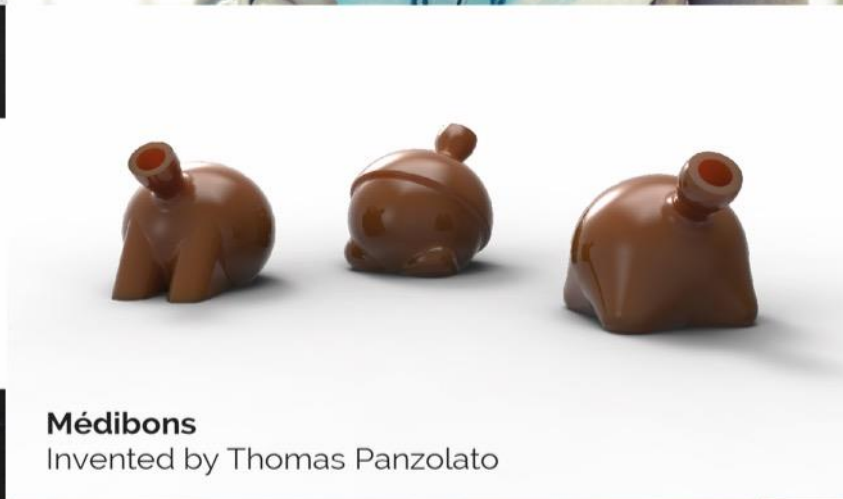
Filgood
Invented by Arthur GB



Organiz
Invented by Torgen



Cuisto
Invented by Laurent Guillaume



Médibons
Invented by Thomas Panzolato



Citadelle
Invented by François De Vecchis



Selfie
Invented by Olivier Meynard



Bol
Invented by Aurnaud Belorgey



PointFixe
Invented by Olivier Meynard