L'Agefi - 04.07.2013

Le business intelligence destiné à l'agroalimentaire

HORECAST. *La start-up vient d'intégrer l'incubateur the Ark. Elle développe un système d'aide à la décision.*

Horecast, basé à Martigny, est l'une des trois nouvelles start-up intégrées au sein de l'incubateur valaisan The Ark (*l'Agefi du 3 juillet*). Co-créée par Marco Brienza et Guillaume Savoy, elle entend proposer un système de business intelligence destiné notamment aux multinationales agroalimentaires. La plateforme développée par la start-up intégrera des données relatives au secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés (Horeca). Ces informations sont en effet indisponibles dans les solutions actuelles qui se basent uniquement sur les données provenant du retail. Le secteur Horeca est pourtant stratégique pour les groupes agroalimentaires. Il représenterait ainsi jusqu'à 50% de leur chiffre d'affaires, explique Marco Brienza dans cet entretien. La start-up espère également proposer dans un deuxième temps aux restaurants de taille moyenne des systèmes de caisse et des applications pour tablette. Elle recherche en outre entre 150.000 et 200.000 francs pour financer la première phase du projet.

Comment est né le projet?

L'idée m'est venue lorsque j'étais responsable marketing pour Henniez chez Nestlé Waters. Nous avions alors accès à un panel de données dynamiques pour le secteur du retail en Suisse. L'outil de business intelligence nous permettait ainsi d'analyser et d'évaluer de manière globale ce marché. Or, le problème que nous

MARCO BRIENZA. La start-up devra gérer la problématique liée à la confidentialité des données.

rencontrions, c'est que ces données n'étaient pas disponibles pour le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés (Horeca). Nous étions alors contraints d'utiliser les résultats de sondage réalisés très ponctuellement (parfois annuellement). Un outil d'aide à la décision insuffisant pour un secteur stratégique qui peut représenter jusqu'à 50% du chiffre d'affaires d'une multinationale.

Concrètement, quel modèle souhaitez-vous proposer?

Notre objectif est donc de proposer aux grossistes de nous fournir, contre rétribution financière, les données concernant leurs livraisons. Avec les données récoltées, nous créerons un système d'information destiné en premier lieu aux multinationales. Nous sommes conscients que ce modèle présuppose une très grande masse d'informations, raison pour laquelle la prise de contact avec les grossistes constituera un élément déterminant pour notre réussite. Le défi est également d'ordre technique. Notre projet nécessite un travail important au niveau de la notion complexe de «big data». De plus, il devra nous permettre de financer notre deuxième phase de développement prévue courant 2015.

C'est-à-dire?

Nous souhaiterions en effet proposer ensuite aux restaurants de taille moyenne (jusqu'à 150 couverts par jour) des systèmes de caisse et des applications pour tablette, notamment. Le but étant de leur permettre d'optimiser leur gestion afin de gagner du temps, réduire leurs coûts et d'améliorer la qualité du service. L'objectif ultime à long terme sera d'incorporer les informations collectées par ces restaurants dans notre système d'information. Nous pourrons ainsi proposer à nos clients également des données complètes provenant des consommateurs finaux.

Il y a ainsi une problématique de confidentialité des données. Comment allez-vous gérer cet aspect?

Oui, nous sommes tout à fait conscients que notre projet inclut une dimension légale importante. C'est d'ailleurs un gros challenge. Nous avons ainsi déjà débuté des discussions avec des juristes en ce sens. Mais je reste tout à fait optimiste. En voyant par exemple ce que fait Google avec les données des internautes, je suis certain qu'il reste des petites fenêtres d'opportunités pour nous.

Comment est financé la start-up?

Les fonds proviennent essentiellement des deux créateurs, moi-même et Guillaume Savoy. Nous avons maintenant besoin d'environ 150.000 à 200.000 francs pour financer la première phase du projet. La seconde nécessitera pour sa part des montants plus importants. Nous avons déjà établi des contacts avec des investisseurs potentiels, sans promesse concrète pour l'instant.

A combien estimez-vous votre avance concurrentielle?

Je pense que nos deux modèles sont difficiles à copier. La mise en place de notre système d'information est complexe à mettre en place, pas seulement d'un point de vue technique, mais également car il nécessite un travail important au niveau des négociations avec les parties prenantes. Les systèmes de caisse que nous souhaitons proposer lors de la deuxième phase, auront selon moi trois ans avant d'être copiés.

INTERVIEW: YOANN SCHENKER

«LES SYSTÈMES ACTUELS SONT INSUFFISANTS POUR UN SECTEUR STRATÉGIQUE QUI PEUT REPRÉSENTER JUSQU'À 50% DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UNE MULTINATIONALE.»