

# ACCÉDER DE FAÇON RAPIDE ET SIMPLE AUX DONNÉES PERTINENTES DE L'ENTREPRISE

Créée en 2014 par Charles Miglietti (2007) et Kilian Bazin (2007), Toucan Toco fournit des outils logiciels permettant aux dirigeants, commerciaux, DRH, bureaux d'études, équipes de marketing, marketeurs et directions financières d'accéder aux données de leurs entreprises via des applications tablettes, mobiles et PC simples et claires. L'entreprise compte aujourd'hui plus de 35 clients, grands comptes et ETI (Unibail, EDF, GDF, Sanofi, BPCE, Ubisoft, SoLocal, Téréos, etc.) et une vingtaine de collaborateurs, en autofinancement. Entretien avec Kilian Bazin.

**L**E MARCHÉ de l'« analytics » est en pleine expansion. Pourquoi un tel phénomène, selon toi ?

La pensée analytique devient accessible au plus grand nombre avec des outils de vulgarisation. Les couches basses d'analyse et de traitement de la donnée sont plus faciles à mettre en œuvre, et permettent à des non-spécialistes de les manipuler, dans de nombreux secteurs et dans de nombreuses activités de l'entreprise : marketing, vente, distribution, etc. Une fois qu'on a goûté à l'optimisation de son activité par la donnée, on n'en revient plus, c'est un fait.

L'efficacité est une drogue dure. Les collaborateurs d'organisations complexes sont très sollicités par leur management pour produire des éléments de reporting, que le management utilise pour piloter l'organisation. On ne se soucie, hélas, jamais assez du fait que ces collaborateurs puissent accéder aux résultats produits. Le soin du design de l'expérience utilisateur et le simple fait d'avoir la possibilité de restituer une information enrichie à ceux qui la produisent changent cette pratique du reporting, devenue par ailleurs assez pénible.

L'autre conséquence est que les contributeurs peuvent, grâce à ce retour, également affiner la vision des dirigeants et éviter que des choses non mesurées mais essentielles soient oubliées : ils savent eux aussi sur quelle base sont prises les décisions.

*Qu'est-ce qui le différencie du marché du « Big Data » ?*

Derrière le vocable *Big Data*, poussé par les gros acteurs du secteur du logiciel,



Kilian Bazin (2007)

se cache, souvent, surtout une révolution culturelle plus que technologique. Sans forcément bien le maîtriser, du moins au début, ils ont surtout amené des populations opérationnelles dites « métiers » à s'équiper en direct et à ne pas laisser leurs usages être décidés uniquement par les DSI, qui, jusqu'ici, avaient littéralement le pouvoir dès qu'il s'agissait de données.

*Comment développe-t-on un logiciel qui convienne*

*à tous types de clients ?*

On est volubile. Il faut que tous les collaborateurs, concepteurs ou vendeurs, aient une vraie curiosité, posent beaucoup de questions.

C'est un exercice de maïeutique passionnant : le client et l'utilisateur ont la réponse à nos questions. On trouve ensuite le point commun entre le besoin d'un commercial qui souhaite étudier sa performance, celle de la concurrence dans son secteur avant un rendez-vous et un P.-D.G. du CAC 40 qui

*« Utiliser des histoires précises qui ont fait leurs preuves »*

souhaite accéder aux principaux chiffres issus de son contrôle de gestion. Quand on recherche la simplicité du résultat final, on trouve beaucoup de points communs. Le « petit plus » de Toucan Toco est d'utiliser des histoires précises qui ont fait leurs preuves et permettent aux opérationnels comme aux managers de se situer dans l'action ensuite.

### *Toucan Toco est ta première société, qu'est-ce qui t'a poussé à te lancer ?*

L'envie de créer. En troisième année à l'X, j'en étais arrivé à la conclusion suivante : je souhaite créer de la connaissance grâce à la recherche scientifique, ou bien créer une organisation humaine. Mes premières expériences professionnelles m'ont projeté vers le second choix.

### *D'où vient ce nom si particulier ?*

Le toucan est à l'image du produit que nous mettons entre les mains de nos utilisateurs : coloré, gai et aux formes très caractéristiques. Son bec est aussi grand que son corps, ce qui lui permet de réguler sa température. Toco, c'est pour l'allitération et pour le clin d'œil. Une fois qu'on l'a vue, notre mascotte ne s'oublie pas.



### *Quelles sont les difficultés principales quand on crée un éditeur de logiciel en 2015 ?*

Je ne vois pas beaucoup de difficultés, si ce n'est que le champ concurrentiel est très dense. Mais je ne suis pas sûr pour autant que cela ait été différent dans les années 1980, 1990 ou 2000. La concurrence devait être tout aussi rude à l'époque. En revanche, les nouvelles opportunités sont aussi nombreuses : technologies *open source* très mûres et dépassant les technologies propriétaires, réseaux sociaux et autres nouveaux gadgets marketing surprenants pour se faire connaître et prospector, effets de mode liés aux sociétés *high-tech*, terreau entrepreneurial hyperfavorable en plein Paris, etc.

### *Y a-t-il encore de la place pour de petits éditeurs de logiciel ?*

Oui, il me semble qu'il y a encore et peut-être plus que jamais avec le *cloud* de nombreuses catégories à créer. Nous réussissons par exemple à créer une qualité d'expérience pour l'utilisateur final complètement inédite, car liée au grand bond en avant qu'a fait le numérique dans le domaine personnel. Avant les smartphones, utiliser un ordinateur pour de nombreuses fonctions différentes et sans formation était littéralement réservé à une élite, de fait. Aujourd'hui la majorité des utilisateurs ont un ordinateur dans la poche et l'utilisent pour réaliser des actions complexes, sans formation spécifique. Les outils au sein des entreprises n'ont pas évolué aussi vite, nous saisissons

cette occasion : culturellement nous avons un pied dans le monde du logiciel d'entreprise et l'autre dans le monde du Web. C'est un avantage non négligeable face à des géants enterrés sous leur Fortran.

### *L'innovation est-elle plus facile dans une petite structure que dans un grand groupe ?*

Je n'en suis pas vraiment sûr. Je fréquente de petites et de grosses structures en étroite relation avec ces sujets, et j'observe plutôt une performance dépendant de quelques facteurs liés à la culture des organisations et des personnes qui les composent, plutôt qu'à leur taille.

### *Faut-il entreprendre en France ?*

Oui, oui et oui. J'ai passé trois mois en Amérique du Nord, sur la côte est et la côte ouest, avant de lancer Toucan Toco. À mon retour, mon constat était sans appel : Paris et la France forment un excellent terrain de jeu, aujourd'hui, pour une jeune entreprise du numérique. Il y a de l'argent investi et à investir, la qualité de vie et le nombre de projets permettent de fidéliser les collaborateurs et associés, les conditions administratives et fiscales sont excellentes, clients, fournisseurs ou partenaires sont aussi en avance. L'herbe est souvent plus verte ailleurs.

### *Que faudrait-il faire de plus ?*

Être optimiste : partout, tout le temps, quoi qu'il arrive. ■

Propos recueillis  
par Hervé Kabla (84)

« Un pied dans le monde  
du logiciel d'entreprise  
et l'autre dans le monde  
du Web »