

# La Tribune Bulletin Côte d'Azur

1er avril 2016

# PROMESSE

## Le Challenge Jeunes Pousses consacre Tourism Box

Le concours étudiant de création d'entreprise a livré son verdict après une finale âprement disputée.



Etudiants, coaches et jury réunis pour la photo de famille du Challenge Jeunes Pousses 2016.

Six mois déjà qu'ils travaillent en vue de ce moment. Quatre équipes étudiantes étaient aux prises vendredi 25 mars à Sophia pour remporter la finale du Challenge Jeunes Pousses (CJP), concours de création d'entreprise innovante organisé par Telecom Valley. Encore fallait-il séduire les sept membres d'un jury exigeant à travers 20 minutes de présentation et 10 minutes de questions. En jeu : 3.000 € de dotation, une adhésion d'un an à Telecom Valley et six mois à l'incubateur PACA-Est. «*des prix qui vont en direction de la création d'entreprises*» souligne Jean-François Carrasco, porteur du projet CJP. Sans oublier la crédibilité offerte par une victoire au concours, que certains n'hésitent plus à faire figurer sur leur CV.

### Un ton en dessous

Le prestige du CJP s'est affirmé au fil des ans. Et pour cette quatorzième finale, Amadeus Sophia avait ouvert ses portes aux participants. Nicolas Sekkaki, président d'IBM France, a quant à lui fait le voyage de Paris pour présider le jury. Ici, certains critères prévalent : complémentarité des profils dans l'équipe, degré d'innovation du projet, niveau

de maturité et faisabilité. Pour convertir leurs idées en projets entrepreneuriaux viables, les étudiants ont enchaîné pendant six mois les séances de coaching industriel, juridique, design ou communication.

**Handimax Pack** (package touristique adapté aux personnes à mobilité réduite), **Exact Cure** (application de monitoring de la consommation médicamenteuse), **Tourism Box** (coffret touristique "last minute") et **Hesli** (application de partage d'identité musicale) se succèdent à la barre. De l'enthousiasme, du culot, du sérieux, et parfois quelques hésitations, pour une qualité globale des projets qui reste un ton en dessous par rapport à une édition 2015 de haut vol.

### La victoire est dans la boîte !

Elle s'est présentée seule face au jury. Ses deux coéquipières Nina Scripnic et Marine Delcourte, retenues en stage professionnel, Céline Durand n'a pas failli au moment d'exposer le concept de Tourism Box, un coffret touristique de dernière minute. «*Do it as a local*» suggère le slogan de cette offre qui permet de découvrir une ville hors des sentiers battus. Décliné selon les goûts (*cool, trendy, energy*), le coffret comprend un livret d'accueil, une proposition d'itinéraire, des bons plans, des tickets de transports et quelques surprises. Le produit sera commercialisé à 49€ sur internet et dans les endroits fréquentés par les touristes. Simple, original et mature, il a suscité l'adhésion du jury. Une victoire que vont maintenant pouvoir savourer ensemble les trois étudiantes en Master Tourisme Hôtellerie de l'Université Nice Sophia.

TelecomValley  
Incubateur Azuréen du Numérique

Challenge Jeunes Pousses  
Concours étudiant  
Le projet de création d'entreprise innovante

Quartier aux étudiants des Alpes-Maritimes

Sur notre vidéo, découvrez le concept de Tourism Box expliqué par sa co-créatrice, Céline Durand.

# L'INTERVIEW

## «IBM se sent très bien ici»

Installation dans l'Eco-Vallée, soutien aux startups, informatique cognitive, Nicolas Sekkaki, président d'IBM France et président du jury 2016 du CJP, revient sur l'actualité de Big Blue.

### ► Pourquoi IBM a-t-il opté pour une implantation à Nice ?

Tout simplement car nous y avons trouvé un vrai bassin de compétences, doublé des compétences intrinsèques de nos équipes, comme cette capacité à recevoir les clients ou à faire preuve d'une vision globale. Avec ce savoir-faire, la bonne énergie et un super écosystème, IBM se sent très bien ici et n'avait pas de raison de partir.

### ► Quitter l'isolement de La Gaude pour rallier l'Eco-vallée, c'est un symbole ?

Plus que symbolique, c'est une véritable volonté. Aujourd'hui, quand on voit l'énergie qui se dégage du projet Nice Méridia, je pense que nos collaborateurs s'inscrivent dans cette lancée. S'installer ici est un bon choix et nous allons pouvoir appuyer là-dessus pour nous développer. Nous venons d'ailleurs d'inaugurer le Garage Bluemix, qui nous semble être le futur de cette innovation dont les clients ont besoin.

### ► Quelle est la stratégie d'IBM France en matière de startups ?

La valeur de la proposition d'IBM, c'est de renforcer les startups. Nous travaillons aujourd'hui avec 146 d'entre elles en France pour les aider à accoucher de leurs idées, à les déployer concrètement chez des clients de manière industrielle ou à adresser des marchés lorsqu'elles sont encore en incubateur. D'autres pourront s'appuyer sur Watson, notre projet d'informatique cognitive. Notre stratégie, c'est aussi de leur donner des moyens de se développer à travers un programme destiné aux petites startups : mise à disposition de nos environnements cloud et Bluemix, ainsi que 120.000€ d'accompagnement sur un an.

### ► Quelle sera la touche Sekkaki ?

IBM a vocation à aider ces clients qui sont parfois au stade de l'incubation ou du proof of concept, mais qui n'arrivent pas à concrétiser leurs projets en production. Notre ambition -et j'espère parvenir à la mettre en œuvre en France à partir de

septembre- c'est de créer un accélérateur, une scale zone, qui accueillera trois à cinq startups par promotion de six mois. Nous voulons les réunir pour faire aboutir un projet. Sur la voiture connectée par exemple. Cet accélérateur sera a priori basé à Paris, mais je ne m'interdis pas d'exporter le concept. Si Nice est intéressée...

### ► IBM s'est-il définitivement tourné vers les services ?

C'est le cas depuis de nombreuses années. Ils représentent aujourd'hui 60% de notre chiffre d'affaires et le hardware 12%.

### Nicolas Sekkaki

- Diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure de l'Aéronautique et de l'Espace
- 25 ans de carrière au sein des groupes IBM (1991-2010, 2012-2016) et SAP (2010-2012)
- Nommé président d'IBM France le 1<sup>er</sup> juillet 2015



Ce qui caractérise aujourd'hui la transformation d'IBM, c'est d'être capable d'aider les clients à aller sur le cloud en s'appuyant sur une méthode hybride. Faire le pont entre le système d'information existant et le futur. Nous avons aussi investi sur le design et l'expérience utilisateur (UX) car toutes les entreprises avec lesquelles nous travaillons sont en train de repenser la relation et le parcours client. Nous portons enfin nos efforts sur l'intelligence artificielle et le cognitif, qui recèlent un potentiel énorme pour mieux traiter la santé, transformer la banque, le retail, l'éducation... A ce sujet, je suis extrêmement confiant pour la France qui est un terreau en termes de startups, de mathématiciens et d'idées. Si IBM amène Watson au plus grand nombre et que cet écosystème est capable de bâtir là-dessus, nous pouvons faire quelque chose de grand en France.

Propos recueillis par Pierre-Olivier Burdin