

Richard Ollier (HEI 2004)

L'entrepreneur qui voit le monde à 360°



Richard Ollier

(HEI 2004)
CEO Giroptic

Les success-stories ont ceci de particulier qu'elles semblent parfois survenir du jour au lendemain... vues de l'extérieur ! Tous les entrepreneurs vous le diront : la réussite se construit jour après jour et n'est jamais acquise. Persévérance, humilité, capacité à prendre du recul, à s'entourer et à innover : ces qualités expliquent sans doute l'impressionnant parcours de **Richard Ollier**. Et si ce n'était qu'un début ?

VOTRE SCOLARITÉ À HEI LAISSAIT DEVINER UN PARCOURS PROFESSIONNEL POUR LE MOINS ATYPIQUE...

J'ai effectué une année de césure entre ma 4^e et ma 5^e année pour travailler à l'étranger. C'était assez rare à l'époque et bien plus courant aujourd'hui. Je suis ravi de voir l'évolution de l'école, ses ambitions tournées vers le monde de l'entreprise et l'international. Durant cette césure, je suis parti aux USA puis un an à Tokyo chez Tequila Japan, une agence de publicité. Je commençais à peine à m'habituer à ma vie sur place qu'il était temps de rentrer pour ma dernière année à HEI. Pour s'assurer de mon retour une fois diplômé, mon patron m'a fait signer un CDI avant mon départ ! Je suis reparti à Tokyo le lendemain de mon dernier jour d'études et j'ai repris mon poste d'interactive planner. Mon rôle était d'élaborer des stratégies permettant d'intégrer les nouvelles technologies dans des campagnes de communication. J'ai vécu une expérience passionnante, à tel point que je n'avais pas l'impression d'être au travail. J'ai d'ailleurs toujours ce sentiment aujourd'hui...

APRÈS QUATRE ANS AU JAPON, VOUS DÉCIDEZ DE RENTRER EN FRANCE. POUR QUELLES RAISONS ?

Le Japon est une sorte de prison dorée. Tout le monde est gentil avec vous, le pays est sécurisant, rien de mal ne peut vous arriver... mais vous ne serez jamais Japonais. Vous resterez le géant poilu avec un gros nez. Je pensais m'y installer pour longtemps tant la vie était agréable, mais je me suis rendu compte qu'il me serait impossible d'évoluer dans la société. On me rappelait sans cesse que j'étais étranger, en me félicitant par exemple pour ma maîtrise de la langue. J'ai profité de l'opportunité de créer GIROPTIC pour rentrer en France.

EN 2008, VOUS CO-FONDEZ GIROPTIC. COMMENT SE SONT DÉROULÉS LES PREMIERS MOIS ?

Nous avons sorti des appareils photo panoramique à destination du marché professionnel : visite en images de sites touristiques,

d'appartements, reconstitution de scènes de crime par la police française, tournage dans des centres commerciaux. Ces premiers projets nous ont permis d'apprendre, de construire une équipe, de

comprendre notre marché. Cela n'a pas toujours été simple : vos salariés vous font confiance, croient en vos idées. Vous ne pouvez pas les décevoir et devez encaisser les problèmes. Bien souvent, votre salaire devient la variable d'ajustement. J'ai parfois dû travailler en restauration en parallèle pour mettre du beurre dans les épinars...

EN 2012, VOUS CHOISISSEZ DE VOUS CONCENTRER SUR LE MARCHÉ GRAND PUBLIC ET LANCEZ UN PROGRAMME DE R&D. POURQUOI UN TEL VIRAGE ?

Le succès des smartphones, des réseaux sociaux et de la GoPro, pour ne citer qu'eux, nous a fait prendre conscience du potentiel du marché grand public. Nous avons donc développé nos compétences pour être capables de proposer de la vidéo à 360°. Nous sommes arrivés à une technologie très avancée, avons repensé notre offre et avons travaillé plusieurs mois sur le produit parfait qui aurait des yeux, des oreilles et un système de géolocalisation. En cinq mois, nous étions en mesure de proposer un prototype opérationnel.

COMMENT DÉCRIREZ-VOUS CETTE CAMÉRA ?

Up. Down. All around ! De la taille d'un œuf, elle permet de filmer à 360°. Trois objectifs se chevauchent pour couvrir tout le champ de vision et un logiciel se charge de faire les raccords



La 360 cam est disponible en pré-commande sur www.360.tv

* Le Japon est une sorte de prison dorée. Rien ne peut vous arriver mais vous ne serez jamais Japonais. Vous resterez le géant poilu avec un gros nez.

✱ L'une des clés de l'entrepreneuriat est qu'il ne faut pas avoir peur de dépenser de l'argent pour en gagner...

22
23

en temps réel. Pour la concevoir, nous avons fait appel à une douzaine d'ingénieurs en optique et en électronique, passionnés de photos. Nous avons également déposé cinq brevets mondiaux.

PASSER DU B2B AU B2C A-T-IL ÉTÉ FACILE ?

Non, car il a fallu prendre en compte des paramètres nouveaux, notamment les coûts de fabrication et la facilité d'utilisation. Alors qu'un professionnel n'hésitera pas à lire une notice de plusieurs pages, un particulier souhaitera immédiatement s'amuser avec son produit. Nous avons dû réfléchir à l'expérience utilisateur pour qu'elle soit la plus intuitive possible. Sans oublier le circuit de distribution et le volume de production, différents par nature.

D'OÙ VOTRE IDÉE DE PASSER PAR LA PLATE-FORME DE CROWDFUNDING KICKSTARTER. S'ATTAQUER D'ABORD AU MARCHÉ AMÉRICAIN ÉTAIT-IL UNE ÉVIDENCE ?

Se lancer sur le « mass market » nécessite d'importants moyens financiers. Pour lever des fonds auprès d'investisseurs, nous devons d'abord prouver l'existence du marché. Kickstarter (voir encadré) était la solution idéale pour trouver des clients. Nous avons visé les USA car la moitié du marché de la vidéo se situe là-bas. Sur le site, nous avons proposé aux internautes de pré-commander la caméra Giroptic, l'argent collecté devant servir à sa mise en production quelques mois plus tard. Cette opération nous

a permis de réaliser quasiment deux ans de chiffres d'affaires en l'espace d'un mois.

VOUS AVEZ EN EFFET BATTU UN RECORD AVEC CETTE CAMPAGNE. COMMENT EXPLIQUEZ-VOUS CE SUCCÈS PHÉNOMÉNAL ?

L'une des clés de l'entrepreneuriat est qu'il ne faut pas avoir peur de dépenser de l'argent pour en gagner. Nous avons investi 50 000 \$ en marketing dans cette campagne et avons mobilisé quatre experts américains en communication pour assurer sa visibilité. Notre objectif était de collecter 150 000 \$ mais nous espérions secrètement atteindre le million. Nous avons vendu 4 000 unités en 45 jours, pour un total de 1,4 millions \$. Un record pour une société française et un beau coup de projecteur.

VOUS CÔTOYEZ DES ENTREPRENEURS DU MONDE ENTIER. SUR QUOI LES FRANÇAIS PEUVENT-ILS ENCORE ÉVOLUER ?

La principale différence, notamment avec les USA, est la gestion de l'échec. Aux USA, il fait partie du parcours d'un entrepreneur : on apprend de ses erreurs, on rebondit et on réussit. En France, il s'agit d'une sorte de tabou ou d'une malédiction dont on devrait avoir honte.

(suite p.24)



UN BON COUP DE STARTER

Entreprise américaine de financement participatif créée en 2009, **Kickstarter** offre la possibilité aux internautes de financer des projets en réduisant les risques et les lourdeurs associés aux modes traditionnels d'investissement. Film indépendant, création musicale, journalisme, production d'énergie solaire, mise en place de programmes alimentaires... et caméra de Richard Ollier : depuis son lancement, Kickstarter a financé un large panel de projets. Pour les investisseurs il ne s'agit pas d'un investissement au sens propre mais d'un « soutien », en échange duquel ils reçoivent des récompenses tangibles de la part de l'équipe (ou de la personne) chargée du projet : une lettre de remerciement, un tee-shirt personnalisé, un dîner avec un auteur, ou encore l'un des premiers produits d'une nouvelle chaîne de production. Et si vous tentiez vous aussi votre chance ?

Plus d'infos sur www.kickstarter.com





* L'entrepreneur doit transmettre sa passion et le goût du challenge à ses salariés, donner du sens à leurs missions. Il plante la graine, l'équipe fait le reste.

donner du sens à leurs missions. Je partage cet état d'esprit et cette philosophie avec mes collègues. L'entrepreneur plante la graine, l'équipe fait le reste.

Heureusement, les mentalités évoluent petit à petit et une nouvelle génération d'entrepreneurs émerge. Elle a des idées et du talent à revendre. Je suis toujours fier de voir des ingénieurs HEI se lancer dans cette belle aventure dès leur sortie de l'école (La Rescousse p.20, Nos Grands-Mères ont du talent, OuiStock etc.).

LE LABEL « FRENCH TECH » A RÉCEMMENT ÉTÉ CRÉÉ PAR LE GOUVERNEMENT. QUELLE EST VOTRE OPINION SUR CE CONCEPT ?

Le gouvernement a lancé ce label pour créer des pôles d'attraction en dehors de Paris. Parmi les neuf territoires choisis, Lille Métropole fait clairement partie des trois poids lourds. La French Tech est une réalité et ce label lui permettra d'exister au niveau mondial ou de lever des fonds plus facilement. Mais il manque encore un lien entre toutes les métropoles : c'est un peu comme si vous aviez une Silicon Valley aussi grande que la France alors qu'elle s'étend sur 35 km. Attendons de voir la suite des événements...

NOTRE DOSSIER TRAITE DE LA CROISSANCE ET DE SON IMPACT SUR LA PLANÈTE ET SUR LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS. COMMENT UN ENTREPRENEUR PEUT-IL GÉRER CES FACTEURS ?

C'est une question épineuse car la croissance fait partie de la vie d'une entreprise. Mais celle-ci doit être responsable et répondre à des objectifs de développement : nouveaux marchés, nouveaux partenaires, nouveaux concepts etc. Un bon entrepreneur, tout comme n'importe quel consommateur, a un impact sur la planète. Il lui appartient de limiter au maximum sa création de déchets lors de la fabrication d'un produit et de prolonger sa durabilité. Il doit également transmettre sa passion et le goût du challenge à ses équipes,

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS LES MOIS À VENIR ET COMMENT S'ORGANISE VOTRE QUOTIDIEN ?

Nous misons sur le développement de la société : nous sommes 17 et devrions passer à 30 collaborateurs d'ici fin 2015. Nous nous concentrons sur la production et la vente de la 360cam, et la préparation de la seconde génération pour le CES2016 à Las Vegas. Je prends beaucoup l'avion : nous produisons en Chine, nos partenaires sont aux États-Unis et l'équipe est en France. Nous avons ouvert un bureau à San Francisco en mars. Je fais souvent le tour du monde sur un mois !

QUELS CONSEILS DONNERIEZ-VOUS À UN ENTREPRENEUR ?

N'écoutez que vous... et d'autres entrepreneurs ! N'ayez pas peur de confronter vos idées, l'échange vous fera avancer. Allez chercher vos clients dès que possible : ils vous donneront les clés pour développer le meilleur produit. Et lisez l'ouvrage « The Lean Startup », indispensable.

COMMENT PEUT-ON SE PROCURER VOTRE CAMÉRA RÉVOLUTIONNAIRE ?

Rendez-vous sur www.360.tv, les pré-commandes sont déjà ouvertes.

Plus d'infos : richard@giroptic.com

LA QUESTION BONUS

OÙ EST FABRIQUÉE VOTRE CAMÉRA ?

Nous développons nos produits en France : cela signifie que nous rassemblons des compétences en électronique, en optique, en firmware, en mécanique et tout ce qui est nécessaire pour concevoir une caméra en interne. Lorsque nous nous adressons aux entreprises, nous achetons les pièces détachées en Asie et les assemblons dans nos locaux. Pour notre caméra grand public, les volumes sont différents puisque nous allons produire des milliers d'unités. Notre volonté était de proposer un produit 100% made in France, mais les fournisseurs français d'électronique refusent de fabriquer en-dessous d'un certain nombre d'unités. Trop petits pour travailler avec eux, nous avons décidé de nous tourner vers la Chine. Nous préservons chez nous une partie de l'assemblage de certains accessoires et le SAV.