

Les ambitions d'un logiciel d'organisation d'événements

Artegis. L'entreprise nyonnaise qui édite «Regis» doit faire face à une concurrence internationale farouche. Et surmonter la résistance des clients face à l'ASP.

PHILIPPE D. MONNIER

Organiser de grands événements exige beaucoup d'efforts de coordination. Il est non seulement nécessaire de gérer des inscriptions personnalisées et d'imprimer des badges mais encore de s'occuper de la réservation d'hôtels et d'émettre des factures tout en contrôlant des budgets. En outre, les participants ont souvent besoin de communiquer entre eux et de partager certains documents. Ce qui complique encore les choses, c'est que la coordination doit se faire entre plusieurs acteurs (organisateur, participants, prestataires de services, etc.) qui sont parfois basés dans différents pays.

C'est précisément pour faciliter toutes ces tâches que la société Artegis a créé le logiciel Regis. «Ce logiciel est en fait une plaque tournante (un hub) visant à réunir sur une plate-

forme commune toutes les personnes associées à un événement», résume Bertrand Vuaridel, directeur et fondateur d'Artegis, une Sàrl nyonnaise de cinq employés (dont deux à temps partiel) créée début 2001. Les clients de référence d'Artegis sont Aventis, MCI et HP. «A l'occasion du dernier salon Telecom, 4000 personnes ont eu recours à notre logiciel lors d'un événement organisé par HP» met en avant Bertrand Vuaridel.

Le développement de Regis a été réalisé en partie en Roumanie, même si l'offshoring n'est pas évident pour une petite structure. Bertrand Vuaridel explique: «Nous avons bénéficié de contacts développés dans le cadre de nos relations avec HP.» L'application Regis est hébergée sur les serveurs d'Artegis. L'accès se fait à travers n'importe quel navigateur Web. Ce mode de distribution est appelé ASP en jargon informatique, ce qui veut dire Application Service Provider (en français, fournisseur d'applications hébergées).

Son but est de simplifier la tâche des clients et de leur garantir l'accès à la version la plus récente du logiciel. Les clients de Regis ne paient pas de prix d'entrée mais une somme par enregistrement qui varie entre 80

4000 personnes ont eu recours au logiciel Regis à l'occasion du dernier salon Telecom.



Photos: DR

centimes pour un service minimum (émission de badge) et 14 francs pour un service complet.

Un des défis les plus importants d'Artegis est de convaincre de nouveaux clients, notamment parce que l'ASP n'est pas encore complètement rentré dans les mœurs. «Pour utiliser confortablement Regis, une bande passante de 500 kbps est tout à fait suffisante pour une petite société cliente!» Artegis dispose d'un vendeur à 80% qui couvre la Suisse romande et qui multiplie les publispots électroniques ciblés, les

coups de téléphones et les visites aux clients potentiels. De plus, Artegis a aussi retenu les services de quelques vendeurs basés en Angleterre et rémunérés à la commission.

Artegis n'est de loin pas la seule société à convoiter le marché des logiciels pour l'organisation d'événements. On ne dénombre pas moins de 24 entreprises actives sur ce créneau (voir encadré) en consultant l'annuaire de Yahoo.com.

Bertrand Vuaridel sait qu'il a la tâche rude. Il met en avant que certains de ses concurrents disposent de moyens financiers

LES CONCURRENTS LES PLUS CONNUS

- ◆ Cvent (www.cvent.com),
- ◆ a2z (www.a2zshow.com),
- ◆ Dean Evans & Associates (www.dea.com),
- ◆ Passkey (www.passkey.com)
- ◆ Ungerboeck Systems (www.ungerboeck.com).

considérables. «Lors d'un récent tour de table, Cvent a même levé 20 millions de dollars.» En effet, des grands noms du capital-risque américain ont misé sur cette jeune pousse. Parmi les investisseurs, on trouve même une vingtaine de chefs d'entreprises cotées en Bourse, comme Steve Case (AOL), Al Berkeley (Nasdaq) ou encore Marc Andreessen (fondateur de Netscape). «Dès le départ, Artegis a toujours été complètement autofinancé. Plus précisément, notre client Aventis a financé notre première année d'existence.» Selon le registre du commerce, le capital libéré d'Artegis s'élève à 20 000 francs.



«Nous avons eu la chance d'être financé au début par un client.»

BERTRAND VUARIDEL
Artegis

«Par la suite, en 2003, nous avons tenté de lever 2 millions de francs auprès de capitaux-risqueurs. Mais cela prend du temps de les démarcher. En outre, le monde du capital-risque est devenu complètement frileux quant aux projets Internet et nos efforts n'ont pas été fructueux.»

Comment Artegis se projette-t-elle dans l'avenir? Faut-il s'al-

lier, d'une manière ou d'une autre, avec des grands organisateurs d'événements ou des éditeurs de logiciel connus? Cvent a par exemple scellé des accords de partenariat avec une dizaine d'organisations actives notamment dans l'organisation d'événements. De telles alliances permettraient de dynamiser les ventes, voire d'obtenir du financement.

Bertrand Vuaridel a néanmoins une vue plus interne: «A ce jour, notre stratégie consiste à nous développer au sein de nos clients existants, notamment HP. De plus, on essaie bien sûr de séduire un maximum de sociétés locales. Les gens ont encore peur de l'ASP mais ces craintes devraient être réduites grâce à la forte croissance des bandes passantes.» Un autre axe de développement d'Artegis consiste à inclure dans son système la vente de billets d'avion en ligne et grâce à des partenariats. «Mais cela n'est pas si simple, car nos partenaires potentiels exigent de nous la vente de 10 000 billets dès la première année!» **PME**