

SeeZam, ouvre-toi !

Le coffre-fort électronique, récompensé au parcours de plan d'affaires 1,2,3,GO, vient de lancer son site Web

En cas d'accident, qu'advient-il de mes économies ou de mes documents confidentiels ? Qui est au courant de l'existence de mes comptes en banque, de mon assurance-vie, de mon groupe sanguin ou du fait que je sois donneur d'organes ? La société SeeZam propose une solution pour ce genre de situations : son coffre-fort électronique disposant des fonctionnalités d'un réseau social. Lauréat de l'édition 2008-2009 du parcours de plan d'affaires 1,2,3,GO, cette start-up a développé un outil efficace et innovant pour centraliser des informations personnelles et pour les notifier aux proches et familles en cas d'urgence. Le site Web a été lancé début avril 2010. Entretien avec Pierre Van Wambeke, CEO de SeeZam.

Pouvez-vous nous expliquer en quelques mots en quoi consiste votre projet ?

SeeZam offre un service de coffre-fort électronique avec les fonctionnalités d'un réseau social et permet de centraliser des informations personnelles et confidentielles. Quand le pire survient, c'est la solution Internet sécurisée qui permet à vos proches de trouver vos instructions, sans se lancer dans une chasse aux documents ou deviner vos dernières volontés.

Sur www.SeeZam.com, les Internautes peuvent choisir entre trois types d'abonnements selon le degré de protection de données : le compte gratuit pour partager des données dans la sphère publique, ce sont des informations qui seront visibles par tout le monde (le groupe sanguin, l'assureur ou le nom du médecin traitant...); le compte Premium, qui offre un accès restreint à des personnes désignées au préalable – c'est ce que nous appelons la sphère confidentielle ; et la protection la plus forte est

assurée par le compte Optimum où l'information est uniquement accessible à deux personnes de confiance si vous décédez – c'est la sphère secrète. De plus, un système de « clé partagée » donne l'option de rendre les données uniquement accessibles si les deux personnes de confiance sont réunies.

C'est un sujet complexe et sensible. Comment communiquez-vous là-dessus ?

Pour surmonter cette difficulté, nous avons eu recours à des dessins animés. En effet, sur la page d'accueil de notre site, il y a trois dessins animés qui expliquent le concept. Nous avons travaillé avec des enfants pour les développer car si c'est compris par des enfants, ça l'est par tout le monde !

A côté de la campagne marketing, nous avons aussi prévu un clip viral qui a été tourné en collaboration avec la société Audio Visual Works. C'est un clip humoristique, un peu décalé sans l'être trop vu



Pierre Van Wambeke, CEO de SeeZam.

“ Mon produit vit du long terme et doit refléter deux images : celle de la sécurité et de la durée. Ces deux éléments sont les gros challenges de ma démarche et le consommateur ne doit pas avoir de doute sur ces aspects ”

que l'on parle d'un sujet sérieux. Nous espérons que ce clip va faire son chemin sur YouTube (NDLR : le clip parodie la célèbre publicité de Nespresso où Georges Clooney sort d'un magasin et un piano lui tombe sur la tête, et propose une suite : « Georges Clooney » se présente à nouveau au paradis avec une machine Nespresso mais ils n'en ont plus besoin et Saint-Pierre le refuse. La prochaine personne lui propose de l'argent mais est refusée également. Le suivant dans la file a une carte SeeZam : lorsqu'il la présente, il est accepté au paradis.)

D'après ce que vous dites, la sécurité des données est un aspect primordial de votre produit. Comment l'assurez-vous ?

Nous avons travaillé avec la société américaine Entrust pour notre système d'authentification forte. Une TAN carte (une grille en réalité) et un Token, comme sur le *online banking*, garantissent une identification sécurisée. Nous utilisons un cryptage à très haut niveau puisque personne d'autre que le propriétaire du compte et les personnes qu'il a désignées n'a accès au contenu. Quand je dis personne, c'est y compris l'administrateur... ce qui ennuie pas mal de monde ! Si la Sûreté de l'Etat venait à exiger des informations, je pourrais uniquement leur fournir du contenu crypté.

Avez-vous des concurrents ?

Entre le moment où j'ai imaginé mon business plan et maintenant, le site e-coffrefort a démarré en France, partant d'une approche B2C et moins orientée vers le partage

d'information. Ils n'ont pas intégré l'authentification forte et leur cryptage n'empêche visiblement pas l'administrateur du site de consulter vos documents, mais profitent d'une norme AFNOR et d'une loi nationale pour l'archivage électronique pour laquelle il n'y a pas encore d'équivalent au Luxembourg. Ils ont dépassé les 200.000 membres, ce qui est assez considérable. Cela montre qu'il y a un intérêt grandissant et un engouement de la part du public. De plus, il n'y a pas longtemps qu'une publicité Air France est passée dans la presse, annonçant le lancement d'une solution de coffre-fort numérique appelé Allianz Protect, en collaboration avec l'assureur Allianz. Il s'agit aussi d'un coffre-fort virtuel, mais ici, le niveau de sécurité n'est pas le même et les coûts annoncés par Air France sont beaucoup plus élevés. Je viens donc avec un produit très compétitif. Rien ne m'empêche de rencontrer des entreprises concurrentes des mêmes secteurs pour leur proposer une solution qui offre d'autres avantages tout en étant moins onéreuse.

Quel développement avez-vous prévu à moyen et long terme ?

Je voudrais proposer SeeZam à un moment ou un autre au secteur bancaire luxembourgeois et aux assurances. J'ai déjà un certain nombre de contacts B2B que je compte aller voir quand le produit sera finalisé à 100 %.

Lors d'un décès, peu de gens savent si la personne concernée avait des comptes en banque à l'étranger. Le notaire va faire le tour des banques dans le pays de résidence mais pas ailleurs. Ces

comptes à l'étranger deviennent alors des comptes dormants. Rien que pour la Belgique – j'ai eu des chiffres –, il y a 200.000 comptes dormants. L'argent y reste ad vitam æternam.

Que vous a apporté la participation au parcours 1,2,3,GO ? A quel stade étiez-vous dans la création de votre entreprise quand vous vous êtes inscrit ?

C'était un peu une surprise que d'être lauréat 1,2,3,GO car j'avais compris que la date de remise du plan d'affaires chez 1,2,3,GO était au mois de septembre. On était au mois de mai 2009 et j'étais inscrit au concours CYEL de la Jeune Chambre Economique où Frédérique Gueth (la manager d'1,2,3,GO) était dans le jury. Après ma présentation, elle est venue me voir, me demandant pourquoi je n'étais pas passé par 1,2,3,GO. Quand j'ai compris qu'il me restait deux semaines pour rendre le plan d'affaires, je me suis inscrit directement. Heureusement, j'avais déjà tout : un business plan très développé pour lequel j'avais utilisé la méthode PricewaterhouseCoopers. J'ai demandé à Luc Henzig (PwC) s'il voulait bien être mon coach. Le coaching m'a permis de transcrire le business plan en français – il était initialement rédigé en anglais – et d'en restructurer le contenu.

Le cachet 1,2,3,GO m'a ensuite servi comme déclencheur chez les investisseurs : quand on est à 95 % dans une discussion avec un investisseur et qu'on lui dit que le projet a été récompensé par 1,2,3,GO, cela ajoute de la crédibilité !

Deux semaines après avoir été désigné lauréat 1,2,3,GO, j'ai eu

la possibilité d'avoir une entrevue au ministère de l'Economie, chose que j'espérais depuis longtemps. Je ne sais pas si ma participation à 1,2,3,GO a joué, mais je pense bien que cela m'a ouvert certaines portes. J'en ai profité pour introduire une demande de subsides dans le cadre de la nouvelle loi sur l'innovation. Des subventions de ce type confirmeraient l'inscription du projet dans la longévité et lui donneraient encore plus de crédibilité.

Mon produit vit du long terme et doit refléter deux images : celle de la sécurité et de la durée. Ces deux éléments sont les gros challenges de ma démarche et le consommateur ne doit pas avoir de doute sur ces aspects. Notre solution va faire ses preuves dans le temps, maintenant que la vision a fait place à la réalité !

www.123go-networking.org