

CALL4SPORT

« DONNER UNE COULEUR DIFFÉRENTE AU SPORT LIVE »

Faire commenter des matchs amateurs ou semi-pros en direct sur une plateforme dédiée, c'est l'idée de départ. À l'usage, les contenus ainsi produits sont devenus des arguments de poids pour nourrir la passion et offrir une visibilité supplémentaire aux partenaires.



FONDATEURS

Quel est votre parcours professionnel ?

Nicolas : À la sortie de l'EM Lyon, en 1989, j'ai débuté ma carrière à Bruxelles comme commercial dans la Distribution et le Service Informatique. J'y ai été agent commercial avec ma propre société. Rentré en France après 8 ans, j'ai continué ma carrière dans l'Externalisation et le Financement informatique, pour créer en 2006 avec deux associés un Intégrateur Télécom, qui s'est adossé à un Opérateur en 2015. Depuis 2016, Call4sport est en fait ma 4^e création d'entreprise.

Xavier : J'ai passé 5 ans comme responsable Marketing dans les télécoms, au sein d'une société créée par... Nicolas. Puis, j'ai rejoint un groupe japonais où j'ai évolué comme Business Manager pendant 2 ans. Dans les deux cas, c'était du service innovant avec un statut d'outsider... et c'est ce qui me plaît ! Leicester champion en Premier League, c'était plus marquant que le dernier titre de Chelsea, non ? Et la suite,

c'est un appel de Nicolas... et le démarrage de l'aventure Call4sport.

Vincent : Un parcours professionnel initié en Société de services avec de nombreux projets web dans le monde du sport, dont une passionnante réalisation du système de contrôle d'accès au Stade de l'Olympique Lyonnais. Après un passage comme responsable projet chez l'éditeur de logiciels Fiducial, j'ai décidé en 2016 de rejoindre l'aventure Call4sport comme associé.

Comment vous est venue l'idée de création de la société ?

Nicolas : L'un de mes jeunes cousins a toujours rêvé d'être journaliste radio sur des matchs de football. Étant dans les télécoms, j'ai pensé adapter les fonctionnalités de Pont de Conférence pour permettre de couvrir simplement, avec son téléphone, des matchs d'amateurs. J'ai appelé Xavier et Vincent, que je connaissais, pour leur proposer de construire notre entreprise à partir de cela (mon cousin nous a d'ailleurs accompagnés au début).

CALL4SPORT

« Renforcer le monde amateur »

Décrivez-nous votre concept !

Call4sport est une plateforme web 100% Live qui aide les clubs sportifs à communiquer en digital pour séduire leurs futurs talents et sponsors et fédérer leur communauté. Les clubs et leurs fans partagent et commentent leurs événements en Live : matchs, tournois, compétitions. À travers l'émotion du direct et l'ancrage local des événements, souvent amateurs, on crée un lien de confiance entre le club, ses sympathisants et ses partenaires - sponsors et mécènes.

Quels sont vos objectifs ?

On veut donner une couleur différente au sport Live, plus représentative de sa pluralité. On veut renforcer le monde sportif amateur et semi-pro en aidant les clubs à saisir la formidable opportunité offerte par le digital. Et enfin, on veut redessiner le sponsoring sportif de proximité qui souffre un peu en ce moment, en donnant les outils aux clubs et aux commerces locaux pour parvenir à une situation gagnant-gagnant. Tout ça à l'échelle européenne.

SOCIÉTÉ

Quelle est la date de création ?

5 septembre 2016.

Qui sont les actionnaires aujourd'hui ?

Les 3 associés du départ, et 9 business-angels qui nous ont rejoints pour notre premier tour de table, en juin dernier.

VITE DIT

Nom de l'entreprise

CALL4SPORT

Dirigeants (et fonctions)

Nicolas DAVY, 50 ans, PDG
Vincent DEPEYRE, 41 ans, CTO
Xavier GOUNON, 31 ans, CMO

Base-Line

Le sport puissance Live

Un modèle d'entrepreneur ?

Christian BOIRON. Pour sa capacité à fédérer, faire confiance et responsabiliser à tous les échelons de l'entreprise.

Un modèle d'entreprise ?

Decathlon, pour sa capacité à innover sans cesse en mettant le client au cœur de tout. Et parce qu'ils sont proches du sport amateur et véhiculent des valeurs que nous partageons.

Un livre de chevet ?

« Le cycle des Robots » d'Isaac Asimov, pour ne pas oublier le rôle de l'être humain !

« Si je pouvais... » ?

On empêcherait un certain Schumacher de jouer une certaine demi-finale ...

Prochaine bouteille de champagne ?

L'atteinte des 100 000 vues / mois sur nos Lives !

Le 1000^e Live réalisé. Cela devrait tomber vers octobre ...

Qui serait votre prochain allié idéal ?

La Fédération Française de Football, puisque c'est elle qui fédère le plus d'acteurs et, d'une manière générale, toutes les Fédérations sportives : on amène un outil très utile pour tous leurs Clubs !

« À moyen terme : dépasser nos frontières ! »



Qui vous a aidés ?

Nous avons participé au programme Lyon Start-up au 2^e trimestre 2016, qui nous a bien aidés à décanter et qu'on recommande pour la bienveillance et le foisonnement. Nous sommes labellisés NOVACITE, un programme lyonnais qui nous donne un accompagnement très intéressant sur 2017 et 2018. Passionnant, très concret et utile, en même temps qu'un label d'Excellence qui compte pour nous. Enfin, nous avons bénéficié en juillet d'une subvention de la BPI pour le développement de l'innovation.

Quels sont vos effectifs ?

Nous sommes 6 en ce moment ! Outre les 3 associés, nous avons eu plusieurs stagiaires depuis notre début et l'un d'eux intègre notre structure. Et nous cherchons actuellement un Full Stack Designer qui nous rejoindra dans les prochaines semaines. Par ailleurs, nous nous sommes appuyés sur 3 sociétés expertes dans leurs domaines : Prestaconcept, SSII Lyonnaise, pour notre architecture et notre environnement de développement, GenIP Solutions, société rennaise pour la Webradio en temps réel et Louis Zero, Agence parisienne pour l'UX.

Quel est votre modèle économique ?

Chaque Live est une potentielle source de revenus pour les clubs, quand un commerce de proximité paie pour être mis en avant sur le Live. Nous permettons également aux clubs de collecter des dons sous forme de crowdfunding, pour des projets qu'ils souhaitent valoriser. Dans les deux cas, Call4sport prend une commission sur la transaction qui est faite entre le club et son sponsor -ou mécène - via la plateforme.

Vos objectifs à court et moyen terme ?

À court terme : dépasser les 250 clubs utilisateurs récurrents, amener le plus de sponsors possible sur nos Lives. À moyen terme : dépasser nos frontières ! C'est bien engagé, nous avons eu le week-end dernier notre premier Live Européen par un club... belge !

PRODUIT

À quel besoin répond votre produit ?

En donnant le pouvoir aux clubs et à leurs fans de partager leurs événements en Live, on adresse la frustration des amateurs de sports peu médiatisés (sport amateur, universitaire, féminin, sports « minoritaires »). L'autre besoin majeur auquel nous répondons est celui qu'ont les clubs de trouver et fidéliser des sponsors locaux. C'est une clé pour leur développement (parfois leur survie) et ils n'ont majoritairement pas les ressources pour se valoriser efficacement. Avec Call4sport, ils utilisent le

Live pour associer leurs sponsors à des émotions fortes et auprès d'une audience ancrée localement. Et à la grande différence des supports de bord de terrain, ils ont des chiffres de visibilité et de performance à communiquer à leurs sponsors !

« Associer leurs sponsors à des émotions fortes »

En quoi est-il différent ? Innovant ?

Dans notre capacité à « professionnaliser » progressivement la communication digitale des clubs amateurs. C'est un mélange savant entre de l'accompagnement humain - que les clubs ne trouvent pas auprès des réseaux sociaux majeurs - et de la simplification des étapes de « user generated content » pour faciliter la vie des clubs. On n'a pas encore la recette parfaite mais on avance !

Quelle est votre stratégie ?

Notre promotion est faite par les clubs qui relient leurs Lives auprès de leur communauté de fans. Nous bénéficions aussi de l'audience de certains médias sportifs régionaux ou nationaux qui diffusent nos Lives sur leur site web. Notre image, ce sont nos utilisateurs qui la font vivre chaque semaine en faisant vibrer en Live des événements remplis d'émotion !

Quels types de partenariats imaginez-vous avec le monde sportif ?

Outre un partenariat structurant avec Decathlon Pro, nous avons noué des relations fortes avec la Ligue de rugby du Lyonnais qui promeut notre solution auprès de ses clubs. On souhaite dupliquer ce type de partenariat auprès d'un maximum de fédérations ou comités sportifs. On travaille également beaucoup avec des médias sportifs spécialisés - régionaux ou nationaux - qui boostent leur audience grâce au Live. On en profite pour lancer un appel à tous ceux et celles qui souhaitent promouvoir leur sport ou catégorie en défiant de médiatisation : contactez-nous !

Qui sont vos concurrents ?

L'approche des Clubs les conduit souvent à nous opposer à Facebook et Twitter : ils réalisent après usage qu'on est en réalité très complémentaires ! Un outil très utilisé par les médias, c'est Cover It Live. Et une start-up française qui a commencé en 2013, Score n'co, propose également un produit de remontée d'informations durant les Lives.