La start-up Faveo, spécialiste du big data web et social, lève 2,2 millions

MERCREDI, 31.01.2018

La société a été lancée en 2012, pour répondre à la problématique de l'infobésité. Elle vise désormais une expansion à l'étranger.

Leila Ueberschlag

Analyser les données présentes sur les réseaux sociaux, et le web de manière générale, dans le but de transformer le big data en smart data, c'est la mission de Faveo. Créée en 2012 à Genève, la jeune entreprise vient de boucler une levée de fonds de 2,2 millions. Parmi les investisseurs se trouvent 4FO (fonds d'investissement destiné au financement des start-up suisses romandes) ainsi que le SBA (Sophia Business Angels), un groupe de business angels de Sophia Antipolis en France ou encore le Galata Business Angels d'Istanbul (investisseurs historiques).

Croissance à l'international

«Cette rentrée d'argent va nous permettre de continuer et d'accélérer la croissance à l'international, notamment en France, en Allemagne et aux États-Unis», se réjouit Alexis Dufresne, CEO et cofondateur. «Notre but est d'industrialiser l'accès aux marchés, d'ouvrir des bureaux et d'embaucher des équipes commerciales», ajoute-t-il. Faveo, qui emploie actuellement quatre collaborateurs, avait bouclé une première levée de fonds de 800.000 francs en 2014, qui lui avait permis de financer les phases initiales de développement de son produit et de prouver l'attrait du marché pour sa solution. «Grâce à cette récente rentrée d'argent, nous allons renforcer l'industrialisation de nos activités dans l'optique d'organiser rapidement une série B de financement.»

La technologie de base de Faveo est l'utilisation de l'intelligence artificielle appliquée à l'analyse de texte. «La compréhension de texte est notre ADN, à la manière d'une plateforme de veille qui monitorise ce qui est partagé sur les réseaux sociaux», explique Alexis Dufresne. «Nous avons décidé d'adopter une approche qualitative, contrairement à la plupart des plateformes de veilles existantes qui sont quantitatives», détaille-t-il. «Avec comme promesse de faire remonter uniquement des contenus de confiance, les plus importants et intéressants, liés à des thématiques spécifiques.» Selon ce sociologue de formation, le problème des plateformes qui utilisent des critères quantitatifs seulement réside dans l'énorme quantité des contenus qui sont ainsi sélectionnés. «Le risque est de

tomber dans une telle surabondance d'information que la veille n'aura, au finale, servi à rien. Bien souvent, une deuxième sélection, manuelle, va devoir ensuite être effectuée.»

Une réponse au problème des fake news?

La jeune société compte aujourd'hui une vingtaine de clients, majoritairement en Suisse. «Plus du 50% sont des organisations internationales, à l'instar des Nations Unies ou encore du Comité international de la Croix-Rouge», souligne le CEO. «De manière générale, de plus en plus de personnes prennent conscience de l'importance des outils que nous développons. Notre approche, qui mise sur la qualité, nous a beaucoup servi, notamment lors des récents scandales liés aux fake news», commente-t-il.

La position prise par Faveo est également un moyen de se démarquer de la concurrence. «Il y a des centaines d'entreprises qui font de la veille quantitative, mais beaucoup moins qui se concentrent sur le côté qualitatif», confie Alexis Dufresne. «La société Sprinklr, qui est un des leaders, dans le domaine vient de lever environ 120 millions. Face à de tels géants, il fallait réussir à se différencier.»

Pas toujours facile de faire face depuis la Suisse aux entreprises étrangères. «Les business angels ont tendance à se comporter comme des VCs et exigent que les start-up soient déjà en forte croissance, proches du seuil de rentabilité», déplore-t-il.

Le capital-risque manque

Pour lui, si de nombreux programmes institutionnels existent (à l'instar de la Fondation d'aide aux entreprises du canton de Genève et la Fondation pour l'innovation technologique du canton de Vaud) et apportent un soutien précieux aux entrepreneurs, les investisseurs, eux, restent frileux et demandent aux start-up d'avoir des profils économiques beaucoup plus solides que ceux des jeunes pousses américaines qui ont récolté trois fois plus de fonds. «Si on veut être la Start-up Nation dont tout le monde parle, il faut mettre beaucoup plus de capital», affirme-t-il. «On entend souvent que si le capital manque, c'est à cause de la qualité insuffisante des projets. Je crois, au contraire, que lorsque suffisamment de capital sera disponible, les bons projets vont essaimer. Les grosses têtes vont sortir de chez Nestlé et se lancer dans l'entrepreneuriat.»