

Speechi remet son titre en jeu

► Propos recueillis par Amandine PINOT

Arrivée en tête en 2009, Speechi tente de nouveau sa chance cette année. Son activité : développer et intégrer l'utilisation d'un tableau interactif, il est possible d'interagir en projetant sur un mur le contenu d'une présentation sur laquelle on peut anoter, souligner...

La Gazette. Vous êtes l'heureux gagnant du Palmarès Nord/Nord-Est 2009 !

Thierry Klein, directeur. Je connaissais déjà le prix car l'une des sociétés américaines avec laquelle on travaille l'avait remporté aux Etats-Unis. Les critères pour s'inscrire sont simples, d'où notre participation. Avec 865,98% de taux de croissance sur 2004-2008, on ne pensait pas être sélectionné

car certaines start-up peuvent atteindre 1 500% ! La crise est passée par là. Les chiffres étaient forcément plus bas pour tous.

Que vous a apporté le prix Deloitte ?

De la notoriété, une couverture médiatique et de la reconnaissance. Quand on gagne en notoriété, cela facilite beaucoup d'achats de la part des investis-

seurs, notamment institutionnels. Nous avons d'ailleurs gagné davantage d'appels d'offres, une partie est forcément liée au prix Deloitte.

Comment expliquez-vous ce taux de croissance ?

Speechi a été créée en 2004. Cette année-là, nous développons encore notre logiciel. Nos premières ventes remontent à mars 2004. C'est une croissance forte mais on est parti de peu ! On est sur un marché en croissance – les nouvelles technologies pour améliorer l'éducation –, et sur une niche – la mobilité. Je pense que nous sommes les seuls en France, et peut-être même en Europe, à être positionné sur le nomadisme. C'est très utile



D. E.

d'avoir des outils que l'on peut emmener avec soi. Une autre explication est d'ordre financière : chez Speechi, tout est autofinancé donc les choix vont vite, inutile d'aller voir une banque ou un investisseur. Ça permet de soutenir le rythme de développement. ■