

## 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. ■