

COCOLYZE, UNE SUCCESS-STORY MONDIALE

Cocolyze, entreprise de référencement naturel basée à Aulnoy-Lez-Valenciennes – après une incubation à la Serre numérique –, cartonne aux quatre coins du monde. Rencontre avec l'Audomarois qui a fondé cette startup à 22 ans, Tennessee Veldeman.

Marine **TESSE**



Tennessee Veldeman a fondé Cocolyze en 2015, à seulement 22 ans.

Des dizaines de milliers de clients dans plus de cent pays – jusqu'au Groenland ! –, une entreprise 100% indépendante, un outil comme alternative unique en son genre parce qu'elle fait du SEO un jeu d'enfant... la startup Cocolyze est devenue en neuf ans une incontournable de ce secteur d'activité. Entretien avec son dirigeant, Tennessee Veldeman. Celui-ci, pur autodidacte fondu d'informatique, a fondé l'entreprise à seulement 22 ans.

La Gazette Nord-Pas-de-Calais : quelle est l'histoire de Cocolyze ?

Tennessee Veldeman : L'histoire remonte à 2015. J'ai conçu un système qui permet d'analyser un site internet pour son référencement, comme pour le contrôle technique d'une automobile. L'outil va vous dire tout ce qui va et ce qui ne va pas dans votre site web pour que vous puissiez aller le corriger, dans le but de gagner des places sur le référencement Google.

Je l'avais développé d'abord pour moi – mon activité était alors de créer des sites internet – et mis en ligne gratuitement, un peu naïvement



RICHOU Investissement, le spécialiste de l'immobilier neuf !

Découvrez avec RICHOU Investissement le meilleur de l'immobilier neuf pour habiter ou investir. Profitez d'un accompagnement personnalisé, sans surcoût, et des avantages fiscaux du statut LMNP pour un projet immobilier qui vous ressemble.

Centre REGUS - 1, Place de la Gare - 59000 LILLE
06 98 800 835 • sc@richou-investissement.com

Carte N° : CPI 5906 2015 000 001 733
Police assurance MMA N°114240087 Adhérent 228428



et j'ai vite été contacté par beaucoup d'entreprises qui m'ont demandé : «*Mais pourquoi c'est gratuit ?*» ! J'ai reçu des propositions de dons, de la part d'Anglo-saxons surtout.

Face à la demande, j'ai créé l'entreprise. Elle a rapidement démarré à l'international, ça a été une grosse surprise. Le premier client était américain, le deuxième australien, le troisième breton... Voilà comment l'aventure a commencé.

Pourquoi vous êtes-vous installé à Valenciennes ?

Je ne connaissais pas Valenciennes du tout, je suis venu parce que la Serre numérique venait d'être créée, j'ai passé le concours et je l'ai eu. Et finalement, il était plus simple de recruter des profils sur place plutôt qu'à Lille, qui était très saturée. Mes clients étant partout dans le monde – nous réalisons 70% de notre chiffre d'affaires à l'international, dans plus de 100 pays, on a même un client au Groenland ! –, que je sois à Dijon, Valenciennes ou Maubeuge, cela n'a aucune répercussion car je n'ai pas de clients en local. C'était avant tout l'infrastructure qui était intéressante.

Pouvez-vous présenter votre logiciel ?

L'entreprise va se connecter sur l'outil, renseigner son site internet et le logiciel va lui indiquer tous les mots-clés de son site, s'il est en train de monter ou descendre dans Google, et, s'il doit le faire, corriger ses pages avec les bons mots. Cela peut être par exemple pour améliorer des contenus.

Mais aussi, cela lui permet d'obtenir des informations sur ses concurrents, les identifier et savoir quels sont les mots-clés qu'ils utilisent. Par exemple, il va vous dire qu'ils ont en moyenne 6 000 mots-clés dans leurs pages quand vous n'en avez que 4 000, on va alors vous conseiller d'étoffer un peu. L'outil s'adapte entièrement au client, dans toutes les langues, de la boulangerie à l'une des plus grandes banques mondiales en passant par des ministères.

Ensuite, il y a un support à la demande, nous répondons aux questions de nos clients s'ils rencontrent des interrogations. Le produit va servir de plus en plus aux entreprises en direct. Auparavant, on travaillait aussi bien pour des agences de communication que pour le chef d'entreprise ou le commerçant. Ces derniers représentent désormais davantage notre cible. Parmi eux, il y a des profils développeurs, techniques, rédacteurs ou marketeurs.

En quoi vous distinguez-vous de vos concurrents ?

Nous avons beaucoup de concurrents qui font des logiciels de traitement de données. Pour notre part, nous avons mis énormément d'efforts sur la simplification des rapports. Nous disons souvent que nos concurrents sont un peu des usines à gaz. Nos logiciels sont plus simples à prendre en main, sans être pour autant être moins complets. Il est très difficile de faire simple !

On ne fait pas de formations, le logiciel parle de lui-même. Ce qui fait que nous réduisons par ailleurs énormément nos coûts et que l'on arrive à travailler en petite équipe : nous sommes dix. En bref, en travaillant les interfaces, en donnant du sens au business, nous arrivons à ce que les clients, même débutants, arrivent à utiliser tout cela très facilement.

L'intelligence artificielle, est-ce quelque chose que vous utilisez ?

Tous les concurrents s'y sont mis et pour ma part, j'ai refusé de le faire. On est parmi les seuls à ne pas avoir franchi le pas. On fait de l'IA, mais pas à vocation de génération de textes de type ChatGPT. Ma conviction, c'est que cela va tuer à terme le métier. On est en train de découvrir ces outils-là, demain ils vont rédiger le contenu à notre place, après-demain ils vont faire encore d'autres choses.

Ce qui fait la différence, c'est la création de valeur. Nos outils d'IA sont juste là pour vous aider à faire plus facilement, mais je ne crois dans l'IA générative de contenus pour le moment.

Quelle est votre stratégie pour les années à venir ?

On continue à faire évoluer notre produit parce que le marché lui-même évolue énormément. Il y a cinq ans, quand vous vouliez faire du référencement, vous passiez par un professionnel ou un expert. Or aujourd'hui ce sont des jeunes sortis d'école ou de formations SEO, qui n'existaient pas à l'époque.

Le métier ne change pas mais on ne le fait plus avec les mêmes personnes, ce qui fait que l'on doit adapter les interfaces, le produit, le fonctionnement pour une nouvelle cible, finalement. Cela va être le premier gros challenge. Le deuxième, ça va être effectivement l'IA, qui bouleverse le métier. Il faudra que l'on s'adapte.

DEALINKA, LA SOLUTION RESPONSABLE

Lancée en janvier 2023, cette start-up basée sur le parc des Rives Créatives à Anzin, près de Valenciennes, aide les entreprises à reconditionner leurs invendus non alimentaires, et s'appuie sur un réseau de 2 000 associations en France et en Europe. En un an, Dealinka a déjà sauvé plus de 10 millions d'euros de marchandises.

J.-B. ALLOUARD

Alexis Raspilair et Ramil Alvarez ont respectivement 27 et 28 ans. Au début de l'année dernière, ces deux amis d'enfance ont imaginé Dealinka, une start-up spécialisée dans la prestation de service, qui, comme l'explique le premier nommé, «valorise les stocks

dormants des entreprises» en les reconditionnant. Comprenez ici les invendus non alimentaires, textile, hi-fi, électro-ménager, quincaillerie, produits d'hygiène, etc. Ces stocks sont ensuite redistribués à des associations fléchées par Dealinka, selon les



**FRANCE
ENVIRONNEMENT**
VOS AMÉNAGEMENTS NATURELS ET URBAINS



40 chemin Bruilles
59278 Escoutpont
03.28.16.04.04

www.franceenvironnement.eu
www.parnature.franceenvironnement.eu



| Ramil Alvarez et Alexis Raspilair, les fondateurs de Dealinka.

besoins de celles-ci bien évidemment. «Avec la loi Agec rentrée en vigueur le 1er janvier 2022 – qui stipule qu'il est désormais interdit de jeter également les invendus non alimentaires –, on s'est dit qu'il y avait quelque chose à faire, raconte Alexis Raspilair. Dans nos jobs étudiants, Ramil et moi avons été confrontés au gaspillage. Moi je vidais de l'eau de Javel sur des produits alimentaires, tandis que Ramil mettait des coups de cutter sur des baskets pour ne pas qu'elles soient récupérées dans les bennes. Forcément, ça nous a impactés».

UNE CENTAINE D'ENTREPRISES ENGAGÉES

Devant le succès rencontré, cet ancien responsable contrat d'affaire chez Alstom pour

Alexis, et cet ex-ingénieur chez Vallourec pour Ramil, ont embauché 18 salariés dès la première année d'existence, alors que 70 postes devraient être ouverts dès la rentrée de septembre, essentiellement des commerciaux BtoB. «Ce gaspillage non alimentaire est certes moins connu, mais tout aussi important, revendique Ramil Alvarez. Le volume représente en général 4,2 milliards d'euros chaque année en France. Parmi ces invendus, on a 630 millions d'euros qui sont détruits, ce qui est énorme.»

Aujourd'hui, une centaine d'entreprises réparties sur le territoire français et européen, a déjà fait confiance à Dealinka. «Elles nous contactent ou nous les contactons, et on leur propose une solution clé en main, de l'enlèvement à la livraison, présentent les deux entrepreneurs nordistes. Notre valeur ajoutée, c'est une promesse, celle de tout écouler en moins de 48 heures. On respecte nos délais et il y a une traçabilité sur leurs produits.»

Début avril, Dealinka a affrété plus de 20 semi-remorques remplis de matériaux d'aménagements extérieurs (un ensemble de 500 références en provenance d'une entreprise du Sud-Ouest) à destination de l'Ukraine pour la reconstruction d'orphelins. «On arrive toujours à faire matcher les invendus avec un projet, et nos clients sont ravis, insiste Alexis Raspilair ! En plus, ça libère de l'espace de stockage, et ils peuvent se concentrer sur leur cœur de métier.»

À l'arrivée, 100% de leurs clients continuent à leur faire confiance, et poursuivent leur collaboration. Sur chaque contrat négocié, les deux associés facturent une commission de 20% liée à la valeur d'achat des produits. Les entreprises qui rentrent dans la boucle, elles, bénéficient en retour d'une réduction fiscale de 60% sur la valeur de la marchandise.

BABAOO, OU LA NEURO-ÉDUCATION EN S'AMUSANT

Installée à la Serre numérique à Anzin, la startup a imaginé un jeu vidéo permettant aux enfants de 7 à 11 ans de découvrir les fonctions exécutives, ces super-pouvoirs de leur cerveau grâce auxquels ils peuvent apprendre, et surtout... Apprendre à apprendre ! Rencontre avec Anne-Sophie Dulong, cofondatrice.

Marine **TESSE**

Ne vous fiez pas aux apparences ! Derrière l'application pour tablettes ultra ludique Babaoose cache un solide comité scientifique armé de chercheurs en neurosciences et de professionnels de terrain proches des défis que doivent relever les enfants dans

leur parcours d'apprentissage (orthophonistes, enseignants). Leur objectif est - aux côtés des fondateurs Anne-Sophie Dulong et Christophe Barnoin - d'aider les enfants à comprendre comment fonctionne leur Cerveau, pour mieux l'utiliser.

TAXE D'APPRENTISSAGE Soutenez l'ISTC

A l'ISTC, l'école des Managers de la Communication, nous formons plus qu'à un métier,
nous formons à un avenir.

Nous préparons nos étudiants à devenir **les professionnels de la communication dont le monde aura toujours besoin.**

A partir du 27 mai, vous pourrez choisir d'attribuer le solde de **votre taxe d'apprentissage** à l'ISTC lors de la phase d'affectation sur la plateforme SOLTÉA.

N° UAI d'identification ISTC : **0596011N**



Pour toute information, contactez :
Amaury de Baudus
Amaury.debaudus@istc.fr
Tél. 03.59.31.50.17



SOLTÉA

Pourquoi soutenir l'ISTC ?

Le versement de la taxe d'apprentissage constitue une ressource essentielle pour le développement de notre école. Association à but non lucratif et d'intérêt général, l'ISTC consacre l'intégralité de ses ressources à son projet pédagogique et à la qualité de vie de ses étudiants.

En soutenant l'ISTC par l'attribution du solde de votre taxe d'apprentissage, vous participez :

- **A l'excellence de l'enseignement** grâce au développement de la recherche, au recrutement d'enseignants permanents et à la mise en place d'outils pédagogiques innovants.
- **Au développement structurel** de l'école avec un projet immobilier ambitieux destiné à accueillir nos étudiants dans les meilleures conditions.
- **A la reconnaissance de la meilleure Licence et du meilleur Master** en Communication et Digital des Hauts-de-France*.
- **Au projet de faire viser nos diplômes par l'Etat** et d'ouvrir de nouvelles formations.

* Classement Eclairiversal 2024



istc

IL Y A TANT
D'AVENIR(S)
DANS LA
COMMUNICATION



Anne-Sophie Dulong, cofondatrice de Babao.

La startup éponyme, incubée depuis 2020 à la Serre numérique à Anzin, soutenue entre autres par la Région, la Communauté d'agglomération de Valenciennes et BpiFrance, compte déjà pour la production de sa version bêta 25 personnes à bord et a investi grâce à ces fonds publics mais aussi des actionnaires privés près de 5 millions d'euros pour développer ce projet qui n'a pour l'heure pas d'équivalent. «Nous voulons devenir le jeu de référence pour utiliser son cerveau», explique Anne-Sophie Dulong.

«APPRENDRE À APPRENDRE»

L'idée a germé il y a une dizaine d'années dans la tête des deux diplômés de HEC. Au cœur de la réflexion, les progrès fulgurants

dans le domaine des neurosciences et leur champ des possibles encore quasiment inexploré dans la pédagogie. Dans le jeu, l'enfant évolue dans le Cerveau-Monde pour combattre l'ennemi : la Grande distraction. Via un avatar, il sera aidé de cinq alliés : les Babaoos, dont chacun est le gardien d'une Fonction Exécutive bien précise - l'Attention, le Contrôle inhibiteur, la Flexibilité, la Mémoire de travail et la Planification - et apprennent au joueur à l'utiliser.

Ainsi, en évoluant dans cet univers poétique mais scientifiquement juste, l'enfant apprend non seulement comment fonctionne son Cerveau mais est aussi amené à relever des défis via des quêtes et des mini-jeux qui stimulent ces différentes Fonctions... pour mieux les mobiliser dans la vie de tous les jours. C'est pourquoi le credo de Babao est d'aider les enfants à «apprendre à apprendre». «Grâce aux sciences cognitives, on sait désormais comment le Cerveau fonctionne et qu'il est possible d'optimiser la manière dont il apprend», plaide Anne-Sophie Dulong.

CAP SUR LES SALLES DE CLASSE

«Plus on en parle avec les enseignants, plus on réalise qu'il y a un besoin», continue-t-elle. En septembre, moment de la sortie commerciale du jeu - une dizaine d'heures en version actuellement gratuite -, démarreront ainsi des partenariats avec des classes pilotes. Une autre cible de la jeune startup - en plus du grand public bien entendu -, les professionnels de la remédiation comme les orthophonistes, psychologues et ergothérapeutes.



| L'équipe de Babao compte actuellement 25 personnes.