

inflight



Let's go to Crete



Michelle Glorieux se félicite d'un partenariat avec le plus gros réseau de librairies aux États-Unis, Barnes & Noble.

« Nous avons eu une incroyable année 2021! »

La Belgo-Américaine Michelle Glorieux, CEO de Ta-Da!, a remporté la troisième édition des Start-up Stories organisées par *Paperjam*, en devenant la Start-up de l'année. Une récompense décernée le 15 décembre et qui vient couronner une année de succès pour sa solution d'apprentissage du langage à partir de papier interactif sonore.

Interview **THIERRY LABRO** Photo **GUY WOLFF**

Michelle, commençons par le début: que fait votre start-up, hébergée au Luxembourg-City Incubator?

Nous développons des livres intelligents, des livres et, depuis peu, des dictionnaires, mais aussi d'autres supports, grâce auxquels les très jeunes enfants peuvent apprendre le langage par le son. Ils touchent le livre qui émet le son, et ça les entraîne.

On vous voit beaucoup sur les réseaux sociaux, mais assez peu dans des événements ou des concours.

Vous êtes focus sur le développement?

Je n'ai pas le temps. C'est la vie des entrepreneurs du monde des start-up. Nous avons, par exemple, ouvert une campagne sur Kickstarter (où la start-up a déjà largement dépassé son objectif initial de récolter 12.000 dollars, avec une collecte de 18.395 dollars de la part de 173 contributeurs, *nldr*). Et nous voulons lever 2 millions d'euros. En fait, le ministère de l'Économie nous apportera une subvention d'un million si nous levons un million d'euros par nous-mêmes. C'est pour un projet spécial sur lequel nous commençons tout juste à travailler.

Quel est ce projet? Peut-on en savoir un tout petit peu plus?

Nous travaillons sur l'intelligence artificielle et la reconnaissance vocale. Nous avons déjà des prototypes qui fonctionnent très, très bien.

À quoi cela va-t-il servir, pour vos dictionnaires audio, riches de 1.000 mots, déclinés en 23 voix différentes?

Cela amènera un autre moyen d'accéder à la joie de se lancer dans l'aventure du langage

et de la culture sans écran. Et, ce qui nous excite encore bien davantage, c'est la possibilité d'avoir un outil de reporting beaucoup plus évolué dans le cadre de l'apprentissage. Prenez le dictionnaire, par exemple. Cela permettra d'envoyer un rapport, la nuit, au professeur, pour lui indiquer ce que l'enfant maîtrise vraiment bien ou pas, afin de vraiment customiser, personnaliser l'expérience d'apprentissage. C'est pour cela que nous n'avons pas participé à beaucoup d'événements. Nous avons eu une année très intense, avec de nombreux succès.

BIO EXPRESS

Journaliste d'investigation
Michelle Glorieux a commencé sa carrière comme journaliste d'investigation pour une télévision de Nashville (États-Unis), où son enquête *Tired Trucks*: *Cristiana* a failli lui rapporter un Emmy Award.

Triple casquette
Professeur de langue globe-trotteuse, mère de famille multilingue, Michelle Glorieux a ajouté corde à son arc, en 2018, en devenant la fondatrice et CEO de Ta-Da! Language Productions.

Vitaminée
« *Make it happen* », « *Enjoy the ride* », « *Never give up* ». Tous ceux qui approchent l'entrepreneure prennent une dose de vitamines pour un mois. Elle a conservé un tempérament américain qui bouscule les codes... et ouvre les portes.

Le livre sans contact – touchless, en anglais – a une spécificité...

Oui, il n'existe aucun produit sur le marché pour apprendre le langage aux enfants de moins de 5 ans. Or, c'est le moment où les enfants sont les plus réceptifs à l'apprentissage des langues. Sans compter qu'être trop « collé » aux écrans, à cet âge, n'est pas bon pour la santé.

Pour ceux qui n'auraient pas suivi cette fantastique année, pourriez-vous nous en résumer les points principaux?

Ça ne tient plus sur deux slides! Mais allons-y! Nous avons recruté un directeur opérationnel au Luxembourg, Del Lloyd, un directeur technique dans la Silicon Valley, Alex Freed, et un *chief revenue officer* à New York, Tim McCall, et des étudiants de l'Université du Luxembourg. Nous avons levé 400.000 euros auprès de neuf investisseurs pour imprimer nos six premiers titres, avec lesquels nous sommes allés sur le marché, en avril. Depuis, nous avons vendu 11.000 exemplaires sans le moindre effort de marketing.

... L'effet de cet incroyable accord avec la chaîne Barnes & Noble, aux États-Unis?

Oui, ce sont 700 librairies dans tous les États-Unis, le plus gros réseau de librairies. Mais nous avons aussi eu la possibilité de vendre nos livres chez Ernster, au Pall Center, chez Sichel Home, à la librairie Bicherhaischen, au magasin de jouets Holzhaishen, dans les pharmacies locales, à la librairie Du Tiers et Du Quart – et bientôt chez Abitare Kids. Nous avons aussi élargi notre gamme de livres de six à onze. Dix autres seront bientôt prêts. Ces livres sont disponibles en français, en allemand, en espagnol, en anglais (pour les États-Unis), en mandarin, et nous



LES CHOIX DU JURY

Après Ilana Devillers et Food4All contre le gaspillage alimentaire en 2019; Nicolas Legay et Aurélien Dobbels dans le coliving avec Cocoonut en 2020, le jury des Start-up Stories a choisi l'éducation avec Ta-Dal pour l'édition 2021 du concours organisé par le Paperjam + Delano Club. Le jury qui a décerné le grand prix du concours et le Coup de cœur à WEO était cette fois composé de Diane Tea (LBAN), José Soares (SnT) et Jérôme Wittamer (Expon Capital).

Même si Ta-Dal a encore de nombreux défis devant elle, l'énergie déployée par sa fondatrice, les contrats signés avec d'importantes maisons et les résultats d'ores et déjà obtenus à l'international ont séduit le jury. Des signaux prometteurs auxquels s'ajoute un apport concret aux problématiques d'éducation et d'inclusion dans des pays tels que le Luxembourg, puisque ses livres d'apprentissage s'adressent à des enfants de différentes cultures.

avons notre premier livre en luxembourgeois qui attend d'être imprimé. Nous avons aussi développé 18 *ebooks* pour Apple. Un de nos livres est entré pour la première fois en 16^e position dans la liste des best-sellers d'Amazon aux États-Unis, encore une fois sans marketing.

Qu'est-ce que vous avez dans les tuyaux, comme on dit, en dehors du premier livre en luxembourgeois ?

Nous sommes en discussion avec le système scolaire américain à Tampa, en Floride, pour intégrer notre série *The Language Adventures*, qu'ils ont découverte chez Barnes & Noble. Le premier dictionnaire parlant en anglais, développé par un linguiste de Harvard, Jesse Lewis, qui a reçu quatre Grammy Awards pour Yo-Yo Ma, doit sortir sous peu. Nous sommes à quelques semaines de finaliser à la fois le dictionnaire parlant en allemand avec l'École internationale allemande de la Silicon Valley, et le dictionnaire parlant en espagnol avec l'Université autonome de Mexico et le triple lauréat des Latin Grammy Awards, Andres Landinez.

Autre fait amusant : au moment où le Luxembourg complète son dispositif pour développer les start-up de l'espace et, de manière générale, l'économie de l'espace, vous aussi, dans ce domaine de l'éducation par des livres sonores et interactifs, vous avez un projet « spatial »...

Oui. Disons que nous nous intéressons à l'espace comme sujet. Nous venons de terminer le quatrième titre de la série *The Language Adventures, Space*, avec la même équipe primée. La semaine dernière, nous nous sommes associés à Brian May, le guitariste de Queen et astrophysicien de l'Asteroid Foundation, pour assurer la richesse pédagogique de ce sujet très pertinent et apporter également le vocabulaire de l'espace dans une variété de langues différentes à nos enfants de 0 à 5 ans et plus, dans le monde entier. L'astronaute de la Nasa, Nicole Stott, nous a donné son accord pour être l'invitée vedette de la version anglaise de *Space*. Nous travaillerons aussi à des expositions interactives pour la Journée mondiale des astéroïdes dans deux musées, un dans la Silicon Valley et l'autre au Luxembourg. Nous serons également présents aux côtés de l'Asteroid Foundation, lors de cette journée, qui a traditionnellement lieu en juin.

Depuis le début – et c'est probablement une bonne approche parce que le marché luxembourgeois est petit par nature –, vous revendiquez être une société globale... sans renoncer à votre attachement au Luxembourg, n'est-ce pas ?

Oui. Cette année, comme nous l'avons vu, nous avons développé nos relations avec les États-Unis, à différents niveaux. Tout le monde est très investi dans le projet. Mais le Luxembourg reste définitivement *the place to be*. Nous sommes

en train de voir comment organiser un événement avec un casting de voix d'enfants locaux. Nous avons aussi déjà établi des partenariats, au Luxembourg, pour lancer un programme préscolaire sur du papier tactile autour de la phonétique, des jeunes lecteurs et d'affichages pour la classe.

Tout est sur d'impressionnants rails. C'en est même étonnant !

Nous n'avons pas de problème. Seulement de belles choses à apporter. Notre seul souci, cependant, est que nous avons besoin d'argent. De beaucoup d'argent, parce que nous sommes un acteur global. Aujourd'hui, nous avons beaucoup de marques d'intérêt pour notre technologie de la part de très nombreux pays, et nous sommes obligés de refuser, de dire non, de rester concentrés pour lever un million d'euros, de manière à toucher un autre million d'euros, à savoir la subvention de Luxinnovation.

Un million, ce n'est pas tant que cela, en ce moment, avec vos développements, aussi bien en termes de ventes que de partenariats ou de projets, si ?

De ce côté-ci de l'Atlantique, quand même... Le Luxembourg, c'est ma communauté. C'est ici que l'on m'a apporté tout le soutien dont j'avais besoin. Nous devons avancer. Si nous ne le faisons pas, quelqu'un d'autre va le faire. Le confinement a montré l'impact de la technologie sur l'apprentissage, mais nous avons besoin de davantage de technologies. Tous les jours, je participe à des séminaires où les gens disent avoir besoin de solutions. Et tous les jours, je réponds que j'ai ces solutions.

WEO veut prendre encore plus de hauteur

La start-up luxembourgeoise WEO a reçu le Coup de cœur du jury des Start-up Stories 2021, en guise d'encouragement. Elle réalise des analyses environnementales sur la base de données spatiales. Une niche qui cible une clientèle large et aux besoins variés. Explications avec sa fondatrice et dirigeante, Imeshi Weerasinghe.

Qu'est-ce que les Start-up Stories peuvent vous apporter ?

L'élément principal, c'est le *networking* et la couverture médiatique. WEO est encore à un stade précoce, puisque nous avons démarré en mars 2020. Mais nous sommes à la recherche d'une potentielle augmentation de capital dans un futur proche, car nous pensons que si nous voulons croître, cela doit se faire avec davantage de clients.

Combien de clients compte WEO ?

Notre start-up a déjà convaincu deux clients de souscrire un abonnement, et nous avons actuellement sept autres clients pilotes qui, eux, n'ont, à ce stade, pas souscrit d'abonnement.

Quels sont vos prochains défis ?

Attirer davantage de clients étrangers, en particulier à l'échelle du Benelux, de l'Europe, puis du monde. Nous cibons les municipalités, les entreprises privées, les autorités régionales, les opérateurs de réseaux ferroviaires, les cabinets d'ingénieurs, mais aussi les gestionnaires d'actifs axés sur la finance verte, puisque nous proposons des outils qui évaluent les indicateurs ESG (*environnementaux, sociaux et de gouvernance, ndlr*).

Comment gérez-vous l'exploitation de données spatiales pour réaliser des analyses environnementales ?

Nous utilisons des données ouvertes (*open data*) de l'ESA (European Space Agency) pour en extraire des données environnementales pour nos clients. Avec cette source, nous pouvons proposer un tarif abordable et rendre le service accessible au plus grand nombre. Notre valeur ajoutée est de parvenir à extraire les données pertinentes d'une masse ouverte et de les proposer à nos clients.

L'été dernier, des inondations d'envergure ont frappé l'Europe. Ces événements ont-ils boosté votre activité ?

Pour les inondations, nous collaborons avec la start-up RSS-Hydro, qui travaille avec des drones pour des observations proches. WEO travaille avec des données d'observations effectuées depuis l'espace pour des prédictions environnementales. Les deux start-up sont complémentaires.

Auteur CATHERINE KURZAWA