



DISCLAIMER

Ce Memorandum d'Information présente la société **OPX NETWORKS** (la « Société ») et sa marque **Soyooz**. Les informations qu'il contient ont été fournies par les dirigeants de la Société (les « Dirigeants »).

Ce document a pour seul objet de permettre à son destinataire l'étude d'un investissement dans la Société.

Bien que les informations contenues dans le présent document soient considérées comme fiables, Safka et les Dirigeants ne prennent aucun engagement, ni explicite ni implicite, sur l'exhaustivité de ces informations et de celles qui pourraient être fournies ultérieurement.

Les Dirigeants et Safka déclinent expressément toute responsabilité pour toute omission ou erreur qui pourrait être constatée dans ce document. Le destinataire de ce document sera tenu de réaliser ses propres vérifications concernant les informations fournies et ne pourra faire état que des déclarations et garanties produites, le cas échéant, dans le protocole d'accord final entre les parties.

Tout destinataire de ce Memorandum d'Information déclare et accepte que toutes les informations qu'il contient sont strictement confidentielles et qu'il n'en diffusera aucun élément à un tiers sans l'accord écrit de Safka ou des Dirigeants. Ce document et les informations qu'il contient ne peuvent être copiés, dupliqués, ou rendus accessibles à des tiers sans l'accord écrit préalable de Safka ou des Dirigeants.

Pour toute question sur ce document ou sur l'opération proposée, merci de contacter :

Christophe Farah
Christophe.farah@safka-services.com

06.19.18.77.37

LES MARQUES ET DISTRIBUTEURS SE DOIVENT D'ACCOMPAGNER LE CONSOMMATEUR POUR L'AIDER A FAIRE SON CHOIX



Acheter un produit peut rapidement devenir compliqué en raison d'un **choix immense et complexe**

Sur le web, le **vendeur est absent** et les internautes sont **seuls** face au choix d'un produit

Dans le monde réel, les **vendeurs ou conseillers** ne peuvent généralement pas connaître toute l'offre et ne sont pas toujours disponibles

POUR Y PARVENIR, CES DERNIERS DOIVENT POUVOIR COMPRENDRE ET ACCOMPAGNER EFFICACEMENT LEURS CLIENTS

Les approches actuelles



TECHNIQUE

Filtres à partir de **critères techniques** (ex: quelle hauteur de coupe pour votre tondeuse ?)

Limites :

- Pas de prise en compte du **besoin**
- Oblige le client à **comprendre la technique**
- Compromis impossible



PRÉDICTIVE

A partir des **achats précédents**, d'une **observation**, des produits **similaires** sont proposés

Limites :

- Pas de **compréhension** produits
- Ne fonctionne pas pour des achats **peu récurrents**
- Pas de prise en compte du **besoin**



SOCIOSTYLE (catégorisation)

Les produits sont proposés en fonction de catégories d'individus sensés avoir des comportements similaires

Limites :

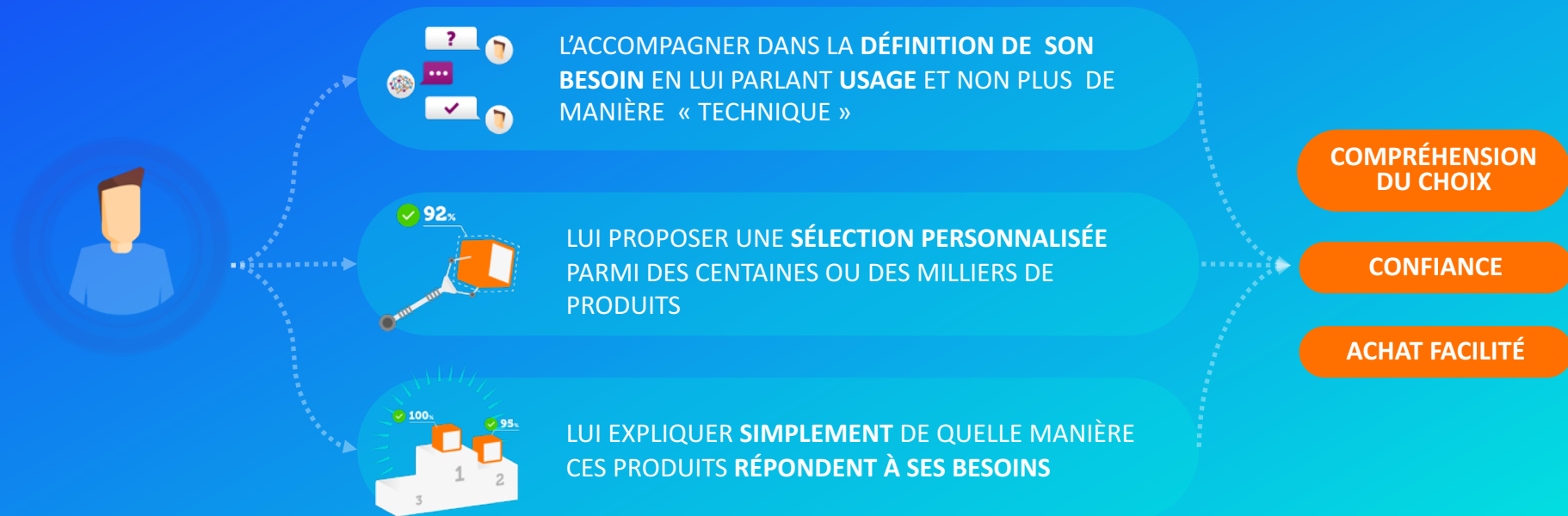
- Pas de prise en compte du **besoin**
- Oblige le client à **comprendre la technique**
- Compromis impossible



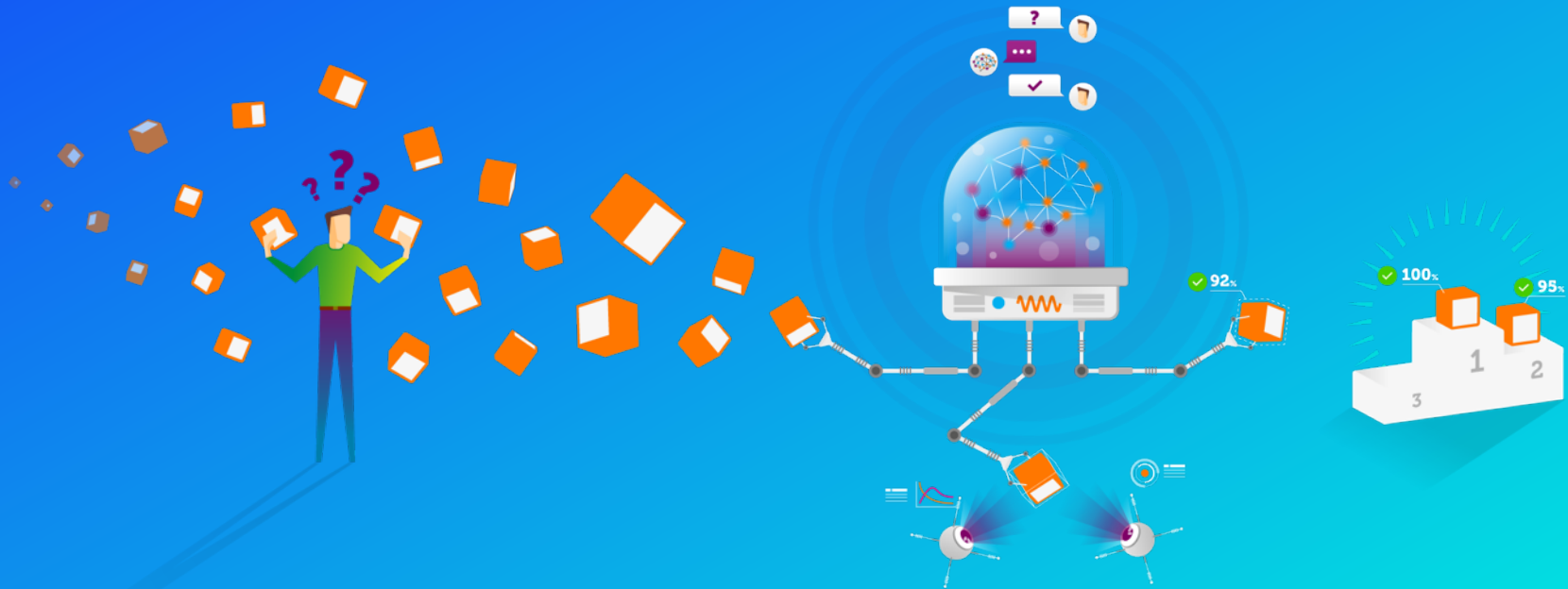
Ces approches ne permettent pas de guider efficacement le consommateur et de comprendre ses attentes

SOYOOZ PROPOSE UNE ALTERNATIVE PLAÇANT LE CLIENT AU CŒUR DE LA PROPOSITION DE VALEUR

ECOUTER ET COMPRENDRE LE CLIENT



Qu'est-ce que **l'expérience** soyooz ?



COMPRENDRE LE BESOIN EN PARLANT LE LANGAGE DU CLIENT ...

my SAMSUNG
Mieux vivre nos innovations au quotidien.

SAMSUNG.COM | SAMSUNG SHOP
Yannick Joret

A QUEL TYPE DE JEU VIDÉO JOUEZ-VOUS LE PLUS SOUVENT ?

1

JE NE JOUE JAMAIS

JEUX DE PLATEFORME 2D (EX: MARIO™, SONIC™)

DES JEUX 3D PEU INTENSIFS (PIKMIN™,)

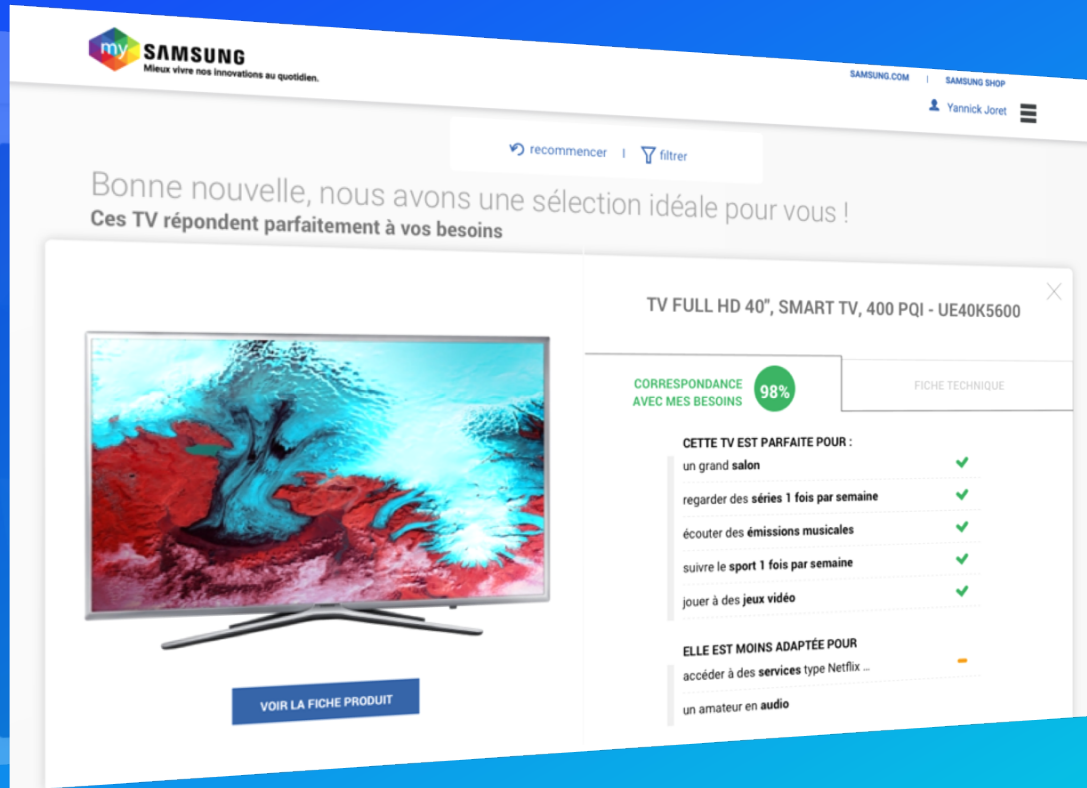
ACTION/AVENTURE 3D (UNCHARTED™, ZELDA™ ...)

FPS INTENSIF (CALL OF DUTY™, FAR CRY™ ...)



Quelque soit la typologie de produits ou de services, soyooz **comprend parfaitement les attentes du consommateur** à travers un questionnaire (moins d'une minute) basé sur **ses besoins/goûts/usages**

... AFIN DE LUI CONSEILLER LES PRODUITS/SERVICES ADAPTÉS À SES BESOINS



RECOMMANDATION PERTINENTE

soyooz n'est pas un simple arbre de décision mais **analyse, au moyen de son outil d'intelligence artificielle, l'ensemble du catalogue** pour classer les produits du plus pertinent au moins pertinent.

RECOMMANDATION ARGUMENTÉE

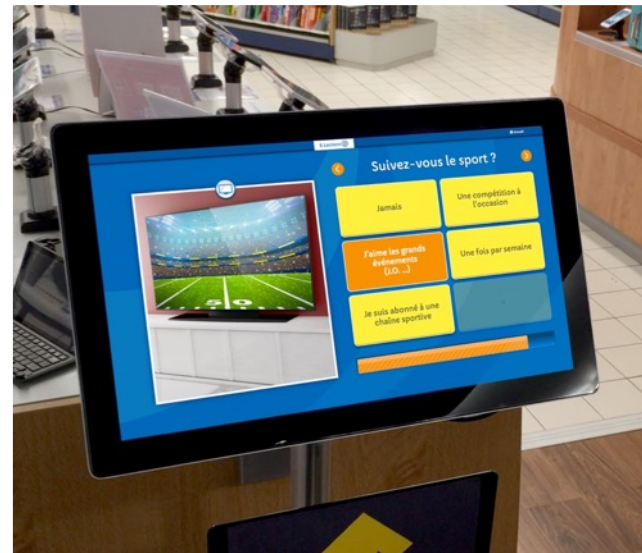
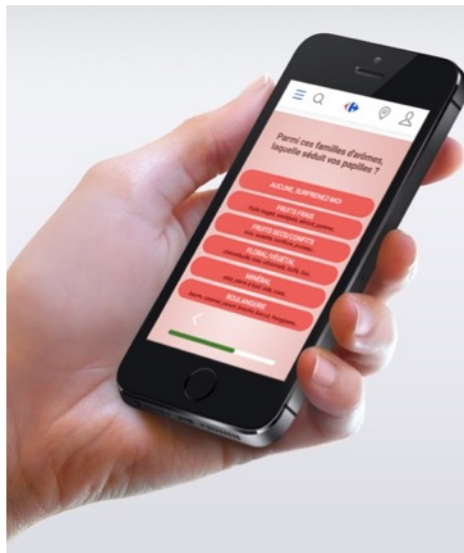
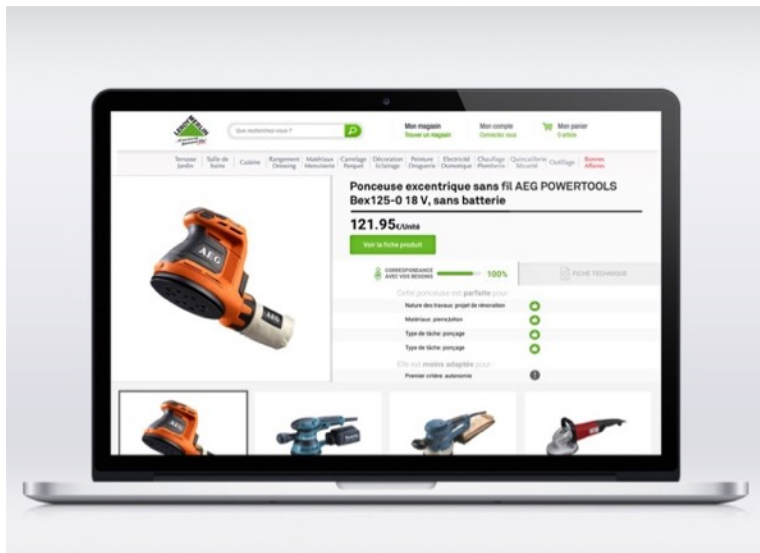
Le consommateur comprend **facilement** pourquoi le produit est **adapté à son usage/besoin** et choisit en toute **confiance**

INTÉGRATION EXTRÊMEMENT SIMPLE DE SOYOOZ SUR N'IMPORTE QUEL SUPPORT ...

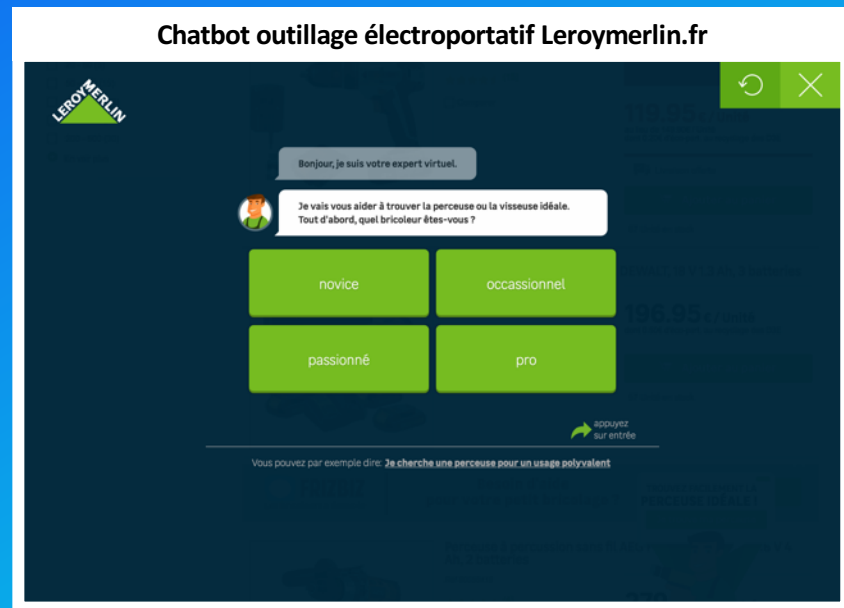
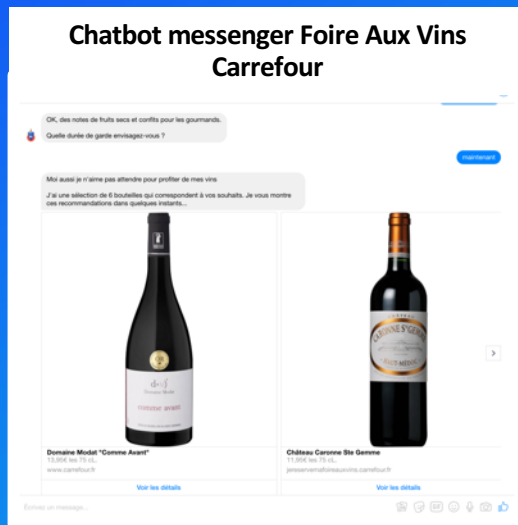
Module web responsive

applications

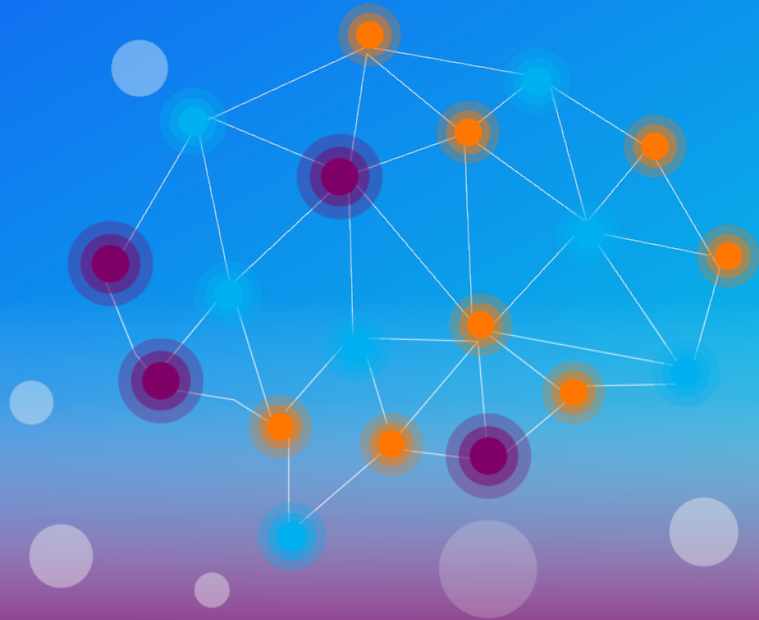
Point de vente (bornes, tablettes vendeurs, ...)



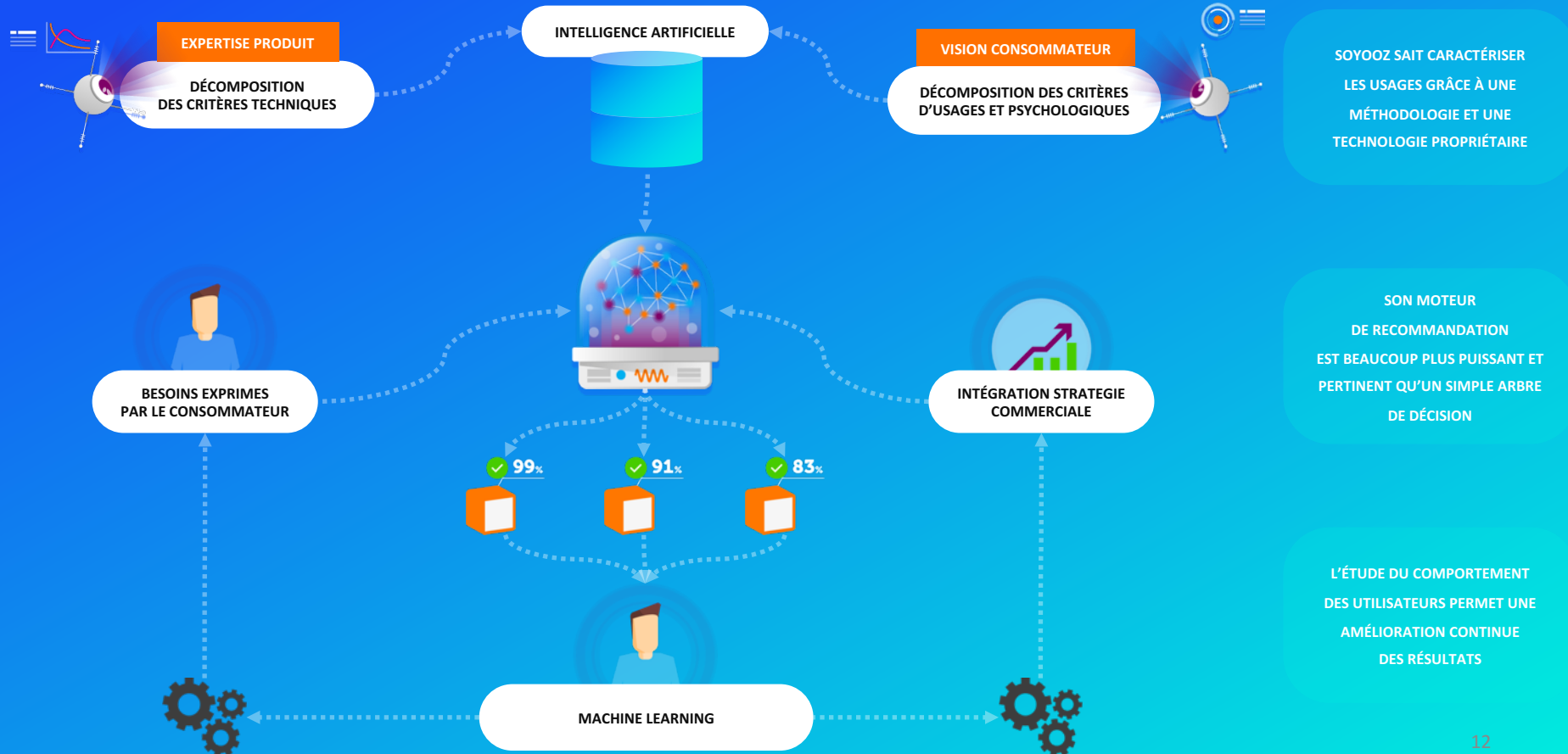
... OU N'IMPORTE QUEL AGENT CONVERSATIONNEL



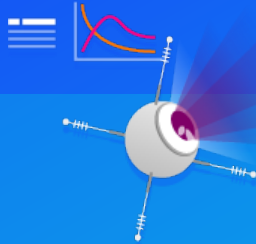
Comment soyooz repousse les limites de la **recommandation**
et de la **compréhension profonde du client** ?



UN PROCESS INDUSTRIALISÉ APRÈS 4 ANS DE R&D



NOS 3 COMPÉTENCES CLÉS



EXPERTISE PRODUIT

soyooz a développé un véritable savoir faire et une technologie pour qualifier, de **manière industrielle**, des produits et des services par rapport à leurs **usages**



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

soyooz a développé un **moteur de recommandation** et des systèmes de **modélisation** des usages **inédits**



USER EXPERIENCE

Savoir faire **englobant** l'**ergonomie**, le **webdesign**, l'**UX design**, l'**architecture** de l'information ...

La maîtrise de ces **3 compétences** crée une **forte barrière à l'entrée** et permet à soyooz de disposer d'un modèle à forte **scalabilité**

UNE ÉQUIPE SOLIDE ET EXPÉRIMENTÉE



Olivier Pistiaux

Fondateur et CEO

22 ans d'expérience.
ELF puis **Total** : finances, projets techniques, stratégie, commercial (BU de 100 M\$).
Direction **H4D** (start-up télémedecine), cofondateur d'**Atlantic Technologies** (société de services) et Les **Affranchis** (agence de communication digitale)



Nicolas Gautier

CTO

5 ans d'expérience.
Acteur de la communauté OpenSource et influenceur sur Twitter, il a été l'un des pionniers sur des sujets tels que les micro-services, ReactJS et TypeScript Professeur en développement à l'IMIE (école de la filière numérique) de Rennes



Séverine Hours

CMO

10 ans d'expérience.
webmarketing (start-up, agence média, site e-commerce). Fondatrice d'une start-up (Co-learning), plateforme d'échanges entre particuliers



Yannick Joret

Co-fondateur, Head of product

17 ans d'expérience.
directeur artistique, spécialiste **UX design**.
Co-fondateur de **2 agences de communication** (TDI, Les Affranchis).

Professeur d'ergonomie et de webdesign à l'IESA Multimedia (Institut des Ecoles Supérieures des Arts)



Michaël Laget

Responsable R&D

12 ans d'expérience.
Docteur en sciences, spécialiste en **algorithmie** et en développements de modèles informatiques.
Chargé de recherche à l'institut de Physique Nucléaire d'Orsay



Antoine De Touchet

Directeur commercial

30 ans d'expérience à la fois en développement commercial et direction marketing pour des **startups** (Agriconomie) et **grands groupes** (Dassault system, Oracle, etc.).
Expérience de construction d'équipe

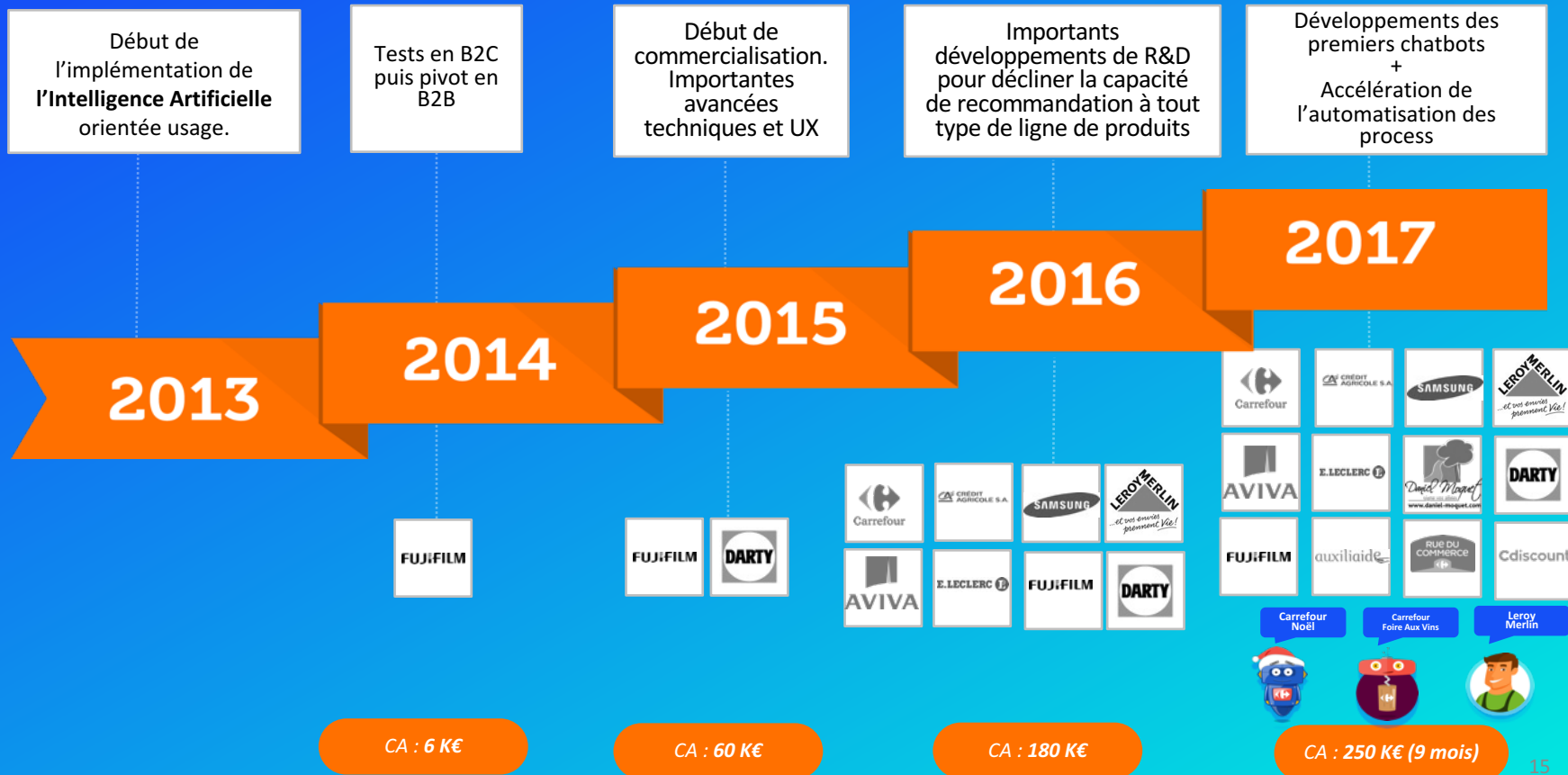
Une **équipe globale** de 11 personnes dont :

- IT et R&D : 6 collaborateurs
- UX design et data analytics : 3 collaborateurs
- Commercial : 1 collaborateur

Un **comité stratégique** composé de 8 experts avec des expériences variées :

- 2 cadres dirigeants dans la distribution
- 4 consultants en stratégie (ex BCG, finance, marketing, IT)
- 2 fondateurs et dirigeants de PME

RAPPEL DES ÉTAPES DE DÉVELOPPEMENT DE LA SOCIÉTÉ



LE DEVELOPPEMENT EST SOUTENU PAR LA FORTE SCALABITE DU MODELE

	2017 (9 mois)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Chiffre d'Affaires	265 500 €	560 250 €	1 822 500 €	6 202 500 €	13 917 750 €	22 878 000 €	34 052 250 €
Salaires et charges sociales	292 284 €	614 655 €	1 360 898 €	3 657 973 €	7 111 668 €	9 740 119 €	11 024 868 €
Frais de fonctionnement	38 520 €	69 604 €	146 673 €	455 576 €	936 314 €	1 271 011 €	1 698 264 €
Frais de marketing	40 000 €	130 000 €	231 000 €	520 000 €	920 000 €	1 530 000 €	2 150 000 €
Honoraires	13 000 €	87 000 €	131 000 €	190 000 €	312 000 €	538 000 €	840 000 €
Impôts et taxes	3 410 €	8 774 €	17 382 €	43 402 €	66 104 €	88 146 €	125 044 €
Excédent brut d'exploitation	-121 714 €	-349 783 €	-64 452 €	1 335 550 €	4 571 664 €	9 710 724 €	18 214 075 €
Amortissement	3 100 €	6 867 €	18 200 €	48 327 €	79 693 €	94 120 €	88 587 €
Résultat d'exploitation	-124 814 €	-356 649 €	-82 652 €	1 287 223 €	4 491 970 €	9 616 604 €	18 125 488 €
Charges financières	717 €	3 203 €	7 839 €	5 778 €	3 927 €	2 151 €	523 €
Résultat courant	-125 531 €	-359 852 €	-90 491 €	1 281 445 €	4 488 043 €	9 614 453 €	18 124 965 €
IS	0 €	0 €	0 €	197 798 €	1 256 652 €	2 692 047 €	5 074 990 €
Résultat net	-125 531 €	-359 852 €	-90 491 €	1 083 648 €	3 231 391 €	6 922 406 €	13 049 975 €

Business model basé sur 90 % de récurrent (abonnement au service). L'**abonnement** dépend essentiellement de la taille des catalogues traités et du taux de renouvellement des produits.

UN BESOIN DE FINANCEMENT DE 500 K€ (et 400 K€ de dettes) POUR ACCELERER LE DEVELOPPEMENT DE LA SOCIETE

Tableau de financement :		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CAF		-122 431 €	-352 985 €	-72 291 €	1 131 974 €	3 311 085 €	7 016 526 €	13 138 562 €
Var. BFR HT		-33 176 €	-42 214 €	-268 225 €	-559 003 €	-136 540 €	97 144 €	341 696 €
Financement Investisseurs			500 000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Prêt			400 000 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
CIR		97 000 €	105 000 €	104 589 €	187 822 €	315 118 €	495 091 €	646 171 €
Investissements		-10 500 €	-12 500 €	-38 000 €	-109 800 €	-116 000 €	-81 800 €	-72 000 €
Remboursement prêt		-19 186 €	-189 052 €	-135 745 €	-119 956 €	-113 119 €	-105 209 €	-62 566 €
Flux de Trésorerie		-88 293 €	408 249 €	-409 671 €	531 037 €	3 260 544 €	7 421 752 €	13 991 863 €
Trésorerie cumulée		170 000 €	489 956 €	80 284 €	611 322 €	3 871 866 €	11 293 618 €	25 285 481 €

OBJECTIFS 2018 ET UTILISATION DES FONDS

OBJECTIFS 2018

Développer **15 nouvelles lignes de produits** :

- Automobile
- Recettes cuisine
- Extension outillage
- Mutuelles
- Jeux
- Etc ...

- Démontrer l'efficacité du **modèle de partenariat** à travers **3 partenariats** (prescripteurs de premier plan, éditeurs de chatbots) pour booster le développement commercial.
- **20 clients** dont 1 à l'export.
- Poursuite des **programmes technologiques** (création d'un dashboard client, automatisation accrue des process,, etc...).

UTILISATION DES FONDS

- Recrutement **directeur commercial senior** + deux juniors.
- Renforcement **équipe R&D**.
- Recrutement de **data analyst**.
- Présence renforcée dans les **salons + communication**.
- Réajustement salarial (au prix du marché) pour **fidéliser** l'équipe actuelle.

POURQUOI LE « TIME TO MARKET » EST PARFAIT ?

Besoins des clients soyooz (distributeurs et marques)

Objectif : **connaître et comprendre parfaitement leurs clients** ... et combler leur retard face aux GAFAM, BATX,...

Bénéfices :

- **pouvoir offrir instantanément le bon produit** à un consommateur plus exigeant
- Optimiser les coûts de formation des forces de ventes
- Optimiser l'offre produit

Besoins des consommateurs

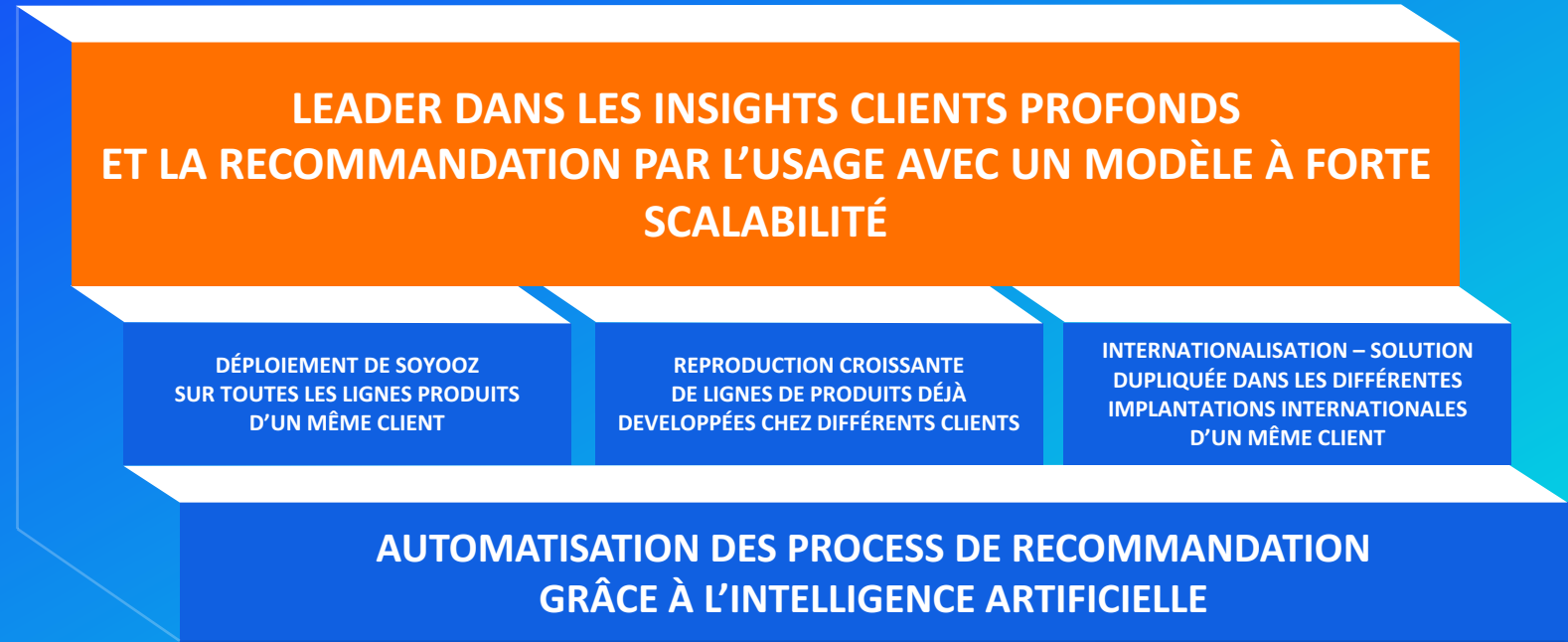
Une **personnalisation** toujours plus forte de ce qui leur est proposé

Etre guidé pour comprendre **l'usage** des produits/services et plus seulement la technique, pour être sûr d'acheter le produit qui leur correspond

Bénéficier d'une **offre la plus large possible** tout en ne perdant pas de temps dans leurs recherches



LA SCALABILITE DU MODELE PERMETTRA A SOYOOZ D'ETRE UN LEADER DANS UN MARCHE EN PLEIN DEVELOPPEMENT



SOYOOZ DISPOSE DE NOMBREUX GISEMENTS DE VALEUR



2018

Développement de partenariats avec des **grands prescripteurs** (discussions en cours)

Extension vers des **marchés nouveaux** (automobile, etc..)

Développements (points de vente, voicebots, chatbots, applications...)

2019

Début du **développement international** (Europe)

Développement de **recommandation multi-produits** (exemple: travaux d'une maison)

2020

2021

2022

Extension **internationale** (USA, Asie...)