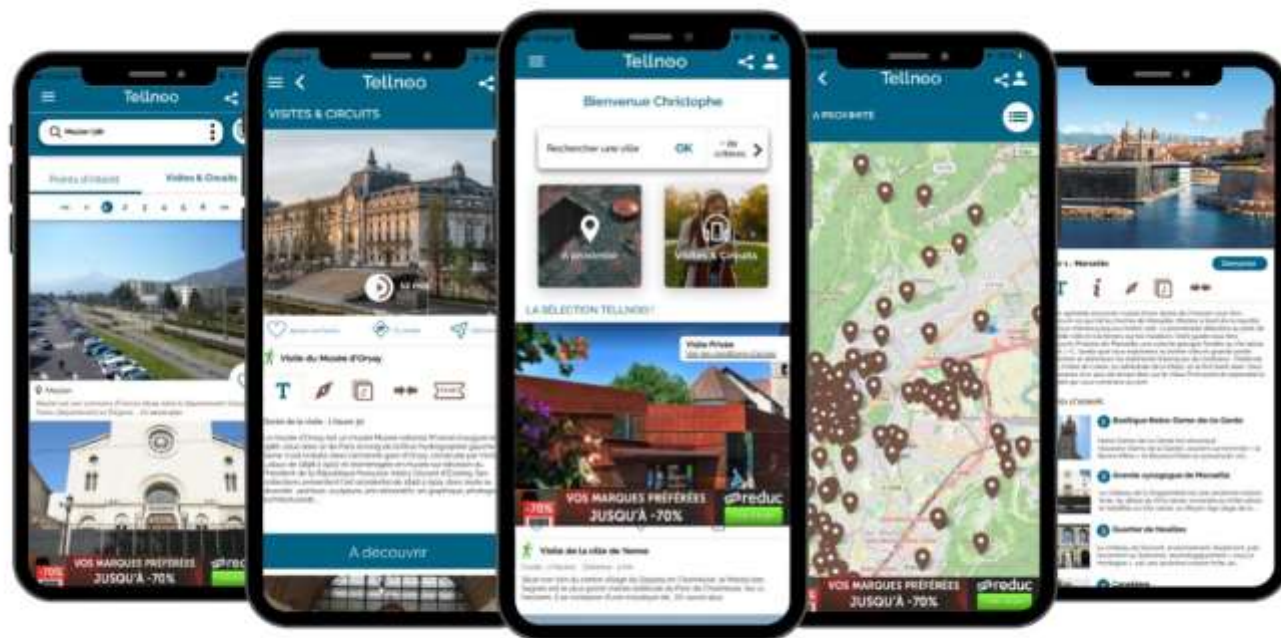




LE CONCEPT TELLNOO

Que voulez-vous visiter aujourd'hui ?



L'APPLICATION UNIVERSELLE DES VISITES GUIDÉES

#Visite #Découverte #Histoire #Escapade #Liberté



« On croit TOUS que cela existe déjà, et pourtant... »

L'APPLICATION UNIVERSELLE DES VISITES GUIDÉES

#Visite #Découverte #Histoire #Escapade #Liberté

Les innovations TELLNOO



C'est la seule application Smartphone qui propose



Des points d'intérêt
→ une base unique



Des visites intérieures
→ une exclusivité



Des circuits extérieurs
→ une facilité



Un Intégrateur de contenus
→ Universel





Les points d'intérêts

#Complets et détaillés

Devenir la **plus grande base mondiale** du patrimoine



- TELLNOO est déjà la plus grande base du patrimoine français : plus de 110 000 points d'intérêts géolocalisés
- Les points d'intérêts (PI ou POI en anglais) sont des lieux, sites, monuments, œuvres, attractions, ... potentiellement intéressants.
- Les points d'intérêts dans TELLNOO possèdent plusieurs caractéristiques : photo, texte, vidéo, audio, géolocalisation ...
- Une classification unique des Points d'intérêts :
- L'émergence de l'open content et de l'open data qui permet une intégration automatique dans TELLNOO par l'intermédiaire d'une technologie unique :
 - <http://www.parismusees.paris.fr/fr/actualite/open-content-plus-de-150-000-oeuvres-des-collections-des-musees-de-la-ville-de-paris-en>
 - <http://www.club-innovation-culture.fr/category/actu/open-content/>
 - <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/datatourisme-la-base-nationale-des-donnees-du-tourisme-en-open-data/>
- En plus des données en open content et open data, TELLNOO développe la contribution gratuite auprès des acteurs et amateurs éclairés du patrimoine pour garantir un contenu de qualité

Les points d'intérêts dans TELLNOO (1/2)



- Les points d'intérêts dans TELLNOO possèdent plusieurs caractéristiques : photo, texte, vidéo, audio, géolocalisation ...

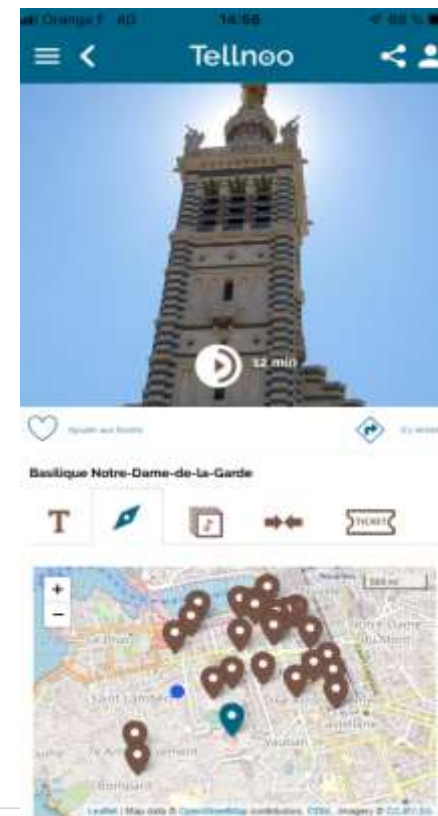
Le point d'intérêt TELLNOO propose une photo et un texte pour le décrire



Une synthèse vocale lit le texte en mode audioguide



Le point d'intérêt TELLNOO est géolocalisé



Le point d'intérêt TELLNOO propose une information multimédia : photo, vidéo et audio



Les points d'intérêts dans TELLNOO (2/2)

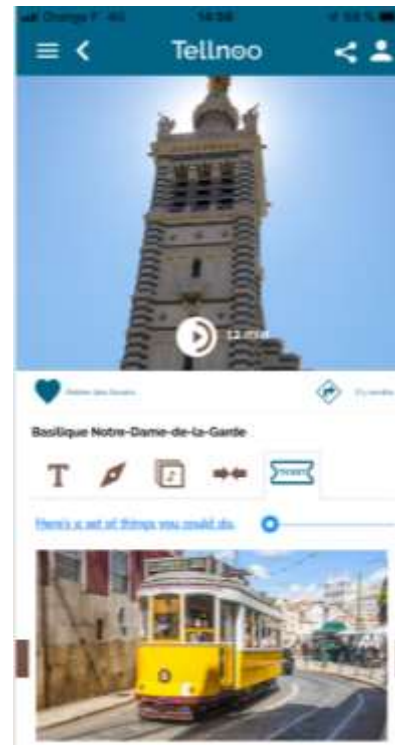


- Les points d'intérêts dans TELLNOO possèdent plusieurs caractéristiques : photo, texte, vidéo, audio, géolocalisation ... Et en plus

Le point d'intérêt TELLNOO est lié à d'autres contenus



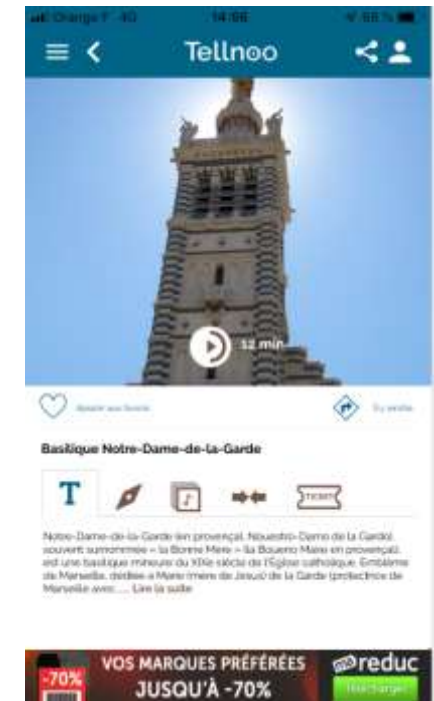
Le point d'intérêt TELLNOO propose une affiliation pour acheter en ligne



Le point d'intérêt TELLNOO peut-être sélectionné par l'utilisateur comme favoris



TELLNOO vous indique comment vous rendre à ce point d'intérêt



Un classement unique des points d'intérêts



- TELLNOO a mis au point une classification unique des points d'intérêts permettant à chacun de retrouver le PI ou les PIs qui les intéressent

La classification devait :

- être compréhensible par le grand public
- permettre d'intégrer tout type de PI sans ambiguïté
- être sur deux niveaux maximum

La classification intègre :

- 7 catégories au 1^{er} niveau : Bons plans, Événements, Nature et Parcs, Œuvres, Savoir-Faire, Sites et monuments, Territoires.
- Plus de 80 sous-catégories

The screenshot shows the Tellnoo mobile app interface. At the top, the status bar indicates 'Orange F. 4G', '16:27', and '19%' battery. The app header is dark blue with a menu icon, a back arrow, the 'Tellnoo' logo, and a share icon. The form contains the following fields:

- Ville:** A text input field containing 'Meylan (38)'.
- Mot-clé:** A text input field containing 'Cathédral'.
- Catégorie.s:** A scrollable list of categories with up and down arrows on the right. The categories listed are: 'Bons plans', 'Attraction', 'Bar, café...', 'Divers', 'Hôtel, hébergement ...', 'Magasin', 'Office du tourisme, point d'information ...', 'Restaurant', 'Événements', 'Nature et parcs', 'Abri, cabane, lodge, gîte ...', 'Agriculture, élevage, vignoble ...', 'Aquarium, vivier ...', 'Canyon, cirque ...', 'Cascade, geyser, source ...', and 'Forêt, arbre ...'.

At the bottom of the form are two buttons: 'Réinitialiser' (light blue) and 'Valider' (dark blue).

Une technologie unique pour intégrer automatiquement des données libres de droit



- TELLNOO possède une technologie unique d'intégration de points d'intérêts disponible en libre de droits

La première intégration de cette technologie est mise en œuvre avec Wikipédia sur la France et en français. La maîtrise de cette technologie nous permet d'intégrer les points d'intérêts wikipedia du monde entier dans toutes les langues.

Cette technologie intègre est aussi basée sur des concepts de traitements web sémantiques pour retraiter le contenu intégré de wikipedia et n'afficher qu'un contenu complet et pertinent à la lecture ou à l'écoute.

Un système de règles intelligentes permet de filtrer le contenu intéressant pour TELLNOO et classer automatiquement les points d'intérêts dans les catégories TELLNOO.

Cette technologie nous permettra d'intégrer d'autres bases référençant le patrimoine comme par exemple en France :

- Data-tourisme (270 000 PI, attractions, bars, restaurants, hôtels et événements) : <https://info.datatourisme.gouv.fr/>
- Apidae (325 000 PI, attractions, bars, restaurants, hôtels et événements) : <https://www.apidae-tourisme.com/>
- Collection des musées de Paris (150 000 œuvres) : <http://apicollections.parismusees.paris.fr/>

Une technologie unique pour intégrer manuellement des données libres de droit



TELLNOO permet :

- d'intégrer à la demande n'importe quel contenu de wikipedia grâce à une fonction unique : celle-ci est accessible par les clients B to B et par TELLNOO
- à tout client B To B de saisir des points d'intérêts gratuitement avec un compte sur TELLNOO sur une zone géographique (commune) et / ou sur un PI existant.
- à toute association du patrimoine et à tout amateur éclairé de saisir des points d'intérêts gratuitement : <https://www.tellnoo.com/ajouter-un-point-interet-dans-tellnoo/>.

Toutefois, TELLNOO se réserve le droit de ne pas publier ou de supprimer certains contenus conformément à ses conditions générales d'utilisation : https://m.tellnoo.com/csx/scripts/downloader2.php?filename=parameters/cgu/d3/c0/jtd5ebvuhuf&mime=application/pdf&originalname=CGU_TELLNOO.pdf&moid=67



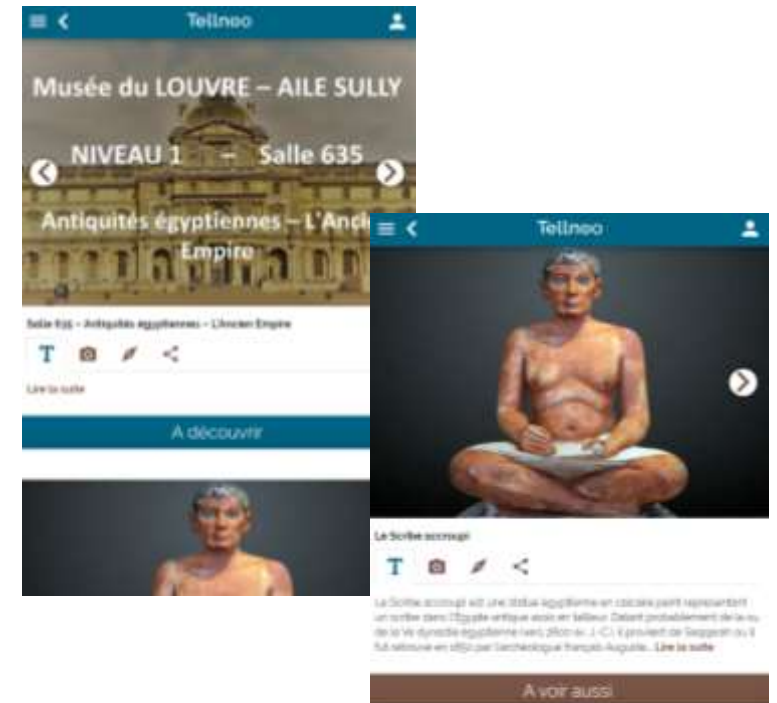
Les visites intérieures

#publiques et privées

Une solution complète pour audioguider des visites intérieures



- TELLNOO propose une approche unique de modélisation des visites intérieures : musées, châteaux fondée sur **une intégration des points d'intérêts** (et de toutes leurs propriétés : voir partie précédente) et sur la capacité de **définir une arborescence complète et détaillée du lieu** quelque soit sa taille :
 - Le musée du Louvre est ainsi modélisé : Musée => Ailes => Niveau => Salles => Œuvres
 - Le musée de la chimie de Jarrie est lui modélisé : Musée => Espaces => Œuvres
- TELLNOO propose **des visites publiques** comme le musée du Louvre ou le château de Versailles (accès immédiat et libre au contenu de la visite) et des **visites privées** (le contenu de la visite n'est accessible qu'une fois sur le lieu en fonction des conditions d'accès définis par le client B to B).
- L'accès à la visite privée est une **technologie unique au monde** mise au point par TELLNOO à base de beacon (Le beacon (balise, en français), est un petit dispositif utilisant la norme Bluetooth 4.0 (basse consommation) pour interagir avec le smartphone d'un utilisateur passant à proximité du dispositif). Ainsi, lorsqu'un utilisateur passe devant le beacon d'accès de la visite, il peut accéder à la visite toute la journée. Cette technologie unique permet à nos clients B to B d'avoir la main complète sur les conditions d'accès et de tarifs de leurs visites guidées.



Beacon Estimote

Une **solution complète** pour audioguider des visites intérieures



- TELLNOO propose aussi des **visites interactives** où c'est le contenu qui vient au visiteur au fur et à mesure qu'il progresse dans sa visite par la mise au point d'une technologie fondée sur des beacons.
- Voici le reportage sur le musée de la Chimie de Jarrie qui utilise cette technologie :





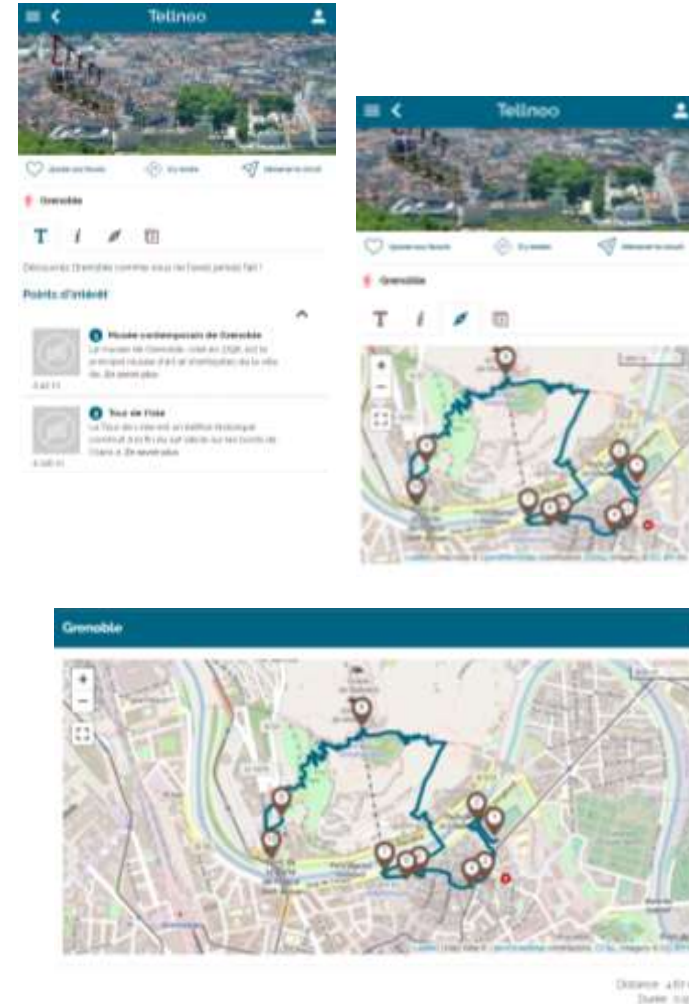
Les circuits extérieurs

#A la demande et sur plusieurs jours

Une **solution unique** de création de visites extérieures : les circuits



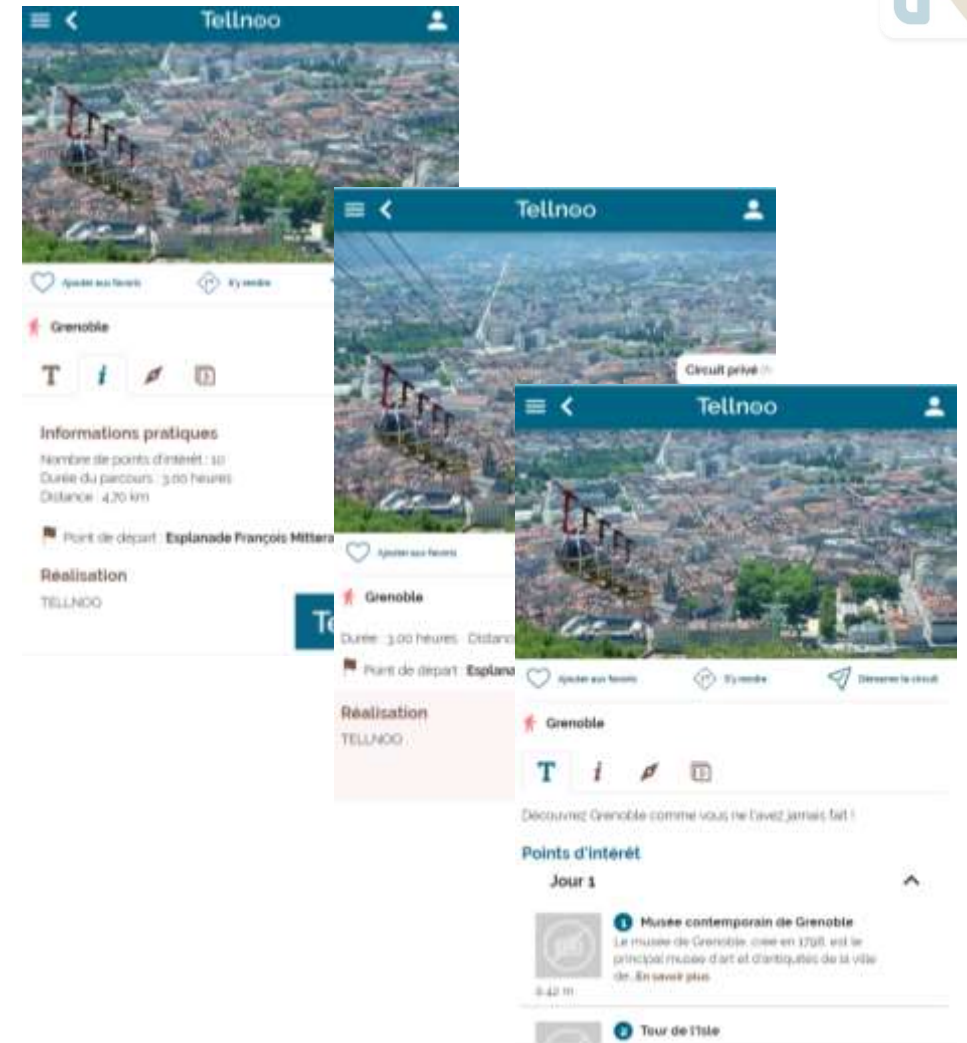
- Grâce à son approche unique intégrant un nombre de points d'intérêts géolocalisés sans équivalent, il est **facile et rapide de créer des circuits** de visites.
- Il suffit de sélectionner les point d'intérêts que l'on veut intégrer dans une visite (il est possible d'en insérer de nouveaux ou d'adapter ceux existants dans le cadre du circuit) Tellnoo est **la seule solution** qui propose la création de circuits à partir de points d'intérêts existants, aussi détaillés et nombreux.
- Une fois les point d'intérêts sélectionnés, TELLNOO **calcule automatiquement le parcours, la durée du circuit et la distance du circuit** : que ce soit à pied, à vélo ou en voiture.
- La fonction de gestion de circuit est uniquement disponible pour TELLNOO et ses clients B to B. L'objectif est de pouvoir l'offrir à nos abonnés pour qu'ils puissent se créer des circuits de visites à partir de circuits existants ou ex-nihilo.



Une solution unique de création de visites extérieures : les circuits



- Chaque circuit possède une fiche de présentation dédiée : Nom, mode de locomotion, distance, durée, présentation
- A l'instar des visites, TELLNOO propose des circuits publics et privés. Le circuit privé est accessible par utilisation de la technologie Beacon d'accès (voir précédemment).
- TELLNOO intègre une technologie de notification à distance du PI (paramétrable par PI) qui se déclenche dès que le visiteur s'approche du PI.
- TELLNOO propose une gestion complète d'un circuit qui peut se dérouler sur plusieurs jours et intégrer des visites ou d'autres circuits.



A photograph of a person with their back to the camera, walking down a narrow, cobblestone street in a European city. The person is wearing a blue patterned jacket. The street is lined with multi-story brick buildings featuring many windows and red doors. A red car is parked further down the street, and a street sign is visible. The scene is captured in a cinematic style with warm lighting.

Intégrateur de contenus

#Universel

Copyright @Tellnoo 2020

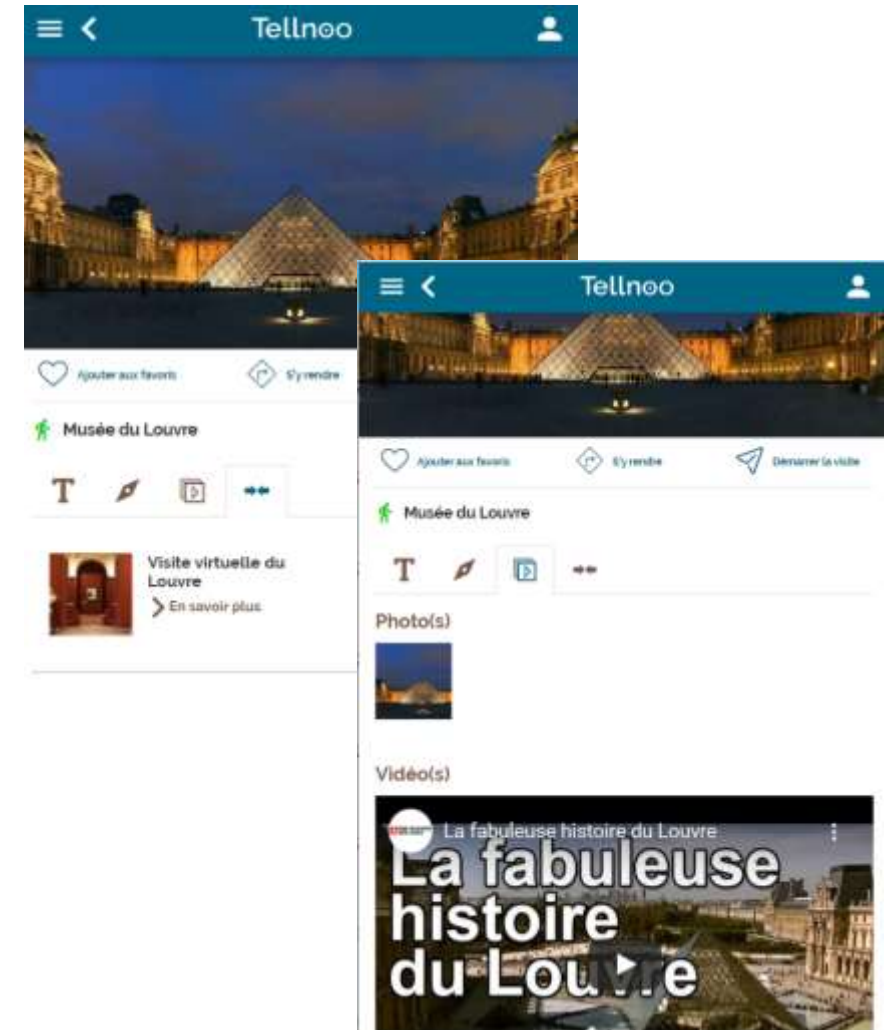
17/08/2020

Tellnoo : plateforme de toutes les visites

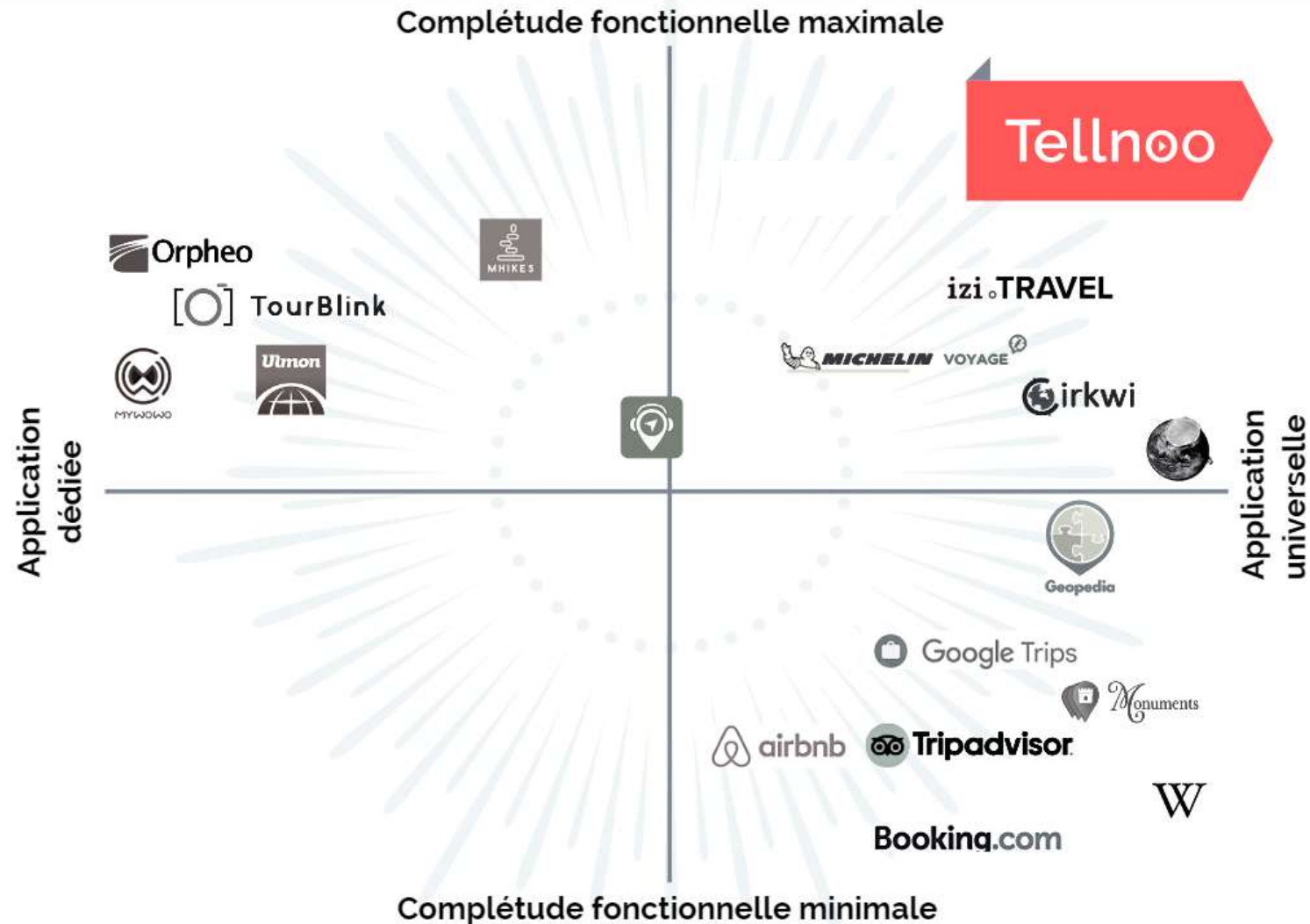


TELLNOO a pour ambition d'être la plateforme mondiale de toutes les formes de visites et de tous les éléments associés :

- Visite virtuelle par vidéo : TELLNOO peut intégrer d'un simple clic, des contenus issus de [Youtube](#), [Dailymotion](#) et [Vimeo](#) ou des contenus externes
- Visite virtuelle interactive : TELLNOO peut intégrer d'un simple clic des contenus externes
- Visite avec guide conférencier : par affiliation avec des plateformes proposant des guides locaux comme : [Toursbylocals](#)
- Visite en gaming : TELLNOO propose un référencement croisé avec des applications de gaming comme [Graaly](#).
- Activités : par affiliation avec [Ceetiz](#), [Getyourguide](#) ...
- Restaurants, bars et hôtels : par intégration complémentaire des contenus issus d'Open Street Map
- Actualités et événements : par intégration de contenus issus de base open data comme [Data Tourisme](#) ou [Apidae](#)



Le champ concurrentiel



Le champ concurrentiel



- Les acteurs du tourisme en ligne : booking, trip advisor, AirBnB, Google travel ... : sont centrés sur les activités, uniquement sur les grandes villes et avec une présentation très succincte des sites.
- Les acteurs des visites guidées en ligne : getyourguide, klook, toursbylocal : sont uniquement centrés sur les activités et les grandes villes. Ce sont plutôt des partenaires d'affiliation.
- Les acteurs de solutions de visites guidées : izitravel, orphéo, guidego, Mhikes, ... : sont uniquement centrés sur les parcours et les visites, mais n'intègrent pas les points d'intérêts
- Les acteurs des guides touristiques : Michelin, Tourblink, Ulmon , sont très orientés sur des circuits et des visites pas sur les points d'intérêts et uniquement sur les grandes villes.
- Un acteur particulier :
 - Cirkwi (société française) : intégrateur de contenus à destination des professionnels du tourisme, plus de 3 millions d'activités, hôtels , restaurants, circuits, monuments ... mais peu de circuits culturels et pas de présentation de point d'intérêts détaillés. Très orientés tourisme et très peu patrimoine culturels. Cirkwi offre aux professionnels la possibilité de créer des circuits.
- **TOUS CES ACTEURS VONT SORTIR AFFAIBLIS VOIRE DISPARAITRE SUITE A LA CRISE DU COVID-19 : UNE OPPORTUNITE EST A SAISIR POUR DU TOURISME LOCAL ET A TERME EUROPEEN**

Le fondateur : Christophe MATHEVET



Un Entrepreneur expérimenté
dans les nouvelles technologies informatiques,
le fonctionnement des starts up digitales
et une forte connaissance du marché du tourisme et des collectivités.



Un homme de Réseaux



Le modèle économique TELLNOO



Le business model repose sur une mécanique de récurrence

➔ 2 types de cibles commerciales



Modèle de type FREMIUM

➔ Accès gratuit

➔ Abonnement avec Services



Services personnalisés

➔ Création de circuits

➔ Création de visites

➔ Promotion du site



Le modèle « B to C » TELLNOO



Maîtrise des
coûts
d'acquisition

Application gratuite



Multiplier les téléchargements



Abonnements



Prestations et Services



Maîtrise des
gestion
d'abonnements

En mode payant, possibilité d'accéder à des services supplémentaires :

L'arrêt des pubs

L'accès à des fonctions supplémentaires : création et enregistrement de ses propres circuits

L'accès à des fonctions complémentaires en gestion des préférences

L'accès à toutes les visites et circuits Tellnoo en Europe en Français

L'accès au téléchargement des visites et circuits



Abonnements utilisateurs



Métriques Applications



Partenariats et Affiliations



Revenus ponctuels



Revenus publicitaires



Régie publicitaire

Le business model B to C



Le business model B to C est de type freemium.

- L'application est gratuite avec l'ensemble des points d'intérêts (étendu à l'Europe après la levée de fonds), les circuits et visites de nos clients ainsi que les circuits et visites mis gracieusement par Tellnoo. pubs et possibilités limités. En mode payant, possibilité d'accéder à des services supplémentaires :
 - L'arrêt des pubs
 - L'accès à des fonctions supplémentaires : création et enregistrement de ses propres circuits et
 - L'accès à des fonctions complémentaires en gestion des préférences
 - L'accès à toutes les visites et circuits Tellnoo en Europe en Français
 - L'accès au téléchargement des visites et circuits
- Le modèle Freemium est le modèle en plein développement dans le secteur des applications mobile : <https://mbamci.com/les-secrets-de-la-reussite-du-freemium/>
- Pour passer d'un mode freemium à un mode abonné, les utilisateurs pourront avoir un accès à quelques visites et circuits (ceux des clients en mode public et ceux choisis par TELLNOO) et voir toutes les fiches descriptives de tous les circuits et visites. De même sur les circuits proposés en mode freemium, il sera proposé de les personnaliser. Toutefois pour accéder à tous cela, un processus d'abonnement sera proposé.
- Le Taux d'abonnement moyen au niveau mondial est de 3,3% par téléchargement : <https://www.blogdumoderateur.com/succes-applications-abonnement-2018/>. C'est sur cette hypothèse qu'a été construit le business plan.
- A terme, d'autres business model se rajouteront :
 - L'accès à des services supplémentaires : que faire ce week-end a proximité ? Organisation de visites guidées ...
 - L'accès à des remises : sur visite guidées, sur entrée ...
 - L'accès à des avant-première : sur visites guidées, invitations ...
 - L'accès à une actualité dédiée

Le business model B to C : Abonnement



Les hypothèses de politique de prix de l'abonnement :

Durée de l'abonnement	3 mois	6 mois	12 mois	Total
Répartition des abonnés suivant engagement de durée	50 %	32,5 %	17,5 %	100 %
Prix de l'abonnement sur la durée	15 €	26,5 €	45 €	-
CA moyen par abonné par abonnement	7,5 €	8,61 €	7,88 €	23,99 €
Nombre moyen d'abonnement par abonné	2	2	2	
CA moyen par abonné	15 €	17,32 €	15,76 €	47,98 €

Segmentation des cibles



La cible B to C : Acquisition des utilisateurs

- La campagne d'acquisition sur Google pour Android a coûté 0,29 € par téléchargement et a permis de générer 18 900 téléchargements sur les 26 220 téléchargements totaux sur Android du 11 juin 2019 au 2 mars 2020. Ainsi, **le coût d'acquisition d'un utilisateur ramené à l'ensemble des téléchargements est de : 0,21 €**. Le business plan a été construit sur une base de 0,25 € par prudence et par rapport au volume de téléchargements visé :



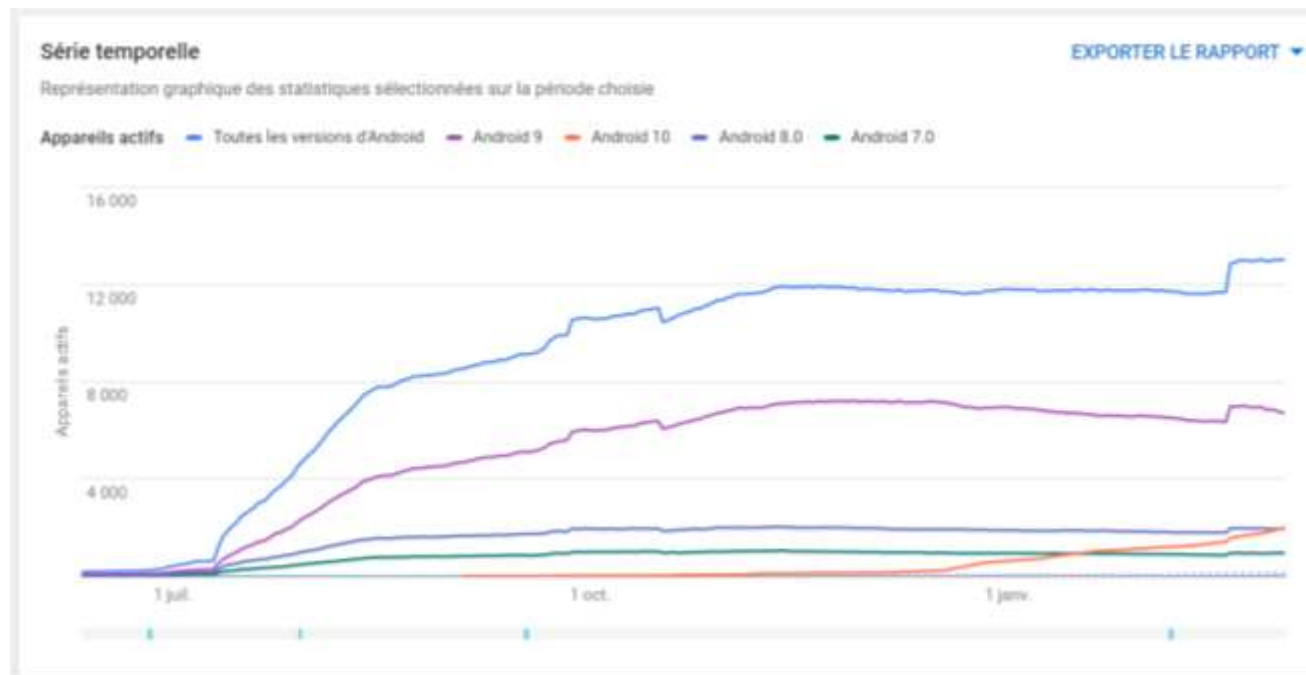
A noter que le CPM de notre campagne était de 1,31 euros. Dans le business plan le CPM a été estimé à 0,80 euros (jusqu'en 2022 puis 1 euros ensuite)

Segmentation des cibles



La cible B to C : Conservation des utilisateurs

- Sur les 26 220 téléchargements au 2 mars 2020, environ **50% des utilisateurs l'on conservé dans leur smartphone**, sans aucune action d'interaction avec l'utilisateur pour le moment et sans les circuits.



Segmentation des cibles



La cible B to C : Hypothèses du business plan sur le nombre de téléchargements

- Hypothèses de téléchargement

Année	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de téléchargements visés	30 000	245 000	1 670 000	6 180 000	11 870 000
Nombre de visiteurs culturels*	14 400 000	25 000 000	300 000 000	300 000 000	300 000 000
Pourcentage de visiteurs ayant téléchargés TELLNOO	0,21%	0,98 %	0,56 %	2,06 %	3,96%

* : estimation TELLNOO

Segmentation des cibles



La cible B to C : Hypothèses du business plan sur la saisonnalité des téléchargements

- La saisonnalité touristique est relativement corroborée à la variation des nuitées. La saisonnalité des nuitées en 2015 : base 100 moyenne des 12 mois. C'est sur cette saisonnalité que le business plan a été construit. Les coefficients sont relativement similaires sur les autres pays européens

France	Nuitées / base 100	Coefficient de saisonnalité / base 1 en janvier
janv.	52	1
fév.	60	1,153846154
mars	64	1,230769231
avril	70	1,346153846
mai	102	1,961538462
juin	113	2,173076923
juil.	216	4,153846154
août	248	4,769230769
sept.	106	2,038461538
oct.	73	1,403846154
nov.	43	0,826923077
déc.	52	1

Source : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121584#tableau-figureencadre2>

Publicité / Affiliation



- Les 26 220 téléchargements ont généré plus de 600 000 pages vues, soit environ 23 pages vues par téléchargement. En retraitant les pages vues suivant l'origine de l'accès et les contenus vus, il y a entre 12 et 13 pages vues par téléchargement qui porteraient la publicité et pour partie l'affiliation (au niveau du point d'intérêt), le business plan, par prudence, a été construit avec de 12 pages vues par téléchargement en 2021 jusqu'à 15 pages vues en 2024 et 3 (2021) à 5 (2024) pages d'affiliation vues par téléchargement.
- Le choix de la régie publicitaire est en cours. L'objectif est de reprendre à terme la main sur la régie publicitaire, surtout via la mise en avant de des territoires avec les offices de tourisme et les collectivités, avec un business alimenté par les commerciaux B to B. Par prudence, le business plan a été construit avec une partie publicité venant exclusivement de la régie publicitaire sous-traitée.
- L'affiliation se fera essentiellement avec 3 acteurs pour commencer :
 - <https://getyourguide.com>
 - <https://www.ceetiz.fr/>
 - <https://toursbylocal.com>
- Dans le cadre du business plan, il a été retenu les hypothèses suivantes :
 - Le même taux de commission soit 6 %
 - Un panier moyen inférieur compte tenu des produits affiliés : 40 € au lieu de 66 €
 - Le taux de transformation supérieur compte tenu de la spécificité de l'application par rapport aux produits affiliés : 1% au lieu de 0,82 %



Source : Le CPA, baromètre de l'affiliation, 2020

Publicité / Affiliation



Les hypothèses du business model publicité et affiliation

Année	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de téléchargements hors abonnement	0	235 000	1 610 000	5 970 000	11 500 000
Nb de d'impression pub par téléchargement par an hors abonnement	10	11	12	13	14
Revenu par impression (CPM à 0,80€)	0,0008 €	0,0008 €	0,0008 €	0,0010 €	0,0010 €
Prix par téléchargement (hors abonnement)	0,0080 €	0,0088 €	0,0096 €	0,0130 €	0,0140 €
Nb de d'impression affiliation par téléchargement par an hors abonnement	3	3	4	4	5
Taux de conversion	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
Panier moyen	40 €	40 €	40 €	40 €	40 €
Taux de commission	6%	6%	6%	6%	6%
Revenu par conversion	2,40 €	2,40 €	2,40 €	2,40 €	2,40 €
Prix par téléchargement (hors abonnement)	0,0720 €	0,0720 €	0,0960 €	0,0960 €	0,1200 €
Total Revenu par téléchargement	0,0800 €	0,0808 €	0,1056 €	0,1090 €	0,1340 €
Chiffre d'Affaires Publicité et affiliation	0	17 186 €	156 807 €	626 492 €	1 507 511 €

Le modèle « B to B » TELLNOO



**Les Etablissements
publics du Tourisme**



Création de circuits personnalisés
pour guider le visiteur



Distance: 480m
Duration: 1h30

**Les Musées et
Châteaux**



Visites intérieures des sites
avec système BEACON



**Les Professionnels
du Tourisme**



Prestations complémentaires
pour leurs Clients



Le business model B to B



Le business model B to B

- Le business model de type B to B cible les collectivités, offices du tourisme, musées,, châteaux, parcs ... Le business model est la création de circuits (extérieur) et de visites (intérieur) avec un coût de mise en place et un abonnement pour la gestion du circuit ou de la visite.

Les hypothèses de politique de prix de l'abonnement :

Durée de l'abonnement	Mise en place	Abonnement mensuel
Visite ou circuit publique	600 €	10 €
Visite ou circuit privé avec beacon d'accès	800 €	60 €
Visite ou circuit privé avec code d'accès	600 €	50 €

- Une politique de dégressivité du prix en fonction du nombre de circuits / visites créés par un client B to B est aussi disponible.
- Une visite par beacon de présentation est aussi disponible mais par prudence celle-ci n'a pas pris en compte dans le business plan

Plan commercial sur la cible B to B



Le plan commercial sur la cible B to B

- Cette cible génère un coût d'acquisition assez élevé pour le moment. C'est en effet une cible très sollicitée, complexe dans ses processus de décision, dispersée et avec des budgets généralement tendus
- Dans un premier temps, elle sera gérée par opportunité avec une approche essentiellement web marketing et suivie par un commercial B to B.
- L'objectif est d'abord d'avoir beaucoup d'utilisateurs en B to C pour les convaincre plus facilement de nous rejoindre par l'audience apportée par TELLNOO. Ceci permettra de baisser le coût d'acquisition sur cette cible.
- A partir de 2022 : ouverture de cette cible sur l'Europe

Année	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de visites ou circuits publics nouveaux	3	20	50	162	306
Nombre de visites ou circuits privés avec beacon d'accès nouveaux	5	20	50	162	306
Nombre de visites ou circuits privés avec code d'accès nouveaux	0	9	41	162	306

Segmentation des cibles



La cible B to B : les acteurs du tourisme culturel

- La cible B to B des acteurs du tourisme culturel est représentée par les collectivités, offices du tourisme, musées,, châteaux, parcs ...
- La France dispose d'un patrimoine hors norme en plus du son fabuleux patrimoine naturel :
 - 8 000 musées dont 1 220 sont labellisés Musées de France,
 - 6 000 châteaux,
 - 3 400 parcs et jardins,
 - 1 495 offices du tourisme et 1 719 Bureaux d'Information Touristique
- Ces acteurs du tourisme culturel sont de taille très différente et compte tenu concept TELLNOO, la cible visée est le segment des petites et moyennes structures. Les grandes structures disposant de moyens et d'une volonté de communication autonome.
- Le taux d'équipement en application de visites guidées est encore relativement faible, car les visites guidées avec conférencier sont généralement privilégiées. Toutefois avec la crise du COVID-19, ce type de visite va être plus compliqué à faire et le besoin d'une approche alternative comme TELLNOO peut se faire sentir.
- Sur la France, la cible TELLNOO peut être estimée à :
 - 5 000 musées,
 - 3 000 châteaux,
 - 2 500 parcs et jardins,
 - 1 000 offices du tourisme

Segmentation des cibles



La cible B to B : les « voyageurs »

- La cible des « voyageurs » B to B est représentée par les agences de voyages, les croisiéristes, les tours opérateurs, autocaristes ...
- L'offre consiste en vendre en marque blanche une solution TELLNOO permettant à chacun de leur client achetant un séjour de leur fournir une application dédiée de visites culturels de leur séjour.
- Après de premiers contacts très encourageants auprès des « voyageurs », la crise du COVID-19 a durement frappé cette cible et a freiné tout investissement de leur part. Ces acteurs mettront certainement beaucoup de temps à se relever. Aussi, cette cible a été abandonnée pour le moment et n'est pas intégrée dans le business plan.



LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Devenir le guide le plus utilisé dans le monde

L'équipe



Christophe MATHEVET
Président directeur général

Expériences

Fondateur et PDG de COTRANET depuis 20 ans

Autres expériences passées :

Président d'innovallée : technopole grenobloise
Président de Réseau Entreprendre Isère
Président de Grilog (LEAGUE DIGITAL Isère)
Président club APM Chartreuse
Président GEM GN : anciens de GEM
Membre du COMEX de la SCIC French Tech in the Alps
Accompagnateur de plusieurs starts up

Compétences :

- Stratégie
- Finances
- Business development
- Gestion de l'Innovation et nouvelles techno

Audrey DRYJSKI
Direction Marketing et administrative

Expériences

Experte en web marketing depuis 11 ans

Compétences :

- Marketing
- Communication
- Gestion de projet
- Administration



Renaud ZIGMANN
Directeur Technique

Expériences

Gérant société XSALTO depuis 25 ans

Compétences :

- Architecture Technique
- Open Source
- Management
- Solution pour le monde du tourisme



Vincent CASTILLE
Chef de projet

Expériences

Expert en projet technologique web et mobile depuis 18 ans

Compétences :

- Gestion de projet
- Expert technique solution mobile et web
- Solution pour le monde du tourisme





Un développement en 2 phases

Phase 1 : 2020 – 2021

Apports en Fonds Propres : 500 K€ + Dettes bancaires

Objectif

Développer TELLNOO en Français sur l'Europe pour :

- **Valider les métriques d'abonnements/Téléchargements → 3,3 %**
- **Positionner TELLNOO comme une application incontournable**
- **Valider le principe de duplication dans les autres pays CEE**

Phase 2 : A partir de 2022

Apports en Fonds Propres : 3 500 K€ + Dettes bancaires

Objectif

Développer TELLNOO dans les autres pays Européens dans la langue du pays

Déploiement en France (1/2)



Développer la technologie liée au modèle freemium

- Mise en place des avantages abonnés :
 - Suppression des pubs
 - Mise en place des téléchargements des visites et des circuits
 - Mise en place de l'interface utilisateur de création de circuits et fonctions complémentaires en gestion des préférences
 - Gestion des Accès à tous les circuits et visites Tellnoo en mode payant

Création des visites et des circuits sur les pays européens en Français

- Intégration des contenus wikipedia de toute l'Europe en Français et de nouvelles base de données open data
- Liste des pays intégrés en Français pour mai 2021 : Espagne, Portugal, Italie, Suisse, Luxembourg, Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Grèce, Chypre, Malte, Danemark, Suède, Norvège, Lichtenstein, Autriche, Islande, Finlande, Hongrie, Slovaquie, Slovénie, Turquie, Croatie, Bosnie, Serbie, Montenegro, Pologne, Tchéquie, Pologne, Roumanie, Russie, Estonie, Lettonie, Lituanie, Biélorussie, Bulgarie, Macédoine, Ukraine, Moldavie, Albanie.
- L'objectif est que TELLNOO propose des circuits et des visites :
 - 200 circuits / visites courant mai 2021
 - 380 circuits / visites en septembre 2021
 - Les circuits seront complétés ensuite pour atteindre plusieurs milliers de circuits / visites pour devenir le plus grand guide mondial avec le déploiement en Europe.

Déploiement en France (2/2)



Lancer l'abonnement

- Nouvelle campagne d'acquisition
- Nouvelle campagne de relation presse
- Nouvelle campagne de communication B to B
- Nouvelle campagne webmarketing

Intégration des informations logistiques

- Intégration des hôtels, bars et restaurants contenus dans Open Street Map

Renforcement des équipes

- 4 recrutements : 2 ingénieurs développement, 1 chargé marketing et 1 commercial B to B
=> Voir précédemment : L'organisation future

C'est l'objet de la première levée de fonds de 500 keuros

Déploiement en Europe



Sur le deuxième trimestre 2022 :

- Ouverture de TELLNOO en langue anglaise au Royaume-Uni
- Ouverture de TELLNOO en langue allemande en Allemagne et Autriche
- Ouverture de TELLNOO en langue italienne en Italie
- Ouverture de TELLNOO en langue espagnole en Espagne

Sur le dernier trimestre 2022 :

- Ouverture de TELLNOO en langue anglaise en Scandinavie
- Ouverture de TELLNOO en langue néerlandaise au Benelux : Français et Allemand étant déjà disponibles
- Ouverture de TELLNOO en langue allemande, italienne et française, en Suisse

Sur le premier trimestre 2023 :

- Ouverture de TELLNOO en langue polonaise en Pologne

Chaque pays s'ouvre avec un :

- Un responsable de pays : en charge du marché B to B, du management du pays, lien avec les autorités locales et le siège
- Un chargé de mission marketing pour la création des circuits et des visites et aussi l'enrichissement des contenu
- Puis plus tard, un chargé de mission marketing complémentaires pour accompagner celui existant et pour la partie événements

**C'est l'objet de la seconde levée de
fonds de 3,5 millions d'euros**



Les étapes du projet TELLNOO

OBJECTIF 2025

« Etre la 1° application universelle qui permette de visiter le monde »

CADENCEMENT OUVERTURES PAYS EUROPEENS																				
	<u>2020</u>				<u>2021</u>				<u>2022</u>				<u>2023</u>				<u>2024</u>			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
France																				
Allemagne																				
Autriche																				
Italie																				
Espagne																				
Scandinavie																				
Royaume-Uni																				
Benelux																				
Suisse																				
Pologne																				
Autres Pays Européens																				
Autres Pays																				



Une organisation évolutive qui suit le développement

Une organisation évolutive et progressive

- **2021 : Chargé de marketing : Animation des Réseaux Sociaux, gestion de contenus, webmarketing et gestion des Utilisateurs**
- **2021 : Ingénieur Développement : début ré-internalisation des capacités de développement**
- **2021 : Commercial : commercialisation auprès des clients B To B**
- **2022 : Ingénieur et technicien Supports : support auprès des clients B to B et de des abonnés**
- **2022 : Responsable Pays : Animation des pays déployés**
- **2022 : DAF et RRH : Renforcement des services Finances – Ressources Humaines**
- **2022 : Directeur Technique : Renforcement des services techniques**
- **2022 : Directeur Général : Renforcement direction générale pour la direction opérationnelle de TELLNOO et de son développement international**

	2021		2022		2023		2024	
	S1	S2	S1	S2	S1	S2	S1	S2
Président	1	1	1	1	1	1	1	1
Direction marketing	1	1	1	1	1	1	1	1
Chargés de marketing	1	1	2	3	4	4	4	4
Ingénieur développement	2	2	4	6	8	10	11	12
Commercial	1	1	2	2	2	2	3	3
Support			2	2	3	3	3	3
DAF				1	1	1	1	1
RRH				1	1	1	1	1
Directeur Technique				1	1	1	1	1
Directeur général				1	1	1	1	1
Responsable Pays			2	5	6	6	7	7
Chargé de marketing pays			2	5	6	9	10	14
Stagiaire contenu	2	2	3	3	3	3	4	4
TOTAL	8	8	19	32	38	43	48	53

Les prévisions financières



Une rentabilité atteinte à partir de la 4^e année

GLOBAL / B to C	2020	2021	2022	2023	2024
CA Annuel TOTAL	38 780 €	134 995 €	1 054 358 €	4 878 277 €	12 902 060 €
Nombre de téléchargement application	30 000	245 000	1 670 000	6 180 000	11 870 000
CA par téléchargement application	- €	0,55 €	0,63 €	0,79 €	1,09 €
Coût d'acquisition par téléchargement	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €	0,25 €
Marge sur acquisition par téléchargement	- 0,25 €	0,30 €	0,38 €	0,54 €	0,84 €
Marge brute globale sur CA	- €	73 500 €	634 600 €	3 337 200 €	9 970 800 €
Valeur ajoutée	- 32 097 € -	92 768 €	185 347 €	2 404 973 €	8 278 093 €
Excédent Brut d'Exploitation	- 47 839 € -	443 595 € -	1 520 545 € -	786 871 €	4 149 228 €
Résultat Net	- 50 903 € -	434 280 € -	1 734 531 € -	992 605 €	3 681 847 €





Tellnoo, la culture
dans la poche !





CHRISTOPHE MATHEVET



CEO

17 avenue du Granier – 38240 MEYLAN



04.80.80.70.50



christophe.mathevet@tellnoo.com



www.tellnoo.com



MERCI DE VOTRE INTÉRÊT

CONTACT

ADICIAL – NICOLAS CLÉMENT

n.clement@adicial.fr – 06.12.32.71.22

