



Michaël Amar : un Alsacien dans la Silicon Valley

Par Lucas Didier, étudiant à HEC Paris.

Aujourd'hui la Silicon Valley attire entre 3000 et 4000 Français chaque année : ils sont près de 60 000 dans la baie de San Francisco. Michaël Amar, un des 15 000 d'entre eux passionnés du web, est arrivé là il y a cinq ans.

À 40 ans, Michaël est CEO et co-fondateur d'[lfeelgoods](#), une startup déterminée à remplacer les coupons et codes de promotionnels par des cadeaux virtuels – un code iTunes de 10€, ou la dernière version de l'application iOS Angry Birds par exemple.

De Strasbourg à la Silicon Valley, du minitel à Internet

lfeelgoods est née en 2010. La jeune start-up a depuis levé 11 millions de dollars et possède un portefeuille de plus de 100 clients dans 16 pays. Michaël a effectué sa scolarité à Strasbourg, en passant par les classes préparatoires du lycée Kléber, puis s'est plongé dans l'entrepreneuriat sur les bancs de l'ISG, une école de commerce parisienne. Avec son ami Dimitri Ducourtieux, ils commencent alors à utiliser le minitel pour générer des revenus en affichant les résultats de certains concours ou encore en faisant de la communication sur les soirées étudiantes.

Un premier site en 1994

En 1994, le directeur de l'école reconnaît leur avance dans ce domaine et leur propose de monter un projet lié à Internet. Avec un million de francs de budget, ils réalisent le site Internet de l'ISG, un des premiers portails dédiés à un établissement de l'enseignement supérieur.

De 1995 à 1998, Michaël fonde une web agency avec Dimitri. Ils développent notamment l'Intranet de la SNCF. En 2000, la société est rentable. Le duo crée plusieurs autres sociétés liées à la publicité en ligne puis fusionnent le tout pour le revendre à un groupe en 2007.

Monétiser Facebook

Toujours lié à cette nouvelle société, qui possède un bureau de R&D à Palo Alto dans la Silicon Valley, Michaël décide initialement d'y poser ses valises pour une année. Il découvre sur place le succès de Zynga et de ses jeux en ligne FarmVille ou ChefVille, dans lesquels il trouve un nouveau levier marketing permettant de s'adresser aux femmes entre 25 et 50 ans. Une cible traditionnellement très recherchée par les marques sur Internet. *"Facebook venait de créer sa monnaie virtuelle basée sur les jeux en ligne dont Zynga, et, après leur avoir pitché l'idée, ils nous ont accordé un accès exclusif à celle-ci"*, me confie Michaël.

S'ensuit la création d'lfeelgoods, avec Dimitri et trois autres co-fondateurs issus de Google, PayPal et d'autres géants du e-commerce américain.

Aujourd'hui, les grandes marques à l'instar des 3 Suisses, Coca-Cola ou encore PayPal sont de plus en plus sensibles au besoin de récompenser leurs consommateurs par des cadeaux appropriés, et non plus de simples coupons et bons de réduction. Ifeelgoods répond à ce besoin et, avec le développement de plateformes exclusives dédiées à la distribution de cadeaux Google Play, Skype et Starbucks, est au cœur de la nouvelle tendance du marketing digital : cibler le consommateur de manière pertinente, en proposant non seulement le bon produit, mais également la bonne promotion.

L'Alsace : qualité de vie et taille humaine

Michael reste attaché à l'Alsace, où réside sa famille. Il apprécie la qualité de vie et la taille humaine de Strasbourg. Cependant, d'un point de vue professionnel, il demeure réaliste : développer une startup B2B dans le secteur d'Internet impose de rencontrer certains acteurs qui ne sont malheureusement pas présents en Alsace ou en province d'une manière générale. Fan de foot, il utilise l'analogie d'un joueur transféré de Valenciennes au FC Barcelone pour décrire son arrivée dans la Silicon Valley : *"Le niveau est plus élevé, il y a plus de monde dans le stade et la concurrence est sérieuse mais le contexte est fait en fonction : réseaux, fonds, partenaires; tout le système est en place pour permettre aux sociétés technologiques de se développer"*.

PHOTO : Michaël Amar