

# VoxM gère l'interaction média - public

**ÉMISSIONS** La start-up orléanaise VoxM propose aux médias une solution numérique pour améliorer les échanges avec leurs auditeurs, lecteurs ou téléspectateurs.

L'équipe de VoxM est installée à Orléans (Loiret). De gauche à droite : Clara Despretz, David Pastre, Franck Lecoq, Mathieu Langlois.



PAR RÉGIS DELANOË

**IMAGINEZ :** vous êtes chez vous en train d'écouter votre émission de radio préférée. Un débat vous intéresse et vous aimeriez apporter votre témoignage. Comment est-ce possible ? Certaines radios disposent d'un standard mais il n'est pas toujours efficace et peut vite saturer. Quant aux courriers ou mails envoyés aux journalistes, ils prennent trop de temps et peuvent se perdre. Restent les réseaux sociaux, eux aussi parfois aléatoires.

C'est en constatant cette difficile interaction que VoxM a été créé en décembre 2017 à Orléans (Loiret). « C'est l'un des cofondateurs, Franck Lecoq, qui a eu l'idée, explique Mathieu Langlois, associé en charge de la communication de la start-up. Son ancien travail l'obligeait à de nombreux déplacements et il a beaucoup écouté la radio.

Observant qu'aucune solution n'existait pour faciliter l'échange auditeurs-média, il a souhaité développer son propre outil. »

Avec Luís Belmard Letellier, il crée l'entreprise, bientôt rejoint par David Pastre, Mathieu Langlois et leur stagiaire Clara Despretz. Une équipe de cinq personnes bien décidées à s'ouvrir les portes d'un marché tout neuf. « Nous sommes les seuls en France et, à ma connaissance, les seuls à l'international à proposer un tel service », fait remarquer Mathieu Langlois.

## Bientôt testé par Radio France

VoxM a conçu une solution informatique complète s'adressant non pas uniquement aux radios mais aussi aux chaînes de télévision et à la presse écrite. « Il s'agit d'un manager d'interactions. Cela fonctionne comme un outil que chaque média peut inté-

mois. L'entreprise prélève une commission de 15 à 30% si le client instaure des interactions payantes pour le public.

« Une vingtaine de clients – essentiellement des radios régionales – font déjà appel à VoxM, ce qui représente environ 10 000 utilisateurs. Nous en visons 1 million d'ici deux à trois ans, annonce Mathieu Langlois. Un premier chiffre d'affaires devrait être annoncé en fin d'année, pour un objectif de rentabilité fixé à l'horizon 2022. »

Preuve que son concept séduit, VoxM va être testé par Radio France à la rentrée sur son réseau local : « Proximité et interactivité sont dans l'ADN de France Bleu, c'est cohérent avec notre projet », estime-t-il. Convaincus par la nécessité de mieux communiquer avec leur public en ces temps de distanciation sociale, d'autres groupes nationaux pourraient bientôt utiliser l'outil orléanais. ■

## Le chiffre



# 10 000

utilisateurs

grer à son propre site, son application et ses canaux de réseaux sociaux pour gérer et diffuser ses interactions. Messages et commentaires vocaux sont directement relayés aux journalistes qui peuvent les passer à l'antenne », développe Mathieu Langlois. VoxM facilite aussi la mise en relation pour participer à des jeux-concours, des sondages... L'ensemble de ces services est proposé gratuitement, avec des options payantes qui peuvent être facturées 79 à 299 € par