

# PORTRAIT

## Jean-Pierre Rémy

# SERIAL DISRUPTER

**AD TECH** Jean-Pierre Rémy, ancien patron de Solocal, a lancé sa start-up, DeepReach, où il se concentre sur la communication locale disruptée par l'intelligence artificielle. Après d'autres créations à succès.

CÉCILIA DI QUINZIO  @CciliaDiQuinzio

« Le fil rouge de ma carrière, c'est la rupture technologique », assure celui qui, « depuis tout petit », a l'âme d'un créateur d'entreprise. « Pas dans une logique de "patron" mais de développement, de création », nuance Jean-Pierre Rémy. Ce « petit gars du Jura » cofonde avec un professeur à HEC sa première société de management de la technologie, CM International, encore en activité aujourd'hui. « Toutes les entreprises que j'ai créées existent toujours », se targue-t-il.

Après six ans à la tête de CM, le jeune homme rejoint le grand cabinet Bain & Company. Nous sommes à la fin des années 90 et Jean-Pierre Rémy se positionne déjà sur le sujet de l'internet. Il le sent, cette technologie va renverser tous les business models existants.

**GOÛT DU RISQUE.** Il observe le marché et s'aperçoit que, tandis que les Booking et autres Expedia se concentrent sur le voyage de loisirs, aucun acteur ne s'est encore emparé du marché du voyage d'affaires... Il lance alors Egencia en 2000 et la rupture fonctionne. Si bien qu'en 2004, la société se rapproche du géant Expedia. « Ce fut cinq années extraordinaires aux côtés des deux présidents, Barry Diller (IAC/InterActiveCorp) et Dara Khosrowshahi (Uber) », sourit-il.

La société est à son apogée, Jean-Pierre Rémy ouvre des bureaux un peu partout dans le monde. Mais le goût du risque le pousse à chercher un autre secteur à « disrupter ». Il saisit l'opportu-



de transformation ». Mais alors qu'il est devenu expert en marketing local, l'entrepreneur va de nouveau pivoter. Sa nouvelle vision : l'intelligence artificielle peut révolutionner la communication locale.

Comme à son habitude, avant tout lancement de projet, il interroge le marché et s'aperçoit que les Gafa laisseront la place libre pour ne pas se mettre en concurrence les uns les autres. « Le local ne peut être que cross-média, analyse-t-il. L'opportunité était trop intéressante. Je quitte Solocal dès l'été 2017 pour monter ma start-up, DeepReach. »

**FACTEUR CHANCE.** Jean-Pierre Rémy bénéficie d'« un facteur chance indéniable ». Car le contexte, bien que tragique, se montre favorable à sa nouvelle activité. La crise sanitaire et les confinements successifs ont fortement accéléré la relation de proximité des marques avec leurs clients. Mais la chance ne fait pas tout dans une aventure entrepreneuriale. Pour ce sportif féru de course à pied, « fonder une entreprise, c'est avant tout du travail, énormément de travail, 100 heures par semaine, et une implication de chaque seconde ». ♦

nité de prendre la présidence de la marque historique Les Pages Jaunes dont l'enjeu de transformation digitale est colossal. Pendant huit ans, il développe des partenariats stratégiques avec les Gafa pour asseoir l'entreprise française comme « l'une des plus en avance du monde en matière

## PARCOURS

**1986-1993.** Managing director CM International.

**1993-2000.** Associé Bain & Company.

**2000-2009.** CEO-fondateur d'Egencia.

**2009-2017.** CEO Solocal.

**DEPUIS 2017.** CEO-fondateur de DeepReach.

© Eric Garault pour Stratégies