

Redwood City, 18 Novembre 2008, DowJones Eurotech Silicon Valley Event :

Le thème de cette présentation est « Comment **débloquer et capter les revenus publicitaires en ligne** aux travers des réseaux sociaux ?

Les réseaux sociaux représentent une véritable mine d'or, l'un des phénomènes technologiques les plus importants de ces dernières années, portés par des entreprises évaluées à plusieurs billions de dollars (Facebook 1,5 billion de \$, LinkedIn plus d'1 billion). Et ce principalement, parce que, pour les annonceurs et les publicitaires, les réseaux sociaux répondent à leurs deux besoins fondamentaux: conquérir de nombreux nouveaux clients — l'aspect viral des réseaux sociaux prend là tout son intérêt — et accroître le retour sur investissement des campagnes publicitaires — pour lesquelles les réseaux sociaux sont un outil de ciblage d'une précision inégalée. Néanmoins, les revenus générés sont encore insuffisants.

Il reste **deux principaux problèmes** à résoudre: la question de la protection de la vie privée, et les doutes concernant l'utilité réelle des réseaux sociaux ainsi que leur pérennité.

La protection de la vie privée : la réalité financière de Facebook en est une très bonne illustration. A chaque tentative pour augmenter ses revenus en commercialisant les profils ciblés de ses utilisateurs, Facebook se heurte aux tribunaux et aux associations d'utilisateurs pour violation de leur vie privée. Monétiser les profils d'utilisateurs est un enjeu primordial ; mais comment accéder aux formidables gisements de données attachés aux profils sans pour autant dévoiler des informations qui relèvent de la sphère privée ? Right People Technologies a développé et breveté un système qui sépare radicalement les données confidentielles de ses utilisateurs de leurs données de profil, permettant une monétisation de ces dernières dans le respect des règles de confidentialité. **Nous avons résolu le problème de la confidentialité des données.**

L'utilité réelle des réseaux sociaux : l'une des particularités de Right People réside dans la démarche utilisée tout au long du développement de nos produits — le fruit du travail collaboratif non seulement d'une équipe de techniciens et de développeurs, mais également d'un groupe de sociologues réputés. De leur travail est née la réflexion suivante sur la notion d'utilité : les réseaux sociaux regroupent vos amis, et les amis de vos amis, et en ça ils sont 'amusants'. Mais en période de crise, les réseaux sociaux se doivent avant tout d'avoir une vraie utilité réelle. Lorsque vous rencontrez un problème, il y a de très fortes probabilités pour que quelqu'un, quelque part, en ait déjà trouvé la solution. L'utilité d'un réseau n'est pas une question de savoir qui est ami de qui, mais plutôt d'être capable de trouver la « bonne personne » qui puisse vous aider. C'est ce que fait Right People : nous vous aidons à trouver la « bonne personne » dans vos réseaux sociaux ou autour de vous. **Nous avons résolu le problème de l'utilité des réseaux sociaux.**

Nous ne sommes pas un nouveau réseau social, ni une nouvelle application Facebook. Nous ne dépendons pas des réseaux sociaux préexistants. Nous proposons une technologie qui permet aux utilisateurs de PC et de téléphones mobiles de **trouver la bonne personne** pour les aider **au sein même de leurs réseaux sociaux.**

Nous allons au delà dans cette idée d'utilité : non seulement, nous permettons aux utilisateurs de PC et de téléphones mobiles de trouver la bonne personne pour les aider au sein de leurs réseaux sociaux, mais nous leur permettons également de **trouver ces personnes autour d'eux, dans le monde réel**, par exemple lors d'une soirée ou d'un congrès, dans un hôtel ou une salle de sport, dans un café ou un restaurant, lors de leurs déplacements, autour de leur lieu de résidence ou de travail...dans la vraie vie, **partout.**

Et nous en sommes capables aujourd'hui car nous avons résolu les problèmes de protection de la vie privée et de l'anonymat — et car nous avons porté notre technologie sur des plateformes aussi variées qu'Internet, Iphone, les pda, jusqu'aux plus simples téléphones portables par l'intermédiaire des sms.



Nous sommes une société basée en Grande Bretagne, côtée en bourse sur le **Marché Libre NYSE-Euronext**. Nous avons l'appui d'investisseurs et de conseillers réputés tels que l'ancien Président de France Telecom, ou les plus grands sociologues de l'Université de Sociologie de Paris V- La Sorbonne. La société a été créée en août 2005, et introduite en bourse 3 années plus tard en août 2008. Son cours a doublé dans les premières semaines de cotation. Les prochains mois verront le lancement de la deuxième version de notre plateforme de recherches, précédée depuis quelques semaines par nos deux premiers produits présents sur Internet.

Nos principales cibles commerciales sont les entreprises Fortune 1000. Notre première source de revenus est « Right People Pro »: la personnalisation de notre technologie virale pour les marques, leur permettant d'étendre et de renforcer leurs relations avec leurs clients. Notre seconde source de revenus est « Right People Targeted Self-Service Advertising » : une plateforme de self-service publicitaire de ciblage à haute précision.

Notre route vers les profits nous permet d'envisager 1 million \$ au premier quart 2009, puis 10 millions \$ pour une situation bénéficiaire courant 2010.