



croissance
entreprise
innovation
croissance
entreprise
innovation
croissance

LES VISAGES
DE LA CROISSANCE



Sommaire

Les visages de la croissance	6	GO2cam International	33
360 medical	9	Hikob	35
Adeneo Embedded	11	ICM Industrie	37
Alfatrans International	13	Monpotager.com	39
AXO Science	15	Obiz	41
Calixar	17	Reputation VIP	43
Capseo	19	SmartINST	45
Cavissima	21	Solorea	47
Coliback	23	Sydo	49
Dasir	25	Trackin	51
Divers cité	27	Vit'Cho! TRAITEUR	53
E.M.D.	29	Yseop	55
Geolid	31	Zelup	57

La Métropole de Lyon développe une politique de soutien affirmé à l'entrepreneuriat depuis de nombreuses années.

Les acteurs économiques du territoire, réunis sous une gouvernance commune (Grand Lyon l'Esprit d'Entreprise) ont décidé, il y'a plus de 10 ans, de créer le réseau **Lyon Ville de l'Entrepreneuriat**, véritable fer de lance de la politique entrepreneuriale de l'agglomération.

Depuis sa mise en œuvre, ce réseau a accompagné plus de 100 000 entrepreneurs et il a permis d'atteindre le rythme de 15 000 créations d'entreprises chaque année, plaçant ainsi **la Métropole de Lyon au 1^{er} rang des agglomérations françaises créant le plus d'entreprises.**

Fort de ces résultats, la Métropole de Lyon souhaite intensifier sa politique entrepreneuriale en renforçant son soutien à l'émergence et au développement d'entreprises à fort potentiel.

L'attribution récente du label **French Tech** marque une véritable reconnaissance de la capacité de notre écosystème à porter cette ambition.

Lyon Start Up, Novacité et Pépites, sont les programmes phares au service de cette stratégie qui vise à faire émerger les grandes entreprises lyonnaises de demain.

Leur articulation dans le temps permet de répondre aux attentes des entrepreneurs tout au long de leur parcours de croissance :

- « **Lyon Start Up** », nouveau programme du réseau LVE, a ainsi pour vocation de détecter et de faire émerger les projets les plus prometteurs,
- le programme « **Novacité** » prend le relais en accompagnant les entrepreneurs innovants pour leur permettre d'accélérer leur déploiement sur les 3 premières années,
- Enfin, le programme « **Pépites** » offre un accompagnement sur mesure aux PME qui, ayant trouvé un bon positionnement marché, connaissent une phase d'hypercroissance.

Les portraits d'entrepreneurs qui suivent témoignent de la richesse de notre tissu économique et illustrent les qualités de celles et ceux qui, portant de fortes ambitions pour le développement de leur entreprise, participent activement au développement économique de la Métropole de Lyon.

Gérard COLLOMB

Sénateur-Maire de Lyon
Président de la Métropole de Lyon

À la CCI de Lyon, nous sommes convaincus que la clé de voûte de l'économie, c'est l'entreprise : ce sont bien les 2,5 millions d'entreprises en France, dont 74 000 sur notre territoire, qui créent la richesse, l'emploi et le lien social dans notre pays. Favoriser l'esprit d'entreprendre et accompagner les porteurs de projet et les entrepreneurs est donc une de nos grandes priorités. Malgré une conjoncture compliquée, je sens en France un élan, nouveau et puissant, d'entrepreneurs qui veulent faire bouger les lignes. Et les chefs d'entreprise qui se confient dans ce livret en font partie, fers de lance de ce mouvement dynamique.

En parallèle, nous assistons à ce qui est, à mon sens, une vraie lame de fond : un engouement pour l'entrepreneuriat. Le lancement de l'auto-entrepreneuriat a, il est vrai, contribué à lever des freins à l'envie d'entreprendre. On observe également ce type d'initiative auprès des salariés.

Un nouvel état d'esprit se développe, en particulier à Lyon, où le système d'accompagnement à la création d'entreprises, avec Lyon Ville de l'Entrepreneuriat, est particulièrement actif et efficace. Le foisonnement et l'effervescence des start-up, le succès des incubateurs, les multiples initiatives de crowdfunding, des événements

comme le World Entrepreneurship Forum ou Campus Création sont autant de facteurs qui renforcent l'envie d'entreprendre.

Cette énergie créatrice se traduit dans l'image et les classements de notre métropole : 1^{re} ville "business-friendly", 1^{re} ville la plus attractive pour les cadres, 1^{re} ville intelligente et connectée en France.

La CCI de Lyon contribue à la fois à impulser ce mouvement et à agir pour lever les freins qui entravent les porteurs de projets et les PME au démarrage, puis tout au long de leur parcours de croissance.

Notre rôle consiste inlassablement à repérer ce qui facilite ces parcours et à trouver des solutions, les plus simples et les plus efficaces possible, pour franchir les seuils critiques. On observe ainsi que sur 100 entreprises créées, il en restera 34 au bout de 5 ans, mais plus du double grâce à notre accompagnement comme le label Novacité. Ainsi, et depuis plus de 25 ans pour ce programme, nous travaillons à rendre pérennes de beaux projets d'entreprises comme ceux que vous lirez dans ces pages.

Emmanuel Imberton
Président de la CCI de Lyon

“Tester, tester et tester encore. C’est le meilleur conseil que nous ayons reçu des dispositifs d’appui à la création qui nous encouragent et nous challengent depuis un an. C’est comme cela que nous espérons construire le Google de la santé !”

*Absents sur la photo

360 medical Services d’informations en ligne pour les professionnels de santé

Médecin en dernière année de formation en Oncologie-Radiothérapie, Grégoire Pigné pose son diagnostic après 35 stages effectués dans une dizaine d’hôpitaux différents : la médecine évolue vers une hyperspécialisation et une forte personnalisation des soins ; pour exercer cette “médecine de précision” et proposer la meilleure prise en charge thérapeutique à leurs patients, les praticiens doivent se tenir informés des dernières connaissances médicales. « *Selon le baromètre “web et santé” Listening Pharma-Hopscotch Digital, 96 % des médecins recherchent de l’information médicale sur Google* » précise-t-il.

Or, avec des données médicales de plus en plus abondantes, complexes et disséminées dans de multiples supports (Agence Nationale de Sécurité du Médicament, sociétés savantes, associations de patients etc), les médecins déjà surchargés perdent du temps à rechercher l’information pertinente.

La prescription ne tarde pas : des solutions digitales, gratuites et ergonomiques, pour accéder à la bonne information et aux bonnes pratiques, au bon moment. « *360 medical est le premier service qui propose de rassembler des contenus et outils de sources diversifiées ; une sorte de bibliothèque médicale 2.0, pour répondre en quelques clics, de manière claire et fiable, aux questions que se posent les médecins.* »

Avec l’aide de sa sœur Clotilde, diplômée EMLYON, il participe au concours “101 projets” organisé par les mousquetaires du web, Xavier Niel, Jacques-Antoine Granjon et Marc Simoncini, qui promet 25 000 € à chacun des lauréats.

La formule 360 medical fait effet – antécédent notable avant l’intégration dans l’incubateur EMLYON et la labellisation Novacité.

Effet secondaire de ces premiers succès : Grégoire Pigné se met en disponibilité pour se consacrer à la création de l’entreprise, sans renoncer à ses gardes à l’hôpital. « *Rester médecin au quotidien, c’est important pour développer les meilleures solutions d’usage.* »

L’équipe, complétée de Romain Bruckert pour le développement logiciel web, conçoit une première solution en cancérologie, avec une information sélectionnée par un conseil scientifique, actualisée, accessible gratuitement sur smartphone. Neuf mois plus tard, la plateforme réunit plus d’un tiers des cancérologues français et devrait se décliner vers d’autres spécialités.

Le protocole de démarrage se poursuit, avec la mise en ligne de 360 medics, base de données médicamenteuse (source ANSM) destinée à tous les professionnels de santé – un million en France. « *Cette base de référence du bon usage du médicament se différencie par son ergonomie et sa gratuité ; elle devrait accroître rapidement notre communauté.* » Ce qu’attestent les 10 000 téléchargements enregistrés en quelques semaines...

Perfusé au “Lean start-up”, le jeune interne est devenu un vrai entrepreneur : 360 medical prépare une première levée de fonds tout en affinant son modèle économique. « *Notre mission est de participer à l’amélioration des soins, en rendant service aux médecins et donc aux patients et au système de santé, avec un modèle éthique, indépendant et gratuit.* »

La greffe prend entre Hippocrate et Larry Page !

“De mes années américaines, j’ai retenu deux principes : think out of the box et think big. A l’aube de changements importants pour l’industrie, le programme Pépites nous aide à mettre en application ces principes, anticiper, sortir du cadre et oser penser grand et loin.”

Adeneo Embedded

Ingénierie logicielle embarquée et mobile

Intrepreneur ou entrepreneur, Yannick Chammings ne fait pas de différence, animé depuis toujours par le goût de la création et du développement. « *C’est ma nature : écouter l’écosystème, observer et comprendre les signaux du marché, créer de nouveaux services, inventer un business model original et différenciateur, dans une démarche permanente d’auto-challenging et d’interaction avec les autres* », confie-t-il.

Après quelques années en SSII, il rejoint en 2002 le groupe d’ingénierie électronique Adetel pour créer l’activité “OS embarqués”. « *La demande de fonctions graphiques, multimédia et connectivité embarquée commençait à proliférer dans l’industrie. Nous sommes devenus en 2 ans “Gold partner” de Microsoft, avant de créer avec eux un partenariat stratégique pour l’Europe.* »

Afin de donner une dimension internationale à cette activité croissante, il part fonder en 2006 Adeneo Corp, filiale américaine d’Adetel dédiée aux OS embarqués.

Ses trois années d’expatriation sont révélatrices. « *Après le démarrage en Europe, j’ai découvert l’esprit entrepreneurial des Etats-Unis. Avec des idées, des innovations, de l’énergie, de la volonté et de l’ambition, rien ne semble impossible, l’effet de levier est rapide et puissant.* »

De retour en France en 2009, il prend la direction générale de l’activité “OS embarqués”, filialisée au sein d’Adeneo Embedded, qui regroupe alors 26 personnes réparties entre la France et l’Amérique. Il conduit une nouvelle inflexion stratégique : diversification vers d’autres systèmes d’exploitation (Linux, Android...), partenariats avec les fondeurs

(fabricants de processeurs) et extension de la chaîne de valeur vers des technologies applicatives (QT, Java...).

Cinq ans et un LBO partiel plus tard, le cap des dix millions de chiffre d’affaires est franchi, et Adeneo Embedded, avec ses 80 collaborateurs en France, en Allemagne et aux USA, est devenu un expert technologique reconnu mondialement dans les équipements embarqués nouvelle génération (OS et logiciel). « *Dans un secteur de pur service où la taille compte beaucoup, nous avons réussi à gagner la reconnaissance internationale -300 clients dans 25 pays-. Nous avons aussi créé une identité de marque, en conservant une structure à taille humaine, forte d’un vrai sentiment d’appartenance.* »

Emulateur de créativité et de défis, Yannick Chammings joue l’interface entre le marché et le futur de l’entreprise. Avec l’appui du programme Pépites, le voilà composant le business model de demain, de l’expertise technique vers l’architecture embarquée globale. « *Nous souhaitons capitaliser sur la connaissance métier des clients pour les accompagner comme systémier du logiciel embarqué.* »

Anticipation et agilité, toujours : il réfléchit aujourd’hui à un positionnement stratégique en Asie, « *indispensable à notre crédibilité mondiale* ». « *Le rôle de l’entrepreneur, c’est la Vision. Il faut garder l’énergie du challenger, ne jamais s’endormir.* »

Pour se tenir ainsi en éveil, Yannick Chammings se laisse lui-même embarquer : entre échanges sur le monde, lectures éclairantes, voyages inspirants... et ressourcement stimulant prodigué par ses deux jeunes enfants !

“La création d’entreprise est une aventure formidable, dans laquelle tout le monde peut se lancer. Il n’y a pas de profil type, pourvu que l’on sache être attentif à ses clients et constituer la bonne équipe”

Alfatrans International

Transport de marchandises et déménagement international

Charles Dugas est un transporteur sans camions et un déménageur sans cartons, mais il a les oreilles grandes ouvertes pour écouter ses clients et faire grandir ses entreprises.

Il découvre la logistique dans les industries pharmaceutique et cimentière, avant de s’expatrier en 2000 comme directeur de filiale d’un groupe français de déménagement international, en Europe centrale, Europe de l’est et Afrique du sud. « *Mon expérience m’a apporté une vision assez complète du secteur et je sentais qu’il y avait de la place pour une entreprise différente, avec un service sur mesure, souple et performant* », souligne-t-il.

Il revient de ses 5 années à l’étranger père de famille nombreuse, tenté par la création d’entreprise. « *Mes jobs précédents loin du siège m’avaient rendu très autonome ; je souhaitais garder la même liberté de travail, dans quelque chose qui m’appartienne.* »

Il choisit Lyon comme barycentre de ses activités et fonde en 2006 Alfatrans International, affréteur de transport en France et en Europe, avec une salariée et ses premiers clients.

Il ne s’arrête pas là. Footballeur et marcheur à ses heures, Charles Dugas préfère tenir sur deux jambes : il lance dans la foulée WMS Moving, pour apporter un service “porte-à-porte” aux cadres en mutation professionnelle, activité saisonnière exigeante en termes de qualité et réactivité.

Le démarrage se fait “à flux tendus”, plus rapide que prévu, permettant l’année suivante de

structurer la démarche commerciale auprès des grands comptes, intensifier la présence sur internet, conclure des conventions internationales et réaliser de nouveaux recrutements.

Huit ans après sa création, à raison d’une croissance de 20 à 25 % par an, la place de l’entreprise et son portefeuille de clients prouvent qu’il est possible de se différencier sur un marché pourtant ultra-concurrentiel. « *Entre nos équipes -une trentaine de personnes sur toute la France- et nos partenaires -un réseau de transporteurs, loueurs de conteneurs et opérateurs internationaux-, nous réunissons un pool de compétences capable d’assurer des prestations complètes de grande qualité, avec adaptation et simplicité.* »

Pour réussir dans ces activités de services, orientées à la fois vers les entreprises et les particuliers, pas d’innovation de rupture ni de brevet prodigieux, juste une attention particulière, quotidienne, à l’humain. « *Je suis attaché au respect des personnalités, aux relations, internes et externes, fondées sur la durée. Chacun doit trouver sa place et s’épanouir, c’est par le bien-être au travail et la confiance mutuelle que nous pouvons apprendre de chaque rencontre et grandir.* »

Labellisée Pépites, la PME entend doubler de taille, en accroissant sa présence à l’international et en développant une nouvelle activité, de transfert.

Belle expédition en perspective, dans laquelle Charles Dugas saura se ménager des pauses “juste à temps”, pour ses quatre enfants, quelques dribbles et des sommets radieux.

“Dans les montagnes russes qui forment le paysage d’une entreprise innovante, on se rend compte que l’humain est la clé de la réussite, le domaine le plus difficile et le plus passionnant à gérer, celui qui crée vraiment de la valeur.”

Axo Science

Solutions de diagnostic robotisées

AXO Science semble bien la réalisation méthodique et enjouée d’une vocation. « *J’ai toujours eu la conviction d’être un entrepreneur* », annonce Othello Chartier.

Tout juste diplômé, le futur fondateur d’AXO Science passe les dix premières années de sa vie professionnelle au sein d’entreprises internationales. Il vit les débuts d’Internet, participant outre-manche au développement d’une start-up des plus prometteuses. L’éclosion de la bulle l’amène chez le N° 1 mondial de l’accès IP, Level 3 Communications, où jusqu’en 2008, à Londres puis Paris, il gère la relation stratégique avec le Top 5 des clients mondiaux.

Ce parcours brillant ne lui suffit pas...

A 36 ans, il part en quête du projet idéal. « *J’avais envie d’une aventure professionnelle avec des amis, dans un domaine noble, une mission qui peut contribuer au bien-être des gens et un bon business model.* »

Son meilleur ami, le Dr Christophe Marquette, est un chercheur reconnu : Directeur de Recherche au CNRS (Lyon 1), à l’Institut de Chimie et Biochimie Moléculaires et Supramoléculaires, il travaille sur les bio-puces, pour notamment la qualification des groupes sanguins étendus, en partenariat avec l’Etablissement Français du Sang. « *Nous avons identifié un besoin mondial et une technologie déclinable à d’autres applications commerciales. Nous tenions notre bonne idée.* »

Une idée suffisamment innovante pour qu’elle coagule chez l’incubateur Créalys en 2009.

AXO Science participe alors à plusieurs projets de recherche dans le domaine du diagnostic médical (cancer du foie ou de la vessie, allergies, maladies respiratoires...)

Othello Chartier convainc encore un copain de promo, Samuel Serraz, homme de marketing et de business développement issu de la high-tech internationale, de rallier le projet comme directeur marketing et commercial.

Avec le Dr Benjamin Corgier, co-inventeur devenu directeur de la R&D, l’équipe conçoit des solutions entièrement robotisées. « *La robotisation totale permet un dépistage précoce et la réalisation de tests haut débit à des coûts attrayants pour les banques de sang.* »

Dépôt de brevet, labellisation Novacité, certification ISO 13485, marquage CE IVD pour sa solution de génotypage des groupes sanguins, premières installations, AXO Science devient un donneur-receveur d’innovation...

Avec ses six associés et neuf collaborateurs, dont le trio amical Chartier-Marquette-Serraz, l’entreprise déploie un management singulier, “en osmose”.

Pulsations assurées pour les prochains mois : AXO Science espère obtenir l’agrément de la FDA pour commercialiser sa solution de base aux USA et adapter la même technologie à d’autres applications, avec des sondes différentes... « *Nous resterons une société de développement, avec des Preuves de Concepts -POC- qui viennent secouer le cocotier.* »

Décidément, Othello Chartier a l’entrepreneuriat dans le sang. « *Entreprendre c’est s’engager à chaque instant, sur tous les fronts, vis à vis de tous les acteurs, clients, équipe, famille, institutions, associés, banquiers. Si on a le cœur bien accroché, c’est très exaltant.* »

“Quand on est scientifique et chercheur, on est déjà un peu explorateur... Pour passer à l'entrepreneur, il faut savoir transformer l'exploration en valeur économique dans une logique de développement durable.”

Plateforme de Recherche et de production de cibles thérapeutiques et d'antigènes membranaires

Dans “sciences de la vie”, il y a “Sciences” et il y a “Vie”, deux mots qui caractérisent pleinement le parcours d’Emmanuel Dejean.

Scientifique, il l’est incontestablement : Docteur en physico-chimie et ingénieur de Grenoble INP, il assimile durant 13 ans les ressorts de l’innovation, en Centre Technique Industriel, puis dans le conseil, avant de fonder la Biotech Calixar.

La Vie, c’est la raison d’être de son entreprise, qui contribue à développer des médicaments et vaccins de haute qualité et performance. « *Nous aurons la grande satisfaction de voir notre rêve s’accomplir, quand nos procédés auront permis d’ouvrir la voie à de nouveaux traitements qui redonneront espoir et vie à des millions de personnes.* »

A la recherche en 2009 d’un projet scientifique où métaboliser ses connaissances et son expérience, Emmanuel Dejean rencontre, à l’initiative de l’incubateur Crealys, deux chercheurs du CNRS souhaitant valoriser leurs brevets. Le domaine fait souche pour lui : l’isolement de cibles thérapeutiques complexes, comme les protéines membranaires qui représentent plus de 60 % du marché de l’industrie pharmaceutique. « *Grâce à une chimie de rupture et un savoir-faire de pointe, Calixar permet aux acteurs des Sciences de la Vie d’obtenir des cibles thérapeutiques de grande qualité et fiabilité. Notre approche s’applique à toutes les protéines membranaires, sans les dénaturer ni modifier leur structure primaire, pour les rendre compatibles avec les procédés actuels de découverte de nouveaux traitements.* »

Avec son caractère très innovant, les distinctions prolifèrent pour le projet : double lauréat du Concours national pour la création d’entreprises innovantes, Prix Lyon Science Transfert, lauréat du Réseau Entreprendre et labellisation Novacité en 2011, Lauréat NETVA et Prix Innovation du Rhône en 2013... « *Nous avons eu un soutien fort de notre conseiller Novacité ; le Département International de la CCI de Lyon nous a également bien aidés dans nos premiers pas à l’export.* »

En trois ans, Calixar, avec ses douze collaborateurs (dont neuf docteurs), réalise deux levées de fonds, un chiffre d’affaires de 600 000 euros, dont 70 % à l’export, pour administrer cinq brevets, le dernier portant sur une formulation déjà révolutionnaire pour le vaccin contre H1N1.

Les défis ne manquent pas pour celui qui souhaite faire de Calixar la référence mondiale dans l’isolement de cibles thérapeutiques et d’antigènes : découvrir la première structure 3D native d’une cible d’intérêt thérapeutique majeure (maladie de Parkinson), générer des anticorps monoclonaux de qualité thérapeutique contre cette cible et sortir un vaccin universel contre la grippe humaine...

L’antidote d’Emmanuel Dejean contre les difficultés de l’entrepreneuriat ? – Sa science de la vie : une bonne dose d’humanisme dans ses relations quotidiennes. « *La foi et la passion doivent permettre d’agir en Vérité et de surmonter tous les obstacles.* »

“Nous avons basé Capseo sur une équation idéale : développement commercial et levées de fonds aux Etats-Unis, qui représente le plus gros marché [six fois l'Europe en dépenses Marketing] ; R&D en France, pour les opportunités offertes aux créateurs d'entreprises innovantes et la qualité des ingénieurs, sans la surenchère de la Silicon Valley.”

*Absent sur la photo

Agence dématérialisée de marketing digital international

La dématérialisation peut-elle s'appliquer aux agences digitales, comme au commerce, à l'immobilier ou à l'éducation ? C'est l'hypothèse qu'Anji Ismail compte démontrer avec Capseo.

« *Tant que ce n'est pas fait, ça ne vaut rien.* » Le jeune entrepreneur n'oublie pas ce conseil plein de bon sens donné par son père, qui d'ailleurs aurait préféré voir son fils rentrer chez Microsoft à l'issue de son Mastère en Management des Systèmes d'Information EMLYON / Ecole Centrale. « *J'ai choisi une voie plus risquée, je me dois de réussir, pour ne pas lui donner raison !* »

De ses études de commerce en alternance dans une TPE du numérique, Anji Ismail référence “Innovation” comme mot-clé. Sa rencontre avec Faouzi El Yagoubi durant son Mastère est l'opt-in pour la création. Ce dernier, a déjà en tête une idée de start-up. De leurs affinités naît un concept marketing innovant, basé sur le crowdsourcing. « *La plateforme développée par Capseo, DOZ, est la seule solution de marketing digital qui permette à des entreprises de se lancer dans le monde entier en quelques heures, via une équipe de marketeurs qualifiés et localisés.* »

Ces marketeurs sont aujourd'hui plus de 4500, répartis dans 30 pays différents, à contribuer aux campagnes internationales de sites e-commerce, PME, grands groupes et agences de communication souhaitant renforcer la visibilité de leurs marques sur le web. Ils sont recrutés sur un système de recommandation

et parrainage, matchés selon trois critères : emplacement géographique, intérêt pour l'industrie et expertise attendue (recherche, social, contenu). « *DOZ est le garant du bon déroulé des campagnes et de la qualité des livrables.* »

Premiers clients payants en 2009, premier voyage dans la Silicon Valley en 2010, premiers clients et investisseurs aux Etats-Unis en 2011, ouverture du bureau de San Francisco en 2012, lancement du produit fini en 2013, levée de fonds de plus d'un million d'euros en 2014... Capseo fait le buzz en quelques clics, notamment grâce à la bannière Novacité. « *Un appui remarquable, sur les solutions de financement, la mise en relation, les opportunités commerciales, l'ouverture à l'international, la réflexion stratégique.* »

Capseo, agence sans service commercial, séduit des marques comme Virgin, Bwin, Le Figaro, Axa... avec l'éthique comme moteur de recherche de clients. « *Nous refusons de nombreux clients potentiels, des sites internet qui ne rentrent pas dans nos valeurs, comme le casino, la voyance, les sites pour adultes etc.* »

L'avenir de Capseo, Anji Ismail le rêve illimité : en leadership, part de marché et nombre de clients, en chiffre d'affaires et bénéfices, mais aussi en liens, nombre de naissances et d'achats immobiliers chez ses employés (une vingtaine en 2015). « *Au final, une entreprise a du sens si elle a un impact sur le monde et ça commence par les personnes qui la font grandir.* »

“L'accès au bonheur consiste à écouter son instinct, à construire et à respecter autrui. Le job de créateur d'entreprise m'a vraiment permis de confirmer cette analyse. C'est une belle aventure, avec des hauts et bas que l'on vit mieux si l'on choisit un sujet-passion et si l'on a travaillé sur soi avant de se lancer.”

Cavissima

Constitution et gestion en ligne de caves à vin

« **L**a cave pour tous » : Thierry Goddet présente ainsi Cavissima et ses services de constitution et de gestion en ligne de caves à vin ; un projet de cœur concrétisé sur une passion parfois contrariée.

Car durant sa première vie professionnelle, Thierry Goddet forme son goût d'entreprendre à travers la direction de filiales industrielles d'Europe en Asie, et son palais à travers de plaisantes dégustations de cépages en appellations. Mais il est frappé à deux reprises par le cambriolage de la cave de son appartement parisien. Obstiné, il décide, une fois installé en Asie, de se recomposer une cave à distance : sélection et achat, stockage en lieu sûr et gestion. « Mes recherches m'ont montré qu'il y avait matière à industrialiser ce process pour en faire un business. »

Il saute dans le pressoir en 2009, crée le portail cavissima.com et son bouquet de services, organise le back-office : trois caves spécialement aménagées à Beaune, Genève et Paris. Le projet labellisé Novacité reçoit en 2010 la médaille d'argent aux Trophées du e-commerce. « C'était la reconnaissance de notre positionnement unique, en mode cloud, avec une vraie profondeur et qualité de catalogue. »

Thierry Goddet réussit en 2011 à récolter 250 000 euros via l'émission de BFMBusiness "3 minutes pour convaincre" animée par Stéphane Soumier. « Un programme de levée de fonds en direct, avec un journaliste extraordinaire et influent.

Cela nous a apporté image et notoriété. Je suis même devenu chroniqueur-investissement sur la chaîne. »

Le concept n'intéresse finalement pas que les expatriés, mais toutes sortes de particuliers : jeunes, femmes, débutants, investisseurs patrimoniaux, propriétaires de caves saturées, inadaptées ou mal sécurisées... attirés par les arômes d'une cave-plaisir et/ou rendement.

2012 : millésime de création de Cavissima Grands Crus, première plateforme en ligne dédiée à l'investissement dans le vin. « Cette initiative a été saluée par le Prix de l'Innovation attribué par les rédacteurs de toute la presse patrimoniale, ce qui nous a permis de figurer aux palmarès de Boursorama et Cortal Consors. »

Si 2013 est une année médiocre pour le vin, elle est favorable à l'entreprise, qui entre dans le Top 140 du palmarès des Entreprises d'avenir. Excellente cuvée en 2014, pour la vigne comme pour Cavissima, qui, avec sa jeune équipe de neuf personnes, vendange plus de 2 millions de chiffre d'affaires.

Thierry Goddet travaille maintenant à la bonification du modèle, pour atteindre les 20 millions d'ici cinq ans, avec une grappe d'implantations en Europe et en Asie. Il devrait pour cela recourir à la plateforme de crowdfunding Wiseed, partenaire de la CCI de Lyon.

« Il s'agit de donner au plus grand nombre la chance de pouvoir se faire une cave. Nous apportons du rêve, une promesse de bonheur. » In Cavissima veritas.



“La traversée de l’Afrique en 4X4 est comparable à l’expérience entrepreneuriale que je vis aujourd’hui : oser, faire des choix, ne pas se laisser freiner par la peur, progresser avec ses erreurs, grandir, partager des valeurs humaines tout au long du parcours...”

« **Q**uand il faut faire face aux intempéries et aux avaries mécaniques, qu’on se retrouve nez à nez avec des coupeurs de routes armés et cagoulés, on apprend sur soi, sur la prise de risque, l’humilité, la survie, la solidarité aussi, et la confiance que l’on est prêt à accorder à des inconnus. C’est une aventure qui marque toute une vie. » Stéphane Gatel a 32 ans quand en 2004 il décide de prendre une année sabbatique pour traverser l’Afrique de l’Ouest en camion de Lyon à Cap Town ; une expérience initiatrice qui l’encouragera par la suite à entreprendre.

Il fait étape durant six ans comme Chef de projet logistique chez vente-privee.com, site de e-commerce où il observe les problématiques posées par les retours. Il explore via une étude de marché l’intérêt d’un service mutualisé dédié à la vente en ligne, comme cela existe au Royaume-Uni pour les produits high-tech.

En 2011, il embarque deux associés dans Coliback et propose des solutions de transport gérant de bout en bout le flux des retours : contrôle, tri, réexpédition au fournisseur ou directement à un nouveau particulier. « *J’avais besoin d’un défi personnel, d’innovation* » précise Stéphane Gatel.

Le défi est grand et nécessite un an de pérégrinations informatiques. La labellisation Novacité dans ses bagages, Coliback trouve auprès de la CCI de Lyon un appui précieux à son démarrage.

« *J’ai pu bénéficier d’excellents conseils, notamment pour les financements Bpifrance et iDÉclic.* »

Dans son nouveau périple, Stéphane Gatel, logisticien voyageur, apprend les relations clients, les ressources humaines et le management, la stratégie et les priorités opérationnelles. « *On trace la vision à trois ans et on anticipe les événements à trois mois ; pas plus, sinon, on se fait plaisir pour rien !* »

A la destination de départ, le service des retours, s’ajoutent en mars 2013 des prestations logistiques pour de petits sites internet locaux.

En 2014, Stéphane Gatel inscrit plusieurs accords commerciaux dans son carnet de route, dont le dernier avec Le Coq Sportif, grâce auquel la plateforme passe le cap des 2000 colis traités par mois. « *Nous sommes un petit colibri face à vente-privee.com ! Il nous faut encore doubler nos volumes pour être visibles des sites établis et négocier de bonnes conditions auprès des transporteurs.* »

En 2015, l’équipée de Coliback devrait emmener l’entreprise vers un nouvel entrepôt de plus de 1000 m², acte de foi entrepreneuriale. « *Je sens des vents favorables pour relever les défis qui nous attendent et créer des emplois pour des personnes qui seront heureuses de partager un projet commun qui simplifie la vie des gens.* »

Dix ans après son expédition africaine, Stéphane Gatel n’a rien perdu de son enthousiasme.

“Être femme, mère et chef d’entreprise, ça n’est pas si simple. Comment faire pour rester à l’écoute de ses équipes et de ses clients, se construire un réseau, nourrir sa vision stratégique et assurer sans faiblir la deuxième journée le soir ?...”



Dasir

Vente aux professionnels de pièces détachées automobiles

Plutôt qu’une vocation, c’est un concours de circonstances qui a conduit Pascale Salut en première ligne, quand elle accepte en 2011 de succéder à son père à la présidence de Dasir. L’entreprise de vente de pièces détachées automobiles a été fondée par son grand-père ; un univers et une entreprise auxquels elle fut initiée dès l’adolescence, à se faufiler de petits travaux en jobs d’été entre les racks d’échappements et de filtration.

Son BTS international en guise de permis, elle y démarre naturellement sa vie professionnelle en 1990, à un poste d’assistante commerciale. *« J’ai appris au contact des grossistes spécialisés les relations basées sur l’humain avant les aspects financiers. Il faut savoir rentrer chez les clients par la simplicité et la convivialité. »*

Lorsque son père la nomme assistante de direction, elle se plaît à préparer, coordonner, organiser, sorte de courroie de transmission pour le président, une figure de la profession engagée dans les instances professionnelles nationales.

Elle accélère le processus qualité. *« Nous misons sur la largeur et la profondeur de notre assortiment, avec un fort niveau de service. Nous ne sommes pas les moins chers, mais la certification Iso 9001 obtenue en 2009 est un gage de qualité pour nos clients. »*

Quand le président anticipe le virage de sa succession, il se tourne vers ses enfants, tous trois présents dans l’entreprise.

Mais ni l’aînée, désormais aux finances, ni le cadet, diplômé en génie mécanique pilotant la logistique, n’aspirent à la direction.

Pascale Salut hésite à prendre le volant. *« Je craignais de passer de l’ombre à la lumière, une femme dans un monde d’hommes, une autre génération, après mon père, un caractère fort. »* Pour gagner la reconnaissance de ses collaborateurs, elle commence par écouter. Beaucoup. *« Je posais des questions de novice, cela permet de créer le dialogue et la confiance. »*

Sa première manœuvre consiste à réunir un Comité stratégique, pour se consacrer prioritairement au commerce et à la qualité globale. *« Le 13^{ème} mois, la participation, les horaires... la politique RH est complémentaire de la qualité, les clients le perçoivent quand nous organisons des animations, formations ou visites d’entreprise. »*

La stratégie par la qualité et l’humain est un bon carburant pour la croissance. Pascale Salut passe le turbo et prend une grande décision : doubler les capacités, avec un nouvel entrepôt de 6000 m². *« Ce déménagement est un peu mon “bébé” ! Il faut maintenant que les chiffres suivent ! »* Elle obtient pour Dasir la labellisation Pépites. *« J’attends beaucoup de la CCI pour m’épauler, franchir un nouveau cap et continuer notre développement en réorganisant quelques services pour conquérir de nouveaux marchés. »* Son désir d’avenir pour Dasir ? — La réussite par l’humilité.

“Il y a de l’empirisme dans les décisions d’entrepreneurs. Lorsque nous avons étudié notre première acquisition importante en 2011, les ratios de bilan portaient à dire non, mais la stratégie, l’intuition, nous poussaient à y aller. Nous avons bien fait de regarder au-delà d’une analyse purement financière.”

Divers cité

Aménagement d’espaces publics et de loisirs

Carole Marcou a de la suite dans les idées et le talent pour raviver les sociétés et créer les conditions de la croissance.

Elle découvre Divers cité en 1991 en y préparant son BTS Force de vente en alternance. L’entreprise est alors agent commercial pour quelques fabricants d’équipements sportifs, dont Gymnova, leader en matériel de gymnastique. *« Le secteur m’a tout de suite plu. J’étais très investie dans le sport, il y avait beaucoup à faire auprès des clubs et des collectivités, un terrain idéal pour moi qui aime que ça pulse ! »*

Son ancien patron la rappelle en 1996 pour relancer les ventes. Le challenge est de taille, la jeune femme pose ses conditions : être associée et cogérante. Divers cité devient distributeur et élargit son activité à tout l’aménagement des espaces publics, y compris mobilier urbain et équipements de loisirs.

Quatre ans plus tard, Carole Marcou rachète la totalité du capital, avec l’aide de son mari Gilbert Mathot, qui quitte Cegelec pour ce nouveau terrain de jeu. Mais la situation se complique, avec la perte brutale du principal fournisseur, 80 % de l’activité ! *« Nous avons dû rechercher tout azimut des équivalents en Europe ; ce qui était une catastrophe s’est finalement révélé profitable. »* Le couple d’associés commence à réfléchir au métier d’aménageur global, depuis le conseil, la conception, la vente, jusqu’à l’installation et la maintenance des équipements. *« Un modèle plus intégré, moins dépendant, plus proche des clients. »*

Divers cité réalise en 2006 un chantier emblématique avec l’architecte Michel Corajoud : le Parc de Gerland de Lyon et ses 13 aires de jeux. *« Cela représentait 50 % de notre chiffre d’affaires annuel, il fallait vraiment que le Grand Lyon nous fasse confiance ! »*

Changement de bac à sable en 2011 : Divers cité fait l’acquisition de Pro Urba, un concurrent établi de longue date, deux fois plus gros, mais qui s’essouffle. *« Un vrai challenge, sur un plan commercial, financier et humain, mais qui nous a propulsés en avant. Nous avons été bluffés par l’implication et la qualité des équipes. »*

Divers cité diversifie sa clientèle vers les centres commerciaux et l’hôtellerie de plein air, pour afficher en 2014 13 millions de ventes.

Labellisée Pépites, la société aborde une nouvelle étape, de structuration. *« Nous avons grandi par feeling et opportunités, il est temps de prendre de la hauteur, d’établir une stratégie globale et un management intermédiaire sur lequel s’appuyer. »*

Demain ? Carole Marcou, la fonceuse, et Gilbert Mathot, l’organisateur, imaginent le groupe leader en France, avec un réseau de partenaires locaux partageant leurs valeurs (innovation, pro-activité, engagement, confiance, partage)... et pourquoi pas l’Europe ?

C’est beau le monde vu depuis une balançoire...

“J’ai été audité afin qu’E.M.D. obtienne le statut de Jeune Entreprise Innovante. Mon visiteur s’est intéressé au produit, m’a posé de nombreuses questions sur les technologies, pour finir par me demander mon diplôme d’ingénieur. Je souhaite convaincre que l’on peut innover en France sans forcément sortir d’une école supérieure scientifique.”

Solutions de mobilités innovantes et durables

« **L**e moment est clé qu’aujourd’hui », reconnaît Gérard Têtu, qui vient de boucler sa première levée de fonds, destinée à industrialiser Freegônes, le triporteur à assistance électrique conçu par E.M.D. (Electro Mobilité Distribution).

Le gone libre, c’est bien lui, qui durant 20 ans porte les maillots de la distribution spécialisée – méthodes de vente, merchandising, développement de produits chez Conforama, Darty, Décathlon, Trigano – et décide à 45 ans une échappée belle : créer des solutions de mobilité durables et innovantes. « *J’ai souhaité partir vraiment de l’utilisateur pour mettre sur le marché un produit pertinent, à forte valeur d’usage et d’image.* »

Ses rencontres avec les structures d’appui à la création, CCI de Lyon, ARDI, ADEME, Métropole de Lyon, Région, l’encouragent à rejoindre le peloton des entrepreneurs. Il profite de l’aspiration, dans la roue de la labellisation Novacité. « *J’ai pu me connecter rapidement aux bons interlocuteurs techniques, financiers, institutionnels, résoudre les questions de normalisation, trouver mes locaux, choisir la meilleure stratégie de démarrage.* »

Il fait évoluer le modèle de départ, basé sur le négoce de produits existants, vers le développement de sa propre marque et gamme de produits. « *J’ai choisi le nom de marque Kleuster, pour évoquer le rassemblement fantastique de compétences et de talents offert par la Région Rhône-Alpes et auquel je fais appel dans E.M.D.* »

Le premier produit, Freegônes, est le fruit d’un long travail collaboratif sur le véhicule idéal de centre urbain. « *Cela demande de trouver le bon équilibre entre la coopération innovatrice et une certaine vigilance sur la propriété industrielle ; j’ai appris beaucoup à tous points de vue !* »

Conçu pour les professionnels de la propreté urbaine, de l’entretien d’espaces verts, de la livraison urbaine ou de la vente ambulante, ce triporteur peut supporter des charges jusqu’à 450 kg et des pentes de 10 à 12 %, avec une autonomie de 80 km (à vide). « *Je suis encore seul dans E.M.D., mais le chef d’orchestre de 70 personnes travaillant dans 19 sociétés à la réalisation du produit.* »

Gérard Têtu présente le prototype aux salons Solutrans 2013 et Pollutec 2014 et signe son premier contrat commercial, avec le leader de la collecte de déchets Pizzorno. « *Les visiteurs ont exprimé beaucoup d’émotion et d’enthousiasme ; il faut dire que nous avons soigné le design, la qualité réelle et perçue, la valeur affective et citoyenne de la marque.* »

Une réponse innovante à l’enjeu majeur qu’est la mobilité urbaine, une démarche collaborative, un produit séduisant, des partenaires industriels régionaux et un leader plein de fougue : autant de promesses d’une belle course.

2015 sera l’année de la démultiplication commerciale et industrielle. « *E.M.D. vendra sa gamme de produits, à commencer par Freegônes, mais aussi des services associés, depuis le covering jusqu’à la maintenance.* » En selle !

“Depuis la création, j’ai appris la responsabilité : quand on est dirigeant, on peut tout déléguer, sauf la responsabilité. Ça apprend à être courageux.”

*Absent sur la photo

Solutions de communication géolocalisée sur Internet

Gautier Cassagnau résume avec simplicité les premières années de Geolid, pionnier de la communication géolocalisée : *« Une histoire normale sur internet ».*

En tout cas, une histoire représentative du meilleur de la mythologie du web : 120 collaborateurs sept ans après sa création, 3000 clients, plus de 10 millions de chiffre d'affaires, un comité stratégique réunissant des patrons lyonnais emblématiques, deux tours de table pour un total de près de 5 millions, des accords avec les plus grands titres de presse, un partenariat avec Google et à sa tête, un président de 28 ans qui ne connaît pas la pression... *« C'est important de regarder avec humilité les succès passés, ne pas se reposer sur ses lauriers, se dire qu'on a de la chance et travailler dur pour préparer le futur. »*

Les racines de Geolid remontent à 2007, quand Gautier Cassagnau, étudiant à EMLYON, est vice-Président et Rédacteur en chef du Petit Paumé, association étudiante éditrice d'un city-guide local. Il y rencontre ses futurs associés Guillaume de Neuvier et Mickaël Cabrol. Ensemble, encore étudiants, ils s'exercent avec Voisineo, une plateforme web 2.0 dédiée à la vie de quartier.

Une fois diplômé, le trio fonde Geolid et réinvente la publicité locale. *« Nous avons souhaité démocratiser l'accès au web pour les TPE/PME, artisans et enseignes de proximité, et casser les codes d'un marché encore majoritairement tourné vers les médias classiques. »*

Geolid conçoit un système de tracking pour que les clients puissent mesurer leur retour sur investissement à partir des appels reçus grâce à ses supports de communication. Il modélise sa croissance sur l'alliance de l'innovation technologique et d'un développement traditionnel, par agences commerciales.

La société est retenue en 2013 par de grands groupes media pour monétiser leurs audiences et devient en 2014 Régie locale Google. *« Nous sommes la seule société indépendante et pure player web à avoir conclu ce plus haut niveau de partenariat ! ».*

En parallèle, Geolid conduit un travail important de transformation managériale : constitution d'un middle management -*« le cœur de l'entreprise »*- et partage d'un état d'esprit basé sur le professionnalisme, le plaisir et la simplicité. *« L'entreprise est tournée vers l'exécution, exigeante en termes opérationnels et d'énergie. »*

Labellisée Pépites en 2013, l'entreprise regarde loin devant : doubler de taille d'ici deux ans, s'implanter dans plusieurs villes européennes dans les cinq prochaines années, atteindre 100 millions en 2020 comme leader national et européen de la communication locale. *« C'est l'affaire de toutes les parties prenantes. Une entreprise s'étend au-delà de ses équipes et de ses actionnaires, à ses partenaires, experts-comptables, banquiers, mentors... La réussite relève de la performance de l'écosystème -vision, compétences, innovation, conquête- ».*

Une histoire vraiment normale ?



“Fonder une entreprise à dix actionnaires, dont neuf anciens collègues, aurait pu sembler téméraire à certains. Mais cinq ans plus tard, la fidélité et la solidarité sont les grandes forces de GO2cam International.”

GO2cam International

Edition de logiciels FAO
(Fabrication Assistée par Ordinateur)

Qui sait si GO2cam International aurait existé, si la crise de 2008 n'avait pas provoqué l'arrêt de l'activité de logiciels FAO (Fabrication Assistée par Ordinateur) pour laquelle travaillait Marc Armbruster depuis plus de 20 ans ?

Ingénieur INSA, il rejoint à sa sortie d'école en 1987 une société qui lui confie la direction du développement de GOelan, un outil de FAO bien connu des utilisateurs du secteur de la mécanique. La collaboration aurait pu durer longtemps, mais des rachats successifs, la détérioration de la conjoncture en 2009, rendent la situation intenable. *« Nous étions neuf collègues expérimentés et soudés à souhaiter fonder une société indépendante et produire notre propre logiciel. »*

La société GO2cam International voit le jour, sa marge de manœuvre laminée par une clause de non concurrence. *« Nous avons démarré avec 10 000 euros en caisse et tout juste l'espoir d'une survie. »* Heureusement, sur l'idée d'un ancien client suisse, l'équipe conçoit un produit pour l'usinage des prothèses dentaires. *« Le produit GO2dental nous a sauvés les trois premières années. »*

Retrouvant sa liberté de mouvement en 2012, l'entreprise revient sur le marché mondial avec son propre logiciel de FAO pour le fraisage, le tournage et l'électroérosion à fil. Pour assurer vitesse et stabilité, elle crée deux filiales de distribution, en France et à Shanghai, et met en place son réseau de revendeurs.

L'offre s'élargit en 2013, avec GO2operator, logiciel à destination des opérateurs au pied de la machine et GO2proto, logiciel de FAO pour le prototypage. *« Le meilleur conseil que l'on nous ait donné a été de demander le statut JEI (Jeune Entreprise Innovante). Il nous a mis dans une forte dynamique d'innovation. »*

GO2cam International, c'est aussi un souci du bien commun qui dépasse le cadre de l'entreprise, avec la fondation en 2014 de la FHTF (Fédération de la Haute Technologie Française).

GO2cam International réunit aujourd'hui une vingtaine de personnes, pour un chiffre d'affaires de 2 millions, dont 80 % à l'export, essentiellement en Asie. *« 5 ans après notre démarrage, nous avons évolué à une vitesse que nous n'espérions pas. Il n'y a que quatre ou cinq acteurs dans le monde qui adaptent comme nous le faisons les logiciels aux besoins des clients. La réactivité et la personnalisation sont nos forces. »*

Pour rester moteur au niveau mondial, Marc Armbruster se tourne vers le programme Pépites. *« Nos entreprises ont maintenant pignon sur rue. Nous avons besoin d'être accompagnés pour maintenir l'excellence technique, ouvrir des filiales en Russie et au Canada, étoffer notre réseau de distribution, décliner nos produits phares dans d'autres domaines... »*

Marc Armbruster croit plus que jamais à la puissance du collectif. *« J'ai réussi à créer de la cohésion entre les acteurs du début et les nouveaux qui ont rejoint le groupe au fur à mesure, j'en suis fier. »*

Systèmes d'acquisition de données sans fil

Il court, il court, Guillaume Chelius. A participer aux courses d'endurance les plus exigeantes comme le Marathon des sables, il a fini par s'équiper de capteurs pour suivre les réactions biomécaniques de son corps en plein effort et inventer un nouveau métier. Quand on est chercheur, on l'est 24/24H !

Diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure de Lyon et de l'INSA de Lyon, Guillaume Chelius travaille sept ans à l'INRIA sur la collecte de données sans fil et basse consommation. Les jambes lui démangent de transformer ses travaux en entreprise. *« J'avais envie de développer un projet global, de mettre la technologie au service des autres, d'expérimenter la conception de produits, l'industrialisation, le marketing, la vente. J'avais besoin aussi de me renouveler intellectuellement et de sortir de ma zone de confort. »*

Deux de ses collègues, Christophe Brailon et Antoine Fraboulet, ajoutent leurs pas aux siens. Labellisée Novacité en 2011, la société Hikob conçoit des systèmes d'acquisition de données sans fil, autonomes et multipoints. *« La création, c'est un marathon au rythme du sprint, avec une ligne d'arrivée qui recule continuellement ! On apprécie alors les structures comme Novacité qui offrent des ressources, des formations, des actions collectives, une visibilité rapide sur le territoire. »*

La première année est consacrée aux échauffements de la R&D, relayée en 2012 par les déploiements pilotes et les premières démarches commerciales. *« Nous avons combiné au départ produits et prestations, pour construire le modèle et atteindre le point mort, en parallèle au développement des prototypes. »*

En 2013, Hikob prend pied sur plusieurs marchés, avec des produits "sur étagère" : instrumentation de la route (trafic, détection de véhicules et température de chaussée), instrumentation industrielle, équipements mobiles (suivi activités et biomécanique). *« Nos solutions, qui associent électronique, réseau et traitement du signal, captent l'information sur le terrain et transmettent l'expérience du réel, dans tous les contextes et dans toutes les conditions. »*

Les victoires commerciales qualifient l'entreprise pour le grand trail de l'export en 2014.

Pour tenir la distance, elle mise sur une activité fractionnée, entre systèmes standards et co-développement de solutions spécifiques pour les industriels. *« Ces trois années nous ont permis d'affiner notre positionnement, cibler les domaines applicatifs les plus matures en assurant la meilleure valeur ajoutée. »*

Guillaume Chelius et ses associés entraînent aujourd'hui une équipe de 17 personnes et s'attaquent à la côte qui mène aux 10 millions de chiffre d'affaires. Comment passer d'une start-up artisanale à une PME structurée, en préservant le souffle d'Hikob : excellence technologique et partage étroit des problématiques des clients ? *« Le partage est au cœur du fonctionnement interne et externe d'Hikob. Nous ne voulons pas être une étoile filante, mais construire sur des bases solides la valeur de la société. »*

Quand ambition et pragmatisme, tels inspiration-expiration, alimentent la performance...

"Installés à Villeurbanne et Montbonnot, nous sommes un pur produit technologique du bassin rhônalpin. Nous tenons aux interactions entre les écosystèmes scientifiques de Lyon et Grenoble"

*Absents sur la photo

“En 20 ans et plusieurs acquisitions, dont l’une aurait pu nous tuer, nous avons réussi à constituer un groupe reconnu de 180 personnes, avec une marque nationale et un projet international. Par rapport aux moyens dont nous disposions au départ, c’est plutôt réjouissant !”

ICM Industrie

Fabrication par usinage de pièces plastiques et composites

ICM Industrie a un an d’existence, mais une longue histoire précède sa création, qui démontre que les secteurs traditionnels peuvent produire des réussites édifiantes.

Frédéric Roux apprend le métier de vendeur-terrain auprès des professionnels pour les adhésifs TESA (groupe Beiersdorf), avant d’évoluer comme chef de produit puis business manager. *« Cette expérience m’a fait découvrir le monde de l’industrie et offert de réelles opportunités de formation. »*

Il décide à 30 ans, en 1993, d’entreprendre “quelque chose” avec son épouse, dans le négoce de plastique. *« Nous hésitions à nous lancer en région parisienne, où nous vivions. Une petite entreprise dans le négoce d’isolants électriques à Lyon semblait accessible, à condition de se retrousser les manches. »*

Le couple cède appartement et voiture, fonde une holding, reprend la structure lyonnaise Isosud et mise 100 % de ses économies sur le développement. *« Le fait d’avoir quitté mon job de salarié pour devenir entrepreneur, c’est quelque chose que je n’oublierai jamais. »*

Convaincu par le modèle de distribution à l’américaine où les rôles respectifs des fabricants et distributeurs sont clairs et contractuels, Frédéric Roux déroule une stratégie basée sur l’esprit de service et la promotion des marques leaders, qui performe jusqu’en 2000. *« Je voyais les producteurs commencer à nous court-circuiter, nous devons impérativement nous diversifier. »*

Isosud cible alors les grands donneurs d’ordres de l’aéronautique, du médical, de l’énergie et de la défense, et applique à l’usinage des pièces plastiques et composites ses valeurs de réactivité et de proximité. La société embauche de nouvelles compétences, investit dans des machines de transformation, puis dans des bâtiments plus grands, et s’engage en 2002 dans des croissances externes. *« On ne gagne pas à tous les coups dans les acquisitions ! »*

Après un rachat en 2008, Isosud perd 30 % des ventes. *« Nous avons failli y passer. Premiers licenciements économiques, coupes nettes dans les dépenses, aucune rémunération versée au dirigeant, des efforts énormes dans l’action commerciale... Cela a duré six mois, on voit régresser tout ce que l’on a construit, on se retrouve face à ses responsabilités et ses engagements. »*

L’entreprise retrouve en 2013 son niveau de chiffre d’affaires, grâce à l’activité industrielle et un parc machine de plus de 100 commandes numériques en tournage, fraisage et découpe à plat. Le temps est venu en 2014 de fédérer les filiales et les sept usines de production sous une seule marque : ICM Industrie.

Labellisé Pépites, le nouvel ensemble vise le Top 5 de l’usinage de thermoplastiques et composites en Europe.

Une nouvelle page que ce dirigeant passionné, petit dormeur et gros bosseur, écrit avec son épouse, ainsi que leur fils, nouveau venu en charge de l’international ; une illustration polychrome du potentiel des polymères...



“L’expérience entrepreneuriale est magique. C’est à la fois une aventure humaine riche et précieuse, faite de rencontres et d’opportunités, et un travail sur soi de tous les jours, qui permet de repousser ses limites et de savourer chaque petite victoire. Entreprendre, c’est grandir et agir pour notre société !”

Monpotager.com

Service de potagers cultivés à distance

Thierry Desforbes nous veut du bien. Avec son service de potagers cultivés à distance, il concrétise le rêve de nombreux citadins, de retrouver le plaisir authentique des fruits et légumes cueillis du jardin.

A l’origine, il hybride sa formation agro avec un cursus commercial orienté vers l’industrie agricole, puis travaille dix ans pour de grandes entreprises de la filière. « *Pendant toutes ces années, grandissait en moi l’idée de créer une entreprise.* » Un mastère spécialisé marketing management suivi en 2009 fait germer sa motivation. « *J’avais envie de voler de mes propres ailes, de créer des emplois, de participer au rayonnement de la France en matière d’innovation. Et plus que tout, j’avais envie de créer quelque chose qu’on n’aurait jamais vu ailleurs.* »

Thierry Desforbes décide de débroussailler le marché des fruits et légumes frais, en remontant à la racine des besoins des citadins. « *Les réponses se concentraient toutes autour de la qualité, la traçabilité, le lien avec le producteur, le circuit court, le goût !* »

Alors que la plupart des acteurs proposent de l’achat/vente, lui qui aime résoudre les équations impossibles souhaite impliquer le consommateur dans le cycle de production de ses légumes et décide de labourer l’ensemble de la chaîne. Il bénéficie en 2013 de l’accompagnement ante-crédation de Novacité. « *Un accès précieux aux dispositifs offerts par les acteurs locaux : clusters, réseaux, dispositifs d’aides publiques et privées...* »

Eclos très vite une première version du site internet monpotager.com, pour faire comprendre l’offre et mobiliser les financeurs. « *Avec notre application, chacun peut cultiver en ligne sa propre parcelle de potager confiée à des producteurs partenaires et recevoir sa production dans des points relais. Nous proposons quatre formules d’abonnement à nos clients, dits ageekculteurs, à partir de 15 euros par mois pour 15 m², à raison d’une espèce de légumes par m², choisie parmi 60 espèces et variétés.* »

L’entreprise récolte en 2014 des distinctions qui viennent valider la pertinence du modèle : lauréat du Réseau Entreprendre du Rhône et 1^{er} prix dans la catégorie Smart Cities au Concours Pulse Contest organisé conjointement par Huawei et la Cuisine du Web.

Un an après sa création, Thierry Desforbes aensemencé Paris et Lyon, avec 750 clients, 15 producteurs, 20 points relais, une place de marché où la monnaie est en “patates”, une offre B2B et bientôt, des échanges entre les citadins et leurs producteurs associés.

Pour les prochaines saisons, il creuse inlassablement le sillon de la croissance, fertilisée par la confiance en l’Homme, la juste valeur ajoutée et l’engagement environnemental.

« *J’espère d’ici cinq ans emmener monpotager.com dans les 50 premières villes françaises et 10 grandes capitales hors des frontières, et que cette réussite nous permette de jouer un rôle dans les circuits-courts.* » L’avenir est au vert.

“Il a fallu s'accrocher au départ pour réunir à la fois des offres accessibles et différenciantes et un nombre suffisant de bénéficiaires. Nous avons tenu, grâce à nos valeurs : dire ce que l'on fait avec clarté, faire ce que l'on dit avec courage, assumer ses résultats avec transparence, avancer ensemble avec générosité et confiance.”

Plateforme de services sport et bien-être de proximité

« **O** biz propose du mieux-vivre à ses bénéficiaires tout en augmentant leur pouvoir d'achat. » Il y a quelque chose d'un “Michel-Edouard Leclerc du bien-être”, chez Brice Chambard, impressionnant athlète de l'existence.

Durant vingt ans, il cumule une carrière professionnelle dans le business développement pour des groupes internationaux, plusieurs formations continues (IAE, INHESJ, EMLYON...), une implication intense dans les domaines associatifs et sportifs (compétiteur, éducateur diplômé, entraîneur de champions, président fondateur de clubs, ...) et la pratique exigeante de sports d'engagement comme le kick-boxing, la boxe thaïlandaise, la plongée sous-marine, la chute libre... « *Mon MBA m'a servi de tremplin pour faire de belles rencontres et prendre du recul sur mon parcours.* »

Il fait entretemps la connaissance de Christophe Labare, ancien militaire, longtemps directeur de l'Etablissement du Sang de Saint Etienne, avec qui il partage des expériences fondatrices. « *Nous avons couru ensemble la Saintélyon en 2008 et réalisé des actions sociétales qui ont conforté nos motivations et complémentarités.* »

Accueilli dans l'incubateur EMLYON, le tandem fonde Obiz fin 2010 pour rendre accessible aux consommateurs une offre de sport-loisirs-bien-être de proximité, au meilleur prix.

Dans ses premiers mois d'existence, Obiz affronte une double difficulté : la confusion avec les sites d'achats groupés ou les inter-CE et un développement commercial coûteux. « *Nous avons redoublé d'efforts pour concevoir un*

modèle plus innovant, nous réorienter sur les grands comptes, construire un back-office performant et affirmer notre différence par les valeurs. »

Brice Chambard convainc des grands groupes d'utiliser Obiz pour renforcer le lien affectif avec leurs clients. « *Chaque contrat comprend une exclusivité sectorielle, des outils de marketing relationnel dédiés, un accompagnement dans la durée.* » Obiz conclut en parallèle des partenariats -non marchands- avec de très nombreux prestataires, régulièrement évalués. « *Il arrive que des bénéficiaires nous invitent à négocier pour eux des bons plans auprès de leurs partenaires préférés. Il y a une vraie logique de co-crédation de valeur entre tous, bénéficiaires, prestataires d'hyper proximité, clients et Obiz.* »

Obiz, “le réseau qui fait du bien”, séduit également des associations (Comité National Olympique et Sportif Français, Assemblée permanente des Chambres de Métiers et de l'Artisanat...), franchit le point mort en 2013, accueille en ses murs le ministre des sports, reçoit plusieurs distinctions, voit son chiffre d'affaires bondir à 1,3 million en 2014 et devrait dépasser 2,5 millions en 2015, avec 145 000 offres pour trois millions de bénéficiaires actifs.

Pour gérer au mieux l'hyper croissance, l'entreprise obtient la labellisation Pépites et explore désormais les potentiels du datamining. « *C'est l'une de nos priorités de développement, car comme le dit l'un de mes amis banquier : cash is king, but knowledge is power.* »

“Nous pensions au départ installer la R&D à Lyon et le reste de l’équipe, avec les quatre fondateurs, à Paris. Nous avons découvert l’écosystème local, bouillonnant, accueillant, à taille humaine, une ville qui en veut d’un point de vue numérique, la dynamique French Tech... Cela nous a convaincus de tout concentrer à Lyon.”



Reputation VIP

Solutions technologiques de gestion de l'e-réputation

Les meilleures idées sont souvent les plus simples, issues de la réalité de terrain.

Bertrand Girin, un ex d’Air Liquide reconverti dans le Private Equity entre l’Europe et la Chine, accompagne un client dans une très importante levée de fonds. Mais les investisseurs tergiversent, pour un problème d’e-réputation lié à la vie privée du président.

Il contacte Nicolas Nguyen, expert SEO (Search Engine Optimization), féru d’innovation, de web et de nouvelles technologies. Celui-ci résout le problème, grâce à une technologie unique. *« Nous avons immédiatement vu le potentiel et l’opportunité que cela pouvait représenter. »*

Les bonnes idées, pour devenir de beaux projets, demandent de réunir les meilleures compétences. Trois cofondateurs se joignent à Bertrand et Nicolas pour lancer Reputation VIP en 2012. *« Avec Olivier Rozenkranc, expert qualité et environnement software, Martin Genot, entrepreneur du web connaissant tous les e-commerçants et Laurence Houdeville, communicante introduite auprès des grandes agences, nous formons une sorte de club de surf, nous surfons sur la vague du numérique ! »*

Ensemble, ils créent des solutions technologiques pour aider les marques, dirigeants et particuliers, à protéger leur image sur les moteurs de recherche. Rapidement labellisée Novacité, la société conçoit tout d’abord le service en ligne Reputationvip.com, qui permet aux entreprises et aux personnes physiques de diagnostiquer et surveiller gratuitement leur e-réputation sur Google -plus de 10 000 utilisateurs à ce jour-.

La Forteresse Digitale™, commercialisée en 2013, s’adresse aux entreprises et personnalités publiques qui souhaitent maîtriser les informations les concernant affichées sur Google. *« Sachant que 75 % des personnes ne consultent que les 10 premiers résultats de leur recherche, nous faisons basculer en 2^{ème} ou 3^{ème} page les informations préjudiciables. »*

En 2014, en réaction à l’arrêt du 13 mai concernant le droit à l’oubli sur Internet, Reputation VIP développe en moins de deux semaines le service en ligne Forget.me, pour que les internautes puissent exercer leur droit en toute simplicité et efficacité. *« C’est un succès exceptionnel. Nous comptons en quelques mois 20 000 utilisateurs dans le monde et plus de 500 articles dans 52 pays. »*

En moins de trois ans, Reputation VIP convainc par son approche technologique des problématiques d’e-réputation, quand ses concurrents restent sur une logique de communication. Avec 30 personnes et 1,2 million de chiffre d’affaires pour son troisième exercice, la société évolue déjà à l’international. *« Nous souhaitons être une référence mondiale et une success story française de l’industrie du numérique. »*

Les belles histoires s’écrivent aussi par les valeurs. L’innovation, la confiance, l’excellence, l’esprit d’équipe, forment l’ADN de Reputation VIP. *« Pas d’aventure humaine sans l’ouverture d’esprit, la tolérance et le partage. Nous avançons sourire en coin vers nos objectifs, avec une équipe de talents prête à faire trembler la Silicon Valley ! »*

“Une start-up dans le domaine scientifique est un cocktail savant entre d’une part, une technologie, un produit et des marchés, et d’autre part les hommes, le financement et le temps qui passe vite. Aucun de ces éléments ne peut être négligé, tous les appuis sont bienvenus pour sortir gagnant de la vallée de la mort de l’innovation.”

*Absent sur la photo

SmartINST

Instrumentation de mesure pour les procédés de mélanges en cuve

Christophe Graffin et Jean-François Pinton furent d’abord des voisins, avant de fonder smartINST, entreprise pionnière dans la conception et la commercialisation d’instruments de mesure pour la mise au point et le contrôle des procédés industriels en cuve.

Le premier compte plus de 20 ans de direction générale dans des groupes internationaux en France et à l’étranger, notamment dans le contrôle industriel -matériel électrique et automates programmables-. Le second dirige le laboratoire de physique de l’Ecole Nationale Supérieure de Lyon (ENS), qui abrite des recherches en mécanique des fluides ; il en deviendra le Président. Leurs rencontres commencent souvent par une plaisanterie -les préjugés ont encore la vie dure entre chercheurs et industriels- pour se conclure invariablement sur le challenge difficile mais exaltant qu’est l’innovation. *« L’enjeu qui nous rassemblait était de partir d’une technologie naissante et d’en tirer un produit qui apporte un avantage déterminant aux utilisateurs sur un marché à fort potentiel. »*

Ils entrevoient une technologie qui permettrait de réaliser des mesures dans les fermentateurs, malaxeurs et agitateurs industriels, depuis le cœur du mélange, pour assurer la remontée de paramètres en temps réel. *« C’est un moyen de contrôler le taux d’agitation, la température et toutes sortes de mesures physico-physiques. Pour les secteurs pharma, biotechs, agroalimentaires, cosmétiques, chimie etc., les avantages s’expriment en gains de productivité, diminution des déchets et réduction des temps de développement. »*

Hébergée au sein de la pépinière de l’ENS à sa création en 2009, rapidement labellisée Novacité, la société smartINST s’engage dans quatre années de transformation du concept (Proof Of Concept) en produit commercialisable. *« Notre produit est une première mondiale, sans concurrent direct. Il a demandé du temps de développement, mais apporte une vraie rupture technologique et d’usage. »*

Grâce à une levée de fonds mi-2013, smartINST rentre dans une phase d’industrialisation et de certification, en même temps qu’elle présente sa technologie aux marchés. *« La certification CE et des distinctions décernées par des médias spécialisés furent pour toute l’équipe l’aboutissement heureux de plusieurs années de recherche, et la première commande, une validation tangible et très encourageante. »*

La PME d’une dizaine de personnes bascule dans la “vraie” vie industrielle en 2014, avec son installation dans de nouveaux locaux, la livraison de ses premiers équipements et le développement de consommables bientôt associés à ses dispositifs.

Sa technologie répondant pleinement aux prescriptions de la FDA (Food & Drug Administration aux Etats-Unis) et à la future norme européenne PAT (Process Analytics Technology), elle prépare avec confiance et énergie l’expansion commerciale. *« Nous pouvons prendre une place significative parmi les PME spécialisées dans l’instrumentation dans le monde. »*

Avec smartINST et ses instruments de mesure pour les procédés industriels en cuve, les fondateurs ont réussi le plus délicat des mélanges, celui de la science, des marchés et des hommes.

“Il y a très peu d’expériences qui apportent autant que l’entrepreneuriat, d’un point de vue humain autant qu’économique. Une idée séduisante au départ est en fait une somme de complexités, expérimentations, fausses croyances, challenges à résoudre et constructions, pour qu’elle devienne un produit qui de l’extérieur, semble évident, simple et fluide.”

Solutions éco-pragmatiques pour favoriser la transition énergétique

Il est allemand et n’en revient pas des ressources que nos territoires mettent à disposition des entrepreneurs. « *Contrairement à ce que l’on croit parfois de la France, un grand nombre d’organismes soutiennent la création. Des personnes compétentes et impliquées font tout pour nous aider à réussir* » observe Manuel Emig, fondateur de Solorea.

La vie d’entrepreneur, c’est la seule qu’il connaisse ! Il crée une première entreprise d’agencement de magasins dans son pays natal à 23 ans, pendant ses études d’économie. Installé en France quatre ans plus tard, il constate avec surprise l’éclipse du photovoltaïque. « *Toutes les conditions sont pourtant réunies pour que le solaire connaisse le succès : l’ensoleillement est généreux, le tarif d’achat, l’un des plus élevés d’Europe. J’ai recherché une solution qui lève les obstacles, pour que chaque citoyen soit acteur de la transition énergétique.* »

Solorea point à l’horizon de 2012, pour rendre l’énergie solaire accessible à tous, avec un mécanisme juridique et financier innovant basé sur la fiducie. « *Le fonctionnement est simple, plus efficace et plus sûr que la location de toiture ou le prêt classique : notre banque partenaire finance le projet du client. Les revenus des panneaux solaires sont placés sur un compte solaire, géré par une fiducie qui garantit sur 20 ans le remboursement du prêt à la banque et chaque année, le versement du surplus au client.* » La complexité du projet, labellisé Novacité, nécessite deux ardentes années de développement.

« *A 30 ans, j’ai parfois l’impression d’avoir l’expérience de quelqu’un de 50 ans ! J’ai appris à me surpasser, à ne pas lâcher dans les moments difficiles ; j’ai aussi appris de mes erreurs, notamment sur les délais, un vrai facteur d’incertitude.* »

Premiers succès commerciaux en 2014, via Internet, de gros installateurs et des partenariats avec des acteurs de la distribution. « *Nous n’aurons pas de commerciaux sur la route, qui coûtent trop cher et ont tué tout le monde. Là encore, nous cherchons à innover, avec des formules inédites de cross-selling.* »

La TPE s’oriente maintenant vers la phase de “scale-up” et de rayonnement hexagonal et européen. « *Notre grand défi actuel consiste à nous organiser pour nourrir la croissance et absorber un nombre significatif de projets, sans perdre notre capacité à innover.* »

L’innovation chez Solorea, au-delà du photovoltaïque, pourra s’étendre par effet de halo, à différentes solutions écologiques. « *Pour lutter contre le réchauffement climatique et modifier le comportement du plus grand nombre, je crois à l’éco-pragmatisme, grâce auquel le développement durable est perçu comme une opportunité et non une contrainte.* »

Manuel Emig place la Terre au zénith de ses préoccupations. « *Il faut savoir reconnaître les challenges qui en valent la peine. Notre planète mérite bien nos efforts de créativité et de conquête.* »



“Nous avons créé cette entreprise d’abord pour la liberté. La liberté d’inventer notre métier à partir de ce qui nous passionne, de nous remettre en question, de faire les choses différemment, de modeler notre organisation pour que nous prenions tous plaisir à travailler ensemble et transmettre notre enthousiasme.”

La société Sydo est sans doute un peu à l’image de sa cofondatrice Clarence Thiery : déterminée, créative et indépendante.

Etudiante en école de commerce, elle réalise son stage de fin d’études dans une grande entreprise agroalimentaire comme chef de produit marketing ; expérience a priori enviable, mais qu’elle interrompt au bout de quatre mois au profit du Mastère Entrepreneuriat d’EMLYON. *« Ce stage a été révélateur. J’ai compris que je serai beaucoup plus heureuse dans une structure où je pourrai innover et maîtriser les tenants et aboutissants. »*

Durant son Mastère, elle fait la connaissance de ses futurs associés, dont Sylvain Tillon, encore étudiant mais déjà entrepreneur, dans le cadre du projet “Lucy et Valentin créent leur entreprise”. Cette première bande dessinée, de sensibilisation des collégiens à l’entrepreneuriat, distribuée à plus de 250 000 exemplaires, est à l’origine de la création de Sydo en 2008. *« Au départ, nous avons lancé l’entreprise sur la BD comme outil de communication et d’apprentissage. »*

Ils diversifient leur offre en 2010, en fondant “Dessine-moi un mouton”, société de production vidéo dont le démarrage rapide vient progressivement interroger la stratégie de Sydo. *« De façon unanime, nous voulions avant tout transmettre des connaissances de façon intelligente. Il était donc évident que nous devions supprimer le studio classique et intégrer les compétences chez Sydo pour qu’elles servent cet objectif. »*

Sydo devient alors une société de conseil en pédagogie et met en place des solutions innovantes qui donnent envie d’apprendre, aident à comprendre et à mémoriser.

Belle intuition en 2011 : en amont de la campagne présidentielle, la société propose au journal Le Monde une série de vidéos pédagogiques, “Dessine-moi l’éco”. *« Nous souhaitons donner des bases d’économie au grand public pour qu’il puisse assimiler le jargon des politiciens. Nos vidéos, conçues avec des chercheurs en économie, ont été vues plus de 3 millions de fois et sont utilisées notamment par de nombreux enseignants. C’est une grande fierté pour toute l’équipe ! »*

Pour aller plus loin, l’entreprise lance en 2013 “Sydologie”, magazine d’innovation pédagogique destiné aux formateurs et enseignants. *« Ils y trouvent des tests d’outils pédagogiques, des bonnes pratiques, des témoignages... »* Et en 2015, elle publie son premier livre, “Donnez envie d’apprendre !”, qui rassemble les meilleurs conseils pour dynamiser les formations.

Avec la labellisation Pépites, Clarence Thiery bénéficie d’un accompagnement sur la stratégie commerciale, qui pourrait faire grandir Sydo de douze à une vingtaine de personnes. *« C’est important d’évoluer, mais de façon raisonnée et dans le respect de la qualité de ce que l’on produit, en gardant une équipe à taille humaine où la communication et les process demeurent simples. »*

Et hop, Sydo, dessine-nous la pédagogie de demain !



“Les écoles nous apprennent à faire des business plans, mais pas vraiment à exécuter nos plans. Or, le plus important dans la création d’une entreprise et son succès n’est pas l’idée, ni le business plan, mais leur mise en exécution sur le terrain : ça signifie arrêter de penser, agir, oser, savoir échouer, apprendre et recommencer.”

Solutions technologiques de suivi et de gestion des livraisons pour les restaurants

Voici venir une nouvelle génération d’entrepreneurs, pour qui le monde est un village. Ils voyagent entre Lyon et San Francisco comme d’autres prennent le TGV, digèrent les évolutions scientifiques et sociétales et voient des opportunités d’apprendre, d’innover, de construire et de se réaliser à chaque coin de rue.

Bruno Didier, 28 ans, est indiscutablement de ceux-là. « Depuis l’âge de 14 ans, je m’intéresse aux nouvelles technologies et j’aime améliorer la vie des gens. »

Il avale un double cursus d’informatique et d’entrepreneuriat-communication en alternance qui le laisse sur sa faim. « J’ai été déçu de la faible place donnée à l’innovation dans les entreprises qui m’ont accueilli. » De 2010 à 2012, il se régale en Californie, où il participe à la création et au développement de plusieurs start-up. Il en revient avec une fringale d’entrepreneuriat. « J’ai appris deux leçons : la volonté de conquérir le monde et le management à grande échelle ; c’est comme cela qu’ils réfléchissent là-bas. »

De son expérience américaine dans le “catering”, il ramène une idée, première bouchée de l’entreprise à venir : optimiser la gestion des livraisons de restaurants. « J’ai voulu simplifier tous les process : prise de commande, estimation du coût et de la durée de livraison, optimisation des tournées, règlement et fidélisation client... pour aider un maximum de gens, restaurateurs, clients et livreurs, à vivre une expérience plus agréable, grâce à la technologie. »

Trackin concocte un prototype qu’il sert aux restaurants de San Francisco, New-York, Paris et Lyon. La société devient lauréate du concours “101 projets” lancé par les éclairés du Web Niel-Simoncini-Granjon et obtient la labellisation Novacité. « La CCI de Lyon m’a permis de rencontrer des gens formidables, qui sont présents pour m’aider, me faire gagner du temps et me soutenir. »

La recette du service mis en ligne l’été 2014 ? Une technologie au service de l’expérience utilisateur... et très vite, une offre plus flexible, avec une plus grande couverture des besoins, et un accompagnement des clients dans la durée. Bruno Didier vit aujourd’hui dans les avions, entre sa petite équipe (six personnes) installée à Lyon et un incubateur de la Silicon Valley. « Aujourd’hui, tous les signaux sont au vert et je savoure. Nous prenons le meilleur des deux côtés de l’Atlantique. »

Au menu de ses journées, la croissance. « L’enjeu est de convaincre le plus de restaurants possible et de prouver aux investisseurs que nous pouvons grossir rapidement. J’ai envie de mener l’entreprise à une centaine de personnes au moins, avec une présence en Europe, aux USA et pourquoi pas en Chine. »

Et en fin de repas, une confidence : « Je croyais avoir besoin d’un mentor, mais en fait, je m’aperçois que j’avance en me nourrissant de chaque rencontre. J’apprends en regardant les autres réussir. »

“Trouver des clients est plutôt facile et rapide ; trouver des clients rentables, c’est une autre affaire ! Les accompagnements dont nous avons bénéficié nous ont aidés à redresser de telles erreurs de jeunesse. On peut se perdre à vouloir développer trop vite des services innovants.”



Vit'Cho! TRAITEUR

Restauration Automatique de repas surgelés traiteur

Vit'Cho! Traiteur est à la fois l'aboutissement de deux parcours complémentaires, une histoire de couple et une petite révolution dans l'univers de la restauration collective.

Nathalie et Bertrand Cadillon se rencontrent au lycée et révisent leur bac ensemble, mutualisant leurs points forts, l'anglais pour elle et les mathématiques pour lui.

Diplômée en Langues Etrangères Appliquées, Nathalie suit le fil rouge du marketing, du développement produit à la communication. Tandis que Bertrand, ingénieur agro, titulaire d'un MBA et du diplôme d'Expertise Comptable, s'aguerit dans le conseil en finance et stratégie de développement.

Sur cette idée commune du “développement”, ils fondent une famille, élèvent trois enfants... et se prennent à rêver d'une start-up où réunir et valoriser leurs compétences. « *Une idée innovante qui puisse contribuer à la qualité de vie des gens, en lien avec l'équilibre alimentaire.* »

Ils s'intéressent alors au marché en croissance de la restauration hors foyer et esquissent leur concept : une solution-repas de proximité alliant plaisir, nutrition et rapidité.

« *C'était possible, avec la technologie de surgélation des produits, qui préserve la qualité, la fraîcheur et la texture des aliments et limite le gaspillage.* » Reste à imaginer un automate adapté, novateur, avec écran numérique et règlements par cartes. « *Nous inventons la “cantine connectée” !* »

Quelques mois après sa création fin 2009, la société Vit'Cho! Traiteur absorbe plusieurs prix, dont celui de l'Innovation “Solution Repas” au salon phare VAE Expo Paris.

Labellisée Novacité et lauréate du Réseau Entreprendre en 2010, elle adapte son offre clé en main aux besoins des entreprises et des résidences hôtelières et de loisirs. « *Nous avons trop d'idées, il nous a fallu prioriser ! Etre accompagnés nous a aidés à simplifier notre démarrage, pour être plus rapidement opérationnels.* »

La dématérialisation des Titres Restaurants courant 2014 lui ouvre un marché vitaminé. « *Comme nos automates acceptent les cartes Restaurants, les gens, en déjeunant sur place, gagnent du temps et réduisent leur empreinte CO2.* »

A la phase de validation commerciale (90 sociétés clientes en Rhône-Alpes) succède en 2015 une étape de consolidation opérationnelle et de renforcement des fonds propres. « *Quand nous aurons atteint la rentabilité d'exploitation sur Lyon, Grenoble, St Etienne et Valence, nous pourrons “exporter” notre savoir-faire en France et en Europe ; en propre, par filiale, en franchise, nous verrons bien !* »

Au fil de l'aventure, les spécialistes de la Restauration Automatique sont devenus des experts de l'équilibre entre vies professionnelle et personnelle. « *Nous partageons la confiance, l'espoir, les joies intenses, les doutes, les rebondissements. Cette expérience renforce notre complicité, car nous apprenons l'un de l'autre professionnellement. Elle renforce également notre combativité à vouloir faire grandir notre 4ème enfant... même si nous avons dû apprendre à cloisonner un peu, à la demande de nos “autres” enfants !* »

“La croissance c’est comme l’adrénaline, un fort stimulant. L’entreprise qui ne fait pas de croissance recule. Cependant, la croissance doit être responsable : elle ne peut se faire au détriment des individus, mais avec eux, et ses fruits doivent être partagés.”

Moteur d’intelligence artificielle

Pour comprendre Yseop, il faut écouter la vision à dix ans d’Olivier Bonnet, associé et directeur financier : « *Yseop sera un acteur majeur dans le monde des Smart Machines, avec une réelle avance technologique, un savoir-faire unique, plus de 1000 clients dans le monde entier et un milliard de chiffre d’affaires.* » Faut-il qu’il ait confiance dans la société, citée par le Gartner Group comme faisant partie des aventuriers de l’automatisation des activités de services ?

Yseop, c’est tout d’abord une équipe au service d’un rêve devenu réalité : « *Nous entrons dans le monde des Smart Machines et de la NLG (Natural Language Generation).* »

Alain Kaeser, le principal actionnaire, travaille depuis 30 ans sur une technologie capable de communiquer comme un être humain. De son côté, après des études d’informatique et une première expérience de consultant, Olivier Bonnet crée Aquarel, société de conseil en Bases de Données Relationnelles, qu’il cède dix ans plus tard à un acteur important du marché. Il revient rapidement aux affaires, dans l’industrie du logiciel puis dans le coaching et le team building, et n’hésite pas un instant, quand Jean Rauscher, l’un de ses anciens partenaires, lui propose de participer à la reprise d’Yseop. « *Un projet fantastique pour quelqu’un comme moi qui aime l’entreprise agile, flexible, réactive, et chaque matin, pouvoir me dire que le champ des possibles est largement ouvert.* »

La technologie d’Yseop analyse des données structurées (CRM, financières, issues de capteurs...).

Elle génère automatiquement des commentaires ou recommandations en quatre langues, comme un être humain, mais à une vitesse de milliers de pages par seconde. « *Yseop révolutionne les usages et offre des perspectives immenses en termes de développement. Ce qui fait sa puissance, c’est le couplage, unique sur le marché, d’un moteur d’Intelligence Artificielle, d’un moteur de dialogue et d’un générateur de textes. Yseop transforme les données en conseils et les employés en experts.* »

Le trio de repreneurs, encouragé par la labellisation Pépites, engage trois grandes transformations. Il développe des interfaces accessibles et intuitives pour les informaticiens et utilisateurs métier, dans une logique d’autonomisation. Il se concentre ensuite sur l’évangélisation des grands comptes et la conquête de dix références-clés. « *Notre technologie produit l’effet Wahou mais elle peut faire peur aussi : nous avons dû être imaginatifs, affiner notre modèle, pour que les clients fassent le pas.* » Et enfin, il installe une équipe aux États-Unis. Le reste est à venir et appartiendra à la légende du numérique.

Jardinier et philosophe, Olivier Bonnet cultive les valeurs d’Yseop. « *Adhérents au Pacte PME, nous défendons l’équité. La puissance d’un grand groupe ne doit pas faire perdre cette recherche d’équilibre.* » Bricoleur à ses heures, il s’est façonné une théorie personnelle, dite du “yoyo intérieur”. « *Oser entreprendre, se faire confiance, vivre la complexité, persévérer sans s’entêter, se réinventer sans cesse.* »

“Notre pays ne peut s'en sortir que par l'innovation. J'ai été traité de fou, quand j'ai vendu mon entreprise qui roulait toute seule et tout recommencé à zéro avec un produit de rupture qui doit encore trouver son marché. C'est du risque à 100 % mais aussi 100 % de Vie, de créativité, de liberté.”

Système de nettoyage techno-écologique

En renonçant à sa routine confortable de dirigeant d'une entreprise établie, pour relever le défi de l'éco-nettoyage, Thomas Issler s'est littéralement “jeté à l'eau”.

Le fondateur de Zelup ne connaît rien d'autre que l'entrepreneuriat. « *J'ai créé ma première entreprise à 23 ans, après des études de commerce international.* » Il se lance en 1988 dans la distribution aux PMI de solutions de motorisation industrielle, secteur découvert durant ses stages en Allemagne et aux Etats-Unis. Il rachète l'un de ses fournisseurs pour ajouter à son moulin la conception de produits. « *Je suis un autodidacte de la technique. Je l'ai apprise en dessinant les pièces maîtresses de motorisation.* »

La cession de son entreprise en 2011 lui permet de donner libre court à son nouveau projet : trouver une alternative écologique et pratique au gaspillage d'eau dans les opérations de nettoyage. Trois années et des dizaines de prototypes lui sont nécessaires pour aboutir à une technologie de rupture. « *Avec ce système innovant, basé sur la défragmentation hydropneumatique, il suffit d'1,5 litre d'eau pour nettoyer une voiture.* »

Thomas Issler teste sa solution sur le marché du golf et les sports d'herbe, pour nettoyer les chaussures et accessoires, et prend 20 % du marché français en 12 mois. « *J'ai eu 100 % de clients satisfaits, la meilleure des preuves de concept.* »

Il dépose son brevet en 2012, développe des prototypes fonctionnels l'année suivante et commercialise une présérie en 2014. « *Nous vendons un objet que nous appelons Zelup, qui prend la forme d'une gâchette, avec deux positions, nettoyage et séchage. L'engouement est tel que les utilisateurs se demandent comment ils faisaient avant !* »

Entretemps, Zelup trouve dans la labellisation Novacité une source d'inspiration. « *Une aide énorme. Le conseiller m'a accompagné d'une manière exemplaire, m'a guidé dans le labyrinthe des différentes aides et possibilités de financements. Les premières années étant cruciales, je peux dire que sans lui, je ne suis pas certain que nous serions dans la même situation.* »

Zelup prépare maintenant l'industrialisation et la commercialisation de la ligne professionnelle ; une offre destinée aux particuliers devrait suivre. Ce qui semblait au départ une simple solution de nettoyage alternative révèle au fil de l'eau un océan de possibilités. « *En remplaçant l'eau par un désinfectant, on va pouvoir désinfecter, par un dégraissant, dégraisser, etc. Les possibilités paraissent sans limites, dès lors que la viscosité des éléments est suffisamment proche de l'eau.* » Architecte d'idées, comme il aime à se présenter, Thomas Issler fait confluer en 2015 toutes ses actions : levée de fonds en préparation, formules de consommables “Maison”, validation des marchés cibles et lancement du produit aux Etats-Unis... pour faire des petits ruisseaux Zelup une grande rivière d'innovation, d'écologie et de valeur.

Remerciements

Secrétaire générale de la rédaction :
Sophie KRIKORIAN

Rédaction : Corinne LAPRAS, agence Corpoé

Photos : Jean-Jacques RAYNAL

Direction artistique : Pierre ORSSAUD, Le Team

Impression : 106 imprimerie

Novacité :
dispositif financé par la CCI de Lyon,
l'Union Européenne, la Métropole de Lyon
et la Région Rhône-Alpes.

Pépites :
action conjointe de la CCI de Lyon
et de la Métropole de Lyon.

Contact : Sophie KRIKORIAN
krikorian@lyon.cci.fr – 04.72.40.57.23

Avec le soutien de :

