

Maddynews

ÉCHANTILLON

NUMÉRO 1

FRANCE : 3,99 EUR - EUROPE : 5,19 EUR - MONDE : 5,99 EUR

WWW.MADDYNESS.COM

15 DECEMBRE 2009

Le journal de référence des start-ups en France

FRENCHTECH

5 startups françaises partent
à la découverte de la Chine

Shenzhen, crédit : iStock by Getty Images



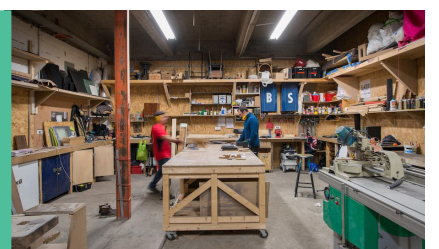
Ici Montreuil recrute 15 candidats pour sa première promotion d'entrepreneurs makers

Page 3



Avec Starter et PEPITE, Schoolab veut accélérer le développement de startups étudiantes

Page 5



Wynd lève 30 millions d'euros et recrute 80 personnes

Page 7



Les startups peuvent-elles bousculer le marché de l'optique ?

Page 8



Les startups françaises ont levé plus de
44 millions d'euros du 19 au 25 novembre

#APPLINESS

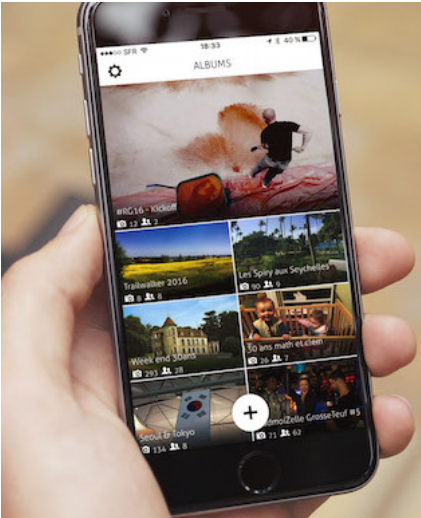
Les 4 applications de la semaine : Comet, YouConnect, Grand Tasting et iicontact

Tous les mercredis, retrouvez une sélection de quatre applications mobiles à découvrir pour (presque) finir la semaine. Le but est de mettre en avant des startups ou des initiatives innovantes repérées par la rédaction. Cette semaine, découvrez Comet, YouConnect, Grand Tasting et iicontact.

Comet

L'album photo partagé entre amis

Comet permet de regrouper automatiquement et simplement toutes les photos prises lors d'événements avec ses amis ou sa famille. Il suffit de créer un album photo, d'inviter ses amis et de partager ensuite ses photos pour que tout le monde y ait accès, en haute qualité, dans une galerie unifiée et grâce à une synchronisation rapide.



YouConnect

Une plateforme professionnelle de mise en relation

Parce que de nos jours, le réseau fait toute la différence pour rentrer dans la vie active ou donner un coup d'accélérateur à sa carrière, YouConnect propose une réponse concrète à cette problématique pour réussir et sortir du lot à coup sûr. En promouvant une mise en relation efficace, utile et juste entre les "talents" et les décideurs, la jeune pousse permet à tous de faire la rencontre qui compte. La nouvelle plateforme lancée récemment revisite les codes établis de fonctionnement des réseaux, et propose une démarche proactive où chacun devient pleinement acteur de sa réussite professionnelle.

Grand Tasting

L'expert en vin pour ne plus se tromper en grandes surfaces

Grand Tasting par Bettane+Desseuve est une app qui cache une armada d'experts ayant testé les vins des principales grandes enseignes pour guider l'internaute lors de ses achats. Que ce soit lors des Foires aux Vins ou tout au long de l'année, il ne pourra plus dire « oui, l'étiquette était jolie » ou que la région lui rappelait ses dernières vacances. Avec Grand Tasting, il sera certain de choisir son

vin en toute connaissance de cause. L'app propose également un système



de notes, commentaires, rapport prix/plaisir et accords mets-vin.

iicontact

L'app qui reconnecte deux personnes qui se sont plu

Un regard dans les transports en commun, se croiser dans la rue ou dans un magasin... rencontrer une personne qui plait peut arriver à n'importe quel moment. Mais on ne fait pas forcément le premier pas, pris au dépourvu, et on regrette parfois de ne pas l'avoir fait après coup. iicontact permet à deux personnes, entre lesquelles un courant réciproque est passé dans le monde réel, mais n'ayant pas échangé leurs coordonnées, de se reconnecter sans connaître ou fournir d'information personnelle. L'app combine technologies

mobiles et algorithmes afin de reconnecter des personnes simplement. Un peu comme Happon. ■



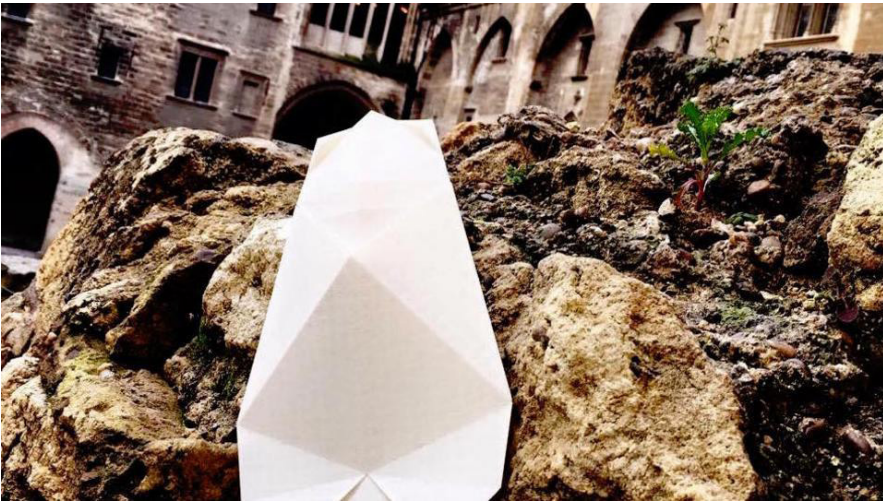
Audrey Serra
@bymaddyness

[AZERTY Jobs]

by Maddyness

#ACCOMPAGNEMENT

The Bridge lance son appel à candidatures pour sa session d'automne



L'accélérateur de la French Tech Culture, The Bridge, annonce l'ouverture des candidatures pour la session automnale de son programme d'accélération French Tech Culture, placé cette année sous le signe du Big Data.

Pour la session d'accélération d'automne, The Bridge Accelerator annonce l'ouverture des candidatures, du 1er au 20 septembre. L'accélérateur recherche des startups développant des projets autour de la capture, la recherche, le partage, le stockage, l'analyse et la présentation de données à destination des secteurs de la culture et des industries créatives (design, jeux vidéos, arts de la scène etc.).

Annoncées le 1er octobre, les jeunes pousses lauréates intégreront un processus d'accélération intensif à Avignon, entourées et coachées par l'équipe de The Bridge et ses partenaires. En échange de 3 à 7% d'equity, les startups intéressées pourront bénéficier d'un programme complémentaire optionnel de coaching sur les fonctions support (droit, compatibilité, finances, subventions). Cet accompagnement professionnel propose un coaching sur les financements et levées de fonds (pilote notamment par les experts de financement Crédit Agricole Capital et Innovation, Orange Digital Ventures, BPI France, différents investisseurs privés français, londoniens et américains) et sur les dispositifs spécifiques de financement publics PACA et Languedoc-Roussillon. Les meilleurs projets se verront proposer un déploiement massif lors des festivals 2017.

The Bridge propose également un nouveau format de challenges, en partenariat avec Bpifrance et ses partenaires. Il s'agit de proposer des défis numériques aux startups utilisant des technologies ou jeux de données mis

à disposition par les grandes entreprises partenaires, Orange et Qwant.

Challenge Orange : Techno : Mise à disposition de technologies LoRa et FluxVision appuyées par la plateforme DataVenue. Challenge : LoRa : déploiement de solutions sur des réseaux basse énergie / Fluxvision : Exploitation de données de fréquentation de zones géographiques et de déplacements de population à partir de procédés exclusifs d'anonymisation irréversible développés par Orange.

Challenge Qwant : Techno : Mise à disposition de données issues des réseaux sociaux pour la définition de tendances. Qwant mettra également à disposition des startups un jeu d'API permettant d'interroger, de combiner ces données, et de réutiliser ces Big Data. Challenge : La société Qwant édite un moteur de recherche web reposant sur les valeurs de respect de la vie privée, de neutralité et d'ouverture. Conformément à son principe d'ouverture, le moteur de recherche Qwant ne se limite pas au données du web « classique », mais propose également dans ses résultats des informations issues des réseaux sociaux. Ce sont ces données, leur extraction, leur stockage que Qwant souhaite mettre à disposition des projets challenges numériques. Les startups qui auront relevé ces défis pourront se voir octroyer un financement par Bpifrance dès décembre 2016. ■

Farid Khedri
@bymaddyness

#FORMATION

Ici Montreuil recrute 15 candidats pour sa première promotion d'entrepreneurs makers



Le fab lab Ici Montreuil est à la recherche de quinze candidats pour sa première promotion d'entrepreneurs makers. Cette formation d'une durée de cinq mois a pour but de former de futurs entrepreneurs tout en favorisant l'insertion professionnelle de jeunes sans emploi ni formation.

Ici Montreuil recrute sa première promo ! La formation proposée par le fablab, qui bénéficie du label Grande école du numérique, s'adresse aux demandeurs d'emplois ayant entre 18 et 35 ans, et sans qualification, ou en reconversion professionnelle, issus en priorité des quartiers politiques de la ville. Les candidats doivent impérativement être inscrits à Pôle Emploi.

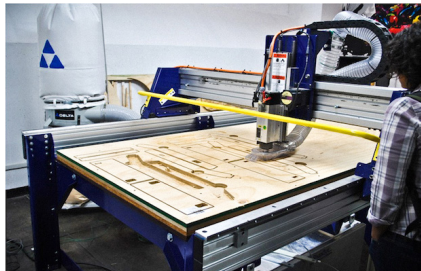
D'une durée de cinq mois, ce programme de formation a pour objectif de donner les bases de la conception et de la fabrication numérique : découpe au laser, impression 3D, CNC... Les bénéficiaires du programme se verront également octroyer des enseignements portant sur le travail du bois, du métal et du textile.

La formation sera encadrée par des formateurs et des coaches issus du maker space Ici Montreuil, de startups et de grandes entreprises partenaires tels que François Marois, président de la Fondation Énergies Croisées, de Nicolas Bard, cofondateur d'Ici Montreuil ou encore de Clément Lefevre, forgeur numérique et responsable formation d'Ici Montreuil.

Durant les deux premiers mois, les apprenants seront formés aux outils de fabrication numérique, aux techniques de base de la fabrication numérique (modélisation 3D, impression 3D, découpe laser, électronique, fraiseuse CNC, codage, etc.) et aux méthodes de co-making, d'open innovation de travail collaboratif. Ils auront ensuite trois mois pour passer du stade de concept au projet entrepreneurial

concret. Pour y parvenir, des binômes seront formés : ils auront pour tâche d'élaborer un business plan, un plan de financement ainsi que de fabriquer un prototype fonctionnel de l'objet connecté qu'ils souhaitent voir commercialiser.

Au terme des cinq mois d'apprentissage, les candidats auront l'opportunité de créer leur entreprise ou de devenir responsable du prototypage, assistant fablab manager ou forgeur numérique dans une startup d'objets connectés ou dans un fablab professionnel. Ils pourront également devenir technicien conception en agence digitale.



La Fondation d'entreprise Énergies Croisées, l'EQIOM, l'Association Fab & Co et la Ville de Montreuil sont partenaires de la formation Ici Montreuil. La première promotion, qui débute ce mois-ci, est financée par la subvention de la Grande école du numérique. À l'avenir, les formations des prochaines promotions seront financées par les crédits formations des élèves via Pôle Emploi, La Chambre des métiers d'Art, les régions, etc. ■

Farid Khedri
@bymaddyness

#FRENCHTECH

5 startups françaises partent à la découverte de la Chine pour la 1ère édition d'Impact China



La Chine attire de plus en plus les entrepreneurs. Bpifrance et Business France y poseront leurs valises en mars 2017, accompagnés des 5 startups sélectionnées pour prendre part à la première édition de leur programme d'accélération Impact China.

Nous vous en parlions cet été, Bpifrance et Business France avancent main dans la main pour aider les entrepreneurs français à mieux comprendre et à s'installer sur le marché chinois. Alors qu'ils dévoilaient il y a quelques mois la création de leur premier programme d'accélération en Chine, Impact China. Les 5 startups sélectionnées viennent d'être annoncées et prendront part dès le 6 mars 2017 à ce programme de 5 semaines – réparties en 3 missions successives pour mieux coller à la spécificité du marché chinois qui nécessite de revenir à plusieurs reprises rencontrer ses interlocuteurs.

Ces startups matures, qui envisagent le marché chinois comme un incontournable dans leur développement, ont tous les atouts pour y réussir. Chacune d'entre elles sera accompagnée de manière personnalisée pour répondre au mieux à ses besoins. En fonction de leurs objectifs de développement, les cinq jeunes pousses seront orientées vers l'une ou l'autre des grandes métropoles de l'innovation : Hong Kong, Shenzhen-Canton, Shanghai ou Pékin. L'objectif ? Leur permettre de réussir en cinq semaines à doper leur potentiel grâce aux bons outils et au bon accompagnement.

**Découvrez les
5 startups
sélectionnées**

A2iA

“ La Chine est encore trop considérée comme l'usine low-cost du monde. En réalité, c'est de plus en plus un laboratoire d'innovation de pointe, très actif dans le milieu des startups. Mais attaquer ce marché, c'est repartir de la feuille blanche. Les startups de cette première promotion d'Impact China vont devoir se challenger pour réussir en Chine. Nous allons leur faire gagner un an et guider leurs pas pour définir leur stratégie, adapter leurs produits, signer leurs premiers contrats et au final s'implanter. Le format Impact a déjà fait la preuve de son efficacité aux Etats-Unis. La version chinoise partage cet ADN ”

Muriel Pénicaut, directrice générale de Business France

Analyse d'Image et Intelligence Artificielle (A2iA) est reconnu dans le monde entier pour le développement de logiciels de reconnaissance d'écriture manuscrite et imprimée, d'extraction de contenu et de classification intelligente de documents pour mobile et desktop. A2iA a participé au programme Acceleratech China en 2015, devenu FrenchTech Tour en 2016.

Antidot

Antidot conçoit et fournit à ses clients des solutions logicielles innovantes et hautement configurables qui les aident à valoriser leurs données et à améliorer leur performance opérationnelle. La société développe des technologies allant de la recherche sémantique au machine learning et à l'analyse prédictive qui sont accessibles, clé en main et abordables pour les entreprises. Antidot a participé à Impact USA (anciennement ubi i/o) pour sa première édition en 2014.

APIX Analytics

APIX Analytics conçoit, développe et commercialise une nouvelle génération d'analyseurs multigaz miniaturisés grâce aux micro/nanotechnologies sur silicium. Une technologie qui permet de sortir les analyseurs des laboratoires pour effectuer les mesures au plus près des échantillons à analyser, directement sur les sites d'intérêt, en ligne et en temps réel. Apix Analytics est actuellement accompagnée par le Hub Bpifrance.

Open Airlines

OpenAirlines est un éditeur de logiciels qui répond aux besoins des compagnies aériennes d'optimisation de la gestion de leurs opérations et de la réduction de leurs coûts. La société a notamment développé SkyBreathe, un logiciel d'économie de carburant et de réduction de la consommation de CO2.

Ubudu

Ubudu est un fournisseur de logiciel et matériel leader dans la gestion des expériences utilisateurs via des services d'interaction de proximité. Les solutions (utilisées dans les aéroports, centres commerciaux, hôtels, musées, etc.) permettent de créer des services d'interaction de proximité : messages ciblés, orientation d'intérieur, détection de clients, analyse du trafic. ■

Anaïs Richardin

 @A_Richardin

#ACCÉLÉRATEUR

Avec Starter et PEPITE, Schoolab veut accélérer le développement de startups étudiantes



Starter, l'accélérateur de startups early stage de Schoolab, s'associe avec le réseau PEPITE (Pôle étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat). Leur objectif : accélérer la création et le développement de projets innovants chez les étudiants de l'enseignement supérieur.

Créé en 2005 à l'initiative de Julien Fayet, Olivier Cotinat et Jean-Claude Charlet, Schoolab se présente comme un innovation studio qui rassemble étudiants, startups et entreprises autour du développement de projets innovants. À la fois formateur, incubateur et producteur de solutions, Schoolab revendique à ce jour plus de 300 projets innovants, 3000 alumni, ainsi que près de 110 clients parmi lesquels Apple, La Poste, Qualcomm, Sanofi, Axa, et Toyota.

Starter, l'un des programmes lancés par Schoolab, est un accélérateur de startups early stage étudiantes. Ce dernier annonce aujourd'hui la mise en place d'un partenariat avec le réseau PEPITE France (pôle étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat) afin d'accompagner au

mieux les étudiants de l'enseignement supérieur dans l'entrepreneuriat.

Si trois promotions ont déjà vu le jour à Paris Sciences et Lettres et Nantes puis une en région parisienne, avec CréaJ et 3EF, cette nouvelle alliance devrait permettre la mise en place de six accélérateurs avec les PEPITE Bretagne, Lille Nord de France, Picardie, Centre, LPC et OZER, le tout d'ici mars 2017.

Depuis son lancement il y a maintenant deux ans, Starter revendique une soixantaine de startups accompagnées, comme Partoo, Alancienne, Foodvisor et Les Talents d'Alphonse. L'une d'entre elles, Legalib, a même déjà été revendue. ■

Iris Maignan

 @IrisMaignan

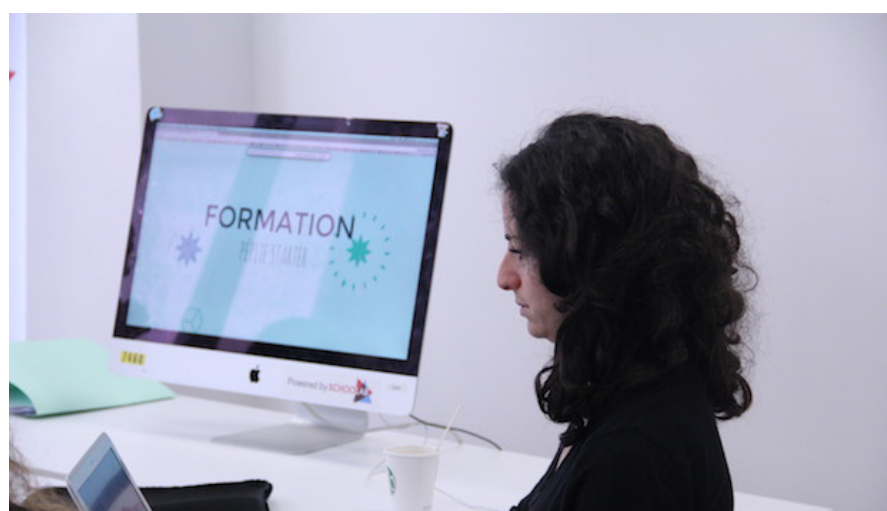
“ Nous prouvons avec Schoolab, que grâce à un effort coordonné d'accélération, nous sommes en mesure de créer le premier réseau de startups étudiantes de France ”

Jean-Pierre Boissin, coordinateur national de PEPITE France



“ Les startups étudiantes se heurtent à plusieurs écueils au démarrage : se retrouver isolées , se lancer sans avoir testé leur idée, ne pas s'être mis d'accord entre associés sur les sujets importants. C'est pour éviter cela que nous avons créé Starter ”

Diane Taïeb, fondatrice du programme Starter



#MADDYMONEY

Les startups françaises ont levé plus de 44 millions d'euros du 19 au 25 novembre



Chaque vendredi, Maddyness fait le bilan des levées fonds de la semaine qui vient de s'écouler. Cette semaine, 9 opérations ont permis de lever 44,075 millions d'euros. Découvrez également un bilan des actualités financières qui ont agité l'écosystème ces derniers jours et notre (riche) sélection de projets dans lesquels investir.

Sur le haut du podium des levées de la semaine : Wynd, qui avec 30 millions d'euros, levés auprès d'Orange Digital Ventures et du nouveau fonds de Sodexo, souhaite recruter 80 personnes, doper sa R&D et exporter sa solution de digitalisation des points de vente à l'international. Vient ensuite MeilleursAgents, leader des prix immobiliers sur internet, qui a réalisé une levée de fonds de 7 millions d'euros auprès de ses actionnaires historiques Alven Capital, de business angels et de deux nouveaux investisseurs : le Fonds Ambition Numérique, géré par Bpifrance dans le cadre du programme d'Investissements d'Avenir (PIA), et le fonds britannique Piton Capital, spécialiste des places de marché digitales.

La levée d'Agricool a également fait parler d'elle, avec 4 millions d'euros, cette jeune pousse qui entend cultiver toutes sortes de fruits et légumes dans des containers, accueille son capital Daphni, Henri Seydoux (Parrot) et Jean-Daniel Guyot, fondateur de Trainline. L'objectif : installer 75 containers dans le Grand Paris en 2017. Alltricks, spécialiste du vélo et du running, lève 2 millions d'euros et Foxintelligence, qui édite des outils mail, lève 1 million d'euros. On dénombre 2 levées inférieures au million d'euros et 2 dont le montant n'a pas été communiqué.

Autres actualités financières

- Première application mobile de recrutement de candidats non-cadres en France, Italie, Espagne et Mexique, CornerJob vient de conclure un accord de type Media for Equity avec 5M Ventures avec le concours de Clear Channel France. Une campagne d'affichage aux couleurs de Corner Job en Ile de France, à Lille, Lyon et Bordeaux, sur près de 6 000 faces print et 800 écrans digitaux Clear Channel devrait être diffusée dès le premier trimestre 2017.
- Demeter Partners et Emertec Gestion ont signé leur opération de rapprochement, pour former le premier acteur européen du capital-investissement dédié aux secteurs de la transition énergétique, de l'environnement et des matériaux innovants, avec 800 millions d'euros d'actifs sous gestion et 120 entreprises financées depuis 10 ans. Un nouveau fonds d'amorçage est actuellement en cours de constitution et un nouveau fonds croissance sera lancé début 2017, avec un objectif de 200 millions d'euros pour des tickets unitaires de 10 à 25 millions d'euros.
- Nouvelle étape pour la startup Au Pas De Courses, plateforme en ligne de livraison de produits alimentaires de petits commerçants à Paris. Créée en 2015 par Pierre Mainguet et Nicolas Nebout, Au Pas De Courses vient en effet, après plusieurs mois de collaboration, de finaliser son rapprochement avec Star's Service, leader de la livraison à domicile depuis 30 ans.
- Créé en 2012 par un expert horloger, Sophian Hamdi, et un entrepreneur passionné, Pascal Paul, Kronos 360 est le premier site de luxe d'occasion à entrer en Bourse sur Alternativa pour optimiser son développement à l'international.

- Mes Chaussettes Rouges, spécialisée dans le e-commerce de chaussettes de luxe en Europe annonce l'acquisition de William Abraham, la première marque de chaussettes haute-couture.
- John Paul, leader mondial de la conciergerie fondé à Paris en 2007, a été cédé au groupe AccorHotels

Dans quel projet investir ?

- Biutag, une plateforme collaborative d'inspiration et de recommandations produits sur-mesure cherche à lever 10 000 euros sur Ulule pour que l'application puisse voir le jour très prochainement.
- NaïtUp, une jeune société basée à Alès, dans le Gard, a développé un concept original de tentes qui se déploie sur le toit de n'importe quelle voiture. Après le succès de la tente Hussarde DUÖ qui permet de partager sa nuit, à deux, sur le toit de sa voiture, NaïtUp lance une campagne de financement participatif sur KissKissBankBank et cherche 35 000 euros pour démarrer la production et la commercialisation de sa nouvelle tente trois places : La Hussarde TRIÖ.
- Ecrins Therapeutics, biotech fondée en 2010 à Grenoble, vient de lancer une nouvelle levée de fonds de 350 000 euros sur la plateforme de crowdfunding Wiseed (jusqu'en janvier 2017) et est en cours de négociation avec d'autres partenaires financiers afin de récolter les fonds nécessaires au lancement des essais cliniques chez l'homme de son médicament anti-cancéreux. La startup est spécialisée dans la R&D de molécules innovantes dans le domaine des traitements contre le cancer (oncologie). Son produit phare : le candidat médicament ETD5, administrable par voie orale, prive les tumeurs d'oxygène et de nutriments et entraîne la mort des cellules cancéreuses.

- Equisense lance sa campagne de financement participatif sur la plateforme Kickstarter pour soutenir le lancement commercial de Care : un body connecté destiné à l'équitation. Relié à une application mobile, il permet au cavalier de suivre à distance l'activité de son cheval grâce à des paramètres comportementaux (déplacements au trois allures, sommeil) et de suivre son état de stress et de santé grâce à des paramètres physiologiques (fréquence cardiaque, fréquence respiratoire, température, sudation).
- Eventiko, solution B2B événementielle, cherche 300 000 euros sur Raizers.
- BlookUp, plateforme de création de livres de blog, qui a pour ambition de devenir le leader du livre Facebook et de s'ouvrir à l'international, ouvre son capital et a choisi de faire appel aujourd'hui au financement participatif. Elle lance sa première campagne de crowdfunding avec Happy Capital et vise à lever 300 000 euros. ■

Anaïs Richardin
@A_Richardin

Société	Montant (millions d'€)	Secteur
Wynd	30	Retail
Meilleurs Agents	7	Immobilier
Agricool	4	Agritech
Alltricks	2	Sport
Foxintelligence	1	Productivité
Hubworkair	0.075	RH
Sunchain	0.05	Blockchain
Frianbiz	N.C	Services web
Gong	N.C	App
TOTAL	44.075	

#AÉRONAUTIQUE

Hubworkair lève 75 000 euros pour améliorer le recrutement de freelances dans l'aviation



Hubworkair, plateforme de mise en relation entre indépendants et sociétés du secteur de l'aéronautique, annonce une première levée de 75 000 euros auprès de référents aéronautiques et de business angels.

Fondé par Romain Rochet et Yoann Huang en mai 2016, Hubworkair développe une plateforme de mise en relation pour les indépendants et les sociétés aéronautiques. La startup se donne pour mission d'accélérer et de simplifier le recrutement de freelances dans le secteur. En seulement quelques mois d'activité, la jeune pousse a réussi à convaincre 45 entreprises et 350 talents qui ont réalisé des missions répondant aux besoins temporaires des sociétés.

La croissance de sa communauté depuis le lancement de la plateforme en mai témoigne d'un véritable attrait pour la solution de Hubworkair. Une startup prometteuse donc, qui séduit également les investisseurs. Hubworkair vient en effet de conclure un premier tour de table d'un montant de 75 000 euros auprès de référents aéronautiques et d'entrepreneurs tels que Marc Rochet (Air Caraïbes, French Blue), Mourad Majoul (Avico), Philippe Rochet (Sabena Technics), Jérôme Cazade (Hop!), Dominique Gretz (Aérogestion) et Samuel Nemoz (Jet Aviation). Avec cette somme, la startup va pouvoir accélérer son développement et se prévoit de se déployer dans toute l'Europe.

En s'attaquant au secteur de l'aviation civile, privée et militaire, le marché visé par la startup représente plus de 150 000 freelances et un nombre total d'employeurs potentiels de 50 000 entreprises. Au niveau mondial, le nombre d'indépendants est en augmentation de 15% par an ; on estime à 15 milliards de dollars le chiffre d'affaire généré par les consultants et freelances; À terme, la jeune entreprise espère devenir leader sur le marché de la mise en relation des sociétés avec des talents pour des missions spécifiques. Pour y parvenir, Hubworkair propose un accompagnement des indépendants dans leur démarchage commercial, le tout facilité par des outils numériques permettant d'éviter le risque d'isolement des freelances. ■

Farid Khedri
@bymaddyness

Hubworkair en quelques chiffres
Créé en 2016
Fondateur(s) : Romain Rochet et Yoann Huang
Siège : Paris
Montant levé depuis la création : 75 000 euros

#RETAIL

Wynd lève 30 millions d'euros et recrute 80 personnes



Wynd, spécialiste de la digitalisation des points de vente, vient de lever 30 millions d'euros auprès d'Orange Digital Ventures et du nouveau fonds de Sodexo. À la clé, trois objectifs : des recrutements, un développement R&D, et bien évidemment une expansion à l'international.

Passé par Le Village by CA, Wynd a été créé en février 2013 pour aider les enseignes à digitaliser leur restaurant le plus facilement possible, notamment sur la prise de commande et le paiement. Trois ans plus tard, la startup a élargi ses compétences à tous types de commerçants : de la restauration avec Quick et Sodexo, à la construction avec Eiffage, en passant par l'énergie avec Total et la grande distribution avec Carrefour. Au total, ce sont 5000 points de vente qui ont été équipés par Wynd en seulement trois ans, permettant aux commerçants de mettre en place des parcours sur-mesure, adaptés à leurs process et à leurs spécificités.

La solution proposée par la jeune pousse a rapidement su séduire, en témoigne aujourd'hui un nouveau tour de table de 30 millions d'euros bouclé auprès d'Orange Digital Ventures et Sodexo Ventures. Des fonds qui viennent compléter les deux premières levées de 1,8 et 7 millions d'euros réalisées par Wynd en 2014 et 2015, et qui lui permettent aujourd'hui d'avancer davantage vers son objectif final : devenir leader sur le marché

international des logiciels omnicaux.

Aujourd'hui composée de 80 collaborateurs, la startup espère ainsi doubler ses effectifs d'ici un an afin d'accélérer d'une part dans la R&D, mais aussi de se développer à l'international, à commencer par Londres et Dubaï.

" L'apport important de Sodexo, autant en financement qu'en savoir-faire et partenariats, vient valider le business model de Wynd et permettra à la startup de se développer rapidement à l'international, mais aussi de convaincre d'autres clients prestigieux d'utiliser ses solutions "

Pierre Louette, directeur général délégué d'Orange et président d'Orange Digital Ventures

En un an, Wynd aurait multiplié par cinq son chiffre d'affaires, revendiquent ses fondateurs Ismael Ould et Arthur Perticoz. De grands groupes comme Natixis, Carrefour, Quick, Total ou encore Sodexo utilisent désormais la plateforme. ■

Farid Khedri
@bymaddyness

Wynd en quelques chiffres
Créé en 2013
Fondateurs : Ismael Ould et Arthur Perticoz
Siège : Paris
Montant levé depuis la création : 38,8 millions d'euros

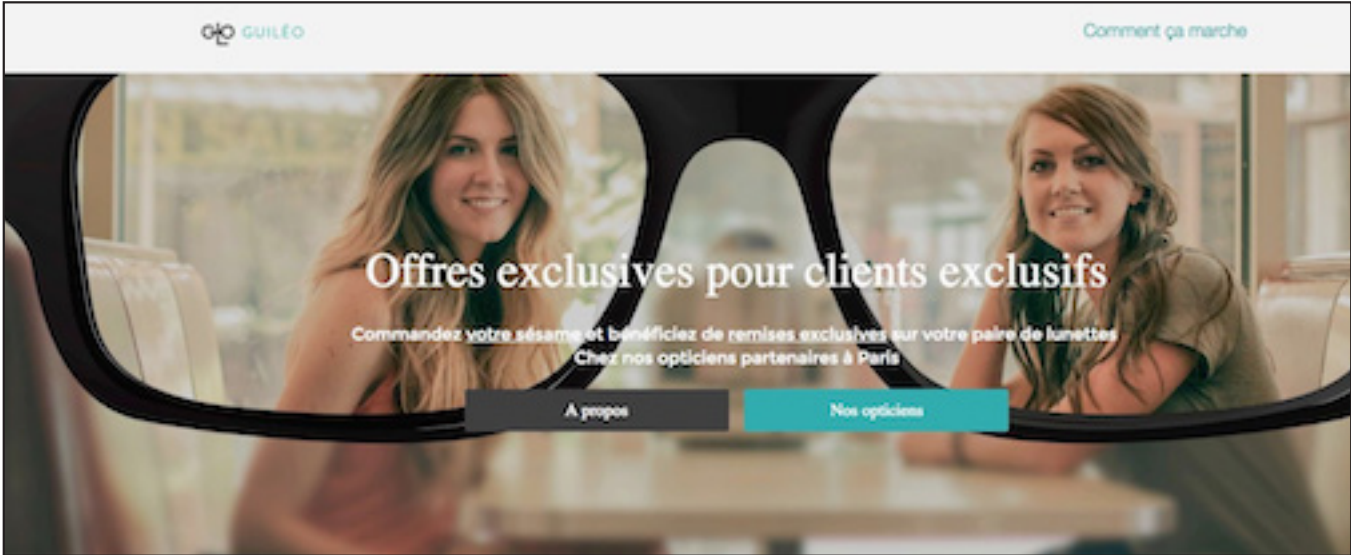
#BUSINESS

Les startups peuvent-elles bousculer le marché de l'optique ?



25 millions de Français présentent des troubles de la vision et 92% d'entre eux portent des lunettes ou des lentilles de contact. Un marché conséquent donc, auquel de plus en plus d'entrepreneurs s'attaquent, à l'image de Marc Simoncini avec Sensee.

12 460. C'est le nombre de magasins opticiens en France, soit 442 nouveaux magasins d'optique ouverts entre 2014 et 2015. Avec un chiffre d'affaires en légère croissance, 6,5 milliards d'euros en 2015, le marché se porte bien. Mais quand est-il du consommateur ? À près de 300 euros en moyenne la paire de lunettes à verres classiques (verres unifocaux), la correction optique représente un véritable budget pour les ménages. Transport, food, finance... Les entrepreneurs ont su rivaliser d'ingéniosité pour disrupter ces marchés traditionnels. Et le marché de l'optique n'est pas en reste. De plus en plus de startups lorgnent sur ce gâteau qui a peu évolué et qui reste majoritairement aux mains des grandes chaînes de magasins d'optique. Pour combien de temps ?



Selon l'UFC, une paire de lunettes est vendue en moyenne 3,3 fois son prix d'achat, soit un taux de marge de 233%. Une aberration pour de nombreux startups, à commencer par Paul Morlet qui a créé Lunettes pour tous, une nouvelle offre qui propose des lunettes accessibles à tous. Avec un prix unique de 10 euros pour des lunettes montées sur place en 10 minutes, Lunettes pour tous devrait se déployer et couvrir le territoire fran-

çais dans les 3 prochaines années. Aujourd'hui, Lunettes pour Tous affiche déjà 6 millions d'euros de chiffres d'affaires et compte une centaine de collaborateurs.

Guileo, fondé par Fabien Lui Wen Hua, propose une plateforme en ligne qui met en valeur le travail de lunetiers-créateurs. La jeune pousse promet d'offrir un prix jusqu'à 30% inférieur pour l'achat de lunettes, solaires ou de vue, chez ses opticiens partenaires. Pour Guileo, petit budget ne doit pas rimer avec optique au rabais. La startup a ainsi imaginé un Sésame, d'une valeur de 15 euros, qui sera intégralement remboursé lors de la commande chez un opticien partenaire, et ce en plus de la réduction de 10 à 30%. "C'est en découvrant un lunetier près de mon domicile que je me suis réellement intéressé à l'univers optique. J'ai, depuis, voulu rendre accessible au plus grand nombre les lunettes de créateurs, peu connues et à la fois originales et collant au plus près de la personnalité des acheteurs. J'ai alors réfléchi au Sésame Guileo, vendu directement sur notre plateforme pour 15 euros et qui permet de bénéficier de remises exclusives chez nos opti-

ciens partenaires", confie Fabien Lui Wen Hua, le fondateur de Guileo.

Polette mise également sur l'argument financier pour tirer son épingle du jeu. Créée en 2011 par Pierre Wizman et Pauline Cousseau, L'usine à lunettes voit d'abord le jour en Asie. Les deux expatriés veulent casser le monopole de l'optique et mettre un terme à une politique de prix trop élevés en brisant la chaîne des intermédiaires traditionnels. Ils ouvrent alors une boutique en ligne qui propose directement aux clients montures et verres provenant de leurs propres usines. Le pari est réussi : un an après la plateforme engrange 2 millions d'euros ! Fort de ce succès, les deux entrepreneurs ouvrent plusieurs boutiques, à Amsterdam, Jakarta et récemment à Lille. Devenu Polette, l'entreprise revendique un chiffre d'affaires de 45 millions d'euros en 2015 et une moyenne de 4 000 paires vendues par jour, pour une entrée de gamme à 6,99 euros pour un ensemble montures et verres.

Si le prix reste un argument raisonnablement convaincant, la disruption du marché peut également passer par l'offre de services innovants. Et si vous receviez vos lunettes chez vous afin



Lunettes pour tous

de pouvoir les essayer à votre aise ? C'est l'idée des Lunettes de Louissette, jeune startup nantaise qui profite d'un autre avantage concurrentiel : des lunettes 100% made in France. Maryse Vittecoq a créé le site marchand Les Lunettes de Louissette pour "revaloriser le savoir-faire français qui existe depuis plus de deux siècles" explique-t-elle. Le site propose ainsi des modèles tendances et 100% made in France : "montures françaises et verres français, réalisés par des lunettiers et verriers de nos régions" apprend-on sur le site. Le fonctionnement est simple : en quelques clics, le client sélectionne 3 montures d'essai qu'il recevra à domicile. Après avoir fait un choix, il renvoie gratuitement les montures. Il informe ensuite la

plateforme de son choix et lui transmet son ordonnance. La jeune pousse se charge ensuite de livrer une paire à la vue du consommateur ainsi que les papiers nécessaires pour sa mutuelle. Enfin, parmi les potentiels entreprises qui pourraient changer le marché de l'optique, on peut également citer MyBinocle, qui est née en réponse à une question simple : que deviennent les millions de paires de lunettes vendues chaque année une fois remplacées par leurs porteurs ? MyBinocle a décidé de redonner vie aux lunettes oubliées au fond d'un tiroir en développant une plateforme en ligne innovante. En quelques clics, l'internaute peut mettre en vente son ancienne paire tout en bénéficiant des

conseils d'un professionnel et peut également s'acheter une nouvelle paire à un tarif préférentiel. La jeune pousse se targue de proposer des remises de prix jusqu'à 80%. Le marché de l'optique est de plus en plus attrayant et si les jeunes pousses commencent à être légion sur ce secteur, des entrepreneurs chevronnés s'y intéressent également. C'est ainsi que Marc Simoncini, le fondateur de Meetic, a lancé Sensee. Ce dernier s'était donné pour mission dès 2011 de diviser par deux le prix de l'optique en France. Mais face à la réglementation peu souple en la matière, son modèle initial de pure player web a évolué pour donner naissance à un réseau de boutiques physiques. Made in France,

les lunettes proposées par Sensee sont aussi plus accessibles, avec des montures à 49 euros et un système de tarification à la carte, totalement transparent. À ce rythme-là, les anciens pourront-ils vraiment continuer de cohabiter avec les modernes ? ■

Farid Khedri
@bymaddyness



Polette

ACHETEZ

TOUTES LES MARQUES
DE -30% a -70%

PLUS DE 2 000 MONTURES
NEUVES OU D'OCCASION

VERRES A LA VUE
OFFERTS

VENDEZ

VENDEZ EN 3 CLICS VOS
ANCIENNES MONTURES

UN OPTICIEN
S'OCCUPE DE TOUT

LUNETTES DE VUE
ET SOLAIRES

myBinocle.com



Lunettes de Louissette

myBinocle.com

#ÉTUDE

Comment les Français imaginent-ils la technologie en 2062 ?



Arconic publie une étude sur les Attentes des Français en matière de technologies d'ici 2062. Voitures volantes, impressions 3D et bâtiments recyclables sont quelques unes des innovations les plus attendues.

Il y a une trentaine, voire une vingtaine d'années, la culture science-fiction imaginait tous types d'innovations. S'il ne nous est pas encore possible de voyager dans le temps à la manière d'un Marty McFly, beaucoup de ces technologies, alors dépeintes comme gadgets futuristes, ont vu le jour ces dernières années. C'est le dessin animé de 1962, The Jetsons, de Hanna-Barbera, qui imaginait le monde dans un siècle, qui a déterminé le choix de l'année 2062 pour cette étude. Aujourd'hui, nos montres sont intelligentes. Nos voitures peuvent se piloter elles-mêmes. Il est possible d'imprimer chez soi des composants en 3D pour différents objets et appareils. Alors que peut-on bien attendre du futur ? Les Français ne sont pas à cours d'idée ! Ils en livrent plusieurs à Arconic, dans cette étude menée en Chine, en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis auprès de plus de 5 000 répondants.

Si l'aviation et l'exploration spatiale ont marqué le XXème siècle, les attentes technologiques des Français pour le XXIème siècle ne sont pas en reste : pour 52% la voiture autonome sera « the next big thing ». Ils sont 44% à songer à l'avenir de la planète en plébiscitant des bâtiments et voitures recyclables. Enfin 40% des Français sont impatients de pouvoir tout imprimer en 3D, du meuble de salon aux pièces détachées d'un avion.

La mobilité, le cheval de bataille des Français

Réimaginée à plusieurs reprises au cours du siècle précédent, la voiture continue d'être un bijou technologique que les Français chérissent. Les intégrations successives du téléphone, du GPS et désormais de systèmes d'exploitations comme CarPlay ou Android Auto ont marqué des évolutions technologiques significatives dans l'industrie automobile. Qu'est-ce qui semble être la prochaine tendance ? L'autonomie. Depuis plusieurs années déjà, différentes entreprises, notamment Alphabet via ses Google Cars, se sont lancées le pari fou de faire rouler nos voitures sans chauffeur.

Pour 88% des Français, cette voiture autonome sera démocratisée d'ici 2062. Ils sont 22% à s'en réjouir alors que pour la majorité des sondés, 52%, l'évolution majeure la plus attendue est le fonctionnement avec de nouveaux carburants propres (déchets ménagers, eau etc.).

Mais plus qu'une voiture autonome, qui apparaît aujourd'hui comme une évolution inévitable, c'est le concept de voiture volante qui séduit les Français ! 45% d'entre eux déclarent qu'ils seraient prêts à en acheter une si la technologie le permettait d'ici 2062.

Le thème du transport cristallise beaucoup des attentes technologiques des Français. Ainsi, près de la moitié des Français (49%) aimeraient pouvoir se déplacer en avion n'importe où dans le monde à un prix abordable. 28% souhaiteraient voir les temps de vol diminuer et voyager dans des appareils plus confortables et plus efficaces (23% d'entre eux).

Voyager dans l'espace

Voiture volante, avion... Les cieux attirent les Français. Et ils se voient même aller au delà ! 76% imaginent

qu'il sera possible pour tout un chacun de voyager dans l'espace en 2062. Quelle destination choisir ? 33% semblent avoir été inspirés par Georges Méliès et décideraient d'aller vivre sur la lune. 31% des répondants sont eux audacieux en préféreraient séjourner sur une planète qui reste à découvrir.

Pour une majorité de Français, la priorité de l'avancée technologique doit être l'amélioration de l'environnement (38%). Ils placent en seconde position l'amélioration du quotidien à la maison (35%). Si chaque jour de nouvelles techniques pour lutter contre la pollution voient le jour, 86% des Français sont convaincus que dans les cinquante prochaines années, des bâtiments « mangeurs de brouillard » et capables de lutter contre la pollution, sortiront de terre. Et vous, quels sont vos pronostics ? ■

Farid Khedri
@bymaddyness



#ROBOTS

Pourquoi les chatbots vont t-ils révolutionner l'industrie des petites annonces ?



Le secteur des petites annonces semblent ne pas encore avoir été frappé par de réelles innovations. Une problématique qui pourrait être résolue par les chatbots et l'innovation, pour Mahieddine Cherif, fondateur de Bly.

Quand Théophraste Renaudot créa le bureau d'adresse en avril 1633, il ne créa pas simplement les petites annonces, mais une sphère publique propice aux échanges culturels, économiques et sociaux. Pour la première fois, la communauté locale contribuait au financement de la presse. Cela devint une source de revenu, un business model qui participa sans doute à la prospérité de la presse par la suite.

Depuis, beaucoup de choses ont changé, le minitel puis internet ont permis l'essor des petites annonces comme jamais auparavant : une petite des-

cription, un joli titre, une petite photo et voilà que tout le monde peut entrer en contact avec vous. Cependant, à l'ère des SMS et des réseaux sociaux, où il est presque mal vu de ne pas être présent sur Facebook ou Twitter, l'industrie des petites annonces s'appuie encore sur le mail et le téléphone, en misant sur l'anonymat. L'industrie des petites annonces a longtemps arrêté d'innover, et par conséquent elle devient de plus en plus obsolète, inefficace et dangereuse aussi.

Craig Newmark, fondateur du site de petites annonces Craigslist a dit, un jour : "Craigslist fonctionne parce que la plupart des gens sont biens". Certes, mais malgré cela les gens malhonnêtes ont plus d'impact quand la technologie est de leur côté. Aujourd'hui, aller sur un site d'annonces veut aussi dire prendre une part non négligeable de risque d'escroquerie, voire pire. Sommes-nous condamnés

à vivre avec ? pourrions-nous faire mieux ?

Résoudre les problèmes de confiance et d'encombrement

Les services de petites annonces souffrent généralement de deux grands problèmes : la confiance et l'encombrement. Personne ne sait qui est son interlocuteur jusqu'au moment de la rencontre, de plus la saturation des sites d'annonces rend le processus de découverte difficile, à la fois pour l'acheteur et le vendeur.

D'année en année, plusieurs acteurs ont essayé de révolutionner les petites annonces, sans succès. En réalité ils n'ont fait que résoudre une fraction du problème de la "confiance" à travers la vérification d'identité, les avis communautaires, ou l'intégration des réseaux sociaux. Mais pour disrupter l'industrie des petites annonces, une approche radicale est nécessaire. Grâce à l'intelligence artificielle, aux chatbots, on peut réfléchir différemment au problème.

À la base, une petite annonce est juste un morceau de texte, qui exprime une demande ou une offre. Ainsi on peut imaginer laisser les utilisateurs s'exprimer d'une manière naturelle, après tout "les marchés sont des conversations". Le chatbot peut ainsi reconnaître l'intention de l'utilisateur, lui demander quelques informations si nécessaire et l'aider éventuellement à entrer en contact avec la bonne personne.

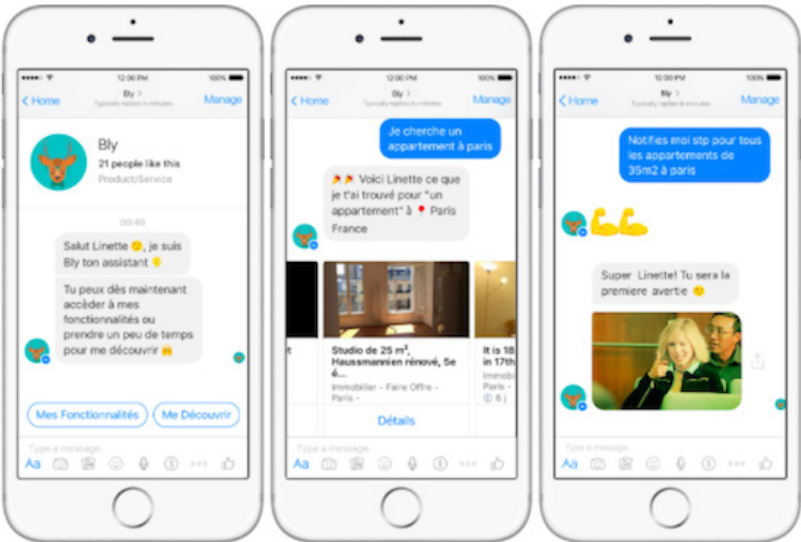
Tous les utilisateurs de chatbots ont déjà un compte sur un réseau social,

par conséquent on pourrait appliquer des algorithmes sophistiqués pour évaluer la crédibilité du vendeur/acheteur en se basant par exemple sur son activité sur le réseau social, ses transactions précédentes, le prix moyen de l'article sur le marché vs le prix demandé (on a tous vu des iPhone 6 neufs à 200 euros). Le bot peut aussi planifier la rencontre entre l'acheteur et le vendeur dans un endroit public, sécurisé (une cafétéria par exemple) et assez proche des deux parties.

Nous pouvons aussi aller un peu plus loin, appliquer du machine learning sur les petites annonces pour détecter les escroqueries répandues et dégager de tout ça un pattern qui protégera les utilisateurs des différentes menaces potentielles, et puisque les chatbots sont implémentés au dessus des plateformes de chat officielles, l'environnement deviendra de plus en plus hostile aux arnaqueurs.

Les petites annonces font presque partie de notre vie quotidienne. En appliquant les technologies actuelles, nous pouvons d'ores et déjà résoudre les problèmes de confiance et d'encombrement. Tôt ou tard, l'IA et les chatbots déclencheront une grande révolution technologique et changeront totalement notre façon de faire du business autour de nous. ■

Mahieddine Cherif
@bymaddyness



#CDI @frenchtalents

Account Manager Éleveur



La société :

Internet et les marketplaces ont révolutionné le business en ligne des marques. Si elles représentent un nouveau relais de forte croissance pour ces dernières, les marketplaces sont de plus en plus difficile d'accès !

The French Talents est le premier service à 360 degrés qui gère 100% de la chaine de valeur du e-commerce entre marques et marketplaces.

Notre mission ? Maximiser le chiffre d'affaires entre marques et marketplaces grâce à notre plateforme technique unique et innovante et notre équipe d'experts.

Bien plus qu'une startup, The French Talents c'est l'opportunité de rejoindre une aventure humaine qui partage et s'investit au quotidien dans le développement d'un projet commun fort et ambitieux.

- Année de création : janvier 2012
- Fondateurs : Martin Gentil & Julien Platel
- Une équipe de 30 personnes (Paris 2ème)
- 800 marques clientes / 100 sites e-commerce dans notre réseau
- Développement du service en Europe

Pour accompagner son développement, The French Talents recherche un(e) Account Manager Éleveur.

- Tu seras en charge du suivi quotidien de nos comptes stratégiques :**
- Démarrage des comptes (catalogue, diffusion, nouveaux produits etc...)
 - Analyse de la performance et propositions d'axes d'amélioration
 - Mise en place régulière d'animations commerciales avec les marques
 - Fidélisation et développement du volume de ventes réalisé sur les marketplaces

- Notre définition du parfait Éleveur :**
- Organisé & efficace
 - Fun & bosseur
 - Un challenger qui n'a pas froid aux yeux : quand une porte se ferme, il y a toujours une fenêtre
 - Persuasif & battant
 - À l'aise sur Excel et qui s'intéresse à la technique.

RÉMUNÉRATION: Salaire fixe + variable très motivant (+ Tickets restaurant + 50% passe Navigo)

DATE DE DÉBUT DE MISSION: ASAP

TWITTER: @frenchtalents

MEMBRE D'UNE COMMUNAUTÉ ? L'accélérateur capital partners.

#CDI @doctolib

Business Developer



Qui sommes-nous ?

Lancée et financée par des serials entrepreneurs du web en octobre 2013, Doctolib a pour objectif de révolutionner le quotidien des patients et des médecins en Europe.

En quelques mois, Doctolib est devenue le leader en France de la recherche et prise de rendez-vous médicaux en ligne avec avec 14 000 praticiens affiliés, 420 établissements de santé et 5,2 millions de patients chaque mois .

Les 5 piliers de Doctolib : Le «SPAHH»

- Service : Fournir un service hors du commun
- Passion : Prendre toujours du plaisir
- Ambition : N'avoir aucune limite
- Attaque : Être déterminé(e), réussir par la porte ou par la fenêtre
- Humilité : Être à l'écoute et se remettre en question

Doctolib recherche un Business Developer d'exception pour faire connaître son service et développer son portefeuille de clients à Amiens et sa région. Nous recherchons des entrepreneurs attaquants et ambitieux souhaitant rejoindre l'une des startups les plus prometteuses en Europe et voulant en devenir un des éléments clés.

Missions :

- Participer au développement de votre ville et de votre région
- Commercialiser notre service aux médecins
- Former les médecins à son utilisation
- Être en duo avec le Regional Manager sur l'installation de grands comptes
- Piloter des projets transverses de Strategic Sales
- Contribuer à l'expansion de votre équipe pour accélérer l'aventure Doctolib dans votre région

Profil recherché :

- Diplômé(e) d'une école de commerce ou d'ingénieur
- Vous avez déjà des expériences commerciales réussies
- Une connaissance du secteur de la santé et un réseau de contacts chez les professionnels de santé seraient de vrais atouts
- Vous avez un tempérament de chasseur(se) et vous êtes passionné(e) par le contact humain
- Vous êtes talentueux(se) et un vrai entrepreneur
- Vous êtes ambitieux(se) et souhaitez évoluer au sein de l'un des prochains gros succès de l'Internet en Europe