

Devant la difficulté à collecter des fonds pour le week-end d'intégration de HEC, Céline Lazorthes (ici, à droite) a eu l'idée de Leetchi, son site de cagnotte en ligne. Elle est devenue leader du secteur et emploie 30 salariés.



2 Ces start-up qui n'ont pas fini de grandir...



Cocorico! La France serait le paradis des start-up. Elles y naissent, poussent et, c'est nouveau, réussissent à s'y développer. Car si, par le passé, nos entreprises du numérique avaient du mal à arriver à la cheville de leurs cousines de la Silicon Valley, les choses sont en train de changer. Notre fiscalité joue, pour une fois, en faveur de la R & D. Bpifrance injecte des millions

chaque année pour soutenir la création d'entreprises innovantes. Les business angels sont de plus en plus nombreux (4442 en 2014). La raison : les récentes success stories du numérique made in France donnent envie aux jeunes diplômés de tenter, eux aussi, leur chance. De l'argent, des idées, des talents : nous avons tout pour réussir. ●

PAGES 38 à 49



► 1 juin 2015 - N°6

20 START-UP QUI SERONT (PEUT-ÊTRE) LES GÉANTS DE DEMAIN

A peine nées ou prêtes à conquérir le monde, ces start-up françaises n'hésitent pas à défier les mastodontes du numérique. Portraits.

En janvier dernier, Facebook rachetait la start-up de commande vocale d'objets connectés Wit.ai, certes basée à San Francisco mais créée par trois Frenchies. Le mois suivant, c'est Microsoft qui déboursait plus de 100 millions de dollars pour se payer Sunrise Calendar, une appli de gestion de calendrier mise au point par le Français Pierre Valade et le Belge Jeremy Le Van. Preuves, s'il en fallait, que les Français comptent vraiment dans l'écosystème du numérique. Les acteurs privés et publics s'investissent d'ailleurs de plus en plus pour que notre pays devienne incontournable dans le secteur. C'est le cas par exemple de l'association France Digitale, fondée en 2012 autour d'entrepreneurs et d'investisseurs. Ou du label La French Tech, créé en 2013 par le gouvernement. Autre signe : en janvier dernier, la délégation française au fameux CES de Las Vegas, le plus gros salon international consacré à la high-tech, comptait pas moins de 160 jeunes pousses tricolores. Et l'Hexagone a atteint en 2014 le podium européen du capital-risque avec 897 millions d'euros levés par les entreprises frenchies, dont 557 millions dans l'Internet, les

logiciels et l'électronique. Parmi les quelque 10 000 start-up françaises du numérique, en voici vingt sur lesquelles parier gros, car elles ont tout pour devenir de futures grandes. ●

Charlotte Laurent

OLED COMM parie sur l'Internet par la lumière

14 milliards, c'est le nombre de points lumineux recensés dans le monde. «Si tous étaient équipés en Li-Fi, nous créerions le réseau de communications le plus dense de la planète», souligne Suat Topsisu, le fondateur d'Oledcomm. Le Li-Fi, pour Light Fidelity, permet de transmettre des données en utilisant la capacité d'une ampoule LED à s'allumer et s'éteindre jusqu'à 10 millions de fois par seconde. Déjà présente à Hong Kong et au Mexique, la start-up francilienne fondée en 2012 compte bien profiter d'une prochaine levée de fonds de 10 millions de dollars pour aller séduire les Etats-Unis.

TEADS bouleverse la publicité en ligne

Il aime raconter qu'il a changé les règles du jeu sur le marché de la publicité vidéo sur Internet. Les 500 plus grands médias du monde sont ses clients. Pierre Chappaz, P-DG et cofondateur de Teads en



CÉDRIC HUTCHINGS
Avec ses objets connectés, la surveillance se généralise. Mais là, chacun a un droit de regard.

WITHINGS surveille la santé en la connectant au quotidien

Nous ne sommes pas dans le gadget», précise d'emblée Cédric Hutchings, cofondateur de Withings. Avec ses 150 employés, la société compte bien prouver la pertinence de l'objet connecté dans le médical. Et ambitionne d'avoir un véritable impact sur la santé des individus, en leur donnant le pouvoir de «monitorer» leur propre corps. Balances et tensiomètres connectés, montres de suivi de l'activité physique, certains produits sont déjà les leaders du marché mondial de la smart santé.



LOÏC LECERF
Lire les émotions sur les visages, telle est l'ambition du fondateur de la start-up Smart Me Up.

SMART ME UP
vous reconnaît, pour mieux vous servir...

Votre frigo vous a reconnu et vous sert votre bière favorite! L'exemple choisi par Loïc Lecerf illustre le potentiel de sa technologie d'analyse faciale Smart Me Up. L'idée: capter l'âge, le sexe et... les émotions à partir d'un flux vidéo. La caméra, déjà en cours de déploiement dans les cabines Photomaton à travers le monde, intéresse aussi de grands groupes travaillant autour de la ville ou de la maison intelligente. Pour croître, la start-up grenobloise espère lever 1,5 million d'euros.

PHOTOS: STEPHANE GRANGIER - DR., BRUNO LEVY / CHALLENGES - REA

2011, a créé une plate-forme capable d'introduire du contenu publicitaire vidéo de manière non intrusive sur les sites Web, en les intégrant au fil du texte. Si certains le voient comme le Criteo de la publicité vidéo, Teads, avec ses 77 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2014, n'a pas à rougir de la comparaison.

AUGMENT rend le virtuel toujours plus réel

Le requin de Katy Perry danse au milieu de votre salon? Ce n'est pas un rêve psychédélique mais un aperçu des capacités de l'application Augment, lancée en 2011. Gratuit, cet outil de réalité augmentée a été téléchargé plus d'un million et demi de fois à travers le monde. Mais Augment est aussi utilisé par les plus grands groupes - L'Oréal, Coca ou General Mills pour n'en citer que trois - pour leurs démonstrations produits. «On est en discussion ou en phase pilote avec la moitié du top 30 des boîtes de grande consommation du monde», assure son P-DG, Jean-François Chianetta. Et ça, c'est bien réel.

DATAIKU rend les données intelligentes

La mission de Dataiku? Aider les entreprises à mettre en place un service pertinent à partir de leurs données. Son logiciel Data Science Studio a déjà été adopté par une trentaine de clients dont Vente-privée, Chronopost, PagesJaunes ou BlaBlaCar. Et Florian Douetteau, P-DG et cofondateur de la start-up, compte bien profiter des 3 millions d'euros levés en janvier dernier pour continuer à se développer à l'international, notamment aux Etats-Unis. Sans sourciller, ce normalien affirme: «On y a plein de concurrents, mais c'est le moment d'aller s'y frotter.»

MATOOMA branche les objets connectés

Pour qu'un objet soit connecté, encore faut-il qu'il ait accès au réseau. Le marseillais Matooma a ainsi créé une carte SIM universelle utilisable partout dans le monde. Son cofondateur, Frédéric Salles, a réalisé un chiffre d'affaires de



OBJECTIF 2015 : LEVER DES FONDS POUR ASSEOIR LEUR SUCCÈS

➔ 2,5 millions d'euros en 2014 grâce à son millier de clients, tels Veolia, Securitas ou Europ Assistance. S'il prévoit d'attaquer le marché nord-américain, une levée de fonds en fin d'année devrait lui permettre de relever un autre défi, explique-t-il, «prendre le contre-pied de ce que fait Google, en créant un réseau très sécurisé pour les objets connectés». A bon entendeur.

HOMIDO est fier de son casque de réalité virtuelle

L'Oculus Rift de Facebook et le Google Cardboard ? Même pas peur. «D'ici quelques années, la concurrence sera féroce», prévient tout de même Raphaël Seghier, cocréateur du casque de réalité virtuelle made in France baptisé Homido. Ce casque, allié à un smartphone muni d'applications dédiées, immerge l'utilisateur dans un monde d'images 3D. Si Homido a dépassé les 10 000 ventes et travaille à la construction d'un réseau de distribution dense à l'international, Raphaël Seghier pense déjà à diversifier son offre et planche sur deux autres versions de son produit. De quoi croiser le fer avec ses concurrents.

SIDEMASH diffuse vos vidéos en live

Alors que la guerre des applications de streaming vidéo fait rage entre les américains Meerkat et Periscope - lancé par Twitter en mars dernier -, certains frenchies se frottent les mains. Francis Nahm, le cofondateur de Sidemash, ne parvenait pas à lever de fonds pour sa propre application. Mais, buzz oblige, il prépare actuellement un tour de table pour la lancer cet été. Sur son réseau social, les membres pourront partager leurs vidéos live entre eux. Et le polytechnicien de conclure :

«Meerkat et Periscope, je leur dis merci, ils ont prouvé que le marché existe, et qu'il est probablement colossal.»

OORACE devine ce qui va vous plaire sur le Net

Oorace sait quand et quoi vous proposer pour vous satisfaire. Oorace n'est pas le ou la petit(e) ami(e) rêvé(e), mais est un moteur de recommandation dit «inattendu» élaboré par Search'XPR. Lancé en octobre 2013, il repère votre errance sur un site Web et capte votre état d'esprit pour vous proposer un contenu, apparemment sans lien avec ce que vous cherchiez, mais qui, à coup sûr, vous plaira. «On joue sur l'effet de surprise», explique son cofondateur Jean-Luc Marini. Son premier client, Pecheur.com, a vu son panier moyen augmenter de 30%. De quoi conquérir l'e-commerce mondial.

WALDO fait travailler votre avatar à votre place

Qui n'a jamais rêvé de pouvoir se téléporter ? La start-up francilienne Immersive Robotics en fait une réalité avec un robot, baptisé Waldo. A l'aide d'une application, utilisable sur smartphone, tablette mais aussi avec un casque de réalité virtuelle, vous devenez Waldo. Qu'il soit dans la pièce voisine ou à l'autre bout du monde, il vous prête ses yeux, parle au son de votre voix, entend, se déplace et peut, à l'aide de son bras articulé, attraper des objets à votre guise. Encore à l'état de prototype, cet avatar robotique sera commercialisé cet été pour environ 1 000 euros.

SCULPTEO rend l'impression 3D abordable

L'impression 3D, levier d'une troisième révolution industrielle ? Clément Moreau, cofondateur de Sculpteo, est

plutôt de ceux qui y croient. Sa plate-forme Web, créée en 2009, permet à tout un chacun d'envoyer un fichier 3D qui sera imprimé dans l'une des deux usines françaises de Sculpteo. D'ici la fin de l'année, une troisième ouvrira en Californie. Ses clients ? Le grand public, les PME et start-up, mais aussi Amazon, qui a lancé une place de marché d'objets fabriqués à la demande, ou Skoda, qui, pour le lancement de la Fabia, a proposé aux intéressés de commander une miniature personnalisée et imprimée en 3D.

AMPLEMENT veut dépoussiérer le réseau social professionnel

Devenir un acteur incontournable du réseau social professionnel d'ici fin 2015. Voilà l'ambition d'Amplement, lancée en 2013. Avec son demi-million d'utilisateurs, la plate-forme n'arrive pas encore à la cheville de LinkedIn ou de Viadeo.

«Mais nous ne sommes pas dans la course aux membres», insiste Adrien Sommier, son fondateur. Lui, il parie plutôt sur la gratuité de son modèle et sur l'interactivité, avec messagerie instantanée et échanges vidéo intégrés. Il se rêve en Facebook professionnel et les investisseurs y croient : la start-up yvelinoise a levé 1 million d'euros en janvier.

XBRAIN développe un nouveau Siri embarqué

Inspiré par Shyrka, l'ordinateur de bord du vaisseau spatial du dessin animé «Ulysse 31», Grégory Renard, le fondateur de XBrain, a créé son propre assistant virtuel embarqué. Capable d'écrire des SMS et des e-mails, de passer des coups de téléphone, de gérer votre agenda et votre parcours sur la route, cette technologie a fait sensation lors du dernier Mondial de l'automobile. Déjà plusieurs constructeurs,

JEAN-LUC ERRANT Féro de sport extrême - deux tours du monde en solitaire - il a inventé le tissu connecté.

CITYZEN SCIENCES
mise sur le vêtement connecté

Créée en 2008, la start-up de Jean-Luc Errant, Cityzen Sciences, prépare le lancement du D-shirt, un tee-shirt muni de capteurs permettant aux sportifs de suivre leurs performances. Au dernier CES de Las Vegas, les cyclistes ont découvert un cuisard connecté. Avec une future levée de fonds de 100 millions d'euros, Vincent Lambert, directeur marketing, espère développer «des solutions pour monitorer l'ensemble du corps humain». (Lire aussi page 64.)

PHOTOS : DR / LEA CRESPI - PASCO / DR



► 1 juin 2015 - N°6



CÉLINE LAZORTHES
Avec 3 millions d'utilisateurs, la créatrice de Leetchi a déjà une jolie cagnotte.

LEETCHI bâtit un empire de la Fintech

Non contente d'être le leader européen de la cagnotte en ligne avec Leetchi et ses 3 millions d'utilisateurs, Céline Lazorthes a lancé le service de paiement en ligne Mangopay en mai 2013 (500 clients) et, fin 2014, Leetchi Cash, pour transférer de l'argent par simple e-mail. Pas encore de chiffres pour ce dernier-né, mais en 2014 le volume d'affaires du groupe était de 100 millions d'euros. Et si, comme Céline Lazorthes l'assure, «il reste énormément de services à imaginer pour disrupter la banque», ce n'est que le début.



JULIAN KABAB
C'est devant le film «Very Bad Trip» qu'il a eu l'idée de son appli...

FLASHGAP veut concurrencer Snapchat

Cest la fièvre du samedi soir, vous jouez les paparazzis. Vos photos disparaissent dans les trois secondes avant de réapparaître... le lendemain midi. C'est le principe de l'appli Flashgap, cocrée par Julian Kabab, qui ne cache pas avoir été inspiré par le film «Very Bad Trip», où les quatre copains découvrent les photos (trash) de leur périple nocturne au moment du générique de fin. Lancée fin 2014, Flashgap a déjà été téléchargée plus de 115 000 fois et a été élue meilleure application du mois sur l'App Store en février.

réticents à l'idée de laisser Apple avec CarPlay ou Google avec Android Auto régner en maîtres sur le marché de l'automobile connectée, auraient manifesté leur intérêt pour cet assistant vocal. Les premières installations sont prévues entre 2016 et 2018.

SOLIDANIM séduit les plus grands d'Hollywood avec sa technologie 3D

«Je redonne la vue au réalisateur», assure Isaac Partouche, fondateur du studio SolidAnim. Sa technologie SolidTrack capte la localisation de la caméra pour permettre la superposition des images réelles et des images virtuelles avec

effets spéciaux, afin que le réalisateur puisse avoir une vision d'ensemble de son film au moment même du tournage. Un outil qui a convaincu James Cameron: un contrat est signé pour les trois prochains opus du blockbuster «Avatar». De quoi gonfler le chiffre d'affaires, déjà de 1,5 million d'euros en 2014, et se faire une place au soleil, à Hollywood.

VIDEOSTITCH filme en réalité virtuelle

La réalité virtuelle serait le futur de la vidéo, une innovation comparable à celle du cinéma dans l'industrie du divertissement. Jusqu'à présent, les vidéos 360 degrés nécessitaient

un titanesque travail de montage des images. C'est pour simplifier ce processus que Nicolas Burtey a fondé VideoStitch et créé le logiciel Vahana VR, qui permet d'enregistrer une telle vidéo en associant les images en direct. La start-up compte actuellement une centaine de clients dont BAE Systems, Red Bull ou Facebook. Prochain défi pour VideoStitch, s'attaquer à la vidéo sphérique en trois dimensions.

YES PROFILE rend aux internautes le bénéfice de la vente de leurs données

Mille milliards d'euros: voilà combien devrait peser, d'ici 2020, le marché européen des

données personnelles. Un marché qui rapporte gros à certains... mais rien aux premiers concernés: les internautes. En effet, leurs données sont aujourd'hui souvent utilisées et vendues à leur insu. Fort de ce constat, Christian-François Viala a créé Yes Profile. Sur sa plate-forme, ce sont les utilisateurs qui, sciemment, choisissent de louer leurs données aux marques, contre une rémunération de 10 à 30 centimes par campagne marketing. Lancé en 2013, Yes Profile compte déjà une quarantaine de clients, et ambitionne d'atteindre les 150 000 inscrits d'ici la fin de l'année. Christian-François compte bien donner un autre coup de pied dans la fourmière en lançant une assurance Internet pour protéger les internautes contre l'utilisation abusive de leurs données.