

une initiative

SNCFDÉVELOPPEMENT

GÉNÉRATION **FRENCH TECH** 2018

LES 1 000 QUI FONT L'ÉCONOMIE
FRANÇAISE DE DEMAIN

en partenariat avec





SOMMAIRE

04	ÉDITO
06	MÉTHODOLOGIE
08	LES 1 000 STARTUPS EN CHIFFRES
10	ADOPTER LES BONS OUTILS
12	LES ESPACES DE CROISSANCE Philippe Saurel & Chantal Marion, Montpellier Méditerranée Métropole Pierre Dubuc, Conseil du Numérique d'Île-de France
16	LE FINANCEMENT DE L'ÉCOSYSTÈME Philippe Collombel, Partech Sébastien Bourguignon
20	LES MÉDIAS Julie Galeski, Widoobiz
22	LES ENJEUX DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE Romain Soubeyran, Institut National de la Propriété Industrielle (INPI)
24	VOIR PLUS LOIN
26	LES SCALE-UPS Georges Gambarini, KPMG
28	LA GOUVERNANCE Vivien Levy Garboua, Sciences Po Executive Education
30	L'INFLUENCE DE L'ÉCOSYSTÈME FRENCH TECH À L'INTERNATIONAL Frédéric Rossi, Business France
32	LES FINTECHS AFRICAINES Kossi Adzo, Startup.info
34	METTRE L'HUMAIN AU CŒUR
36	ÉCOSYSTÈME ET COMMUNAUTÉ Yoann Jaffré & Sébastien Morizot, Nextdoor
38	LES SOFT SKILLS Alexandra Cauchard, Shaker
40	L'ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES Yann Le Bel, SNCF Développement
42	LE RÔLE DES FEMMES DANS LA TECH Aurélien Jean



Astuce : pour revenir simplement au sommaire interactif, cliquez sur ce symbole que vous trouverez à côté de la pagination.

SOMMAIRE

44	COMPRENDRE LES DYNAMIQUES DE CHANGEMENT
46	L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE Thomas Ollivier, MAIF Charles-Édouard Girard, GesttoGuest
50	L'ÉCONOMIE INCLUSIVE Émilie Vidaud Joséphine Goubé, Techfugees
54	L'ÉCONOMIE À IMPACT ENVIRONNEMENTAL Jean Moreau, PHENIX
56	L'UBERISATION Denis Jacquet, Observatoire de l'Uberisation
58	LES 1 000 STARTUPS REMARQUABLES
60	ALIMENTATION ET RESTAURATION Dimitri Faber, Tiller Systems Matthieu Vincent, DigitalFoodLab Margaux Castelnau, Business France
72	EMPLOI ET FORMATION Frédéric Bardeau, Simplon Katia Sogreeva, MesDépanneurs.fr
82	ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE Eneric Lopez, Microsoft France Ane Aanesland, ThrustMe Brice Robin, Business France Jean-Jacques Thomas, SNCF Réseau
98	FINANCE ET ASSURANCE Cyril Armange, Finance Innovation Jean-Charles Samuelian, Alan
108	IMMOBILIER, HABITAT ET NOUVEAUX ESPACES Guillaume Acier, Géolocaux
116	MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS Fanny Dutrey, The Bridge Xavier Oswald, Team Vitality
126	PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL Guy Mamou-Mani, Groupe Open
136	RÉSEAUX SOCIAUX ET RENCONTRES Alban Jarry
144	RETAIL ET E-COMMERCE Patricia Chatelain & Stéphane Dague, Groupement Les Mousquetaires

152	SANTÉ Julien Compiègne, Business France David Gruson
162	SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ Martin Bussy, Jarvis Legal Olivier Dion & Bassel Malakani, Onecub
172	VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS Marie Eldin, Mov'eo Sarah Roy, Airbnb
182	LES PARTENAIRES
184	BUSINESS FRANCE
185	HELLO OPEN WORLD INSPIRED BY KPMG
186	SNCF RÉSEAU
187	MAIF
188	GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES
189	NEXTDOOR
190	GRDF
191	SNCF DÉVELOPPEMENT
192	REMERCIEMENTS

ÉDITO

Il y a un peu plus d'un an, nous avons eu l'idée de réunir au sein d'un collège de partenaires des personnalités engagées en faveur de l'innovation et de ses acteurs. L'objectif : réaliser un ouvrage qui recense les 1 000 startups françaises les plus remarquables. Avec un peu d'open data, de big data, de lectures, de relectures, de nombreux échanges et beaucoup d'huile de coude, *Génération French, les 1 000 qui font l'économie de demain* est né. À la clé, un succès encourageant pour cette première édition, imprimée, distribuée et téléchargée plus de 25 000 fois.

Cet ouvrage hybride, à mi-chemin de l'annuaire, de l'étude et du guide, se veut éclairant et accessible au plus grand nombre. C'est un hommage, un hymne à cette génération d'hommes et de femmes chefs d'entreprise, innovants, audacieux, courageux, qui bousculent et réinventent l'économie. C'est l'incarnation de l'esprit startup, de l'esprit French Tech.

À qui s'adresse *Génération French Tech* ?

Aux directions opérationnelles de grands groupes et d'ETI soucieuses de trouver des solutions à leurs problématiques métiers. Aux startupper, accomplis ou en devenir, qui souhaitent identifier les possibles concurrents. Aux professionnels de l'information et de la veille, désireux de détecter les réussites entrepreneuriales jusque-là restées sous le radar. Aux investisseurs, en quête de nouvelles opportunités. Aux professionnels de l'accompagnement, toujours prêts à soutenir le développement d'équipes à fort potentiel. Mais aussi à tout lecteur curieux, passionné d'innovation, qui trouvera ici inspiration et idées.

Génération French Tech est, cette année, encore plus fort, plus vivant, plus performant.

Toute l'équipe s'est remise au travail, de nouveaux partenaires nous ont rejoints, de nouveaux algorithmes et scores ont été créés pour cette édition 2018.

Vous le verrez, le classement a été profondément bouleversé, signe de l'hyperactivité de cet écosystème bouillonnant qui voit graviter les entrepreneur(e)s français(es) qui construisent l'économie de demain, créent les emplois de demain, dessinent les usages de demain. Signe également d'une méthodologie plus fine, plus forte, plus objective.

La French Tech a grandi, les 1 000 de *Génération French Tech* ont mûri, se sont aguerris, ont réalisé plus de chiffre d'affaires, levé davantage de fonds. L'Île-de-France, avec 51 % des startups recensées dans l'ouvrage, constitue bien le fer de lance de la French Tech. Mais nos territoires ne sont pas en reste, et cachent parfois des trésors. Oui, nos régions sont les berceaux de pépites qui rayonnent à l'international et gagnent la confiance des investisseurs.

De nouveaux enjeux se sont fait jour, ou ont gagné en visibilité : expansion de l'intelligence artificielle, multiplication des usages de la blockchain, essor de l'économie sociale et solidaire... Autant de thèmes qui soulèvent des questions, appellent au débat, font naître des ambitions, et parmi lesquels nous avons plaisir à vous faire naviguer au fil de l'ouvrage.

Les 1 000 startups et scale-ups sélectionnées cette année arriveront-elles à se développer tout en restant indépendantes ? Seront-elles rachetées, comme Zenly, Cheerz, KissKissBankBank, Mesdepanneurs.fr, Kudoz ? L'avenir s'offre à elles. L'économie française est en pleine mutation, ces 1 000 entreprises remarquables en sont la plus belle illustration.

L'ÉQUIPE GÉNÉRATION FRENCH TECH

MÉTHODOLOGIE DE SÉLECTION DES STARTUPS

Le parti pris de ce livre n'est pas de faire un annuaire exhaustif des startups de la French Tech, mais d'identifier, marché par marché, les startups les plus remarquables de leur secteur. L'objectif ? Mieux appréhender les dynamiques de chaque secteur, identifier les jeunes pépites françaises les plus prometteuses, mettre en lumière les atouts, enjeux et tendances de la French Tech.

La définition même de « startup » reste en soi floue : le Larousse la définit comme une « Jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies. (Recommandation officielle : jeune pousse) ».

Pour sélectionner les 1 000 startups de *Génération French Tech 2018*, nous avons procédé comme suit. Parmi les 9,8 millions d'entreprises françaises du cloud de notre partenaire **Sidetrade**, nous avons recherché les entreprises répondant aux critères suivants :

- 1. Entreprise ayant un SIREN en France**
- 2. Entreprise créée entre 01/01/2010 et 31/12/2017**
- 3. Entreprise présentant un signal faible indiquant une « startup » :**
 - Ayant levé des fonds
 - Détectée, incubée ou accélérée par l'écosystème French Tech
 - Dépositaire de brevet(s)
 - Lauréate de prix
 - Présentant des ratios économiques hors normes
 - Présentant une traction client (indiquée par notre partenaire **Inside Onecub**)

Suivre l'ensemble de ces critères nous a ainsi permis de constituer un socle de 2200 startups françaises, sur lesquelles un score « GÉNÉRATION FRENCH TECH » compris entre 0 et 100 a été établi. Ce score constitue le filtre méthodologique par lequel l'échantillon a été analysé, afin de faire émerger la liste des 1 000 entreprises remarquables que nous vous présentons ici.

Enfin, deux marqueurs complètent cette sélection :

- ★ Une étoile identifie dans chaque marché 10 startups significativement en avance. Ces étoiles mettent en lumière 120 pépites, sans doute le fleuron de la nouvelle économie française.
- EM Un label est apposé au nom de certaines startups : il correspond aux entreprises analysées et évaluées par notre partenaire **Early Metrics**, leader européen de la notation de startups. Ce label confirme l'intérêt de grands comptes pour la startup notée.

Il y a dans ce livre 1 000 entreprises prometteuses qui se distinguent par leur performance technologique, économique ou financière. 1 000 sociétés qui illustrent la génération des entrepreneurs de l'après crise de 2009. Les 1 000 qui, sur tout le territoire français, construisent avec enthousiasme, courage et audace, l'économie de demain.

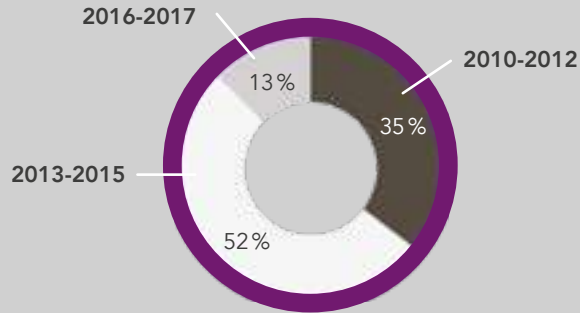


CYRIL GARNIER

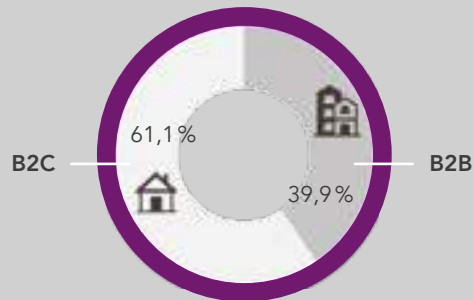
Directeur général de SNCF Développement

LES 1 000 STARTUPS EN CHIFFRES

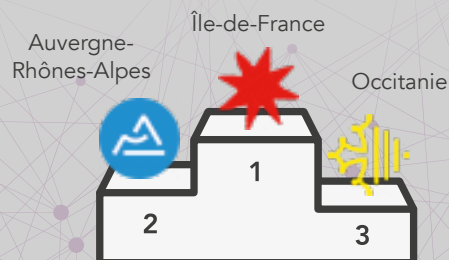
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



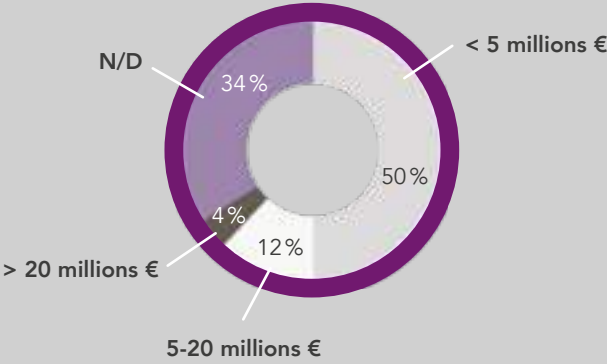
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

148



1

ADOPTER LES BONS OUTILS

12 LES ESPACES DE CROISSANCE

Philippe Saurel & Chantal Marion, Montpellier
Méditerranée Métropole

Pierre Dubuc, Conseil du Numérique d'Île-de France

16 LE FINANCEMENT DE L'ÉCOSYSTÈME

Philippe Collombel, Partech

Sébastien Bourguignon

20 LES MÉDIAS

Julie Galeski, Widoobiz

22 LES ENJEUX DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Romain Soubeyran, Institut National
de la Propriété Industrielle (INPI)

QUAND UNE MÉTROPOLE ENCOURAGE L'INNOVATION SUR SON TERRITOIRE

Incubateurs, accélérateurs, fablabs... de nouveaux lieux dédiés à l'innovation ont vu le jour au cours des dernières années. Parfois, les villes elles-mêmes accompagnent les jeunes pousses prometteuses sur leurs territoires. C'est justement l'ambition de Montpellier Méditerranée Métropole, avec son Business & Innovation Centre (BIC) Cap Alpha – seul incubateur français classé dans le Top 10 des meilleurs incubateurs mondiaux¹.

Faire de la matière grise un véritable levier de développement économique, telle fut l'ambition de Georges Frêche en créant Cap Alpha en 1987. Sa labellisation « CEEI » (Centre Européen d'Entreprise et d'Innovation) un an après sa création en fait un pionnier des incubateurs technologiques en Europe. Au fil des ans, le BIC s'est entouré d'un réseau de confiance composé de partenaires économiques et institutionnels, d'incubateurs, d'investisseurs, de centres de recherche... En interne, c'est une équipe dynamique de 20 personnes qui accompagne les entrepreneurs, sous la responsabilité du département « Développement économique, emploi et insertion » de Montpellier Méditerranée Métropole.

Et voilà désormais trente ans que le BIC s'emploie à soutenir la création et la croissance d'entreprises innovantes sur le territoire montpelliérain, ce qui en fait son principal outil de développement économique. Concrètement, il détecte les projets innovants et leur propose une gamme élargie de services : un coaching personnalisé renforcé par des programmes d'accélération, des hébergements en pépinières ainsi que des outils comme le logiciel Montpellier Business Plan. Sa mission principale ? Développer l'emploi non délocalisable. Aujourd'hui l'ensemble des entreprises passées par les bancs du BIC représente près de 5 000 emplois directs, ce qui fait de l'incubateur le plus gros créateur de postes du territoire.

1. Selon UBI Global

LA MISSION PRINCIPALE DU BIC : DÉVELOPPER L'EMPLOI NON DÉLOCALISABLE.

De nombreux domaines d'activité y sont d'ailleurs représentés : santé (15%), logiciel (27%), applications mobiles/web (16%), mais aussi objets connectés, agronomie, énergie, jeux vidéo, cybersécurité, adtech, etc. Au total, 670 entreprises ont été accompagnées depuis la création du centre, et ont enregistré en 2016 un chiffre d'affaires cumulé de 650 M€. Ces jeunes pousses bénéficient également d'un taux de pérennité record de 90% à 3 ans et de 79% à 5 ans, hissant la métropole au rang de modèle de l'accompagnement.

Parmi elles, plusieurs ont été labellisées Pass French Tech. Ces sociétés en hypercroissance sont des graines de champions : leur chiffre d'affaires croît en moyenne de 134% par an et elles réalisent 44% de celui-ci à l'international. On peut citer Isotropix (logiciel), Medincell (biotech) ou encore Matooma (IoT), qui en seulement 5 ans génère un résultat net de 1 M€. D'autres ont fait l'objet d'une acquisition par un grand groupe qui a développé les emplois sur place. C'est le cas de Schlumberger qui, en absorbant Techsia, a créé un Technology Centre spécialisé en géophysique et informatique.

Forte de ces succès, la métropole ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. La prochaine étape sera le lancement, dès 2018, de la « Cité Créative » : un projet de 4 000 m² entièrement dédié aux Industries Culturelles et Créatives. Et dans le cadre de sa labélisation French Tech, un bâtiment totem va être construit dans le quartier Cambacérès : la « Halle French Tech ». Elle aura pour ambition, d'ici à 2020, de devenir un lieu de rencontres, d'hébergement des entreprises en création et en développement mais également des associations et autres acteurs de l'écosystème de l'innovation.



PHILIPPE SAUREL

Maire de la Ville de Montpellier, Président de
Montpellier Méditerranée Métropole

 @Saurel_P

CHANTAL MARION

Vice-Présidente de Montpellier Méditerranée
Métropole, déléguée au développement
économique, à l'enseignement supérieur et
à la recherche, à l'innovation et à l'artisanat.

 @chantal_marion



À PROPOS

Le Business & Innovation Centre est
le service de Montpellier Méditerranée
Métropole en charge d'accompagner
et de suivre les porteurs de projets qui
souhaitent créer des entreprises innovantes
sur le territoire.

ENGAGEMENTS POUR UN NUMÉRIQUE INCLUSIF

Lorsqu'on m'a proposé de participer au nouvellement créé Conseil du Numérique de l'Île-de-France, j'avoue avoir d'abord réagi avec réserve, scepticisme même : encore un de ces comités Théodule qui bourgeonnent partout en France, au rôle mal défini et à la portée limitée ? Au fil des discussions avec les équipes de la région, je me suis toutefois aperçu de la valeur – réelle – de l'initiative ; surtout, on ne peut pas à la fois déplorer le manque de passerelles entre le monde de l'entreprise et celui de l'action publique et ne pas participer à la construction de l'une d'entre elles.

À titre personnel, comme co-fondateur d'une startup qui a mis le changement par la formation et le progrès individuel au cœur de sa mission, refuser la possibilité d'un rapprochement, puis d'un travail en commun fructueux entre sphères publique et privée aurait été un renoncement.

J'ai depuis pris la présidence de ce Conseil du Numérique, aux côtés d'une vingtaine d'esprits parmi les plus brillamment innovants de la région, tous engagés pour le développement de la filière numérique et tous animés d'une même détermination : profiter de ce travail en commun avec les autorités régionales pour agir, pour faire avancer les intérêts des Franciliennes et des Franciliens.

Parce qu'il y a urgence. En décembre dernier, au moment de présenter sa stratégie nationale pour un numérique inclusif, le secrétaire d'État Mounir Mahjoubi a fait tomber les masques : en 2018, 13 millions de Françaises et de Français restent éloignés d'Internet et des formidables possibilités de progrès qu'il offre ; 74% de nos concitoyennes et de nos concitoyens non diplômés ne s'estiment pas compétents pour manier un ordinateur. À l'heure où l'Internet des objets et l'intelligence artificielle doivent nous faciliter la vie quotidienne, à l'heure aussi où la dématérialisation des services publics devient enfin une réalité, il n'est pas acceptable de laisser qui que ce soit sur le bord de la route.

En découvrant ces chiffres, je me suis souvenu non sans saisissement de *Quand le dormeur s'éveillera*, un roman publié en 1910 par H.G. Wells : le maître de l'anticipation y décrit la société du début du 22^{ème} siècle comme une superposition de strates étanches ; en haut, une élite raffinée et vivant dans l'opulence ; en bas, la masse des travailleurs, réduits à une fonction précise identifiée par la couleur de leur uniforme, sans savoir, sans progrès, sans ouverture d'esprit. Nous n'en sommes pas au monde de Wells, loin s'en faut – pour autant, pour nous qui considérons le Wifi comme un besoin fondamental au même titre que la nourriture et le sommeil, rappelons-nous que plus on s'éloigne du centre des métropoles, plus la fracture numérique s'amplifie ; rappelons-nous aussi que ne pas travailler à la réduire, c'est risquer de se réveiller dans le même monde que Graham, le héros de H.G. Wells.

Avec les membres du Conseil du Numérique de la région Île-de-France, nous prenons la mesure de cette mission et avons donc souhaité articuler notre travail autour d'une idée-force : faire en sorte que les bienfaits du numérique soient tangibles, réels, dans la vie quotidienne de toutes les Franciliennes et tous les Franciliens. Deux axes prioritaires seront explorés : le premier, formation et inclusion numérique des Franciliens, me tient particulièrement à cœur ; pour le second, transformation numérique des TPE et PME et du travail, les talents ne manquent pas. Rendez-vous donc dès le printemps 2018 pour une première salve de propositions : pour toute l'Île-de-France, et surtout pour chacune et chacun en Île-de-France.

**NOTRE MISSION : FAIRE EN SORTE
QUE LES BIENFAITS DU NUMÉRIQUE
SOIENT TANGIBLES, RÉELS, DANS LA VIE
QUOTIDIENNE DE TOUTES ET DE TOUS.**



PIERRE DUBUC

Co-fondateur d'OpenClassrooms, Président
du Conseil du Numérique d'Île-de-France

 @p_dubuc



À PROPOS

Le Conseil du Numérique d'Île-de-France s'inscrit dans le cadre du programme Smart Région Initiative. Composé de 31 membres spécialistes du numérique, chercheurs, entrepreneurs ou « chief digital officer » de groupes, ce Conseil se réunira quatre fois par an. Sa vocation : aider la Région dans la mise en œuvre de son programme de Smart Région, avec comme sujets principaux la cyber-sécurité, l'intelligence artificielle et la formation au numérique.

LE VENTURE CAPITALIST, ÉLEVEUR ATTENTIF DE JEUNES POUSSES

La levée de fonds, déterminante pour mettre une startup sur la rampe de lancement puis en orbite, obéit à une alchimie délicate. Elle est autant affaire d'objectivité et d'expérience que de convictions et d'instinct.

S'il n'est pas un passage obligé, l'apport en capital-risque est souvent décisif pour aider une startup à se lancer ou à se développer. Car le ticket investi – de quelques dizaines de milliers d'euros à plusieurs millions, selon l'étape de vie de la jeune entreprise – lui donne une bouffée d'oxygène opportune pour créer de l'emploi, investir ou encore se déployer à l'international. D'où vient cet influx de capitaux ? D'investisseurs institutionnels ou privés, français ou étrangers, que le Venture Capitalist (VC) aura su convaincre du bien-fondé d'un placement, sur un temps long (10 ans en moyenne), dans des startups à fort potentiel de croissance. Autrement dit, le dirigeant de fonds doit lui aussi passer maître dans l'art du pitch !

Une fois le fonds bouclé, les capitaux sont investis par le VC dans un portefeuille de startups pendant 4 ou 5 ans, idéalement jusqu'à l'exit. C'est cette sortie – la revente ou l'entrée en bourse de l'entreprise – qui permet de dégager une plus-value rémunératrice de l'investissement initial et de la prise de risque. Mais le rôle d'un VC n'est pas que financier. En partenaire impliqué, très présent auprès des dirigeants pour les porter vers le succès, il contribue à la réflexion sur la stratégie, ouvre son carnet d'adresses et vient même souvent les aider à compléter les compétences de l'équipe.

Cette relation entrepreneur/investisseur est empreinte d'exigences réciproques. Ultra-sélectif, le VC recherche bien sûr le bon dossier, viable et à potentiel. Un art complexe fait d'expérience et d'objectivité mais aussi de convictions et d'instinct. Parmi les critères, vont primer la qualité de l'équipe (elle peut faire la différence), la taille du marché (non disrupté depuis longtemps, quoiqu'il y ait des exceptions) mais aussi la capacité du fondateur à définir une vision et une ambition. De son côté, l'entrepreneur doit choisir le fonds qui correspond le mieux à son projet et ce ne sera pas forcément l'offre financière la plus attractive. Il lui faut vérifier avec soin les références du VC, son expertise sectorielle, son antériorité et sa capacité d'accompagnement sur la durée. Sans craindre les refus et en apprenant des objections, car un fonds sait changer d'avis.

LE RÔLE D'UN VC N'EST PAS QUE FINANCIER.

En 2017, le capital-risque à la française a fait montre d'une belle vitalité : 8,2 milliards d'euros collectés pour 789 opérations¹, dont de très belles levées. Ce fut le cas de ManoMano, acteur du bricolage digital, qui a réuni 60 millions d'euros, ou d'Algolia, une pépite du « search as a service » qui a bouclé 53 millions de dollars. Cette trajectoire n'est pas un hasard. Elle révèle un terreau fertile à l'innovation. Avec d'un côté, un écosystème du financement – dont les fonds publics – volontariste et qui gagne en maturité, et de l'autre, un entrepreneuriat vivace, embrassé par une génération moins tentée par le salariat. Autre point de progrès, la French Tech est de mieux en mieux reconnue hors de nos frontières. Alors, bien qu'elle manque encore de belles sorties, notre capacité à financer l'innovation s'affirme. Pour la première fois, en 2017, le pays s'est même hissé en tête des levées de fonds en Europe, devant les Britanniques.



PHILIPPE COLLOMBEL

Directeur associé de Partech

 @pcollombel



À PROPOS

Partech est au service des entreprises innovantes depuis ses bureaux de San Francisco, Paris, Berlin et Dakar. Ses équipes dédiées apportent du capital, de l'expérience opérationnelle et un soutien stratégique aux entrepreneurs internationaux à tous les stades de leur développement (amorçage, venture et growth) avec une capacité d'investissement de plus d'un milliard d'euros.

1. Source : SNCF Développement et Sidetrade, Les levées de fonds en France, bilan 2017

FINANCEZ- VOUS EN CRYPTOMONNAIES GRÂCE À LA BLOCKCHAIN !

S'il y a bien une tendance forte depuis plusieurs mois dans le monde de la tech, c'est celle de la blockchain. Annoncée comme une nouvelle révolution technologique, elle permettrait d'uberiser Uber, le comble du comble ! Selon The Economist, des mécanismes basés sur la cryptographie, la décentralisation, la distribution et la transparence font d'elle une machine créatrice de confiance. Une nouvelle opportunité s'offre aux startups, celle de pouvoir lever des fonds en cryptomonnaies au travers d'une ICO (*Initial Coin Offering*), quand le projet y est éligible.

L'ICO est au monde de la blockchain ce que l'IPO est au monde de la bourse : un moyen de lever des fonds pour une startup en faisant appel au public. On la compare souvent à une nouvelle forme de crowdfunding dont la contrepartie est ce qu'on appelle un token émis par l'entreprise, et dont le fonctionnement dépendra des ambitions du projet. Il existe trois types de tokens :

- L'*utility* qui permet à terme d'acheter tout ou partie du service qui sera délivré ;
- Le *security* qui est proche du titre financier comme l'action ou l'obligation, avec par exemple un droit de regard sur le fonctionnement de l'entreprise, voire même un droit à dividendes ;
- Le *cryptocurrency* qui est en fait une nouvelle cryptomonnaie, comme le bitcoin peut l'être, mais dont les propriétés sont souvent en rupture par rapport à ce qui existe déjà.

La startup doit avant tout disposer d'un projet dans lequel la blockchain est présente, avoir une idée précise du type de token qu'elle souhaite émettre et du business model associé. Les enjeux sont élevés car dans le monde de la blockchain, les business models se décentralisent avec un impact potentiel sur l'existence même de l'entreprise. Par ailleurs,, un *white paper* doit être rédigé, regroupant tous les aspects techniques : la roadmap, l'équipe, le business plan, l'utilisation des fonds, leur répartition entre les parties prenantes, tout doit y être décrit. Ensuite, une équipe de spécialistes, des « *advisors* », sera là pour apporter son expertise et faire la promotion du projet avec l'équipe dirigeante.

Enfin, un travail de fond sur le marketing et la communication à l'international est nécessaire, que ce soit sur les médias traditionnels ou *online*.

L'entreprise qui lève des fonds sur ce modèle n'a besoin de rendre de compte à personne, du moins pas pour le moment. Mais le plus gros avantage est qu'il n'y a aucune dilution du capital pour les actionnaires actuels, et aucun impact sur la gouvernance de l'entreprise.

Parmi les succès français, citons Beyond the Void, une startup lyonnaise qui a levé fin 2016 plus de 300 000 euros. Début 2017, iExec a levé 10 000 bitcoins en 3 heures, soit 12,5 millions de dollars au cours de l'époque. Plus récemment, les clermontois de DomRaider ont quant à eux levé plus de 35 millions d'euros. Plusieurs ICO françaises sont en cours de levée au premier semestre 2018, comme NaPoleonX ou Peculium, et des dizaines sont à venir.

Attention, une opération comme celle-ci est hautement risquée. Ainsi, sans cadre juridique, fiscal et réglementaire, à tout moment l'opération peut devenir illégale ou poser des problèmes à la banque pour rapatrier les fonds levés. Par ailleurs, le haut niveau de volatilité des fonds levés ne garantit en rien le montant final de l'opération. Ainsi, fin 2017 le bitcoin est passé de 20 000 \$ à moins de 10 000 \$ dans la même semaine, imaginez l'impact que cela peut avoir sur les capacités d'une entreprise à délivrer son projet quand les fonds levés ne valent plus que la moitié de ce qu'ils valaient à la fin de l'ICO !

Ces opérations nécessitent donc un bon accompagnement : choisir un bon partenaire sur qui s'appuyer pour couvrir les aspects juridiques et fiscaux, techniques, marketing, ou même pour trouver et cibler les investisseurs intéressants, voici un vrai facteur-clé de succès.

LE PLUS GROS AVANTAGE D'UNE ICO EST QU'IL N'Y A AUCUNE DILUTION DU CAPITAL POUR LES ACTIONNAIRES ACTUELS, ET AUCUN IMPACT SUR LA GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE.



SÉBASTIEN BOURGUIGNON

Principal & Lead Digital Influencer chez Margo,
Expert Blockchain et ICO

 @sebbourguignon

À PROPOS

Expert du numérique et de la blockchain, Sébastien Bourguignon est Principal et Lead Digital Influencer au sein du cabinet de conseil Margo où il accompagne ses clients dans leur transformation digitale.

Il est aussi fondateur de la société Chain Guru qui accompagne les projets d'entreprises qui souhaitent lever des fonds en cryptomonnaies au travers d'une opération d'ICO.

SAVEZ- VOUS VRAIMENT PARLER AUX MÉDIAS ?

Dans une société régie par les réseaux sociaux et où l'information se diffuse plus vite que son ombre, il est impossible pour une jeune entreprise de faire l'impasse sur sa communication. Encore faut-il savoir manier cet art...

«BA», «pitch», «VC», «disruptif», «Séries A... B... C...» : la France n'a jamais autant adopté le langage startups. Les médias se sont d'ailleurs emparés du sujet (Widoobiz le premier), en créant par exemple *Le Lexique des startups*, ou en titrant un papier «*Les 25 termes à connaître avant de lancer sa startup*». Que l'on s'en amuse, ou que l'on refuse d'arborer la (startup) cool attitude, nul ne peut être indifférent face aux changements générés par l'émergence de ces jeunes pousses.

Les médias, même les plus traditionnels, ont donc dû se mettre à la page. Mais en retour, les startups ont-elles vraiment appris à communiquer en se branchant sur la fréquence journalistes 3.0 ? Car, si les rédactions des Échos Start, de Maddynews, ou de French Web sont en perpétuelle quête de belles réussites entrepreneuriales à raconter, elles n'en restent pas moins exigeantes quant à l'angle de leurs sujets.

En face, il y a les startups qui balayent (trop) large et envoient leurs communiqués à l'ensemble des médias, sans prendre en compte leur ligne éditoriale. Et il y a celles qui visent «trop haut» (Le Monde, TF1, BFM...) en délaissant certains médias spécialisés. Pourtant, ce sont certainement eux qui leur offriront les plus belles retombées médiatiques auprès de l'écosystème entrepreneurial.

Cibler pour mieux «décrocher» son article, donc.

Après avoir répertorié une liste de journalistes «experts» de la sphère startups, l'heure est ensuite à l'élaboration d'un communiqué de presse personnalisé. Par personnalisé, il faut entendre : avec une proposition d'angle adapté à l'audience du média à qui elle aura choisi de l'envoyer. Si l'entreprise cherche à communiquer sur sa levée de fonds, mais que le média n'a pas pour habitude de relayer ce type d'informations, inutile d'aller sur ce terrain-là. Cela ne signifie pas pour autant qu'elle doit se résigner à ne pas communiquer, bien au contraire. Si la porte est fermée, il faut savoir entrer par la fenêtre ! Proposer un portrait original du fondateur de la startup peut être une option, en mentionnant brièvement la levée de fonds dans le mail.

Par personnalisation, il faut également comprendre, une attention envers le journaliste. Il est loin le temps des « CP » que les entreprises envoyaient automatiquement à leur listing en l'adressant simplement à un quelconque « Monsieur », ou « Madame »... Le journaliste attend désormais de la startup qu'elle lui porte une attention particulière, sans prétention aucune. Et cela commence par la mention du nom et prénom du journaliste dans le corps du mail. Cela passe aussi par quelques recherches préalables sur les sujets de prédilection que traite le journaliste en question. Les plus audacieux oseront même appeler la rédaction pour demander naïvement « quels sont vos sujets du moment ? », pour ensuite adapter leur communiqué. Tout n'est que séduction.

Pour mettre toutes les chances de son côté, la startup doit également prendre le temps de la romance, imaginer une belle histoire, pour donner envie au journaliste de la relayer. C'est un peu le principe du storytelling. Pour se rendre compte de l'attrait de son communiqué, il suffit de se mettre à la place du journaliste en se posant une question : « M'a-t-il donné envie d'en savoir plus ? ».

Enfin, la startup peut également choisir la stratégie du secret. C'est ce que l'on appelle communément un embargo. En proposant une exclusivité à un média, elle multiplie ses chances d'attirer son attention et le met dans une position de privilégié. Attention toutefois à ne pas rompre le lien de confiance en envoyant cette même proposition à un média concurrent...

POUR METTRE TOUTES LES CHANCES DE SON CÔTÉ, LA STARTUP DOIT PRENDRE LE TEMPS DE LA ROMANCE, IMAGINER UNE BELLE HISTOIRE.



JULIE GALESKI

Responsable de la rédaction chez Widoobiz

 @Widoobiz

Widoobiz

À PROPOS

Widoobiz, racheté par PeopletoPeople, est le média de celles et ceux qui inspirent l'économie. Les journalistes parcourent les lieux d'innovation et y récoltent témoignages et tendances : CES de Las Vegas, Web Summit, Viva Technology... pour vous offrir une dose quotidienne d'inspiration.

STARTUPS, INVESTISSEZ DANS LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE !

La plupart des startups naissent d'une idée originale. Pourtant, dans les premières années de la vie de leur entreprise, les startupers sont souvent davantage préoccupés par l'aboutissement de leur R&D, le fonctionnement de leur prototype, le lancement commercial et le recrutement de collaborateurs que par la protection de leur propriété intellectuelle. Protéger dès que possible la technologie, la marque, le logo, le nom de domaine, le design d'un produit ou d'un service doit pourtant être une priorité absolue afin de sécuriser les actifs immatériels de ces entreprises en devenir.

Quelques exemples suffisent à démontrer à quel point la propriété intellectuelle est cruciale pour ces jeunes pousses, et en quoi elle représente un accélérateur et une sécurisation de la croissance.

Les titres de propriété industrielle donnent un avantage évident pour lever des capitaux. Une étude menée par des chercheurs de Harvard Business School et la Stern School of Business montre par exemple que les startups des technologies de l'information multiplient par deux leurs chances de réussir leur levée de fonds si elles ont un brevet¹. Le brevet est pour un investisseur la matérialisation d'une barrière à l'entrée du marché, la preuve que l'équipe a une capacité d'invention de solutions à valeur ajoutée et que potentiellement de futurs partenaires vont s'intéresser à l'entreprise.

L'impact d'une marque est également important : plus l'image de marque d'une start-up est construite et forte, plus elle existe auprès de sa communauté d'utilisateurs, et plus elle pourra se distinguer de ses concurrentes. Or une marque se protège.

Les startups doivent aussi choisir le titulaire des droits : qui, du fondateur-inventeur à titre personnel ou de la startup, doit valoriser ce patrimoine auprès des investisseurs ?

1. Source : « What is a Patent Worth ? », étude publiée par le National Bureau of Economics Research

Une startup à la recherche de partenaires ou d'investisseurs est souvent amenée à divulguer une idée ou un concept innovant, ce qui peut la rendre vulnérable, par exemple lorsqu'elle collabore avec de grands groupes très expérimentés dans le domaine. Il est donc important de définir les règles du jeu dans un pacte de confiance et d'aborder prioritairement les questions de propriété intellectuelle, au même niveau que les sujets de coopération. Inversement, il est plus facile pour un grand groupe d'identifier une startup innovante si elle a déjà déposé un brevet sur une technologie qui l'intéresse.

Les titres de propriété industrielle constituent un passeport pour l'international : aux États-Unis, par exemple, une startup doit savoir répondre à la question : « Quelle est votre stratégie de propriété intellectuelle ? ». Le brevet donne plus de crédibilité à la startup et facilite la mise en place de partenariats stratégiques pour pénétrer les marchés internationaux.

À l'inverse, nombre d'aventures entrepreneuriales ont tourné court par négligence de cet aspect. Est-il raisonnable d'initier un business innovant sans prendre en compte la sécurisation de l'activité ?

Les startups sont d'ailleurs rarement très outillées pour gérer cette question considérant pour beaucoup qu'il s'agit d'une charge financière superflue et non d'un investissement nécessaire pour sécuriser leurs actifs immatériels, pourtant résultats de beaucoup de temps et d'argent investis.

Qu'ont en commun Devialet, Carmat ou encore BlaBlaCar, toutes distinguées lors des Trophées de l'INPI ? Une stratégie de propriété industrielle exemplaire... Notre enjeu est donc de sensibiliser les startups à la dimension stratégique de la propriété industrielle, de les accompagner sur ces sujets tout au long de leur développement et de les aider à « manager » leur propriété intellectuelle, les besoins de protection évoluant au fil du temps.

PROTÉGER DÈS QUE POSSIBLE LA TECHNOLOGIE DOIT ÊTRE UNE PRIORITÉ ABSOLUE DÈS LE DÉMARRAGE.



ROMAIN SOUBEYRAN

Directeur général de l'INPI



À PROPOS

L'INPI se situe au cœur de la démarche d'innovation des entreprises françaises.

Au-delà des dépôts de titres (brevets, marques, dessins et modèles), il sensibilise et accompagne les startups dans leur démarche de propriété industrielle. Dans une économie mondialisée, la propriété industrielle constitue l'un des leviers majeurs pour améliorer la compétitivité et favoriser la croissance des entreprises.

2

VOIR
PLUS LOIN

26 LES SCALE-UPS

Georges Gambarini, KPMG

28 LA GOUVERNANCE

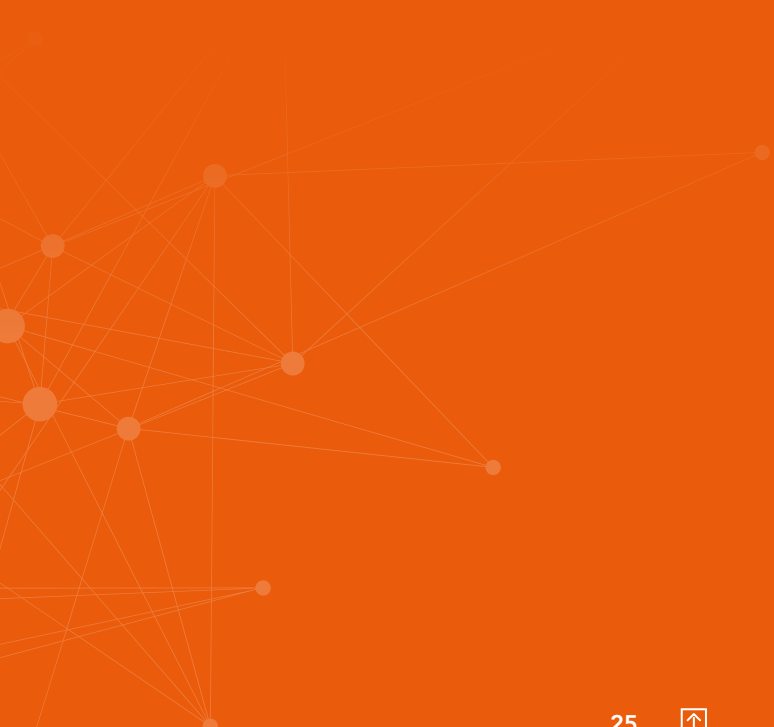
Vivien Levy Garboua, Sciences Po Executive Education

**30 L'INFLUENCE DE L'ÉCOSYSTÈME
FRENCH TECH À L'INTERNATIONAL**

Frédéric Rossi, Business France

32 LES FINTECHS AFRICAINES

Kossi Adzo, Startup.info



LA DIFFICILE MAIS NÉCESSAIRE ÉQUATION DE LA CROISSANCE

Déjà plus de 5 ans depuis la création de la French Tech, de Bpifrance, ou d'initiatives privées comme France Digitale. Chacun conviendra que l'heure n'est plus à la démonstration de la capacité de la France à faire émerger un écosystème numérique innovant et dynamique. Le train est passé et nous sommes montés à bord. Pour autant, à mesure que le train avance, de nouveaux défis apparaissent encore plus cruciaux, l'enjeu d'émergence a laissé place à l'enjeu de croissance voire d'hyper-croissance.

La convergence de maturité de certaines technologies, la concurrence internationale, la saturation de certains segments de la Tech, le montant des capitaux mobilisés depuis 5 ans, tous ces phénomènes concomitants imposent à notre écosystème de croître pour garantir sa pérennité et surtout son renouvellement.

Mais alors comment « scaler » ? Et surtout comment affronter l'hyper-fragilité qui va de pair avec l'hyper-croissance ? Toute la difficulté pour déterminer les causes de la croissance tient avant tout à ce que la croissance se mesure, qu'elle est une quantité, alors que les phénomènes qui la déterminent sont essentiellement qualitatifs.

La fable de la « Start-up & la Croissance » semble vouloir montrer que l'atteinte de performances hors de portée des entreprises classiques serait uniquement liée à la « culture start-up ». Il s'agit là sans aucun doute d'un ingrédient nécessaire mais malheureusement insuffisant car les fondamentaux de la croissance sont bien plus complexes et n'ont pas beaucoup évolué depuis l'arrivée du numérique.

On peut considérer six ingrédients de base à toute stratégie de croissance : la vision fondatrice de long terme, la culture d'entreprise partagée, la gestion des talents, le pilotage de la performance, la stratégie de financement et l'internationalisation.

L'association de ces ingrédients diffère selon les secteurs et les types d'entreprises mais leur mobilisation conjointe est un prérequis à une croissance durable. Les performances hors normes de certaines scale-ups reposent donc autant sur une gestion millimétrée, que sur la généralisation des baby-foot et des sweat-shirts à capuche dans les locaux. Qu'on se le dise, si la « Culture » mange la « Stratégie » au petit-déjeuner, il est toutefois peu probable qu'elle dépasse l'heure du goûter sans l'« Organisation ».

Croître est une chose, absorber la croissance en est une autre. L'hyper-croissance crée de la fragilité, elle impose une évolution permanente de l'organisation et des hommes. Cette hyper-fragilité est exacerbée à certains moments-clés imposant des changements critiques dans l'entreprise (passage à 100 employés, passage en mode industriel, déploiement international...). Au cœur de ces changements complexes, on retrouve le rôle-même du chef d'entreprise évoluant d'un statut d'homme-orchestre à celui de chef d'orchestre.

L'habileté à exécuter, à s'entourer et à déléguer est dès lors au cœur du succès d'une start-up souhaitant devenir une scale-up, puis d'une scale-up visant le titre de licorne. Plus important encore, ce sont la résilience et l'acceptation d'un alignement permanent du triptyque marché / management / stratégie financière par l'équipe fondatrice qui sont à la base d'une croissance rapide et pérenne.

Nous ne verrons probablement pas apparaître un vaste troupeau de licornes françaises et ce n'est sincèrement pas très grave, mais voilà les nombreux défis que doivent relever nos entrepreneurs pour répondre à l'enjeu de mise à l'échelle de notre écosystème.

Au sujet du mystère de la croissance, Paul Krugman disait « On dirait un miracle économique. Mais le miracle est moins celui de l'inspiration que celui de la transpiration ». Tout est dit, la croissance est avant tout un état d'esprit que nous sommes fiers d'accompagner chez KPMG pour aller plus loin, pour créer plus de valeur, pour grandir ensemble !

L'HYPER-CROISSANCE IMPOSE UNE ÉVOLUTION PERMANENTE DE L'ORGANISATION ET DES HOMMES.



GEORGES GAMBARINI

Coordinateur National du Marché
des Entreprises de Croissance – Spécialiste
Innovation & Levée de fonds chez KPMG

 @gambarinigg



À PROPOS

Leader français de l'audit, de l'expertise comptable et du conseil, KPMG et ses équipes spécialisées aident chaque jour plus de 1 000 start-ups et scale-ups à faire face aux défis de leur croissance (pilotage, financement, planification stratégique, gouvernance...).

STARTUPS : UN AUTRE MODE DE GOUVERNANCE

Prônée par les acteurs du capital-investissement, la gouvernance est un levier déterminant pour aider une startup à bien grandir. Empruntée aux entreprises cotées, elle n'en épouse pas pour autant tous les codes.

Quand elle démarre, la startup a peu de moyens (la *love money*) et une triple obsession qui focalise son énergie : trouver son « product-market fit », récolter les fonds qui lui permettront d'attendre ses premiers clients et réduire son délai de mise sur le marché. Viennent ensuite les premiers revenus, les premiers gros financements extérieurs (*Venture Capitalist* ou VC), le lancement commercial en grand, le second tour de table, etc. Soit autant de paliers successifs délicats à franchir, chacun pouvant remettre en cause le business model du précédent. Paradoxe de la jeune pousse : sans historique, peu diversifiée, avec pas ou peu de troupes, soumise à d'énormes aléas, on lui demande très vite de se comporter comme une grande entreprise. Une structure de gouvernance, qui l'aidera à franchir ces fameux paliers, fait partie de ces exigences.

Au début, il s'agit plutôt d'un embryon de gouvernance, proche du coaching. Mais à mesure du développement, le dispositif évolue vers davantage de conseil stratégique, jusqu'à la mise en place d'un conseil d'administration constitué des fondateurs, des investisseurs, de conseils et d'administrateurs indépendants. Outre son contrôle de saine gestion, l'organe de gouvernance est ici à la fois un lieu de réflexion sur la stratégie opérationnelle, et une vigie face aux dangers auxquels la startup pourrait s'exposer, pressée de réussir. Parmi les bonnes pratiques, il est fréquent que les associés, dès la création ou à l'occasion des levées de fonds, contractualisent leur relation dans un pacte dont les clauses précisent notamment l'organisation de la gouvernance et les apports opérationnels de chacun : aide au réseau, au recrutement, à la levée de fonds, mentorat, etc. Le board, qui ne perd pas de vue son objectif d'actionnaire, est aussi là pour inciter à réaliser la croissance promise dans le business plan. Quitte à amener à des prises de décision difficiles. Parfois cruelle, la gouvernance peut s'apparenter à un jeu d'arcade, où il ne faut pas nécessairement les mêmes armes ou la même équipe à chaque étape, fondateur compris.

Les principes appliqués ne sont pas ceux qui font référence dans les sociétés cotées (par exemple, le code AFEP-MEDEF), n'étant souvent ni adaptés au contexte, ni jugés prioritaires, à cause des moyens qu'ils nécessitent pour leur mise en œuvre. En réalité, la gouvernance d'une startup a des codes qui lui sont propres. Et qui diffèrent selon les cultures et le rapport de force introduit par le capital-risque. En Californie, où l'injection de capitaux est massive, priment la course à la taille, l'idéalisme capitalistique, le « penser mondial », la transgression des règles, la non stigmatisation de l'échec. En Europe et en France, la concurrence entre VC est moindre et la relation investisseurs/fondateurs plus équilibrée. La culture est davantage tournée vers le souci de contrôle, le management dans la continuité, l'attachement à son pays, avant la vision globale, l'idéalisme social. Il appartient au capital-risque à la française, à mesure qu'il monte en puissance, de trouver le bon équilibre de gouvernance entre ces deux cultures de l'entrepreneuriat.

LA GOUVERNANCE D'UNE STARTUP A DES CODES QUI LUI SONT PROPRES.



VIVIEN LEVY GARBOUA

Professeur d'économie à SciencesPo

 @ScPoExecEd

SciencesPo
EXECUTIVE EDUCATION

À PROPOS

Sciences Po Executive Education décline 200 programmes de formation diplômants, certifiants, courts ou sur mesure au sein de 11 domaines d'expertise allant de la communication, au leadership et management, en passant par la gouvernance, les RH et la transformation digitale et des organisations, en France comme à l'international.

LA FRENCH TECH, FER DE LANCE DU SOUTIEN AUX FILIÈRES À L'EXPORT

Emmenée par des entrepreneurs talentueux, la French Tech montre qu'elle est un atout indéniable de notre économie, capable de porter haut les ambitions de nos filières à l'export.

2017 aura été une année favorable à l'entrepreneuriat français. Selon l'INSEE, 591 000 entreprises ont été créées, soit 7 % de plus qu'en 2016. C'est aussi en 2017 que s'est ouvert, à Paris, le plus grand campus de startups au monde : Station F. Qui fait le plein. C'est en 2017, toujours, que le capital-risque à la française a percé son plafond de verre, se hissant dans les premières places en Europe, avec, enfin, des tickets plus élevés. Ce fut aussi un bon cru pour la French Tech à l'international, qui continue d'affirmer sa réalité économique et d'engranger les succès. À l'image de Dibotics, dont la technologie de localisation pour les véhicules autonomes convainc, puisque pour sa première participation au CES 2018 – sur l'espace très couru *Vehicle Technology* – elle décroche un contrat à plusieurs millions de dollars. Autre exemple, Tiny Clues propose une solution d'optimisation des ventes basée sur l'intelligence artificielle. Après sa participation au programme d'accélération IMPACT USA en 2017, elle crée une filiale et lève 18 millions de dollars ! Prouvant ainsi de belle manière que le succès à l'international n'est pas une question de taille ou de maturité.

Ce premier essai transformé confirme l'impact des grands rendez-vous mondiaux de la Tech – CES, SXSW, Web Summit, Mobile World Congress, Slush... – en termes de visibilité et d'efficacité, et désormais systématiquement à l'agenda de la French Tech. À telle enseigne que celle-ci s'est vu emboîter le pas par les Régions et nos grands groupes, plaçant désormais la France dans le peloton de tête des participations étrangères. Et ce travail de défrichage géographique et sectoriel continue. Nous avons ajouté, en 2017, deux événements-clés au Programme France-Export : le NRF (New York), un salon incontournable pour les professionnels du Retail et l'IFA (Berlin), un salon de l'électronique grand public de plus en plus tourné vers l'IoT et où se prennent beaucoup de commandes. Il y aura également un Pavillon France pour la première fois en 2018 au CES Asia (Shangai). Pourquoi ces nouvelles priorités à l'export ? Parce que la retailtech se développe à grande vitesse. Parce que l'Europe est sous-prospectée, alors que les opportunités existent, au Nord et à l'Est notamment et parce que la Chine émerge comme deuxième destination tech après les États-Unis.

La tech se propage également très vite dans les secteurs dits plus traditionnels comme l'énergie, le transport, le bâtiment ou l'industrie. Business France accompagne ainsi des startups sur des salons comme E-world, Innotrans, European utility Week ou la Foire de Hanovre.

Pour autant, les opportunités sont partout. Les startups doivent surtout considérer le couple secteur / pays et les contraintes, notamment réglementaires, inhérentes à chaque destination. Elles doivent penser export dès le début (*born global*), puis se donner les moyens en termes de financement, d'équipes et de priorités stratégiques. Et bien se faire accompagner. Elles peuvent compter sur le tandem Bpifrance / Business France, étroitement associé à la Mission French Tech. À ce dispositif s'ajoutent les French Tech Hubs, aujourd'hui déployés dans 22 métropoles internationales, qui peuvent accélérer leur immersion et les aider à ouvrir des portes.

Quatre ans après son lancement, la French Tech a ainsi gagné ses lettres de noblesse dans de nombreux domaines : IoT, Fintech, Cleantech, Healthtech, Biotech. D'autres thèmes porteurs sont en train d'émerger : Legaltech, Agtech, Mobilitytech, Foodtech, Winetech... Clairement, notre écosystème de startups se structure. Ce faisant, il dynamise certaines filières en panne d'innovation technologique. Au bénéfice de notre capacité à exporter.

NOS STARTUPS DOIVENT PENSER EXPORT DÈS LE DÉBUT.



FRÉDÉRIC ROSSI

Directeur général délégué de Business France

 @FredRossiExport



À PROPOS

Business France, membre fondateur de la French Tech, s'engage pleinement dans le développement international des startups. L'Agence accompagne les startups de la French Tech lors de salons internationaux et leur propose des programmes sur mesure d'immersion et d'accélération. Elle promeut l'écosystème à l'international.

AFRICATECH : LES FINTECHS AU CŒUR DE LA CROISSANCE

Lorsqu'on évoque l'essor des fintechs dans le monde, on pense rarement à l'Afrique. À tort, car le continent regorge d'initiatives aussi inattendues que multiples pour pallier ses propres carences.

En effet, si seulement 25 % des Africains ont accès aux services bancaires classiques, la téléphonie a connu un boom exponentiel ces dernières années, devenant par la même occasion un puissant outil d'e-inclusion, surtout pour les populations des zones rurales reculées. Alors qu'en 2000, on comptait un téléphone pour 50 personnes, ce sont 600 millions d'abonnés recensés en 2015 sur une population totale de plus d'un milliard. Il n'est donc guère surprenant que le *mobile money* se soit développé en Afrique plus vite qu'ailleurs ; en effet, le continent héberge plus de la moitié des comptes de paiement sur mobile dans le monde. Parallèlement, l'usage d'Internet se répand à vive allure : 16 % des Africains y avaient accès en 2016 et ce taux devrait passer à 50 % en 2025, d'après le cabinet McKinsey.

La démocratisation massive du téléphone et d'Internet accélère donc l'inclusion bancaire sur le continent. Cette digitalisation financière concerne en premier lieu les services bancaires basiques : ouverture de compte et vérification du solde, règlement des factures, transfert d'argent par SMS, etc. Au Kenya, par exemple, M-Pesa, pionnier du paiement mobile en Afrique, a transformé la carte SIM en porte-monnaie digital et compte bancaire. Le taux de bancarisation du pays est alors passé à 75 % et le modèle se duplique un peu partout sur le continent et ailleurs. Le recours aux portefeuilles digitaux a également ouvert la voie à d'autres produits financiers (assurance, épargne, crédit) jusque-là inaccessibles pour certaines populations. À Madagascar, par exemple, le taux global d'épargne a augmenté suite à l'introduction par Orange Money d'un système de rémunération de l'épargne via le mobile. Au Kenya, c'est M-Shwari qui permet de créer un compte d'épargne rémunéré dès 0,9 centime d'euro, et d'avoir accès au microcrédit. Aujourd'hui, deux prêts par seconde sont contractés par le biais de ce service dans le pays, et un effet de levier sur l'économie kényane toute entière est déjà perceptible. Environ 2 % des Kényans sont sortis de la pauvreté grâce aux microcrédits souscrits par mobile, d'après le Massachusetts Institute of Technology, et quelque 860 000 emplois et environ un milliard de dollars d'activité économique ont été générés par la plateforme M-Shwari.

L'économie collaborative est un autre axe de développement pour les fintechs africaines. Dans la sous-région ouest africaine, le développement de plateformes de crowdlending, comme Iroko au Sénégal ou Seekewa en Côte d'Ivoire, permettent de rapprocher de manière inédite les petits porteurs de projets (PME ou agriculteurs souvent très atomisés) et les fonds d'épargne ou investisseurs particuliers.

Dans son dernier rapport sur l'écosystème des fintechs en Afrique, le cabinet PwC a recensé 301 structures actives sur le continent. Ces startups créent des solutions innovantes pour combler le déficit de réponse des acteurs traditionnels (banques, opérateurs télécom, investisseurs...) et favoriser l'inclusion financière. Ironie du sort, les acteurs traditionnels adoptent désormais les mêmes solutions¹.

Toutefois, la majorité de ces acteurs fintech doivent apprendre à gérer les obstacles comme les cadres réglementaires instables, les risques juridiques, les infrastructures limitées, le coût élevé de l'Internet mobile, le faible niveau d'éducation de la population... Les autorités publiques ont donc aussi un rôle important à jouer dans le développement et la pérennisation de ces belles initiatives fintechs sur le continent.

LA TÉLÉPHONIE A CONNU UN BOOM EXPONENTIEL, DEVENANT UN PUISSANT OUTIL D'E-INCLUSION.



KOSSI ADZO

Fondateur de Startup.info

 @kossiA

startup
.info

À PROPOS

Créé en 2011, startup.info est un magazine collaboratif qui donne une visibilité internationale aux startups et accompagne les grands groupes et institutions dans leur communication vers les startups.

1. Source : Disrupting Africa by PwC

3

METTRE L'HUMAIN AU CŒUR

- 
- 36 ÉCOSYSTÈME ET COMMUNAUTÉ**
Yoann Jaffré & Sébastien Morizot, Nextdoor
- 38 LES SOFT SKILLS**
Alexandra Cauchard, Shaker
- 40 L'ÉVOLUTION DES COMPÉTENCES**
Yann Le Bel, SNCF Développement
- 42 LE RÔLE DES FEMMES DANS LA TECH**
Aurélie Jean

ÉCOSYSTÈMES ET COMMUNAUTÉS : L'AVENIR DE L'ENTREPRISE

On parle beaucoup d'écosystèmes innovation et de communautés, ils sont même devenus incontournables... Mais quels sont leurs fondements ? Sont-ils réellement indispensables aux entreprises, garants de leur agilité, et donc de leur longévité ?

Aujourd'hui, le numérique nous permet de tisser des liens tous azimuts, nous encourageant à accumuler les relations, indépendamment de leur qualité ou leur utilité. Pourtant, la question se pose : dans quels écosystèmes et communautés souhaitons-nous évoluer demain ?

L'échelle locale est importante pour fédérer un écosystème de startups, comme en témoignent les 13 métropoles labellisées French Tech depuis 2013. Partager des valeurs et échanger dans des lieux ouverts, favoriser la mixité, éviter l'entre-soi, sont autant d'éléments qui composent le terreau de base des écosystèmes. Ces derniers se créent naturellement, ou peuvent être provoqués : c'est le besoin de renouvellement, de changement d'angle ou de croisement d'expertises qui fait qu'ils deviendront pérennes.

Car face à une profonde mutation du monde du travail, il faut réfléchir vite, penser hors du cadre et savoir aller chercher les compétences. Le premier réflexe est alors de le faire aux alentours : les acteurs se côtoient et établissent peu à peu une relation de confiance suffisante pour dessiner le contour de leur écosystème.

Une communauté ne décrit jamais un ensemble de personnes physiquement proches : l'attachement à l'espace est secondaire, car c'est d'abord un groupe d'individus rassemblés autour des mêmes valeurs. La communauté ne se décrète pas, ne se crée pas par la force : elle est affinitaire et se développera là où elle trouvera les outils et /ou les services qui lui permettront de s'animer et de croître. Au sein d'une communauté professionnelle, la relation sera plus chaleureuse, les a priori résolument positifs, et la solidarité naturelle. Les échanges #InRealLife au gré des opportunités, les convictions des uns et des autres renforceront l'attachement, un sentiment d'appartenance : l'état d'esprit qui règne dans les espaces de coworking en est une excellente illustration. Ce sont les individus, leur diversité qui en créent la valeur.

Nous vivons désormais sur un terrain de jeu international, dans un monde d'instantanéité, d'information de masse et permanente. L'enjeu aujourd'hui est d'accélérer la création de notre réseau de confiance. Une base de données de contacts, même avec une bonne dose d'intelligence artificielle, ne créent pas une communauté. C'est l'humain, *in fine*, qui devra être le relai de cette information et faciliter les mises en relation, avec toute son expérience, ses qualités, ses défauts, ses opinions et ses convictions. Les Chief Happiness Officers et Community Builders devront veiller à accélérer la diffusion de l'esprit collaboratif et s'assurer du maintien de la culture d'entreprise(s).

Voilà pourquoi les écosystèmes et communautés représentent un enjeu majeur pour les entreprises : celles qui se privent des opportunités, de l'enrichissement et des stimulations qu'elles proposent ne pourront rivaliser, notamment sur le terrain de l'expérience utilisateur et du bien-être au travail.

Le seul obstacle à franchir reste de taille : sortir d'une vision silotée du monde de l'entreprise, de la vie en vase clos entre pairs, pour tendre vers des « entreprises-projets » plus souples, diversifiées et adaptables rapidement aux nouveaux enjeux de l'Entreprise.

CE SONT LES INDIVIDUS ET LEUR DIVERSITÉ QUI CRÉENT LA VALEUR D'UNE COMMUNAUTÉ.



YOANN JAFFRÉ

VP Innovation & Community chez Nextdoor

 @yoannjaffre

SÉBASTIEN MORIZOT

VP Digital chez Nextdoor

 @sebarizot

nextdoor

À PROPOS

Créateur et opérateur de nouveaux lieux de vie au travail, Nextdoor place l'humain au cœur du business et invite tout un chacun à revoir sa conception du monde du travail pour plus de bienveillance et de productivité.

LES SOFT SKILLS, UN REMÈDE À L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

Selon le cabinet McKinsey, 60% des métiers seront affectés par l'automatisation et l'intelligence artificielle d'ici 2030. Face au risque d'obsolescence des compétences, il est urgent de développer nos *soft skills*, ces qualités humaines non robotisables.

Alors qu'autrefois il fallait vingt ans pour voir ses compétences devenir obsolètes, deux ou trois ans suffiront bientôt pour se sentir dépassé. En cause : la formidable accélération du progrès technique (robotisation, intelligence artificielle, *data sciences*...) et la cadence à laquelle des métiers disparaissent quand d'autres se créent. Une perspective qui génère des craintes car nous restons en France culturellement mal armés pour affronter ce défi du rebond permanent.

Pour pallier ce retard, notre société doit pouvoir compter sur sa formation. Si celle dédiée aux compétences techniques est aujourd'hui à portée de clic et facilement accessible via Internet (MOOC, tutos en ligne), celle consacrée aux *soft skills*, ces compétences « douces » et non « molles » que les robots ne savent pas exercer, sont encore trop souvent reléguées au second plan. Pourtant, apprendre à apprendre, travailler en groupe, développer son empathie, son esprit critique ou encore sa connaissance de soi s'imposent comme salutaires à bien des points de vue.

D'abord pour l'individu, car elles lui permettent de développer sa faculté d'adaptation face aux mutations de son métier. Pour le manager ensuite, outillé ainsi pour encourager « l'apprenance » de son équipe. Pour l'entreprise enfin, qui dispose d'un capital humain capable de muer au gré du progrès. Transversales, ces compétences sont des boussoles dans un monde mouvant, qui nous aideront à bien vivre les transitions, qu'elles soient numériques, techniques ou humaines. Loin d'être innées, chacune d'elle s'apprend.

C'est pourquoi la première bataille doit être menée au sein de notre système éducatif, qui fait encore trop souvent la part belle au sacro-saint savoir scientifique, aux pédagogies transmissives et encourage l'individualité et la compétition. Un modèle en décalage avec les besoins d'une économie de la connaissance où la capacité à créer ensemble, questionner et s'adapter façonne les talents. Former l'esprit, développer l'indocilité propre à toute créativité, voilà la mission de l'école du XXI^e siècle. Or, pour accompagner les étudiants à acquérir cette pensée de côté, neurosciences, créativité pédagogique et art de la divergence doivent s'inviter dans les programmes de formation des enseignants. Ainsi émergera une nouvelle relation pédagogique, laissant place à l'expression orale et la coopération et dans laquelle l'enseignant se fera plus volontiers facilitateur que sachant. À la clé, l'employabilité des étudiants face à des employeurs qui perçoivent de plus en plus les *soft skills* comme des leviers de performance.

La seconde bataille se jouera dans les entreprises. Là, il s'agira de mettre les qualités comportementales au cœur des organisations internes. D'abord dans les processus de recrutement, en faisant notamment appel à de nouveaux outils d'évaluation (serious games, mises en situation), mais aussi en les intégrant dans les critères de sélection des managers. Ensuite, dans la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences car le capital *soft skills* d'une entreprise déterminera de plus en plus sa capacité à bouger avec et plus vite que l'innovation.

La bonne nouvelle est que chaque individu a en lui ce potentiel. S'il est encouragé dès l'école puis valorisé en entreprise, chacun sera outillé pour choisir sa place et cohabiter durablement avec l'évolution technologique.

LES SOFT SKILLS SONT DES BOUSSOLES DANS UN MONDE MOUVANT.



ALEXANDRA CAUCHARD
Fondatrice de Shaker

 @Alexcauchard

SHAKER

À PROPOS

Agence de conseil en innovation collaborative, Shaker a une double mission : partir du collaborateur pour réinventer l'entreprise – partir de l'étudiant pour réinventer l'école. Elle travaille aussi sur la création d'une école démocratique des *soft skills*.

FORMER AUX COMPÉTENCES DE DEMAIN

Face à la généralisation des technologies numériques arrivées à maturité, des problématiques très concrètes attendent d'être prises en main dans les entreprises. Comment suivre la cadence et s'adapter à la mutation des métiers ? Comment accompagner les salariés dans l'évolution de leurs propres tâches, parfois dans des métiers historiquement très techniques ? À l'apparition de la calculette comme outil comptable s'apparente aujourd'hui l'utilisation de l'intelligence artificielle pour un électricien : loin d'être évidentes, ces transformations s'accompagnent.

Pour répondre à la mutation des métiers du ferroviaire, SNCF Développement s'appuie sur le savoir-faire de Simplon dans la création des des Écoles des Nouvelles Compétences (ENC) sur le territoire national. Objectifs : traiter l'obsolescence des compétences des salariés sur leurs problématiques métier tout en répondant aux besoins de recrutement ciblés des acteurs économiques des territoires. Composées de promotions d'une quinzaine à une vingtaine d'apprenants, les écoles seront d'ailleurs élaborées avec les acteurs locaux. Qui de mieux en effet que les entrepreneurs et institutions locales pour analyser les besoins métiers du territoire ? D'ailleurs, en maximisant l'employabilité immédiate des publics qu'elles accueillent, ces écoles génèrent un impact social positif sur le territoire dans lequel elles s'implantent, rappelant combien la dimension humaine de la démarche est le véritable facteur en jeu.

En effet, la création de ces écoles s'inscrit dans un plus grand courant que les besoins ciblés par l'entreprise.

Cependant, impossible aujourd'hui de former aux métiers de demain sans prendre en compte l'évolution profonde des modes de travail. Avec comme premiers leviers de révolution le collaborateur lui-même. Plus proactif, acteur de sa trajectoire – et non plus carrière – professionnelle, il est lui aussi en pleine mutation, de concert avec son métier. L'élément déclencheur ? La Tech, bien sûr, et les changements qu'elle entraîne avec elle dans l'ensemble du monde professionnel.

Car quand on évoque la transition numérique, il serait pertinent d'en parler au pluriel : cela comprend la rupture technologique des métiers en tant que tels, mais aussi et surtout la formation nécessaire pour que les employés puissent suivre le mouvement. Le nouvel adage de l'entreprise : sans formation, pas d'innovation.

C'est l'objet même des Écoles des Nouvelles Compétences : s'inspirer des modes de fonctionnement des entreprises de la Tech pour transformer les manières de faire d'un grand groupe historique. Vaste chantier ! Les modules de formation des ENC s'organisent donc en plusieurs temps.

Tout d'abord, l'indispensable mise au point sur la définition d'une entreprise digitale. Comment appréhender le rôle des nouvelles technologies dans le fonctionnement d'une organisation ? Quel en est le vocabulaire ? Les outils ? Quels cas d'usage ? Vient ensuite la mise en pratique de cette théorie sur des métiers ciblés par l'entreprise et les territoires dans lesquels l'école s'inscrit. Pour le groupe SNCF, cela peut être la maintenance prédictive, l'électricité industrielle, les drones de surveillance... Il arrive cependant que certaines tâches soient plus compliquées à appréhender : « Nous sommes sur des métiers rares. Aucun diplôme ne prépare à être aiguilleur du rail, indique-t-on par exemple chez SNCF Réseau. On recherche plutôt des savoir-être, comme être méticuleux, rigoureux, résilient... ».

C'est ici que s'actionne le dernier levier de formation, et sans doute la pierre de voûte de l'entreprise de demain, tout droit inspiré par nos pépites françaises : l'apprentissage des nouvelles méthodes de travail, par l'acquisition de ce qu'on appelle les *soft skills*. Former les salariés aux bases du *lean management* et du *design thinking*, basés sur l'écoute, le travail d'équipe, la coopération. Les encourager à être pourvoyeurs d'idées au profit de leur entreprise grâce à des modules de formation dédiés à l'intrapreneuriat. Les faire prendre conscience de leur valeur ajoutée via des ateliers de coaching renforçant leur confiance en soi. La finalité de la formation professionnelle ? Inclure le collaborateur dans l'avenir de son organisation, pour lui permettre d'appréhender au mieux les codes de l'entreprise de demain tout en le confortant dans ses compétences.

LE NOUVEL ADAGE DE L'ENTREPRISE : SANS FORMATION, PAS D'INNOVATION.



YANN LE BEL

Directeur des opérations
chez SNCF Développement

 @SNCFDev

SNCFDÉVELOPPEMENT

À PROPOS

SNCF Développement est la filiale de développement économique et de soutien à l'entrepreneuriat de SNCF. Son ambition ? Recréer de la valeur au cœur des territoires par l'innovation et l'esprit d'entreprise. En 7 ans elle a accompagné 550 entrepreneurs, dont 220 startups, créé 1 500 emplois, et engagé 10 millions d'euros.

LE RÔLE DES FEMMES DANS LA TECH

LES FEMMES DE LA TECH, UN ENJEU SOCIÉTAL ET ÉCONOMIQUE

En 2016, Joy Buolamwini, chercheuse afro-américaine du MIT, réalise que le logiciel de reconnaissance faciale qu'elle utilise pour ses travaux ne reconnaît que les individus à teint clair. La raison ? Les teints foncés n'avaient pas été considérés dans l'élaboration et le paramétrage d'un algorithme codé par les développeurs. C'est ce qu'on nomme une discrimination technologique, qui aurait pu être évitée avec davantage de diversité chez les développeurs et concepteurs de ces outils technologiques.

Les femmes représentent entre 20 et 40 % de la masse salariale des 8 géants de la tech toutes disciplines confondues parmi lesquelles entre autres le juridique, le marketing ou encore la vente¹. Quand on ne considère que les acteurs du développement des outils numériques, elles ne sont que 20 % en moyenne, et ce chiffre tombe à 5 % pour les développeurs seniors. Beaucoup d'entreprises, d'institutions non gouvernementales et d'États s'engagent dans des actions pour une meilleure représentation des femmes dans ce milieu qui souffre profondément d'un manque de diversité. Cet enjeu majeur est encore perçu pour la plupart comme une mission politique, un certain devoir moral voire une stratégie politique pour satisfaire un électorat. Diversifier l'écosystème tech est en réalité une mission sociétale et économique qui permet d'élargir et d'amplifier l'impact économique des pays, et d'assurer un monde technologique dimensionné pour tous.

Les enjeux économiques sont forts. *Diversity is good for business* : cette expression bien connue des Américains résume justement l'idée que les entreprises et les équipes diverses sont plus innovantes² et plus performantes³. Cependant, les enjeux sociétaux sont moins souvent évoqués. L'écrasante majorité des outils technologiques, applications et logiciels sont actuellement développés par des hommes. La discrimination technologique est une menace déjà concrète, que les individus subissent actuellement sans même le réaliser. Écartant une partie de la population de l'utilisation d'un outil technologique, ces biais apparaissent de manière non intentionnelle lors du développement de l'outil, principalement en raison d'impensés de la part des concepteurs.

1. Statista dans Journal du Net, 2017.

2. Journal Economic Geography, Volume 89, 2013 - Issue 4.

3. Rapport McKinsey, 2015.

De nombreux exemples identifiés dans le passé soulignent le caractère pervasif de nos propres biais dans les innovations pensées, conçues et développées, censément pour tous.⁴ Outre les recherches de Joy Buolamwini évoquées plus haut, citons un autre cas : lors du traitement automatique du langage naturel conduit sur des articles de Google News⁵ pour associer aux métiers masculins leurs homologues féminins, il est conclut, entre autres, qu'infirmière est le féminin de docteur. Ces biais sont notre responsabilité à tous. Diversifier le monde de la tech permettrait de réfléchir à 360 degrés et d'éviter les impensés et biais, en capitalisant sur des manières différentes de réfléchir, de voir le monde et de le construire, par un groupe d'individus issus de la diversité.

Sans évoquer les enjeux pour les femmes elles-mêmes (indépendances financière et intellectuelle, capacité d'avoir plusieurs carrières dans une vie, possibilité concrète d'influencer positivement notre monde...), avoir plus de femmes qui développent le monde technologique de demain est un atout fort pour la société, et celles-ci se doivent d'agir maintenant avec le soutien de tous.

**DIVERSIFIER LE MONDE DE LA TECH
PERMETTRAIT DE RÉFLÉCHIR À 360°
ET D'ÉVITER LES IMPENSÉS ET BIAIS.**



AURÉLIE JEAN, PH.D.

Scientifique numérique et entrepreneure
CTO/CIO et co-fondatrice de MixR
(Los Angeles, USA)

 @Aurelie_JEAN

À PROPOS

Aurélie Jean, Docteur en sciences, possède plus de 10 ans d'expérience dans les mathématiques appliquées et la programmation informatique. Elle s'engage à transformer les individus en utilisateurs éclairés des technologies et à encourager les femmes à produire les outils numériques du futur, par l'apprentissage du code informatique.

4. N'Accusons pas les Algorithmes ! (Le Point, 7 décembre 2017)

5. Man is to Computer Programmer as Woman is to Home-maker? Debiasing Word Embeddings

4

COMPRENDRE LES DYNAMIQUES DE CHANGEMENT

46 L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

Thomas Ollivier, MAIF

Charles-Édouard Girard, GesttoGuest

50 L'ÉCONOMIE INCLUSIVE

Émilie Vidaud

Joséphine Goube, Techfugees

54 L'ÉCONOMIE À IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Jean Moreau, PHENIX

56 L'UBERISATION

Denis Jacquet, Observatoire de l'Uberisation

ÉCONOMIE COLLABORATIVE : L'ÂGE DE MATURITÉ

570 milliards d'euros en 2025¹ ! Les chiffres du marché européen de l'économie collaborative ont de quoi faire tourner des têtes ! Finances, transports, services à la personne, services aux entreprises, hébergement... tous les secteurs voient depuis plusieurs années déjà s'immiscer de nouveaux entrants, qui parfois construisent leur modèle sur du peer-to-peer authentique, déclinant leur propre vision de la force de la multitude, ou qui parfois colorent simplement leurs services d'un vernis collaboratif, pour diminuer leur exposition aux procès souvent stériles de l'uberisation.

Derrière ces chiffres, qui d'une certaine façon consacrent le potentiel de l'économie collaborative comme source de création de valeur, de relais de croissance, voire de renouveau de l'économie, se dessine pourtant une mutation des aspirations d'origine, où l'idée du collaboratif et du partage se dilue dans une motivation plus grande, plus impérieuse : celle de l'impact social, de l'impact positif, et des modèles inclusifs.

Ce « momentum » surgit après 10 ans de frénésie digitale, comme si le monde, et certains GAFA² en premier lieu, semblaient se rendre compte de notre mythe de Sisyphe contemporain, où la #TechForTech dévoilerait ses impasses pour y enfermer nos aspirations de liberté, de durabilité, de transmission, une pierre chargée de promesses techniques, qui deviendrait trop lourde faute d'espoirs à atteindre ! Pensés pour l'intérêt du long terme, et pour celui du plus grand nombre, les projets à impact positif font irruption dans le quotidien des investisseurs. Ils y voient des garde-fous aux quêtes de croissance irréalistes. Ils y voient des leçons apprises et retenues face aux déboires des startups « génération NATU »³. Ainsi donc, ils les audient et les observent comme un nouvel élément de valeur.

Être ou ne pas être de l'économie collaborative est devenu un débat dépassé. Dépassé d'abord par les propres contradictions de l'économie collaborative et ses abus, comme l'expliquait Arthur De Grave il y a déjà 2 ans⁴ ; dépassé aussi dans une forme de coopération des leviers de création de valeurs à impact positif, où le collaboratif et le partage deviennent des éléments parmi

1. <https://www.pwc.fr/fr/publications/economie-generale/economie-collaborative.html>

2. Acronyme pour Google Apple Facebook Amazon

3. Acronyme pour Netflix Airbnb Tesla Uber

4. <http://magazine.ouishare.net/fr/2016/02/leconomie-collaborative-cest-fini/>

d'autres dans la performance du service rendu ou de la rentabilité du modèle. Loin d'être un recul, c'est une aubaine pour contribuer à une économie plus durable, et une société plus collaborative, car elle permet de créer des ponts, des synergies et faire ainsi se rejoindre économie circulaire et bon sens économique, impact social et stabilité de l'entreprise, ou encore innovation sociale de la startup et transformation du grand groupe.

Quand Needelp s'associe avec Brico-Dépôt, quand Smiile apporte une solution aux collectivités, ou encore quand GuestToGuest s'impose comme une solution alternative avec l'échange de maisons, ce n'est pas en s'enfermant dans un modèle collaboratif comme ultime but, mais bien en l'exploitant pour servir une aspiration plus grande : liberté et travail pour le premier, efficience d'un territoire pour le second, et joie de l'hospitalité pour le dernier.

Ainsi, si le collaboratif n'est plus un modèle en soi, c'est pour mieux sortir de son illusion technologique où tout ne peut pas être mis en relation ni voué à devenir un marché. Son rôle désormais ? Contribuer plus fortement aux développements de véritables plateformes à impact positif, faisant se rencontrer une offre et une demande en même temps que des aspirations individuelles et collectives.

LES INVESTISSEURS VOIENT DÉSORMAIS DANS LES PROJETS À IMPACT POSITIF DE NOUVEAUX ÉLÉMENTS DE VALEUR.



THOMAS OLLIVIER

Head of sharing economy & emerging practices
chez MAIF & MAIF Avenir

 @ollitom72



À PROPOS

La MAIF est un assureur mutualiste qui n'a ni capital social ni actionnaires. À la fois assureur et assuré, chaque sociétaire est membre à part entière d'une communauté dont il partage les valeurs et les règles. La MAIF et le secteur collaboratif poursuivent ainsi un même objectif : offrir des solutions facilitatrices aux sociétaires et usagers, basées sur la confiance réciproque.

COMMENT DEVENIR LEADER DANS SON SECTEUR SUR LE MARCHÉ DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE ?

Avec l'avènement du digital se sont développées de nombreuses places de marché, faisant émerger au grand jour le secteur de l'économie collaborative. L'ancêtre de cette économie du partage n'était jusqu'alors actif que dans les catalogues papier qui, dans le cas de l'échange de maisons, n'étaient réservés qu'à une partie très limitée de la population mondiale. Il aura fallu une vingtaine d'années pour que le grand public s'accapare la puissance d'Internet. Après une première période de domination des sites e-commerce, les places de marché de particulier à particulier, permettant à chacun de vendre, louer ou échanger des biens, ont rapidement pris le dessus dans de nombreux secteurs.

Comment réussir à percer dans l'économie collaborative grâce au digital ? La réussite d'une place de marché est tout d'abord basée sur sa capacité à proposer un très grand nombre d'offres tout en permettant aux clients de les trouver facilement. Intrinsèquement, ce sont des marchés efficaces quand ils sont monopolistiques. Prenons le cas du *dating* : pour qu'un individu puisse trouver la personne qui lui correspond le mieux, il est toujours préférable que toutes ses âmes sœurs potentielles se retrouvent sur un même site. Cela n'empêche en rien que plusieurs sites se partagent le marché mais souvent le nombre d'acteurs est limité. De là l'émergence de nouveaux entrants de niche sur des communautés bien ciblées : c'est le cas dans le secteur de la location de maisons entre particuliers, avec OneFineStay pour le luxe et Misterbnb pour la communauté LGBTQ.

Un des principaux enjeux dans la consommation collaborative est de convertir les utilisateurs, c'est-à-dire leur faire utiliser le site. C'est uniquement après cette seconde étape que la monétisation est possible. Un utilisateur s'inscrivant sur une plateforme collaborative ne va pas forcément l'utiliser directement : il s'inscrit d'abord par curiosité et non nécessairement par besoin. Pour créer ce besoin, le site doit atteindre une masse critique, qui assure à toute personne s'y connectant la certitude d'obtenir le service qu'elle désire. Qui serait prêt à payer un abonnement

sur un site d'échanges entre voisins si l'objet désiré n'est jamais disponible à l'emprunt ? D'où la nécessité de lancer des campagnes de notoriété pour démocratiser le concept.

Une fois le concept diffusé, s'engage la quête de crédibilité. Comment se faire une place dans un marché quand celui-ci existe depuis de nombreuses années ? Prenons l'exemple de l'échange de maisons, secteur fondé sur la réciprocité. Pour se différencier et disrupter ce marché, GuestToGuest a axé sa stratégie sur la mise en place d'un système de points, permettant pour la première fois des échanges non réciproques : je viens chez vous, je vous donne des GuestPoints que vous pouvez utiliser pour aller chez quelqu'un d'autre. Innover en tordant le système lui a permis de devenir leader rapidement sur le nombre d'offres : de 10 000 à 350 000 en 5 ans.

Comme toute startup, il faut du temps aux plateformes collaboratives pour se rentabiliser. Mais en plus du délai classique, la mise en place est rallongée par le fait que les pratiques ne sont pas encore partout acceptées. Pourtant, depuis la nuit des temps, nous accueillons des personnes gratuitement chez nous, nous prêtons notre perceuse à notre voisin ou nous faisons du stop. Le monde dans lequel nous vivons nous a fait oublier ces pratiques pour les rendre plus commerciales. Ainsi, on préfère louer sa maison plutôt que de la prêter ou acheter une perceuse plutôt que de la demander à son voisin. Il faut inverser la tendance et renouer avec ce qui fait l'essence de l'homme – l'hospitalité, la proximité, le partage. Et voir les sites de consommation collaborative prendre toute la place qu'ils méritent dans notre quotidien.

**IL FAUT INVERSER LA TENDANCE
CONSUMÉRISTE ET RENOUER AVEC
CE QUI FAIT L'ESSENCE DE L'HOMME –
L'HOSPITALITÉ, LA PROXIMITÉ, LE PARTAGE.**



CHARLES-ÉDOUARD GIRARD

Président de GuesttoGuest

 @girard_char_ed



GuesttoGuest

À PROPOS

Fondée en 2011, GuesttoGuest est une entreprise française proposant des échanges de maison entre particuliers. Cette plateforme online, également disponible sur iOS et Android, met en relation des membres souhaitant organiser des échanges de maison pour leurs week-ends ou leurs vacances.

SOCIAL CALLING : UNE GÉNÉRATION EN QUÊTE DE SENS

La France assiste à un phénomène nouveau : le réveil social des entrepreneurs. Ils sont engagés. Ils sont militants et rêvent de remodeler le visage du capitalisme en y injectant une bonne dose d'impact social durable. Leurs startups sont rentables et inventent des solutions pour l'emploi, la santé et l'éducation. Ce nouvel élan – porté par des entrepreneurs en quête de sens plus que de profit –, c'est ce que l'on appelle la Social Tech.

La vingtaine à peine entamée, Maxime de Rostolan a refusé de rentrer dans le rang de son éducation bourgeoise, préférant défendre une agriculture respectueuse de la nature et des êtres humains. En 2012, cette graine d'entrepreneur a lancé Blue Bees, la première plateforme de prêts et de dons où chaque citoyen peut financer des projets agroécologiques. Kyla Claude a troqué l'univers aride de la banque contre l'aventure gourmande de Mamie Régale, le premier service de livraison de repas cuisinés par des retraités. À 18 ans, Martin Besson, ancien décrocheur, a lancé un média baptisé Sans A qui rend visibles les exclus du système et autres SDF. Rendre visible les invisibles, c'est aussi le combat de Gaelle Regnault. Cette maman d'un petit Louis diagnostiqué autiste a plaqué son job de golden girl pour fonder LearnEnjoy, une edtech qui conçoit des applications permettant aux enfants autistes d'apprendre à parler, lire, écrire, compter. En France, les exemples de startups issues de la French Social Tech sont légion. Et plébiscités dans le monde entier. Hier encore les médias étrangers comme la prestigieuse revue américaine *Forbes* saluait la puissance de l'entrepreneuriat social à la française. Une tendance portée par les *millennials* qui représentent aujourd'hui un quart de la population française, soit 16 millions de personnes. Mais à quoi carbure cette génération ? Une chose est sûre : ni à l'argent ni au pouvoir.

Pour comprendre, il faut rembobiner le film. Passer outre les chiffres qui révèlent qu'un jeune sur deux issu des Grandes Écoles aspire à avoir un travail qui sert l'intérêt général* (65 %), améliore la vie des gens (54 %) et permet de changer les choses (40 %). Enjamber les trois décennies de révolution digitale où Internet a facilité et accéléré l'accès à la connaissance, décuplant notre liberté de choix mais interrogeant dans le même temps nos systèmes de valeurs, notre éthique et le sens donné à nos actes. S'arrêter pour observer cette génération, biberonnée à Internet et dotée à la naissance d'une formidable palette d'outils digitaux.

*Sondage IPSOS, CGE, BCG 25 janvier 2016.

« Quand on fait face à un problème comme le gaspillage alimentaire, l'autisme, la crise des réfugiés, le handicap ou le chômage, on ne subit plus : on agit parce que l'on a les outils adéquats pour le faire. On crée des applications, des plateformes collaboratives, on récolte de l'argent grâce au crowdfunding, on utilise notre micro-influence, on lance des pétitions pour mobiliser notre communauté sur les réseaux sociaux et plus largement l'opinion publique », racontent les fondatrices de Kokoroe. À 30 ans, les trois copines ont décidé de renoncer à leurs carrières prometteuses pour lutter contre le décrochage numérique et démocratiser l'accès à l'éducation.

Leur déclic pour agir ? C'est le social calling : cet appel à l'action lancé par une génération qui fait trembler le paradigme du capitalisme en faisant converger une logique de profit avec la nécessité d'avoir un impact positif sur la société. Un appel générationnel qui résonne. Le 12 décembre 2017 au Medef, Nicolas Hulot – ministre de la Transition écologique et solidaire – lançait devant un parterre de patrons médusés : « Nous allons faire évoluer l'objet social des entreprises, qui ne peut plus être le simple profit, sans considération aucune pour les femmes et les hommes qui y travaillent, sans regard sur les dégâts environnementaux. » Entre les lignes, on lit que le business – couplé aux technologies – compte désormais parmi les leviers les plus puissants pour changer le monde positivement.

À QUOI CARBURE CETTE GÉNÉRATION ? UNE CHOSE EST SÛRE : NI À L'ARGENT NI AU POUVOIR.



ÉMILIE VIDAUD

Journaliste et auteur de « Social Calling »
aux éditions Fayard

 @VidaudEmilie

À PROPOS

Journaliste économique depuis près de quinze ans, Émilie Vidaud est l'auteur du livre « Social Calling » paru aux éditions Fayard en novembre 2017 : une enquête de 18 mois qui relate l'émergence de la social tech. À travers la trajectoire de dix entrepreneurs, ce livre donne les clés pour comprendre notre époque et le sursaut d'une génération qui a envie de résoudre des problèmes sociaux, sociétaux et environnementaux grâce aux technologies.

LA TECH FOR GOOD VEUT (RE)METTRE LE NUMÉRIQUE AU SERVICE DU BIEN COMMUN

Longtemps admirés, les géants du Net génèrent de plus en plus de questionnements sur leur démarche ultra-mercantile. En arrière-plan mais active, la Tech for Good gagne du terrain avec son business model alternatif. Il lui reste à passer à l'échelle.

Peut-on combiner les nouvelles technologies avec une économie véritablement basée sur le partage ? Résolument optimiste, j'en suis convaincue. Partout des voix se font entendre pour redistribuer les cartes, alors que le digital irrigue tous les pans de l'économie et que les géants du numérique conjuguent hégémonie et dérive mercantile, s'éloignant des principes de liberté et de démocratie qui ont présidé à la création d'Internet. La technologie, à l'infini potentiel, n'est bien sûr pas en cause. Mais elle peut être utilisée à d'autres fins que celle de capter notre temps de cerveau disponible ! La feuille de route adoptée par les Nations Unies, fin 2015, ne dit pas autre chose. Elle exhorte notamment à « mettre au service de tous, la science, les technologies et l'innovation pour un développement à dimension humaine, afin d'assurer la paix et la prospérité ».

C'est ce changement de perspective qui guide la Tech for Good. Hérauts d'une économie positive, ses acteurs se mobilisent pour une utilisation inclusive des technologies, centrée sur l'humain. Autrement dit, les intégrer à bon escient pour aider à résoudre les problèmes sociaux ou environnementaux. En guerre contre les inégalités grandissantes, ils cherchent à apporter des solutions à impact réel, dans les domaines de l'insertion professionnelle, l'accès aux soins, l'éducation, la justice sociale, le développement durable, l'interculturalité, etc. En France, ce sont par exemple des Simplon, Kabubu, LearnEnjoy, Wheeliz, Phenix... qui développent des services pour former les réfugiés au développement web ou faciliter leur inclusion grâce au sport, favoriser l'accès à l'éducation des jeunes autistes, proposer à la location des voitures adaptées aux handicapés ou encore lutter contre le gaspillage alimentaire.

De plus en plus audible, l'écosystème s'enrichit et réussit à faire bouger la société. Les structures d'accompagnement (incubateurs, financeurs) se multiplient. Des événements se montent, à l'instar de la Social Good Week, qui réunit chaque année les acteurs du web social et solidaire. Des communautés se créent pour favoriser le dialogue entre acteurs et donner de la visibilité à ceux qui concilient nouvelles technologies et utilité sociale (France Éco-Sociale Tech, Social Good Accelerator). Cela bouge aussi du côté des pouvoirs publics. Ainsi, le gouvernement vient-il de lancer, sous le label « French Impact », un accélérateur d'innovation sociale. Doté d'un fonds public/privé d'un milliard d'euros, ce dispositif a notamment pour mission d'aider l'économie sociale et solidaire à changer d'échelle.

Car c'est bien l'un des principaux défis du secteur : le faire passer à la vitesse supérieure pour le pérenniser. Si les entrepreneurs sociaux ont pour eux la passion, l'idéalisme, le goût du risque, la maîtrise des outils et leur rôle-clé de lanceur d'alerte, rien ne pourra se faire, dans un secteur encore très fragmenté, sans un soutien structuré du pouvoir politique et des grands acteurs économiques. Signe que les choses changent, l'Europe, progressiste et attachée aux libertés individuelles, commence à imposer certaines règles aux GAFA. Face à leur business model tout-puissant, une alternative est possible.

LES ACTEURS DE LA TECH FOR GOOD SE MOBILISENT POUR UNE UTILISATION INCLUSIVE DES TECHNOLOGIES, CENTRÉE SUR L'HUMAIN.



JOSÉPHINE GOUBE

CEO de Techfugees

 @Josephinegoubé



À PROPOS

Techfugees est une structure à but non lucratif lancée en 2015 afin de convertir la volonté d'engagement de la communauté tech en solutions construites avec les réfugiés eux-mêmes et pour répondre à leurs besoins. En près de 3 ans, une communauté de 18 000 personnes s'est constituée sur les réseaux sociaux et lors d'une centaine d'événements dans 25 pays à travers le monde.

L'OBJECTIF DE LA GREEN TECH : RÉCONCILIER CROISSANCE ET ENVIRONNEMENT

#MakeOurPlanetGreatAgain. Longtemps perçu comme une contrainte aux activités de l'entreprise, le respect de l'environnement constitue aujourd'hui un moteur pour les jeunes entreprises de la prometteuse Green Tech française.

Fin 2017 s'achevait le One Planet Summit en grande pompe à Paris, pendant lequel de nombreuses initiatives furent mises en avant pour réguler le climat. Pourtant, derrière les conférences et pitches, on pouvait déceler un enjeu encore plus complexe et ambitieux que la diminution des émissions de CO₂ : la nécessité de proposer un nouveau modèle de croissance, conjuguant équitement respect de l'environnement et développement économique. Cette noble ambition, de plus en plus partagée par les nouvelles générations, implique de changer nos modèles de conception, de transformation et de consommation afin de les rendre durables et circulaires. Les entreprises de la Green Tech, qui optimisent l'utilisation de ressources naturelles et limitent la production de déchets et de toxicité, assurent bien souvent un meilleur rendement que les entreprises traditionnelles.

La Green Tech entend ainsi mettre l'impact social et environnemental de l'entreprise au cœur de ses activités, sans pour autant faire une croix sur la croissance économique. Tous les secteurs sont concernés : l'énergie (Waga Energy, Qarnot Computing), le solaire, la gestion des déchets et de l'eau (PHENIX, LemonTri, Joyeux Recycleurs, les Alchimistes, Moulinot Compost...) les transports, les biocarburants, le bio, le recyclage (Recyclivire)... Les possibilités pour les entreprises de la Green Tech sont colossales !

Ces entrepreneurs sociaux partagent ces valeurs et cette ambition d'incarner une nouvelle façon de « faire du business autrement ». Et pour cause, le marché est porté par deux grandes tendances de fond : d'une part, la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte et les engagements internationaux pris à la COP21, qui impose aux acteurs économiques des normes plus rigoureuses en termes de respect de l'environnement ; d'autre part, les consommateurs qui se montrent demandeurs de solutions écoresponsables, se répercutant sur de nombreux marchés, comme ceux de l'automobile ou de l'alimentation.

À titre d'exemple, la startup Algama propose un modèle d'alimentation plus durable, et pour cause : elle développe des produits alimentaires innovants à base de microalgue, un superaliment qui demande beaucoup moins de ressources que les protéines animales. En effet, la spiruline requiert 300 fois moins d'espace de culture, 50 fois moins d'eau et 50 fois moins d'énergie pour produire la même quantité de protéines. Algama a lancé en 2017 une gamme de mayonnaises 100 % végétales à base d'algues, disponible dans 80 magasins de grande distribution et aux États-Unis. Un *green business* qui n'a rien à envier aux entreprises traditionnelles !

Comment contribuer à cet essor ? En encourageant et soutenant le développement de ces jeunes pousses qui surfent sur une tendance de fond. Vous êtes une entreprise ? Jouez le jeu en travaillant avec elles, en leur proposant des contrats et en leur confiant des missions à la hauteur de leurs compétences et de leur expertise, sans réserver les appels d'offres aux traditionnels gros acteurs historiques sur les sujets concernés. Vous êtes une collectivité publique ou une institution ? Lancez-vous dans une démarche d'exemplarité en favorisant la commande publique responsable, via des clauses favorisant les prestataires engagés. Vous êtes un particulier ? N'hésitez plus à rejoindre l'une de ces belles et prometteuses aventures, et mettez vos compétences au service d'une cause d'avenir, qui va dans le sens de l'Histoire !

LES ENTREPRENEURS SOCIAUX INCARNENT UNE NOUVELLE FAÇON DE « FAIRE DU BUSINESS AUTREMENT ».



JEAN MOREAU

Président de PHENIX

 @Jean_MOREAU_



À PROPOS

PHENIX accompagne ses clients en B2B dans leur transition vers l'économie circulaire et réduit leur gaspillage. PHENIX a contribué à la redistribution de plus de 30 millions de repas depuis sa création en 2014.

L'UBERISATION EN QUESTION : ENNEMI OU POIL À GRATTER ?

Parfois il faut le mal pour faire du bien. Les Français ont un problème avec le changement. Les politiques ont alimenté cette frilosité en instaurant le principe de précaution. À l'abri du risque, les Français ! Pourtant l'uberisation a conquis la France : elle ne se voit plus, car elle fait partie de nos vies quotidiennes. De nous-mêmes. Faut-il pleurer le monde d'avant, ou se préparer celui d'après ?

Tout d'abord, il ne sert à rien de pleurer. Cela embue les yeux et empêche de voir. Nous devenons suffisamment aveugles, « grâce » au digital, pour ne pas en rajouter. Où sont ceux, censés voir plus haut et plus clair, qui pensent le digital ? Qui sont les consommateurs qui réfléchissent aux promesses apparentes et aux desseins cachés ? Quel consommateur abonné à Amazon Premium a pensé une seule fois au livreur en bout de chaîne ? Quel consommateur qui pense qu'être livré en deux heures d'un bien dont il n'a pas besoin avant plusieurs jours, voire plusieurs semaines, et dont il n'a peut-être pas besoin tout court, est une révolution indispensable, et a traduit sa fièvre consommatrice en coût humain ? Quel consommateur qui privilégie toujours le moins cher, s'est posé la question de savoir qui en paie le prix ?

Le problème de notre vie digitale est simple. La vitesse qu'imprime ce monde, la facilité qu'il délivre remarquablement, les promesses de quantité qui l'emporte sur la qualité et le sens transforment les hommes. Nous réagissons à des stimuli auxquels nous n'imaginons plus ne pas répondre. Le digital nous entraîne dans un tourbillon qui nous étourdit et interdit la réflexion. Pourtant, celle-ci est essentielle. Quand nous voulons être livré en deux heures, et pour pas cher, nous entraînons dans notre folie un livreur, à vélo, payé une misère. Conséquence ? Le livreur qui risque sa vie, et parfois celle des autres, le fait pour une rémunération soldée, sans couverture, sans formation, sans avenir. C'est le prix de la non réflexion.

Mais le digital fait aussi le bien. Il questionne la rente, questionne le travail, son cadre, son contenu, ses conditions, et alimente aussi une large base d'indépendants, qui ne voudraient d'un CDI pour rien au monde. Décider de son travail est la véritable révolution de l'uberisation. Il questionne les professions réglementées, protégées, en panne d'innovation. Il questionne la place ou l'absence de place du client dans nos organisations trop habituées à l'utilisateur, ce client qui n'a pas le choix !

UberPop était une expérimentation intéressante, elle a été interdite. Heetch était passionnant, il a fini en correctionnelle. La leçon de Mai 68 est bafouée par ceux mêmes qui criaient sur les barricades qu'il était « interdit d'interdire » ! H4D révolutionne l'accès à la médecine. Stuart fait de la livraison B2B en respectant l'impact sociétal, s'attachant à fournir un cadre et une couverture aux livreurs. C'est qui le Patron ?! promeut le lait de qualité en circuit court. La Ruche qui dit Oui, et toutes ces initiatives destinées à revenir à une alimentation saine, ont compris comment le digital pouvait être un levier pour une société meilleure.

Le changement n'a aucun intérêt, sauf lorsqu'il apporte le progrès. Pour cela il faut changer en étant éclairé et non étourdi. En gardant l'homme comme objectif. L'IA, le numérique, la génomique, sont porteurs du meilleur comme du pire. À nous de décider où est la frontière. Ce ne sont que des outils, à nous de bien les employer. Mais pour cela, il faut résister à la course du temps, et à l'illusion d'exister par la masse de réactions aux stimuli quotidiens qui nous assaillent. Ouvrir les yeux et réfléchir. C'est le moment, et c'est à vous de le faire.

LE CHANGEMENT N'A AUCUN INTÉRÊT, SAUF LORSQU'IL APPORTE LE PROGRÈS.



DENIS JACQUET

Président de l'Observatoire de l'Uberisation

 @DenisJacquet



À PROPOS

L'Observatoire est une réponse de la société civile aux changements rapides de la société, pour réfléchir collectivement à ce que le numérique et les technologies apportent ou retirent à la société. C'est aussi un outil de proposition, pour s'assurer la certitude que l'avenir pourrait receler plus de trésors que de cauchemars. Enfin un outil d'action, pour lancer des initiatives et projets, capables de changer positivement le monde et redonner confiance aux hommes.

5

LES 1 000 STARTUPS REMARQUABLES

60	ALIMENTATION ET RESTAURATION
72	EMPLOI ET FORMATION
82	ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE
98	FINANCE ET ASSURANCE
108	IMMOBILIER, HABITAT ET NOUVEAUX ESPACES
116	MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS
126	PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL
136	RÉSEAUX SOCIAUX ET RENCONTRES
144	RETAIL ET E-COMMERCE
152	SANTÉ
162	SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ
172	VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS



ALIMENTATION
ET RESTAURATION

LE DIGITAL, LEVIER DE CROISSANCE DES ACTEURS B2B DE LA FOODTECH

Le secteur de la Foodtech semble suivre les évolutions de l'hôtellerie, avec quelques années de décalage. Mais à la différence de l'hôtellerie, qui s'est rapidement professionnalisée et regroupée, le secteur de la restauration en France reste extrêmement fragmenté et peu intégré. Il constitue un marché peu professionnalisé qui connaît également plus de difficultés au global : rappelons que la durée de vie moyenne d'un restaurant indépendant en France n'est que de trois ans.

Cependant, à l'image de l'hôtellerie il y a quelques années, deux évolutions majeures permettent aujourd'hui aux restaurateurs de croître peu à peu : la gestion de modèles de distribution innovants, et l'arrivée d'outils de gestion qui tirent profit du numérique. La première concerne notamment les différents canaux d'acquisition de nouveaux clients. Le *channel management* fait son entrée dans le milieu de la restauration en France, avec la révolution créée par la plateforme de réservation Lafourchette.com en 2007, dix ans après son équivalent hôtelier Booking. Le métier de restaurateur évolue : celui-ci a aujourd'hui besoin d'être présent sur plusieurs plateformes pour attirer assez de clients et ainsi faire tourner son activité. Il lui faut devenir un véritable *channel manager* ou embaucher quelqu'un avec des compétences spécifiques dans ce métier. Corolaire de cette évolution, les plateformes comme Zenchef ou Guestonline proposent aujourd'hui des solutions qui permettent au restaurateur d'automatiser la gestion de la réservation, sans besoin d'expertise particulière.

Mais la réservation n'a été que le premier déclencheur de cette révolution des usages pour les acteurs de l'alimentation. D'autres solutions ont en effet rapidement émergé pour aider le restaurateur dans sa gestion au quotidien : paiement (Ingenico, Lydia), fidélisation (Fidme, Lyfpay), livraison (Alloresto, Resto In, Stuart) ou encore gestion du personnel (Skello, Snapshift) en font partie. Au sein de cet écosystème de plus en plus développé, la caisse enregistreuse a un rôle-clé, celui de proposer une plateforme unique pour centraliser, fiabiliser et gérer l'ensemble des outils digitaux à disposition du commerçant.

Aujourd'hui, le cœur du sujet n'est donc plus dans l'adoption des outils digitaux, les restaurateurs ayant pris conscience de la difficulté de continuer à croître sans y faire appel. La vraie problématique réside maintenant dans la multiplicité de ces solutions, et la capacité à s'y retrouver.

Si un restaurateur veut tirer parti d'un ensemble d'outils qui existent sur le marché, il va devoir multiplier ses interfaces numériques. Sa gestion au quotidien, au lieu d'être simplifiée, va donc souvent être compliquée. Si l'on prend un cas précis, un restaurant qui veut se «digitaliser» et attirer de nouveaux clients devra ainsi avoir une tablette pour ses réservations, une autre pour ses livraisons, un terminal de paiement, un téléphone pour sa solution de fidélisation, en plus de sa caisse enregistreuse.

Une étude chez nos clients parisiens a montré que 95 % d'entre eux étaient équipés d'au moins une solution digitale, et qu'en moyenne, ils utilisaient trois solutions en dehors de leur caisse enregistreuse. Néanmoins, la plupart n'utilisent que très peu de solutions digitales complémentaires, du fait d'une difficulté opérationnelle à gérer les devices fournis mais également une difficulté de gestion a posteriori, notamment au moment de leur gestion comptable.

Dès lors, au-delà même de la multiplication des outils digitaux, apparaît la problématique de leur utilisation. L'évolution du métier de restaurateur n'est donc pas terminée, et avec elle les opportunités B2B du secteur.

LA PROBLÉMATIQUE RÉSIDE MAINTENANT DANS LA CAPACITÉ À S'Y RETROUVER DANS LA MULTITUDE DE SOLUTIONS DIGITALES.



DIMITRI FARBER

Co-fondateur de Tiller Systems

 @Dimitrifarber



À PROPOS

Tiller équipe plus de 4 000 commerçants dans 30 pays avec sa solution de caisse couplée à une plateforme de gestion en temps réel. Tiller équipe aujourd'hui des indépendants mais aussi des chaînes et franchises comme Monoprix, Lidl, Leonidas ou Accor Hotels. Tiller a aujourd'hui des bureaux à Paris, Barcelone et Milan.



ALIMENTATION ET RESTAURATION

L'ÉMERGENCE D'UNE FOODTECH FRANÇAISE

Avec quelques années de retard par rapport à d'autres pays européens, la vague FoodTech atteint enfin la France. L'association entre alimentation et nouvelles technologies porte ses fruits : l'écosystème se constitue progressivement avec une multiplication des investissements par trois dans la FoodTech entre 2015 et 2016¹. Toutes les briques se mettent en place pour construire un réseau puissant dans le monde de la food française, avec en ligne de mire la place de leader mondial de la Foodtech.

Cette belle avancée est tout du moins à nuancer : à l'heure actuelle, la FoodTech française ne pèse qu'1,1% des investissements mondiaux dans le domaine, et ce malgré une accélération des montants investis ces dernières années. Ce retard, qui pourrait être vu comme une fatalité, est au contraire une opportunité en or pour des entrepreneurs astucieux. En effet, un vivier de bonnes idées testées avec beaucoup de moyens aux États-Unis n'attend qu'à être exploité à la française. C'est par exemple ce que font Feed, Vitaline et Smeal en proposant de la « smart food », substitut de repas disponible en poudre, bouteille ou barre. Ces trois startups s'inspirent de l'américain Soylent et l'adaptent au marché local avec des goûts et compositions à la française.

Encourager le développement de cet écosystème entraîne une question vitale : celle du financement. L'apparition en 2016 des premières levées de fonds de plus de 20 millions d'euros (notamment Frichti) est à cet égard un très bon signe. Cela montre qu'après des réticences initiales, les investisseurs commencent enfin à s'intéresser à cette thématique, accordant à la FoodTech l'attention qu'elle mérite.

1. Rapport FoodTech 2013-2017 par DigitalFoodLab, Sopexa & Vitagora

Pour continuer sur cette voie et rattraper leur retard, les startups de la Foodtech française ont deux axes d'amélioration à creuser. Tout d'abord, ces dernières se limitent encore trop souvent à l'échelle nationale, voire à une seule grande ville. Le développement de l'écosystème passera donc par la présence de certaines startups dans d'autres pays. Dans une Europe où chaque marché dispose de son propre réseau de distribution, le chemin reste encore difficile pour la distribution des startups proposant des produits innovants. Cependant dans le domaine des services, après le succès à l'étranger de Wynd, 2018 est déjà une bonne année, portée par le succès d'Alkemics, plateforme permettant aux distributeurs et marques alimentaires d'échanger leurs données, qui va se développer au Royaume-Uni.

Le deuxième axe d'amélioration concerne la collaboration entre startups et corporates. Longtemps les grands groupes de l'agro-alimentaire et de la distribution ne se sont pas sentis concernés par la vague de disruption portée par les startups. L'accélération de l'e-commerce alimentaire et l'apparition massive de nouvelles marques food changent la donne. Néanmoins, les rapprochements de FoodChéri et Sodexo, mais aussi de Traq'Food (un service de gestion de la traçabilité pour les restaurateurs) et Mérieux Nutrisciences sont une première étape. Ces grands groupes accompagnent notamment les jeunes pousses dans leur développement international ou dans les premières étapes de l'industrialisation de leurs productions. Les industriels doivent apprendre à comprendre la valeur ajoutée et les problématiques des startups, afin de mieux les accompagner, et collaborer pour multiplier les partenariats, investissements et rachats.

LES INVESTISSEURS ACCORDENT ENFIN À LA FOODTECH L'ATTENTION QU'ELLE MÉRITE.



MATTHIEU VINCENT

Co-fondateur de DigitalFoodLab

 @digitalfoodlab



À PROPOS

DigitalFoodLab aide les entrepreneurs, investisseurs et industriels à identifier et agir sur les opportunités FoodTech. Il propose des explorations, études prospectives et de l'accompagnement stratégique.



ALIMENTATION ET RESTAURATION

LES FOODTECHS, FUTURS ACTEURS DU RAYONNEMENT INTERNATIONAL DE LA GASTRONOMIE FRANÇAISE

Dans les grandes tendances mondiales en 2018, les consommateurs des marchés matures souhaitent avoir confiance en leurs aliments et trouver des produits meilleurs pour eux et pour la planète. De plus, l'importance croissante du digital va continuer son expansion dans les prochaines années (les trois quarts de la population auront accès à Internet en 2030), influençant la mutation du rapport à l'alimentation. Dans ce contexte, les produits alimentaires des startups françaises de la Foodtech répondent à ces évolutions et ont leurs chances de succès à l'export.

La France a exporté plus de 7 milliards d'euros de produits gourmets dans le monde en 2017. Même si la part des produits alimentaires issus des startups Foodtech est encore faible, le développement rapide et la pertinence de leur offre mise au regard de l'évolution de la consommation peut constituer un relai de croissance. En particulier sur les marchés matures, qui restent nos principales destinations export : le top 8 de nos clients européens et nord-américains représentent 72% de nos parts de marché. Business France a identifié comme priorités de développement à l'international pour 2018 les pays suivants : États-Unis, Israël, pays scandinaves et grands marchés matures (Allemagne, Royaume-Uni).

Nous pouvons ainsi dresser un parallèle entre grandes tendances de consommation à l'échelle mondiale et solutions trouvées par nos startups françaises. Tout d'abord fleurit la recherche de nouvelles solutions pour nourrir les marchés matures. Face à la progression du végétarisme/véganisme (+5% de 2012 à 2017, soit 25 millions de consommateurs en Europe de l'Ouest) et aux préoccupations grandissantes des protéines animales tant au niveau de la santé que de la planète, des startups proposent des protéines alternatives : Jimini's nous invite ainsi à goûter les insectes à l'apéritif, et Algama fabrique de la mayonnaise à base de microalgues.

Vient ensuite la diversification des sources de nutriments : certaines startups vont dénicher à travers le monde des fruits et matières premières encore peu consommées en France et en Europe pour en extraire les bienfaits. C'est le cas de Nossa Fruits avec le superfruit açai tout droit venu d'Amazonie, ou de Matahi avec le fruit du baobab d'Afrique. Ces startups utilisent ainsi le produit au-delà des cultures alimentaires d'origine pour l'adopter au mode de consommation à l'occidental. Par ailleurs se développe la tendance d'un snacking plus naturel, sain et « sans », avec une préférence pour les formats individuels et itinérants. On retrouve ainsi l'encas en forme de boule remplie de protéines de Funky Veggie.

Viennent enfin les startups qui renouvellent et diversifient des produits historiques. Elles réinventent des produits traditionnels pour y ajouter une touche d'innovation artistique, comme Le Chocolat des Français ou Oh My Tea avec leur marketing percutant, visible et lisible. Citons également Tassiopé, qui axe son image sur l'anti gaspillage avec une tasse comestible. D'autres produits sont spécialement dédiés à un profil de consommateur ou à une certaine tranche d'âge, et en particulier aux seniors : Saveurs et Vie propose par exemple des repas personnalisés livrés à domicile pour les personnes dépendantes ou convalescentes.

Alors que la France affiche un léger retard quant à l'émergence de ses startups food, ces dernières disposent de belles opportunités à l'international et dessinent le monde de demain qui s'apprête à nourrir, de manière équitable et écologique, 9 milliards de personnes estimées pour 2050.

LES PRODUITS ALIMENTAIRES DE LA FOODTECH FRANÇAISE ONT LEURS CHANCES DE SUCCÈS À L'EXPORT.



MARGAUX CASTELNAU

Conseillère export Service Produits Alimentaires
chez Business France

 @BF_Food



À PROPOS

Business France, membre fondateur de la French Tech, s'engage pleinement dans le développement international des startups. L'Agence promeut l'écosystème et accompagne les startups dans leur développement à l'international, notamment à travers le programme d'accélération FoodTech Lab aux Etats-Unis et leur participation aux Pavillons France de salons internationaux.



ALIMENTATION ET RESTAURATION



ALTERNATIVES ALIMENTAIRES DURABLES

★	Agricoool	La Courneuve	Île-de-France
	Alg & You	Toulouse	Occitanie
	Alim'Ento	Faulquemont	Grand Est
	AquaBioMass	Forcalqueiret	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Jimini's	Paris	Île-de-France
EM	Prêt à Pousser	Montmagny	Île-de-France
	Véritable	Rillieux-la-Pape	Auvergne-Rhône-Alpes



ANTI-GASPI

	Comerso	Agen	Nouvelle-Aquitaine
	Meal Canteen	Saint-Étienne	Auvergne-Rhône-Alpes
	Mummyz	Kembs	Grand Est
EM	OptiMiam	Paris	Île-de-France
EM	PHENIX	Paris	Île-de-France
	Too Good To Go	Paris	Île-de-France



BOX

EM	Caissin	Paris	Île-de-France
	Chais d'œuvre	Paris	Île-de-France
	La Thé Box	Paris	Île-de-France
	Le Petit Ballon	Paris	Île-de-France
	Tentation Fromages	Nantes	Pays-de-la-Loire
	Trois Fois Vin	Paris	Île-de-France
	Une Petite Mousse	Saint-Paul-de-Varces	Auvergne-Rhône-Alpes

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics





CIRCUITS COURTS

★	Centimeo	Montigny-le-Bretonneux	Île-de-France
	Comptoir de Campagne	Jonage	Auvergne-Rhône-Alpes
★	La Ruche qui dit Oui !	Paris	Île-de-France
	Le Bon Produit Au Bon Endroit	Bastia	Corse



COMMUNAUTÉ

	Menu by Menu	Saint-Pierre-de-Lamps	Centre-Val de Loire
	WineAdvisor	Perpignan	Occitanie
EM	Youmiam	Paris	Île-de-France



COURS ET ATELIERS

	Cook&Go	Chennevières-sur-Marne	Île-de-France
	Degust&Co	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Kialatok	Paris	Île-de-France



CUISINE MAISON ET LIVRAISON À DOMICILE

★	Baluchon	Romainville	Île-de-France
EM	Digifood	Paris	Île-de-France
★	FoodChéri	Montreuil	Île-de-France
★	Frichti	Paris	Île-de-France
	Les Toques Blanches Du Monde	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Lunchr	Montpellier	Occitanie
	Nestor	Levallois-Perret	Île-de-France
	Pickles	Paris	Île-de-France
EM	Popchef	Paris	Île-de-France



ALIMENTATION ET RESTAURATION



GESTION

Innovorder	Paris	Île-de-France
★ L'Addition	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
Teemo	Paris	Île-de-France
Tiller Systems	Cergy	Île-de-France
★ Zenchef	Paris	Île-de-France



MARKETPLACE

BiBoViNo	Paris	Île-de-France
Cavissima	Saint-Didier-au-Mont-d'Or	Auvergne-Rhône-Alpes
EM GOOT	Paris	Île-de-France
Kawa Coffee	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM Kol	Saint-Ouen	Île-de-France
Le chocolat des Français	Paris	Île-de-France
Via Terroirs	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes



NOUVEAUX CONCEPTS

iceRoll	Paris	Île-de-France
King Marcel	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
La Meringaie	Paris	Île-de-France
VEGESENS	Saint-Viance	Nouvelle-Aquitaine
Vitaline	Paris	Île-de-France



PANIER ET PRODUITS

FEED.	Paris	Île-de-France
Gagao	Strasbourg	Grand Est
Ici&Là	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
★ Illico Fresco	Levallois-Perret	Île-de-France
Marlette	L'Houmeau	Nouvelle-Aquitaine
Matahi	Montpellier	Occitanie
Quitouque	Paris	Île-de-France
Wine Paths	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
Yooji	Estillac	Nouvelle-Aquitaine



RÉSEAUX DE PROXIMITÉ

C'est Frais	Colombes	Île-de-France
EM Comptoir Urbain	Paris	Île-de-France
epicery	Paris	Île-de-France
Find & Order	Courbevoie	Île-de-France



RÉSERVATION

HungryUp	La Tour-de-Salvagny	Auvergne-Rhône-Alpes
Touch and Play	Issy-les-Moulineaux	Île-de-France
★ EM WYND	Paris	Île-de-France



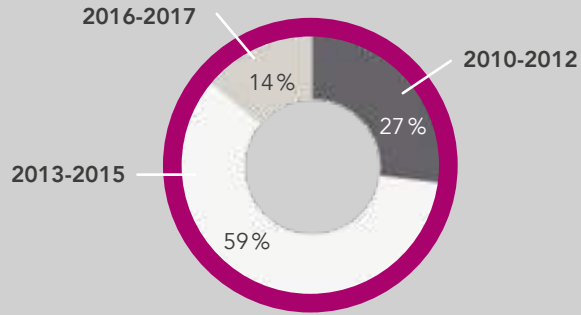
TECHNOLOGIES

EM 10-Vins	Nantes	Pays-de-la-Loire
EM BlendBow	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Cryolog	Nantes	Pays-de-la-Loire
i-lunch	Asnières-sur-Seine	Île-de-France
EM Novolyze	Daix	Bourgogne-Franche-Comté
WID	Bernay	Normandie

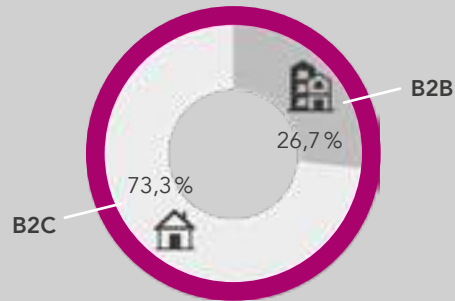


ALIMENTATION ET RESTAURATION

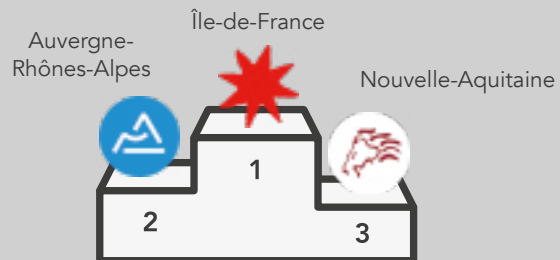
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



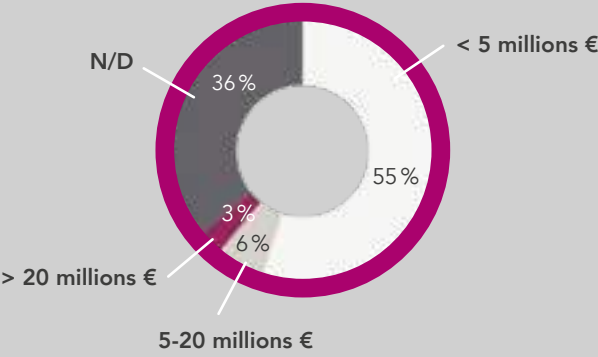
RÉPARTITION B2B, B2C



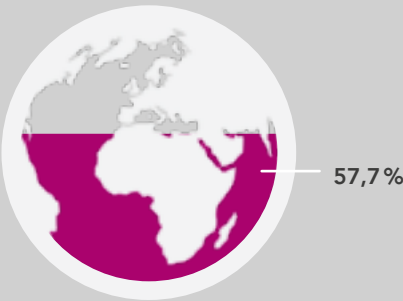
TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS





EMPLOI ET FORMATION

FORMATION AU NUMÉRIQUE, UN MODÈLE D'INSERTION PROFESSIONNELLE

Transition numérique oblige, il devient urgent de repenser des systèmes de formation parfois inégalitaires et à la peine pour répondre aux besoins en compétences. Parmi les initiatives, de jeunes écoles solidaires qui font salle pleine.

La situation est paradoxale. Alors que l'économie entame sa transformation digitale, générant quantité de besoins, c'est le parcours du combattant pour dénicher des compétences numériques. 50 000 emplois seraient actuellement non pourvus dans ce domaine. Et la demande ne fera que croître avec la numérisation accélérée des métiers. Selon la DARES¹, plus de 190 000 postes seront à pourvoir en 2022 en France. Parmi les profils en tension : les développeurs, tous ceux liés aux SMACS (Social, Mobilité, Analyse de données, Cloud et Sécurité), les e-commerciaux, les spécialistes de l'intelligence artificielle ou de l'Internet des objets.

Pour faire face à un risque de pénurie, la riposte s'organise. Là où la formation initiale peine encore à suivre, de nouvelles filières émergent, souvent gratuites ou assorties d'aides au financement. Leurs cibles prioritaires ? Les candidats aux parcours en pointillé comme les chômeurs de longue durée, les seniors, les décrocheurs (la France en compte 2 000 000 en stock et 100 000 par an en flux), les jeunes des quartiers ou les personnes en situation de handicap. Elles adressent également les femmes, encore trop souvent tenues à l'écart des métiers high tech. Peu importe le background, si l'on est motivé-e. Et ça marche. Le réseau « La Grande École du Numérique », lancé par le gouvernement en 2015, regroupe aujourd'hui plus de 400 formations, dispensées dans 130 fabriques réparties sur tout le territoire.

1. Direction de l'Animation, de la Recherche, des Études et des Statistiques

Objectif : former 10 000 personnes en trois ans. Autre réussite notable, celle de l'école 42 de Xavier Niel, désormais rejointe par Le 101, sa petite sœur à Lyon. Succès encore pour la Mairie de Paris qui vient de lancer la seconde édition de Paris Code, sa propre école du numérique, destinée aux mêmes publics.

La force de ces écoles d'un nouveau genre est de mettre le pied à l'étrier à des personnes éloignées de l'emploi. Le taux d'insertion professionnelle varie selon les structures, mais en moyenne, 70 à 80% des apprenants trouvent un travail dans les 6 mois qui suivent la fin du cursus. Et les femmes y trouvent leur place : jusqu'à 35% des effectifs par exemple chez Simplon. Ces résultats tiennent pour partie au recours à une pédagogie active, orientée projet, et à une grande proximité cultivée avec un monde de l'entreprise de plus en plus intéressé par ce vivier de nouveaux talents. Des entreprises qui n'hésitent pas à nouer des partenariats afin de former sur-mesure les perles rares qui leur manquent. Comme vient de le faire Cap Gemini avec OpenClassrooms, une startup spécialisée dans les formations en ligne.

Mais si performantes soient-elles, ces écoles ne sont encore qu'une goutte d'eau par rapport aux enjeux. L'avenir passe par un changement en profondeur de nos formations initiales et continues. Qu'elles soient plus inclusives, plus individualisées, plus adaptées au potentiel de chacun (grâce à des outils comme l'*adaptive learning* par exemple). À cet égard, il faut saluer l'initiative d'EdTech France, une association d'acteurs de tous horizons, mobilisés pour faire avancer l'éducation et la formation vers l'excellence grâce aux technologies. C'est collectivement mieux armés que nous pourrons répondre au vaste besoin de renouvellement des compétences, indispensable rempart contre le chômage.

L'AVENIR PASSE PAR UN CHANGEMENT EN PROFONDEUR DE NOS FORMATIONS INITIALES ET CONTINUES.



FRÉDÉRIC BARDEAU

Fondateur et président de Simplon.co

 @fbardeau

SIMPLON
.CO

À PROPOS

Simplon forme gratuitement des demandeurs d'emploi aux métiers numériques : depuis 2013, 2 000 personnes dont 35% de femmes ont été formées avec un taux d'emploi de 80% et plus de 1 000 personnes par an dans 40 écoles en France et à l'étranger.



EMPLOI ET FORMATION

LE SAVOIR-FAIRE MANUEL PEUT-IL SE DIGITALISER ?

Face à des consommateurs de plus en plus exigeants, les nouvelles technologies (paiement en ligne, signature électronique, géolocalisation...) permettent aux acteurs du web de rendre le parcours de consommation efficace, fluide et agréable. L'apparition des services web dans la majorité des domaines (livraison de repas, réservation de billets ou de chambres d'hôtel...) prouve que les Français font aujourd'hui confiance à Internet et que la digitalisation de la société est en marche.

Il y a toutefois des métiers qui « résistent » à cette tendance. Ce sont principalement les métiers manuels, comme ceux du bâtiment. Basés sur des connaissances techniques obligatoires et des interventions physiques indispensables, ils tentent de reproduire leurs modèles économiques originels. Néanmoins, depuis quelques années, même dans ces domaines, le web bouscule les règles établies. Le train semble prendre de la vitesse et les artisans sont invités à l'attraper afin de ne pas être dépassés.

Dans le domaine du bâtiment, cette digitalisation a déjà amené beaucoup de changements. Un artisan du bâtiment arrive aujourd'hui à trouver sa clientèle plus facilement. La recommandation reste la principale source de clients, néanmoins beaucoup d'autres opportunités s'ouvrent à un plombier ou à un serrurier afin d'agrandir leur portefeuille client. Des plateformes web comme HelloArtisan ou J'aime Mon Artisan proposent ainsi des modèles avantageux pour les professionnels : ramener des flux de clients en contrepartie d'une commission sur intervention, un avantage pour les artisans, qui n'ont plus l'obligation d'investir avant de gagner. Ces plateformes d'intermédiation ont petit à petit acquis suffisamment de notoriété pour remplir l'agenda d'un professionnel, qui en couplant trois ou quatre d'entre elles peut arriver à réaliser un bon chiffre d'affaires.

Cette année, le doublement des plafonds autorisés pour une activité d'auto-entrepreneuriat incitera de plus en plus de personnes à se lancer à leur compte. Le marché du dépannage, constitué principalement de petites sociétés il y a quelques années encore, est désormais davantage constitué de dépanneurs indépendants connectés aux différentes plateformes.

Le rythme de travail a aussi radicalement changé : finis les 2-3 dépannages par jour ! La technologie est au service de l'efficacité et du gain de temps, à l'image des questionnaires en ligne permettant aux clients de diagnostiquer leur souci et d'envoyer les demandes précises aux artisans. Les dépanneurs d'aujourd'hui contactent les clients en quelques minutes sur leur portable, construisent grâce à la géolocalisation des plannings et des parcours optimisés, et arrivent à réaliser entre 6 et 8 dépannages par jour. Certains optimisent encore plus leur temps en utilisant, par exemple, des applications complémentaires leur permettant de trouver des places de parking libres (ZenPark, OnePark...) et évitent ainsi de perdre du temps pour se garer.

L'arrivée du *click&collect* est également une petite révolution pour les consommateurs mais surtout pour les pros. Ce système a permis de faciliter l'achat de marchandises en un temps record.

Pour résumer, les plateformes d'intermédiation facilitent l'apport de business, et les différentes technologies la logistique de mise en place. Le web change le métier, et même « les irréductibles Gaulois » semblent vouloir profiter de ces avantages : développer sans investissements importants son activité en brisant les stéréotypes. En 2018, les dépanneurs sont des entrepreneurs connectés. Loin de l'image d'une voie pour ceux et celles qui ne peuvent pas réussir leurs études, le bâtiment constitue désormais un marché porteur, riche en opportunités.

EN 2018, LES DÉPANNEURS SONT DES ENTREPRENEURS CONNECTÉS.



KATIA SOGREEVA

Co-fondatrice de MesDépanneurs.fr

 @MesDepanneurs



À PROPOS

MesDépanneurs.fr est une marketplace spécialisée dans le dépannage d'urgence à domicile. Son ambition ? Réguler le marché en facilitant la mise en relation entre d'un côté les personnes rencontrant des problèmes de plomberie, de serrurerie, d'électricité, de vitrerie et de l'autre des entreprises de dépannage qualifiées et disponibles.



EMPLOI ET FORMATION



COACHING ET ORIENTATION

Chance Get Yours	Beauvais	Hauts-de-France
Impala	Paris	Île-de-France
MySuccess	Paris	Île-de-France



CONSEIL

Learn Assembly	Paris	Île-de-France
Myexperteam	Castelnaud-le-Lez	Occitanie
Sampleo	Lille	Hauts-de-France
Self&Consult	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
Whyers	Paris	Île-de-France



COURS PARTICULIERS

Cours Center	Guipavas	Bretagne
LiveMentor	Paris	Île-de-France
Superprof	Paris	Île-de-France



CV

myCVfactory	Suresnes	Île-de-France
-------------	----------	---------------



ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

2Spark	Paris	Île-de-France
Acrétion	Montpellier	Occitanie
★ Alcuin	Beaucouze	Pays-de-la-Loire
EM Clustree	Paris	Île-de-France
EM eLamp	Lille	Hauts-de-France
Horizontal Software	Lille	Hauts-de-France

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics



OurCompany	Chaumont-en-Vexin	Hauts-de-France
Padoa	Paris	Île-de-France
Praditus	Paris	Île-de-France
Skillup.co	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
WeHobby	Saint-Ouen	Île-de-France



FORMATION AU NUMÉRIQUE



Coding Days	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
Simplon.co	Montreuil	Île-de-France
WebForce3	Paris	Île-de-France
Wild Code School	La Loupe	Centre-Val de Loire



FORMATION EN LIGNE ET MOOC



Coorpacademy	Paris	Île-de-France
Karate3G	Langres	Grand Est
Lelivrescolaire.fr	Montreuil	Île-de-France
teachonmars.fr	Valbonne	Provence-Alpes-Côte d'Azur
The MOOC Agency	Pélissanne	Provence-Alpes-Côte d'Azur



FORMATION THÉMATIQUE



4D Virtualiz	Clermont-Ferrand	Auvergne-Rhône-Alpes
Albert Learning	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Meludia	Paris	Île-de-France
Skillandyou	Montrouge	Île-de-France
The Photo Academy	Paris	Île-de-France
WhiteQuest	Erstein	Grand Est



EMPLOI ET FORMATION



JOBGING ET FREELANCES

	Andjaro	Paris	Île-de-France
	AppiJob	Marcq-en-Barœul	Hauts-de-France
EM	Comet	Saint-Mandé	Île-de-France
	Crème de la Crème	Paris	Île-de-France
	Gaarden	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★	Malt	Paris	Île-de-France
	Needelp	Paris	Île-de-France
	Side	Paris	Île-de-France
★	StarOfService	Courbevoie	Île-de-France



PERMIS DE CONDUIRE ET PILOTAGE

	auto-ecole.net	Paris	Île-de-France
	Lepermislibre	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
★	Techni Drone	Baix	Auvergne-Rhône-Alpes



RECHERCHE D'EMPLOI

	Bruce	Paris	Île-de-France
	CornerJob	Paris	Île-de-France
EM	Kudoz	Paris	Île-de-France
★	QAPA	Paris	Île-de-France
	SeeKube	Paris	Île-de-France
	talent.io	Paris	Île-de-France
	Uprigs	Nantes	Pays-de-la-Loire
	Welcome to the Jungle	Paris	Île-de-France



RECRUTEMENT

	Brigad	Saint-Mandé	Île-de-France
	Cooptalis	Sainghin-en-Mélantois	Hauts-de-France
★	easyRECrue	Paris	Île-de-France

	Gojob	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM	Goshaba	Paris	Île-de-France
EM	Keycoopt	Marcq-en-Barœul	Hauts-de-France
★	MyJob.Company	Paris	Île-de-France
EM	Visiotalent	Lille	Hauts-de-France
EM	VitOnJob	Tremblay-en-France	Île-de-France



RÉPARATIONS

	MobileAngelo	Lille	Hauts-de-France
	MonMecanicien	Valence-en-Brie	Île-de-France
	SOSav	Lognes	Île-de-France



SCOLARITÉ

	Kartable	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
	Lalilo	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
	Speecheo	Paris	Île-de-France
	Study Quizz	Paris	Île-de-France



SERVICES À LA PERSONNE ET CONCIERGERIE

EM	Jobbers	Paris	Île-de-France
	SeFaireAider.com	Sanary-sur-Mer	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Welkeys	Paris	Île-de-France
	Yoopies	Paris	Île-de-France



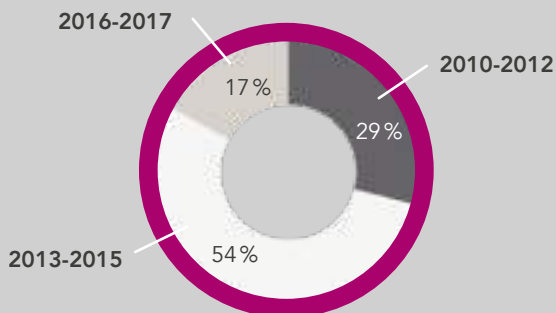
VIE ÉTUDIANTE

	Agorize	Paris	Île-de-France
	AJStage	Versailles	Île-de-France
	Guidz	Montreuil	Île-de-France
	HigherEdMe	Longvic	Bourgogne-Franche-Comté

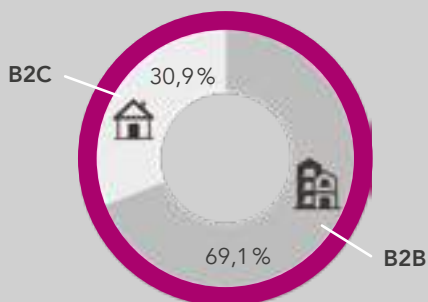


EMPLOI ET FORMATION

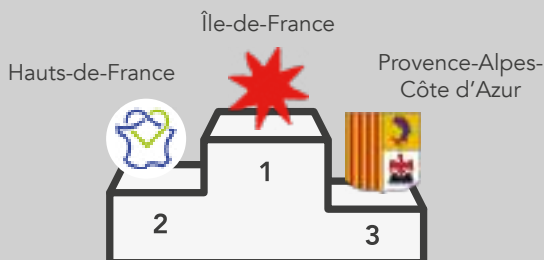
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



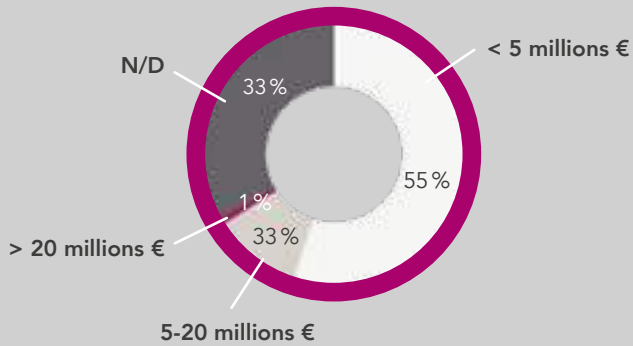
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

2





ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, CONCRÈTE ET UTILE DANS L'INDUSTRIE

Dans un contexte international hyperconcurrentiel, la France a tous les atouts pour être une « AI Nation » : de bonnes écoles, des talents convoités (mathématiciens, chercheurs, ingénieurs) et un tissu entrepreneurial riche en startups à la pointe dans le domaine. « France is AI » a ainsi recensé 270 créations depuis l'an 2000. Parmi celles-ci, nul doute qu'y figurent nos futurs champions, capables de briller sur la scène mondiale.

C'est le souhait et l'objectif de Microsoft et de l'INRIA qui ont lancé conjointement une initiative inédite, l'AI Factory, un programme d'accompagnement 100 % dédié à l'intelligence artificielle. Depuis septembre 2017, une dizaine de startups, de maturités différentes, bénéficient, au sein de Station F, d'un soutien renforcé : mentoring, accès aux chercheurs des deux partenaires, accès à la plate-forme technique Microsoft Azure, visibilité marketing, etc. Ce programme ciblé s'inscrit dans l'engagement de longue date de Microsoft auprès de l'écosystème startup, partout dans le monde. Il répond aussi à sa volonté de miser sur la France dans le domaine de l'intelligence artificielle. À cet effet, Microsoft a également ouvert une école IA de la seconde chance avec Simplon. Cette structure, qui vise avant tout des personnes éloignées de l'emploi ou des décrocheurs scolaires, va démontrer que l'intelligence artificielle, loin d'être réservée à une élite, peut au contraire être inclusive. Cette école est du reste d'autant plus nécessaire qu'au-delà des *data scientists*, la filière aura grand besoin de développeurs/intégrateurs formés aux technologies d'algorithmie. Pourquoi cette stimulation large en direction de nos talents, actuels et en devenir ? Parce que l'IA va jouer un rôle-clé dans la transformation numérique des entreprises, tous secteurs confondus.

L'industrie n'est pas la dernière à s'en emparer. Productrice de masses gigantesques de données, elle est en effet riche en cas d'usage. À commencer par la maintenance prédictive, voire prescriptive, grâce à l'IoT et au *machine learning* : un système d'IA va ainsi être capable de reconnaître et signaler une défaillance avant qu'elle ne se produise, et de réaliser ou faire réaliser une action pour résoudre le problème. Cette science de la prédiction du comportement des objets est au cœur des solutions de TellMeplus* ou de DCBrain*, cette dernière proposant un outil appliqué aux réseaux physiques : gaz, vapeur, électricité... Autre cas d'usage très concret : l'utilisation de services cognitifs, telle la reconnaissance visuelle, pour détecter des pièces abîmées sur une chaîne de production, ou pour automatiser le contrôle qualité d'infrastructures. Un savoir-faire en *deep learning* développé par Scortex* mais aussi Deepomatic*, une startup issue de l'INRIA. Pilotage optimum des opérations donc, mais aussi amélioration des conditions de travail, en libérant les opérateurs de tâches ingrates et répétitives.

Au travers de ces exemples, on mesure à quel point l'IA va transformer le modèle des entreprises, impacter l'organisation du travail et booster la productivité. Et demain, les innovations de rupture seront encore plus spectaculaires avec les avancées de la recherche sur la technologie quantique. Bien sûr, ces progrès vertigineux suscitent des interrogations sur le devenir de l'homme face à la machine. Les équipes de Microsoft sont convaincues qu'au lieu de le remplacer, l'IA va au contraire amplifier son ingéniosité. À la machine, la capacité indépassable de traiter des masses de données. À l'esprit humain, l'intuition, le pouvoir de créer, l'aptitude à contextualiser, ou encore l'empathie. Alors si l'IA est de confiance, autrement dit non biaisée, transparente, éthique et encadrée, la combinaison entre machine et humain générera des scénarii vraiment intéressants.

LOIN DE REMPLACER L'HUMAIN, L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE VA AMPLIFIER SON INGÉNIOSITÉ.



ENERIC LOPEZ

Innovation, Startup, Audience, Program Director
chez Microsoft France

 @NricL



À PROPOS

Leader des plateformes et des services de productivité, Microsoft donne à chaque individu et chaque organisation les moyens de réaliser ses ambitions, dans un monde fondé sur le Cloud et la mobilité.

* Hébergée au sein de Station F



ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE

INDUSTRIE SPATIALE : LES NOUVEAUX ENTRANTS BOUSCULENT L'ORDRE ÉTABLI

Jusque-là monopole de quelques États, le domaine spatial se démocratise. Il devient le terrain de jeu d'acteurs du privé, prêts à révolutionner le secteur de l'observation de la Terre et celui des télécommunications.

Avec la miniaturisation des équipements, l'industrie spatiale vit un changement complet de paradigme. Le bouleversement que connaît le monde des satellites donne une bonne idée de la révolution en cours. Un satellite géostationnaire, c'est un engin d'environ 6 tonnes, qui demande 10 ans de développement et reste en orbite pendant 20 ans, avec ses technologies d'origine. Les appareils de nouvelle génération (micro ou nano) sont truffés d'électronique et de matériaux composites, ne pèsent plus que quelques dizaines ou centaines de kilos, ne nécessitent, pour certains, qu'une poignée de mois pour les construire et ont une durée de vie moyenne de 5 ans. Avec ces modèles réduits, l'industrie passe du sur-mesure coûteux à la production en grande série propice aux économies d'échelles.

Résultat : les projets de constellations – un groupe de petits satellites synchronisés, déployés en orbite basse – proposés par des acteurs privés, se multiplient. Celui porté par la startup OneWeb (en *joint venture* avec Airbus Defence and Space) étant parmi les plus matures. L'un des atouts-clés de ces constellations tient à une répartition du risque de panne sur un grand nombre d'engins, rendant plus acceptable l'aléa de développement. Capables de produire des images en temps quasi réel, ces satellites de petite taille ambitionnent de faciliter l'accès à des services très consommateurs d'imagerie, de géo-information et de data : optimisation de l'usage de l'eau et des fertilisants dans l'agriculture, amélioration des prévisions météo, évaluation des dynamiques spatiales urbaines pour des investisseurs, etc. Ils sont aussi une piste sérieuse pour connecter le monde à Internet.

S'ils sont bien avancés, ces projets doivent encore passer des caps. À commencer par celui de la miniaturisation des systèmes de propulsion de ces micro-satellites. C'est un défi technologique majeur qui reste à relever si l'on veut améliorer leur manœuvrabilité orbitale et la durée de vie de leurs missions d'observation. Là aussi, la R&D avance à grands pas. L'objectif : s'affranchir des moteurs à carburant chimique pour passer à l'électrique à moindre coût.

Lancée dans cette course mondiale à l'innovation, la France se montre compétitive. Au côté de poids lourds du secteur (CNES, ESA...), les startups – soutenues par des pôles de recherche ou des incubateurs (SPACEOBS, ESA BIC...) – rivalisent de projets prometteurs. Par exemple, la toulousaine EarthCube, qui développe des solutions intelligentes de surveillance d'infrastructures par satellites. Le pays sait aussi compter sur la diversité de ses talents, n'hésitant pas à inviter des chercheurs étrangers pour favoriser l'émulation au sein des équipes (9 nationalités différentes pour 13 salariés chez Thrustme). Il faut aussi saluer le soutien des pouvoirs publics qui multiplient les financements de l'innovation : aide à la création (Bpifrance), bourses ou crédit d'impôt (CIR).

Ce dynamisme de la filière est enthousiasmant. Dans le marché mondial du « New Space », ultra-concurrentiel, en pleine mutation, qui conjugue enjeux de souveraineté, de développement commercial et de services aux citoyens, la France a une belle carte à jouer.

**L'INDUSTRIE PASSE DU SUR-MESURE
COÛTEUX À LA PRODUCTION
EN GRANDE SÉRIE PROPICE
AUX ÉCONOMIES D'ÉCHELLE.**



ANE AANESLAND
Fondatrice de ThrustMe

 @ThrustMe_



À PROPOS

Spin-off de l'École Polytechnique, fondée en 2017, ThrustMe développe des propulseurs électriques nouvelle génération. Ses produits permettent de rendre l'espace économiquement et environnementalement durable en augmentant la performance et durée de vie des satellites et en atténuant le problème des débris spatiaux.



ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE

AGTECH : LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DÉDIÉES AUX ACTIVITÉS AGRICOLES

Premier pays agricole européen, la France est une référence mondiale dans de nombreux domaines du secteur comportant : son organisation territoriale, ses terroirs, son savoir-faire historique, la diversité de ses cultures, mais aussi et surtout son innovation permanente et l'importance de sa recherche agronomique.

Sur le terrain, de nouveaux outils permettent une activité optimale. Les capteurs et objets connectés, disposés aux quatre coins d'une exploitation ou embarqués, permettent ainsi de contrôler, informer et alerter l'agriculteur en temps réel sur des sujets donnés : la météo (Weenat, Sencrop, Weather Measure), le dysfonctionnement d'une clôture (Pampaas), le vêlage d'un animal (Medria), ou le développement des plantes ou de maladies (Carbon Bee, Agricomcommunity), par exemple. L'agriculteur est également assisté dans ses tâches contraignantes et complexes par la robotisation (Vitibot, Octopus Robots).

Par ailleurs, l'agriculture française est synonyme de qualité. Les céréaliers, horticulteurs, éleveurs et viticulteurs sont en effet avant tout passionnés et soucieux d'offrir des produits gustatifs et sains. Les nouvelles technologies de l'Agtech les accompagnent dans cette démarche, en proposant des solutions permettant de nourrir sols et animaux à partir de matières nouvelles et naturelles (Axioma, Entomo Farm, Obione), de réduire l'empreinte environnementale, ou d'améliorer le bien-être animal. Le numérique accompagne enfin l'agriculteur dans l'utilisation des équipements et intrants, l'amélioration de la gestion de son exploitation (Farm Leap) ou la création de revenus complémentaires (WeFarmUp).

Avec cinq fois plus de place au Salon de l'Agriculture en 2018 et 10 fois plus d'employés dans les startups de La Ferme Digitale, l'Agtech française se porte bien. Au niveau mondial, le secteur n'est pas en reste : les levées de fonds dans la Foodtech et l'Agtech se sont élevées à 3,6 Md€ au 1^{er} semestre 2017¹, en progression de 6 % par rapport à la même période sur l'année 2016. Les coopératives agricoles et grands groupes s'emparent depuis quelques années du sujet avec des programmes d'open innovation ou d'incubation. Les événements dédiés se multiplient, intégrant également l'invitation de startups étrangères, afin de créer des synergies et envisager des pistes de collaboration. Enfin, des structures d'accompagnement et d'incubation spécifiques se mettent en place, comme Agri Farm Lab en Vendée, ou Hub Agtech créé par Euratechnologies à Lille.

Parmi la centaine de startups du secteur, plusieurs sont déjà bien implantées sur le territoire national et débutent leur développement international. Les opérateurs étrangers sont d'ailleurs très curieux et intéressés par les projets en cours côté français. Depuis quatre ans déjà Business France accélère avec succès plusieurs sociétés sur le marché nord-américain, via le programme AgriNEST. Les États-Unis et d'autres grands marchés agricoles (Allemagne, Italie, Russie, Ukraine...) offrent des débouchés très intéressants, voire immédiats, aussi bien auprès des agro-holdings et coopératives que des fabricants locaux d'équipements. De même, les solutions françaises peuvent d'ores et déjà trouver des opportunités sur des marchés en développement, soucieux d'accroître rapidement leur indépendance alimentaire (Maghreb, PMO, Afrique de l'Ouest), et souvent aidés par les bailleurs de fonds internationaux pour le développement de leur agriculture. La FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture) estime d'ailleurs nécessaire d'augmenter la productivité agricole de 70 % pour répondre à la demande mondiale. Un défi majeur, que l'Agtech française a à cœur d'aider à relever !

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'AGRICULTEURS STARTUPERS DÉVELOPPE DES SOLUTIONS BASÉES SUR LE NUMÉRIQUE.



BRICE ROBIN

Chef de Service Équipements pour l'Agriculture et l'Agroalimentaire chez Business France

 @BRobin_Tweet



À PROPOS

Business France, membre fondateur de la French Tech, s'engage pleinement dans le développement international des startups. L'Agence promeut l'écosystème et accompagne les startups dans leur développement à l'international, notamment via le programmes d'accélération AgriNEST aux États-Unis, le salon du machinisme agricole EIMA en Italie ou Vinismart, semaine dédiée à l'innovation en vitiviniculture dans la péninsule ibérique.

1. <https://agfunder.com/research/agrifood-tech-investing-report-midyear-2017>



ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE

CO-CONSTRUIRE LES SOLUTIONS INDUSTRIELLES DE DEMAIN VIA L'OPEN INNOVATION

Pour relever les défis du transport de demain, SNCF Réseau a engagé un plan de modernisation de ses infrastructures vieillissantes et saturées. Enjeu : construire et gérer un réseau ferré innovant, à haute performance, tourné vers les nouvelles technologies, notamment digitales (IA, Internet des objets, robotique...). Un véritable saut de performance. Dans un contexte de demande croissante en volume de voyageurs et en nature de mobilité, les exigences industrielles sont fortes, entre sécurité et sûreté, capacité de robustesse et de résilience face aux aléas, et performance économique.

Dans le cadre de cette transformation industrielle, SNCF Réseau fait appel, chaque année depuis 2015, à un écosystème de startups (le programme AIR – Accélération Innovation Rupture) pour lui permettre d'innover mieux et plus vite. Chaque promotion est invitée à collaborer avec l'entreprise sur des projets métiers concrets pour valider le bien-fondé de leurs technologies. La saison 4 du programme AIR a été fléchée en particulier vers la surveillance et la maintenance prédictive du réseau, la gestion des circulations de nouvelle génération, le respect de l'environnement et le recours aux usages du BIM (Building Information Modeling), une méthode qui fait gagner en productivité grâce à un meilleur partage de l'information.

Les équipes mixtes – startups/chefs de projet internes – mènent des expérimentations grandeur nature pour évaluer le potentiel d'amélioration en performance industrielle : efficacité, régularité, meilleur service aux voyageurs, etc. Par exemple, pour surveiller l'état de l'infrastructure ferroviaire, SNCF Réseau peaufine avec Terra 3D, spécialiste de la reconnaissance automatique d'objets, un projet d'intégration des « nuages de points » (données acquises par scanner laser) dans ses systèmes d'information.

Avec Datapred, experte en IA, les équipes travaillent sur une technologie qui permet de surveiller et d'analyser en temps réel les appareils de voies et détecter des pannes avant même qu'elles ne se produisent. En cours également, un test avec Vitirover, un robot prometteur de désherbage mécanique des abords de voies.

Cette approche open innovation vise à aboutir à de véritables collaborations industrielles. Pour SNCF Réseau, c'est un double défi managérial : elle doit intégrer avec fluidité ces technologies digitales dans ses pratiques et process internes et savoir garder toute l'agilité nécessaire pour prendre en compte les innovations qui émergent dans ses grands programmes pluriannuels. C'est une affaire d'énergie et d'apprentissage collectif.

À la veille du coup d'envoi de la saison 5, le bilan est très positif quant à la richesse de ces collaborations et à la variété des solutions technologiques accessibles. Le programme AIR permet à SNCF Réseau de tester et de confronter rapidement diverses solutions à son environnement industriel. Cette mise à l'épreuve au plus tôt est dans l'intérêt des deux parties. Il s'agit de ne pas gaspiller d'énergie inutile s'il n'y a pas de débouchés possibles et, de l'autre côté, de gagner du temps pour lancer un projet viable, si les deux partenaires ont la conviction qu'il va dégager une réelle valeur ajoutée. La saison 5 va être l'occasion pour les équipes innovation de SNCF Réseau de s'investir davantage dans l'accompagnement de ces jeunes pousses, pour accélérer toujours plus l'intégration industrielle de solutions prometteuses.

L'OPEN INNOVATION EST AFFAIRE D'ÉNERGIE ET D'APPRENTISSAGE COLLECTIF.



JEAN-JACQUES THOMAS

Directeur Innovation chez SNCF Réseau

 @J_J_THO



À PROPOS

SNCF Réseau entretient, modernise et commercialise l'accès au réseau ferré pour l'ensemble des entreprises de transport de voyageurs et de marchandises.

Par ses missions, c'est aussi un acteur majeur de la mobilité durable, qui contribue à la qualité, à la régularité et au confort du service ferroviaire français.



ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE



AÉROSPATIAL

★	European Xlab	Toulouse	Occitanie
	ThrustMe	Paris	Île-de-France



AGRITECH

	AIRINOV	Paris	Île-de-France
EM	Entomo Farm	Libourne	Nouvelle-Aquitaine
	Karnott	Lille	Hauts-de-France
	Naïo Technologies	Escalquens	Occitanie
	Novag	Celles-sur-Belle	Nouvelle-Aquitaine
EM	Octopus Robots	Cholet	Pays-de-la-Loire
	Osmia	Estillac	Nouvelle-Aquitaine
	ÿnsect	Évry	Île-de-France



CHIMIE

★	M2i Life Sciences	Lacq	Nouvelle-Aquitaine
---	--------------------------	------	--------------------



CLEANTECH

	AmoebaBiocide	Chassieu	Auvergne-Rhône-Alpes
	Axegaz	Levallois-Perret	Île-de-France
	DualSun	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★	E4V	Le Mans	Pays-de-la-Loire
	ennesys	Nanterre	Île-de-France
	HydroQuest	Meylan	Auvergne-Rhône-Alpes
EM	Ideol	La Ciotat	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Jeumont Electric	Étupes	Bourgogne-Franche-Comté
	MyLight Systems	Saint-Priest	Auvergne-Rhône-Alpes

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics

newHeat	Bègles	Nouvelle-Aquitaine
STIRAL	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
Sunna Design	Blanquefort	Nouvelle-Aquitaine
★ Total Eren	Paris	Île-de-France



DÉCHETS

Bigarren Bizi	Bidart	Nouvelle-Aquitaine
Green Creative	Sucy-en-Brie	Île-de-France
Lemon Tri	Pantin	Île-de-France



DRONES

★ Delair	Labège	Occitanie
Delta Drone	Dardilly	Auvergne-Rhône-Alpes
DRONE VOLT	Villepinte	Île-de-France
XAMEN Technologies	Pau	Nouvelle-Aquitaine



ECO-PRODUITS

Ecoat	Grasse	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Lactips	Saint-Jean-Bonnefonds	Auvergne-Rhône-Alpes



EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Comwatt	Montpellier	Occitanie
EM Deepki	Paris	Île-de-France
Enercoop	Malaunay	Normandie
Finoptim	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes



ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE



ÉLECTRONIQUE

Accelad	Toulouse	Occitanie
aPSI 3D	Tarbes	Occitanie
Diwel	Verneuil d'Avre et d'Iton	Normandie
Exagan	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
Mu-TEST	Saint-Just-Malmont	Auvergne-Rhône-Alpes



ENVIRONNEMENT

BIO ECO FORESTS	Laxou	Grand Est
Géocorail	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Qista	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur



IMPRESSION 3D

Aledia	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
 Dagoma	Roubaix	Hauts-de-France
 Prodways	Paris	Île-de-France
Sketchfab	Paris	Île-de-France



INTELLIGENCE CLIMATIQUE

Sencrop	Lille	Hauts-de-France
---------	-------	-----------------



MANUFACTURING

Ecolog Innovation	Hénin-Beaumont	Hauts-de-France
Novae	Saint-Martin-le-Vieux	Nouvelle-Aquitaine
SEAir	Lorient	Bretagne



NANOTECHNOLOGIES

Genes'Ink	Rousset	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Nanolike	Labège	Occitanie



OBJETS CONNECTÉS

★	Activity	Lannion	Bretagne
	Adveez	Toulouse	Occitanie
EM	Connit	Labège	Occitanie
★	Matooma	Pérols	Occitanie



OPTIQUE ET MESURES

	Arcure	Pantin	Île-de-France
	ART-Fi	Orsay	Île-de-France
	Azur Light Systems	Pessac	Nouvelle-Aquitaine
★	Chronocam	Paris	Île-de-France
	First Light Imaging	Meyreuil	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Multix	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
	Smart Me Up	Meylan	Auvergne-Rhône-Alpes
	T-Waves Technologies	Montpellier	Occitanie



PNEUMATIQUES

Bimp'air	Béziers	Occitanie
----------	---------	-----------



QUALITÉ DE L'AIR

APIX Analytics	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
EnobraQ	Ramonville-Saint-Agne	Occitanie
Ethera	Crolles	Auvergne-Rhône-Alpes



RÉALITÉ VIRTUELLE ET AUGMENTÉE

	Augment	Paris	Île-de-France
EM	Magic Xperience	Montauban	Occitanie
	Robocortex	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM	Ubleam	Labège	Occitanie



ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE



ROBOTIQUE



Boa Concept	Saint-Étienne	Auvergne-Rhône-Alpes
Euveka	Valence	Auvergne-Rhône-Alpes
Exotec Solutions	Lille	Hauts-de-France
Percipio Robotics	Besançon	Bourgogne-Franche-Comté
Wandercraft	Orsay	Île-de-France



SOLUTIONS LOGICIELLES



3D EAU	Strasbourg	Grand Est
Argosim	Saint-Martin-d'Hères	Auvergne-Rhône-Alpes
Cosmo Tech	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
DCBrain	Asnières-sur-Seine	Île-de-France
Kayrros	Paris	Île-de-France
Majikan	Tremblay-en-France	Île-de-France
Pollen Metrology	Moirans	Auvergne-Rhône-Alpes
Qualtera	Montpellier	Occitanie
SIRFULL	Strasbourg	Grand Est



STOCKAGE D'ÉNERGIE

I-TEN	Champagne-au-Mont-d'Or	Auvergne-Rhône-Alpes
NAWA Technologies	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Symbio Fcell	Fontaine	Auvergne-Rhône-Alpes



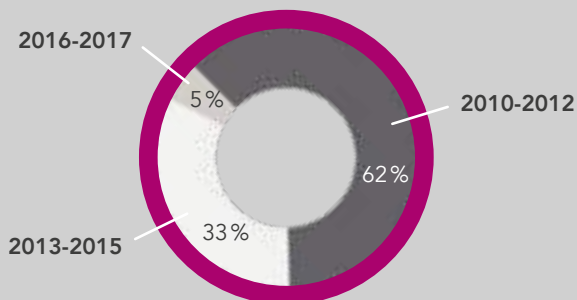
TÉLÉCOMMUNICATIONS

Be-Bound	Versailles	Île-de-France
CAILabs	Rennes	Bretagne
Datahertz	Marguerittes	Occitanie
KOSC	Paris	Île-de-France

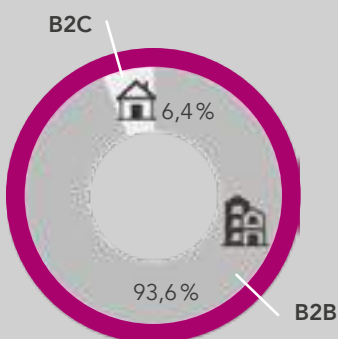


ÉNERGIES, INDUSTRIE ET ROBOTIQUE

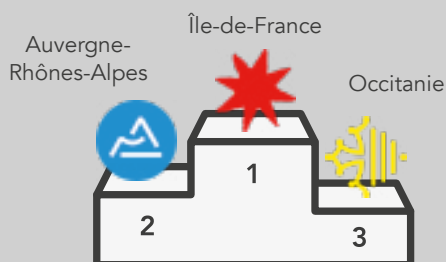
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



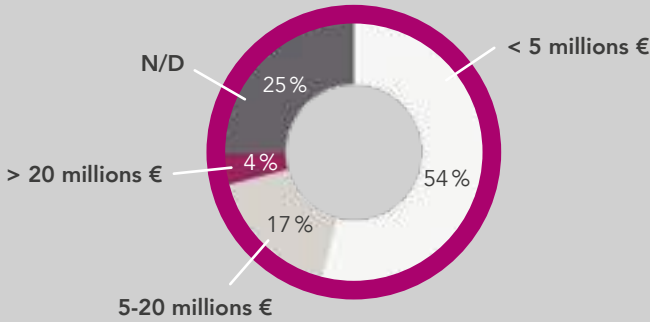
RÉPARTITION B2B, B2C



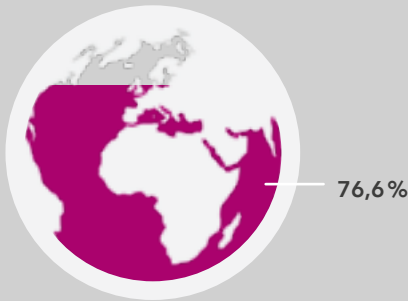
TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

46





FINANCE ET ASSURANCE

LES FINTECHS : DISRUPTRICES OU PARTENAIRES DES BANQUES TRADITIONNELLES ?

En manque de levées de fonds importantes et confrontée aux barrières réglementaires, la Fintech française affiche malgré tout de solides ambitions. L'arrivée de l'open banking pourrait bien redessiner les business models.

Avec 71 millions d'euros levés au premier semestre 2017, la Fintech a fait la preuve de son dynamisme toujours bien présent au sein de la French Tech. En témoignent les montants recueillis par Younited Credit (40 M€) et Shift Technology (24 M€), là où les levées tendent à marquer le pas à l'international. Pour autant, la filière, encore en manque de licornes, reste distancée par ses homologues américaine, britannique, allemande ou suédoise, mieux en capacité de mener des tours de table importants auprès des capitaux-risqueurs. L'année 2017 a surtout été marquée par des mouvements de consolidation du secteur. Ainsi, la Banque Postale s'est-elle offerte KissKissBankBank, BNP Paribas, Compte-Nickel, et Crédit mutuel Arkéa, Pumpkin. Signe que les banques commencent à voir les Fintechs non pas comme des menaces mais comme des sources d'opportunités, en les achetant ou en créant des partenariats, afin de profiter de leur capacité d'innovation et de leur approche centrée sur l'expérience client, là où les acteurs traditionnels pensent encore produit.

Les outils les plus développés par nos startups restent les comparateurs de services, les moyens de paiement alternatifs, le crowdfunding, le crowdlending. Parmi les projets qui montent, les services qui permettent une gestion intelligente de ses comptes et de son épargne (l'agrégateur bancaire Linxo, le chatbot Bruno), les activités liées à la blockchain (Stratumn), les services exploitant le big data et l'intelligence artificielle (la détection de fraude avec Shift Technology) ou encore les RegTech comme celles spécialisées dans le KYC (Know Your Customer).

2018 sera l'année du virage vers l'*open banking*. Avec la mise en application effective de la directive européenne DSP2 (directive révisée sur les services de paiement), les banques devront être techniquement prêtes, d'ici septembre 2019, à partager avec des acteurs-tiers de confiance (via des API) une partie de leurs données, dont l'accès aux comptes de paiement de leurs clients. C'est une révolution majeure qui se prépare, très attendue par ces grandes consommatrices de données bancaires que sont les fintechs, car elle permettra de développer à moindre coût d'autres types de transactions et d'améliorer encore la relation clients digitale. À condition de satisfaire à l'enjeu sensible de la sécurité des données. À cet effet, le gouvernement a décidé, en février 2018, une mesure obligeant les fintechs à faire la preuve, auprès de la Banque de France, de leur mise en conformité.

Cette ouverture illustre la relation nouvelle qui s'installe entre deux mondes qu'on avait coutume d'opposer, alors qu'il est plutôt question de synergies : au premier, la maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur, les bases de clients, la puissance financière et les garanties ; au second, des compétences pointues, la fraîcheur dans l'innovation, l'agilité et la capacité à séduire de nouvelles cibles (18-30 ans). En réalité, les acteurs de la rupture sont sans doute moins à chercher du côté des startups que chez les GAFAM, dont le tropisme pour les activités bancaires est de plus en plus marqué, et qui maîtrisent le nerf de la guerre : la data.

LES BANQUES COMMENCENT À VOIR LES FINTECHS NON PAS COMME DES MENACES MAIS COMME DES SOURCES D'OPPORTUNITÉS.



CYRIL ARMANGE

Directeur des Partenariats
et de la Communication de Finance Innovation

 @Carmange_fin_in



À PROPOS

Créé en 2008, Finance Innovation est un pôle de compétitivité mondial dédié à l'industrie financière française. Membre du réseau thématique FrenchTech #FinTech, il a labellisé depuis 2007 plus de 550 projets, dépassant les 250 millions d'euros.



FINANCE ET ASSURANCE

L'ASSURTECH MILITE POUR UNE ASSURANCE PLUS ACCESSIBLE

Transparence, simplicité, instantanéité, tarifs attractifs : en proposant de renouveler les pratiques, les assuretechs veulent instaurer de nouveaux codes dans la manière de faire de l'assurance. Au centre du schéma de pensée : l'expérience utilisateur.

Ultra-réglementé, protégé par de hautes barrières à l'entrée, concentré et dominé par des poids lourds, le paysage assurantiel a longtemps limité toutes initiatives de nouveaux entrants pour en casser les codes. Mais à l'instar des fintechs, qui ont révolutionné le métier de la banque, le secteur de l'assurance connaît lui aussi l'essor de startups innovantes. Ce tout jeune marché se porte même très bien, si l'on en juge par les dernières levées de fonds au niveau mondial. Près de deux milliards d'euros ont été investis dans l'Assurtech en 2017, selon une étude du cabinet Klein Blue Partners. Trois exemples de part et d'autre de l'Atlantique : l'américain Lemonade, expert en assurance habitation, a levé 120 millions de dollars ; le français Shift Technology, spécialisé dans la détection des fraudes à l'assurance, a recueilli 24 millions d'euros lors d'un second tour de table ; Fluo, autre startup hexagonale, a récolté 2 millions d'euros pour aider les assurés à mieux gérer leurs contrats. En France en particulier, le marché est tiré par le caractère quasi obligatoire de l'assurance et la mise en place de contrats de prévoyance collective. En témoigne l'injonction faite aux employeurs, depuis 2016, de mettre en place une mutuelle dès le premier salarié (loi ANI).

Comment expliquer le succès de ces assuretechs ? Une première réponse réside dans leur capacité à proposer un lien fort avec les assurés et une meilleure expérience utilisateur. Transparence et simplicité, instantanéité de procédures dématérialisées, service client réactif, fin des penums administratifs : telles sont les promesses de l'assurance nouvelle génération.

Ces nouveaux paradigmes arrivent précisément là où les acteurs traditionnels rencontrent des difficultés à dépasser le poids qu'ont pris les juristes et les actuaires dans leur mode de fonctionnement. De ce fait, ces derniers ont encore du mal à mettre l'utilisateur au centre du schéma de pensée.

Aujourd'hui, nous vivons des changements technologiques et sociétaux qui déplacent les lignes dans la gestion des risques et donc l'intervention des assureurs. Les usages changent. Nous ne consommons plus des produits mais des expériences. Dans notre branche de métier axée sur la santé par exemple, nous pensons que le métier d'assureur n'est pas simplement de couvrir des risques financiers, mais de rendre la santé simple et accessible, grâce aux technologies. Lesquelles permettent d'apporter un service extraordinaire aux utilisateurs, assurés et entreprises. Tout l'enjeu est d'instaurer une relation de confiance avec l'utilisateur et de repenser les codes du produit. C'est le prérequis incontournable pour que l'assureur ne soit pas réduit au rôle de gestionnaire de risques.

Dans ce marché complexe, les assurtechs à forte croissance ont bien l'intention de devenir des leaders de leurs marchés respectifs. C'est du reste l'ambition légitime des entreprises qui veulent révolutionner leurs industries. Cela prend du temps mais cela en vaut la peine !

LE MÉTIER D'ASSUREUR EST DE RENDRE LA SANTÉ SIMPLE ET ACCESSIBLE, GRÂCE AUX TECHNOLOGIES.



JEAN-CHARLES SAMUELIAN

CEO et co-fondateur d'Alan

 @jcsamuelian



À PROPOS

Destinée aux entreprises et travailleurs indépendants, Alan est la première assurance santé digitale en Europe et la première assurance indépendante à avoir obtenu l'agrément du régulateur français APCR, une première depuis 1986.



FINANCE ET ASSURANCE



AGRÉGATEUR

LaFinBox	Levallois-Perret	Île-de-France
Moneythor	Paris	Île-de-France



ANALYSE FINANCIÈRE ET EXTRAFINANCIÈRE

Earlymetrics	Paris	Île-de-France
Quantilia	Nice	Provence-Alpes-Côte d'Azur
TrackInsight	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Valutao	Feigères	Auvergne-Rhône-Alpes



ASSURANCE

+Simple.fr	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
AcommeAssuré	Le Relecq-Kerhuon	Bretagne
Alan	Paris	Île-de-France
Fluo	Paris	Île-de-France
Otherwise	Montreuil	Île-de-France
Valoo	Paris	Île-de-France



CROWDEQUITY

Anaxago	Paris	Île-de-France
Axionaria	Paris	Île-de-France
Letitseed	Paris	Île-de-France
LITA.co	Vincennes	Île-de-France
Particeep	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Tudigo	Paris	Île-de-France

Pépite Génération French Tech 2018

Startup notée par EarlyMetrics



CROWDFUNDING

	Blue Bees	Paris	Île-de-France
EM	Enerfip	Montpellier	Occitanie
EM	Goodeed	Saint-Mandé	Île-de-France
	MIPISE	Châtillon	Île-de-France
	Tipeee	Paris	Île-de-France
	Ulule	Paris	Île-de-France
	We Do Good	Rennes	Bretagne



CROWDLENDING

	Bolden	Paris	Île-de-France
★	Lendix	Paris	Île-de-France
	Lendosphere	Paris	Île-de-France
	WeShareBonds	Paris	Île-de-France



DIGITALISATION ET PLATEFORME

	CARE LABS	Pérols	Occitanie
	Mieuxplacer.com	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
★	Nanceo	Paris	Île-de-France
	PayFit	Paris	Île-de-France



FINANCE SOLIDAIRE

	Abibao	Quimper	Bretagne
	Tookets	Serres-Castet	Nouvelle-Aquitaine



GESTION DE BUDGET

	Bankin'	Paris	Île-de-France
	Budget Insight	Orsay	Île-de-France
★	Linxo	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	StayHome	Montpellier	Occitanie



FINANCE ET ASSURANCE



LEVÉES DE FONDS

AngelSquare	Paris	Île-de-France
★ Btwinz	Paris	Île-de-France
Palico	Paris	Île-de-France
SparkUp	Olivet	Centre-Val de Loire



NOUVELLES PLATEFORMES DE FINANCEMENT

BoursesdesCrédits	Paris	Île-de-France
Credit.fr	Levallois-Perret	Île-de-France
EM Finamatic	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
Opera Énergie	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Pretto	Saint-Ouen	Île-de-France
Yelloan	Paris	Île-de-France



OUTILS FINANCIERS

EM DreamQuark	Paris	Île-de-France
Méthanor	Paris	Île-de-France
SESAMm	Metz	Grand Est
Shift Technology	Paris	Île-de-France



PAIEMENT

BuyBox	Toulouse	Occitanie
★ Famoco	Paris	Île-de-France
HiPay	Paris	Île-de-France
Ledger	Paris	Île-de-France
Lydia	Paris	Île-de-France
Mooncard	Paris	Île-de-France
PayCar	Montreuil	Île-de-France
PayinTech	Puteaux	Île-de-France
PayPlug	Paris	Île-de-France
EM Pumpkin	Lille	Hauts-de-France

Resto Flash	Paris	Île-de-France
Spendsk	Paris	Île-de-France
★ VeraCarte	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
★ YouPass	Nice	Provence-Alpes-Côte d'Azur



PLATEFORMES DE DON

HeoH	Paris	Île-de-France
-------------	-------	---------------



ROBO-ADVISORS

Advize	Paris	Île-de-France
FundShop	Paris	Île-de-France
Marie Quantier	Paris	Île-de-France
Yomoni	Paris	Île-de-France



SERVICES INNOVANTS

Compte-Nickel	Charenton-le-Pont	Île-de-France
Ecotree	Le Relecq-Kerhuon	Bretagne
Finexkap	Paris	Île-de-France
Monaize	Paris	Île-de-France
Morning	Saint-Élix-le-Château	Occitanie
★ Qonto	Paris	Île-de-France



TRADING

Paymium	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
----------------	----------------------	---------------



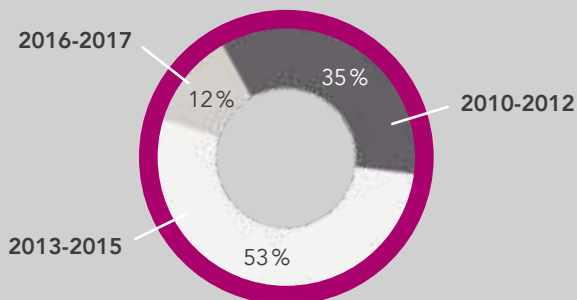
TRANSFERT D'ARGENT

Afrimarket	Paris	Île-de-France
NXVISION	Le Kremlin-Bicêtre	Île-de-France

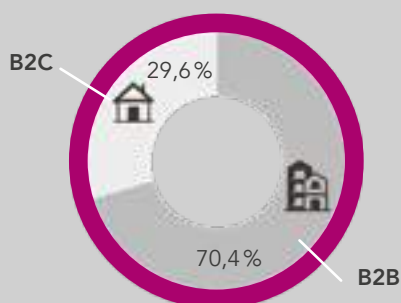


FINANCE ET ASSURANCE

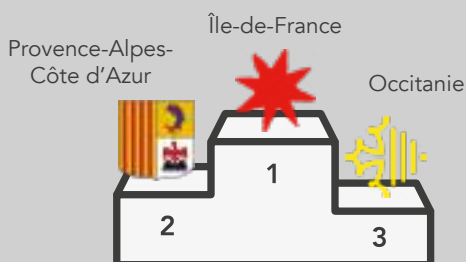
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



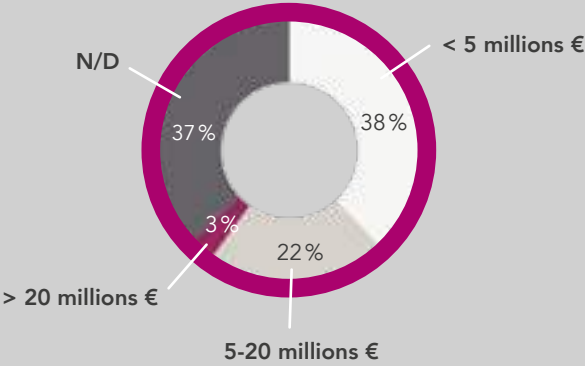
RÉPARTITION B2B, B2C



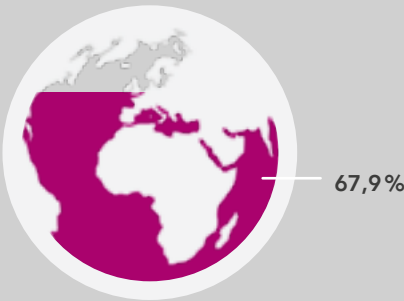
TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS





IMMOBILIER, HABITAT ET NOUVEAUX ESPACES

QUAND L'ÉCONOMIE DIGITALE CHAMBOULE L'IMMOBILIER D'ENTREPRISE

Entré tardivement dans la révolution digitale, l'immobilier d'entreprise met les bouchées doubles pour s'adapter aux nouvelles formes de travail. Entre bureaux inspirants et outils numériques innovants, le secteur fait sa mue.

Boosté par la reprise économique, le marché de l'immobilier de bureaux a enregistré en 2017 des résultats records : +8 % en Île-de-France, +7 % en région. Mais s'il est en bonne santé depuis deux ans, le secteur n'échappe pas à l'injonction de transformation digitale, entre innovation et nouveaux modes de consommation. L'essor du numérique, les nouvelles formes de travail et la question des mobilités sont en effet en train de changer la façon d'envisager l'immobilier d'entreprise. Tant du côté de la demande que de l'offre.

Longtemps perçus comme des centres de coûts et vécus comme des lieux figés, les espaces de bureaux cherchent à devenir des leviers d'attractivité pour séduire les millennials (50 % de la population active en 2020), cette génération demandeuse d'une meilleure qualité de vie au travail. La source d'inspiration ? Les locaux de startups et leur atmosphère de travail décalée et stimulante. Désormais, la mise à disposition de grands espaces ouverts, l'aménagement de salles de réunions intelligentes et adaptables, d'espaces de partage confortables, de lieux de convivialité, font partie intégrante des stratégies immobilières des entreprises. L'emplacement et l'accessibilité sont aussi devenus des critères déterminants dans leurs choix d'implantation. A fortiori depuis le 1^{er} janvier 2018, date à laquelle il est devenu obligatoire pour toute société de plus de 100 salariés présents sur un même site de mettre en œuvre un plan de mobilité, lequel vise notamment à optimiser les trajets domicile-bureau.

Pour répondre à ce besoin de flexibilité et de convivialité, les professionnels développent de nouvelles solutions, physiques et digitales. Au côté des baux traditionnels 3/6/9, les offres de tiers-lieux (« coffices », incubateurs, pépinières), serviciels, clés en main, fleurissent. Le coworking, déjà adopté par les freelances et autres télétravailleurs, séduit aujourd'hui de grandes entreprises qui n'hésitent pas à y installer une partie de leurs équipes, le temps d'un projet (proworking). Sur ce terrain, Nextdoor est incontournable. Autre sujet qui monte : la location de salles de réunion à la demande. Cocoon Space ou Bird Office, par exemple, révolutionnent le service. Entre autres prestations, elles proposent aux sociétés ayant des bureaux disponibles de monétiser leurs espaces vides.

L'innovation se fait aussi technologique. Citons : l'utilisation de la vidéo et de la 3D pour aider le client à se projeter dans son espace de travail en construction ou son futur quartier (Realiz3D) ; la prise de rendez-vous en ligne avec un agent immobilier (Flatsy) ; l'étude d'implantation idéale via la géolocalisation et la data visualisation (Géolocaux), un outil d'aide à la décision de plus en plus utilisé par les RH ou les Chief Happiness Officers dans leurs scénarii de déménagement. Et le secteur recèle encore un large potentiel de nouveaux services avec la réalité augmentée, l'IoT, la blockchain, etc.

Longtemps verrouillé, ayant plus de mal à se réinventer que d'autres secteurs, l'immobilier de bureaux change sous la pression d'une demande nouvelle et le boom des nouvelles technologies. Bousculés par les jeunes pousses, les professionnels réalisent que le numérique est bel et bien créateur de valeur.

ENTRE BUREAUX INSPIRANTS ET OUTILS NUMÉRIQUES INNOVANTS, LE SECTEUR FAIT SA MUE.



GUILLAUME ACIER
Président de Géolocaux

 @AcierGuillaume



À PROPOS

Géolocaux.com est le 1^{er} portail d'annonces géolocalisées pour les bureaux, coworking, entrepôts et commerces. Avec 30 000 annonces partout en France, le site permet aux entreprises de toute taille de trouver les locaux répondant à leurs besoins.



IMMOBILIER, HABITAT ET NOUVEAUX ESPACES



ARCHITECTURE

	Archionline	Paris	Île-de-France
	Hubstairs	Mérignac	Nouvelle-Aquitaine
EM	RencontreUnArchi.com	Paris	Île-de-France
	Rendr	Dammartin-en-Goële	Île-de-France
EM	Rhinov	Chasseneuil-du-Poitou	Nouvelle-Aquitaine
	Solaire Box	Paris	Île-de-France



BUILDING INTELLIGENCE MODELLING

EM	BulldozAIR	Paris	Île-de-France
	ECHY	Champs-sur-Marne	Île-de-France
	HABX	Paris	Île-de-France
EM	LevelS3D	Rosières-près-Troyes	Grand Est
EM	Realiz3D	Paris	Île-de-France



CONCIERGERIE

	Alfred Conciergerie	Nantes	Pays-de-la-Loire
	At The Corner	Courbevoie	Île-de-France
	Fidensio	Paris	Île-de-France
★	Sweet Inn	Paris	Île-de-France



CROWDFUNDING IMMOBILIER

	Fundimmo	Paris	Île-de-France
	Lymo	Toulouse	Occitanie



ESPACES DE TRAVAIL ET COWORKING

	Anticafé	Paris	Île-de-France
EM	Bird Office	Paris	Île-de-France

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics

★	Bureaux à Partager	Paris	Île-de-France
	CoWork.io	Paris	Île-de-France
	Geolocaux	Paris	Île-de-France
	ICI Montreuil	Montreuil	Île-de-France
	La Cordée	Villeurbanne	Auvergne-Rhône-Alpes
	Moffi	Lille	Hauts-de-France
	Werésó	Lille	Hauts-de-France



GESTION DE BIENS

EM	Early Birds	Paris	Île-de-France
	Homeloop	Paris	Île-de-France
	HostnFly	Paris	Île-de-France
	Inch	Paris	Île-de-France
EM	Luckey	Paris	Île-de-France
	Proprioo	Paris	Île-de-France
EM	Smartrenting	Paris	Île-de-France



INCUBATEURS ET ACCÉLÉRATEURS

	1D Lab	Saint-Étienne	Auvergne-Rhône-Alpes
★	Axeleo	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Day One E&P	Paris	Île-de-France
	Héméra	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
	NUMA	Paris	Île-de-France
★	Sparkling Partners	Lille	Hauts-de-France
★	TechnoFounders	Levallois-Perret	Île-de-France
	The Family	Paris	Île-de-France



LOCATION ENTRE PARTICULIERS

	Locatme	Paris	Île-de-France
	Ouistock	Lille	Hauts-de-France
	Somhome	Paris	Île-de-France



IMMOBILIER, HABITAT ET NOUVEAUX ESPACES



MAISON CONNECTÉE

Concierge	Seclin	Hauts-de-France
Fenotek	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Leet Design	Creuzier-le-Vieux	Auvergne-Rhône-Alpes
★ Netatmo	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
Ondilo	Saint-Cannat	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Qivivo	Nantes	Pays-de-la-Loire
★ EM Sevenhugs	Issy-les-Moulineaux	Île-de-France
SmartHab	Paris	Île-de-France
Verhauser	Versailles	Île-de-France
Ween	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur



PROJETS ÉPHÉMÈRES

Ephemere Square	Cruseilles	Auvergne-Rhône-Alpes
Kactus	Paris	Île-de-France
EM My Pop Corner	Villeneuve d'Ascq	Hauts-de-France



RECHERCHE DE LOGEMENT

Cherchemonnid	Pont-L'Évêque	Normandie
Habiteo	Paris	Île-de-France
Ikimo9	La Ciotat	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Imoxo	Paris	Île-de-France
EM izyloc.com	Mouvaux	Hauts-de-France
Papyhappy	Joigny	Bourgogne-Franche-Comté



SMART BUILDING

★	EFICIA	Paris	Île-de-France
	Greenerwave	Nice	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Intent Technologies	Lille	Hauts-de-France
	Jooxter	Lille	Hauts-de-France
★	Neolife Groupe	Limonest	Auvergne-Rhône-Alpes



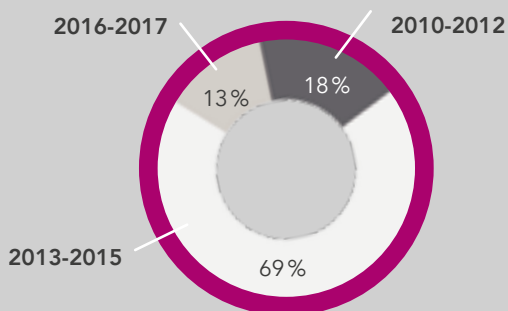
TRAVAUX ET AMÉNAGEMENT

	AlloMarcel	Vincennes	Île-de-France
	CVC Project	Paris	Île-de-France
★ EM	Hellocasa	Paris	Île-de-France
EM	InnerSense	Ramonville-Saint-Agne	Occitanie
	labonnebrique.fr	Avignon	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM	LKSpatialist	Montpellier	Occitanie
	Smart Cast	Carquefou	Pays-de-la-Loire
	Travauxlib	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
EM	Yellogarden	Paris	Île-de-France

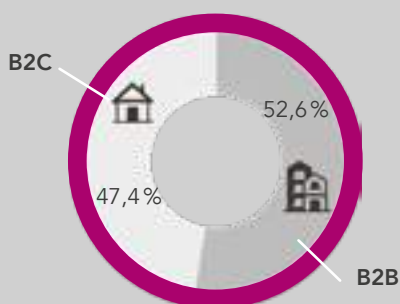


IMMOBILIER, HABITAT ET NOUVEAUX ESPACES

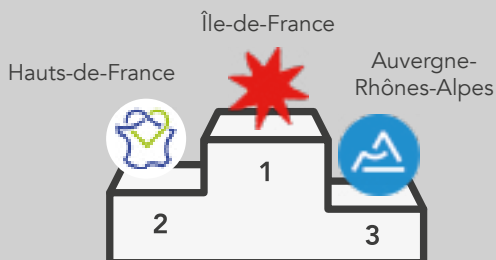
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



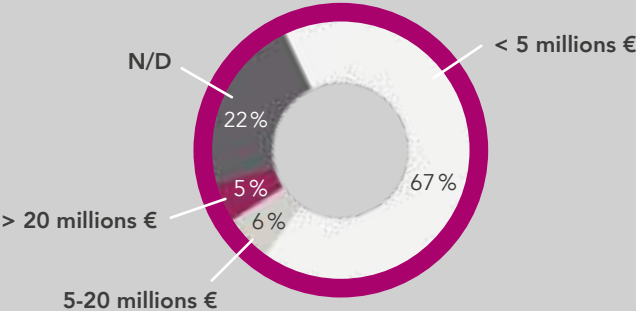
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS





MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS

LA BLOCKCHAIN, RELAIS DE CROISSANCE DES INDUSTRIES CRÉATIVES ET CULTURELLES

Les Industries Créatives et Culturelles (ICC) emploient en France près d'1,2 million de personnes et génèrent 75 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Facteur de croissance économique et d'emplois non délocalisables, les ICC sont le 8^{ème} secteur d'activité, après les telco et avant l'automobile. Elles font partie de nos pôles d'excellence et ont permis l'émergence de leaders mondiaux, comme Universal Music Group, Ubisoft, Hachette, Deezer... À cela s'ajoute le tourisme culturel, véritable vecteur de développement économique pour la France, avec des recettes représentant 18 milliards d'euros.

Porteuses de croissance et de compétitivité, les ICC font cependant face à des défis et sont bouleversées par les innovations, technologiques ou d'usage, entraînant plusieurs questions : Comment réduire les inégalités d'accès à la culture ? Garantir les droits d'auteur de créations de plus en plus digitalisées ? Offrir une traçabilité à l'acquéreur d'une œuvre d'art ? Apporter plus de transparence sur les rémunérations des artistes ? Attirer de nouveaux publics vers les musées, les sites patrimoniaux, les spectacles vivants ? Autant de questions auxquelles doivent répondre les professionnels des ICC en proposant des solutions innovantes.

Parmi la multitude d'innovations, la blockchain est la plus disruptive car elle bouleverse toute la chaîne de création artistique, de la propriété intellectuelle aux nouveaux modes de rémunération en passant par la gestion des droits, ou la création et la distribution de contenus. Les créations artistiques impliquant très souvent une multitude d'acteurs, la blockchain permet un découpage en « tâches artistiques » : elle va enregistrer, automatiquement et en temps réel, l'exécution de chaque tâche ainsi que la transaction associée à la rémunération de chaque collaborateur. Cela s'applique du monde de la musique¹ à celui de l'édition : rémunération des auteurs et des artistes lors de l'achat

1. <https://blockchainfrance.net/2016/12/09/la-blockchain-sauvera-t-elle-lindustrie-musicale/>

de titres sur les plateformes, achat de billets de spectacle vivant²...

Et concrètement, qu'est-ce que ça donne ? Gaïar propose par exemple une plateforme média qui protège, distribue et monétise les créations culturelles numériques. Grâce à la blockchain, les ayant-droits peuvent déposer leurs œuvres, et s'assurer de leur paternité via une empreinte numérique internationale irréfutable. Un *smart contract* est ainsi créé et va permettre de rémunérer instantanément tous les contributeurs. À l'inverse du contrat traditionnel qui se contente de définir des règles, les *smart contracts* garantissent de façon très précise les conditions d'exécution de ce contrat. Il ne peut donc plus y avoir de confusions ou de litiges puisque les conditions sont définies à l'avance, validées par tous, stockées et codées pour une exécution automatique des différents volets du contrat.

La blockchain s'applique aussi au marché des œuvres d'art, des antiquités ou des objets de luxe. Aujourd'hui, 43 % des ventes d'antiquités se réalisent en ligne, il est donc évident que les certificats de traçabilité et d'authenticité deviennent indispensables. Monuma a pour cela mis au point un processus breveté permettant l'authentification d'une œuvre d'art (peinture, sculpture, montre...) par photo-blockchain.

La blockchain va ainsi apporter plus de transparence, une suppression éventuelle de certains intermédiaires, une meilleure protection et une rémunération plus juste des artistes. La blockchain va également permettre de mieux indexer l'ensemble de toutes les œuvres culturelles (morceau de musique, livre, article de presse en ligne, image numérique...) en créant un identifiant unique et universel. La finalité : faciliter les recherches et garantir la propriété intellectuelle d'une œuvre.

LA BLOCKCHAIN BOULEVERSE TOUTE LA CHAÎNE DE CRÉATION ARTISTIQUE, DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE AUX NOUVEAUX MODES DE RÉMUNÉRATION.



FANNY DUTREY

Responsable du développement
chez The Bridge

 @thebridgeacc



À PROPOS

Installé à Avignon au cœur de la French Tech Culture, The Bridge accompagne toutes les startups à fort potentiel de croissance et propose des partenariats d'innovation, de co-marketing et de développement à toutes les entreprises et institutions.

2. <http://www.proscenium.fr/la-blockchain-expliquee-aux-producteurs-de-spectacles/>



MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS

POURQUOI L'E-SPORT NE PEUT PLUS ÊTRE IGNORÉ

Avec un chiffre d'affaires estimé à plus d'un milliard de dollars pour 2018, l'e-sport sort du secteur de niche dans lequel on l'avait jusqu'à présent cantonné. Plus important encore, la croissance à deux chiffres depuis plusieurs années est un phénomène qui touche tous les continents avec une mention particulière pour l'Asie du Sud-Est, les États-Unis et l'Europe. L'e-sport est donc naturellement depuis plusieurs mois sous les projecteurs, attirant marques, médias et investisseurs.

Selon France eSport, une association regroupant plusieurs acteurs du secteur en France, le terme e-sport recouvre l'ensemble des pratiques permettant à des joueurs de se confronter par l'intermédiaire d'un jeu vidéo. À l'instar du sport, il convient cependant de distinguer la « pratique du dimanche » et la pratique semi-professionnelle des véritables compétitions professionnelles.

La comparaison est souvent faite entre le sport et l'e-sport. Pour autant, il existe une différence fondamentale entre les deux : dans l'e-sport, le jeu vidéo sur lequel se jouent les compétitions est la propriété de l'éditeur. Ce dernier a donc non seulement droit de vie ou de mort sur ses jeux mais il a totale liberté sur la façon dont il souhaite gérer sa propriété intellectuelle. Tous les éditeurs de jeux vidéo cherchent à entrer sur le marché de l'e-sport : développement d'une scène compétitive professionnelle, partenariats avec des médias et marques. L'e-sport est devenu un enjeu majeur pour les éditeurs qui sont passés d'un modèle économique de vendeur de jeux à celui de la monétisation d'une propriété intellectuelle.

Les nouvelles générations, principales cibles de l'e-sport, consomment différemment les médias et abandonnent peu à peu la télévision pour se porter sur les plateformes de diffusion de contenus qui sont souvent également des outils « sociaux » puissants, redoutables machines de promotion pour les marques. Aux États-Unis, le groupe Turner l'a bien compris et a investi massivement dans l'e-sport avec la création d'une compétition internationale, l'ELEAGUE, diffusée sur TBS, une chaîne du groupe. Résultat : en moins de deux ans, TBS a réussi son pari de rajeunissement de son audience et du développement de partenariats commerciaux autour de ses programmes e-sport.

Depuis longtemps territoire de prédilection des marques de l'informatique et du gaming, l'e-sport est désormais très prisé par tous les secteurs de l'économie. Constructeurs automobiles, agro-alimentaire, banques, assurances, les marques n'hésitent plus à s'afficher aux côtés des plus grands clubs d'e-sport. Team Vitality, le club leader en France et un des principaux en Europe, a séduit Renault, Volvic et Adidas tandis qu'aux États-Unis le club TSM compte Gillette et l'assureur Geico parmi ses partenaires. Présence sur les maillots, activation sur les réseaux sociaux, production de contenus vidéo dédiés : les moyens de toucher une audience captive et enthousiaste sont multiples. Attention cependant à bien coller aux codes d'un écosystème et de fans exigeants.

La croissance du secteur de l'e-sport dans le monde attire donc de nombreux investisseurs. Résultat, de plus en plus de startups naissent dans un secteur à la frontière de l'entertainment, du digital et du sport. Team Vitality fait ainsi partie des rares clubs e-sport en Europe à avoir levé des fonds (2,5 millions d'euros) tandis qu'une startup technologique comme Pandascor se positionne sur le marché de la data, et affiche une santé éclatante. Plus encore, les métiers autour de l'e-sport se développent dans de nombreux secteurs : production de contenus, audiovisuel, digital et production événementielle... confirmant ainsi le potentiel économique du secteur.

LES MÉTIERS AUTOUR DE L'E-SPORT SE DÉVELOPPENT DANS DE NOMBREUX SECTEURS.

Equipe Vitality sur League of Legends en compétition européenne



XAVIER OSWALD

Directeur Marketing et Stratégie
chez Team Vitality

 @xoswald



À PROPOS

Team Vitality est un club e-sport créé en 2013. Accompagné de partenaires de renom et représentant des meilleurs joueurs français sur de nombreux jeux, il brille également à l'international par son palmarès impressionnant et sa participation aux meilleures ligues et compétitions.



MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS



ART

Artbeat	Paris	Île-de-France
ArtPhotoLimited	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
Singulart	Montreuil	Île-de-France
Wecandoo	Écully	Auvergne-Rhône-Alpes



CINÉMA, TV, SÉRIES



Molotov.tv	Paris	Île-de-France
Outbuster	Boulogne-Billancourt	Île-de-France



ENFANCE, JOUETS



Bionic Bird	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
JOY Octopus	Annecy	Auvergne-Rhône-Alpes
Ludo	Blois	Centre-Val de Loire
Marbotic	Quinsac	Nouvelle-Aquitaine
Pandacraft	Paris	Île-de-France
Parent Epuisé	Paris	Île-de-France
Pistache	Paris	Île-de-France
Sonic Solveig	Paris	Île-de-France
Topla	Paris	Île-de-France
Wakatoon	Paris	Île-de-France



JEUX ET JEUX VIDÉOS

3dRudder	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Blacknut	Cesson-Sévigné	Bretagne
Campok	Paris	Île-de-France
Honi	La Madeleine	Hauts-de-France
Hugging Face	Asnières-sur-Seine	Île-de-France



Pépité Génération French Tech 2018



Startup notée par EarlyMetrics



Lightbulb Crew	Paris	Île-de-France
Malkyrs	Caen	Normandie
O'Gaming	Paris	Île-de-France
Playdigious	Nancy	Grand Est
Playtem	Paris	Île-de-France
Scale-1 Portal	Montigny-le-Bretonneux	Île-de-France



LECTURE

Short Édition	Tullins	Auvergne-Rhône-Alpes
★ Youboox	Paris	Île-de-France
★ YouScribe	Paris	Île-de-France



LIFESTYLE

Seeuletter	Carpentras	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Vinizos	Paris	Île-de-France
Vinomusic	Clisson	Pays-de-la-Loire



MAGAZINE ET ACTUALITÉ

1001Startups	Castelnau-le-Lez	Occitanie
Atlantico	Paris	Île-de-France
Flint	Paris	Île-de-France
onAir	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
SnapPress	Paris	Île-de-France
Startup.info	Antony	Île-de-France
Widoobiz	Paris	Île-de-France



MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS



MUSIQUE

★ 3D Sound Labs	Cesson-Sévigné	Bretagne
Aspic Technologies	Tourcoing	Hauts-de-France
ClapCharts	Paris	Île-de-France
Divacore	Metz	Grand Est
HP Lutherie	Besançon	Bourgogne-Franche-Comté
Incredibox	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
KEAKR	Paris	Île-de-France
Prizm	Paris	Île-de-France
Simbals	Talence	Nouvelle-Aquitaine
Soondy	Paris	Île-de-France
Soundcharts	Paris	Île-de-France



NOUVELLES EXPÉRIENCES CULTURELLES

MuseoPic	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
----------	------	----------------------



PHOTO

★ Cheerz	Paris	Île-de-France
EverPhotoShoot	Paris	Île-de-France
Flashgap	Paris	Île-de-France
iBubble	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
Meero	Paris	Île-de-France
OuiFlash	Saint-Ouen	Île-de-France
Pixter	Paris	Île-de-France
Portrait 2.0	Paris	Île-de-France
★ Prynt	Paris	Île-de-France



SORTIES

Affluences	Paris	Île-de-France
Beenaps	Paris	Île-de-France
EM Jam	Paris	Île-de-France
Je sors en ville	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
MisterGoodBeer	Paris	Île-de-France
Reserverunbar	Ivry-sur-Seine	Île-de-France
Seaclick	Versailles	Île-de-France
WINGiT	Archamps	Auvergne-Rhône-Alpes



SPORT

CLiC-iT	Reims	Grand Est
Equisense	Compiègne	Hauts-de-France
FYSIKI	Colmar	Grand Est
Gymbib	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Hardloop	Montreuil	Île-de-France
Horsecom	Caen	Normandie
EM My Coach Football	Biguglia	Corse
★ EM OnlyKart	Dagneux	Auvergne-Rhône-Alpes
PandaScore	Fontenay-aux-Roses	Île-de-France
★ PIQ	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Running Care	Loos	Hauts-de-France
Soccer Park	Asnières-sur-Seine	Île-de-France
★ Sport Heroes	Paris	Île-de-France
Tiwal	Vannes	Bretagne
★ Vogo Sport	Montpellier	Occitanie



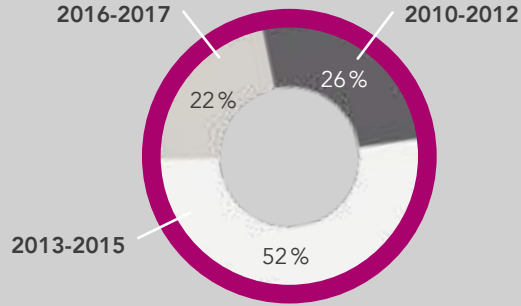
VIDÉO

Move'n See	Brest	Bretagne
EM Plushh	Montpellier	Occitanie
Reminiz	Courbevoie	Île-de-France
Streamroot	Arcueil	Île-de-France

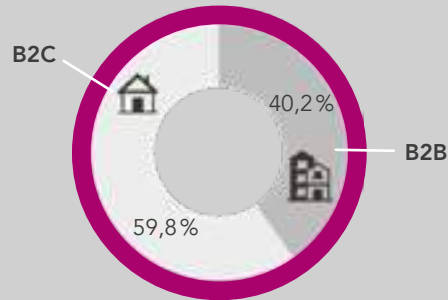


MÉDIAS, CULTURE, LOISIRS ET SPORTS

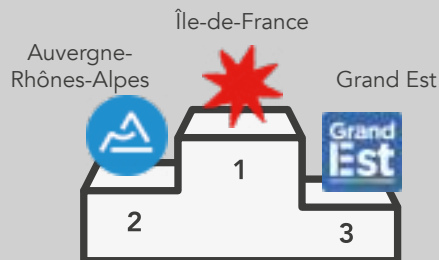
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



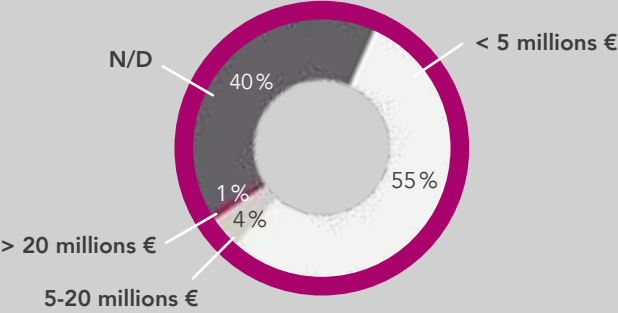
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



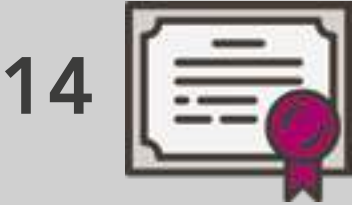
RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS





PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL

LES ESN RENOUENT AVEC L'ESPRIT STARTUP

En première ligne pour accompagner leurs clients vers le digital, les ESN (Entreprises de Services du Numérique, la nouvelle génération de SSII) ne sont pas les dernières à s'adapter au défi du numérique. Les cordonniers ne sont pas toujours les plus mal chaussés... À raison ! Dans un contexte hautement disruptif, c'est leur avenir qu'elles jouent.

Après des années en demi-teinte, le marché des logiciels et services reprend enfin de la vigueur : la croissance s'est établie à +2,9% en 2016, puis à +3,4% en 2017 et les prévisions la donnent à +3,6% en 2018¹. Mieux que l'économie dans son ensemble. Cela traduit-il une embellie durable pour l'ensemble du secteur ? La réalité est nuancée. Car l'essentiel de cette croissance ne vient pas de l'informatique traditionnelle – le métier historique des SSII – mais des applications SMACS (Social, Mobilité, Analyse de données, Cloud et Sécurité), les cinq domaines phares du numérique, au cœur de l'offre des ESN. Domaines qui devraient peser plus du tiers des budgets de développement informatique des entreprises à horizon 2020. Et pour cause : tous les secteurs de l'économie sont en demande et nombre d'entreprises, en quête de compétitivité, ont amorcé leur transformation. À la clé : plus d'efficacité opérationnelle, une réduction des coûts et la capacité à proposer une meilleure expérience client.

À bon droit, les clients des ESN peuvent se demander si cette révolution est aussi à l'œuvre au sein de leurs propres organisations. Elle l'est, pour des raisons identiques : s'adapter au nouveau monde pour saisir ce formidable relais de croissance qu'est le numérique ou prendre le risque de se faire disrupter et disparaître.

Une telle mutation est un challenge car elle questionne certains marqueurs de l'informatique traditionnelle, comme la facturation en jours-hommes, les projets à effet tunnel ou encore la relation avec la seule DSI, quand 40% des décideurs du numérique sont issus des métiers. Si elle veut prendre le virage du numérique, notre industrie doit changer de paradigme.

1. Source Syntec Numérique

Cela implique de prendre en considération les évolutions du marché du travail. Bien entendu de nouvelles compétences techniques seront à acquérir (Big Data, IA, IoT...), mais aussi une compréhension des enjeux métiers de nos clients, et des nouvelles façons d'interagir avec eux. Une approche de production plus collaborative de type DevOps devient également indispensable, permettant à terme un accès simple aux services informatiques (par ex sous forme de «click and buy» dans un store), des solutions rapides à mettre en œuvre, une facturation à l'usage, plus de proximité et d'agilité. Bref, une capacité à nous réinventer et à cultiver l'esprit startup de nos débuts.

Ce changement de business model est un pari sur l'avenir mais aussi un challenge enthousiasmant pour les ESN. À forte dimension humaine, il entraîne des modes de management et des méthodes de travail renouvelés, plus respectueux des aspirations des individus, des projets plus qualitatifs et un bouillonnement de nouveaux talents. Il est aussi, collectivement, l'occasion de bâtir une industrie française du numérique experte, compétitive et forte, inclusive et créatrice nette d'emplois (19 000 ont été créés par la profession en 2017).

Si l'on veut s'en donner les moyens, notamment en termes d'éducation et de formation, la transformation numérique est aujourd'hui une belle opportunité de remettre l'humain au centre de son entreprise, porteur de réelles avancées économiques, sociales et sociétales. Les ESN ont leur partition à jouer.

**LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EST
AUJOURD'HUI UNE BELLE OPPORTUNITÉ
DE REMETTRE L'HUMAIN AU CENTRE
DE SON ENTREPRISE.**



GUY MAMOU-MANI

Co-Président du Groupe Open

 @Guy_mm



À PROPOS

L'ESN Groupe Open (3800 collaborateurs – CA de 314 M€ en 2017) accompagne au quotidien les entreprises et les organisations dans leurs enjeux de transformation industrielle et digitale.



PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL



ANIMATION ET ÉVÉNEMENTIEL

EM	Beekast	Arcueil	Île-de-France
EM	ELISE Technologies	Limonest	Auvergne-Rhône-Alpes
	Ikinoa SPORT	Ploufragan	Bretagne
	Magency	Paris	Île-de-France



AVIS CLIENTS

★	Avis-Verifiés	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Customer Labs	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Hospitalidée	Castres	Occitanie
	VideoDesk	Paris	Île-de-France



CLOUD ET PARTAGE

★	Blade	Paris	Île-de-France
	Consept Services	Orvault	Pays-de-la-Loire
	iEx.ec	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	InterCloud	Paris	Île-de-France
	Platform.sh	Paris	Île-de-France
★	SensioLabs	Clichy	Île-de-France



CRÉATION ET GESTION DE PROJET

	Akeneo	Nantes	Pays-de-la-Loire
	Benchr	Levallois-Perret	Île-de-France
	iskn	Saint-Martin-d'Hères	Auvergne-Rhône-Alpes
	Mirakl	Paris	Île-de-France
	Mushin	Marcq-en-Barœul	Hauts-de-France

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics

Omnilive	Paris	Île-de-France
ProjeQtOr	Muret	Occitanie
  Squad	Paris	Île-de-France
StarDust	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Ziqy	Charenton-le-Pont	Île-de-France



CROWDSOURCING

Clic and Walk	Tourcoing	Hauts-de-France
Happydemics	Paris	Île-de-France
Mobeye	Paris	Île-de-France
MyFeelBack	Toulouse	Occitanie



DATAVISUALISATION

  Dataiku	Paris	Île-de-France
 OpenDataSoft	Paris	Île-de-France
PIXMAP	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Temelio	Paris	Île-de-France



E-REPUTATION

Camélia Tech	Paris	Île-de-France
Cloud is Mine	Montpellier	Occitanie
Heart Never Lies	Loos	Hauts-de-France
Q°emotion	Rosières-près-Troyes	Grand Est
Reputation VIP	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes



PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL



EXPÉRIENCE ET RELATION CLIENT

	Aircall	Paris	Île-de-France
EM	AlloMedia	Paris	Île-de-France
EM	Apizee	Lannion	Bretagne
★	iAdvize	Nantes	Pays-de-la-Loire
EM	Marketing 1by1	Lille	Hauts-de-France
	Nuukik	Villeneuve d'Ascq	Hauts-de-France
	PACIFA Decision	Bezannes	Grand Est
	ReachFive	Arcueil	Île-de-France
	Travelaer	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Voxygen	Pleumeur-Bodou	Bretagne



FIDÉLISATION ET RÉCOMPENSES

	Amogado	Levallois-Perret	Île-de-France
EM	Fidzup	Clichy	Île-de-France
	Lucky Cart	Paris	Île-de-France
★	Shopmium	Paris	Île-de-France



GESTION ET ANALYSE DE BASE DE DONNÉES

	Alkemics	Paris	Île-de-France
	Blue DME	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
★	Cloudera	Courbevoie	Île-de-France
	CRM360°	Marcq-en-Barœul	Hauts-de-France
	Dawex	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	ForCity	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
★	Ogury	Paris	Île-de-France
	Retency	Paris	Île-de-France
EM	Saagie	Le Petit Quevilly	Normandie
	TellMePlus	Saint-Clément-de-Rivière	Occitanie



MARKETING DIGITAL

Adotmob	Paris	Île-de-France
BeamPulse	Mulhouse	Grand Est
Hurikat	Paris	Île-de-France
Mailjet	Paris	Île-de-France
Sociallymap	Gardanne	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Spot Hit	Le Coteau	Auvergne-Rhône-Alpes
Vizir.co	Le Frasnois	Bourgogne-Franche-Comté



OPEN INNOVATION

CodinGame	Montpellier	Occitanie
------------------	-------------	-----------



ORGANISATION AU TRAVAIL

Azendoo	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
FrontApp	Palaiseau	Île-de-France
Geny Mobile	Paris	Île-de-France
Lumapps	Tassin-la-Demi-Lune	Auvergne-Rhône-Alpes
Snips	Paris	Île-de-France
Squoring Technologies	Toulouse	Occitanie
Voxeet	Pessac	Nouvelle-Aquitaine



PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL



PERFORMANCE ET OPTIMISATION

Algolia	Paris	Île-de-France
Axellience	Lille	Hauts-de-France
Dareboost	Cesson-Sévigné	Bretagne
Hiptest	Besançon	Bourgogne-Franche-Comté
KEPLER SOLUTIONS	Nantes	Pays-de-la-Loire
Keymetrics	Paris	Île-de-France
S4M	Paris	Île-de-France
EM Tillee	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Træfik	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
WP Rocket	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes



PUBLICITÉ

DynAdmic	Mougins	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM Fill Up Média	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
EM Message In A Window	Bidart	Nouvelle-Aquitaine
★ Sublime Skinz	Paris	Île-de-France
Vidcoin	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes



TRADUCTION ET TRANSCRIPTION

Eazylang	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
TextMaster	Paris	Île-de-France



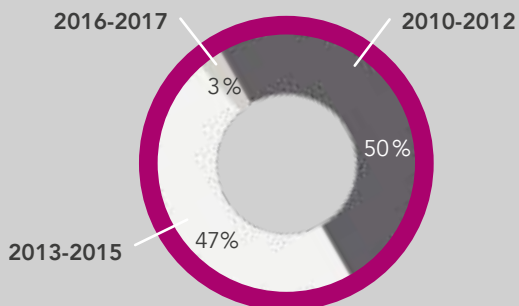
VEILLE

Data Observer	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Openoox	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur

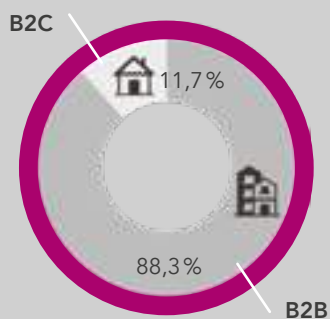


PRODUCTIVITÉ ET LOGICIEL

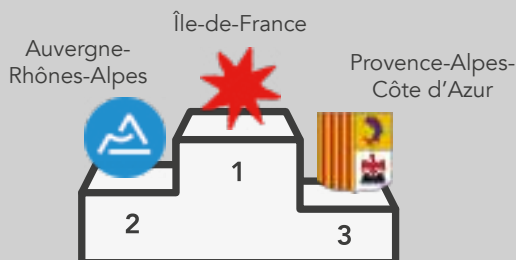
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



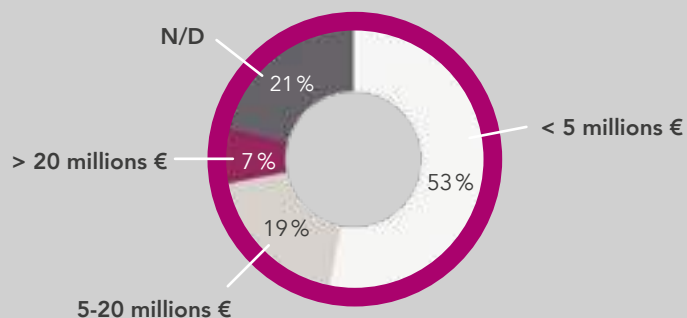
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

10





RÉSEAUX SOCIAUX ET RENCONTRES

LES RÉSEAUX SOCIAUX, SOURCE ILLIMITÉE D'OPPORTUNITÉS

Les réseaux sociaux sont conçus à l'origine pour faciliter les échanges, améliorer l'impact des communications et provoquer les rencontres. D'abord limités à un cercle d'initiés, ils ont pris tout leur sens au fur et à mesure de la croissance des communautés, au point de servir de référence en termes d'interactions, y compris dans le débat public. Avec les échanges directs permis par les nouvelles messageries (Twitter et Facebook notamment), l'agora traditionnelle s'est démultipliée dans les réseaux sociaux.

Profitant d'innovations technologiques toujours plus accessibles, ils offrent à leurs utilisateurs une expérience de plus en plus personnalisée et interactive. L'explosion des chatbots en est une illustration flagrante : foodtech (Mmmh), lifestyle (Jam), edtech (Peter), médias (Freshr), fintech (Bruno)... La French Tech a fait évoluer les réseaux sociaux en les transformant en de véritables boîtes à outils. Compagnons indispensables du quotidien, ils rivalisent d'inventivité pour proposer une gamme riche de services personnels ou professionnels, au plus près des divers besoins des utilisateurs.

Pour une startup, et pour de nombreux acteurs économiques, les réseaux sociaux sont à la fois une vitrine permettant de valoriser leur image et une nouvelle voie à explorer pour diffuser produits, services ou idées auprès d'un public potentiellement illimité. Ainsi, la viralité est aujourd'hui considérée comme un gage de succès futur, par l'attention qu'elle génère auprès des communautés.

Contrairement à une idée très répandue, les réseaux sociaux n'ont pas pour autant contribué à réduire les rencontres réelles. Au contraire, ils multiplient les possibles et les occasions de se rapprocher, permettent aux innovateurs de voyager sans arrêt pour tester les limites de l'espace à disposition. En connectant les personnes, ils accélèrent la propagation des idées. Les avis, « likes » ou partages sont les clés de cet écosystème de la connaissance.

Reposant de plus en plus sur la réputation, la voie du succès est corrélée aux réseaux qui se tissent et qui génèrent de nouveaux nœuds de connexion. Dans cet esprit, Bouge ta boîte ou Axielles montrent l'intérêt de bâtir un réseau bien réel capable de fournir des conseils et de générer des rencontres physiques. Elles accompagnent la transformation numérique en se reposant sur l'humain. En brisant la glace, les réseaux sociaux facilitent le networking.

Dans une étude réalisée fin 2016, 78% des 612 professionnels interrogés déclaraient qu'ils regardaient le profil LinkedIn d'une personne qu'ils ne connaissaient pas avant une réunion¹. Dans ce monde où tout se voit et s'entend, les outils à disposition forment une opinion. Ces vitrines numériques sont devenues des points de passage obligés pour se présenter et soigner son image. Pour un étudiant, pénétrer l'univers professionnel est complexe, My Job Glasses facilite cette découverte en proposant de rencontrer simplement des experts.

De nombreuses startups de la FrenchTech cherchent à proposer des solutions en montrant qu'il n'y a plus d'obstacles pour se connecter et avancer ensemble. Accompagnant l'utilisation de plus en plus massive des réseaux sociaux, Makemestat décrypte ainsi la viralité qu'ils génèrent et Socially Map industrialise certains messages afin de simplifier le travail de communicants. Les médias vidéos ou images augmentant l'engagement, Makidoo a de son côté conçu une nouvelle méthode pour monter des films dynamiquement. Sans cesse de nouvelles idées émergent pour faciliter la vie des utilisateurs et faire naître des opportunités, sans cesse les fils de ces réseaux se retissent et dévoilent de nouvelles toiles. L'imagination est leur seule limite.

LA FRENCH TECH A FAIT ÉVOLUER LES RÉSEAUX SOCIAUX EN LES TRANSFORMANT EN DE VÉRITABLES BOÎTES À OUTILS.



ALBAN JARRY

Président délégué
de l'École Polytechnique d'Assurance,
auteur de « 612 rencontres sur les réseaux sociaux »

 @Alban_Jarry

À PROPOS

Spécialiste du numérique et des réseaux sociaux, il anime le blog albanjarry.com. Sur Twitter, il a co-fondé le collectif #i4emploi qui vient en aide aux personnes en recherche d'emploi et est ambassadeur de l'UNICEF pour sa campagne U-Report. LinkedIn l'a classé parmi les auteurs français les plus influents (LinkedIn Top Voices).

1. <https://fr.slideshare.net/AlbanJarry/livre-blanc-612-rencontres-sur-les-reseaux-sociaux-partie-2-etude>



RÉSEAUX SOCIAUX ET RENCONTRES



CONSOMMATION COLLABORATIVE

Cinq you	Paris	Île-de-France
EM Demooz	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
eShipp	Sainte-Mesme	Île-de-France
Jwebi	Paris	Île-de-France
MyTroc	Paris	Île-de-France
Smiirl	Paris	Île-de-France
Steeple	Landerneau	Bretagne
Zilok	Paris	Île-de-France



ENTREPRENEURIAT

Affeenity	Limonest	Auvergne-Rhône-Alpes
Beeleev	Paris	Île-de-France
JollyClick	Mende	Occitanie



NETWORKING

Bestrade	Émagny	Bourgogne-Franche-Comté
-----------------	--------	-------------------------



RENCONTRES

★ Happn	Paris	Île-de-France
Tutti flirty	Tourcoing	Hauts-de-France
Twenty Flips	Montréal-la-Cluse	Auvergne-Rhône-Alpes



RÉPUTATION

★ Gens de Confiance	Nantes	Pays-de-la-Loire
Recommend Magazine	Paris	Île-de-France

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics



RÉSEAU SOCIAL TOURISME

Barouding	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Meet To Travel	Agen	Nouvelle-Aquitaine
MyAtlas	Palaiseau	Île-de-France
VizitMe	Paris	Île-de-France
WondrWorld	Mérignac	Nouvelle-Aquitaine



RÉSEAUX COLLABORATIFS

Nov'in	Saint-Étienne	Auvergne-Rhône-Alpes
Ouihelp	Paris	Île-de-France
Planter Chez Nous	Balma	Occitanie
★ Stootie	Paris	Île-de-France
Welp	Paris	Île-de-France
wweeddoo	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
★ Zenly	Paris	Île-de-France



RÉSEAUX DE PROXIMITÉ

★ EM AlloVoisins	Haute-Goulaine	Pays-de-la-Loire
cestbonesprit.fr	Paris	Île-de-France
Co-Recyclage	Paris	Île-de-France
Emprunte Mon Toutou	Toulouse	Occitanie
Kawaa	Puteaux	Île-de-France
OpenLoge	Reims	Grand Est
★ EM Smiile	Saint-Malo	Bretagne
Voisins Vigilants et Solidaires	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur



RÉSEAUX SOCIAUX ET RENCONTRES



RÉSEAUX SOCIAUX MÉDIA ET CULTURE

booxup	Paris	Île-de-France
Glose	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Glowbl	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
MinuteBuzz	Paris	Île-de-France
Uplike	Paris	Île-de-France
Whisperies	Vichy	Auvergne-Rhône-Alpes



RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

	Amplement	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
★	Babbl	Paris	Île-de-France
EM	Comeet	Colombes	Île-de-France
	Discoverizz	Kintzheim	Grand Est
	HOREKA	Chelles	Île-de-France
	INNERSHIP	Montpellier	Occitanie
★	Invivox	Pessac	Nouvelle-Aquitaine
	Kipyou	Paris	Île-de-France
	Mobility Work	Paris	Île-de-France
★ EM	Never Eat Alone	Paris	Île-de-France
	ProjectYoo	Saint-Raphaël	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Refer Me Please	Paris	Île-de-France
★	Shapr	Paris	Île-de-France
EM	Startsquare	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Swabbl	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Willid	Rennes	Bretagne
	Wizbii	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
	YUZU.co	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur



RÉSEAUX SOCIAUX SANTÉ

Carenity	Paris	Île-de-France
Doctooome	Paris	Île-de-France
Le Poids Chiche	Saverne	Grand Est
My Hospi Friends	Paris	Île-de-France



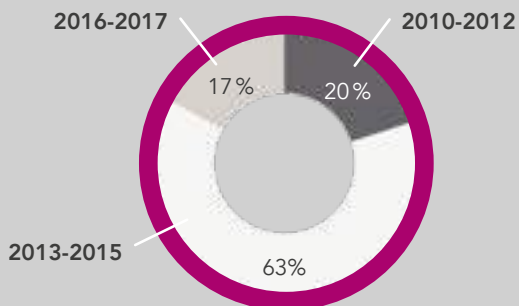
RÉSEAUX SOCIAUX SPORTS ET LOISIRS

BeJoe	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Dyskit	Vincennes	Île-de-France
i-wantit	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Krank Club	Paris	Île-de-France
Shoot4ME	Cadaujac	Nouvelle-Aquitaine
U'Start'Me	Paris	Île-de-France

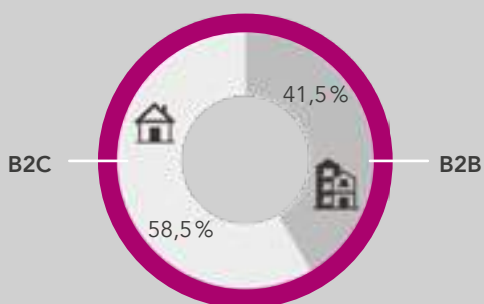


RÉSEAUX SOCIAUX ET RENCONTRES

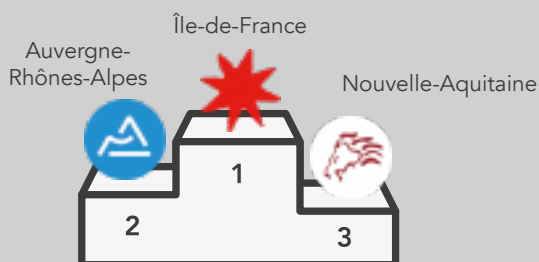
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



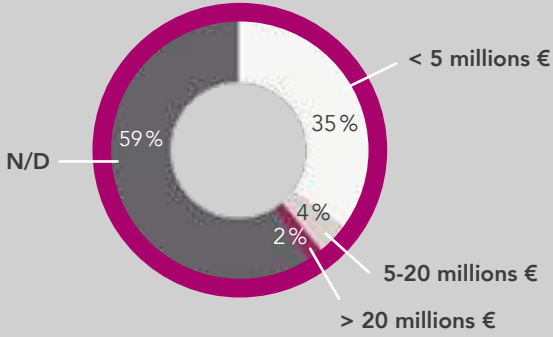
RÉPARTITION B2B, B2C



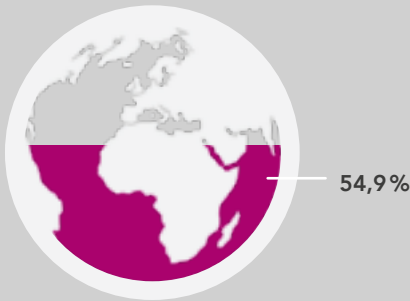
TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS





RETAIL ET E-COMMERCE

LA RÉ-HUMANISATION AU CŒUR DES ENJEUX DU RETAIL DE DEMAIN

Face à une génération de consommateurs ultra-connectés et toujours plus exigeants en matière de services, les enseignes font évoluer leurs modèles. Mais si le digital constitue une vraie commodité, il n'a pas de sens sans l'humain.

Le monde du retail est depuis quelques années déjà en profonde mutation sous les effets de la mondialisation et de la digitalisation. Mais il connaît aujourd'hui une accélération sans précédent, poussant les enseignes à repenser leur business model. Les façons de consommer changent. Les exigences en matière de services n'ont jamais été aussi fortes. Le client cherche plus de transparence, d'authenticité et d'émotion mais aussi de la fluidité et de la rapidité, que ce soit en ligne ou en magasin physique. Enfin, paradoxalement, s'il reste hyperconnecté, il affiche un fort besoin de proximité et de relationnel.

Comment s'adapter ? Pour les retailers, les nouvelles technologies ouvrent un vaste champ des possibles : RFID et blockchain pour tracer les produits, caisses automatiques, applications de paiement mobile et sans contact pour activer le passage en caisse, big data et intelligence artificielle pour personnaliser les offres ou encore objets connectés pour mieux comprendre les comportements d'achat. Ce sur quoi travaille, par exemple, Néotrope avec sa technologie de mesure des ressentis du client en magasin. La transformation passe aussi par la recherche d'une meilleure préservation des ressources. Ce sont les approches très intéressantes de Eugène by Uzer et son boîtier connecté pour recycler les emballages, de Shopopop qui propose un système de livraison collaborative ou encore de K-Ryole, dont les remorques électriques permettent de transporter jusqu'à 250 kilos de charge derrière tout type de vélo sans effort physique supplémentaire. Et demain, la livraison premium passera peut-être par le véhicule autonome. Plusieurs concepts étonnants ont été présentés au CES 2018.

LE CLIENT, MÊME HYPERCONNECTÉ, AFFICHE UN FORT BESOIN DE PROXIMITÉ ET DE RELATIONNEL.

L'innovation se libère également du côté des collaborateurs, sur lesquels repose la performance des points de vente, dans une symétrie des attentions où qualité de service au client se conjugue avec optimisation des conditions de travail. Pour les métiers de contact bien sûr, mais pas seulement.

Ainsi, la filière se penche-t-elle sur des sujets majeurs comme la prévention des TMS (Percko propose, par exemple, un tee-shirt intelligent pour prévenir le mal de dos) et la robotisation : automatisation des planogrammes, drones pour faciliter les inventaires et pourquoi pas des exosquelettes capables de soulager des activités pénibles comme le dépotage des palettes.

Dans cet écosystème, les modèles – physique et digital, grands et petits acteurs – ne s'opposent pas. Au contraire, ils se complètent dans une approche vertueuse, au service de tous. Indissociables, les différents canaux de vente visent à assurer une continuité du parcours client dans une stratégie omnicanale. C'est typiquement le cas quand Ikea propose des « pick up stores », des petites surfaces de centre-ville où les clients récupèrent leurs commandes passées en ligne. Le point de vente, lui-même utilement digitalisé, devient tour à tour un lieu de shopping, un centre de préparation, un point de retrait ou de retour pour les clients.

À l'heure où le consommateur aspire à une humanisation de la relation, le magasin physique, ancré dans la vie locale, est loin d'avoir dit son dernier mot. Même si ses formats doivent être repensés. Car ces points de vente confirment qu'ils sont autant de lieux d'échanges et de lien social contribuant à revivifier des territoires et à dynamiser un PIB local. Du reste, les pure-players Web ne sont-ils pas de plus en plus nombreux à ouvrir leurs boutiques ou showrooms ?



PATRICIA CHATELAIN

Directrice de l'innovation,
Groupement Les Mousquetaires

 @pat_chatelain

STÉPHANE DAGUE

Adhérent Intermarché à Quingey (25),
Direction Innovation

 @intermarche



À PROPOS

Une organisation unique : le Groupement Les Mousquetaires est un distributeur qui regroupe aujourd'hui plus de 3 000 entrepreneurs indépendants.

Chaque chef d'entreprise assume 2 rôles : la création et la gestion de son point de vente, et une fonction opérationnelle d'encadrement au sein des structures communes telles que l'innovation, le digital, le marketing, la logistique, ou encore les unités de production.



RETAIL ET E-COMMERCE



ANIMAUX

Animalbox	Levallois-Perret	Île-de-France
-----------	------------------	---------------



ART

Artebellum	Paris	Île-de-France
------------	-------	---------------

★ Artsper	Paris	Île-de-France
-----------	-------	---------------

Laffy Maffei Gallery	Paris	Île-de-France
----------------------	-------	---------------



ASSISTANT SHOPPING

EM AskAnna	Saint-Raphaël	Provence-Alpes-Côte d'Azur
------------	---------------	----------------------------

Selectionnist	Paris	Île-de-France
---------------	-------	---------------



BONS PLANS ET VENTES PRIVÉES

Affily One	Montpellier	Occitanie
------------	-------------	-----------

★ Batiwiz	Paris	Île-de-France
-----------	-------	---------------

★ Brico privé	L'Union	Occitanie
---------------	---------	-----------

Dealabs	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
---------	------	----------------------

★ Findizer	Villeurbanne	Auvergne-Rhône-Alpes
------------	--------------	----------------------

Interdit au Public	Clichy	Île-de-France
--------------------	--------	---------------

Ma Carte Cadeau	Paris	Île-de-France
-----------------	-------	---------------

Volpy	Bastia	Corse
-------	--------	-------



CADEAUX, COFFRETS ET BOX

Adrenaline Hunter	Paris	Île-de-France
-------------------	-------	---------------

Pampa	Paris	Île-de-France
-------	-------	---------------

★ EM Wedoogift	Paris	Île-de-France
----------------	-------	---------------

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics





COMPARATEURS

comparateuragri- cole.com	Gohory	Centre-Val de Loire
CrossShopper	Lunel	Occitanie
PRIXING	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur



CORPORATE SHOPPING



Agriconomie	Coole	Grand Est
AllSplann	Limoges	Nouvelle-Aquitaine
Béton Direct	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Broadpeak	Cesson-Sévigné	Bretagne
Haxoneo	Wambrechies	Hauts-de-France
Hindbag	Carpentras	Provence-Alpes-Côte d'Azur
LUMICORPS	Échirolles	Auvergne-Rhône-Alpes
RubyLight	Châlons- en-Champagne	Grand Est



DIGITALISATION DU POINT DE VENTE

Ookoodoo	Pérols	Occitanie
Qopius	Saint-Germain-en- Laye	Île-de-France
Sentinelo	Paris	Île-de-France
Simplifield	Lille	Hauts-de-France
SoCloz	Paris	Île-de-France
Storetail	Levallois-Perret	Île-de-France



INFORMATIQUE ET JEUX VIDÉO

Back Market	Paris	Île-de-France
CC Partners	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Dreamtronic	Angoulême	Nouvelle-Aquitaine
Expo-Dispo	Marcoussis	Île-de-France
Hyperjuice by trax	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Magic Recycle	Le Chesnay	Île-de-France



RETAIL ET E-COMMERCE



MAISON, BRICOLAGE ET DÉCORATION

	Bergamotte	Paris	Île-de-France
EM	Concilio.info	Nomexy	Grand Est
	Design Market	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
	ILEA	Guérande	Pays-de-la-Loire
	Luckyfind	Courbevoie	Île-de-France
★	ManoMano	Paris	Île-de-France
	Mon Eden	Génicourt	Île-de-France
	Selency	Paris	Île-de-France
	Tediber	Tourcoing	Hauts-de-France



MARKETPLACE

	Orangemarine	La Ciotat	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Pack N Board	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
	Wizacha	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes



MODE

	Dresswing	Saint-Ouen	Île-de-France
	Gemmyo	Paris	Île-de-France
	Hairlicious	Cergy	Île-de-France
	Jacques & Déméter	Paris	Île-de-France
	Le Slip Français	Paris	Île-de-France
	Lemon Curve	Paris	Île-de-France
	Les Partisanes	Urrugne	Nouvelle-Aquitaine
	MissCoquines	Beaucouze	Pays-de-la-Loire
	Panafrica	Paris	Île-de-France
	Patatam	Bayonne	Nouvelle-Aquitaine
	Prose Hair	Paris	Île-de-France
★	Rad	Paris	Île-de-France
	RESERVOIR Watch	Paris	Île-de-France
	Wheretogot	Paris	Île-de-France



OUTILS MARKETING

	Allure Systems	Clichy	Île-de-France
	Deepomatic	Paris	Île-de-France
	Emersya	Montpellier	Occitanie
EM	Heuritech	Paris	Île-de-France
	Le Bon Côté des Choses	Le Bourget-du-Lac	Auvergne-Rhône-Alpes
EM	Stimshop	Paris	Île-de-France



PRODUITS ENFANTS, BÉBÉ

	Little Cigogne	Claye-Souilly	Île-de-France
	Love & Green	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Ludilabel	Toulouse	Occitanie



PROXIMITÉ ET CIRCUITS COURTS

	CforGood	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine
	Dream Act	Paris	Île-de-France



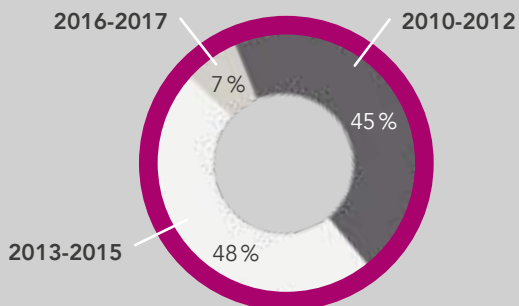
VÉHICULE

	AutoVisual	Paris	Île-de-France
	Beboats	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM	Carizy	Paris	Île-de-France
	Shogunmoto	Montigny-le-Bretonneux	Île-de-France
	VariaPower	Besançon	Bourgogne-Franche-Comté

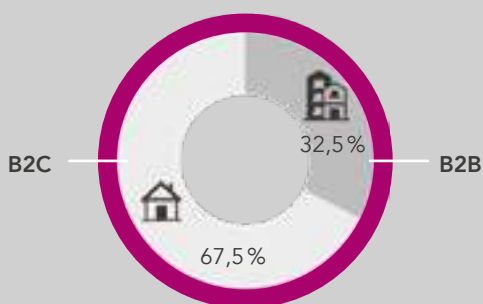


RETAIL ET E-COMMERCE

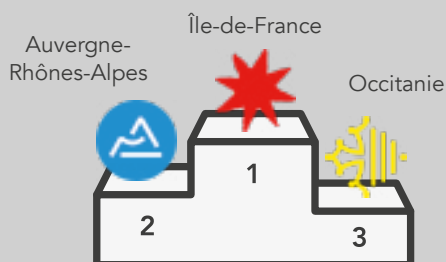
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



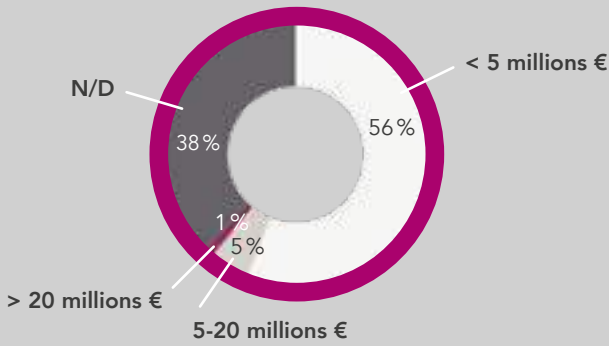
RÉPARTITION B2B, B2C



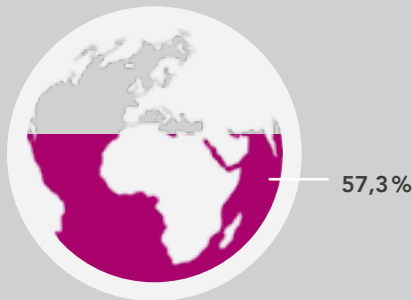
TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

5





SANTÉ

LES STARTUPS FRANÇAISES À LA CONQUÊTE DE LA FILIÈRE SANTÉ

Grâce à ses importantes avancées scientifiques et technologiques, la filière française de la santé est aujourd'hui en mesure de répondre aux défis actuels et à venir. Elle dispose de sérieux atouts pour s'imposer sur plusieurs axes : intelligence artificielle, télémédecine, objets connectés, blockchain ou encore big data.

Dans le monde de la Healthtech, l'intelligence artificielle a un rôle déterminant et trouve ses applications dans de divers domaines. Par l'analyse comportementale et l'aide au développement de nouveaux traitements, l'IA permet notamment de mieux prévenir et prendre en charge les maladies grâce aux données multidimensionnelles récoltées à long terme sur de larges populations : autant d'applications qui à ce jour offrent un immense potentiel pour accompagner la santé dans sa transition numérique.

Calmedica (labellisée « Jeune Entreprise innovante ») développe ainsi des solutions de prise en charge et de suivi médical via sa plateforme Memoquest, pour une meilleure observance des patients et une meilleure efficacité du système de soins. BOT-design de Nextstep-Santé propose quant à elle une offre innovante de messagerie instantanée cryptée et sécurisée, dédiée aux échanges d'informations de santé.

Classée parmi les leaders mondiaux de la recherche sur l'intelligence artificielle, la France compte pas moins de 200 laboratoires et 5 300 chercheurs dans le secteur de la santé et doit offrir d'immenses perspectives pour les investisseurs et créateurs d'entreprises. La compétition reste néanmoins farouche avec la Chine et les États-Unis. D'ici à 2024, l'intelligence artificielle pourrait se répandre dans le secteur médical au point de représenter un marché mondial de 11 Md\$ avec une progression annuelle de 7%, constituant un enjeu considérable¹.

1. <http://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Infographie-comprendre-le-marche-de-l-intelligence-artificielle-28379>

Cependant, l'IA n'est pas la seule technologie effective dans le monde de la Healthtech. En effet, les applications en matière de réalité virtuelle se développent et agissent sur plusieurs domaines comme la thérapeutique, le dentaire, la rééducation, les maladies neurodégénératives, la réanimation cardiaque, etc. Elle trouve aussi toute sa place dans la formation des médecins et dans le diagnostic médical. À noter que la première opération chirurgicale assistée par réalité virtuelle a été réalisée en France en décembre 2017, adressant un signal positif quant à l'application de cette solution dans les situations les plus critiques.

Parmi les entreprises de ce domaine, SimforHealth édite des solutions de simulation numérique pour former les professionnels de la santé. HRV Simulation crée quant à elle des simulateurs de formation appliquée pour les métiers de la santé (dentaire, chirurgie, obstétrique) où la mise en situation réelle du praticien en formation ou de l'étudiant peut se révéler dangereuse, trop onéreuse, ou techniquement impossible.

Au travers de nombreux événements comme Hospitalar au Brésil, Medica-Compamed en Allemagne ou encore Arab Health à Dubaï, Business France s'engage aux côtés de la filière française de la santé pour déployer son savoir-faire et son innovation à l'international. L'Agence organise également des rencontres d'affaires sur les marchés prioritaires autour de la création de « Clubs Santé » lancés dernièrement au Vietnam et au Maroc. Enfin, grâce à ses échanges avec Bpifrance, French HealthCare, les Pôles de Compétitivité et les Clusters, Business France agit concrètement pour la filière française santé et encourage son développement.

D'ICI 2024, L'IA DANS LA SANTÉ POURRAIT REPRÉSENTER 11 MD\$ À L'ÉCHELLE MONDIALE.



JULIEN COMPIÈGNE

Chef de projet Santé chez Business France

 @julienHealth



À PROPOS

Business France, membre fondateur de la French Tech, s'engage pleinement dans le développement international des startups. L'Agence accompagne les startups de la French Tech lors de salons internationaux et leur propose des programmes sur mesure d'immersion et d'accélération. Elle promeut l'écosystème à l'international.



SANTÉ

IA ET ROBOTISATION EN SANTÉ : UNE VISION ÉTHIQUE ET POSITIVE DE LA DIFFUSION DE L'INNOVATION

Le secteur de la santé dans l'écosystème French Tech évolue à une vitesse fulgurante. La rupture technologique est d'ailleurs d'ores et déjà en cours dans notre pays à bien des niveaux, en témoigne la multiplication des startups ayant pour objet de révolutionner les pratiques médicales grâce à la tech.

Dans ce contexte, quelques constats de départ peuvent être posés sur ce mouvement majeur d'innovations. Au niveau mondial, des solutions industrielles sont en cours de déploiement à un niveau avancé sur l'intelligence artificielle (IA) en santé : le système de cognitive computing Watson produit par IBM, spécialisé dans l'oncologie, pose par exemple un diagnostic en croisant les données du patient avec celles d'un corpus étendu, pour accompagner la décision du médecin. Par ailleurs, d'autres exemples étrangers montrent que les problématiques éthiques sont réelles et immédiates. Cette réflexion sur la régulation juridique et éthique de l'IA en santé est cependant encore embryonnaire au niveau européen.

De son côté, la France est au premier niveau mondial s'agissant de la recherche fondamentale sur les algorithmes. Les acteurs de notre système de santé et la French Tech déploient leur force d'innovation sur de nombreux projets de robotisation et d'IA en santé, susceptibles d'être très prometteurs pour l'avenir. La France dispose de bases données en santé de premier ordre permettant de faire significativement progresser notre système de soins en termes d'efficacité et de qualité de prise en charge des patients. L'Institut hospitalo-universitaire Imagine s'est ainsi déjà engagé dans des projets très prometteurs de mobilisation de l'IA appliquée à la recherche en génétique.

Preuve en est, l'initiative Ethik IA réunit d'ores et déjà une équipe de chercheurs et de professionnels du secteur sanitaire et médico-social opérationnels dans les domaines de la régulation de l'IA et de la robotisation en santé. L'objectif opérationnel est de faire en sorte que la France et l'Union européenne se positionnent au premier rang mondial dans l'élaboration d'un dispositif d'acclimatation de l'IA en santé conforme aux exigences d'une société démocratique avancée.

Dans cette perspective, le travail va être intensifié au cours des prochains mois autour de plusieurs axes. Le premier concerne le besoin d'élargir la sensibilisation à la nécessité et aux opportunités de l'investissement dans la régulation du déploiement de l'IA et de la robotisation en santé. Dans le contexte de l'engagement du processus de révision des lois de bioéthique, des principes de régulations positives du déploiement de l'innovation seront identifiés.

L'évaluation des effets RH du déploiement de la robotisation et de l'IA dans le secteur sanitaire et médico-social va ensuite devenir pressante. Le manque d'une méthodologie de chiffrage des effets de suppressions et créations d'emplois se fait en effet fortement ressentir pour le secteur sanitaire et médico-social. Une nouvelle forme d'exercice de la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) peut permettre de répondre à ces enjeux : l'investissement dans la régulation du déploiement de l'IA et de la robotisation.

Des outils pratiques de régulation positive du déploiement de l'IA vont ensuite être proposés, sources de création de valeur pour la France. Un dispositif de « garantie humaine » de l'IA peut ainsi permettre au patient et au médecin traitant de faire appel à un « deuxième regard » humain en cas de doute sur les solutions proposées par l'algorithme. C'est le sens de la notion de « télémedecine de garantie humaine » de l'IA proposée en articulation avec la Société française de télémedecine. Ce dispositif concourt à la régulation du déploiement de l'IA et s'inscrit aussi dans une logique de développement à l'export de l'expertise médicale française.

LA FRANCE DISPOSE DE BASES DONNÉES EN SANTÉ DE PREMIER ORDRE PERMETTANT DE FAIRE SIGNIFICATIVEMENT PROGRESSER NOTRE SYSTÈME DE SOINS



DAVID GRUSON

Professeur à la Chaire Santé de Sciences Po Paris et à l'Université Paris-Descartes

 @GrusonDavid

À PROPOS

David Gruson est professeur à la Chaire Santé de Sciences Po Paris et à l'Université Paris-Descartes. Spécialisé dans le domaine du numérique en santé, il a engagé l'initiative Ethik IA qui vise au développement de leviers de régulation positive de la diffusion de l'IA et de la robotisation en santé.



SANTÉ



ANALYSES MÉDICALES

Avalun	Grenoble	Auvergne-Rhône-Alpes
MilliDrop	Saint-Mandé	Île-de-France
Neolys Diagnostics	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
VitaDX	Rennes	Bretagne

EM



BIEN-ÊTRE ET BEAUTÉ

Bioseptyl	La Ferté-Bernard	Pays-de-la-Loire
Bloomup	Cassis	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Feeligreen	Valbonne	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Kolibree	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Oleos	Mauguio	Occitanie
Onatera	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Rue des Plantes	Nantes	Pays-de-la-Loire



BIOTECH

★ Abivax	Paris	Île-de-France
Alderys	Orsay	Île-de-France
Alms Therapeutics	Illkirch-Graffenstaden	Grand Est
Calixar	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
ElsaLys Biotech	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
★ ENYO Pharma	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
GamaMabs Pharma	Toulouse	Occitanie
Gecko Biomedical	Paris	Île-de-France
HiFiBiO	Paris	Île-de-France
ImCheck Therapeutics	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★ Inotrem	Vandœuvre-lès-Nancy	Grand Est
★ Inventiva	Daix	Bourgogne-Franche-Comté
MaaT Pharma	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
★ MedDay	Paris	Île-de-France

	Poietis	Pessac	Nouvelle-Aquitaine
★	Therachon	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★	Vivet Therapeutics	Paris	Île-de-France

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics



COSMÉTIQUE ET DERMATOLOGIE

EM	Biolie	Vandœuvre-Lès-Nancy	Grand Est
	Evonik Advanced Botanicals	Parcay-Meslay	Centre-Val de Loire
	Genoskin	Toulouse	Occitanie
	StanSea	Saint-Étienne	Auvergne-Rhône-Alpes



DIÉTÉTIQUE

	EffiNov Nutrition	Lorient	Bretagne
	TargEDys	Rouen	Normandie



E-SANTÉ

	1001Pharmacies	Montpellier	Occitanie
EM	Ad Scientiam	Paris	Île-de-France
	Ignilife	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	infoVeto	Paris	Île-de-France
	Klepios	La Calmette	Occitanie
	Pharmarket	Levallois-Perret	Île-de-France
	Unooc	Toulouse	Occitanie



HANDICAP ET ACCESSIBILITÉ

	evoM	Saint-Clément-de-Rivière	Occitanie
	Fingertips	Nice	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Lili smart	Tassin-la-Demi-Lune	Auvergne-Rhône-Alpes
	Vocalyx	Évreux	Normandie



SANTÉ



IMAGERIE ET MONITORING

EM	Argolight	Pessac	Nouvelle-Aquitaine
EM	BodyCap	Caen	Normandie
	Diafir	Rennes	Bretagne
	Keen Eye Technologies	Paris	Île-de-France
	Kinesthesia	Verton	Hauts-de-France



INNOVATIONS SANITAIRES

Tesalys	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
---------	------	----------------------



MEDTECH

Aqualeg	Thouaré-sur-Loire	Pays-de-la-Loire
Axilum Robotics	Strasbourg	Grand Est
Axonic	Vallauris	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Biomodex	Paris	Île-de-France
Cardiawave	Paris	Île-de-France
CarThera	Paris	Île-de-France
CorWave	Clichy	Île-de-France
i-SEP	Nantes	Pays-de-la-Loire
Physio-Assist	Aix-en-Provence	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM TexiSense	Torcy	Île-de-France



OPHTALMOLOGIE

★	GenSight Biologics	Paris	Île-de-France
★	Pixium Vision	Paris	Île-de-France
★	SparingVision	Paris	Île-de-France
★	VISUfarma	Valbonne	Provence-Alpes-Côte d'Azur



PRISE DE RENDEZ-VOUS

Doctolib	Paris	Île-de-France
Planity	Saint-Mandé	Île-de-France
Popmyday	Paris	Île-de-France



SOLUTIONS LOGICIELLES

A3 Surgical	La Tronche	Auvergne-Rhône-Alpes
Anatoscope	Montpellier	Occitanie
Deeplink Medical	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
ethilog	Loos	Hauts-de-France
GenePred	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Inato	Pugnac	Nouvelle-Aquitaine
InSimo	Strasbourg	Grand Est
Lixoft	Antony	Île-de-France
MDoloris Medical Systems	Loos	Hauts-de-France
SOPHiA GENETICS	Montpellier	Occitanie
Synovo	Strasbourg	Grand Est



SOMMEIL ET RELAXATION

Rythm	Paris	Île-de-France
Sensorwake	Nantes	Pays-de-la-Loire



TÉLÉMÉDECINE

Cellnovo	Paris	Île-de-France
Hellocare	La Ciotat	Provence-Alpes-Côte d'Azur
Nomadeec	Latresne	Nouvelle-Aquitaine
Telegrafik	Toulouse	Occitanie
Tilak Healthcare	Paris	Île-de-France



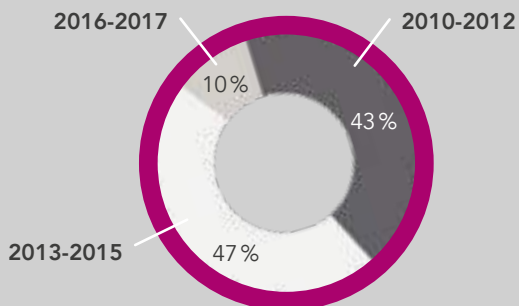
VÊTEMENTS ET OBJETS CONNECTÉS

BioSerenity	Paris	Île-de-France
Enovap	Rosières-près-Troyes	Grand Est
FeetMe	Versailles	Île-de-France
Sublimed	Moirans	Auvergne-Rhône-Alpes

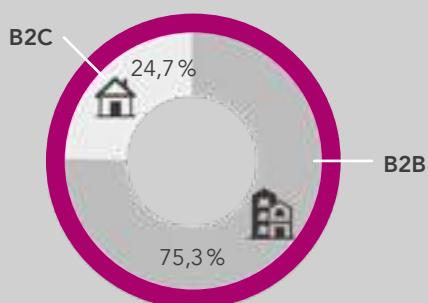


SANTÉ

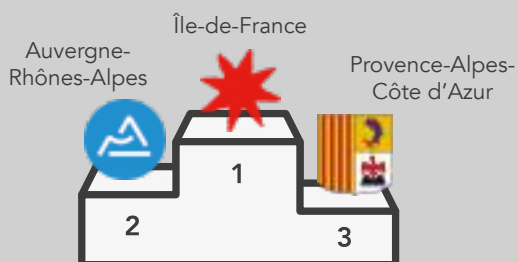
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



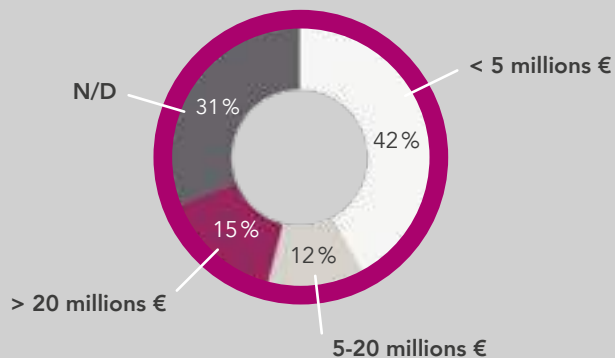
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

24





SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ

L'ESSOR DE L'ÉCOSYSTÈME LEGALTECH FRANÇAIS

Après une première phase d'inquiétude, les professionnels du droit voient désormais d'un meilleur œil l'émergence de nouvelles solutions innovantes ayant toutes fait le choix du cloud. Comme le rappelle Christiane Féral-Schuhl, présidente du CNB¹, « Ne soyons plus dans la résistance mais dans l'accompagnement au changement qui s'impose. »²

Avec une visibilité et un financement en augmentation, la Legaltech atteint en France un point de maturité. Après le temps de l'émergence des acteurs et de l'évangélisation du marché (le secteur comptait 6 startups en 2015 !), place à la création de valeur : il existe aujourd'hui près d'une centaine de startups Legaltech. Celles-ci proposent des solutions adaptées aux trois enjeux majeurs du marché : relation client, digitalisation, et agilité, aussi bien interne que pour s'adapter en temps réel à l'évolution de l'écosystème.

C'est sur la capacité des legaltechs à proposer des solutions tournées vers l'utilisateur (aussi bien le justiciable que le professionnel du droit) que se jouera la croissance du secteur. Et sur ce point, les remontées clients sont claires : ergonomie, fonctionnalités et communication entre les différentes solutions sont les éléments-clés. Pour cela, un travail d'interface au sein de l'écosystème et d'accompagnement au changement des utilisateurs est plus que jamais nécessaire.

Schématiquement, le marché des legaltechs peut être divisé en trois catégories. La première, ce sont les acteurs qui concurrencent partiellement les avocats et les juristes, sur leurs services d'entrée de gamme et pouvant être automatisés. Ces acteurs proposent à l'utilisateur final d'accéder à un premier niveau d'autonomie dans ses obligations juridiques (création d'entreprise, divorce...) accompagné au besoin de conseils d'avocats spécialisés. Legalstart, Captain Contrat ou demanderjustice.com sont quelques-unes des solutions les plus en pointe.

La seconde catégorie, la plus nombreuse, regroupe les solutions B2B, proposant aux acteurs du droit eux-mêmes des services à valeur ajoutée permettant de gagner en productivité et de développer leur activité : mise en relation avocat-client (mon-avocat),

1. Conseil National des Barreaux

2. Interview Village de la Justice, 8 janvier 2017

édition de contenus juridiques (OpenDalloz ou Doctrine), plateformes d'arbitrage (eJust, Fast Arbitre), ou encore des solutions de gestion entièrement cloud et mobiles (Jarvis Legal).

La troisième catégorie, enfin, s'appuie sur des technologies de pointe en phase d'expérimentation. Par exemple, les smart contracts s'approprient à révolutionner les métiers du juridique : imaginez pouvoir créer un modèle de contrat, alimenté automatiquement par un formulaire saisi par le client sur votre site Internet. Certains paragraphes, certaines phrases n'apparaîtront qu'en fonction des informations renseignées par le client. Plusieurs personnes pourront en même temps apporter des modifications ou commenter le document. Il est ensuite signé numériquement par toutes les parties, partagé en un clic et sauvegardé et horodaté dans la blockchain, y compris les avenants et futures modifications. Les clauses pourront également se déclencher automatiquement. Ce smart contract offre à toutes les parties (avocat, client, professionnel du droit) un processus de création de contrat efficace, collaboratif et parfaitement sécurisé. C'est un marché considérable avec pour le moment très peu d'acteurs, mais pour combien de temps ?

Les solutions Legaltech sont désormais matures sur le plan technologique et se sont lancées dans une phase de conquête du marché. C'est l'heure de vérité : les utilisateurs sont-ils prêts à faire évoluer leurs usages ? Les promesses techniques sont-elles réellement délivrées au client ? L'ergonomie est une condition-clé de la réussite. Chacun peut ainsi se saisir de la technologie facilement, sans bagage particulier.

La richesse fonctionnelle est également importante, afin de délivrer la valeur ajoutée attendue dès les premiers usages. Cela passe notamment par l'intégration des différentes sources d'information relatives aux clients (Legaltech, Fintech, Assurtech...). Accéder à tout l'écosystème de manière intégrée au travers d'un seul point d'entrée, d'une seule interface : voilà une valeur ajoutée décisive pour le professionnel du droit. C'est pourquoi il est utile que l'information circule facilement au travers d'API robustes et performantes. Chaque acteur de la Legaltech pourra alors se concentrer sur sa réelle valeur ajoutée, là où il offre la meilleure expérience pour l'utilisateur final.

LES SOLUTIONS LEGALTECH SONT DÉSORMAIS MATURES SUR LE PLAN TECHNOLOGIQUE ET SE SONT LANCÉES DANS UNE PHASE DE CONQUÊTE DU MARCHÉ.



MARTIN BUSSY

Cofondateur et directeur général de Jarvis Legal

 @politica_XXI



À PROPOS

Présent dans 27 pays pour plus de 6 000 utilisateurs, Jarvis Legal est la solution de gestion la plus intuitive du marché. Elle permet aux cabinets d'avocats de gagner en productivité, de développer leur relation client et d'accéder à tous leurs logiciels utiles grâce à la plateforme API.



SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ

L'ÉMERGENCE D'UN MARCHÉ DE LA CONFIANCE NUMÉRIQUE

Avec la naissance de technologies conçues pour le traitement massif de données, l'essor des interfaces de programmation (API) et l'amélioration de l'expérience utilisateur, il est de plus en plus facile et de moins en moins coûteux de collecter des données personnelles.

L'individu laisse des traces à son insu sur Internet. En utilisant une application en ligne, l'individu génère des données personnelles : historiques de recherche et d'achat, géolocalisation, etc. Les données collectées ne se limitent donc pas aux données explicitement partagées par l'individu, elles comprennent également les données qui se rapportent à son activité.

Par ailleurs, l'exploitation intensive des données personnelles permet aux entreprises de l'économie de l'information d'atteindre des rendements d'échelle exponentiels. Le rapport Collin et Colin sur la fiscalité de l'économie numérique¹, explique en effet que l'individu, grâce aux données qu'il génère, « contribue à la production d'une valeur à l'attention d'autres utilisateurs ». Si l'utilisation de l'application est souvent gratuite pour l'utilisateur, ce dernier n'est pas rémunéré pour la valeur qu'il crée, ce qui permet à l'entreprise qui traite ses données de dégager des niveaux de marge élevés.

On a ainsi assisté à la démultiplication des modèles d'affaires reposant sur le suivi systématique et régulier des individus. Cette ruée vers le « nouvel or noir » a inévitablement engendré de nombreuses pratiques abusives, certains ayant – volontairement ou non – négligé la responsabilité qui leur incombait dès lors qu'ils exploitaient des données personnelles. La protection de ces données relève pourtant des droits fondamentaux, au même titre que la liberté d'expression. La couverture médiatique de ces abus n'est pas sans conséquences : trois Français sur quatre sont inquiets quant à la sécurité de leurs données personnelles. Cette prise de conscience reste néanmoins, pour le moment, plus théorique que pratique : un internaute sur deux déclare n'avoir jamais lu les CGU des services qu'il utilise².

1. Pierre COLLIN, Nicolas COLIN, « Mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique », janvier 2013.

2. MAIF et Reputation Squad, « Mes Datas et Moi », janvier 2018.

LES 3 OBJECTIFS DU RPGD : RENFORCER LES DROITS, RESPONSABILISER LES ACTEURS ET CRÉDIBILISER LA RÉGULATION.

Face à cette situation, le législateur européen a réagi avec l'adoption du règlement général sur la protection des données (RGPD). Le RGPD poursuit trois objectifs : renforcer les droits des personnes, responsabiliser les acteurs traitant des données et crédibiliser la régulation.

Dans ce contexte, de nouveaux acteurs décident d'adopter une position différente qui consiste à placer la protection des données personnelles au cœur même de leur modèle d'affaires et d'en faire un véritable avantage concurrentiel. Certains outils, comme Onecub ou Cozy Cloud, permettent ainsi à l'individu de réunir l'ensemble de ses données personnelles, et d'autoriser, ou non, chacun des services qu'il utilise à y accéder. L'individu peut à tout moment, par le biais d'un tableau de bord, contrôler les accès consentis. Autre illustration avec Qwant, le moteur de recherche qui « respecte la vie privée ». La jeune entreprise souhaite offrir des résultats de recherche pertinents sans avoir à collecter les données personnelles de ses utilisateurs. Le modèle économique repose sur la publicité, non ciblée, dans la mesure où les recherches sont anonymes.

Avec la prise de conscience de l'importance de protéger ses données personnelles, le renforcement du cadre juridique applicable et les premières initiatives tendant à renverser le paradigme, les conditions semblent désormais réunies pour l'émergence d'un marché de la confiance numérique. C'est là le pari qu'ont décidé de relever les acteurs de la Privacy Tech !



OLIVIER DION ET BASSEL MALAKANI

Fondateur de Onecub

 @Onecub

Legal Business Developer chez Onecub

 @bassel_malakani



onecub

À PROPOS

Avec le RGPD, l'UE introduit le droit à la portabilité des données personnelles. Onecub est une solution de portabilité des données qui permet à un individu de récupérer les données qu'il génère sur un service pour les transmettre à un autre.



SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ



ADMINISTRATION ET GESTION

	Agipaie	Paris	Île-de-France
	Aston iTF	Nancy	Grand Est
EM	Domos Kit	Mont-Saint-Aignan	Normandie
	Dougs	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
EM	Expensya	Paris	Île-de-France
	Fred de la compta.	La Hapelle-Saint-Mesmin	Centre-Val de Loire
	ILoveTax	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
	Movinmotion	Arcueil	Île-de-France
★	Opencell	Dijon	Bourgogne-Franche-Comté
	Papernest	Paris	Île-de-France
	Permettez-moi de construire	Lille	Hauts-de-France
	SeDomicilier	Paris	Île-de-France
	statutentreprise.com	Floirac	Nouvelle-Aquitaine
★	Wity	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
	Wonder Legal	Paris	Île-de-France



AUTHENTIFICATION

★	AriadNEXT	Cesson-Sévigné	Bretagne
EM	Athéor	Montpellier	Occitanie
	ContentArmor	Cesson-Sévigné	Bretagne
★ EM	CopSonic	Montauban	Occitanie
EM	Cypheme	Paris	Île-de-France
EM	KeeeX	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	TrustInSoft	Paris	Île-de-France
	United Biometrics	Orsay	Île-de-France
	Yousign	Caen	Normandie

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics





CIVICTECH

Cap Collectif	Paris	Île-de-France
CityLity	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Digital Box	Neuilly-sur-Seine	Île-de-France
Gogowego	Pompertuzat	Occitanie
Multivote	Paris	Île-de-France
Qucit	Bègles	Nouvelle-Aquitaine
We Are Ants	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine



LEGALTECH

Agence Juridique	Paris	Île-de-France
Algodone	Montpellier	Occitanie
Assurup	Paris	Île-de-France
Avostart	Paris	Île-de-France
Captain Contrat	Paris	Île-de-France
Doctrine	Paris	Île-de-France
eJust	Paris	Île-de-France
Flash Avocat	Paris	Île-de-France
Jarvis Legal	Paris	Île-de-France
Legalstart	Paris	Île-de-France
MaPreuve	Villeneuve d'Ascq	Hauts-de-France
Meet-Pro	Béziers	Occitanie
Mon-avocat.fr	Paris	Île-de-France
MyNotary	Paris	Île-de-France
RefundMyTicket	Pantin	Île-de-France
TacoTax	Vincennes	Île-de-France



SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ



PRIVACYTECH

	Cozy Cloud	Puteaux	Île-de-France
EM	ICARE Technologies	Ajaccio	Corse
	Lima Technology	Ville-d'Avray	Île-de-France
	Newmanity	Paris	Île-de-France
EM	Novathings	Saint-Cannat	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM	Onecub	Paris	Île-de-France
★	Qwant	Paris	Île-de-France
★	Wooxo	La Ciotat	Provence-Alpes-Côte d'Azur



SECURETECH

	3dTrust	Colomiers	Occitanie
	Alsid	Paris	Île-de-France
★	Brainwave GRC	Asnières-sur-Seine	Île-de-France
	CybelAngel	Paris	Île-de-France
	DataDome	Paris	Île-de-France
	Difenso	Nantes	Pays-de-la-Loire
	HTTPCS by Ziwit	Montpellier	Occitanie
	Krono-Safe	Orsay	Île-de-France
	Mysafedéal	Paris	Île-de-France
★	Pradeo	Montpellier	Occitanie
EM	Scaled Risk	Paris	Île-de-France
	SecludIT	Valbonne	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★	Sentryo	Villeurbanne	Auvergne-Rhône-Alpes
★ EM	Stratumn	Paris	Île-de-France
	Yogosha	Boulogne-Billancourt	Île-de-France



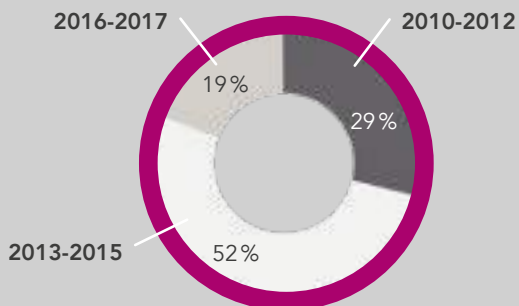
SURVEILLANCE ET PROTECTION

	3D Counting	Nantes	Pays-de-la-Loire
	Aquila	Paris	Île-de-France
EM	Geoïde Crypto&Com	Besançon	Bourgogne- Franche-Comté
	Kiwatch	Orvault	Pays-de-la-Loire
	TRAD112	Grosseto Prugna	Corse
EM	Urban Circus	Paris	Île-de-France

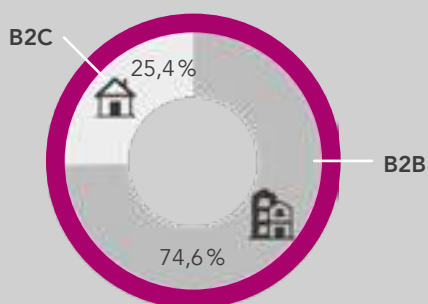


SERVICES JURIDIQUES ET SÉCURITÉ

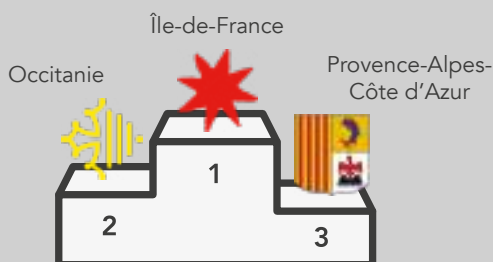
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



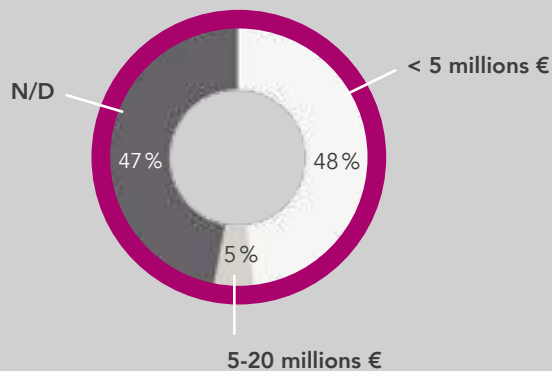
RÉPARTITION B2B, B2C



TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS

9





VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS

QUELLE MOBILITÉ POUR DEMAIN ?

Mobilité propre et véhicule électrique, mobilité collaborative, dématérialisation ou micromobilité : les tendances de la mobilité sont diverses et variées. Parmi ces initiatives, trois points de tendance semblent clés : le véhicule autonome, la chaîne de mobilité et l'utilisation de la blockchain.

Les systèmes d'aide à la conduite poussent le conducteur à une délégation croissante de la tâche de conduite à l'intelligence du véhicule, en coopération ou en action directe en cas de danger immédiat, sous la supervision du conducteur. Ces éléments d'automatisation préfigurent le déploiement de véhicules automatisés, sans supervision du conducteur, qui se déclineront sous différentes formes dans les années à venir, tout comme les navettes de transport en commun qui existent et fonctionnent déjà. Le rapport *Mobility Nation* du BCG estime ainsi que des véhicules 100 % autonomes seront commercialisés autour de 2025.

Tout s'accélère : lors du dernier CES de Las Vegas en janvier, Nvidia, entreprise spécialisée dans le développement des cartes graphiques, et Uber ont officiellement annoncé un partenariat pour travailler ensemble sur les véhicules autonomes. Du côté des navettes, la startup lyonnaise Navya a présenté son Autonom Cab, une navette sans volant ni pédales. Enfin, certains constructeurs ont fait des annonces ambitieuses : Honda prévoit la commercialisation de véhicules de niveau 4, conduite automatisée dans des situations définies, sans contrôle et sans reprise en main par le conducteur, en 2025. Quoi qu'il en soit, cela pousse d'autant plus à repenser le véhicule dans son ensemble (utilisation, stationnement, propriété, etc.).

Repenser le véhicule dans son ensemble, c'est repenser sa place dans la chaîne de mobilité. On note que 30 % des habitants majeurs de la région Île-de-France possèdent un véhicule motorisé et en parallèle un abonnement de transport collectif, se servant de façon fréquente des deux modes¹. Le tout-voiture n'est plus un absolu et semble être de moins en moins un réflexe. C'est donc la mobilité dans sa globalité qui est à réimaginer : de plus en plus de bouquets de mobilité proposant des panels de services se développent, tels que Free2Move (Groupe PSA), dont la volonté est de vendre un trajet, d'un point à un à autre, quel que soit le mode.

1. Rapport *Mobility Nation* du BCG

Dans une autre dimension, la startup française Tictactrip se présente comme un combinateur et surtout un comparateur de trajets intermodaux, et prépare la possibilité de payer directement sur sa plateforme. Toute la force de ces solutions est de disposer d'une variété d'option de trajets et de transports, toutes rassemblées sur une seule plateforme, mais aussi de proposer des trajets décloisonnés et plus en silos par mode, comme c'est le cas traditionnellement.

Pour accompagner les évolutions et révolutions d'usages dans le secteur de la mobilité, la blockchain fait ici son entrée. La startup française Pack'n Drive est en effet précurseur dans ce secteur avec sa solution Chainly, qui vise à automatiser le processus d'indemnisation des sinistres grâce à la blockchain, tout en réduisant et en simplifiant les délais de traitement des assurances. L'intérêt est ici de rendre plus fluide et plus transparent le parcours de déclaration de sinistre et donc d'offrir une meilleure expérience au client. En allant plus loin, on peut par exemple imaginer à l'avenir la création de blockchains pour gérer de façon autonome une flotte de véhicules. Tout l'enjeu de la blockchain pour la mobilité sera d'aller au-delà du buzz et de ne pas laisser la « bulle » éclater sans avoir exploré les possibilités offertes par cette technologie.

**À L'HEURE OÙ LE « TOUT-VOITURE »
N'EST PLUS UN ABSOLU, C'EST
LA MOBILITÉ DANS SA GLOBALITÉ
QUI EST À RÉIMAGINER.**



MARIE ELDIN

Responsable projets Solutions de Mobilité
Intelligente et Sécurité des Usagers de la Route,
Pôle de compétitivité Mov'eo

 @MarieEldin

mov'eo
Imagine mobility

À PROPOS

Pôle de compétitivité Automobile et Mobilité basé en Île-de-France et en Normandie, Mov'eo accompagne les entreprises pour favoriser les projets d'innovation, le financement de projets R&D et le business collaboratifs entre ses membres.



VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS

DES VOYAGES PLUS PERSONNALISÉS ET PLUS HUMAINS

L'écosystème tech dans le secteur du voyage connaît une véritable accélération qui va de pair avec des mutations plus profondes de la façon dont nous voyageons. La technologie a longtemps permis d'acheter son voyage en ligne, mais l'expérience client était presque exclusivement cantonnée à l'argument choc du prix, à grands renforts de promos dernière minute. Le travel 1.0 rendait le voyage plus accessible, mais pas différent du moule du tourisme de masse tel qu'il était déjà popularisé. En quelques années cependant, nous sommes passés d'une ère transactionnelle au voyage comme art de vivre. Aujourd'hui, la technologie vient certes nourrir l'écosystème et probablement automatiser certaines tâches, mais le secteur du voyage (re)devient profondément humain.

Avec l'essor de la French Tech, de nombreuses plateformes permettent en effet aux particuliers de devenir, à leur tour, acteurs du tourisme. Les plus connues comme Blablacar, mais aussi d'autres start-up comme Tinkuy qui propose de rencontrer gratuitement des locaux dans le monde entier, ou encore Tripnco, de découvrir les bons plans sports et les sorties organisées par des particuliers. En prenant en charge « online » le paiement et la logistique, les plateformes permettent au voyageur d'apprécier d'autant plus la véritable expérience de voyage « offline ».

Dans un pays comme la France où le tourisme représente environ 7 % du PIB¹, permettre aux habitants d'accueillir des voyageurs, de proposer des activités ou encore de pratiquer le covoiturage ouvre une toute nouvelle dimension qui participe à l'objectif du pays d'accueillir 100 millions de voyageurs à horizon 2020. Les derniers chiffres publiés par l'INSEE² début avril montrent ainsi une année record avec une hausse de la fréquentation de plus de 5%.

Une dernière tendance qui se dessine particulièrement dans le secteur du voyage : le besoin de donner davantage de sens, de repasser du rôle de touriste à celui de voyageur. Les destinations alternatives et locales ont la cote. Dans son *Travel trends report* 2018, Pinterest notait en effet une augmentation de 146 % des enregistrements pour le terme « local travel », illustrant la quête d'un tourisme plus ancré dans la culture du territoire.

1. <https://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/chiffres-cles-tourisme>

2. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3526154>

En France, les courts séjours à la campagne sont donc en plein boom, boostés par un besoin croissant de se rapprocher de la nature. Près de 8 français sur 10 aimeraient ainsi réaliser un court séjour à la campagne dans les 12 prochains mois³. Avec un réseau comme Bienvenue à la Ferme, ou encore la plateforme Mon Beau Terroir, les voyageurs peuvent facilement entrer directement en contact avec des agriculteurs partout en France pour visiter une exploitation ou y séjourner, et (re) découvrir la richesse du terroir. Les Français sont même prêts à participer financièrement à des projets d'agritourisme, comme le montre le succès de la plateforme Miimosa, qui se spécialise dans le financement participatif de projets dans ce secteur.

Loin de désincarner le secteur du voyage, la technologie accompagne les mutations du secteur vers une plus grande personnalisation, une place plus importante de l'humain dans l'expérience de voyage, et *in fine*, plus de sens. Alors que nous n'avons jamais autant voyagé et que l'Organisation Mondiale du Tourisme prévoit une croissance continue du secteur pour les prochaines années⁴, on voit émerger une nouvelle typologie de voyages plus intelligents, et moins artificiels !

LE SECTEUR DU VOYAGE (RE)DEVIENT PROFONDÉMENT HUMAIN.



SARAH ROY

Responsable RP d'Airbnb en France

 @shoukoujo



À PROPOS

Fondée en 2008, Airbnb est une communauté mondiale d'hôtes et de voyageurs qui permet de planifier des voyages exceptionnels : du lieu de votre séjour en passant par les activités que vous pratiquez et les personnes que vous rencontrez. En France, plus de 500 000 annonces sont proposées dans plus de 22 000 communes, à Paris, dans les grandes villes, à la mer, la montagne, ainsi qu'à la campagne.

3. Sondage Kantar TNS pour Airbnb et l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques (ADRT) d'Eure-et-Loir publié en avril 2018

4. UNWTO Tourism towards 2030 global overview



VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS



ASSISTANT VOYAGEUR

	Cleanfox	Paris	Île-de-France
★	Conztanz	Valbonne	Provence-Alpes-Côte d'Azur
EM	Destygo	Paris	Île-de-France
	JOUL	Paris	Île-de-France
EM	Liberty Rider	Toulouse	Occitanie
	Wemap	Montpellier	Occitanie



AUTOPARTAGE & COVOITURAGE

	Drivy	Paris	Île-de-France
	GoMore	Paris	Île-de-France
	Karos	La-Celle-Saint-Cloud	Île-de-France
	Koolicar	Versailles	Île-de-France
★	OuiCar	Paris	Île-de-France
	TravelCar	Pantin	Île-de-France



DÉMÉNAGEMENT

	Simply Move	Nantes	Pays-de-la-Loire
	Trusk	Paris	Île-de-France



GUIDES ET RÉSERVATIONS

	Ceetiz	Paris	Île-de-France
	Départ Demain	Paris	Île-de-France
	Libertrip	Lille	Hauts-de-France
	Rue des Vignerons	Montreuil	Île-de-France
	Staycation	Paris	Île-de-France
	Sun Trade Travel	Versailles	Île-de-France
	Trip Adékua	Loperhet	Bretagne
	Voy'Agir	Montpellier	Occitanie

★ Pépite Génération French Tech 2018

EM Startup notée par EarlyMetrics



HÉBERGEMENT

Bnbsitter	Paris	Île-de-France
Chez Nestor	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Dayuse	Paris	Île-de-France
★ GuestToGuest	Paris	Île-de-France
Homerez	Paris	Île-de-France
Km127	Les Bottereaux	Normandie
NightSwapping	Lyon	Auvergne-Rhône-Alpes
Popliday	Urrugne	Nouvelle-Aquitaine



LIVRAISON ET LOGISTIQUE

Chronotruck	Paris	Île-de-France
Colisweb	Lille	Hauts-de-France
Cubyn	Paris	Île-de-France
EverRoad	Paris	Île-de-France
EM ffly4u	Toulouse	Occitanie
FretLink	Boulogne-Billancourt	Île-de-France
Innlog	Olonne-sur-Mer	Pays-de-la-Loire
EM Myflyingbox	Cagnes-sur-Mer	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★ PackLink	Saint-Cloud	Île-de-France
Shippeo	Paris	Île-de-France
★ Stuart	Paris	Île-de-France
Wing	Saint-Denis	Île-de-France



VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS



LOCATION DE VÉHICULE

★	Cityscoot	Paris	Île-de-France
	Fast Lease	Levallois-Perret	Île-de-France
	LuckyLoc	Paris	Île-de-France
	Toosla	Reims	Grand Est
	TOTEM mobi	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	Virtuo	Paris	Île-de-France
	Wheeliz	Chennevieres-sur-Marne	Île-de-France
	Yescapa	Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine



MOBILITÉ INCLUSIVE

	AutoNomad Mobility	Valenciennes	Hauts-de-France
	CityZen Mobility	Paris	Île-de-France
EM	Cosmo Connected	Paris	Île-de-France
EM	Géonomie	Orléans	Centre-Val de Loire
	MobiJump	Le Tampon	La Réunion



OUTILS DE GESTION

EM	Innov'ATM	Cugnaux	Occitanie
	Milanamos	Saint-Laurent-du-Var	Provence-Alpes-Côte d'Azur
★	Sequoiasoft	Biot	Provence-Alpes-Côte d'Azur



SORTIES ET VISITES

	Rendezvouscheznous	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	VizEat	Paris	Île-de-France

P STATIONNEMENT

	Blue Valet	Mérignac	Nouvelle-Aquitaine
EM	Hikob	Villeurbanne	Auvergne-Rhône-Alpes
	OnePark	Paris	Île-de-France
	ParkingMap	Paris	Île-de-France
	TravelCar	Paris	Île-de-France
	Zenpark	Nantes	Pays-de-la-Loire



TAXI & VTC

	Marcel	Paris	Île-de-France
	Parkopoly	Courbevoie	Île-de-France
	SeaBubbles	Paris	Île-de-France
	Voitures Noires	Paris	Île-de-France



TRANSPORT AÉRIEN ET MARITIME

★	La Compagnie, Boutique Airline	Le Bourget	Île-de-France
	Marin d'Eau Douce	Paris	Île-de-France
★	MisterFly	Paris	Île-de-France
	Option Way	Valbonne	Provence-Alpes-Côte d'Azur
	SamBoat	Artigues-près-Bordeaux	Nouvelle-Aquitaine



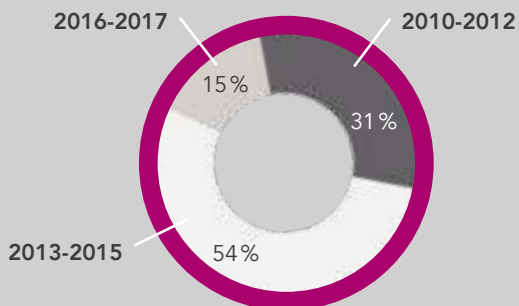
VÉHICULE INTELLIGENT

	Chargemap	Schiltigheim	Grand Est
	Human Concept	Nantes	Pays-de-la-Loire
	Mobility Tech Green	Rennes	Bretagne
★	Navya	Villeurbanne	Auvergne-Rhône-Alpes
	Nino Robotics	Clermont-L'Herault	Occitanie
	Saebre	Schiltigheim	Grand Est
EM	Stanley Robotics	Versailles	Île-de-France
	WayKonect	Lille	Hauts-de-France
	Xee	Marquette Lez Lille	Hauts-de-France
	Ze-Watt	Toulouse	Occitanie

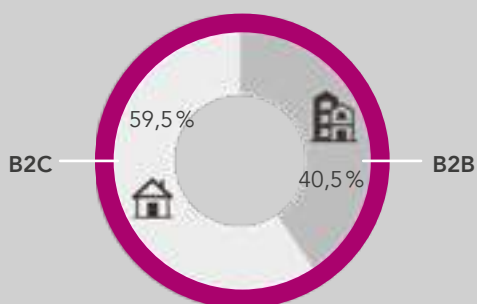


VOYAGE, HÔTELLERIE ET MOBILITÉS

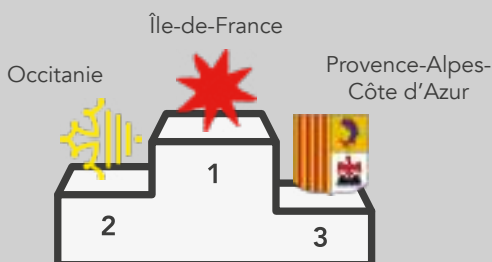
RÉPARTITION PAR ANNÉE DE CRÉATION



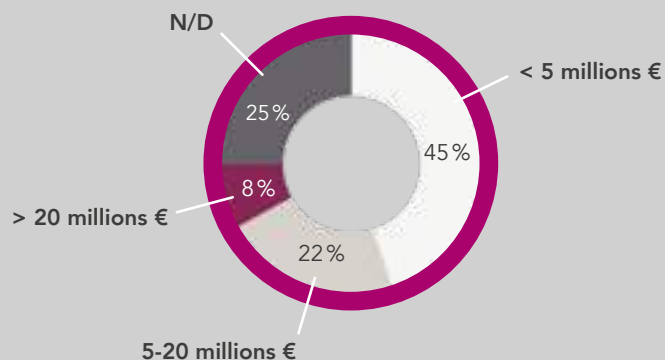
RÉPARTITION B2B, B2C



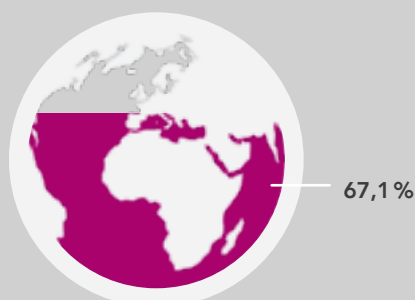
TOP 3 DES RÉGIONS



RÉPARTITION PAR TRANCHES DE LEVÉES DE FONDS



PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL



BREVETS DÉPOSÉS





LES PARTENAIRES



Business France, l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française, s'investit pleinement dans le développement des startups à l'international et est l'un des membres fondateurs de la French Tech.

Nous nous positionnons aujourd'hui comme accélérateur de startups au travers notamment d'un programme structuré à 3 niveaux :

1. **Ignition** : vise à faire décoller rapidement une startup jeune en l'accompagnant sur les événements incontournables de la Tech (sélection par concours) après l'avoir préparé, ce afin de lui donner de la visibilité et d'attirer l'attention d'investisseurs et de clients potentiels.
2. **Immersion** : aide les startups plus matures à se développer et valider leurs marchés prioritaires et les assiste dans le « Go to market » via de l'accompagnement individuel ou collectif (par exemple les French Tech Tour/Days ou programmes Ubi-mobility)
3. **Impact** : programme exigeant de 5/10 semaines à destination des startups matures et qui veulent réussir et s'installer durablement sur un marché avancé (USA et Chine) en matière de nouvelles technologies, dans le cadre de programmes sélectifs et intenses.

Notre réseau mondial composé de 85 bureaux dans 64 pays constitue notre force pour connecter les jeunes pousses françaises à des investisseurs, clients et partenaires étrangers. Les équipes Business France travaillent aussi à promouvoir l'attractivité et l'image économique de la France via notamment la marque French Tech pour attirer les investisseurs étrangers qui sont très friands de projets innovants.

Enfin, de plus en plus de start-ups font appel au V.I.E (Volontariat International en Entreprise), dispositif géré par Business France, qui offre, avant tout, un gain de temps et une réactivité accrue dans la gestion des ressources humaines à l'international. La flexibilité de ce contrat unique au monde permet aux start-ups et entreprises innovantes de se renforcer à l'international.

Frédéric Rossi

WWW.BUSINESSFRANCE.FR

 @businessfrance



HELLO OPEN WORLD INSPIRED BY KPMG



Depuis cinq ans, KPMG, leader des métiers de l'audit et du conseil, investit fortement en matière d'innovation et de technologies au service de la croissance et la transformation de ses clients et partenaires.

En juin 2017, à l'occasion de Vivatech, rendez-vous international de l'innovation, KPMG a décidé d'accélérer, en lançant l'initiative « Hello Open World », mouvement phygital international d'OPEN INNOVATION.

Les vagues plus nombreuses, plus denses, plus rapides, d'innovations technologiques et d'usages, envahissent notre quotidien et transforment notre manière de travailler, d'apprendre, de nous soigner, de consommer, de voyager... L'arrivée de nouveaux acteurs disruptifs révolutionne chaque jour nos territoires économiques, sociaux et sociétaux.

« Les entreprises se doivent de parier sur l'innovation ouverte, et accepter la coopération comme alternative à l'action individuelle »

Fort de ce constat, HOW s'est donné pour mission de faire éclore et concrétiser des solutions agiles pour la croissance et la transformation. « In Good Company », les acteurs de l'écosystème partagent et font converger leurs initiatives et solutions technologiques pour inventer ou réinventer ensemble de nouveaux modèles économiques, les métiers de demain ainsi que des nouveaux modes de coopération.

L'innovation ouverte nous invite concrètement à co-construire, à apprendre les uns des autres et à gagner en agilité. Chaque membre de l'initiative HOW est à la fois contributeur et bénéficiaire de ce mouvement.

HOW, accélérateur de Business, c'est :

- Un média collaboratif
- Un réseau social de partage
- Des événements sectoriels, métiers et technologiques

KPMG, par ses expertises internationales, cross-sectorielles et multi métiers, est un partenaire de confiance respectueux de l'identité et l'indépendance de chacun de ses membres.

Hello Open World est aussi bien une solution collaborative pour la croissance et la transformation de nos clients et partenaires, que pour notre propre transformation culturelle face aux défis qui nous attendent.

Michel Paolucci

WWW.HELLOOPENWORLD.COM

 @HelloOpenWorld

SNCF RÉSEAU

WWW.SNCF-RESEAU.FR

 @ProgrammeAIR



Au sein de la Direction Innovation de SNCF Réseau, le Programme AIR (Accélération Innovation Rupture) a pour mission d'apporter un soutien à chaque personne de SNCF Réseau qui souhaite travailler avec une start-up. C'est au travers d'un accélérateur de projets qui a accompagné 35 projets en 3 ans que cette mission est accomplie.

L'accélérateur de projets met en relation des porteurs de projets SNCF Réseau ayant des problématiques métiers avec des startups pouvant y répondre grâce aux technologies qu'elles développent. Le programme AIR accompagne ce binôme dans la contractualisation, l'élaboration, le test et la validation d'un POC (*Proof of Concept*) afin d'accélérer la mise en place de collaborations innovantes, et d'en favoriser l'industrialisation. Cet accompagnement se base notamment sur les principes de la démarche *design thinking* : développer des projets à l'aide de technologies matures, répondant aux usages métiers, en mesurant la valeur/performance industrielle apportée à l'entreprise et en définissant la gouvernance.

Le couplage de ce coaching et de la mise en place d'un réseau de partenaires internes très diversifié (SNCF Développement, DSI Réseau, Achats et Juridique) apporte de la robustesse à ces projets et favorise leur industrialisation.

L'accélérateur de projets accompagne également le business développement des start-ups. Un des principes sur lesquels le Programme AIR repose est de considérer la start-up comme un partenaire. A ce titre, leur développement est bénéficiaire pour les deux partis. Le Programme contribue donc à leur développement à travers des ateliers, des notations et des passages devant des panels d'investisseurs.

En complément de l'accélérateur, le Programme AIR a une mission de centralisation et de redistribution des informations en liens avec les start-ups et SNCF Réseau. Cela passe par une veille de l'écosystème, une présence sur les événements médiatiques et une communication interne pour contribuer à la culture d'innovation de l'entreprise.

Sami Yacoubi



La démarche était disruptive, audacieuse, et pleine d'aspirations : en 1934, 156 instituteurs se réunissaient au café des Marronniers, à Fontenay le Comte, pour fonder la MAAIF, première société mutuelle d'assurance. À l'origine, un lieu favorisant l'échange, le partage, la confrontation d'idées, et ainsi la rencontre de volontés individuelles en une seule volonté collective.

En 2017, alors que chacun s'essaye à la transformation numérique par crainte d'être dépassé par un monde courant toujours plus vite, cette histoire de lieu résonne une nouvelle fois avec l'ouverture du MAIF START UP CLUB (<https://www.maifstartupclub.com>) ; un lieu singulier, révélant au public l'ensemble de ce qu'est la MAIF depuis sa création : de l'engagement, de l'ouverture, de la réflexion, de la curiosité, de l'audace et de la confiance.

Un an plus tard, nous souhaitions aller encore plus loin dans cette incarnation de l'esprit MAIF. En 2018, cet esprit est aussi un écosystème d'écosystèmes où se croise startups, associations, hacktivites, fonds d'investissement, industriels et freelances. Passeur entre l'ancienne et la nouvelle économie, entre la nécessité de l'exécution et l'importance de l'impact, nous voulions complètement nous ouvrir à tous nos partenaires et faire savoir que le métissage des cultures et l'hybridation des talents forment une source d'énergie perpétuelle, utile au progrès de chacun. Fort de cette conviction, nous avons ainsi créé le MAIF START UP CLUB (<https://www.maifstartupclub.com>).

Le MAIF STARTUP CLUB s'inscrit dans la continuité du mouvement que nous avons entrepris, d'abord discrètement puis de façon très assumée dès 2015 en nous engageant pour soutenir l'économie collaborative et les pratiques émergentes. ASSURER les nouveaux usages en revisitant notre cœur de métier et en déployant une expérience « STARTUP » pour nous adapter, SOUTENIR et FINANCER des STARTUPS affinitaires avec nos fonds Maif Avenir et MISS (Maif Investissement Social et Solidaire) pour nous transformer, EXPLORER des usages et des modèles en créant nous-mêmes nos plateformes comme www.travailleurs-independants.fr ou encore www.souse.fr et enfin ANIMER notre écosystème pour permettre les rencontres, rendre capable chacun d'entre nous, pour rendre possible nos projets, telles sont nos motivations, renforcées aujourd'hui avec le MAIF STARTUP CLUB.

WWW.MAIFSTARTUPCLUB.COM



@MAIF

@Ollitom72

GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES

WWW.MOUSQUETAIRES.COM

 @mousquetairesfr



L'innovation ADN du groupement des mousquetaires

Fervant défenseur du made in France, le groupement Les Mousquetaires déploie depuis 40 ans une politique d'innovation dynamique qui lui permet de répondre aux nombreux défis de son secteur en s'engageant dans le combat du « mieux produire » et du « mieux manger ».

Depuis le milieu des années 70, Les Mousquetaires sont les premiers distributeurs à se doter d'un pôle agroalimentaire afin d'assurer leur indépendance d'approvisionnement, une stratégie unique dans le monde de la grande distribution. Baptisé Agromousquetaires, ce pôle rassemble 62 usines et développe les marques propres du groupement avec une démarche spécifique : plutôt qu'imiter les marques nationales, les unités de production Mousquetaires font le choix de l'innovation produits (gamme détox, gamme vegan par ex.), et développe de nombreux partenariats avec des PME et des start up. Les Mousquetaires ont très vite diversifié leurs enseignes en déclinant leur modèle dans le bricolage, la restauration et les centres auto.

Une approche innovante portée aujourd'hui aussi par sa Fondation Le Roch - Les Mousquetaires qui mène des initiatives concrètes en encourageant l'envie d'entreprendre, le sens de l'engagement et l'ambition de la performance. Au cours de ses deux décennies d'existence, la Fondation Le Roch - Les Mousquetaires a apporté son soutien à plus de 300 projets auxquels ont été versés plus de 10 millions d'euros de dotations pour accompagner leur mise en œuvre : un soutien concret aux projets ancrés dans les territoires, synonymes de développement économique et sociétal. Elle témoigne ainsi de l'attachement des Mousquetaires aux actions qui véhiculent l'esprit d'entreprendre, la proximité et la performance. « Notre soutien intervient à un moment clé de leur développement et leur permet de franchir un cap décisif dans leur aventure entrepreneuriale » explique Marie-Thérèse Le Roch, Présidente de la Fondation Le Roch - Les Mousquetaires

Enfin Les Mousquetaires développent aussi leur dynamique d'innovation au travers de challenges internes et externes, offrant avec près de 3600 points de vente en Europe un territoire inégalé de tests de nouveaux concepts.

Patricia Chatelain



L'open innovation selon Nextdoor

Ce qui nous rendrait vraiment fiers, chez Nextdoor, serait de remporter la palme du nouvel espace de travail qui favorise le développement de business entre nos clients nextworkers ! Dès l'origine du concept, nous nous sommes donné les moyens de cultiver cette mixité d'entreprises au sein de notre réseau de coworking.

L'un de nos challenges est certes de permettre aux grands groupes et aux startups de se rencontrer. Mais selon nous, l'open innovation n'est pas qu'une question d'intérêts complémentaires ou réciproques à un instant T, elle est aussi le fruit d'une vision, une culture favorisant la sérendipité et l'émergence de nouveaux business. En d'autres termes, une nouvelle façon de paramétrer son logiciel d'innovation collective.

Ainsi, nous nous réjouissons d'accueillir des entrepreneurs jeunes et moins jeunes, des startups étrangères (comme Yoobic qui se développe rapidement sur le marché français, grâce à sa solution mobile destinée aux retailers qui permet de piloter l'exécution en points de vente et optimiser l'excellence opérationnelle), de nombreux profils créatifs et techniques, qui se retrouvent à la pointe de l'innovation dans leur secteur (c'est notamment le cas de TalkSpirit, qui développe une plate-forme collaborative qui facilite le partage d'information et la communication), etc.

Pour aider les uns et les autres à se connaître et développer du business ensemble, nous avons une équipe dédiée à l'animation de notre réseau, organisant un ensemble d'événements pensés pour favoriser l'interaction : cela va du repas partagé (à thème, ou purement convivial et gastronomique), aux Leaders MeetUp, en passant par de nombreux ateliers de formation. Ce sont plus de 100 événements proposés à notre écosystème (résidents ou non) en 2017, faisant ainsi de Nextdoor un lieu actif de de l'environnement entrepreneurial.

Nextdoor est donc à la fois facilitateur et accélérateur de développement business par la créativité, l'innovation et la collaboration de tous les acteurs de ses écosystèmes !

Yoann Jaffré

WWW.NEXTDOOR.FR

@Nextdoor_fr



Principal gestionnaire de réseau de distribution de gaz naturel en France, GRDF distribue, chaque jour, le gaz naturel à plus de 11 millions de clients, pour qu'ils disposent du gaz quand ils en ont besoin pour se chauffer, cuisiner, se déplacer et bénéficier d'une énergie pratique, économique, confortable et moderne, quel que soit leur fournisseur.

GRDF a pour ambition de :

- distribuer 30 % de gaz vert dans les réseaux en 2030
- faire du réseau un outil industriel connecté, performant et adapté aux nouveaux usages du gaz
- favoriser la mobilité durable avec le GNV et le BioGNV
- satisfaire, fidéliser et convaincre de nouveaux clients

En matière d'innovation, GRDF a déployé la démarche « Ki-oZ » qui repose sur 2 piliers :

1. L'innovation participative et collaborative

Son but : valoriser l'engagement des collaborateurs, promouvoir la prise d'initiative, l'expérimentation au plus tôt et faciliter la mise en œuvre de solutions innovantes pour le plus grand nombre.

Celle-ci passe par :

- l'acculturation des collaborateurs au digital et à la culture start-up
- la création d'objets prototypés en interne dans ses « Gazlabs » ou à l'externe en Fablabs
- le développement d'applications via des start-ups, sa « Fabrique numérique » ou son partenaire Simplon

2. L'open Innovation

GRDF souhaite co-développer des solutions innovantes avec des partenaires (start-ups, PME, écosystème éducatif, associations...) pour :

- créer de la valeur partagée avec ses clients et parties prenantes
 - anticiper et s'adapter aux évolutions du rôle de distributeur
- Afin de répondre à ces défis opérationnels et stratégiques, GRDF déploie des initiatives telles que :
- participer à des événements tels que BigUp For Startup
 - renforcer ses relations avec des pôles de compétitivité et des incubateurs
 - collaborer avec des partenaires sur des appels à projets nationaux ou européens pour réaliser des démonstrateurs, sur des sujets comme les smart gas grid ou l'injection d'hydrogène dans les réseaux.

WWW.GRDF.FR

 @GRDF



Pascal N'Diaye, @GRDF #KiOZ

SNCF DÉVELOPPEMENT

SNCF Développement est la filiale de développement économique et de soutien à l'entrepreneuriat de SNCF. Son équipe rassemble l'ensemble des expertises nécessaires à la redynamisation des territoires, en soutenant et finançant des TPE, PME et startups. Son ambition ? Recréer de la valeur au cœur des territoires par l'innovation et l'esprit d'entreprise.

Depuis 2011, SNCF Développement a dopé son action de soutien aux entrepreneurs. Son offre se compose de 4 programmes, assortis de services et d'outils personnalisés en fonction du stade de maturité des entreprises accompagnées :

1. Jeune Pousse

Plus de 200 startups ont rejoint ce programme d'accompagnement : mentorat, mise en réseau, accompagnement à la levée de fonds, recherches d'opportunités business avec le groupe SNCF et en dehors, cross fertilisation... La communauté des Jeunes Pousses réunit notamment des acteurs de l'économie à impact social et environnemental.

2. Belle Plante

Dédié à l'exécution des missions de redynamisation territoriale, ce programme est associé à un financement et à un accompagnement personnalisé pour maximiser les chances de succès du projet. Plus de 180 Belles Plantes ont ainsi bénéficié d'un prêt ou d'une subvention.

3. Serre

Ce programme réunit les entreprises qui elles-mêmes accueillent et font grandir d'autres entreprises - accélérateurs, incubateurs, espaces de coworking ... Ces lieux dans lesquels grandissent les jeunes pousses sont des partenaires-clés, qui bénéficient d'une relation privilégiée avec SNCF.

4. Essaimage

Ce programme est réservé aux agents SNCF qui souhaitent devenir entrepreneurs. Co-réalisé avec les équipes de la DRH du groupe SNCF, il a profité à plus de 120 agents.

Filiale avant-gardiste, SNCF Développement concilie son savoir-faire reconnu en matière d'innovation territoriale et sa capacité à détecter les changements à venir, avec un but affiché : construire demain.

WWW.SNCF-DEVELOPPEMENT.FR

 @SNCFDev

Cyril Garnier

REMERCIEMENTS

Génération French Tech est une œuvre collective au bénéfice de l'écosystème French Tech, fruit d'une solide collaboration entre acteurs partageant des valeurs communes.

Nous tenons ici à adresser nos chaleureux remerciements à :

Raphaëlle Gay
Nina Landes
et Guillaume Vanneste

Ainsi qu'à toute l'équipe SNCF Développement :

Frédéric Badina
Cyril Bertier
Kunthirvy Collin-Dy
Camille Combes
Lucie Da Silva Perreira
Cathy Ferreira
Cyril Garnier
Marine Jouët
Céline Lambert
Yann Le Bel
Mariama Mendy
Rizvan Rajani
Hélène Zhu

Pour leur soutien méthodologique :

Olivier Dion (Onecub)
Emmanuel Jouanne (Sidetrade)
Soline Kauffmann-Tourkestansky (EarlyMetrics)

Pour avoir facilité la réalisation de l'ouvrage :

Kevin Aserraf (Alan)
Pauline Capmas-Delarue (People2people)
Ambre Cerny (Techfugees)
Maëlle Maria (MesDépanneurs.fr)
Aude Marty (INPI)
Thomas Meister (Openclassrooms)
Narjiss Mezzour (GRDF)
Jennifer Palmer (GuesttoGuest)
Michel Paolucci (KPMG)
Léonore Perrin (PHENIX)
Zohreh Poulet (Obea)
Isabelle Prévot (Business Innovation Centre)
Valentin Pringuay (Terra Incognita)
Delphine Rochy-Lagrange (Sciences Po Executive Education)
Aurélien Sostaponti (Business France)
Isabelle Tresson (Partech)
Sami Yacoubi (SNCF Réseau)
Jean-Pierre Yalcin (KPMG)



SNCFDÉVELOPPEMENT

CONTACT

sncf-developpement@sncf.fr

www.sncf-developpement.fr

 @SNCFDev