

START UP



LE RDV

Café Digital reçoit Heetch Teddy Pellerin, cofondateur de la plate-forme qui met en relation des passagers et des conducteurs, défend son modèle créé il y a trois ans. Aujourd'hui menacée, surtout depuis la disparition d'UberPOP, la société est convoquée le 22 juin prochain devant le tribunal correctionnel pour complicité d'exercice illégal de la profession de taxis. Retrouvez la vidéo sur bit.ly/252z9nC

33

MILLIONS DE DOLLARS

C'est le montant du second tour de table de la biotech new-yorkaise Rgenix, qui développe de nouveaux anticancéreux. Il est mené par le danois Novo A/S et le français Sofinova Partners.



LE MOT

STARTHER. Connue jusque-là sous « Girls in Tech Paris », l'association qui fait mieux connaître les femmes et leur rôle au sein de la French Tech change de nom. La philosophie et l'équipe, elles, restent inchangées. 17 femmes emmenées par Roxanne Varza et Mounia Rhka veulent bousculer les idées reçues et, in fine, faire monter leur représentation au sein d'un écosystème à une écrasante majorité masculine. Starther poursuivra les partenariats engagés, notamment autour du concours européen Lady Pitch Night.

Ces militaires qui quittent l'uniforme pour revêtir l'habit du startupper

- Parmi les soldats qui sortent chaque année des rangs de l'armée, nombreux sont ceux qui disent vouloir être entrepreneurs.
- L'Agence de reconversion de la Défense les aide à devenir porteurs de projets.

DÉFENSE

Anne Bauer et Alexandre Counis
abauer@lesechos.fr
acounis@lesechos.fr

Il s'appelle Stéphane Diner. Ex-pilote de chasse, il a fondé Wezr, une start-up qui propose un petit capteur météo portable d'une redoutable précision. L'entreprise, qui finalise une levée de fonds de 700.000 euros, a aussi obtenu 120.000 euros d'argent public. Elle sera présente au Consumer Electronics Show de Las Vegas en janvier prochain pour défendre ce capteur de 70 grammes relié à un puissant algorithme, qui permettra à tous les fans de sports de plein air de connaître la météo en temps réel là où ils sont. « On l'a mis en contact avec le CNES », explique le lieutenant-colonel Christophe Hériaux, un saint-cyrien qui avait fondé sa start-up dans le solaire avant de réintégrer l'armée pour devenir chef de la cellule entrepreneuriale chargée, au sein de l'Agence de reconversion de la Défense, de s'occuper d'un programme de formation pour les militaires qui quittent les rangs.

A 44 ans, Stéphane Diner est l'un d'entre eux. Il a troqué l'uniforme pour revêtir l'habit du startupper en 2012. « Une reconversion looping, plai-

sante-t-il. Comme lorsque j'étais pilote, je suis à fond, avec une remise en cause permanente, des poussées d'adrénaline, et pas un jour qui ne ressemble à l'autre. » Insatisfait des prévisions météo lorsqu'il pilotait, ce passionné de kitesurf a, avec un comparse de l'armée, mobilisé les chercheurs et développeurs pour mettre au point un outil météo qui s'actualise tout au long de la journée, quand les prévisions météo ne reposent que sur quatre actualisations satellite par jour.

De bons entrepreneurs

« Les militaires sont souvent des entrepreneurs qui s'ignorent. En dehors du commercial et du marketing, ils font en général de très bons managers : rigoureux, ils savent maîtriser leur stress », souligne Christophe Hériaux. De l'armée à l'entreprise, n'y a-t-il pas un changement de planète ? « L'image du soldat qui dit "yes sir" est dépassée. Le fonctionnement de la hiérarchie à l'armée n'est pas si différent de celui d'une entreprise privée. La fonction prime le plus souvent sur le grade », rétorque Christophe Hériaux.

Ils sont chaque année 20.000 à sortir des rangs de l'armée, dont 13.000 sont accompagnés par l'Agence de reconversion de la Défense. Ils ont en moyenne 32 ans et 70 % retrouvent un emploi dans l'année. « Beaucoup d'entre eux

disent qu'ils aimeraient bien être entrepreneurs, mais qu'ils n'ont pas d'idée à développer. Nous, on sait trouver où sont les idées et où aller les traquer », explique Christophe Hériaux. Par exemple, à la Direction générale de l'armement, où la « mission de l'innovation participative » crée chaque année jusqu'à 50 petites innovations destinées à aider les soldats en opération (comme cette petite balise qui, immergée dans les nappes phréatiques, alerte sur leur niveau de pollution). A ce jour, une seule d'entre elles a permis une création d'entreprise. A l'Onera (centre de recherche aérospatiale), nombre de recherches attendent leur champion, comme un petit boîtier qui détecte dans l'air l'acétone, si dange-

reux pour les diabétiques, ou un radar qui, parce qu'il permet de surveiller les mouvements de la cage thoracique, pourrait un jour aider à lutter contre la mort subite du nourrisson. A Bercy, où l'Agence du patrimoine immatériel de l'Etat réalise actuellement quatre études de marché (dont les résultats sont attendus ce mois-ci) pour examiner les applications qui pourraient naître d'innovations militaires pour le secteur privé : chez Airbus, par exemple, de nombreux projets sont laissés dans les cartons car jugés « non-core business » alors qu'ils pourraient être valorisés, comme ces haut-parleurs qui permettent d'éloigner les oiseaux des avions. ■



Entre 50 et 100 militaires se reconvertissent, chaque année, en patron d'entreprise, dont 20 % d'officiers. Photo Jeremy Lempin/ECPA

Un programme de formation à l'entrepreneuriat

L'Agence de reconversion de la Défense inaugurerait en septembre un programme destiné à aider les soldats à devenir des patrons.

Lancer un food-truck, ouvrir un café-restaurant ou proposer un service de « wedding planning » : les 50 à 100 militaires qui, chaque année, raccrochent les rangs

pour s'orienter vers le monde de l'entrepreneuriat (dont 20 % d'officiers) ne rêvent pas tous de start-up. « Beaucoup espèrent vivre près des sites où ils ont leurs attaches », raconte Christophe Hériaux. 80 % créent une entreprise individuelle.

L'armée entend accroître leur nombre (l'objectif est d'atteindre 100 à 250 militaires entrepreneurs dans les trois ans) et projette un pro-

gramme renforcé pour les accompagner vers cette nouvelle vie. Il sera inauguré en septembre. Plus individualisé et plus spécialisé qu'auparavant, il prend désormais en compte les problématiques de financement de projet, prévoit le passage devant un comité d'engagement et intègre un volet formation qui n'existait pas jusqu'à présent. Il y a d'abord une demi-journée de

sensibilisation de tous les soldats pour susciter des vocations. Puis une phase de diagnostic avec un conseiller pour identifier les projets. Suit un bilan de compétences entrepreneurial et une période de 15 jours à un mois de contact avec des chefs d'entreprise sur le terrain. Et enfin vient la phase de validation et de mise en œuvre du projet. — A. B. et A. C.

L'application de rencontres Once lève 5 millions d'euros

DATING

A peine un an après son lancement, la pépite est valorisée 24 millions d'euros.

Nicolas Rauline
[@nrauline](https://twitter.com/nrauline)

L'histoire d'amour continue entre Once et ses investisseurs. La start-up, fondée par le Français Jean Meyer et installée à Londres, développe une application de « slow dating », proposant tous les jours à ses utilisateurs une rencontre différente, basée sur la probabilité que chacun se plaise. Ce choix est manuel, réalisé par des « match makers ». Once vient de lever 5 millions d'euros auprès du fonds d'investissement Partech et de plusieurs investisseurs privés restés anonymes, qui avaient déjà financé le premier tour de table de la start-up, l'été dernier (3 millions). Cette levée de fonds valorise Once 24 millions d'euros. « Nous devrions atteindre l'équilibre d'ici à septembre, affirme Jean Meyer. Nous n'étions pas dans l'obligation de lever des fonds, mais



Lancé l'an dernier, Once devrait bientôt franchir la barre des 2 millions d'inscrits.
Photo Once

cela nous permettra de travailler sur un service très innovant, qui sera lancé à la rentrée, et de recruter. » La start-up va aussi investir dans des locaux à Berlin, où elle va réunir 400 personnes – des free lances qui choisissent qui présenter à qui – dans ce qu'elle appelle un « call center de l'amour ». Ces équipes devraient monter à plus de 1.000 personnes dans les douze prochains mois, pour une vingtaine de salariés au total,

répartis entre New York, la Suisse et Londres. Lancé l'an dernier, Once devrait franchir la barre des 2 millions d'inscrits, ces prochains jours, pour près d'un million d'utilisateurs actifs (connectés au moins une fois dans les 30 derniers jours) et 500.000 utilisateurs quotidiens.

Un modèle freemium

Le service est disponible en France, au Royaume-Uni, en Suisse, en Belgique, en Irlande, en Allemagne, en Italie et au Brésil. C'est en France et en Allemagne, où Once a conquis 150.000 utilisateurs en l'espace de deux semaines, que la croissance est la plus forte. « Nous pouvons lancer de nouveaux pays très rapidement, sans trop d'investissements, mais une fois que nous serons rentables, nous aborderons le marché américain », affirme Jean Meyer, qui reconnaît toutefois que les Etats-Unis nécessitent beaucoup de fonds. « Cela dépendra de nos résultats, mais si des opportunités se présentent, la question d'une nouvelle levée se posera peut-être. » Environ 2 % des utilisateurs de Once paient pour des fonctionnalités payantes – la start-up a adopté un modèle freemium – sauf en Suisse, où le taux de conversion est au-delà des 5 %. ■



COMMUNIQUÉ

PAYCAR ET BNP PARIBAS : L'ASSURANCE DE BIEN VENDRE SA VOITURE

BNP Paribas a lancé le premier accélérateur de banque dédié aux Fintech/Assurtech pour co-construire avec elles de nouveaux services innovants. Parmi les jeunes pousses incubées, PayCar et sa solution de paiement sécurisé pour l'achat et la vente de véhicules d'occasion.

Pour concevoir les services financiers de demain, BNP Paribas s'appuie sur une démarche d'innovation ouverte. Le Groupe a lancé plusieurs initiatives pour co-construire ces solutions avec des jeunes pousses dans les domaines de la Fintech et de l'Assurtech.

BNP Paribas Cardif, la filiale assurance de BNP Paribas, conseille et accompagne PayCar. La startup commercialise depuis août 2015 une solution de paiement qui sécurise les transactions de véhicules d'occasion entre particuliers. La solution PayCar remplace le chèque de banque qui ne satisfait plus complètement les utilisateurs contraints par les lourdeurs d'utilisation et de plus en plus exposés aux risques de faux, ni les banques en raison des coûts de traitement élevés. Comment ça marche ? Avec PayCar, la transaction entre vendeur et acheteur se fait via une application mobile.

Depuis son téléphone, l'acheteur vire les fonds de la transaction à son compte PayCar. Devant le véhicule, le jour de la vente, il transfère la somme en quelques clics sur le compte PayCar du vendeur. BNP Paribas Cardif proposant déjà de nombreuses offres en lien avec l'automobile (assurance auto, extension de garanties...), la solution conçue par PayCar est un complément particulièrement intéressant pour garantir un service complet à ses clients. De son côté, PayCar bénéficie des conseils et du rayonnement du Groupe pour se développer en France et à l'international.



VINCENT MARTY, PRÉSIDENT ET FONDATEUR DE PAYCAR

« PayCar, c'est un moyen simple et sécurisé de réaliser l'achat ou la vente de son véhicule d'occasion. »

Retrouvez Paycar sur le Lab BNP PARIBAS à Viva Technology, du 30 juin au 2 juillet à Paris Expo Porte de Versailles.

VIVA TECHNOLOGY
STARTUP CONNECT / PARIS 2016