

Applications

onAir repère les passages dans les médias des personnalités

Lancée début 2014 par la start-up lyonnaise MCIS, l'application onAir (accessible gratuitement, iOS, Android, 30 000 utilisateurs actuellement) permet d'être alerté en temps réel sur son smartphone du passage dans un média du type radio, télévision ou webTV de ses personnalités préférées (artistes, politique, chefs d'entreprise...). Les émissions peuvent ainsi être regardées en direct ou en replay. L'idée est partie d'un constat effectué mi-2013 par Vassili Daronnat, alors salarié chez Cegid. Il rate une interview donnée sur une radio par son directeur. « J'ai cherché une application pour être alerté du passage d'une personnalité dans les médias », note-t-il, « je n'ai pas trouvé ». Deux levées de fonds auprès d'amis et connaissances (7 associés) ont permis le démarrage de la



■ Vassili Daronnat, 43 ans. Jean-Luc Mege

start-up (Lyon 7^e). La société a depuis renforcé son offre, avec un site web proposant le même service que sur les applis mobiles. Et qui suscite par ailleurs un intérêt de la part des personnalités elles-mêmes, pouvant faire l'écho du service, en apposant par exemple un logo onAir sur leur site web, à côté des logos Facebook ou Twitter. Le dirigeant compte recruter deux salariés d'ici fin 2015 : « L'aide que nous avons reçue de la Bpi durant l'été nous permet de repousser notre levée de fonds à 2016 ». ■

Valérie Bruno



Photo DR

Etienne Ginon lance Holimeet

A 17 ans (1), le Lyonnais Etienne Ginon a créé une application originale, Holimeet, arrivée en juin sur le web sur Appstore et Google play. Elle permet aux utilisateurs de retrouver leurs amis où qu'ils soient dans le monde, de partager des bons plans avec eux. Etienne Ginon, qui a mis au point le concept avec un développeur, a créé sa start-up (Lyon 2^e). L'appli, qui a nécessité 38 000 euros en lancement et communication, visait les « 100 000 utilisateurs à six mois ». Son design est en train d'évoluer. Une levée de fonds est envisagée.

V. B.

(1) En attendant sa majorité en novembre, la mère d'E. Ginon est gérante de la SARL.

CityLity, la télécommande pour contrôler son immeuble

C'est en faisant la triste expérience d'une ampoule grillée qu'André May a eu la lumière. À 56 ans, ce Lyonnais a une longue carrière : dix ans dans l'intelligence artificielle, deux start-up à succès ainsi qu'un fonds de capital-risque créés. Accessoirement, il s'est investi dans sa copropriété, en devenant président du syndicat. « J'ai identifié quels étaient les problèmes liés à la gestion de copropriété », raconte-t-il. Fort de son expérience, il a créé en mai 2014 une application permettant aux habitants d'un immeuble de signaler en trois clics à leur syndicat des problèmes, comme une ampoule grillée, un problème de nettoyage... « C'est un réseau social du voisinage », résume-t-il. Gratuit pour les habitants, les bailleurs peuvent payer pour accéder à un back-office plus détaillé, au prix de trois euros



■ André May, 56 ans. Photo DR

par lot géré. CityLity a déjà levé à deux reprises des fonds en « friends and family », de 200 et 800 000 euros. Des leviers qui lui ont permis d'embaucher 14 personnes pour atteindre le million d'euros en 2016 avec 10 000 immeubles connectés. Mais André May voit plus large : dupliquer le concept pour les mairies, permettant aux citoyens de signaler un problème d'éclairage public, etc. Et cela semble séduire : le 9^e arrondissement de Lyon vient de l'adopter cette semaine. ■

Yann Foray

Shoops, la promenade à l'ère du 2.0

Avec l'application Shoops, au gré de ses pas, l'utilisateur est instantanément averti d'une foultitude d'informations qui se déroulent dans un rayon de 500 mètres. Aussi bien événements culturels que commerciaux. « On fréquente toujours les mêmes endroits, et on découvre donc peu de choses. Shoops permet de redynamiser la vie de quartier, précise Marc Ribot, diplômé en communication et sciences po et fondateur du projet en 2012. On a vocation à s'étendre au-delà, car notre concept est parfaitement duplicable ». Une levée de fonds est prévue pour 2016.

G. R.



■ Marc Ribot, 29 ans. Photo D. R.



■ François Sède. D. C.

Yurplan remplit les salles

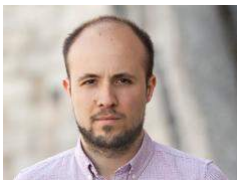
Aider au remplissage et à l'amplification des événements : telle est l'ambition de Yurplan, start-up fondée en 2011 par deux étudiants en informatique, François Sède et Clément Jobelli. Destinée aux professionnels, Yurplan propose un double service : la gestion globale de la billetterie et l'analyse des données récupérées. « Nous avons mis au point un système à 360° qui permet de déterminer le profil de chaque participant et d'aider l'organisateur à remplir sa salle », déclare François Sède. Sa société, qui emploie 11 personnes, vient de lever 300 000 euros pour financer ses efforts commerciaux. Elle devrait réaliser un CA de 200 000 euros en 2015 et vise 2 millions d'euros en 2017.

D. C.

BtoB

Avec La Boutonnière, l'internaute se fait styliste

À vis aux Karl Lagerfeld en herbe : grâce à un widget incorporé sur les sites de marques de prêt-à-porter, La Boutonnière entend faire cocréer les créations de ces marques directement avec l'internaute, afin d'élaborer des collections exclusives. « À partir d'une base de données qui représente l'univers de la collection, l'internaute consommateur va créer une planche de tendance. Et via un algorithme, on va pouvoir faire ressortir la tendance dominante », précise Ralph Speyser, cofondateur et diplômé de l'école de commerce EM Lyon. Après deux levées de fonds en love money, de 24 000 € et 63 000 € (cette dernière en



■ Ralph Speyser, 26 ans. Photo DR

cours de bouclage). La Boutonnière, dont l'activité a démarré en janvier 2015, peut déjà se targuer de trois campagnes, avec Mihacé France, Anna Studio et Melty Fashion. Mais Ralph Speyser voit plus loin : « Notre concept peut s'adapter, on pourrait le décliner. Et pourquoi pas un jour travailler avec Coca-Cola ». ■

Gilles Reymann



■ Eric Alessandri, 33 ans. Photo D.R.

Wizaplace investit la marketplace

« On attaque le marché de la marketplace comme Easyjet a secoué celui de l'aéronautique ». Eric Alessandri, diplômé en audioprothèse, qui a fondé Wizaplace en 2012, s'est lancé dans la création et vente de marketplaces (places de marchés) pour les tiers. Des partenariats avec des entreprises du CAC 40 sont en cours de contractualisation, et un CA de 2 millions d'€ est escompté pour 2016. « À moyen terme, nous ambitionnons d'être les 1^{ers} sur le marché en France ». ■

G. R.

Itinsell simplifie les logistiques d'expédition

Rationaliser la gestion des logistiques d'expédition pour les e-commerçants, tel est le credo d'Itinsell, fondée en 2008. « Nous proposons aux e-commerçants des solutions pour simplifier et centraliser la gestion de leurs expéditions », résume Florian Cimetière, cofondateur, qui auparavant est passé sur les bancs de sciences po. Une levée de fonds d'un million d'euros auprès de Bpifrance et d'un pool bancaire a eu lieu en mars 2015. Et si la société de 25 salariés rayonne sur l'Hexagone, elle tend peu à peu à s'étendre à l'international : en juin 2015, une nouvelle agence a vu le jour à Londres ; une autre lui a emboîté le pas à Bar-



■ Florian Cimetière, 27 ans. Photo DR

celone en septembre. Autant de perspectives devant lesquelles Florian Cimetière ne cache pas son emballement : « Nous sommes sur un marché qui dégage un énorme potentiel. D'ici 2018, nous espérons déga- ger un CA de 15 millions d'euros ». ■

G. R.