



## Yuka, Doctolib, Vente-privee... 12 gagnants de la French Tech

On peut en effet y bénéficier d'aides, mais aussi y trouver des investisseurs prêts à miser sur un projet, pour peu qu'il soit innovant et porté par quelqu'un de passionné, convaincu de pouvoir apporter quelque chose à la société... tout en faisant un business. Car l'angélisme des premières années est bien passé et nos entrepreneurs ont désormais compris que pour durer sur le Net, au-delà d'une bonne idée, il fallait – aussi – faire rentrer du cash.

### Céline Lazorthes : la justicière



C'est sur les bancs d'HEC que Céline Lazorthes a eu l'idée de sa cagnotte en ligne, Leetchi, pour faciliter l'organisation de sorties et cadeaux communs. - ©DR.

«A l'école, j'étais dans la catégorie "peut mieux faire", raconte Céline Lazorthes. Le format scolaire ne répondait pas exactement à ma forme d'esprit. » Après des années d'ennui, la jeune Toulousaine décroche de justesse son bac S. « Ma chance a été que j'ai su très jeune que je voulais travailler dans le Web. » Faute de trouver un chemin répondant à ses attentes, elle intègre l'Epita, une école d'ingénieurs, puis entre à l'Institut de l'Internet et du multimédia (IIM) et termine par un master en business à HEC. Responsable du week-end d'intégration de sa promo, la jeune femme ne trouve pas de solution virtuelle pour rassembler la cagnotte des participants. L'idée de Leetchi – un fruit, comme Apple et Orange – est née. Mais en pleine crise financière de 2008, le démarrage de la start-up est poussif.

Soutenue et encouragée par ses parents, elle persévère et décroche finalement un crédit, avant que des business angels comme Xavier Niel se penchent sur la couveuse. « Etre entrepreneur, c'est comme apprendre à marcher en courant, dans une forêt, les yeux bandés. On se prend des coups

tout le temps ! » La métaphore est explicite. Alors la jeune femme apprend à s'entourer : « J'ai sollicité des gens meilleurs que moi auxquels j'ai fait confiance, en tâchant de les rendre le plus autonomes possible. » Parmi ses autres qualités, la débrouillardise : « C'est obligatoire pour être entrepreneur. Tout semble long, difficile. Il faut sans arrêt trouver des solutions. Pour faire face aux problèmes, on doit faire preuve de créativité et montrer beaucoup de volonté. La pugnacité, c'est la qualité numéro 1 des compétences d'un entrepreneur.»

>> À lire aussi - Cagnotte Leetchi du Gilet jaune Christophe Dettinger : la plateforme respecte-t-elle la loi ?

En 2015, après avoir mené son entreprise à la rentabilité, et alors qu'elle pensait lever des fonds pour se développer davantage, elle accepte l'offre de rachat de Crédit mutuel Arkéa tout en gardant la tête de ses équipes. A défaut de pouvoir changer le monde, cette idéaliste soucieuse de justice et d'égalité sociale veut faire avancer sa société. « Très naïvement, pendant longtemps, j'ai ignoré le fait qu'on pouvait être traité différemment quand on est une femme ou issu de la diversité. Pour moi, avoir un travail épanouissant et un cadre confortable rend plus heureux, fidèle et créatif. Tout ça me paraît faire sens. » Chez Leetchi, le salaire maximal n'est que quatre fois supérieur au salaire minimal.

Les femmes représentent 45% des effectifs, et sur les trois dirigeants, un seul est masculin. « C'est très bénéfique pour tous. Ça nous a permis de recruter plus de femmes, de leur donner de l'ambition. » Céline Lazorthes est également fière d'en compter 26% parmi les développeurs (la moyenne tourne plutôt autour de 10-15%). « C'est énorme, mais c'est tout simplement parce que la personne qui dirige les équipes de développement technique est une femme. Ça nous a permis d'intégrer des talents féminins. Si on reste entre soi, on n'innove pas. » Désormais passée dans la catégorie des « sages », elle conseille et soutient de jeunes projets et joue à son tour les business angels. Ses péchés mignons ? Les voyages et le yoga. Céline Lazorthes aime citer Jeff Bezos : « Everyday is day one. » « Ça résume bien ce qu'un entrepreneur devrait avoir entête tous les jours : chaque jour est un nouveau jour.»

>> À Lire aussi - Femmes, au boulot, pensez solidarité plutôt qu'empowerment

## Florian Legris : star du service



Sa start-up, StarOfService, veut ubériser les services aux particuliers. - ©SP.

Il est arrivé au printemps à StarOfService, le leader français du service aux particuliers, après avoir vendu Cleanio, sa start-up de pressing à domicile créée en 2014. Sur son biceps, un cœur percé d'une flèche entoure le mot « Internet ». A même pas 30 ans, passé par Renault et TomTom, Florian Legris rêve de faire de StarOfService la prochaine licorne française. C'est bien parti. La start-up met déjà à la disposition des particuliers plus de 140.000 professionnels, du plombier au coach sportif en passant par le... chasseur de fantômes. Et il y a de la marge : « La France compte 45.000 avocats. Pour l'instant, il y en a seulement 2.500 sur la plate-forme. » Ce commercial surdoué consacre ses week-ends à ses vieilles voitures et à sa collection de

vinyles – il vient d'ailleurs de vendre, à un bon prix, un album de Booba.

>> Notre service - Entrepreneurs, toutes vos formalités juridiques en ligne : plus simple, plus rapide et moins cher, pour créer une entreprise, modifier ses statuts, protéger une marque ou un logo, déposer un brevet, récupérer une facture...

## Jacques-Antoine Granjon : le champion de la vente privée



Spécialisé dans le déstockage, il a eu l'idée de faire migrer son activité en ligne alors que le Web était balbutiant. - ©OFFICIAL LEWEB PHOTOS/Wikimedia Commons.

« Mieux vaut avoir des cheveux longs et propres que courts et sales », a déclaré un jour, avec la franchise qui le caractérise, celui que les milieux économiques ont baptisé « le pape de la vente privée ». Jacques-Antoine Granjon, 56 ans, est à la tête d'une entreprise – Venteprivée.com – qui affiche aujourd'hui un chiffre d'affaires de 3,3 milliards d'euros, avec 6.000 collaborateurs répartis dans 14 pays. « Une des plus belles réussites de la tech européenne », glisse un analyste financier. Ce Marseillais d'origine qui a grandi dans les quartiers chics de Paris cultive un look de rock star. Au traditionnel costume-cravate, il a, depuis bien longtemps opté pour les jeans et les tee-shirts échancrés. Derrière ses cheveux longs et sa barbe se cache pourtant la 55e fortune du pays, avec 1,6 milliard d'euros.

Après avoir obtenu péniblement son bac, raté Sciences po Paris, il intègre une école de commerce. Quand il en sort diplômé, au milieu des années 1980, il affirme sa volonté d'être « libre et indépendant ». Traduction : il veut créer son propre business. Il faut dire que l'esprit d'entreprise est solidement ancré dans la famille Granjon, avec un grand-père ancien président de la chambre de commerce de Marseille et un oncle, Pierre Bellon, fondateur de Sodexo, leader mondial de la restauration collective. JAG, comme le surnomment ses amis, a du flair. Lorsqu'il voit Internet arriver, il fait muter son entreprise de déstockage sur le Web et lance Vente-privée.com, en 2001. L'idée ? Proposer aux marques un canal de distribution premium en ligne sur lequel leurs stocks sont mis en scène et vendus avec soin. Un système gagnant-gagnant puisqu'il permet d'apporter une réponse aux besoins récurrents des marques en écoulant leurs stocks d'une façon rapide, sans dévaloriser leur image et sans concurrencer les réseaux de distribution classique.

>>> À lire aussi - Les promos de vente-privée étaient-elles bidon ?

Le succès est fulgurant. « N'ayez pas peur d'échouer. Sachez rebondir et apprenez de vos erreurs, c'est une bonne école », aime rappeler ce père de trois enfants, remarié. Il participe d'ailleurs lui-même à la création de deux écoles dédiées à l'apprentissage du numérique et du code : l'Eemi (École européenne des métiers de l'Internet), en 2011, avec ses deux amis, eux aussi superstars de la nouvelle économie, Xavier Niel (Free) et Marc Simoncini (Meetic), et l'école 42, deux ans plus tard, toujours avec Xavier Niel. Depuis quelques années, l'entrepreneur échange volontiers son

costume de businessman contre celui de business angel pour la French Tech. Le fondateur de Vente-privee.com a ainsi investi dans certaines success stories françaises comme Devialet (enceintes haut de gamme) ou Restopolitan (réservation de restaurants). Aux entrepreneurs qu'il conseille, il rappelle l'ardente nécessité de ne diluer leur capital que s'ils n'ont pas d'autre choix.

Féru d'art contemporain (il possède chez lui un monochrome d'Yves Klein d'une valeur de 150.000 euros) et de belles voitures – il a racheté la Rolls Corniche de feu l'humoriste Thierry Le Luron, datée de 1971 –, Jacques-Antoine Granjon est aussi un passionné de théâtre. Via sa filiale Vente-privee-entertainment, il possède quatre salles dont le théâtre de Paris, racheté en 2013, qui accueillera l'immense Al Pacino à l'automne pour deux représentations facturées entre 190 et... 950 euros. Il n'y a pas de petit profit...

>> Notre service - Investissez dans des sociétés innovantes et à fort potentiel de valorisation avant leur introduction en Bourse

## Eric Carreel : le gourou des objets connectés



Avec Withings, il a permis au grand public de comprendre l'intérêt concret des objets connectés. - ©Julien Faure/Leemage.

Enfant, Eric Carreel passait des heures à observer, fasciné, la moissonneuse-batteuse de ses parents agriculteurs. Très bon élève dans un lycée d'Amiens désormais célèbre (pour avoir accueilli Emmanuel Macron, NDLR), il intègre une école d'ingénieurs. « Mes parents n'avaient pas choisi leur métier et ont donc poussé leurs enfants à faire des études. » Il commence par faire de la recherche, enseigne, puis crée, avec son ancien professeur Jacques Lewiner, sa première entreprise, Inventel. La société, qui fournit des Livebox à France Télécom, est rachetée par Thomson en 2005. Trois ans plus tard, avec Cédric Hutchings, il fonde Withings et invente le pèse-personne connecté. « On avait créé des dizaines de millions de box, mais personne ne nous avait dit : "Tu as changé ma vie." Soudain, nous avons des utilisateurs enthousiastes ; nous avons alors réalisé que la santé connectée était le secteur dans lequel on souhaitait se développer. »

En 2016, Nokia rachète l'entreprise pour 170 millions d'euros. Un jackpot pour Eric Carreel. Doublé d'un bon coup puisque, finalement, Nokia ne réussissant pas à développer Withings, décide deux ans plus tard de la revendre... à son créateur, pour « seulement » 30 millions d'euros ! Ingénieur, inventeur, entrepreneur, Eric Carreel se souvient de ses débuts et des mots d'un commissaire aux comptes : « Arrêtez, ce n'est pas pour vous. » « Lorsque j'ai commencé,

entreprendre n'était pas à la mode, mais aujourd'hui ça l'est trop. Pourtant, tout le monde n'est pas fait pour ce métier qui est une course d'obstacles incroyables. Les histoires qui se passent bien sont exceptionnelles. » Comme la sienne ?

>> En images - Caramail, PriceMinister, Net2One... que sont devenus leurs fondateurs ?

## Julie Chapon : la bonne recette de Yuka



De plus en plus de gens arpentent les rayons des supermarchés le smartphone à la main pour scanner les codes-barres des produits afin de voir, grâce à l'appli Yuka, s'ils sont bons pour la santé. - ©Hervé Thouroude.

Grâce à elle, près de six millions de Français font leurs courses en scannant. En cliquant, avec l'application Yuka illustrée d'une carotte, les codes-barres des produits alimentaires, et aujourd'hui cosmétiques, on sait immédiatement si les crackers ou le shampoing convoités seront bons pour notre santé. Qui aurait cru que Julie et ses associés, Benoît et François Martin, révolutionneraient les gondoles des grands magasins ? Bonne élève, prépa, Edhec, Julie enchaîne les stages chez Nestlé et Milka avant de s'envoler pour le Pérou et d'en tomber amoureuse... De retour en France, elle devient consultante « parce que ça paie bien ». Suffisamment, en tout cas, pour financer ses allers-retours avec l'Amérique latine. Son travail lui laisse aussi le temps de danser la salsa, jusqu'à seize heures par semaine. Mais Julie s'ennuie, son quotidien manque de sens. C'est alors qu'un de ses amis développeur, Benoît Martin, tout jeune papa, évoque sa difficulté à nourrir sainement ses enfants. Avec son frère François, également développeur, ils cherchent un moyen de mieux sélectionner les ingrédients du repas.

Mais comment ? « Je me disais : on ne va pas faire une appli de plus, avoue franchement Julie. On a pensé à un objet connecté, un aimant en forme de carotte à fixer sur le frigo. » Les amis protestent : être informé quand on revient des courses ne sert à rien. Alors, pendant un week-end, le trio imagine une application, Yuka, qu'ils présentent en février 2016 au Food Hackathon de la

Gaîté Lyrique. Les évaluations, fondées à 60% sur la qualité nutritionnelle, à 30% sur les additifs nocifs, à 10% sur la dimension bio, sont tirées de la base de données libre OpenFoodFacts. Ils remportent le Hackathon. C'est un déclic ! Le trio se lance et trouve son mode de fonctionnement : à François le développement technique sur iOS, à Benoît celui sur Android, à Julie la communication et le service client. Rapidement, ils réalisent leur impact social : « Les consommateurs ont un pouvoir énorme. Via Yuka, ils peuvent arrêter d'acheter des aliments nocifs, trop salés, trop sucrés, pousser les industries agroalimentaire et cosmétique à améliorer leurs produits. »

>> À lire aussi - Peut-on faire confiance à Yuka pour ses courses ?

On peut trouver l'application un peu radicale (le sel n'est pas toujours mauvais, chaque consommateur a des besoins particuliers...), mais elle plaît aux jeunes, « très sensibilisés suite aux nombreux scandales autour de l'agroalimentaire ». Julie Chapon a moins de temps pour danser la salsa, mais elle fait attention à son environnement, utilise une gourde, du savon de Marseille et se lève avec plaisir chaque matin. « Faire quelque chose qui améliore la santé quotidienne de tous est source de bonheur. » En 2019, Yuka lancera une levée de fonds, se déploiera à l'international, et elle étudie un label indiquant aux consommateurs les produits les plus vertueux.

## Jonathan Anguelov : le bon numéro d'Aircall



Sa start-up permet aux petites entreprises d'avoir un équipement téléphonique aussi performant que les grandes. - ©DR.

«La France donne sa chance à tout le monde. Il faut la saisir ! » a-t-il dit au **G20YEA**, le **G20des jeunesentrepreneurs** à Buenos Aires. Né de père inconnu et d'une maman bulgare arrivée à Paris dans les années 1980, Jonathan passe son bac technologique et finance ses études grâce à l'immobilier avant de se lancer dans la finance. En 2014, il fonde Aircall avec trois associés. Une start-up devenue la pépite française de la téléphonie d'entreprise. Grâce à ce logiciel 100% cloud, une société met en place sa téléphonie ou son centre d'appels en quelques minutes, et l'intègre aisément aux outils métiers, CRM ou Helpdesk. Aircall, qui réalise 80% de son chire d'affaires à

l'étranger, vient d'embaucher son 150e salarié. Et, à 31 ans, Jonathan consacre ses week-ends à l'ouverture d'un hôtel 4 étoiles à Paris, à prix accessibles, et très automatisé.

>> Notre service - Vous cherchez un emploi ou voulez en changer ? Retrouvez des milliers d'offres sur notre site

## Jean-Baptiste Bouzige : la pub née sous X

La pub fascine Jean-Baptiste Bouzige depuis qu'il est tout petit. « Parce qu'elle oblige à simplifier la complexité », explique-t-il sous les plafonds Napoléon III du siège parisien d'Ekimetrics. L'entreprise, autofinancée et détenue par cinq associés, affiche depuis douze ans une croissance annuelle de 30%, près de 400 clients et 4 bureaux à l'étranger grâce à une idée lumineuse : recruter des data scientists de haut niveau et les mettre au service des marques. En 2017, l'équipe a ainsi mené une enquête sur le retour sur investissement de la publicité sur TF1, impliquant près de 2.185 marques sur trois ans. Jean-Baptiste Bouzige, qui passe une semaine par mois dans son bureau de New York, parle peu de lui, préférant s'enthousiasmer pour son équipe, composée de 170 consultants âgés en moyenne de 28 ans.

## Stanislas Niox-Château : il a révolutionné la prise de rendez-vous médicaux

Aurait-on pu un jour applaudir Stanislas Niox-Château à Roland Garros ? Probablement, puisque le fondateur de Doctolib (plate-forme qui permet aux particuliers de réserver un rendez-vous chez le médecin) se destinait à une carrière de tennisman. Mais à 16 ans, l'entrepreneur, aujourd'hui âgé de 31 ans, se blesse gravement et doit ranger ses raquettes. A sa sortie d'HEC, il crée le fonds d'investissement Otium avec Pierre-Edouard Stérin (Smartbox) et Antoine Freysz (Kerala Ventures). Pendant quatre ans, il gère des start-up comme LaFourchette, dirigée par Bertrand Jelensperger. La rencontre sera décisive : « Son humilité, sa capacité de travail, le don de soi, l'empathie, l'écoute, toutes ces valeurs humaines qu'il transmet, m'inspirent davantage que la réussite économique », salue Stanislas Niox-Château.

Lorsqu'il fonde Doctolib en 2013, le jeune homme est en quête de sens : « Je souhaitais créer une entreprise qui soit utile dans le domaine de la santé ou de l'éducation. » Ces deux mondes lui tiennent particulièrement à cœur, lui qui a longtemps souffert de son bégaiement. « Avant, je ne pouvais même pas aller chercher du pain à la boulangerie, raconte-t-il. Aujourd'hui, je prends la parole en public... Le handicap vous donne de l'empathie ; il pousse à s'investir dans une cause plus grande. » En ex-sportif de haut niveau qui se respecte, Stanislas Niox-Château affiche une ambition sans limite : « Nous avons créé cette société avec deux missions entrepreneuriales : transformer la santé sous quinze ans (en façonnant les cabinets de médecin et les hôpitaux du futur, en améliorant l'accès au soin et la prise en charge des patients) et faire travailler des gens autour de valeurs humanistes.»

>> À lire aussi - Santé : Doctolib lance les téléconsultations en ligne

Le souvenir de ses années d'entraînement intensif l'a également accompagné dans sa nouvelle vie. « Le monde de l'entreprise et du sport sont très proches, constate-t-il. Le travail, l'esprit d'équipe, le calme, la confiance et la sueur sont des éléments fondamentaux. » Et pour mettre en application ses idées, il soigne ses 620 salariés. Parce que la techno, c'est bien, mais « le plus important, c'est d'avoir une équipe avec une culture du progrès. On ne peut pas être utilisé chaque mois par 20 millions de Français grâce au bouche-à-oreille et un service parfait si l'on n'est pas soutenu par une grande équipe d'artisans ». Le peu de temps qui lui reste est octroyé à sa famille, celle de toujours, très soudée, et celle qu'il est en train de fonder (il est père d'une petite fille). Quant au tennis, il pratique toujours... mais en amateur.

## Romain Lacombe : un capteur pour mieux respirer



Ce passionné d'informatique a imaginé un capteur qui permet aux particuliers de mesurer en temps réel la qualité de l'air. - ©Jean-Baptiste Gurliat.

Flow révolutionnera-t-il le mode de vie urbain ? Ce capteur tout juste mis en vente (179 euros sur Plumelabs.com) et qui tient dans une poche évalue les concentrations en polluants de l'air ambiant. Il a fallu trois ans de travail à Romain Lacombe, 34 ans, et à son équipe de Plume Labs pour le mettre au point. Polytechnicien et diplômé du Massachusetts Institute of Technology (MIT), Romain aide à piloter de 2011 à 2014 la mission Etalab qui ouvre à tous les données publiques (open data) de France. Tout gamin, il construisait son ordinateur le week-end. Il dit de son projet qu'il est bien plus que technologique : « La pollution de l'air provoque 50.000 décès chaque année en France. Plume Labs s'attaque à un enjeu de société : mieux informer les citoyens pour que les élus agissent enfin. »

>> A lire aussi - Bouchons, pollution... les dégâts collatéraux de la livraison à domicile

### **Sandra Rey : la lumière des abysses**

Plongeuse, férue de voile, Sandra Rey a rencontré les poissons bioluminescents qui lui ont inspiré Glowee... sur des photos, lors de ses études de design à l'école de design Strate. « Je vais au fond », dit la jeune femme. Il faut le croire : elle reprend des études d'entrepreneuriat social à l'ESCP, puis crée en 2014 Glowee, qui ambitionne de reproduire cette bioluminescence, produite par des bactéries, pour éclairer les panneaux publicitaires puis les rues. Avec 17 salariés aujourd'hui, Glowee illumine des soirées éphémères et devrait prochainement donner naissance à des centres de relaxation : « Cette lumière couleur bleu lagon a des effets hypnotiques », assure-t-elle.

>> À lire aussi - Food, environnement, emploi... voici 25 business lancés par des entrepreneuses

### **Frédéric Mazzella : remercié pour bonne conduite**





Le fondateur de BlaBlaCar, leader incontesté du covoiturage, prend souvent la parole pour défendre l'entrepreneuriat en France. - Corbis via Getty Images

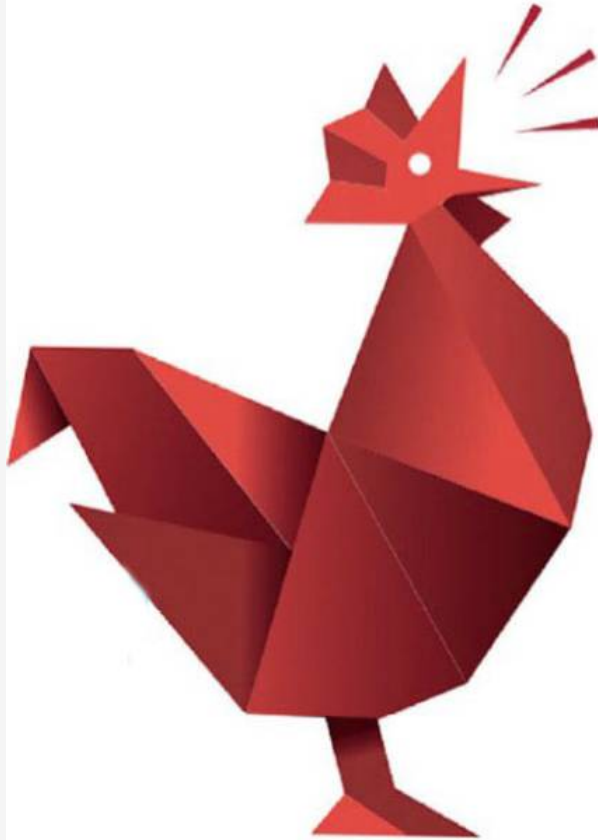
«Une fois par an, quelqu'un parvient à m'énerver. » Ceux qui ont partagé sa voiture – car oui, il pratique le covoiturage – en se rendant dans sa Vendée natale en témoignent : le président fondateur de BlaBlaCar est curieux, affable et calme. Quinze millions de Français ont déjà eu recours au leader mondial du covoiturage, qui rassemble 65 millions de membres dans 22 pays. En Russie, au Brésil, la croissance est à trois chiffres. Outre son rôle à BlaBlaCar, l'homme conduit Wonderleon au sein de France digitale. Le but est d'attirer les talents internationaux (y compris les Français expatriés) dans les sociétés de style « scale-up » (en hypercroissance). Il partage aussi ses pratiques dans le think tank The Galion Project. Et se réjouit de l'accélération formidable de l'écosystème entrepreneurial en France. « Aujourd'hui, il y a beaucoup d'incubateurs et beaucoup de fonds. Au premier semestre 2015, 759 millions d'euros étaient investis, 1,952 milliard au premier semestre 2018. » Quand il peut lever le pied, ce compositeur et pianiste écoute Rachmaninov : « La musique, comme le sport, apprend l'exigence et l'excellence. »

>> À lire aussi - Comment BlaBlaCar conserve son esprit start-up

## Vincent Luciani : la pub intelligente

Polytechnicien et adepte de la randonnée, Vincent Luciani préférait la science à banque. Mais il aimait aussi le marketing. Du coup, il a combiné les deux en créant Augusta Consulting, une agence de conseil en stratégie spécialisée en datascience. Il fusionne avec Netbooster et devient Artefact, le champion français du DMP (Data Management Platform) et de l'intelligence artificielle appliquée au marketing, qui compte déjà plus de 1.000 employés dans une quinzaine de pays !

### La French Tech, qu'y a-t-il derrière ce label ?



Derrière ce joli logo de coq franchouillard façon origami, la French Tech est une initiative de l'Etat, lancée en 2013 par Fleur Pellerin, alors ministre du Numérique. Objectif de ce qui aurait pu être un nouveau « bidule » : fédérer nos start-up sous une même bannière et promouvoir l'innovation made in France dans le monde. Adoptant les codes de la nouvelle économie, le site explique « s'appuyer sur les initiatives des membres de la French Tech eux-mêmes, pour mettre en valeur ce qui existe déjà et créer un effet boule de neige. Ce n'est pas l'Etat qui encadre, c'est l'Etat qui soutient. » Un soutien qui commence au niveau local, avec une série de villes « labellisées » French Tech, où sont organisés des événements pour favoriser les rencontres entre entrepreneurs innovants, investisseurs mais aussi décideurs et médias. C'est aussi une bourse, financée par Bpifrance et l'Inpi, des voyages et conférences afin de faire connaître nos entreprises dans le monde. Cinq ans après son lancement, le bilan est difficile à faire, mais, incontestablement, la French Tech est devenue une marque et a contribué à faire reculer, voire taire, un certain French bashing.

>> À lire aussi - Les 25 startups françaises qui recrutent et attirent les meilleurs talents dans l'Hexagone