

Des compétences pour la bonne cause

« La ligue des entreprises extraordinaires », c'est ainsi que Diariata N'Diaye, la présidente de Resonantes nomme ce collectif d'entreprises et de startups qui l'ont appuyé pour lancer la dernière version d'App-Elles. Par la création et diffusion d'outils de sensibilisation, l'association a vocation à lutter contre les violences faites aux femmes. En 2015, Resonantes déploie une application gratuite permettant aux victimes d'alerter un proche de confiance tout en transmettant sa position. Le tout lancé sous fonds propres. Mais l'association veut aller encore plus loin dans son projet de mettre la technologie au service des plus fragiles. Et décide d'y adjoindre un bracelet connecté. Objectif ? Déclencher plus discrètement et rapidement une alerte. Pour y parvenir, Resonantes s'est entouré de plusieurs structures comme iAdvize, Capgemini,

Une cause juste sur une idée innovante

Odiwi ou WaryMe. « Ils interviennent sur du mécénat de compétences, mais aussi via des soutiens financiers. Sans eux, nous n'aurions pas pu lancer le bracelet et la dernière version d'App-Elles. Et cela n'aurait pas pu voir le jour si ces entreprises ne se préoccupaient pas de l'impact social de l'innovation », résume Diariata N'Diaye.

Une dizaine de salariés d'iAdvize, le spécialiste nantais du marketing conversationnel, ont participé à ce projet via le programme Genius Care, qui les incite à consacrer une journée par an à une association. Bertrand Ouary, à la tête de l'agence Odiwi, se réjouit d'avoir « travaillé avec des porteurs de projets motivés pour une cause juste sur une idée innovante ». Car App-Elles et son bracelet intègrent la technologie d'alerte du rennais WaryMe. « Le déclenchement d'une alerte via le mobile ou le bracelet active automatiquement le GPS et le microphone. La position et l'ambiance sonore sont envoyées aux tiers de confiance mais aussi enregistrées. Ces données concrètes et précises peuvent donc servir de preuves en cas d'enquête. »

App-Elles compte déjà 8 000 téléchargements avec 1 800 utilisations actives par mois. Grâce à un financement participatif, Resonantes a pu, cet été, faire fabriquer 10 000 bracelets. Et en distribuer une partie à des associations d'aides aux victimes. Au CES de Las Vegas en janvier prochain, Diariata N'Diaye espère donner une visibilité internationale à App-Elles. Car le sujet des violences faites aux femmes n'est malheureusement pas d'actualité qu'en France...

MAUREEN LE MAO

Index

Agrocampus	2
Akeneo	8
Asamgo	8
BCI	2
Box'n services	6
Captiv	8
Cavac	3
Cesbron	11
Collet	9
Dilepix	7
Heurus	4
IEL	12
James 1840	4
Kiplin	6
La Malterie de Bretagne	9
Laval agglomération	2
Lumibird	3
Maisons du monde	11
Malvaux	4
Mecamen	3
Méchnaud	9
Merck	7
Miti	5
Moovency	7
Neoditech	3
Océalliance	9
Ouest Valorisation	12
Pita Pit	11
Réalités	6
Salesforce	8
Séché	12
Sides	8
Sumitomo	12
Symalean	7
TMC innovation	4
Université Bretagne Loire	2
Valneva	11
Visio	10
Zéro gâchis	6



la lettre **api** suspend sa parution
durant les fêtes de fin d'année et vous donne
rendez-vous le jeudi 10 janvier pour la reprise.

la lettre

L'INFO ÉCO BRETAGNE PAYS DE LA LOIRE

N° 1215 - Hebdo - 10/01/19



atlantique presse information

Les startups de l'Ouest font leur show à Vegas

Cette année encore, l'accent français résonne à Las Vegas, dans les allées du CES, le salon mondial de l'électronique. Au décompte du consultant Olivier Ezratty, 420 entreprises françaises y participent, dont près de 380 startups. Derrière les USA et la Chine, la France représente la 3^e délégation d'exposants. Et si on ne regarde que du côté de l'Eureka Park, l'espace dédié aux startups, l'Hexagone arrive même en 1^{ère} position. Et elles sont nombreuses, celles dont on parle régulièrement dans le Fil API, à avoir pris un vol pour Vegas. Elles sont emmenées par un accélérateur, un groupe, par Business France sous la bannière de la French Tech ou ont décroché leur ticket via un CES Innovation Awards, récompensant en amont de l'évènement les innovations... les plus innovantes !

Certaines startups sont des habituées comme Wi6Labs ou Bescent qui y participe pour la 3^e fois. D'autres comme Efelya ou Wizama découvrent ce salon considéré

Gagner en visibilité

comme la Mecque des nouvelles technologies grand public. Alors que vont-elles chercher de l'autre côté de l'Atlantique, entre deux machines à

sous, quand parfois leur produit n'est que BtoB ? Pour beaucoup de la visibilité... en France. « Être au CES renforce la crédibilité de notre solution. Nous espérons nouer des contacts avec des coopératives agricoles françaises mais aussi des partenaires potentiels », explique Aurélien Yol de Dilepix. Mais elles comptent également sur l'impact médiatique du CES en France. C'est l'objectif de Lilian Delaveau d'Immersive Therapy : « Nous devons faire connaître Diapason aux potentiels utilisateurs, ceux qui souffrent d'acouphènes chroniques, mais aussi aux praticiens. » Franck Chérel de Parade avait présenté les prototypes de ses chaussures connectées au CES 2018. « Nous avons pu en valider l'intérêt auprès de l'écosystème de la tech que des journalistes avec des retombées médiatiques pendant plus de six mois. » Pour d'autres, comme Klaxoon, Velco ou Moovency, le CES est l'occasion de marquer le coup en officialisant un lancement produit, parfois sorti depuis quelques semaines... Mais d'autres y voient une opportunité, comme Cottos médical, dont le simulateur de vélo pour les résidents des Ehpad, ne se positionne qu'en BtoB. « Le CES est un salon grand public. Nous y préparer nous a amené à réfléchir à une offre BtoC : une carte cadeau pour une balade virtuelle sur un Cycléo », révèle Benjamin Cosse qui vient de la lancer à Vegas !

MAUREEN LE MAO



Nouvelle édition 2018 | 39 €

Unique et indispensable pour avoir des informations qualifiées sur les personnes influentes en Pays de la Loire

www.agence-api.fr

Index

Abyss ingrédients	6
Airseas	5
All in Foods	12
Arjowiggins	9
Arkéa	12
Baker Tilly Strego	12
Brittany Ferries	6
Buldi	7
Chantiers de l'Atlantique	4
CIC Ouest	12
CM-CIC innovation	8
Cognimap	9
Copeeks	7
Dubreuil	10
Ecovelo	3
Emily	11
Enensys Technologies	8
Groupe d'aucy holding	2
Inscoper	4
Kerlink	8
La Belle Iloise	3
Le Saint	3
Liger	7
LTB	11
Manitou	11
Marine Harvest Lorient	3
Mousset	9
Ouest info	9
Parade	7
Pichon	11
Pôle santé Sarthe et Loir	2
Port de Nantes Saint-Nazaire	2
Réalités	4
Samson Group	11
SNCF	3
Stimio	8
Tibco	8
Transavia	6
Turbiwatt	4
Université Bretagne Loire	2
Valneva	6

www.agence-api.fr

La Feuille d'érable poursuit ses démarches d'économie circulaire

Initialement positionnée sur le recyclage de papiers et de cartons, l'entreprise d'insertion rennaise a progressivement étendu son activité. Actuellement, elle travaille avec l'ENSCR sur un allume-feu écologique.

La Feuille d'érable finalise, avec l'École nationale supérieure de chimie de Rennes, la conception d'un allume-feu éco-responsable. Depuis 2010, l'entreprise d'insertion rennaise assure la collecte et la valorisation de caquettes en bois. « Nous avons déjà un allume-feu, le Fago, que nous souhaitons faire évoluer avec l'intégration d'un autre coproduit, de l'huile de friture recyclée », explique Eric Challan-Belval, le dirigeant de La Feuille d'érable. Ce projet collaboratif bénéficie d'une aide de la région Bretagne de 49 k€ dans le cadre de l'appel à projets "transfert de technologies santé & biotechnologies". Pour mener ce projet La Feuille d'érable a recruté un chef de projet.



L'entreprise d'insertion rennaise collecte et valorise les caquettes en bois, notamment sous la forme d'un allume feu.

MUTUALISER LES COMPÉTENCES

Avec l'ENSCR, il a été mis au point un process innovant permettant de transformer l'huile végétale en matériau plastique combustible. « Cette collaboration nous permet de mutualiser nos savoir-faire, mais aussi de confronter nos visions et contraintes, par exemple en termes de modèle économique. » Si des prototypes ont déjà été testés, la formulation chimique doit encore être stabilisée, tout comme les coûts de production. Eric Challan-Belval espère aboutir à une mise en production début 2020.

EMPLOIS, DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ÉCONOMIQUE

À terme, la Feuille d'érable a vocation à internaliser la quasi-totalité de la production du Fago 2.0. Des investissements seront consentis dans une ligne de production dédiée. « Sur le Fago, nous intervenons essentiellement au début du process. Cela nous permettra de développer l'emploi au sein de la structure, une des trois objectifs des projets que l'on porte avec le développement durable et la viabilité économique. » Entre Rennes et Caudan,

la Feuille d'érable (2,5 M€ de CA) emploie 58 salariés, dont 32 en contrat d'insertion.

DES INVESTISSEMENTS

L'entreprise d'insertion s'était initialement positionnée sur le marché du recyclage de papiers et de cartons pour les entreprises et les collectivités. Elle a progressivement étoffé son offre de services à d'autres activités. Début 2018, la Feuille d'érable a étendu son périmètre avec la création d'Auclair. « Cette filiale est spécialisée dans l'entretien de locaux à partir de produits biologiques, pour les entreprises et collectivités. » Pour cette activité de nettoyage, la société a acquis un véhicule roulant au biogaz. Elle prévoit d'investir, courant 2019, dans un second camion-benne roulant aussi GNV. « Nous sommes toujours dans notre logique d'économie circulaire puis que les bio déchets que nous collectons chez les restaurateurs sont transformés en biogaz. » Au vu du développement de ces différentes activités, La Feuille d'Érable réfléchit à s'engager dans un projet immobilier à horizon 2022.

MAUREEN LE MAO

Le lavage de gobelets réutilisables

Depuis 2017, La Feuille d'érable développe une activité de collecte et de lavage de gobelets réutilisables. L'entreprise a investi dans une ligne de lavage industrielle, d'une capacité de 20 000 gobelets par jours, installée dans un bâtiment de 600 m² à proximité de son site principal. Elle travaille pour deux clients rennais : la startup Newcy qui a mis au point une offre complète de service autour d'un gobelet réutilisable pour les distributeurs automatiques de boissons et Esprit planète, PME qui propose des verres consignés au marché de l'événementiel. « Cette activité poursuit sa croissance portée par le développement de nos deux clients », explique Eric Challan-Belval. La création d'une dizaine d'emplois pour cette activité est envisagée mi-2020. À noter que La Feuille d'érable poursuit avec Newcy des démarches de R&D autour de l'amélioration des process de lavage et de séchage des gobelets.

Des compétences pour la bonne cause

« La ligue des entreprises extraordinaires », c'est ainsi que Diariata N'Diaye, la présidente de Resonantes nomme ce collectif d'entreprises et de startups qui l'ont appuyé pour lancer la dernière version d'App-Elles. Par la création et diffusion d'outils de sensibilisation, l'association a vocation à lutter contre les violences faites aux femmes. En 2015, Resonantes déploie une application gratuite permettant aux victimes d'alerter un proche de confiance tout en transmettant sa position. Le tout lancé sous fonds propres. Mais l'association veut aller encore plus loin dans son projet de mettre la technologie au service des plus fragiles. Et décide d'y adjoindre un bracelet connecté. Objectif ? Déclencher plus discrètement et rapidement une alerte. Pour y parvenir, Resonantes s'est entouré de plusieurs structures comme iAdvize, Capgemini,

Une cause juste sur une idée innovante

Odiwi ou WaryMe. « Ils interviennent sur du mécénat de compétences, mais aussi via des soutiens financiers. Sans eux, nous n'aurions pas pu lancer le bracelet et la dernière version d'App-Elles. Et cela n'aurait pas pu voir le jour si ces entreprises ne se préoccupaient pas de l'impact social de l'innovation », résume Diariata N'Diaye.

Une dizaine de salariés d'iAdvize, le spécialiste nantais du marketing conversationnel, ont participé à ce projet via le programme Genius Care, qui les incite à consacrer une journée par an à une association. Bertrand Ouary, à la tête de l'agence Odiwi, se réjouit d'avoir « travaillé avec des porteurs de projets motivés pour une cause juste sur une idée innovante ». Car App-Elles et son bracelet intègrent la technologie d'alerte du rennais WaryMe. « Le déclenchement d'une alerte via le mobile ou le bracelet active automatiquement le GPS et le microphone. La position et l'ambiance sonore sont envoyées aux tiers de confiance mais aussi enregistrées. Ces données concrètes et précises peuvent donc servir de preuves en cas d'enquête. »

App-Elles compte déjà 8 000 téléchargements avec 1 800 utilisations actives par mois. Grâce à un financement participatif, Resonantes a pu, cet été, faire fabriquer 10 000 bracelets. Et en distribuer une partie à des associations d'aides aux victimes. Au CES de Las Vegas en janvier prochain, Diariata N'Diaye espère donner une visibilité internationale à App-Elles. Car le sujet des violences faites aux femmes n'est malheureusement pas d'actualité qu'en France...

MAUREEN LE MAO

Index

Agrocampus	2
Akeneo	8
Asamgo	8
BCI	2
Box'n services	6
Captiv	8
Cavac	3
Cesbron	11
Collet	9
Dilepix	7
Heurus	4
IEL	12
James 1840	4
Kiplin	6
La Malterie de Bretagne	9
Laval agglomération	2
Lumibird	3
Maisons du monde	11
Malvaux	4
Mecamen	3
Méchnaud	9
Merck	7
Miti	5
Moovency	7
Neoditech	3
Océalliance	9
Ouest Valorisation	12
Pita Pit	11
Réalités	6
Salesforce	8
Séché	12
Sides	8
Sumitomo	12
Symalean	7
TMC innovation	4
Université Bretagne Loire	2
Valneva	11
Visio	10
Zéro gâchis	6



la lettre **api** suspend sa parution
durant les fêtes de fin d'année et vous donne
rendez-vous le jeudi 10 janvier pour la reprise.

Faire du big-data une valeur ajoutée

3 M€, c'est le montant levé cette semaine par EP. Objectif ? Accélérer l'industrialisation d'Izigloo, son carnet intelligent d'entretien et de gestion de la maison. Si la startup a fait évoluer trois fois le concept de sa plateforme et son modèle économique, elle s'intéresse depuis 10 ans au big-data. « Avec Izigloo, nous voulons rendre la connaissance de l'habitat accessible et utile », explique Pierre Leroy, co-fondateur d'EP. La startup a développé un algorithme permettant de compiler des informations apportées par l'utilisateur d'Izigloo et des données issues de diverses bases comme l'IGN, l'Insee ou encore Météo France et leur donner de la valeur. Car dans l'immobilier comme dans d'autres secteurs, l'enjeu est bien celui-ci : valoriser les données collectées. Partout, tout le temps, par votre bracelet connecté, lors de votre dernier achat sur internet et même sur votre chien à en croire Neovia, la filiale d'Invivo qui s'intéresse

Valoriser les données collectées

aux objets connectés pour les animaux. Exploiter, valoriser et visualiser les données, un triple enjeu sur lesquels se positionnent les entreprises de l'Ouest. À Brest, Cityzen Data a développé Warp, une plateforme et un langage générique qui permet d'indexer et d'agrégier les données issues de capteurs et ainsi de simplifier et d'enrichir leur analyse. Depuis 2016, la plateforme est proposée en open-source, donc gratuitement. Et sa technologie a déjà séduit General Electric, Arkéa ou encore le Groupama team France. Matlo fait le chemin inverse passant d'une agence de design spécialisée dans la datavisualisation à un éditeur de logiciel. La startup nantaise vient de lancer la commercialisation d'un outil de prise de décision, permettant aux entreprises, sans compétences techniques, d'analyser leurs données métier et de les visualiser sous forme graphique et interactive. Une volonté que l'on retrouve aussi dans les collectivités : Rennes ouvre un site où ses données budgétaires sont expliquées sous forme d'infographies animées. Et dans l'Ouest, on sait aussi jouer collectif, à l'image du mouvement Datamaniques qui fédère déjà une centaine de décideurs convaincus du potentiel des données. Car comme le rappelle Jean-Lou Racine, de l'agence Le Phare à l'initiative de Datamaniques : « Avec de nouveaux modèles économiques, la data, crée de la valeur et de l'emploi ! »

MAUREEN LE MAO



Découvrez les infos et services exclusifs du nouveau Fil API

www.agence-api.fr

Index

Ageneau	12
Atlab pharma	9
Au Petit Prince	6
Chlorophylle	12
Cité des congrès	10
Créative	3
Cryolog	12
Eco-Compteur	4
EP	3
Eyeblue	4
Filière navale	8
Gamecash	10
Ho Karan	9
Idena	6
Impar	11
Kerlink	3
Lemer	10
Lessonia	7
Loc Maria biscuits	11
Midi et demi	6
Move and Rent	4
Nantes	2
Naogen	9
Nature et aliments	12
One Wave	8
Pays de la Loire participations	2
Port de Brest	2
Rennes métropole	2
Serap	8
Smiile	3
Soixante-Quinze	10
Solfab	11
Tilly Sabco international	6
Velco	4
Vérandaline	9
Village by CA 35	11
VM	8

Le dériveur nomade de Tiwal sur des vents porteurs

Le dériveur gonflable de Tiwal séduit en France comme à l'international. Pour accélérer son développement, la PME de Vannes vise notamment les États-Unis



Le Tiwal navigue aussi bien en mer que sur un lac.

Le 6 février 2017, Tiwal lancera une campagne de financement participatif sur Proximea, filiale de crowdfunding de la Banque Populaire Atlantique. « Nous espérons y lever 500 k€.

L'opération sera complétée par nos actionnaires historiques à hauteur de 200 k€ », révèle Emmanuel Bertrand, co-fondateur de Tiwal avec Marion Excoffon. En 2014, Tiwal avait déjà levé 500 k€ auprès du fonds parisien Newfund. L'objectif de cette nouvelle opération financière ? Accélérer la commercialisation du Tiwal 3.2. « Depuis le lancement en 2013, nous avons vendu 600 dériveurs dans 40 pays. Le concept est validé et nous entrons dans

une nouvelle phase de croissance. » Sur 2016, Tiwal (7 salariés) a réalisé un chiffre d'affaires de 971 k€, contre 782 k€ sur l'exercice précédent.

UN VÉRITABLE BATEAU

Aujourd'hui, la PME réalise 60 % de son activité hors de France, via un réseau de revendeurs. « Aujourd'hui, nous voulons accélérer notre développement commercial à l'international principalement aux États-Unis, où nous avons déjà une filiale commerciale. » Sur ce marché spécifique, la PME entend dupliquer la stratégie de vente directe en BtoC sur Internet mise en place en France. Avec

un prix de 5 500 à 6 500 euros selon la taille de la voile, Tiwal cible les particuliers sur un segment plutôt haut de gamme, où le dériveur est un véritable bateau et non un jouet. Le grand-public représente aujourd'hui 85 % de l'activité de Tiwal. Pour se faire connaître, la PME mise sur la bouche à oreilles et sur sa participation à des événements nautiques, dont certains qu'elle organise à l'image de la Tiwal.

EN BTOB AUSSI

Mais avec son dériveur gonflable, Tiwal séduit aussi les professionnels du tourisme comme les clubs de voile ou de vacances. En 2016, la PME a équipé sa première base UCPA à Bombannes (33). Mais Tiwal cible aussi le marché des super-yachts. « La démarche commerciale n'est pas la même : nous cibons les gestionnaires et les capitaines de ces bateaux loués ensuite à des milliardaires. » La PME équipe à ce jour une soixantaine de super-yachts, dont le Topaz, le cinquième plus grand yacht du monde qui en embarque quatre.

MAUREEN LE MAO

Un dériveur compact et gonflable

Conçu par Marion Excoffon, le Tiwal 3.2 est un dériveur de 3,2 mètres basé sur une structure gonflable. D'un poids de 50 kilos, le dériveur se monte et se démonte en 20 minutes sans outil. Pliable, il se transporte, en deux sacs, dans un coffre de voiture. En mer comme sur un lac, le Tiwal peut embarquer jusqu'à deux adultes. Tiwal, qui gère en interne dans son atelier l'assemblage du dériveur, fait appel à des sous-traitants pour la fabrication des différents éléments comme North Sails à Vannes pour les voiles. Plusieurs fois récompensé, Tiwal a notamment reçu en 2016 le prix du Good Design Award au Japon et a été élu bateau de l'année aux USA en 2013.

Pourquoi Bullier rejoint le groupe lyonnais Medicos ?

Pour atteindre la taille critique nécessaire et répondre aux exigences de son marché, tout en restant "made in France", le briochin Bullier intègre le groupe Medicos.



Les pinceaux haut de gamme et les séries spécifiques sont fabriqués à Saint-Brieuc.

Les pinceaux Léonard changent d'actionnaire. Stéphanie Bullier vient de céder la majorité de la société familiale au groupe lyonnais Medicos, spécialisé dans l'injection plastique et le verre étiré dans les domaines de la santé, de la beauté et de l'agro-alimentaire. Bullier (30 salariés - 3,4 M€ de CA en 2016) devient l'une des cinq filiales du groupe Medicos. Stéphanie Bullier conserve une part minoritaire au capital. Et devient directrice générale de la PME qui conçoit et fabrique des pinceaux pour les marchés de la cosmétique et des beaux-arts sous la marque Léonard et à façon.

PRÉPARER L'AVENIR

Septième génération à la tête de l'entreprise fondée en 1840, elle en était actionnaire à 100 % depuis 2012, après

en avoir racheté successivement les parts de son père et de son oncle. « Nous ne sommes pas dans une logique d'héritage pur, mais avons plutôt un regard moderne sur la transmission et l'avenir de l'entreprise afin de respecter aussi bien nos salariés que nos ambitions », résume Fred Ghenassia, directeur commercial de Bullier. Il y a un an, les dirigeants de la PME se sont engagés dans une réflexion sur le devenir de l'entreprise à moyen-terme, c'est-à-dire à 4 ou 5 ans. Et les choses sont allées plus vite que prévues.

MADE IN FRANCE

Bullier fabrique à Saint-Brieuc ses pinceaux haut de gamme et ses séries spécifiques. La fabrication des produits de moyenne gamme est sous-traitée en Asie. Bullier dispose à Canton

(Chine) d'un bureau dédié au sourcing des matières premières et aux achats. « Dans la cosmétique comme les beaux-arts, la tendance est à la concentration avec un rapprochement aussi bien des marques, que des clients et des distributeurs. Dans ce contexte, être une PME devient de plus en plus une contrainte pour répondre aux besoins de ces nouvelles entités en quête de volumes et donc de prix. Et c'est encore plus difficile d'y répondre en conservant une production "made in France", très demandée sur ces marchés, notamment dans la cosmétique », explique Fred Ghenassia qui évoque une rencontre et des valeurs partagées avec Cédric Marmonier, le président de Medicos.

DES SYNERGIES

Ce rapprochement permettra donc à la PME de profiter des moyens financiers, mais surtout de production dont dispose Medicos. Le groupe (155 salariés - 30 M€ de CA attendus en 2017) fait état d'une centaine de machines au sein de quatre filiales, trois dans l'Ain et une à Milan. Le lancement de nouvelles gammes sur les segments maquillage et beaux arts est d'ores et déjà prévu.

MAUREEN LE MAO

L'industrie du futur

Bullier avait déjà entamé des réflexions sur la mécanisation de sa production. « Nous avons intégré le programme "Industrie du futur" afin d'améliorer nos méthodes de production, et identifier ce qui peut-être optimisé et mécanisé, tout en conservant notre savoir-faire en France. » Depuis son arrivée à la tête de la PME, Stéphanie Bullier avait déjà consolidé l'activité à l'export (40 % du CA) et optimisé les process logistiques avec une livraison à J+1.

Medaviz digitalise le conseil médical à distance

Sur le marché de la e-santé, Medaviz entend se démarquer avec une plateforme de conseil médical accessible en ligne.

Pallier à l'engorgement des salles d'attentes comme aux déserts médicaux, telles sont les ambitions de Medaviz. La startup de Vannes a mis au point une plateforme de conseil médical en ligne qui met en relation les patients et des professionnels de santé par le web et téléphone. Objectif ? « Apporter une réponse aux questions de santé du quotidien. Medaviz permet d'avoir un premier avis médical lorsque l'on hésite à prendre sa journée pour aller aux urgences ou à se rendre chez son médecin traitant pour une éruption cutanée, une intoxication alimentaire, ou lorsque son enfant a un peu de fièvre au milieu de la nuit », explique Guillaume Lesdos, président de Medaviz, co-fondateur de la startup en novembre 2014, avec Stéphanie Hervier et Jean et Anne Spalaïkovitch, respectivement médecin et pharmacienne, depuis rejoints par Guillaume Boucher.

UNE LEVÉE DE FONDS

Après une période de test de cinq mois entre avril et septembre, Medaviz a lancé son service à la rentrée 2016. La startup vient de lever 600 k€ auprès du fonds lorientais SFLD et des business-angels AngelSquare. « Cette première opération financière va nous permettre d'accélérer notre développement commercial et de déployer de nouvelles fonctionnalités, notamment autour de la télé-médecine et de la visioconférence. » Une seconde levée de fonds est déjà envisagée.

EN BTOBTOC

Si la finalité de la plateforme est de faciliter les échanges entre les



Les cinq associés de Medaviz affichant des profils complémentaires.

patients et le corps médical, Medaviz commercialise son offre en BtoBtoC. « Nous avons aujourd'hui une trentaine de clients en France, soit environ 900 000 personnes qui ont accès à notre service. » La startup cible notamment les mutuelles et les assurances dont l'offre doit être différenciante pour gagner des contrats collectifs. « Nous avons contractualisé avec une mutuelle et le Fonds d'action sociale du travail temporaire qui proposent le service à leurs 850 000 adhérents », précise Guillaume Lesdos. Medaviz compte également dans son portefeuille de clients des entreprises comme BearingPoint, Mediaveille ou Vénéti.

PRÉSENCE SUR LE TERRITOIRE

La startup vise aussi des acteurs présents sur le territoire comme des sociétés de téléassistance ou des collectivités. « Notre service est ainsi utilisé par le maire de Landudec, commune dépourvue de médecins, ou encore Arkea Assistance, dont la tablette pour seniors intègre notre service. » La PME commence également à travailler avec des établissements de santé n'ayant pas de médecins in-situ 24h/24.

DES RECRUTEMENTS

Installée à la pépinière de Vannes, Medaviz prévoit plusieurs recrutements suite à la levée de fonds. « Nous allons recruter deux à trois développeurs et deux commerciaux. » La startup, qui dispose aussi d'un bureau commercial à Paris, travaillait jusqu'ici avec des prestataires de services. Elle va donc pouvoir internaliser ces compétences.

MAUREEN LE MAO

80 professionnels de santé disponibles 24h/24.

Afin de dispenser les conseils médicaux, Medaviz travaille avec 80 professionnels de santé inscrits au Conseil National de l'Ordre de leur spécialité. 75 % des demandes sur la plateforme concernent des généralistes. Mais elle donne aussi accès à des spécialistes, des sages-femmes, nutritionnistes ou encore des kinésithérapeutes. Ils sont en mesure de fournir des premiers avis médicaux, des compléments d'information sur un diagnostic ou un traitement ou encore d'accompagner les patients dans l'automédication.

la lettre

L'INFO ÉCO BRETAGNE PAYS DE LA LOIRE

N° 1109 - Hebdo - 25/08/16



atlantique presse information

De Regards à Klaxoon

À Cesson-Sévigné, le groupe Regards se développe sans faire de vague. Mi-juin, la discrète société, spécialisée dans les outils professionnels pour l'apprentissage, s'est installée sur son nouveau "campus" : 1 500 m² d'espaces de travail, de créativité, de convivialité sur trois niveaux aménagés à ses couleurs par l'agence nantaise Decodheure. « Des espaces qui facilitent l'interaction entre les équipes et qui reflètent notre état d'esprit », résume Matthieu Beucher, le PDG, co-fondateur du groupe breton en 2009. Car c'est un projet de R&D, mené en interne, qui permet aujourd'hui à Regards de viser plus loin. Et de passer de la création de contenus de formation à la conception d'un produit maison.

Démarré en 2012, ce projet d'1 M€ soutenu par Bpifrance, a abouti en mars 2015 au lancement commercial de Klaxoon. « Il s'agit d'un nouveau format de pédagogie dynamique en présentiel, qui intègre, de manière très simplifiée, des quizz, des votes, du brainstorming... Klaxoon est accessible depuis une plateforme web, mais surtout d'une box. Les contenus sont alors accessibles hors-ligne, et là nous nous différencions réellement de l'existant. » Ce produit séduit en France comme à l'international, notamment au CES de Las Vegas où il a été primé. Il est aujourd'hui utilisé par Renault, Thales, Schneider, SNCF, Saint-Gobain ou encore Dior.

Nous nous différencions de l'existant.

« Les premiers contrats signés en France nous ont permis d'en signer d'autres à l'étranger, chez des clients de nos clients, par exemple. Klaxoon est aujourd'hui utilisé dans 114 pays », révèle Matthieu Beucher qui travaille à la constitution de réseaux de distribution à l'étranger.

En 2014, la société avait réalisé un chiffre d'affaires de 3 M€. Un an après le lancement de Klaxoon, le cap des 5 M€ a été franchi. « Depuis le premier semestre 2016, l'activité de Klaxoon a pris le pas sur celle du bureau d'études. Mais nous poursuivons le développement des deux, elles se nourrissent l'une de l'autre. » Passé de 75 à 100 salariés entre septembre 2015 et 2016, le groupe prévoit encore 50 recrutements d'ici à un an. Rentable, Regards n'a pas eu recours, depuis sa création, à d'investisseurs extérieurs. Une stratégie qui semble réussir au groupe rennais.

MAUREEN LE MAO

La maison ne fait pas de selfies.

Garnier Event.

**Animations par l'image.
Bornes tactiles connectées.
Cabine Studio Harcourt,
pour le Grand Ouest.
Reportages photo.**

☎ 02 51 78 67 70
✉ info@studiosgarnier.fr

www.garnier-event.fr

Index

3D Sound Labs	8
3MO performance	5
Air Caraïbes	8
Aries alliance	3
Autocruise	8
Back Europe France	7
Béganton	9
Bretèche Industrie	4
Côtes d'Armor	2
Crédit mutuel Arkéa	6
DCNS	3
Easybroadcast	4
Eco-emballages	5
Eolfi	2
Florette	7
Fonds Idée	2
GLM Fashion	8
Go Capital	6
Herige	5
IRT Jules Verne	2
Keendo	6
Kerlink	3
Lactalis	7
Larnicol	9
Ligier Group	5
Livemon	6
Neovia Venture	9
Newloc	5
Nexguard Labs BV	8
Nox	6
O2	8
Ovoteam	7
Parc éolien Guérande	3
Puy du Fou	7
Qowisio	4
Séché	5
Spir	4
STX France	3
Symalean	4
Tilly Sabco Bretagne	9
Ubisoft	4
VMI	3

www.agence-api.fr

Avec sa fontaine à eau innovante, Opuntias simplifie l'accès à l'eau potable

Opuntias veut rendre plus simple l'accès à l'eau potable, notamment dans les pays en voie de développement. Et innove avec une fontaine à eau nouvelle génération.



Jean-Paul Augereau, le président d'Opuntias, fait une démonstration du fonctionnement de la fontaine à eau.

Sous l'impulsion de son président Jean-Paul Augereau, la PME vannetaise Opuntias se lance dans une nouvelle activité. « Nous avons mis au point une fontaine à eau qui fonctionne sans électricité, produits chimiques et ni maintenance. Elle est capable de potabiliser 1 m³ d'eau par heure, soit les besoins journaliers de 1 000 personnes », explique le dirigeant de l'entreprise, spécialisée dans la conception de stations de recyclage et de traitement des eaux sanitaires sans produits chimiques. Jean-Paul Augereau, qui a relancé ce projet fin 2015, souhaite déployer rapidement cette machine dans les pays où l'accès à l'eau et l'électricité est difficile.

EN AFRIQUE

Comme les autres produits d'Opuntias, la fabrication de la fontaine est soustraite. Un prototype a été installé au Bénin en janvier 2016. Chaque unité est vendue 3 500 €. Sont visés les organismes humanitaires, les fondations, les villes françaises dans le cadre de jumelage et les collectivités territoriales en Afrique. Outre l'Afrique, Opuntias cible le Sri Lanka et le Mexique où la PME a des agents commerciaux. « Deux machines seront installées en Côte d'Ivoire pour l'association de Didier Drogba et deux au Sénégal. Nous avons aussi en projet l'installation de 350 fontaines au Cameroun et 110 au Bénin. »

POURSUITE DE L'ACTIVITÉ HISTORIQUE

Sur son activité historique, Opuntias s'est recentré sur une cible BtoB. « Nous avons 40 stations de traitement des eaux installées dans des élevages dans l'Ouest. Nous travaillons aussi avec l'agroalimentaire et notamment les légumeries : 12 stations sont opérationnelles, dont la dernière en date au Lycée Jules Rieffel de Saint-Herblain », explique Jean-Paul Augereau, qui relève des délais de deux ans de maturation de projets sur ce secteur. Fin 2016, il vise une vingtaine de stations dans l'agroalimentaire et 70 sur le marché de l'élevage.

LES GROS PROJETS TERTIAIRES

Depuis deux ans, Opuntias s'intéresse aussi aux projets immobiliers tertiaires à Paris. « Avec Bouygues et Vinci, nous avons installé des stations à Accor-hotels Arena, au siège de Thalès et un chantier est en cours à la cité musicale de l'île Seguin. Ils ont l'obligation d'installer des bassins tampons pour les eaux de pluies, la station permet de réutiliser l'eau pour les sanitaires ou l'arrosage. »

MAUREEN LE MAO

Évolutions capitalistiques

Opuntias emploie six salariés pour un chiffre d'affaires de 680 k€ en 2015. 1 M€ est visé en 2016. Le recrutement d'un commercial dédié au marché de l'élevage avicole et porcin est prévu en avril. Un second doit suivre en février 2017. Afin d'accompagner son développement, la PME a porté son capital à 1,050 M€ en juin 2014, par l'entrée de Marcel Tréguer, le PDG de Trécobat et deux investisseurs. Quatre investisseurs historiques d'Opuntias ont quitté le tour de table à la faveur de cette opération. Jean-Paul Augereau reste majoritaire.

la lettre

L'INFO ÉCO BRETAGNE PAYS DE LA LOIRE

N° 1106 - Hebdo - 30/06/16



atlantique presse information

La petite bière se fédère

L'Euro bat son plein et la bière coule à flot. Le houblon reste la boisson préférée des supporters. En France, une nouvelle tendance se dessine au comptoir. Plus qualitatives, les bières artisanales attirent de plus en plus. « Le marché de la bière est stable. On consomme moins, mais mieux », note Laurent Boiteau, dirigeant de la brasserie Mélusine à Chambreaud (85). Et sur ce marché, l'Ouest n'a rien à envier à l'Alsace ou au Nord. De 3 000 brasseries dans les années 30, la France n'en comptait plus qu'une trentaine en 1980. En 1985, Coreff fait office de précurseur, en proposant dans la lignée de la Ale anglaise, d'autres goûts que les bières industrielles. La marque finistérienne illustre le renouveau de la brasserie artisanale. Car depuis, le nombre de brasseurs a explosé. On en compte 57 en Bretagne et 39 en Pays de la Loire. Et plusieurs projets sont en cours.

Très attachés à leur territoire, ces acteurs multiplient des investissements à leur échelle. Mélusine vient d'investir 1 M€ dans un bâtiment de stockage, une ligne d'enfutage et des cuves. À Trégunc (29), Britt a engagé 1,3 M€ dans un nouvel outil d'embouteillage. Et Lancelot au Roc-Saint-André (56) vient de s'équiper de six fermenteurs de 160 hl pour près de 300 k€.

Défendre les intérêts des artisans-brasseurs.

Mais, à l'échelle nationale, ces TPE et PME ne se reconnaissent plus dans les prises de positions de Brasseurs de France, syndicat dominé, selon elles, par les grands groupes industriels comme Kronenbourg, Heineken, Leffe... Elle viennent donc de créer, début juin, leur propre fédération : le syndicat national des brasseurs indépendants (SNBI). « Quand Coreff, la plus grande brasserie de l'Ouest produit 34 000 hl par an, Kronenbourg en produit 7 millions. Le SNBI représente les intérêts des artisans-brasseurs qui produisent moins de 200 000 hl par an. Et qui sont portés par les mêmes valeurs : qualité, production française, transparence, indépendance... », précise Mikaël Le Breton, le dirigeant de Tri Martolod à Concarneau et délégué du SNBI pour la Bretagne. Sur les 900 brasseurs français, 850 rentrent dans les critères du SNBI, présidé par le Lorrain Jean-François Drouin. 400 ont déjà manifesté leur intérêt. Premier chantier : la création d'un label spécifique pour les bières artisanales. Blondes, brunes ou ambrées, les lignes brassicoles n'ont pas fini de bouger.

MAUREEN LE MAO

Index

Algaé innovation	8
ASM	8
Ciab	12
Craquelins de Saint-Malo	12
Distrivert	3
E-doceo	11
Eram	7
Eurofins	10
Even	12
Fabshop	9
FM Logistic	6
Gameloft	9
Grandin	4
Herige	6
I dex	2
I-Tek	3
Manitou	8
Médiaveille	11
Mousset	4
Nantes métropole	2
Nau	10
Neo Factory	3
Notre-Dame-des-Landes	2
Océane	9
Penn Ar Bed numérique	2
Réalités	4
Sanders	10
SDMO	10
Seri Ouest	4
Solaren	12
Télélogos	9
Terra éco	11
Triskalia	11
Vendée automation	3
Vêt'affaires	6
VMI	8
We-Van	6

adpotentiel

CONSEIL EN VALORISATION
DES RESSOURCES HUMAINES

www.adpotentiel.fr
02 85 52 32 44 contact@adpotentiel.fr

RECRUTEMENT

DÉTECTION DE POTENTIEL

ACCOMPAGNEMENT
MANAGÉRIAL

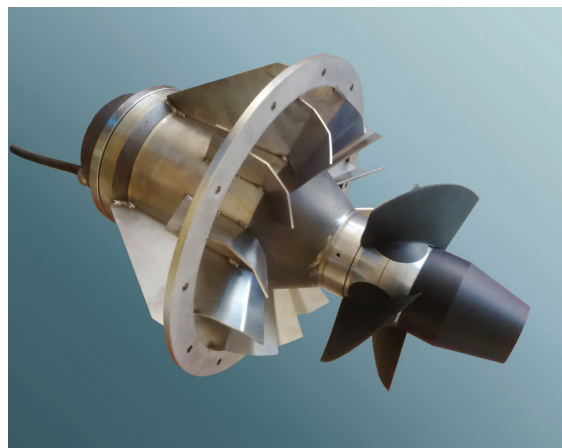
www.agence-api.fr



56 Énergie

Turbiwatt mise sur la micro hydroélectricité de proximité

En France comme en Europe, Turbiwatt poursuit son développement commercial avec des micro-turbines hydroélectriques dédiées aux basses chutes.



Turbiwatt a développé 3 micro-turbines adaptées aux basses chutes.

Sur le marché de l'hydroélectricité, Turbiwatt a un positionnement bien spécifique. Ses turbines sont spécifiquement dédiées aux basses chutes, inférieures à 8 mètres. Par rapport à l'existant, Turbiwatt a surtout concentré ses innovations sur le générateur. « Compact et performant, il est inséré directement dans la turbine. Et il en ressort un courant aux normes du réseau. La rentabilité est donc rapide », explique Didier Gregory, président délégué de Turbiwatt. Fondée en 2010, la PME de Caudan les commercialise depuis mi-2013. « Nous avons

aujourd'hui en service 27 turbines Lion et Léopard de grandes et moyennes capacités, et une cinquantaine de petites turbines à usage domestique, même si celles-ci ne sont pas un axe prioritaire de notre développement. » Aujourd'hui, l'entreprise réalise 35 % de son activité en Europe et 65 % en France, où les projets sont administrativement plus longs à se mettre en place.

250 k€ de commandes confirmées

La PME devrait clore son chiffre d'affaires 2015 aux environs de 450 k€, contre 250 k€ en 2014. L'ac-

célération est attendue en 2016. Turbiwatt mentionne actuellement avoir 250 projets à l'étude, et un portefeuille de prospects d'environ 5 M€. À six mois, 250 k€ de commandes sont confirmées. Aujourd'hui, 95 % des turbines installées par Turbiwatt sont positionnées « au fil de l'eau », près de rivières, moulins ou écluses.

Le marché des industriels

« Nous venons de signer deux importants contrats en Suisse et en France avec des professionnels de l'énergie. Les turbines seront livrées d'ici à la fin 2015. Ces contrats crédibilisent notre produit », précise le dirigeant, qui mentionne également « sept ou huit projets en cours avec des grands acteurs de l'eau ». La PME entend maintenant se positionner sur le marché des collectivités et des industriels qui, dans leur activité, brassent de l'eau. Et aimerait nouer un partenariat, pour une première installation pilote sur ce marché.

MAUREEN LE MAO

Déménagement et levée fonds

Installée à la pépinière d'entreprise de Caudan, Turbiwatt déménagera en décembre sur un site de 400 m². « Cela nous permettra de mettre en place une véritable ligne de production », explique Didier Gréggory, qui assure la fabrication des tous les hydrogénérateurs et l'assemblage des deux plus petites turbines. Celle de la Lio est actuellement en partie sous-traitée. Turbiwatt travaille sur une 4^e gamme de turbine de plus grande capacité. Pour ce nouveau projet, qui nécessitera un investissement de 350 k€ environ, la PME cherche à lever des fonds. Turbiwatt emploie six salariés. Des recrutements sont envisagés sur des postes administratifs, commerciaux et en production.



35 Numérique

AMA confirme son virage vers le médical

Historiquement spécialisée dans les jeux-vidéos, AMA a amorcé fin 2013 un virage vers les applications métiers. La société sort le 1^{er} février un kit dédié à la télémédecine autour des Google Glass.

Février 2014. AMA collabore à la première opération mondiale intégrant les Google Glass, où les gestes du Dr. Collin du CHP de Saint-Grégoire (35) ont été transmis en direct à une équipe au Japon. C'est à partir de cette première expérimentation qu'AMA a développé un kit spécifique dédié à la télémédecine. « Il se compose d'une paire de Google Glass, d'un ordinateur/tablette, de capteurs spécifiques et d'une suite logicielle. Nous finalisons actuellement les derniers développements », précise Christian Guillemot, PDG d'AMA et co-fondateur d'Ubisoft. Avec ce kit, AMA vise à l'échelle mondiale les établissements médicaux, des professionnels du secteur mais aussi des laboratoires.

Forte d'un partenariat avec Google, la PME avait bénéficié au printemps 2013 d'une paire de lunettes connectées pour développer des jeux. « Nous avons rapidement constaté qu'elles offraient des possibilités intéressantes dans d'autres domaines. Après l'opération avec le Dr. Collin, nous avons été sollicités sur d'autres problématiques. Cela nous a



Christian Guillemot ne veut pas aborder le marché connecté sous l'angle des gadgets.

permis de tester et d'améliorer la solution de télémédecine sur d'autres chirurgies. »

Le partenariat avec Google

Depuis octobre 2014, AMA est l'une des 10 sociétés mondiales certifiées "Google at Work", un programme lui permettant de renforcer son partenariat technique avec la firme américaine. « Nous n'avons jamais autant travaillé sur

les Google Glass qu'aujourd'hui », indique Christian Guillemot, enthousiaste quant aux futurs projets de Google, qui vient certes d'annoncer l'arrêt de la commercialisation des Google Glass dans leur version actuelle, mais prévoit de développer d'autres modèles plus performants.

Éviter les gadgets

AMA vise également d'autres secteurs que la télémédecine. « Aujourd'hui dans le numérique, il est indispensable d'être performants dans un secteur. Nous avons centré notre R&D autour du médical. Mais la solution à laquelle nous avons abouti est duplicable à d'autres domaines, et notamment l'industrie. Dans les objets connectés, il est facile de tomber dans des applications gadgets, ce qui n'est pas notre philosophie. »

MAUREEN LE MAO

Recrutements et évolutions capitalistiques

À Rennes, AMA emploie une quinzaine de salariés. Début janvier, la PME a déménagé dans de nouveaux locaux en location afin de faire face à son développement. « Nous sommes actuellement sur une embauche par semaine. Nous préparons le lancement commercial et constituons les équipes commerciales, marketing et logistique. » AMA a été fondée à Londres en 2004. Recapitalisée par les cinq frères Guillemot, l'antenne rennaise est juridiquement indépendante depuis le printemps 2014. L'entité bretonne devrait prochainement monter au capital d'AMA Londres. « Celle-ci deviendra une filiale d'AMA, chargée de la commercialisation sur le marché anglais », indique le PDG.

la lettre

L'INFOS ÉCO BRETAGNE PAYS DE LA LOIRE

N° 1084 - Hebdo - 14/01/16



atlantique presse information

Quand startups et bonnes bouteilles font bon ménage

C'est au Sival à Angers, le 13 janvier, que La Vigne numérique a officialisé son lancement. Créer des synergies entre les acteurs du vin et du numérique, tel est l'objectif de l'association nantaise fondée en juin 2015. « Nous voulons apporter la culture du numérique aux acteurs du marché viti-vinicole, et leur permettre d'intégrer les nouvelles technologies dans leurs pratiques techniques et commerciales », explique Quentin de Molliens, président de La Vigne numérique et dirigeant de QDM, agence de conseil en médias sociaux pour les vignerons.

Le cluster et ses 10 membres cible d'abord les acteurs du vignoble nantais, d'Anjou et de Saumur. Ce sont des pure-players du numérique comme Oenobook qui développe une application dédiée à la dégustation du vin,

« Apporter la culture du numérique aux acteurs du vin »

Komka vigneron, le réseau social des professionnels du vin, Grappons-nous, un réseau d'achats groupés de vins d'artisans ou Exocerp, un outil de gestion commerciale et viticole. Le cluster regroupe également des professionnels comme Vinomusic, une marque de négoce qui propose

d'accorder un cépage avec une playlist musicale ou le caviste en ligne Vins et indépendance. Et parmi les membres du cluster, on retrouve aussi Neurokiff, qui a mis au point un casque neuronal permettant de percevoir les émotions lors d'une dégustation et évidemment 10-vins, la start-up nantaise plébiscitée au CES de Las Vegas avec la D-vine, sa machine de dégustation de vin au verre.

Mais La Vigne numérique s'adresse aussi directement aux vignerons et aux consommateurs. Elle lancera prochainement sur son site web, une FAQ pour répondre aux questions des uns et des autres sur le vin et le numérique. Et pour la fin de l'année, le cluster prépare un événement qui regroupera acteurs économiques, institutionnels et viticoles autour des "wine startups".

MAUREEN LE MAO

Index

Ackerman	3
Actual	7
Akajoule	12
Anjou électronique	7
Atlantic ingénierie	8
Bâti Nantes finance	4
Capic	11
CIFC	9
Delta	9
Dictanova	8
Dome Solar	12
Echopaille	9
EEGP	7
Emballage technologies	10
Even	11
FranceAgriMer	3
Gepea et VMI	2
Horoquartz	6
Hydroclean	4
Le Houerff	4
Linxo	12
MaPUI Labs	6
Méthavie	8
Ouest éco-logis	9
Plastic omnium	10
Polaris	12
Rairies Montrieux	4
Saumur	2
Sayec	3
Scania	10
Sercel	7
Synergie	8
Télécom santé	3
Tribord	11
Université Bretagne Loire	2
Vigicorp	6
Visiofair	6
Vivalto	10
Woodbrass	11

La lettre contient un document pour ADI

www.agence-api.fr

**Développer votre image,
c'est augmenter votre attractivité.**

STUDIOS GARNIER
développeurs d'image

images publicitaires - espaces & décoration - événements par l'image
Tél : 02 51 78 67 70 - info@studiosgarnier.fr - www.studiosgarnier.fr

la Lettre

L'information économique en Pays de la Loire et Bretagne

N° 1049 - Hebdo - 19/03/15



atlantique presse information

InVivo NSA : 200 M€ pour une ambition mondiale

Plus de 200 millions d'euros. C'est le montant de la levée de fonds que s'apprête à boucler InVivo NSA. La filiale "nutrition santé animale" de la coopérative InVivo doit signer cette importante opération financière au printemps 2015. Dans l'Ouest, peu d'entreprises peuvent en dire autant, à l'exception d'Eurofins. Et comme le géant nantais des biotechs, la stratégie d'InVivo NSA est clairement tournée vers l'international.

La société de Saint-Nolff (56) a entamé des discussions exclusives avec Eurazeo. Le fonds entrera de manière minoritaire au capital d'InVivo NSA aujourd'hui détenue à 77 % par InVivo et à 23 % par Unigrains et le Crédit agricole. « InVivo restera notre actionnaire de référence. Mais, Eurazeo sera aussi un partenaire pour accompagner nos ambitions à l'international », souligne Matthieu Leroy, directeur de la communication.

Car depuis 2011, année de sa réorganisation stratégique par zones géographiques, la société multiplie les investissements à l'étranger, tout en conservant son approche transversale de la nutrition animale : les aliments complets, les premix et firme-services, les additifs, les laboratoires d'analyses et la santé animale. En 2013, 12 M€ ont ainsi été investis au Mexique dans une usine dédiée au pet-food ou encore 7,5 M€ en Indonésie sur un site qui produit des aliments pour les volailles, les poissons et les farines... InVivo NSA renforce aussi ses positions par croissance externe. En 2014, elle a signé l'acquisition de Total Alimentos, le 3^e acteur brésilien du petfood et du Suisse Pancosma, spécialisé dans les additifs innovants. Et un programme d'acquisitions de 400 à 500 M€ est d'ores et déjà anticipé, rendu possible par l'effet levier bancaire généré par la future levée de fonds.

Innover est aussi l'un des axes majeurs de "2025 by InVivo", le plan stratégique de la coopérative InVivo. Une ambition que l'on retrouve évidemment dans la feuille de route de sa filiale "nutrition santé animale". Et pour cela, InVivo NSA (6 830 salariés - 1,5 Mds€ de CA) qui compte 450 salariés en Bretagne, mise sur ses forces locales.

À Saint-Nolff, la société construit sa "maison de l'innovation". 5 M€ d'investissements pour créer un pôle rassemblant sur un même site une centaine de salariés issus de différents services (marketing, R&D, veille, design...), afin de maximiser les échanges et créer une transversalité dans l'innovation. Des ambitions à l'international, sans oublier le local, c'est aussi la stratégie d'InVivo NSA.

MAUREEN LE MAO

INDEX

3D Sound Labs	9
4Cad group	8
Adventi	8
Air-France et Transavia	11
Aléor	6
Asica	9
Astellia	12
Azo	10
Bretagne ateliers	11
Capelec	9
Cetim	2
Chatal	11
Cogelec	9
Énergie partagée	10
Eurial-Agrial	6
Florilore	2
H3O	4
iAdvize	5
imprimerie Allais	4
La Brasserie An Alarc'h	6
Le Gois	2
Les Minoteries du château	6
LogiOuest	3
Méthanisation de Charchigné	7
Meti	8
My Breizh Open Data...	2
Nooster	8
Peugeot Nantes	10
Piveteau	7
Renaissance industries	10
Rideau	3
RTE	11
Séché	7
Sizzly	12
Sofis	12
STX France	11
Texier	10
Thalassothérapie de St-Hilaire	7
Up to youth	4
Vatel	12
Verlingue	3
VM matériaux	3
We Do Good	4



La Lettre Api sur Ipad



Contactez Delphine Trioux
Responsable des abonnements



dtrioux@agence-api.fr
02 72 64 04 80

www.agence-api.fr



35 Services

En forte croissance, Itga se renforce à Rennes

Fin 2014, l'Institut technique des gaz et de l'air a ouvert un septième site sur Rennes. Une huitième implantation est déjà prévue.

Les sites de l'Institut technique des gaz et de l'air (Itga) essaient dans l'agglomération rennaise, où la société poursuit ses investissements. Itga a mobilisé 5 M€ dans l'ouverture d'un septième site à Saint-Grégoire sur la zone Edonia. Opérationnel depuis fin 2014, ce laboratoire national intègre notamment 10 microscopes électroniques à transmission. « Ces équipements permettent de détecter la présence des fibres d'amiante. Ce laboratoire est le plus grand de notre réseau pour l'activité amiante », explique Cynthia Loos, responsable de la communication d'Itga.

Un nouveau siège social

Et l'entreprise rennaise va continuer à renforcer sa présence sur la métropole. Fin 2015, un huitième site sera ouvert à Saint-Grégoire. Comme le laboratoire, il s'agit d'un site en location. Y seront regroupés le siège social et les services généraux. Le site actuel étant devenu trop exigu. Des investissements sont également prévus dans d'autres villes. Au premier semestre 2015, Itga ouvrira trois nouveaux laboratoires à Bordeaux, Lille et Rennes où



L'un des dix microscopes électroniques à transmission installé dans le laboratoire rennais.

la société dispose déjà d'agences commerciales.

400 embauches en deux ans en France

Car ces dernières années, Itga s'est fortement développé. En

2014, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 56 M€. 70 M€ sont visés en 2015. Cette croissance est génératrice d'emplois. La société dispose d'implantations dans 15 villes en France. « Nous regroupons aujourd'hui 863 salariés, dont 434 salariés à Rennes. Sur 2013 et 2014, notre effectif national a progressé de 41 % », précise Cynthia Loos. Avec des recrutements axés en partie sur des jeunes profils : 64 % des salariés du groupe ont aujourd'hui entre 25 et 35 ans.

MAUREEN LE MAO

Une offre globale et transversale

Fondée en 1994, la société est issue de l'École de chimie de Rennes, sur une activité historique liée à l'analyse des matériaux potentiellement amiantés dans le bâtiment. Mais l'entreprise, filiale du groupe Carso depuis 2000, a progressivement étendu ses compétences à deux autres secteurs : le bâtiment durable et la santé, l'hygiène et l'environnement. Outre les prélèvements et les analyses, l'entreprise a développé une offre de services complète sur ces trois domaines : conception de logiciels, formation, distribution de matériel, organisation d'événements, conseil...

La Lettre

L'information économique en Pays de la Loire et Bretagne

N° 1073 - Hebdo - 15/10/15



atlantique presse information

“Disrupter” pour contrer la crise

Le biométhane des agriculteurs vendéens, le bâtiment autonome du Nantais Delta Green, les multiples acteurs de la Cité de l'objet connecté à Angers, la pile à hydrogène du Vendéen Tronico, des groupements d'achat d'électricité, la relocalisation d'activités de Neopost au Lude (72) ou encore la stratégie commerciale de proximité de la start-up lavalloise Realyz... Autant d'exemples à retrouver dans notre supplément sur la Troisième révolution industrielle et agricole (Tria) qui montrent que les entreprises ligériennes sont déjà engagées dans cette démarche. Et, pour beaucoup, bien avant que les chambres consulaires régionales ne les regroupent sous un même label.

Créer des opportunités, favoriser le développement économique du territoire, impulser une dynamique collective positive... Autant d'objectifs que se sont fixés les chambres consulaires des Pays de la Loire, en s'emparant et en s'inspirant du concept de Jeremy Rifkin dès 2013. Et pour coller à la réalité du territoire, ils y ont ajouté le volet agricole.

Car, pour l'économiste américain, la crise que nous connaissons est une opportunité de changement : la troisième révolution industrielle. Selon lui, une révolution économique se produit quand de nouvelles sources d'énergies convergent avec de nouveaux moyens de communication. Après la machine à vapeur et l'imprimerie, l'électricité et la télévision, ce sont les énergies renouvelables et les nouvelles technologies de l'Internet et du numérique qui font la révolution du XXI^e siècle. Des technologies qui, demain, doivent être génératrices de croissance et d'emplois.

400 projets et acteurs sont déjà engagés dans ce mouvement qui n'est pas uniquement l'apanage des collectivités et des grands groupes. Artisans, TPE, PME de tous secteurs et filières portent aussi, à leur échelle, des actions pour s'adapter à ce nouvel environnement économique et énergétique et, in fine, croître. Certes la troisième révolution industrielle ne résoudra pas l'ensemble de la crise que connaît notre territoire, ni celle de l'économie française et mondiale. Mais en Pays de la Loire, on le voit, la dynamique est lancée et ne demande qu'à être boostée.

MAUREEN LE MAO

INDEX

Algues de Bretagne	6
Armor	9
ASM	10
Brittany ferries	3
Cooper	3
CA Atlantique Vendée	12
Del Arte	6
Dictanova	8
École atlantique de commerce	9
Ellidiss technologies	8
Euramold	7
Eurofins	9
FMGC	11
France viande export	2
G2M	5
HTL	7
Invivo NSA	8
Keosys	12
Kiplin	4
Lacroix	11
Les Ateliers de l'Atlantique	6
Manulutex	9
Mecachrome	11
Millénaire	12
Mulliez Flory	7
Olnica	4
Ouest bureau	10
Pizza sprint	6
Retis	8
SEM Lorient-Keroman	2
Seris	4
SLC	3
Staff décor	10
STG	3
Strego	10
STX France	2
Trophées Territoires Innovation	7
Ubisoft	12
Vedici	4
Voxygen	11

Retrouvez dans ce numéro, notre supplément spécial dédié à la TRIA



www.agence-api.fr



La Lettre Api sur Ipad



Contactez Delphine Trioux
Responsable des abonnements



dtrioux@agence-api.fr
02 72 64 04 80



35 Matériaux

Le groupe Denis poursuit ses investissements et ses acquisitions

Le groupe familial, géré depuis 2010 par Rachel et Renan Denis, les enfants du fondateur, continue d'investir dans l'Ouest, cœur de son activité autour des matériaux et du béton.



Centrale, la nouvelle unité de fabrication de béton de Bruz dessert neuf agences commerciales du groupe.

Spécialiste du négoce de matériaux de construction et la fabrication de produits en béton, le groupe Denis poursuit sa forte politique d'investissements continus. En 2015, le groupe familial a mis en service deux nouvelles centrales à béton à Hennebont (56) et Bruz (35), qui complètent la centrale historique de Redon. « Ces centrales représentent des investissements de 800 k€ et 1,2 M€. Dans une logique de proximité, nous cibons les artisans, maçons, carreleurs sur une zone de 30 km autour de chaque centrale, avec du béton prêt à l'emploi livré deux heures après sa fabrication », explique Renan Denis. La commercialisation du béton est assurée par les commerciaux de Denis matériaux. « Mais la formulation des produits, plus de 500, la production et la gestion des commandes est gérée par notre filiale Perin industrie, spécialisée dans le béton », détaille le dirigeant qui

mise sur la qualité et les services à valeur ajoutée (alerte au départ de la livraison, différents modes de déchargement...)

Encore des investissements à Hennebont

En plus de cette nouvelle centrale à béton, le groupe vient d'investir 1 M€ à Hennebont, suite à l'acquisition de Picco matériaux (24 salariés) en septembre 2014. « Nous avons réparti les activités industrie et négoce au sein de Denis matériaux et de Perin. Sur le volet industriel, l'ensemble des équipements dédiés à la fabrication d'armatures métal-

liques non standard a été renouvelé, comme la presse à parpaing. » Une équipe commerciale de quatre salariés a également été constituée. À Hennebont, l'ensemble des activités est opérationnel depuis la rentrée 2015. En juin 2014, le groupe a acquis l'entreprise Blécon à Loutehel (12 salariés - 1 M€ de CA) via sa filiale DBI, spécialisée dans la transformation du bois. « Sous l'entité DBI-Blécon, nous avons renforcé notre offre avec des solutions de bois lamellé collé, que l'on trouve par exemple sur les poutres dans les salles de sport. »

MAUREEN LE MAO

Un groupe indépendant de 500 salariés

Depuis 2013, le groupe est basé à Guignen où son nouveau siège social avait mobilisé 4 M€ d'investissements. Son activité négoce compte 350 salariés au sein de 32 agences en Bretagne, Pays de la Loire et Basse-Normandie, pour un chiffre d'affaires de 90 M€ en 2014. L'activité industrie emploie 150 salariés pour un chiffre d'affaires de 35 M€, dont 30 M€ dépendants de la filiale Perin. Sur les deux activités, l'exercice 2015 est attendu en stabilité.

La Lettre

L'information économique en Pays de la Loire et Bretagne

N° 1080 - Hebdo - 3/12/15

api

atlantique presse information

Des startups attractives

Se démarquer de la concurrence, se positionner sur un nouveau marché ou préparer les évolutions de sa filiale... Autant de raisons qui motivent une entreprise à s'engager dans des démarches d'innovation. Et quand certains groupes investissent des millions en R&D, d'autres ont parfois une stratégie bien différente : regarder ce qui se fait ailleurs, notamment du côté des startups. Et y investir quelques deniers. Quand Eolane, le géant de l'électronique devient l'actionnaire majoritaire de la Cité de l'objet connecté, la démarche est assez évidente. C'est à Angers que doivent naître, sous l'impulsion de startups comme Smart Zeroes ou Sensorwake les objets connectés de demain, ceux qui nécessiteront des cartes électroniques... potentiellement produites par Eolane. Même logique pour Delta Dore à Bonnemain (35). Le spécialiste de la domotique veut s'imposer sur le marché de la sécurité pour le grand public. Pour ajouter cette corde à son arc, il vient de prendre 10 % du capital du nantais Kiwatch qui propose un système de télésurveillance à distance pour les particuliers.

Mais certains regardent aussi au delà de leur propre filiale, à l'instar de Tronico, fabricant d'équipements industriels. Le vendéen s'est offert, à la barre du tribunal de commerce, les savoir-faire de Vigicell, une PME spécialisée dans la réalisation de bio-essais en toxicité générale. L'association peut paraître étonnante, mais Tronico entend, sur le marché des biotechs, pouvoir proposer des équipements plus automatisés en machines d'analyse de l'eau in situ.

Dans le secteur de la finance, les banques craignent de se voir concurrencer par des modèles disruptifs portés par les fintechs. Pour ne pas passer à côté de ces innovations, le crédit mutuel Arkéa a pris le pari d'y investir. Il vient de s'offrir, pour plus de 50 M€, 86 % du capital de Leetchi, spécialiste parisien des solutions de paiement en ligne, célèbre pour sa cagnotte collaborative. Alors oui, pour certaines startups, ces "rapprochements" sont l'unique solution pour continuer d'exister quand le besoin de fonds se fait sentir... Et certains startups ont intégré cette logique de rachat dans leur stratégie dès la création de leur entreprise. Mais une limite à "ces belles histoires" existe : le risque de voir ces pépites quitter le territoire. Si souvent, l'équipe de R&D reste en place, comme pour le rennais FlexyCore racheté par Google fin 2013, le centre de décision, lui, n'est plus ici. Des startups attractives avec des technologies à valeur ajoutée, la Bretagne et les Pays de la Loire en regorgent. Reste à trouver comment leur donner les moyens d'assurer leur croissance.

MAUREEN LE MAO

INDEX

3Point3	5
ABH	10
Akena	10
Alphacoms	8
AMI	10
Apportech industries	9
Arkéa capital investissement	12
Autoroute Montoir-Vigo	2
Brasserie de Bretagne	7
CBP	12
CDK technologies	9
Delta dore	4
e-doceo	6
Evosens	4
Falienor	7
Formaderm	11
French Tech	3
Idéa et Vol-V	5
Insane Unity	8
LDC	11
Le Noble âge	11
Le Saint	7
Lessonia	5
Maugin	10
Métall'augmentée	12
Michelin	9
Minoterie Siohan	11
Ouest-France	8
Ouest industries créatives	2
Pirou	2
Pixiel Drone Systems	4
Planchenault	8
PwC	2
Quéguiner matériaux	12
Séché environnement	5
Secma-Cabon	3
SFR	6
SmartMyData	6
Spadium	2
Splashlec	9
STX France	4
Transsonique	3
Trophées Territoires Innovation	6
Valneva	7



La Lettre Api sur Ipad



Contactez Delphine Trioux
Responsable des abonnements



dtrioux@agence-api.fr
02 72 64 04 80

La lettre contient un document
pour CM-CIC

www.agence-api.fr



22 Cosmétiques

Aroma celte en pleine croissance à Saint-Agathon

Le laboratoire costarmoricain Aroma celte fait feu de tout bois, et engrange les projets : entrée en bourse, extension immobilière, recrutements...



Installée à Saint-Agathon depuis 2013, Aroma celte y conçoit et fabrique l'ensemble de ses formes galléniques, à l'exception des gélules.

Cotée en bourse sur le marché libre d'Euronext Paris depuis décembre 2014, Aroma celte se développe fortement sur le marché de l'aromathérapie. Huit salariés ont été recrutés depuis septembre portant l'effectif à 13 personnes. « Nous allons continuer la structuration et le renforcement des équipes commerciales et techniques avec le recrutement de 7 personnes avant l'été », dévoile Bruno Obriot. Et le PDG d'Aroma celte n'entend pas s'arrêter là. « Nous sommes en train de finaliser une première opération de croissance externe. » Cette ac-

quisition doit être bouclée dans le courant du mois de mars.

Une levée de fonds en cours de finalisation

En 2014, la PME a réalisé un chiffre d'affaires de 700 k€. « Sur 2015, nous visons les 2 M€ à périmètre constant et les 5 M€ en intégrant l'activité de l'entreprise acquise », révèle le dirigeant. Pour financer ses projets et accélérer le développement, Aroma celte boucle également une levée de fonds d'1 M€ auprès de fonds d'investissement. En 2014, la PME avait déjà ouvert son capital à un investisseur privé.

Extension des locaux de Saint-Agathon

Côté produits, le laboratoire commercialise aujourd'hui 27 références : solutions buvables, huiles de massage, sprays, gélules... Ils sont distribués en pharmacies-parapharmacies (80 %) et boutiques de diététique (20 %). « Nos produits sont commercialisés en France et en Belgique. L'objectif est d'attaquer dès 2016 le marché export, en dupliquant le modèle français, en Allemagne, en Angleterre, en Italie et en Espagne. » Aroma celte gère la conception et la fabrication des produits, à l'exception des gélules dont la production est sous-traitée. La PME projette également d'agrandir ses locaux à Saint-Agathon. Les bureaux et l'atelier de production doivent être portés de 300 à 800 m². Le projet doit être lancé d'ici à la fin 2015, et mobilisera environ 350 k€ d'investissements.

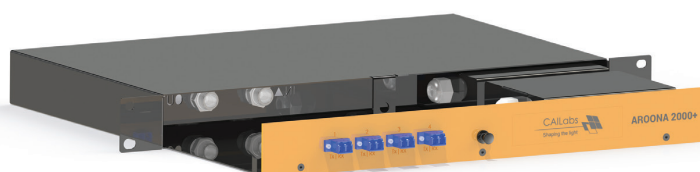
MAUREEN LE MAO

Une gamme de cosmétiques

En octobre 2014, Aroma celte a lancé une première gamme de cosmétique marine avec 7 références. « Deux nouveaux produits sont déjà prévus. La gamme est composée d'eau de mer et d'algues bretonnes et de plantes. » Bruno Obriot a souhaité, pour se démarquer de la concurrence, réduire ses marges afin de proposer des produits premium avec un positionnement de moyenne gamme en terme de prix. Le dirigeant indique une moyenne de 15 à 20 k€ d'investissements pour le lancement d'un nouveau produit.

Cailabs booste le débit des fibres optiques

La société rennaise exploite une technologie de mise en forme de la lumière permettant d'augmenter le débit des fibres optiques. Elle vient de réaliser une nouvelle levée de fonds.



Aroona permet aux structures équipées de fibres multimodes de booster leur débit sans changer d'équipements.

1,05 M€, c'est le montant de la nouvelle levée de fonds réalisée par la société rennaise Cailabs. « L'opération a été réalisée auprès d'Innovacom et de plusieurs business angels parisiens et bretons », confirme Jean-François Morizur, le PDG de Cailabs. Ce n'est pas le premier tour de table que réalise l'entreprise, installée à Rennes depuis septembre 2013. Issue du laboratoire parisien Kastler Brossel (Prix Nobel en 2012), Cailabs exploite une technologie innovante brevetée autour de la mise en forme de la lumière permettant d'augmenter le débit des fibres optiques. Fin 2013, elle avait déjà levé 1 M€ auprès d'Innovacom,

de business angels et de la SATT Lutech. Kima ventures lui a apporté 100 k€ en février 2014. Et les investisseurs historiques ont réengagé 450 k€ en avril 2015.

DÉBUT MULTIPLIÉ PAR 400

Cette nouvelle opération vise à accompagner l'accélération commerciale d'Aroona. Avec sa technologie, Cailabs cible le marché des fibres multimodes, c'est à dire celles utilisées par les grandes entreprises, les universités, les CHU ou les collectivités qui ont beaucoup d'équipements à connecter comme des ordinateurs, des systèmes de vidéo-surveillance... « Notre techno-

logie leur permet, sans changer leurs équipements et réseaux existants, de multiplier leur débit par 400 et une meilleure qualité de service. » Aroona vient d'être primé aux trophées de l'ITInnovation.

EN FRANCE D'ABORD

Durant l'été 2015, Cailabs a mené plusieurs déploiements pilotes auprès d'entreprises et d'universités. « Entre septembre et décembre, nous avons mis en place la stratégie marketing pour accélérer début 2016. Nous visons d'abord le marché français, avant de nous attaquer à l'international », révèle le dirigeant, qui s'engagera alors dans une nouvelle levée de fonds. Et le démarrage semble prometteur. « À ce jour, nous avons égalé notre chiffre d'affaires 2015. » Sur ce dernier exercice, la société (16 salariés) a réalisé un exercice stable à 200 k€. Une progression significative est attendue en 2016.

MAUREEN LE MAO

Un record pour le japonais KDDI

Cailabs exploite sa technologie à un autre niveau. Depuis septembre 2014, la PME commercialise des multiplexeurs dédiés aux équipes R&D du secteur des télécoms qui travaillent sur des fibres de nouvelle génération. Parmi ses clients, la startup compte des opérateurs et des équipementiers d'Europe, des USA, du Japon ou de Chine. Le japonais KDDI a ainsi obtenu une fibre 114 fois plus puissante qu'une fibre optimisée d'aujourd'hui avec le multiplexeur de Cailabs.

la lettre

L'information économique en Pays de la Loire et Bretagne

N° 1040 - Hebdo - 15/01/15



atlantique presse information

2015 : l'année des objets connectés ?

Lu sur Twitter la semaine dernière : « On entend beaucoup parler français dans les allées du #CES2015. » Et pour cause, les Français étaient présents massivement au Consumer Electronics Show de Las Vegas. Les entreprises de l'Ouest n'ont pas manqué cette grand-messe de l'électronique grand-public. Une dizaine d'entre-elles y ont exposé leurs dernières innovations sous le pavillon de la French Tech ou leurs propres stands. D'avis d'experts, le CES a été une mine d'or en matière d'objets connectés. Gadget ou non, telle est la question ?

Mais une chose est sûre, nos entreprises bretonnes et ligériennes ne sont pas en reste. On l'a vu en 2014, plusieurs veulent se positionner sur ce marché avec des objets ou équipements d'usages et d'utilité variés. Optinvent et ses lunettes dans le sillage des Google Glass, Ndmac systems avec sa tireuse à bières connectée, le porte-clé de Ticatag, le thermostat de Qivivo ou encore B Sensory, qui prépare la sortie d'un sex-toy connecté à une application de lecture d'ouvrages érotiques... Autre signal fort : la création à Rennes par d'anciens ingénieurs du centre de R&D de Renesas de plusieurs start-up autour des objets et des capteurs intelligents comme Nemeus, EsoftThings ou encore Wi6labs.

Au delà des objets, l'enjeu est aussi sur la collecte et l'analyse des données. À Brest, Cityzen data, société sœur de Cityzen sciences le leader français du textile connecté, a mis au point une plateforme générique pour indexer et agréger les données collectées par des capteurs de toutes sortes. Lorsque sa maison-mère veut lever 100 M€, nul doute que cela sera profitable à son propre développement.

Brest, Rennes, Nantes..., les métropoles sont dans la course. Mais c'est à Angers que verra le jour en mai 2015 la Cité des objets connectés. Le projet est soutenu par plusieurs industriels dont Eolane qui en sera l'actionnaire majoritaire. 2 M€ d'investissements machine sont déjà actés. À terme, la structure proposera un véritable parcours pour aider les entreprises dans le développement de leurs objets connectés : prototypage, industrialisation, pré-séries, production et mise sur le marché. De quoi faire naître de nouvelles pépites ! **MAUREEN LE MAO**

INDEX

3D Sound Labs	8
Actual	4
Allflex	3
Ariadnext	3
Centigon	6
Centrale au gaz de Landivisiau	2
Cinéville	10
Cityzen data	8
Cmar	2
Design Parquet	12
DS restauration	9
EDDE	4
Fabshop	8
Grand port maritime	2
La Craquanterie	9
Lactalis	9
Laurent Crépin	7
Laval Virtual	11
Le minor	11
Le Vieux Bourg	4
Mada	6
Maliterie	7
Pichon industries	6
Qivivo	12
Roc'Han Maille	11
RTE	2
Salaün Holidays	11
Sepro	3
SFCMM	5
Sietar & VTI	12
Snat	12
Sodifrance	8
Strego	3
Taltec	4
Walor	6



**Développer votre image,
c'est augmenter votre attractivité.**

**STUDIOS
GARNIER**
développeurs d'image

images publicitaires - espaces & décoration - événements par l'image
Tél. : 02 51 78 67 70 - info@studiosgarnier.fr - www.studiosgarnier.fr



**JE SUIS
CHARLIE**

www.agence-api.fr