

• EN BREF

Bleu de France s'implante au Gabon

Le groupe de pressings et de services associés niçois Bleu de France annonce l'ouverture de son premier pressing à Libreville, au Gabon. La master franchise est implantée au cœur de la ville-capitale de 850.000 habitants, au sein de l'hypermarché Géant Cekado. « L'implantation de ce pressing a fait appel aux compétences d'autres entreprises niçoises (Cimar pour l'installation technique, Label Enseigne pour la signalétique) et constitue donc une source d'exportation pour d'autres TPE ou PME de secteurs classiques », précise le P-dg de l'enseigne Robert Roux, également président du club Forum de l'Entreprise qui vise justement à trouver des marchés d'exportation pour les TPE et PME niçoises de secteurs dits traditionnels. Fondée par son père, Jean, en 1948, Bleu de France a peu à peu développé son activité pour aujourd'hui détenir (en propre ou en franchise) une quarantaine de points de vente, dont 22 en Russie, 1 au Sénégal et 1 au Maroc. L'ouverture de Libreville confirme la volonté de l'entreprise de poursuivre son aventure à l'international.

Esioox s'allie au leader de la promotion digitale

L'entreprise azurienne Esioox.com, spécialisée dans l'achat, la revente et l'échange de cartes cadeaux, annonce un partenariat avec le leader mondial de la promotion digitale RetailMeNot à travers sa communauté de bons plans Ma-reduc. « Il s'agit de développer à grande échelle et sur le marché français une solution permettant aux consommateurs d'accéder aux cartes cadeaux à prix réduit afin de réaliser des économies supplémentaires aussi bien sur leurs achats en magasin que sur internet », indiquent les deux structures dans un communiqué. Fondée en 2011, la jeune pousse Esioox a développé une plateforme proposant des titres cadeaux à prix réduit édités par près de 200 marques nationales, couvrant une dizaine de secteurs comme la décoration, la culture, le bricolage, la grande distribution, etc. L'intégration progressive de ses offres sur la communauté Ma-reduc.com, site leader en France du couponing, devrait venir booster sa visibilité et le nombre d'utilisateurs (plus de 80.000 à ce jour) de sa solution. L'entreprise annonce une croissance de 270 % de ses transactions et de 220 % de son chiffre d'affaires sur les deux dernières années.

Get in The Ring. Et les vainqueurs sont...

La manifestation Get in The Ring, créée par la Fondation Kauffman en 2012, a tous les attributs d'un combat de boxe : le ring, le vocabulaire et le combat divisé en cinq rounds. Mais, à la place d'uppercuts bien sentis, c'est à coup de pitches, en anglais, que se sont affrontées une trentaine de start-up lors de la finale française qui s'est déroulée à Nice le 10 décembre dernier. Trois vainqueurs ont été désignés, dans trois catégories établies en fonction de la valorisation de l'entreprise, poids légers (moins d'1 M€), poids moyens (de 1 à 10 M€) et poids lourds (plus de 10 M€). Il s'agit respectivement de France Labs (Sophia Antipolis), à l'origine d'un moteur de recherche open source pour entreprises, Belcurves (Nice) spécialisée dans les technologies d'essayage virtuel de vêtements, et OnOff Telecom (Paris) fondée par l'ex-champion de roller Taïg Khris qui développe une application permettant de générer plusieurs numéros de téléphone sur un seul mobile. Elles participeront à la finale Sud Europe qui se tiendra le 24 janvier en Grèce, ultime sélection avant la finale Monde, programmée en mars à Amsterdam.

SMS Factor. Dans le classement Technology Fast 50

Infomotiv, entreprise niçoise qui développe et exploite la plateforme SMSFactor, se classe parmi les entreprises technologiques françaises à plus forte croissance. Avec un taux de croissance de 404 % sur les cinq derniers exercices, elle figure dans le classement 2015 Deloitte In Extensio Technology Fast 50. Spécialisée dans l'envoi de SMS publicitaires et d'alerte, la start-up fondée en 2010 par Sébastien Magliolo, devenue récemment opérateur de SMS déclaré à l'ARCEP, revendique 900 clients professionnels en France, Belgique et Suisse qu'elle accompagne de la mise en place de campagnes SMS à leur intégration dans une stratégie digitale. Elle ambitionne cette année de renforcer ses premières incursions à l'international.

EIT Digital. L'Europe investit sur l'entrepreneuriat innovant

• **TIC.** Quatre premières entreprises ont rejoint le programme d'accélération du dispositif européen EIT Digital qui vise à dynamiser l'entrepreneuriat innovant.

Dans la chaîne de l'innovation, l'EIT Digital, discret jusqu'alors, monte en puissance. Initié par la Commission Européenne en 2010, le dispositif cherche à favoriser et dynamiser l'entrepreneuriat innovant en jouant sur trois leviers, la formation des étudiants (à partir du Master 1) et doctorants, l'accompagnement de projets collaboratifs agiles et l'accélération de start-up à l'international. « Parmi les outils existants en France, nous nous plaçons à la sortie des incubateurs puisque nous adressons des projets matures ayant déjà identifié un marché et commencé à faire leurs preuves », explique Bruno Le Dantec, manager du Co-location Center de Sophia Antipolis. Il fait partie des treize centres, dont trois Français (Paris, Rennes, Sophia), implantés dans neuf pays. Le dispositif est doté d'un budget (2015) de 84 M€ issu du programme H2020. Soit 25 % des dépenses programmées, le reste étant financé par les 140 membres partenaires du réseau, parties prenantes de l'écosystème digital européen.

Une équipe d'entrepreneurs

Inauguré en juin 2014, l'EIT Digital sophilopolitain, installé sur le campus SophiaTech, s'appuie sur une équipe de six personnes, composée d'anciens créateurs de start-up, dont certains toujours en activité. Ainsi Cédric Ulmer (France Labs) pilote la partie formation à l'innovation et l'entrepreneuriat des masters



Thomas Herlin (chargé d'affaires EIT Digital), Guiliana et Guiseppe Conti (cofondateurs de la start-up Nively) et Bruno Le Dantec (Manager du Co-location Center EIT Digital Sophia Antipolis).

Data Sciences et Architecture Internet de l'université azurienne. Georges Fonze (Aquila Innovation) s'occupe du Doctorat Training Center qui accompagne les thésards, toujours sur la partie entrepreneuriat, et identifie ceux dont les résultats sont susceptibles de s'intégrer dans un produit. Thomas Herlin (ex-Kee-Neo), lui, assure la partie accélération des start-up, en collaboration avec Jérôme Chifflet (Waidan), en charge du financement.

Les start-up accélérées

Quatre premières entreprises viennent de rejoindre le programme d'accélération d'un an (renouvelable), consacré à l'accès aux marchés et aux financements européens. Des sociétés

de croissance, comme la Niçoise **VuLog** (leader des technologies de l'autopartage) ou la Sophilopolitaine **SecludIT** (logiciels de sécurité informatique). Et d'autres, dont le potentiel laisse augurer de belles perspectives comme l'Azurienne **Instant System** (plateforme multimodale en temps réel) et l'Italienne **Nively**, spécialisée dans la géolocalisation du matériel hospitalier.

Les jeunes pousses sophilopolitaines **Greener Waves** (captation des ondes) et **Neosensys** (vidéo-surveillance en grande distribution) devraient rejoindre le programme au cours du premier trimestre 2016.

« C'est une offre que les entreprises ne peuvent refuser », confie Thomas Herlin, d'autant

plus qu'elle est gratuite. Pour l'instant. À terme, l'EIT Digital se rémunérera sous la forme de pourcentage du chiffre d'affaires généré par ses actions et/ou sur les levées de fonds réalisées. Car l'Europe pousse ses dispositifs à tendre vers l'autofinancement. En 2016, le budget consacré au programme EIT Digital s'établira à 75 M€, et diminuera ainsi jusqu'en 2021. À bon entendre...

Gaëlle Cloarec

EIT DIGITAL

(Sophia Antipolis)
Dirigeant : Bruno Le Dantec
6 personnes
Tél. : 06 37 78 06 86
thomas.herlin@eitdigital.eu

Ramel Communication. L'agence explore de nouveaux horizons

• **COMMUNICATION.** Leader sur le segment promotion immobilière, l'agence de conseils en communication globale s'ouvre aux start-up et PME de croissance.

Ramel Communication diversifie sa cible clientèle. L'arrivée le 1er décembre dernier de Sylvain Rouget dans l'actionariat de l'agence niçoise de conseils en communication globale, aux côtés de Jean-François Puisségur, y est sans doute pour beaucoup. L'homme, qui a dirigé la communication d'Altran Technologies puis celle de la CCI Nice Côte d'Azur, vient dynamiser une offre de services recentrée sur l'expérience client et l'ouvrir sur des secteurs jusqu'à présent peu couverts par l'agence. En ligne de mire, le secteur des concessionnaires et gestionnaires d'infrastructures (aéroport, port, autoroute) et celui des entreprises de croissance. Si Ramel avait déjà abordé ce segment avec quelques belles références locales (Azur Truck, Unik, Barral) sur des problématiques de marque ou de produit, elle souhaite y ajouter la composante des techs champions qui font ou feront la French Tech Côte d'Azur. « Les technologies évoluent, les besoins du marché aussi, mais les problématiques restent les mêmes, surtout en ce qui concerne la communication autour des Ressources



Jean-François Puisségur et Sylvain Rouget, le nouveau duo à la tête de Ramel Communication.

Humaines comme le recrutement, l'intégration ou encore la communication interne », avance Sylvain Rouget.

Deux projets d'envergure

Cette offre renforcée en matière de conseils en stratégie de communication et marketing différencié vient étoffer des positions existantes bien ancrées, notamment sur le segment de la pro-

motion immobilière où l'agence revendique le leadership sur les Alpes-Maritimes et le Var. Une expertise reconnue qui s'est traduite en 2015 par le gain de deux projets d'ampleur pilotés par Bouygues (l'éco-quartier autour d'lkéa) et Icade, en co-promotion avec Vinci Immobilier (complexe immobilier de la Gare du Sud). Ramel Communication a réalisé sur l'exercice 2014/2015

un chiffre d'affaires de 1,4 M€.

Gaëlle Cloarec

RAMEL COMMUNICATION

(Nice)
Dirigeants : J.-F. Puisségur et S. Rouget
CA 2015 : 1,4 M€
6 personnes
Tél. : 06 79 39 06 53
jf.puissegur@ramel.fr