

ANNUAIRE

DES START-UP
E-COMMERCE

2021
2022

START
ME
UP



Édito



Marc Lolivier

Délégué Général, FEVAD

François-Xavier Leroux

Associé, KPMG

Lead Digital & Customer

Bienvenue dans l'annuaire Start me up ! : l'annuaire des start-up qui permettent aux e-commerçants de conjuguer demain au présent !

Vous y trouverez des start-up proposant des solutions e-commerce particulièrement innovantes, à destination des sites marchands.

Construit dans le cadre de la cinquième édition du Challenge Start Me Up !, cet annuaire est le fruit d'un rigoureux processus de sélection mis au point collégalement par la FEVAD et par les équipes Digital, Innovation et Retail de KPMG. Il a été réalisé avec le concours d'un Advisory Board spécialement réuni pour l'occasion et composé de dirigeants et d'entrepreneurs, reconnus pour leur expertise et leur engagement en matière d'innovation e-commerce.

Pourquoi cet annuaire ? Parce que nous sommes convaincus que les start-up ont un rôle essentiel à jouer dans l'innovation et contribuent au

développement du e-commerce. Leur dynamisme, leur agilité, leur réactivité en font des leviers de progrès recherchés par tous les e-commerçants.

Dans le même temps, l'esprit d'entreprendre qui s'est emparé de la French Tech ces dernières années a eu pour effet de démultiplier « l'offre start-up ». Face à cette profusion de solutions nouvelles, repérer la ou les start-up qui permettront d'avancer de la manière la plus rapide et la plus efficace peut s'avérer un exercice difficile. Le but de cet annuaire est donc d'aider les sites marchands à identifier les start-up qui leur permettront de gagner en compétitivité et en qualité de service et de poursuivre une démarche d'innovation ambitieuse !

Les start-up recensées dans l'annuaire ont été regroupées par domaine. Chacune d'entre elles a fait l'objet d'une fiche synthétique. Vous pourrez également retrouver le nom des cinq lauréates du challenge 2021, ainsi que leur classement.

À travers cette publication, la FEVAD et KPMG entendent favoriser l'innovation au service de la compétitivité et de la performance du e-commerce français.

Méthodologie

Le Challenge Start Me Up a été lancé le 15 mai 2021. Les dossiers ont pu être déposés sur la plateforme dédiée entre le 15 mai et le 15 juillet 2021. Pour être éligibles, les start-up candidates devaient répondre aux critères suivants :



Proposer une solution innovante qui permet aux e-commerçants de « faire la différence »



Avoir une origine européenne et exercer une activité en Europe



Avoir moins de 7 ans d'existence (au 1^{er} janvier 2021)



Détention de +50 % de la société par les fondateurs



Avoir un chiffre d'affaires positif et des clients actifs



Ne pas avoir été parmi les 5 lauréats lors de l'édition 2021

Les candidatures déposées et éligibles ont été analysées par KPMG et la FEVAD sur la base d'une liste de critères objectifs parmi lesquels : la valeur de la solution, sa facilité d'intégration, son originalité, la viabilité économique de l'entreprise et son plan de développement.

Le Top 15 issu de cette première analyse a été présenté le 9 septembre à l'Advisory Board chargé de définir le Top 5. Les 5 start-up finalistes ont été invitées le 23 septembre à venir présenter leur dossier devant l'Advisory Board et devant les professionnels du e-commerce réunis lors d'un événement retransmis en live sur internet.

Le classement définitif des 5 lauréats est le résultat d'un vote en direct des membres de l'Advisory Board et du public (50 % - 50 %) à l'issue des 5 pitches.

L'Advisory Board du challenge Start Me Up 2021 était composé des personnalités suivantes :



Nathalie BALLA

Coprésidente
La Redoute



Ilan BENHAIM

Cofondateur
veepee.com



Catherine COLIN

Fondatrice et PDG
Madeindesign.com



Élodie PERTHUISOT

Directrice exécutive e-commerce,
data et transformation digitale
Carrefour

La FEVAD et KPMG remercient l'ensemble des membres de l'Advisory Board pour leur contribution à cette édition 2021.

Pour toute information sur le challenge Start Me Up ou si vous souhaitez participer à la prochaine édition du challenge Start Me Up, merci de nous contacter : contact@fevad.com

Sommaire

Les 59 start-up françaises qui dynamisent l'e-commerce par secteur d'activité

DATA & ANALYTICS

ALPHALYR	3
FACTONICS	4
HUBWARE	5
INVENIS	6
PHEDONE	7
POPEO	8
PRICINGHUB	9
QEMOTION	10
SIGHTNESS	11
UNIFAI	12

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

LIZIEE	14
--------	----

LOGISTIQUE

COCOLIS	16
FENOTEK	17
FIND & ORDER	18
FRETLY	19
KWIKWINK	20
MONSTOCK	21
ONESTOCK	22
OPOPOP	23
PICKME	24
TOUSFACTEURS	25
WELCO	26

MARKETING / COMMUNICATION

ANTVOICE	28
EVERLEET	29
FRUCTIFI	30
GENEROUS CONNECT	31
HDB SOLUTIONS	32
SHOP MY INFLUENCE	33

MARKETING / COMMUNICATION / SERVICE CLIENTS

FACIL'ITI	35
MAGILEADS	36
METATHINKER	37

MR SURICATE	38
POTIONS	39
SMARTKEYWORD	40
TEESTER	41
TWICPICS	42
WEWARD	43
ZAION	44

OMNICANAL & DIGITALISATION

AI-BETTANA	46
BLEEKER	47
BOTFUEL	48
BOTMIND	49
CONNECT INNOV	50
FRONT-COMMERCE	51
LETMOTIV	52
SHOPLY	53
STRATOW	54
THUNDERSTONE	55
WEBOTIT	56
WISHIBAM	57

PLATEFORME / MARKETPLACE

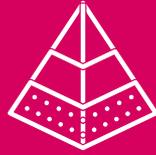
CAPHARNAÛM	59
DEAL2DRIVE	60
GOODMECANO	61
MARKET INVADERS	62
NFINITE EX HUBSTAIRS	63
WATIZ	64

PAIEMENT

SHAREGROOP	66
SILKPAY	67

PLATEFORME DE DÉTAXE

IZIVAT	69
--------	----



DATA & ANALYTICS

ALPHALYR.....	3
FACTONICS.....	4
HUBWARE.....	5
INVENIS.....	6
PHEDONE.....	7
POPEO.....	8
PRICINGHUB.....	9
QEMOTION.....	10
SIGHTNESS.....	11
UNIFAI.....	12



Année de création
2014

Origine
France

B2B / B2C
BtoB

Site Web
www.alphalyr.fr

Contact
bf@alphalyr.com

Stade
Serie A

Levée de fonds
1M€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
Excel

Prix / Récompenses

- Nuit du commerce connecté
- Ad innovation pitch catégorie data
- ½ finaliste Vivatch female founders
- 100 start-up où investir Challenges
- Sélection Start'in Post
- Sélection Accélérateur Hub BPI
- Sélectionné au Batch8 de l'accélérateur « Lafayette Plug & Play »



FONDATEUR

Bertrand Fredenucci: diplômé de l'École Polytechnique, ex-Bain et fondateur PDG de Baobaz.

Didier Fredenucci: diplômé d'EDHEC, co-fondateur de Btwinz Ventures.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Plateforme de pilotage et d'optimisation de la performance e-commerce incluant reporting, attribution, lutte contre la fraude, optimisation des offres promotionnelles pour les pure players et retailers connectés.

- **Data quality**: surveillance et fiabilisation des données analytics et prise en compte des facteurs contextuels, sans recours à un data analyst externe.
- **Optimisation du mix-marketing**: analyse en temps réel de la performance de chaque levier et campagne, attribution fine des ventes on & offline avec l'analyse des parcours clients, pondération de la rémunération des canaux en fonction de leur contribution effective à la vente.
- **Détection des fraudes et abus**: actions correctives en temps réel.
- **Automatisation du reporting**: pilotage des campagnes et du ROI de l'activité digitale depuis une plateforme unique.

TECHNOLOGIE

- Avec sa suite de **solutions modulaires et son IA propriétaire**, Alphalyr permet de déployer en quelques semaines - et non quelques mois - des applications de pilotage de la performance e-commerce accessibles en mode SaaS.
- Plus de **100 connecteurs « plug & play »** prêts à l'emploi, ainsi qu'un datalake full API paramétré pour le pilotage du e-retail, un datalake dédié aux facteurs contextuels (budgets, météo, concurrents...), un module d'analyse des tendances, un module IA pour de l'alerting avancé et de l'antifraude publicitaire, un module de push dataviz « pixelperfect » et une gestion des droits avancée.
- Alphalyr a développé une **technologie unique de suivi et d'optimisation du mix-marketing**, idéale pour les e-commerçants et retailers affiliés.

ORIGINALITÉ

- **Un ADN ROIste**: le tracking Alphalyr et son modèle d'attribution permettent de mesurer l'impact et le ROI réels de chaque levier, de corriger le tir en temps réel et de rémunérer chaque maillon de la chaîne en fonction de sa contribution réelle à la vente.
- **La data qui compte avant tout**: Excel et Google Analytics génèrent des rapports silotés, une vue incomplète et non contextualisée des données qui comptent vraiment: Alphalyr filtre, unifie les informations et les restitue dans un rapport unique.
- **Conçu pour le digital et le phygital**: les solutions de BI intègrent mal les spécificités du e-commerce (attribution multitouch, pilotage ROIste des campagnes, gestion du phygital), là où Alphalyr est 100 % pensé pour le pilotage de la performance en ligne.
- **Live en 4 semaines**: les solutions de dataviz impliquent des projets de plusieurs années, là où Alphalyr est « plug & play ».

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Enrichir la bibliothèque algorithmes d'IA qui surveillent les KPIs clés pour détecter les fraudes et les abus.
- Montrer les tunnels de ventes on/offline sur les zones de chalandise et faciliter la collaboration on/off sur l'activation digitale autour du point de vente.
- Automatiser les analyses de corrélation et les prédictions autour de facteurs externes (météo, opérations commerciales, budgets marketing...).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- **Croissance CA**: X3 en 3 ans.
- **Clients: +70 clients actifs** - La Compagnie du Lit, Sephora, Sandro Maje Claudie Pierlot (groupe SMCP), Kusmi Tea, Bricomarché, San Marina, Intermarché, SudExpress, Hanes Brands, Minelli, Botichinal, BUT, Palais des Thés, etc.

BUSINESS MODEL

- Logiciel SaaS avec un modèle économique de licence mensuelle récurrente à partir de 1 K€/mois.
- Panier moyen annuel entre 10 K€ et 100 K€.



Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.factonics.com

Contact
charles.dadi
@factonics.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
420K € en 2020

Concurrents
Des concurrents sont
présents sur le marché

Prix / Récompenses
• 2018: 1^{er} prix concours
Blue Ocean
• Award / 2021 :
Référéncée dans le radar
des start up françaises du
luxe
• 2021 Wavestone

FACTONICS

FONDATEUR

Charles Dadi: co-fondateur, CTO, diplômé de Centrale Paris / ENS Cachan en Machine Learning - Directeur Scientifique Executive Data Strategy @MediaSchool.

Eugénie Benhamou: co-fondatrice et responsable du pôle retail luxe, maîtrise d'Anglais à l'Université Paris 7, Luxury Brand marketing and management @INSEEC Paris - Ex-retail manager (YSL, Emilio Pucci, Gucci), avec plus de 10 ans d'expérience professionnelle au total.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Nous éditons une plateforme d'IA à destination des utilisateurs finaux. Notre plateforme héberge des cas d'usages prêt-à-l'emploi. Chaque cas d'usage répond à une problématique métier unique (ex. Identification des entreprises en difficultés). Chaque cas d'usage est l'encapsulation de collecte et traitement de données internes ou externes, d'algorithmes d'IA et d'un tableau de bord travaillant autour des indicateurs clefs en rapport au cas d'usage. / Marché de l'e-commerce, du retail et du marketing automation.

TECHNOLOGIE

- Accrédité JIE/CIR.
- Nos équipes sont composées à 85 % de data scientist.

ORIGINALITÉ

- Des concurrents sont présents sur le marché : plateformes de datascience qui sont destinées aux Data scientists ou techniciens de la donnée à l'exemple de Prevision.io, Synaplus...
- Intégration de modèles prédictifs sur les bases de données de l'entreprise, avec un paiement à l'usage. Adaptation au SI de l'entreprise.

- Solution centrée sur 3 axes majeurs:
 - Sécurité : apprentissage machine sur le serveur du client sans transfert de données vers l'extérieur.
 - Performance : algorithmes propriétaires basés sur une architecture big data.
 - Roiste : l'objectif cible étant l'optimisation des kpi's de performance, algorithmes ayant déjà prouvé leur efficacité économique.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Approche directe et cross-sell sur nos comptes historiques.
- Création de partenariats avec des acteurs du conseil digital (agences et cabinets de conseil).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA 2019 : 340 K€.
- CA 2020 : 420 K€.
- Levée de fonds en prévision.
- Nous travaillons avec des acteurs du e-commerce, du retail, du luxe, de la beauté tel que : Manutan, Nestlé, Givaudan, BPI France...

BUSINESS MODEL

- Solution SaaS avec des licences annuelles donnant accès à l'ensembles des algorithmes sur les sujets communication et un nombre de projets illimité.
- Intégration et accompagnement au forfait sur la traduction des résultats en plan d'action.

KPIs

- Nombre de jours gagnés, gain de temps sur les tâches quotidiennes réalisées (environ 4 à 5 fois plus vite).
- Réduction des coûts existants.
- Pourcentage de bonnes prédictions sur les tâches de classification (environ 80 %).



HUBWARE

Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.hubwa.re

Contact
Pitch@hubwa.re

Stade
NA

Levée de fonds
1,4 M € en 2018

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents

- Inbenta
- OWI
- DoYouDreamUp
- Recital
- Calldesk
- IBM Watson

Prix / Récompenses

- EGIBooster 2018 (1^{ère} place)
- Start & Pulse-Sofinco (Finaliste)
- LesBigBoss 2018 (10^e)
- 100 Startups où investir en France - Challenges 2019



FONDATEUR

Alexis Laporte : Président. Diplômé de l'ENSEEIH, Toulouse, cocrée Unitag (2011).

Simon Ternoir : Associé Technologie. Diplômé de l'ENSEEIH, Toulouse, cocrée Unitag (2011).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Assistance professionnelle pour le métier de conseiller de service client - automatise les réponses qui peuvent l'être et suggère des réponses adaptées au conseiller.
- Se connecte aux systèmes utilisés par les conseillers (intégration par API - messagerie et back-office).
- Met à disposition une plateforme d'administration permettant de modifier le comportement de l'assistance - apprend à prédire la réponse adéquate.

TECHNOLOGIE

- Création des modèles de prédiction de la réponse, basé sur un réseau neuronal d'analyse du texte (intention du client) et des données de backoffice (logique métier).
- L'équipe de R&D travaille en particulier sur l'explicabilité de la prédiction qui est aujourd'hui de la recherche appliquée.

ORIGINALITÉ

- Solutions similaires :
 - traitement d'emails : Inbenta, OWI, DoYouDreamUp.
 - mélange de produit et service : Recital, Calldesk, IBM Watson.
- Facteurs différenciants : ne consiste pas simplement en un routage d'emails - l'aspect humain est non négligeable chez Hubware.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Amélioration de la plateforme pour simplifier le déploiement, le paramétrage, le monitoring.
- Travaux de R&D pour augmenter la couverture, la précision et la prédictibilité des décisions.
- Développement commercial : automatisation des ventes (lead generation, inside sales).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Clients : 10 entreprises acteurs de l'e-commerce/services financiers (BricoPrivé, Beauté Privée, Nickel, Le Slip Français, Sézane, Alltricks, Emprunte Mon Toutou, etc.).
- Partenariat avec l'agence TSC du groupe Sitel pour des projets grands comptes (Accor).

BUSINESS MODEL

- Fondé sur le ROI : le paramètre « temps + argent économisés au client » est celui qui finance Hubware.

KPIs

- Plus de 15 millions d'e-mails analysés depuis sa création.
- Précision de notre IA supérieure à 95 % pour une couverture de plus de 70 %.



Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.invenis.co

Contact
antoine.cupillard
@invenis.co

Stade
Développement
commercial

Levée de fonds
2020 : Série A (3 M€)

Chiffre d'affaires
NA

Concurrents
Solutions de BI / AA

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEUR

Pascal Chevrot - Président: X-Telecom, a passé 5 ans chez Orange puis 12 ans au Ministère de la Défense à diriger des équipes d'ingénieurs et de développeurs qui mettaient en place des technologies Big Data et IA afin de rendre autonomes les équipes métiers pour une meilleure performance opérationnelle.

Benjamin Quétier - CTO: PhD informatique, il a passé 6 ans au ministère de la Défense à développer et mettre en place les infrastructures Big Data et à diriger les équipes de Data Scientists qui construisaient des solutions révolutionnaires au profit des équipes opérationnelles.

Grégory Serrano - CSMO: Iscom-HEC, il a passé 7 ans chez Colt en tant que Sales & Marketing manager Europe et a notamment créé et développé un nouveau canal de vente indirect, le faisant passer de concept à 12 M€ de CA et 4,30 M€ de New Business avec 25 partenaires dans 9 pays, au bout de quatre ans.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Logiciel de self service analytics qui permet aux métiers de faire des analyses prédictives sur toutes leurs données simplement, rapidement et sans code.
- Cas d'usage dans le e-commerce: lutte contre le churn, la recommandation de produits, optimisation et prédiction des stocks, optimisation de l'acquisition.
- La solution permet de collecter facilement les données, les préparer, les enrichir, appliquer des modèles de machine learning / text mining et visualiser les résultats.

TECHNOLOGIE

- Solution SaaS permettant de rendre accessibles des algorithmes complexes de machine learning au plus grand nombre en créant une solution tout-en-un.
- Repose sur des Frameworks et des librairies Open Sources.
- Les technologies utilisées par la solution sont: Docker, Spark, Scala, Python / django et d3.js.

ORIGINALITÉ

- Solutions similaires: il y a d'un côté les outils de Business Intelligence (BI) qui n'ont pas de module basé sur des technologies d'Intelligence Artificielle, d'un autre côté, les outils d'Advanced Analytics (AA) utilisables par des experts de la donnée.
- Facteurs différenciants: Invenis se positionne entre les outils de BI et d'AA en rendant simple l'application d'algorithmes de Machine Learning.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- 2020 : levée de fonds série A: 3 M€ auprès de Crédit Mutuel Innovation ainsi que d'un pool de banques partenaires françaises.
- Accélérer la pénétration commerciale: lancer le canal de ventes indirectes en travaillant avec des partenaires tels que des ESN, des revendeurs et des intégrateurs.
- Investissement dans le produit: développer le Club Utilisateurs, investissement massif en R&D et apport de performance et innovations à nos clients.
- Recrutement massif dans les 12 prochains mois des commerciaux, des designers, des développeurs...

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Pas de communication sur le CA.
- Une dizaine de clients parmi lesquels: des administrations publiques, des industriels dans le domaine de la défense, des sociétés de services.

BUSINESS MODEL

- Abonnement mensuel et sans engagement
- Accompagnement des clients dans la détection des cas d'usage potentiels et leur réalisation grâce à leur solution ce qui permet une montée en compétences des utilisateurs lors de la mise en place d'un POC / MVP.

KPIs

- Nombre d'entreprises souscrites aux abonnements.



Année de création
2020

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.phedone.com

Contact
Laurence FORNARI
laurence@phedone.com

Stade
N/A

Levée de fonds
En cours

Chiffre d'affaires
CA faible mais positif

Concurrents
• Des solutions statistiques ou nécessitant de longs apprentissages.

Prix / Récompenses
Sélectionné par Innovact



FONDATEUR

Jonathan FOUREUR: CEO. Fondateur et ancien chef produit software de centres d'appels, issu de la Deeptech et de l'AI for Good.

Laurence FORNARI: COO. Ayant vendu sa première société, elle crée à nouveau, lève des fonds dans la Silicon Valley (Y Combinator Summer 16) mais liquide en France-Asie à cause de la COVID.

Tom HENEALT: CTO. Développeur full stack et précédemment cofondateur d'une société de services.

Kevin EL-HADDAD: CSO. Ingénieur chercheur en IA.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Phedone a développé un système d'analyse des tickets et retours clients augmenté par l'intelligence artificielle.
- Phedone permet de réduire drastiquement les coûts liés au traitement des tickets grâce à de la qualification automatique.
- Phedone permet de collecter, d'analyser les avis et commentaires et d'améliorer votre qualitatif client, grâce à des index activables rapidement et des reportings intelligents accessibles en SaaS et en API.
- Phedone exploite l'Intelligence Artificielle et l'Intelligence Collective. La donnée est sécurisée de bout en bout (audit RGPD).

TECHNOLOGIE

Grâce à l'Intelligence artificielle et collective, Phedone permet d'accompagner les opérations de ses clients sur les fonctions Support, Expérience, Satisfaction du client sur différents aspects comme :

- l'écoute du client final, des partenaires ou des employés.
- la fluidification du traitement des demandes de support.
- l'amélioration de la satisfaction par une réponse plus rapide et de meilleure qualité.
- la détection rapide des tendances et des signaux faibles.
- Une solution immédiatement opérationnelle
- Une intelligence artificielle pré-entraînée et auto-apprenante sur la demande des clients internes ou externes.

Une architecture flexible et sécurisée :

- Chiffrement de bout en bout, respect du RGPD.
- Différentes solutions d'hébergement : AWS, Cloud souverain, On premise.

- Pas de compétence IT particulière pour l'installation.

ORIGINALITÉ

- La solution ne nécessite aucun entraînement, est efficace immédiatement et multilingue. Phedone offre des analyses micro sur chaque ticket, macro sur l'ensemble mais aussi synergiques pour des analyses croisées et des segmentations. Phedone ajoute des index propriétaires et enlève les biais. Phedone offre un tableau de bord de graphes élégants et efficaces. Phedone utilise les nouveautés du NLP/Deeptech mais aussi des règles métiers issues des centres d'appels et de culture US orientée client.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Horizontal & marché : évolution vers l'international car plus de 90 langues sont supportées par Phedone.
- Vertical : la voix du client interne (employés, partenaires) s'applique à la voix du client final, la voix du patient, la voix du citoyen.
- Technologique : Aujourd'hui Phedone travaille sur la génération des catégories et des mots-clés, sur la qualification automatique. Demain, Phedone souhaite générer des phrases pour des résumés et des résolutions de tickets 100 % automatisés, à partir de l'intelligence collective et des solutions trouvées auparavant.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Clients : Orange (télécommunications), Région Grand Est, Petit Bateau.
- CA faible mais existant.

BUSINESS MODEL

- Modèle d'affaire : à l'usage.
- 35 € pour 100 contributions.

KPIs

- Réduction du temps de réponse aux tickets.
- Réduction du taux de mauvaise orientation des demandes de support.
- Réduction du temps d'orientation de la demande de support.
- Réduction du temps de détection des signaux faibles (quasi immédiat) et des alertes.
- Détection de mots-clés non détectables rapidement manuellement (pour améliorer la qualité de la réponse).

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.popeo.io

Contact
didier@popeo.io

Stade
N/A

Levée de fonds
En cours

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents

- Nosto
- Kameleoon
- Target2sell

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEUR

Didier Majerowiez: Président. 10 années d'expérience dans le domaine du digital marketing. Concepteur de la galerie marchande en ligne Dealplaza.fr (300 000 VUs / mois).

Mariane Berriot: Directrice Technique. Ingénieur en informatique, titulaire d'une spécialisation en intelligence artificielle, et mentor à l'école d'ingénierie informatique de Brest dans le domaine de l'intelligence artificielle.

Jean-Claude Nubret: Directeur Marketing. Titulaire d'un MBA en management international, et spécialiste en matière de stratégie innovation pour les start-up et les grands groupes.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Popeo permet aux e-commerçants de rattraper efficacement les « internautes hésitants ».
- Popeo cible les internautes anonymes qui expriment une intention d'achat, mais **qui hésitent à créer un compte** sur le site marchand. Juste avant leur départ sans achat, Popeo les **rattrape automatiquement** avec une offre spéciale et personnalisée.
- La hausse du temps de visite **optimise le SEO** du site marchand. La pertinence des recommandations booste les ventes (jusqu'à +30 %).
- Grâce à son moteur inédit d'intelligence artificielle, Popeo agit comme un **impulseur d'achats de dernière minute**.

TECHNOLOGIE

- Popeo réalise une **analyse comportementale ciblée** de l'internaute durant sa navigation sur le site marchand visité.
- Un algorithme de matching fait apparaître une **sélection optimale et personnalisée** de produits, juste avant le départ du site marchand.
- Un **algorithme auto-apprenant** affine en continu la pertinence de la sélection de produits recommandés.
- Un **algorithme prédictif** anticipe le moment du départ de l'internaute sur les supports mobiles.
- Plug & Play: un tag de 3 lignes doit être copié / collé une seule fois, à la manière de Google Analytics.

ORIGINALITÉ

- Les recommandations n'apparaissent qu'**au moment du départ** de l'internaute. Il n'est ainsi jamais importuné durant sa navigation.

- L'e-commerçant **récupère des clients anonymes** qui s'apprêtent à quitter son site sans laisser aucune information.
- Popeo fonctionne non seulement sur les ordinateurs, **mais aussi et surtout sur les mobiles et les tablettes** (70 % des visiteurs d'un site marchand). Sur ces deux derniers supports, un algorithme de pointe anticipe le moment du départ des internautes.
- Le parcours de navigation des internautes est analysé **de manière anonyme et transparente** (100 % compatible RGPD).
- Possibilité de définir librement le délai de réapparition des recommandations pour les visiteurs récurrents.
- Possibilité d'assortir les recommandations d'un **code promo à usage unique et limité dans le temps** (« ventes flash »).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- 2021 : Pays francophones.
- 2022 : Marché européen.
- 2023 : Extension à l'international.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Une centaine de clients en France et en Europe.
- De nombreux partenariats conclus avec des plateformes d'affiliation de référence et des agences e-commerce.

BUSINESS MODEL

- **Formule « Starter »** (25 € HT/mois): jusqu'à 200 internautes rattrapés chaque mois.
- **Formule « Premium »** (50 € HT/mois): jusqu'à 1 000 internautes rattrapés chaque mois.
- **Formule « Pro »** (99 € HT/mois): jusqu'à 3 000 internautes rattrapés chaque mois. Ces formules sans engagement sont assorties d'une période d'essai gratuite de 7 jours.

KPIs

- Multiplication par 3,5 en moyenne du temps de visite sur le site marchand.
- Jusqu'à 45 % de diminution du taux de rebond sur le site marchand (optimal pour le SEO).
- Les internautes consultent 4 pages supplémentaires en moyenne du site e-commerce.
- Jusqu'à 30 % de ventes supplémentaires sur le site e-commerce.



Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.pricinghub.net

Contact
jerome.laurent
@pricinghub.net

Stade
Early stage

Levée de fonds
2 M€

Chiffre d'affaires
300 K€

Concurrents
• Pricemoov

Prix / Récompenses
• Batch 8 Lafayette
Plug and Play



FONDATEURS

Jérôme Laurent: CEO. MBA, 19 ans d'expérience en Marketing Internet. Ex-CMO du groupe eDreams ODIGEO, early-investor et VP sales and marketing de liligo.com après le 1^{er} tour de séries A avec Alven Capital (Nicolas Céliier).

Guillaume Tujague: CPO. MBA, background en conseil et 5 années d'expérience en tant que Directeur du Revenue Management du Groupe eDreams ODIGEO (4,5 milliards € de CA).

Xavier Casellato: CTO. Ingénieur de formation, 18 années d'expérience en software development dont 3 chez SAP. 11 années chez Liligo.com dont les 3 dernières années en tant que CTO (groupe eDreams ODIGEO).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Plateforme SaaS de Revenue management et d'Optimisation du Pricing pour les retailers et les e-commerçants.
- PricngHUB Activate™: Une boîte à outil Plug and Play, répondant à des use cases spécifiques sans intégration BI.
- PricngHUB Optimize™: Une application complète pour optimiser votre pricing et mesurer la performance. Vous optimisez en utilisant:
 - le Rule Based Pricing, un moteur de règle complet (Ex: alignement sur la concurrence, Stock, ...).
 - le Target based Pricing, un algorithme qui se fonde sur le calcul de la sensibilité prix des clients pour atteindre votre objectif business.

TECHNOLOGIE

- Plateforme en SaaS incluant une démarche Test vs Control intégrée nativement dans l'application et qui permet de mesurer l'impact isolé des actions pricing.
- La combinaison algorithmique: mix d'algorithmes propriétaires d'apprentissage par renforcements centrés sur le calcul d'élasticité et d'algorithmes existants pour certaines fonctionnalités (Google Causal Impact, Facebook Prophet).
- Une connectivité simple avec les principaux outils BI, Analytics et plateformes e-commerce du marché.

ORIGINALITÉ

- PricingHUB est seule solution sur le marché à :
- proposer dans la même interface un ajustement des prix via un moteur de règle ou une optimisation algorithmique fondée sur l'élasticité
 - intégrer une approche Test vs Control en natif dans l'application.

- permettre de piloter de multiples stratégies de pricing et d'optimiser le catalogue produit pour différents objectifs business.
- se baser sur des algorithmes d'apprentissage par renforcement qui explorent l'élasticité-prix au niveau du SKU par opposition aux modèles prédictifs qui sont exposés à beaucoup de bruit.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- PricingHUB Activate™: Nous visons une augmentation des cas d'utilisations et un assouplissement de la structuration de donnée entrante.
- PricingHUB Optimize™: Sur 2021 nous ambitionnons de mettre à disposition un ensemble de services facilitant l'optimisation des Promotions. Nous avons une douzaine de cas d'utilisations dans les cartons pour ces 3 prochaines années.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: 300 K€ pour l'exercice 2019/2020.
- Clients: Les principaux clients actifs sont le Groupe Fnac- Darty (déploiement européen), Allopeus.com, Castorama.

BUSINESS MODEL

- Business model de solution SaaS - donne accès à l'ensemble de l'application (moteur de règle + pricing dynamique + reporting de la performance et reporting concurrentiel):
- Set-up fees: couvrant la phase de déploiement du data lake et de l'onboarding de la solution.
 - Frais de Licences mensuels: frais fixes mensuels fonction du nombre de licences et du CA du client.
 - Frais Variables Mensuels (en fonction du Volume d'affaire optimisé PricingHUB Optimize™).

KPIs

- Le Target Based Pricing permet un incrément de masse de marge de 12 % pour +15 % de CA
- PricingHUB Optimize™ yield un ROI entre 7 et 14 en fonction des catégories de produits.



Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.qemotion.com

Contact
Grégoire Pfirsch,
DG Cofondateur
gregoire.pfirsch
@qemotion.com
+33 (0) 663706037

Stade
N/A

Levée de fonds
800 K€ Seed (Juin 2017)

Chiffre d'affaires
2020 : +300 K€

Concurrents
• Outils d'analyse sémantique/ Outils d'analyse émotionnelle sur la voix, la reconnaissance faciale...

Prix / Récompenses
• Lauréat EDF 2019
• Finaliste Fevad 2018
• Lauréat Hackathon BNPParibas 2017
• Finaliste Vivatech LVMH award 2017



FONDATEURS

Matthieu Bruneteau de Gorsse : Président, 15 ans d'expérience dans le retail et la finance, 10 années d'expérience à l'étranger en Allemagne, Espagne et Chine pour Promod et Lacoste.

Grégoire Pfirsch : Directeur général, 15 ans d'expérience dans les analytics digitaux et les études marketing pour Danone, Meccano, Altran et MetrixLab.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Plateforme Saas utilisant du Machine Learning pour détecter et analyser les émotions clients (joie, surprise, peur, tristesse, colère, dégoût) afin de réduire les irritants dans les parcours, diminuer l'attrition/ le churn et d'augmenter la fidélité / NPS.
- Modules d'expérience et de parcours client phygital, d'insights, de benchmark et de reporting automatique.
- Les données traitées sont les messages écrits des clients (avis, commentaires, verbatim, chat, emails...) pour identifier les tonalités émotionnelles, classer les sujets sémantiques et révéler les actions business prioritaires.

TECHNOLOGIE

- Algorithmes sémantiques (NLP - traitement du langage naturel) utilisant l'IA (machine learning) couplés à des algorithmes de scoring émotionnel qui s'appuient sur un dictionnaire émotionnel multilingue (30 langues) indexant plus de 50 millions de mots et expressions qualifiant les émotions primaires (joie, surprise, peur, tristesse, colère, dégoût) et les niveaux d'intensité émotionnelle de l'expérience client.
- Solution disponible via plateforme SaaS ou API pour intégration dans les environnements techniques des clients (y compris des logiciels de CRM type Salesforce).

ORIGINALITÉ

- Première plateforme émotionnelle proposant d'analyser les émotions clients à partir des propos écrits pour permettre aux marques/ enseignes d'améliorer leur expérience client digital ou en point de vente, et de personnaliser les parcours utilisateurs.
- Dictionnaire émotionnel du langage multilingue unique au monde.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Sortie fin 2020 d'une version produit full SaaS complètement automatisée et standardisée beaucoup plus accessible financièrement (prix) et rapide (temps réel).
- +50 % de projets internationaux fin 2021.
- Levée de fonds Série A S2 2022.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Croissance CA +50 % tous les 9 mois depuis 2017.
- Principaux clients : FLOA Bank, MAIF, Crédit Agricole, Banque Populaire, Harmonie Mutuelle, MACIF, MMA, Belambra, Musée du Louvre, Heineken.

BUSINESS MODEL

- Licence : abonnement mensuel ou annuel.
- Palier de tarification en fonction du volume de données analysées principalement.
- Set up et intégrations ad hoc facturés en mode projet.

KPIs

- MRR majoritaire dans le revenu global
- Taux d'acquisition de nouveaux projets clients grands comptes : 1 à 2 / mois.
- Base de données propriétaire de plus de 50 millions de mots et expressions indexés émotionnellement.
- 10 millions d'avis clients analysés sur les 12 derniers mois.



**3^e PRIX
EX AEQUO
FEVAD KPMG
START ME UP
2021-2022**

Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.sightness.com

Contact
Jean-Marc ABELOUS
jeanmarc.abelous@sightness.com

Stade
N/A

Levée de fonds
5 millions d'euros
auprès de Calcium
Capital en juin 2019

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Pas de concurrence

Prix / Récompenses
• Le module SatisfAI, destiné à l'identification et à la résolution des anomalies de livraison via l'IA (identification, recommandation, résolution) a reçu le Prix de la Meilleure Innovation Technologique du SITL en 2020.



FONDATEURS

Laurent Recors: cofondateur de bp2r et de la solution Sightness. Expert en transport et en logistique, il supervise les finances, le commerce et le marketing de Sightness. Sa connaissance des tendances du marché mondial du transport aide Sightness auprès des entreprises et des prestataires souhaitant digitaliser les processus de leur transport tout en conciliant écoresponsabilité et rentabilité.

Alain Borri: cofondateur de bp2 - et de la solution Sightness. Expert en transport depuis 25 ans (DSI, DG adjoint du groupe MORY, membre de la Commission Transport de France Supply Chain), Alain Borri promeut depuis plusieurs années l'apport des solutions technologiques innovantes pour aider les entreprises à décarboner leur transport de marchandises. Il supervise la R&D, le développement produit et la mise en production de Sightness.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

• Sightness est une solution digitale d'analytique avancée qui permet, grâce à son expertise métier (transport et data) et à sa technologie IA, aux entreprises industrielles, de distribution et e-commerçantes, d'optimiser l'acheminement de leurs produits ou de leurs matières sur les trois enjeux principaux du transport: optimisation des coûts (Cost), satisfaction et expérience client (Quality), transition bas-carbone (Carbon).

TECHNOLOGIE

• Sightness héberge son propre moteur de calcul, un outil qui, grâce à l'API Carbon, peut s'interfacer avec les systèmes des e-commerçants (BDD et applicatifs).
• Ainsi, via son API, pour chaque commande passée sur le site du e-commerçant par le client, Sightness reçoit les données opérationnelles (point de départ, point de livraison, poids, taille, etc.), calcule automatiquement les émissions de GES associé à la commande selon les différentes options de livraison possibles et renvoie les résultats en temps réel vers le système d'information du client.

ORIGINALITÉ

• La solution Sightness est la seule du marché à conjuguer les 3 enjeux du transport de marchandises: coûts, qualité de service et impact environnemental (émissions de GES). Une vision pragmatique qui concilie écoresponsabilité et rentabilité.
• Sightness adresse tous modes, tous segments de transport ainsi que toutes zones géographiques.
• Modélisation des plans de transport et calcul du kilomètre parcouru par expédition.

• Une offre modulaire Carbon adaptative, autour de 3 principales fonctionnalités (calculateur, datavisualisation/mesure, datavisualisation/simulation) répond aux besoins spécifiques du plus grand nombre d'entreprises, avec un prix d'appel très compétitif.

• Concernant l'API Carbon pour les e-commerçants: Sightness est à ce jour LA seule solution greentech du marché proposant aux e-commerçants ce calculateur d'émissions de CO₂ associé aux options de livraison de la commande.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Sur API Carbon - échéance fin 2022:

• Évangéliser sur la pertinence du Time To Market de notre offre et du calculateur auprès des principaux leaders du secteur e-commerce et de la communauté ecommerce.

• 100 M d'expéditions valorisées en GES (2021).

Sur l'offre Carbon - échéance fin 2022:

• Écosystème: Sightness constitue un écosystème cohérent autour des problématiques adressées par le changement climatique via une série de partenariat et de certifications.

• Développement technique:

1. Améliorer les fonctionnalités de simulation en ajoutant plus de critères: 2021.

2. Intégrer des algorithmes afin de préconiser les meilleures pistes de réduction de l'impact carbone: 2021 & 2022.

3. Création d'une Fondation avec le concours de plusieurs acteurs des communautés Supply Chain et RSE (Association de chargeurs, Cabinets d'Audit, Consultants, Éditeurs de TMS, Plateformes digitales, Transporteurs et Scientifiques).

• Développement commercial: permettre aux entreprises de décarboner sur 5 % des expéditions du marché Europe (2021-2022).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

• CA 2020 NC.

• Plus de 30 clients (Conforama, Fnac-Darty, LVMH, L'Oréal, Leroy Merlin, Veepee, Yves Rocher, ...).

BUSINESS MODEL

Le modèle économique est celui du SaaS:

• coûts à la transaction (de l'ordre du cent d'€).

• frais de set up.

• abonnements, MRR ou ARR, selon l'engagement contractuel proposé et validé avec nos clients.

• accompagnement (consulting).

KPIs

• Nombre d'émissions de GES associés à la commande selon les différentes options de livraison.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



1^{er} PRIX
FEVAD KPMG
START ME UP
2021-2022

Année de création
2017

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.unifai.fr

Contact
Jesse Créange
Jesse@unifai.fr

Stade
N/A

Levée de fonds
330 K€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses

- Sélectionné parmi les start-up plus prometteuses de Station F (StationF Future 40)
- Finaliste des trophées de l'innovation E.Leclerc



FONDATEURS

Jesse Créange: CEO. Diplômé de l'ESSEC en 2018, avec une spécialisation en Finance et un Certificat de la Chaire ESSEC « Digital Disruption ». Il a travaillé chez Cyrus Conseil pour accompagner la Directrice des Opérations dans la mise en place d'un logiciel CRM puis monté une marketplace dédiée à la livraison de fleurs de fleuristes créateurs à Paris.

Pierre de Sahb: CTO. Diplômé de l'ISUP en actuariat et titulaire d'un Master en management de l'innovation. Il est également développeur autodidacte et a travaillé en tant que data scientist dans différents groupes financiers sur des sujets tels que la fraude, la qualité des données et la gouvernance du machine learning.

Maximilien Baudry: CSO. Diplômé de l'Institut de Statistique de l'Université de Paris et possède un M2 en Mathématiques, spécialité Statistique, de Sorbonne Université. Docteur en mathématiques appliquées, il est l'auteur d'une thèse portant sur les méthodes de machine learning appliquées à des données incomplètes. Il a également travaillé en tant que Data Scientist au sein de grands groupes du secteur banque/assurance.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Unifai est une plateforme dédiée à la fiabilisation et l'enrichissement de données produits, donnant accès à plusieurs modules spécialisés dans des tâches permettant de faciliter l'import, la publication et la bonne analyse de données produits pour des retailers, des industriels ou des éditeurs de solutions SaaS (mapping, matching, catégorisation, extraction de valeurs, normalisation).

TECHNOLOGIE

- La solution embarque des algorithmes auto-apprenants à l'état de l'art de la recherche et spécialisés sur des données produits en retail
- La solution est utilisable de deux manières :
 - En « Stand Alone » : utilisée par les utilisateurs sur les interfaces Unifai qui importent leurs fichiers de produits à traiter, procèdent aux diverses opérations de validation et de correction des suggestions de l'Intelligence Artificielle sur des interfaces dédiées développées par Unifai.
 - Intégrées dans les systèmes métiers

des clients : implémentée par les équipes techniques des clients ou des intégrateurs de leur choix, via API en amont d'un PIM, CRM, solution de Marketplace ou autres. L'utilisation se fait sur des interfaces dédiées, développées par l'intégrateur dans le système métier du client, de la même manière qu'en « stand-alone » ou alors sur les interfaces Unifai grâce à des redirections.

ORIGINALITÉ

- Unifai a été développée par des experts en IA et en fiabilité de données, la solution embarque des algorithmes auto-apprenants à l'état de l'art de la recherche et spécialisés sur des données produits en retail.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Ambition de se développer au niveau européen dans les 2 années qui viennent et également sur d'autres verticales métier.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Unifai commercialise sa solution auprès de clients grands comptes et mid-market en France.
- Chiffre d'affaires : NC.

BUSINESS MODEL

- Vente de licences annuelles ou mensuelles dont les montants sont indexés sur le volume de données traitées par les clients. Une part est facturée en abonnement fixe, une autre part est une fonction directe du nombre de lignes traitées.

KPIs

- Le nombre de produits catégorisés tous les mois.
- La réduction du temps de traitement des catalogues.
- Le nombre d'heures gagnées par semaine par les équipes client.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



ÉCONOMIE CIRCULAIRE



Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.lizee.co

Contact
tanguy@lizee.co

Stade
Post Seed

Levée de fonds
2,5 M€

Chiffre d'affaires
600 K€ en 2020

Concurrents

- Circuly.io
- Caastle

Prix / Récompenses

- Prix FEVAD/KPMG 2020
- Trophée Innovation E.Leclerc en 2020



FONDATEURS

Anna Balez: Co-Founder & COO. Elle a fondé en 2013 Tale Me, première entreprise de location en ligne D2C d'Europe qu'elle a développé pendant 5 ans avant de s'orienter vers le B2B. Elle est ingénieure et passionnée par les processus industriels de l'économie circulaire.

Tanguy Frécon: Co-Founder & CEO. Après son diplôme d'école de commerce (SKEMA), il a travaillé pour différents fournisseurs de solutions retail-tech tels que Cegid, Microsoft ou Wynd à NY, Londres et Paris. Conscient de l'impact du retail sur l'environnement, il est déterminé à aider les marques dans leur transition écologique d'un modèle linéaire vers un modèle circulaire.

Timothée Emery: Co-Founder & CTO. Diplômé de la Sorbonne / IIAE de Paris. Il a été Scrum Master chez Michelin. En 2014, il crée YouShould, plateforme de réservation de bars dont il se sépare en 2020. Développeur de formation et entrepreneur dans l'âme, il a rejoint Lizee pour aider les marques à booster leurs revenus tout en polluant moins.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Lizee propose aux enseignes un logiciel e-commerce et logistique ainsi que des services logistiques en marque blanche afin de les lancer, en quelques semaines, dans l'économie circulaire grâce à la location et la vente de seconde main de leurs produits.
- Forte de son expertise dans l'économie circulaire et grâce à ses solutions, Lizee accompagne les marques dans leur transformation durable, par le déploiement de business models circulaires innovants leur permettant, entre autres, de cibler de nouveaux types de consommateurs, de récolter de la donnée sur la qualité des produits ou encore de booster leur marge (x3).

TECHNOLOGIE

- SaaS: Reuse Management Software (RMS).

ORIGINALITÉ

- Lizee se démarque de la concurrence grâce à sa stratégie B2B. Ils partent du principe que les marques et les détaillants sont les plus puissants ambassadeurs et influenceurs de ce nouveau business model.
- Grâce au traitement algorithmique de la donnée sur sa plateforme, Lizee propose une solution puissante permettant d'optimiser quotidiennement le ROI du service de location et de vente de seconde main (contrôle des marges, hit-parade, NPS, feedback, quality control...).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- 1/ Lizee accompagne les marques dans une phase de test afin de comprendre et d'apprendre sur le potentiel de ce nouveau business model pour la marque. La donnée collectée et traitée sur la plateforme permet de facilement tirer des apprentissages.
- 2/ Lizee permet de passer l'offre à l'échelle en Europe et bientôt aux US.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: 600 K€ 2020.
- 20 clients internationaux. Parmi eux: Decathlon, Maje, Delsey, VF Corp, Kiabi, Cultura, Tommy Hilfiger...

BUSINESS MODEL

- 1/ Coût d'installation (services).
- 2/ Abonnement (tech) + commission sur location (success fee).

KPIs

- 20 clients.
- 25 employés.
- Taux de conversion en ligne allant jusqu'à +8 % sur les plateformes de location.
- Accélérateurs: Fashion For Good / Lafayette Plug & Play / Retail Tech Hub / Ellen MacArthur / Circle Economy.



LOGISTIQUE

COCOLIS.....	16
FENOTEK.....	17
FIND & ORDER.....	18
FRETTY.....	19
KWIKWINK.....	20
MONSTOCK.....	21
ONESTOCK.....	22
OPOPOP.....	23
PICKME.....	24
TOUSFACTEURS.....	25
WELCO.....	26



COCOLIS

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B et B2C

Site Web
www.cocolis.fr

Contact
julien@cocolis.fr

Stade
Croissance

Levée de fonds
NC

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
NC

Prix / Récompenses

- Easy Mobility Challenge 2019
- European Startup Prize for Mobility 2018
- Be a boss Award 2016
- La Fabrique Aviva 2016
- Incubée par le Moove Lab à Station F

FONDATEURS

Eliette Vincent: diplômée EM Lyon. Précédemment Responsable E-Commerce et Ventes Privées chez La Redoute (2010 à 2015) et Directrice Marketing chez Vente-unique.com (2006 à 2010).

Julien Lardé: diplômé Grenoble EM. Précédemment Directeur Commercial chez Cherchons.com (2009 à 2015) et Business developer LeGuide.com (2007 à 2009).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Cocolis est le premier service de transport collaboratif pour les sites e-commerce et marketplaces. Un réseau de transporteurs particuliers et professionnels qui partagent leur véhicule pour transporter un objet, garantissant ainsi une livraison écologique et économique. On compare souvent Cocolis à un « Blablacar » pour les colis.
- Une connexion par API permet de proposer facilement Cocolis sur votre site internet.
- Comment ça marche ? Votre client sélectionne la livraison « Cocolis » lors de son achat en ligne. Cocolis trouve le bon transporteur et hop, le bien est livré. Assurance optionnelle jusqu'à 5 000 € avec la MAIF.

TECHNOLOGIE

- Documentation disponible ici : <https://doc.cocolis.fr> (Module Prestashop, module Woocommerce, librairie NodeJs, librairie Php).

ORIGINALITÉ

- Une incroyable satisfaction client : Cocolis est noté 4,8 sur TrustPilot.
- Une prestation de transport écologique et sur-mesure grâce au collaboratif (iso 26 000).
- Testé et adopté par La Redoute, Label Emmaüs, PicWicToys pour leurs plateformes de seconde main.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Cocolis veut s'imposer comme la première solution collaborative de livraison pour les marketplaces et l'économie circulaire.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA multiplié par 2,4 entre 2020 et 2021 (premier semestre).
- La plateforme compte déjà près de 350 000 membres.
- Plus de 6 100 professionnels expédient avec Cocolis (mobilier, motos, pièces auto, vélos, etc.).

BUSINESS MODEL

- Abonnement mensuel.
- Commission sur les frais d'envoi.

KPIs

- Net Promoter Score.



FENOTEK

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B et B2C

Site Web
www.fenotek.com

Contact
bruno.davoine
@fenotek.com

Stade
N/A

Levée de fonds
3,07 M €

Chiffre d'affaires
CA 2020 = 750 K€

Concurrents
Ring, Nest

Prix / Récompenses

- Trophée Med Innovant 2016 - Coup de Cœur
- Trophée des Objets Connectés 2017 - Meilleur tableau de bord, meilleur système de pilotage
- Lauréate EDF Pulse 2017 - EDF finaliste Smarthome
- Trophée Prix EDF Pulse Paca 2016 - Habitat Connecté
- Trophée des Entrepreneurs Positifs CPME 13 - 2017 Prix Persévérance
- Lauréate The Smart Tech Show 2017 - Distree



FONDATEURS

Bruno Davoine : CEO. Multi-entrepreneur, diplômé de l'École Nationale des Ponts et Chaussées et de l'ESSEC, Bruno a fait carrière dans la distribution de matériel informatique (Symbiotic), l'édition de logiciel (Adobe) et les télécom (Vodafone C&W).

Didier Elbaz : Directeur général. Commence sa carrière chez Gemplus, en 2002, il crée avec la société SPS (Smart Packaging Solutions) pour industrialiser des produits innovants dans le domaine de la sécurité. SPS est racheté en 2014 par l'Imprimerie Nationale.

Olivier Ros : Directeur Technique. Diplômé de l'École Nationale Supérieure des Mines de Saint-Étienne, a occupé un large éventail de postes en Europe et aux États-Unis, d'ingénieur R&D, ingénieur avant-vente, business développer, responsable de comptes.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Interphone connecté : permet de réceptionner un colis, se faire livrer ses courses ou faire intervenir un ouvrier à distance.
- Le client, même s'il est absent, peut voir et discuter avec le livreur qui se présente à son domicile, ouvrir le portail/si le client n'est pas disponible pour répondre à son smartphone - possibilité d'envoyer par mail un QR code éphémère/prise de photo horodatée lors de l'accès du livreur/connexion à la domotique existante de la maison (caméras de surveillance ou à l'alarme).
- Résout la problématique du « dernier mètre ».

TECHNOLOGIE

- Connecté au Cloud - permet de créer de nombreux nouveaux services (livraison, maintien à domicile, location temporaire, sécurité).
- Apps mobile Android et iOS.
- Plusieurs brevets ont été déposés pour protéger l'invention.

ORIGINALITÉ

- Permet d'ouvrir le portail et/ou la porte d'entrée à distance.
- Facteurs différenciants :
 - Réel interphone (platine de rue) en métal, totalement étanche et connecté à Internet en Wi-Fi ou en 4G (bien souvent le Wi-Fi ne porte pas jusqu'au portail).
 - Système de gestion de clés virtuelles (QR codes ou Barre Code uniques et sécurisés - à présenter par le livreur pour ouvrir le portail/porte, autodétruites après utilisation) - photo horodatée déclenchée et envoyée au client comme preuve de passage.
 - Développement de FenoPASS le trousseau de clefs numériques sécurisés.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Internationalisation : développement de leurs réseaux de distribution en Europe avec une priorité en Allemagne, UK et Benelux.
- Développement de partenariats : avec les grandes enseignes de e-commerce (BtoC ou BtoB) pour les aider à optimiser le « click to possession » en intégrant Hi) dans leurs programmes de fidélisation.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

Chiffre d'affaires :

- 2017 : 126 K€.
- 2018 : 384 K€.
- 2019 : 662 K€.
- 2020 : 750 K€.
- Clients : (70 % particuliers, 30 % entreprises).

BUSINESS MODEL

- Version Wi-Fi au prix de 399 € TTC - pour 6 € TTC/mois l'utilisateur peut activer la carte SIM 4G intégrée à l'objet.
- Plusieurs type d'abonnements peuvent être souscrits (Assurance avec intervention sur site, clefs virtuelles/QR codes, enregistrement vidéo, etc ...) allant de 6 € à 10 € TTC/mois).
- Travail sur une offre de LLD aux alentours de 10 € TTC/mois sur 60 mois.

KPIs

- Nombre de clients qui détiennent l'interphone.



FIND & ORDER

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
findnorder.com/

Contact
Arthur Guelton :
arthur.guelton
@findnorder.com

Stade
Lancé

Levée de fonds
1,2M€ avec prêt BPI,
emprunt et subventions

Chiffre d'affaires
2020 : 60 000 €

Concurrents
Une dizaine mais pas
avec cette solution

Prix / Récompenses
• www.monpalmares.
com/141/Find
Dont Plus innovantes
en catégorie Logistique
FEVAD 2020/2021



FONDATEURS

Mickael Carvalho : CTO, ingénieur en sécurité réseau, 2 ans chez L'Oréal sur cette expertise, développement des premiers outils de Find & Order, organisation du développement logiciel et de la R&D.

Arthur Guelton : BDO/CFO, lancement de ventures en Australie pour Rocket Internet et Quandoo, 4 ans d'analyse financière sur des projets d'équipement et d'infrastructure. En charge du développement commercial et de la recherche de financements chez Find & Order.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Nous proposons une solution d'optimisation des parcours de préparation de commandes en entrepôt :

- 1^{er} niveau de la solution : commercialisation active d'un algorithme d'optimisation des ordres de préparation de commandes des WMS.
- 2^e niveau : développement d'une solution de géolocalisation indoor sans infrastructure. Automatisation de process de détrompage, suivi des déplacements des opérateurs et limitation des erreurs de prise en charge en entrepôt.

TECHNOLOGIE

- Algorithmes de calcul associés à la modélisation dynamique des espaces.
- Géolocalisation précise de téléphones (ou PDA) par analyse de l'activité de leurs capteurs en temps réel. Technologie de traitement du signal et de machine learning par réseaux de neurones.

ORIGINALITÉ

- Solution avec de très fortes barrières à l'entrée : son développement requiert des docteurs en physiques et mathématiques et des ingénieurs spécialistes en data/réseaux de neurones. Pas de brevet pour le moment.
- Find & Order intègre la gestion du display et de la technologie de géolocalisation.
- Les concurrents font souvent appel à des prestataires pour gérer la partie visualisation/display : Find & Order est un interlocuteur unique.

- La technologie de Find & Order ne dépend pas de réseaux wifi ou beacons. Les concurrents directs forcent l'activation de ces signaux pour fiabiliser leur solution.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Déployer les clients en production ou en cours d'expérimentation : Bolloré Logistics, XPO, Brico Dépôt...
- Mars 2022 : levée de fonds de 1 M€.
- Recrutements :
 - Sales senior au printemps 2022.
 - Intégrateurs mobile : Q1 2022 : x 2.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

Chiffre d'affaires :

- 2019 : 150 000 €
- 2020 : 60 000 €
- 2021 : objectif de 300 000 €

Clients :

- Retailers : Casino, Leroy Merlin, Auchan, Brico Dépôt / Logistique : Bolloré Logistics, XPO / Smart Building : Engie.

BUSINESS MODEL

- Licence annuelle par entrepôt ou magasin.

KPIs

- Gain de distance obtenu sur la préparation de commandes : au moins 7 % de gain.
- KPI obtenu à partir d'un historique de données réelles, sans intégration au WMS dans un premier temps.



FRETLY

Année de création
2017

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://fretly.fr/>

Contact
info@fretly.fr

Stade
N/A

Levée de fonds
600 K€

Chiffre d'affaires
1 000 K€ prévision 2021

Concurrents
NC

Prix / Récompenses
• Prix Innovation
du Hub Retail



FONDATEUR

Philippe Adjadj: Il a passé plus de 15 ans à des postes de directeur achat dans des entreprises de transport et de logistique.

Équipe de 15 personnes: des IT developer, des datas analyst et des business Developer.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Solution SaaS B2B pour mesurer la performance (économique/qualitative/ environnementale) des transporteurs des e-commerçants.
- Le déploiement se déroule en 4 étapes : Le e-commerçant donne mandat à FRETLY pour l'autoriser à collecter ses données de transport dans le système d'informations de ses transporteurs, puis FRETLY collecte les données de transport du e-commerçant dans le système d'informations de ses transporteurs, ensuite FRETLY analyse les données de transport du e-commerçant grâce à son outil digital, finalement le e-commerçant pilote sa performance transport au travers de tableaux de bords dynamiques.

TECHNOLOGIE

- Pas de brevet.
- Innovation d'usage plus que technologique.

ORIGINALITÉ

- Concurrent: NC.
- Facteur différenciant: connectée à tous les transporteurs grâce à sa plateforme collaborative, intégrée dans une solution digitale unique des savoirs-faire couverts par d'autres plateformes (ex: FREIGHT TENDER pour les appels d'offres transport ou CONTROLPAY pour le contrôle de la facturation).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Court terme: déploiement commercial sur toute la France.
- Moyen terme: en Europe.
- Un développement technologique en partenariat avec des laboratoires de recherche spécialisé en transport et data (FRETLY labellisée FrenchTechSeed).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: 2021 / 1 million d'€ prévision 2021.
- 50 clients actifs.

BUSINESS MODEL

- Le e-commerçant paie un abonnement mensuel par transporteur.

KPIs

- Nombre d'abonnements.



Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.kwikwink.com

Contact
pascal.laurence
@kwikwink.com

Stade
N/A

Levée de fonds
Une levée est prévue en
2022 (fin S1).

Chiffre d'affaires
1 700 € en 2020

Concurrents
Des solutions de
substitution avec des
serrures connectées
ou des digicodes ou
l'existence de SAS
de livraison. Aux USA
également, Amazon et
Walmart.

Prix / Récompenses
• Lauréat des API
du Club Démeter 2021.



FONDATEURS

Pascal LAURENCE : Porteur de projet et DG de Kwikwink. Après 20 ans de direction juridique dans des grands groupes ou des PME, et dans les secteurs variés notamment du commerce (grande distribution alimentaire, notamment) et de la logistique, j'ai décidé de me lancer dans l'aventure entrepreneuriale, au travers de Kwikwink.

5 fondateurs : 3 personnes physiques (Directeur des SI d'une société, DG, ou Directeur Juridique) et 2 personnes morales (holding familiale).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Kwikwink a développé une solution qui permet d'opérer une livraison au domicile en l'absence de l'occupant, en optimisant le dernier kilomètre par la maîtrise du dernier mètre, tout en assurant sécurité et conformité de la livraison.
- La valeur ajoutée de la solution Kwikwink réside dans :
 - le renforcement de l'expérience client en supprimant les aspects déceptifs de la livraison.
 - la suppression des kilomètres parcourus en trop du fait des "no show".
 - les gains de productivités en assurant 100 % des livraisons au 1^{er} passage.

TECHNOLOGIE

- L'implantation se fait via la connexion de notre box au système d'exploitation du e-commerçant et à une serrure connectée que Kwikwink installe chez le e-consommateur ou dans les magasins et enseignes physiques (lieu de destination du produit).
- Par la suite à chaque commande du e-consommateur chez le e-commerçant, Kwikwink recolle les flux informatiques et physiques pour donner des droits d'accès, unitaire et temporaire au livreur. L'ensemble de la livraison est filmé pour assurer de la sécurité au consommateur.
- La solution Kwikwink est brevetée et en phase d'innovation d'usage sur le marché BtoB et BtoBtoC.

ORIGINALITÉ

- Le facteur différenciant repose sur notre interopérabilité, la solution permet d'adresser l'ensemble des e-commerçants, l'ensemble des econsommateurs.
- Concernant les solutions fonctionnelles, la traçabilité permet de connaître, à toutes les étapes de la livraison, l'état réel de la porte, de la livraison. Kwikwink agit comme un tiers de confiance.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Actuellement, l'approche de Kwikwink repose sur deux phases :

- déploiement de la solution dans les magasins et enseignes pour des livraisons en horaires décalés (générant des revenus rapides).
- déploiement de la solution chez les particuliers (temps de maturation du marché).

Même chose dans le futur :

- approche de notre marché initial la France.
- approche des marchés US et Pays nordiques ou les freins sont moindres.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA non communiqué.
- Modèle BtoB : 2 clients.

BUSINESS MODEL

Le business model repose sur :

- un up-front fee (à la charge du e-commerçant pour l'interfaçage avec ses SI).
- un abonnement (à la charge du e-commerçant ou du e-consommateur) pour les services et la récurrence.

KPIs

- La suppression des passages à répétition des livreurs car les livraisons sont effectuées dès le 1^{er} passage.
- Le gain de temps des livreurs dans leur tournée de livraison / des consommateurs.
- La suppression des kilomètres parcourus pour des passages à répétition des livreurs.



Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
monstock.net

Contact
contact@monstock.net

Stade
Accélération

Levée de fonds
1,60 M€ en avril 2020

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
• Labélisé Leader
par Appvizer
Programme Scale de PWC



FONDATEUR

Guillaume Blanc : ingénieur de formation (ESIEA Paris). Après avoir travaillé 13 ans dans la rationalisation des Systèmes d'Informations de grands comptes, Guillaume a suivi le parcours dirigeant chez Les Mousquetaires sur le management d'entreprise et la gestion des stocks/flux. Au cours de son parcours, il a constaté que les solutions informatiques existantes imposaient des contraintes qui limitaient l'optimisation de la Supply Chain / Logistique. Conscient des besoins opérationnels des entreprises, il a alors décidé de créer une solution innovante et agile qui digitalise et automatise la gestion des stocks et des flux.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Gestion des stocks : entrepôts (WMS), usines, magasins, véhicules, hubs urbains, etc.
- Supply Chain étendue : Clients, Fournisseurs, Partenaires, etc.
- Gestion des commandes Omnicanale (OMS) : E-Commerce, Marketplace.
- Gestion Multi Distribution : Click & Collect, Drive, Drive Mutualisé, Livraison, Livraison du dernier kilomètre.
- Traçabilité complète/centralisée des process métiers.
- Suivi des équipements et contenants/contenu (palettes, colis, etc.) avec IOT.
- Gestion des interventions et planning (FSM),
- Algorithme et IA pour proposition intelligente des réapprovisionnements, etc.
- Connecteurs environnement existant (Scanner, ERP, E-commerce, ...).
- Disponible en 9 langues.
- Reporting et Analytics avancés.

TECHNOLOGIE

- Solution Full Saas, modulable et personnalisable pour répondre rapidement aux usages de nos clients.
- Nativement mobile sur iOS et Android, ce qui permet aux équipes sur le terrain d'être connectées en temps réel en étant mobile.
- Grande capacité de connexion aux systèmes informatiques des clients pour avoir une vision à 360° de la Supply chain.
- Mise en œuvre de l'Intelligence Artificielle et du Machine Learning pour aider les managers dans leurs prises de décisions.

ORIGINALITÉ

- Solution mobile et temps réel qui permet de travailler n'importe où et à n'importe quel moment.
- Richesse fonctionnelle et paramétrable.
- Interfacée avec les solutions leaders du marché : ERP, CRM, E-Commerce, FSM, etc.
- Programme R&D.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Renforcer les équipes R&D et commerciales.
- Offrir une couverture fonctionnelle plus riche et adaptée aux besoins des clients.
- Nouer de nouveaux partenariats avec des éditeurs et distributeurs sociétés de conseils/éditeurs en France et à l'international.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA confidentiel. Répartition du CA : 84 % en France et 16 % à l'international.
- 40 % des clients dans le Retail et + 300 sociétés clientes (en France et à l'international).
- PME/ETI et Grands Comptes.

BUSINESS MODEL

- Licences utilisateur et Professional Services : Conseils, Accompagnements, Formations, Imports de données, etc.
- Licence connecteurs système externe (ERP, E-commerce, finances...).
- Abonnement annuel à partir de 238,80 € HT par utilisateur.

KPIs

Constatés par nos clients :

- +18 % des ventes sauvées.
- +55 % de satisfaction client.
- -23 % d'achats fournisseurs.
- -75 % de surface de stockage.
- +33 % de cross-selling.
- +30 % de l'efficacité logistique.

**Année de création**
2015**Origine**
France**B2B / B2C**
B2B**Site Web**
www.onestock-retail.com**Contact**
Romulus Grigoras, CEO
rgrigoras
@onestock-retail.com
+33 (0)5 62 80 21 94**Stade**
Commercialisé**Levée de fonds**
NC**Chiffre d'affaires**
NC**Concurrents**
• Manhattan Associates,
• Tecsys,
• IBM Watson Order
Optimizer, etc.**Prix / Récompenses**
• Pass French Tech, Paris
Retail Awards,
• Coup de cœur du jury
LVMH innovation award**FONDATEURS**

Romulus Grigoras: CEO, Ancien professeur en informatique à l'ENSEEIH - INP Toulouse et chercheur en technologies web et multimédia à l'Institut de Recherche en Informatique.

Benoît Baccot: Directeur technique, docteur en informatique, ingénieur de l'ENSEEIH - INP Toulouse.

Vincent Charvillat: Responsable scientifique, professeur en informatique et mathématiques appliquées à l'ENSEEIH - INP Toulouse.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION**PRODUIT**

• Leader européen de l'Order Management System (OMS), OneStock édite une solution de gestion des commandes omnicanales. Basé sur l'unification des stocks et l'orchestration des commandes, OneStock connecte l'intégralité des stocks disponibles aux différents canaux de vente.

• Expert Web to Store et Store to Web, OneStock se veut customer-centric et offre des scénarios hautement rentables, en faveur de l'expérience client: Order In Store, Ship From Store, Click & Collect, E-Réservation, Gestion des retours...

TECHNOLOGIE

Solution "Best of Breed" et agnostique en mode SaaS, OneStock s'intègre facilement au sein du paysage applicatif des marchands. Notre technologie se base sur 3 volets:

• **Écoulement des stocks:** au travers de l'Order Management System et de l'unification des stocks, OneStock permet aux retailers de vendre leur stock plus rapidement, de maximiser les marges et de diminuer les résiduels en fin de saison.

• **Optimisation des ressources:** OneStock dote les vendeurs d'outils à forte valeur ajoutée tels que la tablette vendeur (mobile pos). OneStock améliore la performance globale des vendeurs et magasins notamment grâce à l'Order in Store ou au Ship From Store...

• **Innovation technologique:** d'importants investissements sont réalisés en R&D afin de proposer un Order Management System fiable et performant. OneStock progresse constamment en répondant aux besoins de ses clients les plus innovants.

ORIGINALITÉ

OneStock est le leader européen de l'Order Management System (OMS) et permet:

• Un écoulement rapide des stocks grâce à la commercialisation de l'intégralité du catalogue produits sur l'ensemble des canaux de vente.

• Une nette augmentation des ventes et la fidélisation grâce à des informations stocks et des délais de livraison fiables et précis.

• Une meilleure expérience client grâce à des scénarios digitaux plébiscités par les acheteurs: Click & Collect, e-Réservation, Prise de RDV.

• Un ROI rapide et important: +15 % de CA e-commerce et amélioration des marges.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- OneStock maintient, année après année, son statut de leader européen de l'OMS.
- Notre mantra: connecter l'ensemble des points d'approvisionnement avec la demande client et offrir tous les modes de livraison tout en maximisant les bénéfices.
- Nous souhaitons poursuivre notre expansion sur le marché européen (Angleterre, Espagne, Italie, Allemagne, Nordics...) et américain.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS**CROISSANCE CA ET CLIENTS**

- Un chiffre d'affaires en hausse de 50 % en 2020.
- 750 millions d'euros générés par nos clients grâce à l'Order Management System.
- 12 millions de commandes exécutées grâce à notre module d'orchestration des commandes
- Les leaders Européens du Retail font confiance à OneStock: INTERSPORT, LVMH, Jules, Ba&Sh, Yves Rocher, Sergent Major, ManoMano, Truffaut, Du Pareil Au Même, Camaieu, Petit Bateau, Ollygan, Orchestra-Prémaman, Natalys, Brice, RougeGorge Lingerie, Kaporal, Jacadi, Oxybul, Okaidi, Obaibi, Bizzbee, Serge Blanco ou encore Monsoon Accessorize, Ted Baker, Phase Eight, Jigsaw, Whistles, Radley au Royaume-Uni et Imperial Fashion en Italie.

BUSINESS MODEL

- Un modèle de commercialisation basé sur la valeur et la performance de la solution.
- Frais de mise en place de la solution + abonnement logiciel.
- Un ROI pour nos clients entre 3 et 6 mois.

KPIs

- ROI rapide et important: Augmentation CA e-commerce (+15 %), amélioration des marges.
- Quick Win grâce à un temps d'implémentation court: 3 à 6 mois.
- Une facilité d'adoption grâce à des interfaces ergonomiques et intuitives pour les utilisateurs (vendeurs, service client, siège).
- Plus de 60 références clients.



OPOPOP

Année de création
2020

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.opopop.co

Contact
Charlotte Darnet
colis@opopop.co

Stade
N/A

Levée de fonds
NC

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
2 concurrents directs en France, Hipli et Repack (solution finlandaise impliquée en France), et des concurrents indirects, Living Packets (solution pour des expéditions très sensibles en cours de lancement) et les fabricants de colis jetables.

Prix / Récompenses

- Grand prix Favor'i e-commerce Fevad x BFM TV 2021 Prix éco-responsable bronze
- Labellisation Initiative Remarquable - Prix entrepreneuse de demain - Juin 2021
- Prix Entrepreneur de demain 2020 Fondation de Sopra Steria x Institut de France
- Prix Les Ambitieuses La Ruche 2020



Colis Réutilisables
Consignés

FONDATEURS

Charlotte Darnet: cofondatrice. Après des études à l'EMLYON Business School, Charlotte rejoint Cheerz, start-up leader de l'impression photo mobile et devient chef de produits et acheteuse packaging. Elle y découvre le e-commerce et ses enjeux, notamment celui des colis et les déchets qu'ils génèrent. Engagée vers le zéro déchet et forte de son expérience dans les achats, elle décide de créer une solution pour répondre au problème grandissant des déchets e-commerce.

Antonin Grêlé-Rouveyre: cofondateur. Après une licence à Oxford et un master à EMLYON Business School où il se spécialise en entrepreneuriat (promotion 2014), Antonin rejoint le cabinet Wavestone où il exerce 4 ans en tant que consultant en implémentation de nouvelles technologies auprès de grands groupes. En 2018, il quitte le conseil crée Kadorestro puis co-crée en 2019 Eth'Kdo, une plateforme de carte-cadeau éthique et écologique. En 2020, il rejoint Charlotte dans l'aventure Opopop !

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Opopop accompagne les e-commerçants vers le zéro déchet. Opopop a créé un service de colis réutilisables et consignés: les e-commerçants louent les colis Opopop à l'usage, expédient leurs commandes dans les emballages réutilisables. À réception, le consommateur renvoie l'emballage dans n'importe quelle boîte postale jaune. Opopop le récupère pour réutilisation.
- Opopop a éco-conçu une gamme de colis 100 % circulaires: faits en France à partir de matière upcyclés, résistants, adaptés à l'usage e-commerce.
- Les e-commerçants installent l'option "colis Opopop" sur leur site (pluggin) pour la proposer à leurs clients. Après leur achat, les consommateurs optent pour le colis Opopop valident leur consigne. Leur commande est expédiée en colis réutilisable à renvoyer gratuitement après utilisation dans n'importe quelle boîte postale. Opopop récupère les colis, les prépare au prochain cycle et notifie le consommateur du retour du colis. La consigne sert à inciter le retour du colis et permet aujourd'hui de récupérer 95 % des colis à chaque cycle.

TECHNOLOGIE

- **Le système de consigne digitale:** seule solution du marché à avoir implémenté ce système, Opopop a développé une interface de consigne très simple pour l'utilisateur et qui s'adapte parfaitement à l'UX e-commerce.
- **L'innovation logistique:** Opopop déploie une solution de reverse logistique et a développé un

système low-tech de tracking individuel des colis.

- **L'innovation produit:** un colis réutilisable à partir de matières upcyclés (fin de rouleaux de l'industrie textile) pour remplacer le plastique à usage unique. Le développement de la gamme se poursuit avec d'autres produits.

ORIGINALITÉ

- Le **système de consigne digitale unique** qui pérennise le modèle économique et l'impact. Aujourd'hui, cette consigne permet un taux de retour de 95 %.
- La solution 100 % locale pour un impact maximal: une fabrication et des opérations en France.
- Une dynamique 100 % circulaire: Opopop récupère des fins de rouleaux de textiles techniques pour fabriquer les pochettes.
- Les services associés au colis qui apportent de la valeur aux e-commerçants: gestion et suivi des utilisateurs, service de réapprovisionnement automatique, construction d'une expérience colis complète.
- Une approche globale du packaging: Opopop accompagne les e-commerçants sur l'ensemble de leur stratégie packaging pour les accompagner vers le zéro déchet grâce à un réseau de partenaires et une expertise poussée sur le sujet.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Après 1 an de test et de validation d'un POC, le système est fonctionnel et live auprès de plus de 50 clients. Opopop entre dans une phase d'accélération !

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Premiers tests de système en mai 2020.
- Une cinquantaine de clients, essentiellement des DNVB éco-responsables.
- La solution Opopop s'adresse aux e-commerçants qui souhaitent avancer dans une démarche éco-responsable et particulièrement les ecommerçants dans le domaine du textile (principaux utilisateurs de plastique aujourd'hui).

BUSINESS MODEL

- L'abonnement au service Opopop selon le volume de colis gérés par mois.
- Les revenus des expéditions (1,65 € pour le petit format, 2,15 € pour le grand format).
- Des prestations d'éco-sourcing et de conseil en packaging.

KPIs

- Des milliers de colis évités depuis la création.
- 50 e-commerçants partenaires.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.mypickme.com

Contact
jessie@mypickme.com

Stade
Post Seed

Levée de fonds
1,175 M€

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents

- Homerr
- Welco

Prix / Récompenses

- Meilleure start-up Lafayette Plug & Play, élue par les retailers en juillet 2020
- Pickme remporte l'or des Trophées du Ecommerce EcommerceMag.fr 2020 dans la catégorie "Supply chain" aux côtés de GLS France en novembre 2020
- Trophées de l'innovation E.Leclerc - en déc. 2020



FONDATEURS

Jessie Toulcanon: CEO. Diplômée d'Audencia. 15 ans d'expérience en Digital, Marketing et Ecommerce. Ex-Directrice e-commerce, marketing et digital dans le Retail (Kookai, Antik Batik), Consultante en marketing digital et Directrice conseil chez MyMédia.

Samuel Rousseau: COO. Diplômé des Arts et Métiers avec une spécialisation dans le management de la Supply Chain. Il était Consultant en stratégie opérationnelle au sein du cabinet EY. Ex-COO chez Cleanio et Head of Operations chez HelloCasa.

Florian Dufour-Rives: CTO. Diplômé de l'ENSIEE et de l'IMT-BS, a fondé GamersRoom durant ses études d'ingénieur. Ex cofondateur de Stun et Full Stack Développeur en freelance. Il a accompagné différentes start-up dans la construction de leur premier produit et leur développement (Spectral TMS, HomePotager, Picnfind, Biopeps...).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Pickme est un service de livraison qui transforme vos voisins en un réseau de point-relais de proximité intégré aux sites e-commerce pour offrir une livraison efficace, écologique et solidaire.
- Ce nouveau mode de livraison offre un maillage dense de Keepers (voisins-relais) de proximité, disponibles à la demande et en temps réel sur de larges plages horaires (soir et week-end), et une capacité de stockage à l'infini.
- Cette plateforme collaborative, basée sur une communauté de 47 000 Keepers de confiance, est une alternative écologique et sociale qui réenchante la manière dont on réceptionne les colis en prolongeant l'expérience de marque jusqu'au dernier mètre.

TECHNOLOGIE

- Pickme innove en proposant la 1^{re} plateforme collaborative dédiée à la réception de colis, afin de proposer depuis les checkout une map de voisins-relais disponibles en temps réel via une API de matching basée sur la géolocalisation et l'agenda.
- Une connectivité simple avec les principaux CMS du marché afin de s'intégrer comme les modes de livraisons classiques.

ORIGINALITÉ

- Sur le marché de la délivrabilité, il existe beaucoup d'acteurs (Voisins-relais, Relais, livraison sur créneau, Lockers...).

- Pickme se démarque de la concurrence grâce au maillage dense et la qualité de son réseau. Ils partent de l'expérience client pour construire un parcours 100 % sécurisé et fiable afin de se positionner comme le premier réseau de relais particulier de confiance et premium.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Développement de nouveaux produits: Drop-off colis chez les Keepers (Doctolib du Retour, sur créneaux horaires de 30 minutes), Instance en temps réel (Géolocalisation en temps réel pour les livreurs d'un Keeper disponible en cas d'échec).
- Déploiement géographique France en 2021: Ouverture en juillet de Lyon, Bordeaux et Toulouse. Avant novembre: Marseille, Nantes, Lille, Strasbourg, Rennes, Montpellier.
- Déploiement géographique Europe en 2022: lancement test en Espagne et Italie.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Pas de visibilité sur le CA de 2021, mais il y a déjà plus 47 K de Keepers (point de livraison particulier)
- 3 clients transporteurs: GLS, DHL, DPD.
- Clients retailers et pure-players en cours de lancement.
- Croissance de 100 % de volume de colis traités par mois.
- 100 % de délivrabilité, NPS de 80, 0 litiges / colis perdus.

BUSINESS MODEL

- Pour un e-commerçant, Pickme est un mode de transport disponible dans le parcours d'achat.
- Le contrat Transporteur est calculé selon les volumes du e-commerçants.

KPIs

- Taux de conversion en ligne allant jusqu'à +20 % dans les checkout.
- Augmenter la délivrabilité et garantir le succès de la livraison dès la 1^{re} tentative (30 % d'échec en moyenne aujourd'hui).
- Réduire de 50 % les coûts d'opération de re-livraison et de tickets SAV.
- Réduire les temps de retours des colis et temps de remise en stock des produits.
- Réduire leurs émissions CO₂ sur le dernier kilomètre (responsable de 25 % des émissions en ville).



TOUSFACTEURS

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.tousfacteurs.com

Contact
Benjamin Levine
benjamin
@tousfacteurs.com

Stade
Lancé

Levée de fonds
1,5 M€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
Aucuns

Prix / Récompenses
• Trophée Argent CX
Awards



FONDATEURS

Deux fondateurs : **Benjamin Levine** et **Youssef Tagmouati**.

Rencontre à HEC, entrepreneurs dans le e-commerce depuis plus de 6 ans / 3^e start-up.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Track & Engage est une solution qui permet aux destinataires de colis à livrer d'accéder à la géolocalisation en temps réel de leur livraison.
- La solution s'interface en IT avec les transporteurs (GLS, VIR, etc) qui la déploient ensuite en marque blanche auprès de leurs clients expéditeurs. Les e-commerçants n'ont ensuite qu'à demander l'activation du service qui est alors opérationnel en 24 heures, sans AUCUN développement.
- Les e-consommateurs peuvent eux accéder très simplement à la page de suivi, sans téléchargement d'application ou besoin d'identification, le tout dans un environnement parfaitement sécurisé et conforme à la RGPD. Ils sont notifiés par SMS lequel contient un lien qui leur permet d'accéder à la page de suivi.

TECHNOLOGIE

- Notre produit repose sur les dernières technologies en matière de machine learning et de Big data, avec une forte composante temps réel.
- Pas de brevet pour le moment.

ORIGINALITÉ

- Nous avons des concurrents comme ParcelLab ou shipup. S'ils adressent également le marché de l'expérience post-achat, ils le font sur une autre partie du process d'expédition : ils accompagnent les marques pendant la fenêtre de temps qui commence au moment de la préparation de la commande et qui se termine au moment de la mise en livraison. Track & Engage ne se concentre que sur le dernier KM, la partie la plus importante, celle qui permet de transférer physiquement le colis à son destinataire.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- La solution est déjà déployée sur 2 transporteurs en France, et donc accessible à tous leurs clients.
- Ils travaillent à une double expansion :
 - 1/ avec de nouveaux partenaires transporteurs en France,
 - 2/ sur de nouveaux marchés notamment Européens.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Plusieurs dizaines de clients - tous e-commerçants (TPE + grands comptes).

BUSINESS MODEL

- La solution est vendue sur un modèle SaaS aux e-commerçants qui vont payer un tarif au colis. Nous vendons deux produits complémentaires : Track, qui est le module de tracking en temps réel et de support aux services clients des e-commerçants, et Engage, qui permet de gamifier l'expérience pour les destinataires.

KPIs

- Réduction du nombre de contacts entrants au service clients.
- Amélioration de la performance de livraison grâce à l'embarquement du destinataire.
- +30 % de taux d'engagement/d'interactions avec les contenus de la marque sur la page.
- 13 minutes de temps consultation moyen
- Une évaluation de 4,9/5 de la part des destinataires (sur +1K reviews).



**3^e PRIX
EX AEQUO
FEVAD KPMG
START ME UP
2021-2022**

Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B2C

Site Web
www.welco.io

Contact
Remy MALAVASI
remy.malavasi@welco.io

Stade
N/A

Levée de fonds
300 K€

Chiffre d'affaires
50 K€ en 2020

Concurrents
• Pickme

Prix / Récompenses
• Labélisé FrenchTech
French Mobility par le
ministère de l'écologie
• Lauréat réseau
entreprendre



FONDATEURS

Romain BARRAUD : le président de la start-up. Il est un ancien responsable commercial dans l'industrie ; diplômé d'un Master II en management des opérations stratégiques puis d'un Master spécialisé en entrepreneuriat, il possède 5 ans d'expérience dans l'industrie.

Mathieu MAZOYER : COO de la start-up. Ingénieur de formation, a évolué en tant qu'ingénieur pendant 5 ans dans le secteur de l'énergie. Il est diplômé d'un master II Energie obtenu à Montpellier, il a un rôle transverse et suit l'ensemble des chantiers afin de coordonner leur bon déroulement. Mathieu est impliqué dans toutes les décisions stratégiques de l'entreprise.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Welco est une plateforme de récupération de colis entre particuliers. Elle est la solution du dernier mètre qui référence des personnes disponibles pour récupérer les colis de leurs voisins, de manière sécurisée, à l'aide de notre application mobile, en contrepartie d'une rémunération.
- Ainsi, nous créons du lien social entre particuliers. De plus, nous supprimons les détours en points relais et seconds passages des transporteurs, réduisant les émissions en CO₂ du marché du e-commerce.
- 20 000 voisins sur la plateforme.

TECHNOLOGIE

- Plateforme, intégration de l'API chez nos clients et transporteurs.

ORIGINALITÉ

- La marque « C'est qui le patron » étant un de nos partenaires et mentor depuis le début de l'aventure, beaucoup de leurs sociétaires ont rejoint notre communauté, et s'impliquent chaque jour pour faire de Welco un réseau à part.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Nos ambitions à 5 ans :

- CA à 25 M€.
- Communauté : + 100K relais-particuliers.
- Flux : 20M de colis /an.
- Déploiement de la solution : France, Belgique, Allemagne, Suisse, Nord de l'Espagne et USA.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- 2019 : 0.
- 2020 : 50 / 60 K€.
- 2021 : 230 / 240 K€ (prévisions).
- Clients : E-commerçants : 15, Transporteurs : 5.

BUSINESS MODEL

Le business model de welco est en B2B2C avec deux segments de clients :

- Les transporteurs.
- e-commerçants.

150 millions de colis ont engendré un second passage en 2019.

KPIs

- Pour le e-commerçant, maximiser leur vente : 39 % des consommateurs qui connaissent une mauvaise expérience de livraison ne recommanderont plus sur le site e-commerce.
- Réduction de l'empreinte carbone : 20 millions de colis auraient engendré une seconde livraison en France en 2018, soit autant d'allers-retours pouvant être évités grâce à notre communauté de voisins.
- Désengorger le service client : avec un taux d'échec de livraison proche de 0 et notre SAV en appui de notre service, nous permettons de réduire les interventions sur celui du e-commerçant.



MARKETING COMMUNICATION

ANTVOICE.....	28
EVERLEET	29
FRUCTIFI	30
GENEROUS CONNECT.....	31
HDB SOLUTIONS.....	32
SHOP MY INFLUENCE	33



ANTVOICE

Année de création
2017 (solution)

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.antvoice.com

Contact
alban@antvoice.com

Stade
Scale

Levée de fonds
5 M€

Chiffre d'affaires
> 1 M€

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses

- Grand Prix de la Nuit des rois en 2018
- Parmi les 10 finalistes des LVMH Awards (VivaTech 2019: parmi 920 start-up du monde entier)



FONDATEURS

Rodolphe Mirilovic - CTO : a co-créé AntVoice à la sortie de ses études d'ingénieur à l'EFFREI et juste après une première expérience comme CTO de Looneo, un site de social shopping créé par Alban Peltier.

Alban Peltier - CEO : Master 2 de marketing, Paris-Dauphine, fait partie des pionniers du digital avec une première partie de carrière dans des startups comme iBazar (rachetée par eBay) ou Sporever (rachetée par Orange) et des grands groupes comme Microsoft où il était directeur des services de communication de MSN France (MSN Messenger, MSN Hotmail, etc.). Sous son impulsion, MSN est devenue la messagerie instantanée ultra leader en France dans les années 2000. Il a ensuite fondé Looneo puis cofondé AntVoice.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- En tant que business partner expert du display hors GAFa, AntVoice accompagne les marques à optimiser leur activation média, grâce à une IA de prédiction d'intention d'achat, la scénarisation de la prise de parole, du branding à la fidélisation, et avec une approche responsable.
- Notre ambition est de permettre aux marques de profiter pleinement du display, un troisième pilier d'investissement solide, pour gagner en pertinence, en performance et en indépendance.

TECHNOLOGIE

- Seul acteur à mettre l'intelligence artificielle et le machine learning au coeur de sa solution publicitaire, AntVoice est un expert de l'IA appliquée à la publicité plutôt qu'une adtech classique.
- Les différents algorithmes (prédiction d'achat, bid learning pour trouver les meilleurs emplacements, trading des campagnes) ont été développés in-house et sont en perpétuelle évolution - cité dans de très nombreux mapping portant sur l'IA en France (BPI, France is IA, etc.) et aux Etats-Unis (CB Insight, Juniper Research, etc.).

ORIGINALITÉ

- Solutions similaires: le marché de l'acquisition de nouveaux clients sur l'open web est assez traditionnel. La plupart des acteurs (trading desks, régies, ad networks, etc.) utilisent un

process très manuel et classique: choix d'un ou plusieurs segments à toucher, choix de formats (native advertising, display, etc.), choix de supports, association d'une ou plusieurs créations pub et optimisation suite au lancement (accélération ou arrêt sur certains formats, certains emplacements, etc.).

- Facteurs différenciants: utilisation de l'intelligence artificielle pour optimiser ces étapes (prédire un acte d'achat et cibler les internautes, trouver les meilleurs emplacements publicitaires, « trader » la campagne (définition de l'enchère en fonction de chaque internaute, etc.).
- Possède un full stack contrairement à la plupart des acteurs de la publicité permettant d'optimiser la performance. Modèle au CPC (vs CPM) avec un objectif de coût d'acquisition. Capable de prédire un achat permettant aux marques de toucher les consommateurs avant leurs concurrents.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Développement de nouveaux secteurs - en plus du retail, AntVoice s'adresse maintenant à d'autres secteurs comme la Banque / Assurance, l'Auto, les services, les associations, etc.
- Réponse à la fin des cookies tiers grâce à l'exploitation des FLoCs.
- Développement de nouveaux formats display innovants.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Croissance du CA: +40 % en 2020 vs 2019
- Clients: plus de 100 clients signés au global et plus de 50 clients qui utilisent tous les mois, en fil rouge, la solution de predictive targeting d'AntVoice (ex: GMF, Jules, Damart, JPG, Odalys Voyages, La Croix Rouge, TCL, etc.).

BUSINESS MODEL

- Vend des campagnes publicitaires au CPC avec un objectif de CPA, et achète l'espace média au CPM.

KPIs

- Coût d'acquisition client / coût de la visite qualifiée.
- Pourcentage de nouveaux clients.
- Taux de rebond.

RETOUR AU SOMMAIRE



EVERLEET

Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
Everleet.com

Contact
Sébastien Jourdan
sebastien@everleet.com

Stade
N/A

Levée de fonds
Banque et BA
360K€

Chiffre d'affaires
60k€ en 2020

Concurrents
Orbitvu, Packshot Creator

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Sébastien Jourdan Founder : formation technique (électronique - électrotechnique), puis diplôme de commerce.

- 5 ans en tant qu'ingénieur d'affaires dans le domaine des composants électroniques.
- 1 an chef d'agence chez un distributeur de matériel électrique.
- 15 ans comme photographe professionnel freelance (sebastien-jourdan.com).
- fondateur d'Everleet® et inventeur des capsules LIGHTin® et Nessie®, depuis 2018.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Everleet® a lancé la nouvelle génération de studios d'éclairage internalisés pour la prise de vues photos et vidéos packshot, à destination de l'ensemble des entreprises qui utilisent les photographies pour promouvoir et vendre leurs produits. Ainsi, les e-commerçants sont particulièrement concernés par notre solution.
- Les capsules LIGHTin® et Nessie® sont conçues pour permettre à des utilisateurs novices de prendre des photos professionnelles en moins d'1 minute par visuel, simplement et quasiment sans avoir à recours à des logiciels de traitement.

TECHNOLOGIE

- Il suffit aux utilisateurs de positionner le produit à l'intérieur de la capsule, déclencher, et répéter l'opération jusqu'à la fin de la série de photos. L'utilisateur travaille ensuite sur le groupe d'images, par l'intermédiaire un script automatique va gérer ensuite les redimensionnements, centrages, correctifs généraux (en quelques minutes) et enregistre les fichiers prêts à diffuser sur différents supports.
- La capsule LightIn® : brevet européen.
- La capsule Nessie® : brevet en cours Europe/ Etats-Unis/Australie.

ORIGINALITÉ

- Les capsules LIGHTin® et Nessie® sont les seuls outils du marché dont les technologies d'éclairage ont été étudiées pour obtenir l'image finale dès la prise de vue, sans avoir recours à des logiciels de retouche. C'est cette qualité de lumière qui permet par ailleurs la prise de vues vidéos, non retouchantes par nature. Le process de production s'en trouve

drastiquement simplifié et permet aux équipes de travailler jusqu'à 8x plus rapidement (chiffres clients), tout en améliorant la qualité des visuels.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Lancement de la capsule Nessie® à la rentrée 2021, désignée pour une utilisation de bureau, sans réglage, avec un éclairage révolutionnaire par fibre optique.
- Internationalisation (Belgique, Suisse, Allemagne) en 2022.
- Internationalisation (US, Australie, Japon) en 2024.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- 25 974€ en 2019, 60k€ en 2020 (le chiffre 2020 n'est pas représentatif, la tendance actuelle est 500 % d'augmentation de CA pour 2021 par rapport à 2020.
- 30 clients (incluant les clients en prestation).

BUSINESS MODEL

2 solutions :

- Capsule LightIn® :

Vente au comptant : de 9800€ HT à 12900€HT.

Leasing à partir de 230€HT/mois.

- Capsule Nessie® :

Vente au comptant : de 5900€ HT à 6900€HT.

Leasing à partir de 150€HT/mois.

KPIs

- Qualité d'image.
- Capacité de production (jusqu'à 500 photos webready/jour).
- Possibilité de réaliser des photos d'ambiance avec mises en scènes et fonds créatifs (capsule LIGHTin®).
- Possibilité de réaliser des vidéos packshot (capsule Nessie®).
- Typologie d'éclairage étudiée pour des rendus proche 3D.
- Simplicité extrême d'utilisation, pour une qualité de visuel premium.



FRUCTIFI

Année de création
2017

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.fructifi.com

Contact
philippe@fructifi.com

Stade
Early Stage

Levée de fonds
NC

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents

- Klaviyo
- Agilone
- Optimove
- Brightback

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Philippe Pavillet: CEO. Passionné par le software et le business development, auxquels il a consacré plus de 20 années de carrière, notamment chez Vivendi Games et IAC. Diplômé de l'EM Lyon.

Andrii Feklistov: CTO. Expert en data science, ancien officier de recherche de l'armée de l'air ukrainienne. Double profil scientifique (PhD en data mining) et business (MBA).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Fructifi aide les acteurs de l'e-commerce B2B et B2B2C à augmenter leurs revenus en augmentant l'engagement des clients existants. Nous combinons l'analyse prédictive et l'automatisation pour :

- Mettre en place des campagnes automatisées (email, SMS, messages vocaux, courriers papier) adaptées au statut de chaque client dans son cycle de vie et à son importance dans le portefeuille global.
- Aider les équipes commerciales à prioriser les actions offline et à contacter les clients qui en ont immédiatement - et vraiment - besoin
- Analyser la valeur réelle des canaux d'acquisition et des catégories de produits vendus.

TECHNOLOGIE

- Préviation de la date de la prochaine commande, pour déterminer si les clients s'écartent de leurs habitudes de commande.
- Segmentation RFM et calcul de la LTV, pour ajuster la stratégie d'engagement en fonction de l'importance de chaque client.
- Analyse par Cohortes, pour identifier les canaux d'acquisition et les produits qui attirent les clients les plus fidèles.
- Connectable à Sellsy, Zendesk Sell, Salesforce, Shopify, Prestashop...

ORIGINALITÉ

- Adapté aux entreprises aux ventes multicanal, pour lesquelles l'e-commerce n'est pas l'unique canal de distribution.
- Algorithme prédictif inspiré des méthodes des marchés financiers.
- Ne suppose pas de changer votre stack marketing et commercial déjà en place.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Pour les 12 mois à venir :

- Déploiement commercial national et international.
- Développement d'applications dans les market places de 3 plateformes e-commerce et CRM leaders du marché.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

Clients :

- 20 % pure-players e-commerçants, 80 % à canaux de distribution multiples. Secteurs représentés : agro-alimentaire, cosmétiques, fournitures professionnelles, packaging, services aux entreprises.
- 80 % Europe, 20 % US.

BUSINESS MODEL

- Abonnement.
- Packages à 300 € et 500 € par mois, en fonction du volume de commandes, du nombre d'utilisateurs et du choix de fonctionnalités.

KPIs

- Taux de retour des clients perdus : jusqu'à 50 %.
- +5 % CA global par campagne.
- ROI immédiat : le coût de l'abonnement mensuel est généralement récupéré dès la 1^{re} commande.



GENEROUS CONNECT

Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
generousconnect.com

Contact
christophe.labare
@generousconnect.com
06 17 26 15 98

Stade
Lancé

Levée de fonds
13 K€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Arrondi solidaire
• Greenpay
• 1 rien c'est tout

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Christophe Labare: 48 ans, diplômé de l'École Spéciale Militaire de Saint-Cyr. Officier dans l'armée de Terre (15 ans) puis directeur de site dans le don du sang à l'EFS (3 ans). De 2011 à 2019, associé cofondateur et DG d'Obiz, plateforme de création de clubs de fidélité en marque blanche (mise en place de programmes de fidélité pour plusieurs sociétés du CAC 40, fédérations professionnelles et entreprises, 30 000 partenariats avec des commerçants indépendants). Fondateur de Generous Connect (2019) et de Generous Block (2021), première plateforme française de dons en crypto-monnaies.

Pierre-Antoine Meley: 29 ans, ingénieur diplômé de l'INSA Lyon. Développeur fullstack indépendant depuis 7 ans. Expertise sur la blockchain (start-up Varanida, créateur d'une plateforme de trading de crypto-monnaies).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Don du Clic, solution complète d'intégration, de personnalisation et de gestion du don aux associations dans les campagnes de emarketing.
- Apporte aux e-commerçants un nouveau levier d'activation basé sur un don à l'association choisie par chaque prospect ou client: « Pour vous remercier de telle action, nous versons X€ à l'association de votre choix! ».
- Use-cases: boost d'opt-in, gamification d'expérience, questionnaires solidaires, cashback solidaire, points de fidélité solidaires... avec des dons adaptés aux valeurs de chaque client.
- Dons automatisés et clients notifiés grâce à un **webhook paramétrable et connectable à de nombreuses solutions e-commerces**.
- Plateforme de **choix d'associations partenaires adaptée aux valeurs et objectifs business de l'entreprise et aux critères des associations**
- **Espace personnel** pour les clients afin de suivre les dons qu'ils ont générés.
- **Externalisation complète** de la gestion des associations, des dons et des reçus fiscaux pour défiscalisation.

TECHNOLOGIE

- Plateforme de gestion des programmes de dons et services propriétaires protégés par droits d'auteur.
- Algorithmes de gestion des dons et des compatibilités de valeurs propriétaires, confidentiels et protégés par des droits d'auteur.
- Marques Generous Connect et Don du Clic déposées.

- Projets blockchain à venir sont quant à eux un peu plus dans la Deep Tech.

ORIGINALITÉ

- **Vision**: permettre à un e-commerce de développer sa RSE et de stimuler ses clients en se mettant à l'écoute de leurs valeurs personnelles.
- **Agilité**: peut constituer tout ou partie d'une stratégie de fidélisation de l'opt-in à l'achat jusqu'à la rétention.
- **Personnalisation**: seule solution à pouvoir proposer un large choix d'associations au client, et même la possibilité de demander sa propre association!
- **Gestion des partenariats associatifs**: gestion des critères anti-washing et mise en place rapide.
- **Modèle économique**: système de crédits dons prépayés garantissant le respect du budget alloué - dons défiscalisables.
- **Simplicité d'installation**: installation en quelques minutes vs des installations en mode projet pour les concurrents.
- **Expérience client solidaire et personnalisée**: animé par un email ou un SMS avec des messages personnalisés et un vrai choix d'associations.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- NC.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA France 100 %.

BUSINESS MODEL

- Abonnement variable selon nombre de dons maximum par mois.
- Achats de crédits-dons prépayés en attente de distribution aux associations choisies.

KPIs

- **Gain d'engagement et de connaissance client**: impacte favorablement son taux d'abonnement (+47 %) et participation à des enquêtes.
- **Référencement**: mise en ligne et diffusion aux associations d'une page qui répertorie tous les commerçants qui proposent des Dons du Clic.
- **Coûts et temps**: une seule solution clés en main pour mettre en place un parcours clients solidaire complet basé sur le don: abonnement, demande de devis, achats, anniversaire, parrainage...

RETOUR AU SOMMAIRE



HDB SOLUTIONS

Année de création
2017

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://hdbsolutions.com/>

Contact
romane.abbou
@hdb-solutions.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Webhelp
• Téléperformance

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEUR

Eddy Mimoun : ex-hôtelier en charge de la relation client du plus grand hôtel 5 étoiles à Paris et auto-entrepreneur alumni de Station F. L'entreprise est constituée de 5 collaborateurs en France et 52 collaborateurs offshore.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- HDB humanise les sites e-commerce auprès de leurs clients pour accélérer leurs performances commerciales.
- Contact center augmenté combinant intelligence artificielle et compassion humaine en 24/7 pour accompagner les visiteurs hésitants à passer à l'acte d'achat.
- Solution de relation client omnicanale fluide et rentable : social commerce, livechat, téléphone.
- Implémentation de la solution sous 30 jours avec installation à 100 % gérée par les équipes de HDB. Espace client à disposition de l'entreprise pour piloter et suivre les KPIs en temps réel.

TECHNOLOGIE

- Plateforme de suivi de process, chatbot, voicebot, smart FAQ.

ORIGINALITÉ

- Concurrents : webhelp, téléperformance.
- Facteur différenciant : omnicanal, multilingue. + promotion via les réseaux sociaux.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Embauche de 200 commerciaux d'ici 2023.
- Ouverture à 3 000 marques et acteurs du e-commerce.
- Nouveau bureau en Bulgarie.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA : NC.
- 900 marques.

BUSINESS MODEL

- ROI garanti.
- Pay-as-you-go : au volume d'échanges.

KPIs

- Nombre de marques.
- Nombre d'échanges.



SHOP MY INFLUENCE

Année de création
2020

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.shopmyinfluence.fr

Contact
boris@shopmyinfluence.fr

Stade
N/A

Levée de fonds
200 K€

Chiffre d'affaires
100 K€ en 2021

Concurrents
RewardStyle

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Grégory Bocquenet : CEO chez Shop My Influence, expert en marketing d'affiliation, ancien DG chez Public-idées (TimeOne).

Boris Deltell : fondateur de Influens Network et de Shop My Influence avec plus de dix ans d'expérience en marketing digital et marketing d'influence.
Équipe composée de 10 personnes.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Shop My Influence est un outil d'influence à la performance.
- Il apporte aux marques et aux agences digitales/RP/e-influence des indicateurs de performances précis comme les ventes et CA générés de leurs campagnes réalisées avec des influenceurs.
- Véritable booster de programme d'affiliation, il facilite aux influenceurs l'accès à leurs marques préférées avec un accès aux statistiques en temps réel sur leur smartphone.

TECHNOLOGIE

- Pas de brevet.

ORIGINALITÉ

- Concurrence : Reward Style (USA) - Pas de concurrent en Europe.
- L'outil est destiné à tous les influenceurs petits ou gros, en devenir ou déjà très puissants. Shop my influence permet aux influenceurs d'activer n'importe quelle marque, en générant un lien tracké de manière instantanée qu'ils placent dans leurs réseaux sociaux, afin d'être rémunérés sur les ventes avec accès aux commissions en temps réel.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- À court terme : Développement en Europe via des revendeurs / distributeurs exclusifs dans chaque pays.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Clients actifs : 10 (e-commerçants de beauté, mode et déco, tech).
- CA : 100 K€ 2021.

BUSINESS MODEL

- Pourcentage sur les ventes générées par les influenceurs.
- Frais fixes selon les campagnes d'influence.

KPIs

- Nombre d'influenceurs/utilisateurs.
- Pourcentage de commissions sur les ventes.
- Nombre de marques.
- Détails des produits et des marques les plus vendus par les influenceurs sur les réseaux sociaux.



MARKETING COMMUNICATION SERVICE CLIENTS

FACIL'ITI.....	35
MAGILEADS	36
METATHINKER	37
MR SURICATE.....	38
POTIONS.....	39
SMARTKEYWORD	40
TEESTER	41
TWICPICS	42
WEWARD	43
ZAION	44



FACIL'ITI

Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
faciliti.fr

Contact
y.cornu@faciliti.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
1,5 millions d'euros

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses

- Startup à impact positif à Vivatech 2018
- Label tous concernés, tous mobilisés du Ministère de la Santé
- Prix Innovation E-Tonomy 2018
- Palme de la Jeune Pousse de la Relation Client 2018
- Prix FEVAD / KPMG Start Me Up 2019



FONDATEURS

Frédéric Sudraud : CEO. Effectue une partie de ses études aux États-Unis et en Espagne avant de diriger le service international de Geodis. Il reprend en 2003 une agence de communication basée à Limoges, ITI communication (respect de l'environnement, insertion/réinsertion de personnes handicapées/sortant de prison, innovation).

Yves Cornu : Directeur Général et CEO FACIL'iti Japon. Formation littéraire (Sorbonne 1985-1990) et EM Lyon 2008 (MBA), dix ans dans la grande distribution (KIABI) puis dirige une entreprise de tissage de soieries historique en région lyonnaise et la revend, vice-président des Conseillers au Commerce Extérieur de la France en Nouvelle-Aquitaine.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Solution d'accessibilité numérique (besoins visuels, moteurs, cognitifs ou temporaires) innovante qui adapte l'affichage d'un site Web en fonction des besoins personnels de l'internaute. C'est la page qui apparaît à l'écran qui s'adapte à l'utilisateur et plus le contraire pour un site plus inclusif. Cela sans modifier ou refaire les sites existants.

TECHNOLOGIE

- Le e-commerçant n'a rien à faire pour rendre son site plus inclusif, simplement insérer un tag (10 minutes de mise en œuvre), aucune mobilisation de ressources en interne.
- Le e-consommateur crée son profil une fois pour toutes sur son ordinateur, sa tablette ou

son smartphone et tous les sites équipés de FACIL'iti lui apparaissent adaptés selon son besoin, sur-mesure.

- FACIL'iti est brevetée et la marque est déposée dans la plupart des pays industrialisés.

ORIGINALITÉ

- Pas de concurrents proposant un si large spectre d'adaptations au niveau mondial, surtout avec une telle simplicité de mise en œuvre - ce sont des centaines de profils différents sur-mesure qui peuvent être créés.
- Des solutions très partielles existent.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: 1,5 million d'€.
- Environ 800 000 utilisateurs.
- Clients dans tous les domaines d'activité (e-commerce, banques, assurances, mutuelles, collectivités, médias...).
- Filiale au Japon, présent aux USA et en Suisse.

BUSINESS MODEL

- Forfait de développement (2 000 à 5 000 € en général).
- Abonnement à partir de 350 € par mois pour une url.

KPIs

- Nombre de e-commerçants qui vont insérer leur solution.
- Nombre de e-consommateurs qui vont utiliser leur solution.
- Adaptation technologique de leur solution.



Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
magileads.com

Contact
fkolli@magileads.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents

- Kompass
- Nomination
- Mailchimp
- SendinBlue
- Mailjet,
- Marketo
- Datananas
- HubSpot

Prix / Récompenses
N/A

Magileads

FONDATEURS

François KOLLI : formation en dessin industriel, créateur de : Progexo (fournituriste de bureaux), Venex Création (intégration de PC), CDPRO (solutions de stockage CD, DVD et HDD), GeniusTim (laboratoires de langues portables).
Nicolas ARNAUD : formation à Dauphine en Entrepreneuriat, banquier privé (LCL), consultant en stratégie (Capgemini), fondateur et CEO (emailcatcher.io).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Solution de prospection commerciale automatisée par LinkedIn, mail, téléphone :

- Mise à disposition d'une Base de données BtoB de 8 millions de contacts nominatifs avec la fonction du contact.
- L'accès à la base LinkedIn de 15 millions de contacts à partir de laquelle vous sourcez pour réaliser vos ciblages.
- Outil d'e-mailing et de LinkedIn automation (scenario) pour envoyer vos mails et messages LinkedIn.
- Statistiques comportementales et socio-professionnelles et visiteurs de votre site internet.
- Outil de Lead Scoring et Lead Nurturing pour de l'acquisition et fidélisation de prospects
- Retargeting : Outil analytique pour suivre les interactions des visiteurs sur votre site et les relancer par email.
- Un CRM / PRM intègre pour le suivi & la programmation de rappels des prospects.

TECHNOLOGIE

- Création et innovations de scripts intelligents.
- Solution en marque blanche à vos couleurs.

ORIGINALITÉ

- Solution unique et innovante avec une vision 360 de la prospection automatisée la plus complète du marché.
- Facteurs différenciants : intègre tous les outils de prospection, un tout-en-1 et coût 4 à 10 fois moins élevé.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Création d'un réseau de revendeurs.
- Faire du Branding / communication.
- Possibilité de transformer la solution en marque blanche.
- Nouer des partenariats.
- Automatisation de la prospection vers les réseaux sociaux.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA : NC.
- Clients : 1 300 inscrits depuis janvier, 50 comptes avec paiement récurrent.
- Solution pour les entreprises désirant prospecter de nouveaux clients : Service Digital, Marketing, Communication.
- Solution adaptée pour les e-commerçants qui désirent capter de nouveaux clients/visiteurs.

BUSINESS MODEL

- Vente de packs de crédits - 1 crédit équivaut à un mail expédié au prospect.
- Récurrence du renouvellement de l'achat des packs à plus de 70 %.
- Location de notre base de données par API pour les éditeurs / intégrateurs.

KPIs

- Nombre d'entreprises souscrites aux packs : 150 clients récurrents en 6 mois avec une progression prévue de plus de 100 % par an.



METATHINKER

Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B2C

Site Web
www.mailthinker.com

Contact
Jean-Sébastien Grapperon
contact@mailthinker.com

Stade
N/A

Levée de fonds
Non

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
Aucun

Prix / Récompenses
N/A



FONDATRICE

Leslie Ranchon : Après avoir suivi des études en arts appliqués, histoire de l'art, arts plastiques et science de l'art, Leslie RANCHON se consacre à la programmation informatique. Elle évolue dans ce domaine d'activité dès 2012 en tant que Web Designer - chef de projet, puis occupe le poste d'Email developer avant d'être responsable grands studios et d'avoir à sa charge la gestion des grands comptes chez MAKAZI. Par la suite, Leslie Ranchon a été product owner avant de créer MetaThinker.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- MailThinker : La révolution du Marketing distribué ! #Emailing #InternationalWorkflow #Branding #ROI.
- Sollicités par de grandes marques internationales, nos experts métiers Emailing, Data, Design, IT et Cross-culture ont créé MailThinker, la solution SAAS de marketing distribué international qui permet à vos équipes de réaliser efficacement des campagnes brandées répondant aux problématiques Multi : zones, pays, marques, langues, produits, devises et collaborateurs en quelques minutes : gestion des données, target, templates, programmation campagne, avec analyse KPI et leviers d'actions pour des campagnes toujours plus performantes.

TECHNOLOGIE

- MailThinker.com est une solution SaaS d'email marketing distribué au croisement entre les plateformes de gestion de données (DMP) et les routeurs email. Elle centralise les informations ou actions via API et permet aux équipes internationales de réaliser, de superviser et d'analyser des campagnes pertinentes en un temps record sans avoir à sortir de la plateforme.
- Nos équipes offrent également un support réactif envers tous les intervenants client, quel que soit leur profil technique, afin de garantir qualité, sécurité, formation et homogénéité.
- Uniques sur le marché, nous mettons en place des composants adaptatifs répondant aux problématiques techniques internationales / multi-marques dont l'efficacité dans un monde très compétitif séduit les marques et les grands comptes.

ORIGINALITÉ

- La problématique du marketing distribué international est un vrai défi, pour les entreprises multi-pays et les marques, que nous adressons avec efficacité et qualité. Nous travaillons notamment avec un groupe du

CAC 40 qui utilise la solution pleinement avec plus d'une centaine d'intervenants connectés dans une soixantaine de pays qui communiquent dans une vingtaine de langues. Avec MailThinker, leur capacité de communication est supérieure à cent campagnes jour.

- Véritable Campaign Builder d'email marketing dédié aux équipes marketing et à leur direction, MailThinker accompagne les entreprises dans l'optimisation de leur workflows internationaux. Nous répondons entre autres aux problématiques : de pilotage, de ciblage, de gestions multi-sites, de templates brandés, d'optimisation des datas, d'adaptations spécifiques, d'extraction des KPI et d'utilisation des analyses campagnes, d'encadrement et de montée en compétence des équipes. Ainsi tous les profils concernés par la réussite de votre marketing, des plus aguerris aux problématiques email aux plus néophytes, peuvent apporter aux campagnes leurs réelles expertises métiers de manières efficaces.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- En phase de commercialisation soutenue - prospection - présence salons - Étude d'une levée de fonds.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- 2016 : création.
- 2017 à 2019 : +215 % de croissance.
- 2020 : Absorption de la première phase de croissance.
- Clients grands comptes multi-marques & International.

BUSINESS MODEL

- SaaS / SETUP puis MRR (Revenu Mensuel Récurrent.).

KPIs

- Les performances résultent d'**une division par 10 des délais de production couplée à la garantie d'un rendu cadré qualitatif**, ainsi qu'à l'accès pour les directions d'un véritable système de **pilotage et d'analyse des campagnes mondiales**.
- L'utilisation de notre solution **réduit les coûts RH internes et externes d'environ 80 %** boostant ainsi la réactivité, la qualité et la capacité de réponse aux marchés = Time to Market!
- **Optimisation du ROI** par la réduction des coûts de production mais également par l'accès à de réels **leviers d'analyses et d'actions. ROI déjà observé à +2140 %.**

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



MR SURICATE

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.mrsuricate.com

Contact
anis@mrsuricate.com

Stade
Scale-up

Levée de fonds
2,5 K€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses

- Paris Retail Awards - Parcours client Agile 2019
- Réseau Entreprendre (Lauréat)
- Adn Booster (Lauréat)
- Élu prestataire Performant par le jury Winter Online Meetings by lesBigBoss



FONDATEURS

Fabrice Beck: Président de la société.

Spécialisé dans l'e-commerce, auparavant actionnaire de la Magento Academy.

Fabien Van Herreweghe: Directeur général.

Ancien fondateur d'Auféminin.com, consultant, responsable de l'acquisition de FIA-NET pendant plus de dix ans, expert du e-commerce.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- **NOUVEAU** – septembre 2021 : La détection et la qualification des bugs sur les applications mobiles !

- **Une solution SAAS, des innovations technologiques, des services personnalisés** qui permettent aux entreprises web de détecter et qualifier les bugs sur les parcours client de leurs sites internet web et mobile.

- Mr Suricate met à disposition son expertise auprès des entreprises du e-commerce, des industries, des voyagistes, des banques et de l'assurance dans leurs stratégies de tests fonctionnels automatisés tout en réduisant leurs coûts de campagnes par 10.

- La solution Mr Suricate couvre tous les besoins en test que ce soit sur les environnements de recette, de pre-production ou de production sans intégration (100 % en ligne ou pilotage de campagne via API) et **accessible à un profil non-développeur.**

TECHNOLOGIE

- Confidentiel.

ORIGINALITÉ

- La solution est accessible à un profil non-technique.
- Mr Suricate grâce à sa solution Saas, détecte et qualifie les bugs en temps réel, permet la remontée des bugs aux clients par mail avec screenshot et/ou video live, et propose une interface en ligne qui recense les données métriques des campagnes de scénarios lancées, disponible à tout moment par nos clients.

- Enfin, Mr Suricate fournit des services clients complets grâce un chargé de compte dédié : Rédaction du cahier de recette, puis rédaction et partage des cas de tests, mise en place et supervision des scénarios, reporting, ainsi que la maintenance par un centre de services, du lundi au vendredi.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Court terme : gagner une part de marché significative sur le secteur du test fonctionnel en France.
- Moyen et long terme : plan d'internationalisation (Europe puis continent américain).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Une cinquantaine de clients. 50 % dans le retail, le reste dans l'assurance, les banques, les marketplaces, le luxe, l'édition, les laboratoires pharmaceutiques (ex : Fnac Darty, Vertbaudet, TUI, B&B Hotels, Sisley, Intersport, Lapeyre, La Poste, Franprix, AXA, Objetrama, Manitou Group, Mr Bricolage, L'exception, Coverlife, A comme Assure, Self Assurance, Opisto, Hyperassur.com, April, Titelive, ePage, Delsey, King Jouet, CREDIPAR / PSA FINANCE, Prisma Media, Bob Le Menuisier, Iperia, Interenchères, Jennyfer, Longchamp, Becquet, Jacadi...).

BUSINESS MODEL

- Offres Full-service (= Solution SAAS et services personnalisés).
- Abonnement mensuel.

KPIs

- Rapports et comptes rendus hebdomadaires, mensuels et annuels mis à disposition de nos clients.
- Comptes rendus réguliers élaborés par un chargé de compte dédié.



POTIONS



**2° PRIX
EX AEQUO
FEVAD KPMG
START ME UP
2021-2022**

Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.get-potions.com

Contact
Céline Cheminal
celine@get-potions.com

Stade
Seed

Levée de fonds
1,3 M€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents

- Nosto
- Target2Sell
- Dynamic Yield
- Attraqt

Prix / Récompenses
NA



FONDATEURS

Julien Vinckel: CEO et CTO. Après des études d'ingénieur à Supélec et un Master Entrepreneurs à HEC, Julien a été développeur dans une scale-up parisienne (Pearltrees), avant de rejoindre Cdiscount pour y créer l'équipe technique Big Data. Il a ensuite rejoint AXA, chez qui il a travaillé au Data Innovation Lab, avant de diriger la stratégie Data d'AXA US. En 2018, il quitte AXA pour se lancer dans le projet Potions.

Vincent Gauche: co-fondateur et CPO. Diplômé de Polytechnique en 2009, il rejoint le BCG où il a travaillé pour de nombreuses entreprises du CAC 40. Après 10 ans de conseil, il saute le pas pour fonder Potions.

Paul Wourlod: co-fondateur et CCO. Après des études d'ingénieur à l'INAPG (ex AgroParisTech) et un Master Entrepreneurs à HEC, il a cofondé une première start-up, Plyce, qu'il a revendue en 2016 à La Poste après avoir levé près de 5 M€ et séduit de nombreux grands comptes. Il a ensuite pris la direction d'une agence média (Screenbase, groupe WPP). En 2019, il s'associe avec Julien Vinckel et Vincent Gauche.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Potions booste les revenus des sites e-commerce grâce à des solutions de personnalisation de l'UX sans cookies. En s'appuyant sur une technologie de pointe nommée le Edge Computing, Potions permet aux E-commerçants d'offrir une expérience de vente optimale sur leurs sites, tout en préservant la confidentialité totale de leurs visiteurs. Grâce à Potions, la personnalisation de l'UX devient:

- plus simple: un simple tag permet d'activer les solutions sur n'importe quel site e-commerce.
- plus rapide: les solutions s'exécutent instantanément et n'ont aucun impact sur le temps de chargement.
- moins coûteuse: aucun stockage ni maintenance de base de données.
- plus responsable: aucune donnée personnelle n'est utilisée.
- plus écologique: aucun impact environnemental lié au stockage de données.

TECHNOLOGIE

- Edge Computing, Intelligence Artificielle, SaaS.

ORIGINALITÉ

Le secteur de la personnalisation de l'UX comporte de nombreux acteurs mais Potions dispose de facteurs différenciants importants:

- la technologie: en s'appuyant sur le Edge Computing (qui permet de personnaliser l'expérience utilisateurs sans cookies), Potions offre une alternative pérenne et responsable aux e-commerçants dans ce contexte réglementaire renforcé.
- la facilité d'implémentation et d'utilisation: juste un tag à poser, pas d'API, pas de back office: les clients n'ont pas besoin de mobiliser de ressources en interne pour utiliser Potions.
- le business model: pas de frais de setup, pas d'engagement.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Développement d'une plateforme self-serve qui permettra aux clients d'optimiser de manière autonome l'UX sur leurs sites (store d'apps paramétrables + framework de développement custom).
- Développement de widgets installables directement depuis les principaux CMS.
- Développement de nouvelles solutions.
- Internationalisation.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: +300 % en 3 ans.
- Clients: E-commerçants de toutes tailles principalement français. Potions compte aujourd'hui une trentaine d'abonnés dont Alltricks (groupe décathlon), Pharmasimple, Wonderbox, Hast, Jane de Boy, Phildar, etc.

BUSINESS MODEL

- Abonnement mensuel dont le montant fixe dépend de la solution choisie et du trafic du site (-30 % de remise sur chaque solution supplémentaire).
- Sans engagement.
- Aucuns frais de mise en place.

KPIs

- Jusqu'à +10 % de chiffre d'affaires pour les e-commerçants qui utilisent Potions.
- 14 collaborateurs, dont 8 ingénieurs.
- +17 % d'augmentation moyenne du MRR par mois.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



SMARTKEYWORD

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://smartkeyword.io/>

Contact
louis@smartkeyword.io

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
1 M€

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
• Réseau Entreprendre
Paris - 2017 (Lauréat)



FONDATEUR

Louis Chevant: Ingénieur en informatique de formation, joueur d'échecs de niveau international, après 8 ans d'expérience en tant que Product Manager chez Murex (leader mondial des progiciels financiers), Louis se met à son compte en 2015 pour conseiller ses clients en start-up & PME sur leur stratégie digitale. Il crée SmartKeyword pour répondre à leur besoin d'une solution de référencement simple et adaptée à un pilotage en interne.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- La solution de référencement simple pour les sites de e-commerce, qui propose une plateforme en ligne et un conseiller à la demande.
- La solution est adaptée aussi bien aux opérationnels (rédacteurs, webmasters) et qu'aux managers (pilotent la performance du site web).
- La plateforme en ligne prédit les mots-clés porteurs, fournit des recommandations, et mesure la performance, en un seul endroit.
- Utilisable immédiatement, sans coût d'implémentation.

TECHNOLOGIE

- La plateforme en ligne de SmartKeyword utilise l'intelligence artificielle (IA) et les réseaux neuronaux pour automatiser la prédiction des mots-clés porteurs, les recommandations SEO, et les rapports de trafic, chiffre d'affaires et positionnement.

ORIGINALITÉ

- La solution SEO de SmartKeyword est la seule qui combine une plateforme SEO en ligne et un conseiller à la demande permettant d'être autonome, en toute simplicité !
- Les alternatives sont soit des outils pour experts difficiles à appréhender par les novices, soit des agences web qui distancient les équipes digitales de leur stratégie, et souvent ne permettent pas de devenir autonome ou en maîtrise du sujet.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- D'ici 36 mois l'implémentation des recommandations SEO de SmartKeyword se fera directement dans le CMS des sites e-commerce afin de permettre aux équipes digitales de se focaliser sur les actions à valeur ajoutée de pilotage de leur stratégie. C'est déjà le cas pour Prestashop !

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Chiffre d'affaires en croissance mensuelle de 10 %.
- Plus de 100 clients actifs e-commerçants et marketplaces : E. Leclerc, Rakuten, GO Sport, Galeries Lafayette, Tediber, Privateaser, Bergamotte, But, etc.

BUSINESS MODEL

- Formule d'abonnement mensuel ou annuel qui inclut un accès illimité à la plateforme en ligne et un conseiller à la demande.

KPIs

- MRR (revenu récurrent mensuel).
- Nombre de e-commerçants abonnés.



TEESTER

Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://www.teester.com/>

Contact
christophe.pilcher
@teester.com

Stade
N/A

Levée de fonds
1,50 M€

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents
NC

Prix / Récompenses

- Gagnant "Espoir" Nuit des Rois 2020
- Lauréat ICC Start-up Awards 2019
- Lauréat Nuit du Commerce Connecté 2019
- Lauréat The Bridge by CIC 2017
- Gagnant concours start-up "Grand Ouest" Les Echos 2017



FONDATEURS

Julien Chevalier: diplômé d'un Master en école de commerce, 15 ans d'expérience en e-commerce en France et en Amérique du Nord (Cdiscount, Price Minister, Groupe Casino...).

Matthieu Charron: diplômé d'un Master Informatique et Communication Numérique à l'ESIEE, ingénieur chez Expedia, Directeur de Projets en Ssi chez Cartier, fondateur de Troovon et Carlili.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Plateforme SaaS de vidéos consommateurs permettant aux marques et e-commerçants d'automatiser la création et la diffusion de vidéos pertinentes, qualitatives et authentiques réalisées directement par leurs consommateurs. Un contenu plus humain, plus convaincant, qui permet aux sites d'augmenter leurs taux de conversion et leurs ventes.
- 2 solutions de création de vidéos :
 - Up&Cast: Une solution pour récupérer et diffuser automatiquement des avis clients en vidéo sur les fiches produits d'un site e-commerce, après l'achat des consommateurs.
 - Video Creator Platform: Une solution pour identifier, engager et gérer une communauté de consommateurs-créateurs de vidéo pour partager leur expérience des produits / services d'une marque.
- 4 solutions de diffusion vidéo: Player personnalisé conçu pour le e-commerce / Video Shopping Gallery / Youtube Automation / Social Media.

TECHNOLOGIE

- Concept et noms déposés.
- Pas de brevets.
- Ecosystème propriétaire complet: algorithme de sourcing et profiling, encodage vidéo, modération automatisée, post-processing automatisé, player personnalisé, galerie de vidéo pour e-commerce, diffusion automatique sur Youtube, tracking complet des ventes et ROI.

ORIGINALITÉ

- 1^{re} plateforme de User Generated Content en vidéo pour le e-commerce.
- Facteurs différenciants: technologie unique permettant de créer, optimiser et diffuser des vidéos de consommateurs à grande échelle.
- Maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur de A à Z: de l'engagement des clients, à la réalisation, post-production automatisée, diffusion et analyse des KPIs.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Nouvelle phase de levée de fonds.
- Démocratiser la solution en France.
- Conquête d'autres marchés en fin d'année: UK, Allemagne, Espagne, USA.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: NC.
- Clients: +100 dans le secteur de la mode, high tech, informatique, maison, puériculture, bricolage, domotique, cosmétique, beauté, assurance, sport, animalerie (ex: Decathlon, Petit Bateau, Castorama, La Redoute, Besson Chaussures, Weber, Renault, Oxybul, Marionnaud, Cultura, Woodbrass, Berceau Magique, Leroy Merlin, Yves Rocher...).

BUSINESS MODEL

- Abonnement à la plateforme (SaaS) + coût à la vidéo variant en fonction du volume de vidéos validées.

KPIs

- +40 % d'augmentation du taux de conversion en moyenne observés chez les clients en 2020.
- 10 % d'abandon panier en moins.
- Social selling: 100 % des consommateurs/créateurs partagent leurs vidéos sur social media.



Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://www.twicpics.com>

Contact
marc-henri@twic.pics

Stade
N/A

Levée de fonds
1,2 M€

Chiffre d'affaires
220 K€

Concurrents
• Cloudinary
• Imgix

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Les 4 founders se connaissent depuis 2017 : trois experts du web **Julian Aubourg**, CPO, **Florent Bourgeois**, CEO, **Xavier Baldacci**, CTO (une de leur start-up rachetée par SeLogger) rencontrent un spécialiste du développement commercial (ancien Apple, Cisco) **Marc-Henri Spiess**.

- Une équipe de 10 personnes.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

La solution SaaS TwicPics boost l'engagement et la performance des sites web/e-commerce en améliorant le rendu des médias web (images et vidéos), tout en accélérant le display des pages, et en réduisant l'empreinte CO₂.

- Nous distribuons plus de 4 milliards d'images par mois pour les pages web de nos clients.
- TwicPics s'intègre dans tous site web et plateforme e-commerce.

TECHNOLOGIE

- Solution SaaS se composant d'un moteur de processing d'image temps réel, de modules d'IA pour la détection de points d'intérêt dans l'image, avec un JS, et d'une infrastructure mondiale AWS.
- L'intégration avec le Script TwicPics coté front-end automatise tout le traitement image
- Lazy-loading, LQIP, CDN, AI pour l'optimisation du cropping.

ORIGINALITÉ

- L'intégration avec le Script TwicPics coté front-end automatise tout le traitement image.
- Les features (lazy-loading, LQIP, CDN, AI pour l'optimisation du cropping).
- La simplicité et le pricing model.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- L'objectif 2020 est de doubler le nombre de clients + une équipe all-TwicPics de 15 personnes pour fin 2021.
- 2022 : Series A, mise en place du canal d'acquisition in-bound, cible Europe et USA.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA 2021 : 430 K€.
- 70 clients (dont L'Oréal, La Redoute, Céline/LVMH, SEB, 20 Minutes, Burger King...).
- 3 000 utilisateurs enregistrés.

BUSINESS MODEL

- « Pay-as-you-go » : facturation du trafic d'images optimisées par mois.
- Réservation de trafic annuel pour les clients Enterprise.

KPIs

Impacter la performance, l'UX et le business (KPI Google Analytics) à travers :

- Amélioration de la performance sur desktop et mobile en particulier : poids des images et pages, temps d'affichage, lazy-loading, CDN.
- Garantir la qualité d'affichage des visuels : sizing dynamique, formats WebP, compression adaptative, prise en compte des écrans Retina.
- Optimisation des vidéos courtes / capsules
- Gain de temps pour vos équipes Marketing/Digital et les devs.
- Impact sur le SEO : metrics Core Web Vitals.
- Économie de CO₂ (Démarche RSE).



WEWARD

Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B2C

Site Web
www.weward.fr/

Contact
gabriel@weward.fr

Stade
N/A

Levée de fonds
NC

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Sweatcoin

Prix / Récompenses
• Citation dans les
100 start-up les plus
inventives de 2019
par Forbes



FONDATEURS

Yves Benchimol: Après ses études à Polytechnique et Berkeley, Yves s'est tout de suite lancé dans l'entrepreneuriat en créant une première start-up spécialisée dans le trafic en magasin. Avec deux de ses collaborateurs, Nicolas et Tanguy, il fonde WeWard pour faire face aux problématiques induites par la sédentarité.

Tanguy de La Villegeorges: Ingénieur de formation et cofondateur de WeWard, Tanguy est expert en data analyse et data science. Il est très polyvalent: il a développé la première version front-end de WeWard et il gère également tous les sujets de monétisation sur l'app.

Nicolas Hardy: Après 5 ans de gestion de projets tech chez de nombreux clients, y compris du CAC 40, Nicolas cofonde WeWard avec Yves et Tanguy. Sa double casquette d'ingénieur et de chef des opérations lui permet d'implémenter des process efficaces pour le développement de l'app.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- WeWard, c'est l'application mobile qui motive déjà plus de 3 millions de personnes à marcher tous les jours. Lancée en 2019, WeWard développe une application qui permet à ses utilisateurs de renouer avec la marche à pied. L'app repose sur un système ludique et innovant de récompenses à gagner en marchant. Chaque pas est converti en monnaie digitale (Wards), échangeable contre des offres, des dons à des associations ou des euros. L'application propose à ses utilisateurs une succession de bons plans en ligne et à proximité, récompensés en plus de la marche, grâce à un large réseau de partenaires de choix tels que Nike, Adidas ou encore L'Oréal. Trop souvent négligée, la marche est pourtant une solution douce et saine face aux enjeux sanitaires, écologiques et locaux. En promouvant cette activité, WeWard agit en faveur du bien-être, du dynamisme local et contre la pollution.

TECHNOLOGIE

- WeWard repose sur un système propriétaire de géolocalisation ciblée permettant aux commerçants partenaires de générer du trafic online et physique en magasin.
- WeWard augmente le temps de marche de ses utilisateurs de 30 % en moyenne, contribuant ainsi à l'amélioration du bien-être de ses utilisateurs.

ORIGINALITÉ

- Développement de facteurs motivationnels à l'activité physique au travers de l'étude

comportementale et physiologique: partenariat avec l'université **Sophia Antipolis, Malakoff Humanis et le Centre hospitalier universitaire de Nice.**

- WeWard est la seule application redistribuant de la valeur directement à ses utilisateurs pour leur activité physique quotidienne.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Accentuation de nos partenariats et du nombre de marques référencées sur WeWard.
- Développement du produit en insistant sur la gamification de l'application mobile afin de la rendre plus ludique.
- Accentuation des fonctionnalités sociales de l'application (partage des performances, social mapping...).
- International: lancement de l'Espagne en juin 2021, puis d'un pays européen tous les deux mois; Lancement aux États-Unis et Amérique du Sud en 2022.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- 2019 : NC.
- 2020 : NC.
- Nous avons tout type de marques comme Adidas, Bouygues...

BUSINESS MODEL

- Publicité: publicité qualifiée sur l'application mobile.
- Affiliate marketing: modèle à la performance pour des marques variées référencées directement sur l'application mobile.
- Drive-to-store: référencement de commerçants sur la carte WeWard afin d'augmenter le trafic en magasin sous la forme d'un abonnement mensuel pour les commerçants indépendants et modèle à la performance pour les plus grosses enseignes.
- Marketplace: sélection de produits liés à la santé et au bien-être directement en vente sur l'application (partenariats avec Withings, FitTrack, Fitbag, Feed., Oppo,...).

KPIs

- Le nombre d'utilisateurs: Nous avons plus de 3 millions d'utilisateurs en France, Belgique et Espagne.
- Augmentation du temps de marche des utilisateurs: en moyenne 30 %.



Année de création
2017

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://www.zaion.ai/>

Contact
cbrouiller@zaion.ai

Stade
Série A

Levée de fonds
9 M€

Chiffre d'affaires
2,5 M€ en 2020

Concurrents

- Calldesk
- Viadialog

Prix / Récompenses

- PM'UP
- INNOV'up
- JEI
- BPI France

FONDATEUR

Franz Fodéré : Président Fondateur. Ingénieur diplômé de Centrale Supélec (formation Supélec) et titulaire d'un MBA de l'INSEAD, Franz Fodéré est un expert reconnu de la relation client, secteur dans lequel il travaille depuis le début des années 2000. Auparavant, il a commencé sa carrière dans les automatismes industriels, puis dans le conseil en stratégie au Boston Consulting Group à Paris et à Sydney. Passionné par l'innovation et les nouvelles technologies, il est également expert des solutions de relation client et de l'intelligence artificielle conversationnelle.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Zaion accompagne les entreprises dans l'amélioration de la relation client grâce à l'intelligence artificielle et place la voix au cœur d'une relation engageante, interactive et efficace.
- Zaion déploie des Bots Conversationnels capables d'interagir en langage naturel avec vos clients quel que soit le canal utilisé : à l'écrit via un chatbot sur un site web ou un messagingbot sur whatsapp/messenger - comme à l'oral grâce au Callbot par téléphone.

TECHNOLOGIE

- Pas de brevet.

ORIGINALITÉ

- Zaion est une solution de relation client augmentée par l'IA. Zaion automatise les conversations à fort volume et assiste les conseillers au quotidien grâce à ses Callbots, Chatbots et Messagingbots.
- Zaion propose une solution qui s'inscrit naturellement dans un modèle de Relation Client hybride Bot/Humain avec des mécanismes de transfert de contexte lorsque l'appel doit être dirigé vers un conseiller. Grâce à une architecture ouverte, la solution s'intègre facilement via Web Service ou API avec les outils CRM, ERP et Téléphonie de ses clients. La solution est personnalisable et les évolutions peuvent être réalisées facilement par les utilisateurs.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Court terme : poursuite du développement géographique (en France et en Europe) et sectoriel avec un souhait fort d'être leader du secteur E-commerce.
- Moyen terme : nous continuons le développement de nos Callbots en enrichissant leurs fonctionnalités grâce à un fort investissement de R&D avec le Zaion Lab. Les chantiers principaux sont la détection de l'émotion pour adapter la conversation avec un bot et le développement du Zaion Assistant intégré au Botcenter permettant de créer des agents virtuels grâce à la 1^{re} plateforme low-code conçue pour le vocal.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Clients actifs : 50 clients grands comptes en Europe.
- CA : 400 K€ 2018.
- CA : 1,2 M€ 2019.
- CA : 2,5 M€ 2020.

BUSINESS MODEL

- Facturation d'un set up forfaitaire au lancement du projet.
- Le Run est facturé à la conversation (avec adaptation en fonction du/des média(s) souhaités).

KPIs

- Nombre de clients actifs : 50.
- Nombre d'appels : 1 million d'appels par mois.
- Callbot en production : 100.



OMNISCANAL & DIGITALISATION

AI-BETTANA	46
BLEEKER	47
BOTFUEL	48
BOTMIND	49
CONNECT INNOV	50
FRONT-COMMERCE	51
LETMOTIV	52
SHOPLY	53
STRATOW	54
THUNDERSTONE	55
WEBOTIT	56
WISHIBAM	57



Année de création
2020

Origine
France

B2B / B2C
BtoB et BtoC

Site Web
www.aibettana.com

Contact
cmarquis@ai-bettana.com

Stade
NA

Levée de fonds
250K €

Chiffre d'affaires
125K € estimés en 2021

Concurrents
Click n'Dress, Fitizzy,
TrueFit, FitAnalytics, Eyefitu
et Fitle

Prix / Récompenses
• Lauréat réseau
Entreprendre
Maine et Loire et
d'initiative Nantes



FONDATEURS

Claude Marquis: ancien joueur de basket professionnel en France et à l'international. Il a joué en équipe de France aux côtés de Tony Parker entre 2006 et 2008. Il rencontrait des difficultés à trouver des vêtements qui lui plaisent et qui soient adaptés à sa morphologie (2,04 m pour 115 kg).
Composée de 7 personnes : 1 CEO, 1 CTO, 2 Business Developer, 1 Web designer, 1 Data scientist, 1 Developers web.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

De shopping mode, spécialisé dans le conseil en image, qui trouve automatiquement des vêtements et accessoires en fonction de la morphologie, en ligne et en magasin grâce à l'intelligence artificielle. Avec intégration AI-Bettana :

- En ligne : la vendeuse virtuelle accueille les shoppers dès leur arrivée sur la boutique en ligne des marques de prêt-à-porter et les accompagne, préparation de la visite en magasin.
- En physique : borne phygitale, appli BodyScan sans besoin d'essayer.
- Intégration : paramétrage de l'outil AI-Bettana en fonction des données de l'e-commerçant + ligne de code javascript à ajouter à la plateforme.

TECHNOLOGIE

- Technologie brevetée.

ORIGINALITÉ

- Solutions similaires : recommandation de taille (ex : Click n'Dress, Fitizzy, TrueFit, FitAnalytics, Eyefitu et Fitle), moteur de recherche (ex : EarlyBirds, Attraqt, Prediggo, Fact Finder), personal shopper (ex : Wishibam), conseil de style (ex : Dressipi).
- Facteurs différenciants : ces solutions proposent, respectivement, uniquement des widgets pluggés sur les sites de leurs clients e-commerçants tandis qu'Asmodine intègre un véritable moteur de recherche dédié à la mode (morphologie, taille, style, couleurs) pour une réponse sur mesure aux shoppers, seul moteur spécialisé dans les produits mode, intégrable et centré sur l'utilisateur, véritables recommandations aux clients fondées sur leur morphologie.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- 2022 : Asseoir la présence d'AI-Bettana sur le marché français du prêt-à-porter.
- 2023 : implantation en Grande Bretagne et diversification (événements sportifs, armée, vêtements professionnels, etc.).
- AI-Bettana incluse par défaut sur tous les smartphones, au même titre que l'application météo ou la calculatrice.
- AI-Bettana incluse en option recommandée sur les principales plateformes e-commerce (Shopify, Magento, Prestashop, Demandware).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA 2020 : 49 K€.
- 2021 : 90 K€ estimés.
- Clients : 4 clients. 2 Pure Player et 2 Brick & Click.

BUSINESS MODEL

- Logiciel en mode Saas : son prix varie en fonction des fonctionnalités choisies et du niveau de personnalisation requis :
- Une fois la technologie installée sur l'e-shop, le client souscrit à un abonnement mensuel (maintenance et serveurs) dont le prix varie en fonction du trafic généré par l'e-shop et du nombre de requêtes.
- Les prestations de consulting annexes telles que des analyses, études quantitatives, recommandations stratégiques, etc. seront chiffrées en fonction de la problématique.
- Borne phygitale : Mise en place + Abonnement mensuel (maintenance et serveurs).

KPIs

- Nombre d'entreprises faisant appel aux différents services proposés (abonnement mensuel, consulting).
- Nombre de consommateurs utilisant la borne phygitale et le site web.



BLEEKER

Année de création
2020 / Pivot 2021

Origine
France

B2B / B2C
B2C

Site Web
bleeker.live

Contact
olivier@bleeker.app

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
Projection 2021 : 100 K€

Concurrents
Demooz

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Olivier Hudry: accompagne les marques dans leur transformation digitale depuis 20 ans. Avant de fonder Bleeker, Olivier a créé Onibi, opérateur e-commerce full service (Bourjois, Haribo, La Chaise Longue, Shiseido, FDJ, Unilever). Onibi a été vendue en 2017 au fond de private equity Evolem/Insign.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Bleeker est la 1^{re} plateforme globale de Live Shopping made in France. La plateforme Saas permet aux marques de proposer une expérience Live Shopping depuis leur site et totalement intégrée à leur e-commerce.
- Les marques peuvent interagir en Live vidéo avec leurs clients en mode Live party (masterclass ou show de présentation des produits), Live Personal Shopper (interaction live vidéo one-to-one ou one-to-few entre un client et un vendeur) ou en mode vidéo chat.

TECHNOLOGIE

- 1^{re} plateforme globale Live Shopping made in France.
- Bleeker s'intègre simplement à toutes les plateformes e-commerce (Shopify, Salesforce Commerce, Magento, Proximis, Prestashop...).

ORIGINALITÉ

- L'expérience Live Shopping totalement intégrée au e-commerce des marques.
- Expérience Replay.
- Back office ultra-simple qui permet aux marques de gérer leurs événements Live en toute autonomie.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Développement commercial.
- Levée de fonds.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA projection 2021 : 100 K€.

BUSINESS MODEL

- Forfait mensuel d'accès à la plateforme (coût selon nombre de licences).

KPIs

- Nombre de Live organisés.
- Connexions au Live.
- Taux d'engagement durant le Live.
- Revenu généré pendant le Live.



Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
botfuel.io

Contact
javier@botfuel.io

Stade
N/A

Levée de fonds
3,9 M€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Heyday
• iAdvize

Prix / Récompenses
Lauréat du Concours
d'innovation Numérique
en 2018



FONDATEURS

Yan Georget : polytechnicien (X92), et aussi docteur en IA. Après avoir travaillé dans le logiciel (Trilogy, Business Objects puis SAP), il a, depuis 2009, occupé des postes de direction informatique dans le e-marketing, en particulier il a été VP R&D chez Criteo. Depuis, il a fondé plusieurs start-up dont Botfuel au début 2016.

Javier Gonzalez Helly : diplômé d'HEC et de Lettres modernes. Après avoir fait une partie de sa carrière dans la banque d'affaires et les fusions-acquisitions chez BNP Paribas, il se lance dans l'entrepreneuriat. Il co-fonde plusieurs start-up dans la tech et la fintech avant de co-fonder Botfuel.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Botfuel est une solution de Chatbot IA et Assistant Shopping pour le E-commerce, permettant de :

- Décharger le service client des demandes récurrentes.
- Booster les conversions, y compris pendant les périodes d'indisponibilité, le soir et le week-end.
- Engager les visiteurs indécis avec des campagnes conversationnelles personnalisées
- Fournir automatiquement conseils et recommandations produits.

TECHNOLOGIE

- IA.
- Les innovations internes ne sont pas brevetées.

ORIGINALITÉ

- Des concurrents présents : Heyday, iAdvize.
- La fonctionnalité de product advisor est unique sur le marché et elle permet de faire automatiquement du conseil produit.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Un ambitieux plan de développement en France et à l'international sur la verticale E-Commerce.
- Nombreux projets d'innovation en cours dont un approfondissement de l'IA dans son rôle de conseil produit.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- E-commerçants et retailers de tailles moyenne et grande : Gémo, Damart, Jouéclub, Aubert, Europcar, Probikeshop, Fermob, ClubMed, La Poste, Espace Emeraude, Vetsécurité.
- CA : NC.

BUSINESS MODEL

- Abonnement mensuel en fonction du nombre de visites mensuelles.

KPIs

- NC.



Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
botmind.io/

Contact
Jonathan KAM
jonathan@botmind.io

Stade
N/A

Levée de fonds
NC

Chiffre d'affaires
>500 K€ en 2021

Concurrents

- Digital Genius
- Meya.ai
- certainly.io...

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Christophe Chevalier : Cofondateur et CEO.
EPITA 2012 puis cofondateur de Paullster revendu à TheTops.

Jonathan Kam : Cofondateur et COO.
EM Normandie 2014 puis Manager chez Oracle et Criteo.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Botmind est une solution en SaaS développée sur deux bases de l'intelligence artificielle : Le NLP et le Machine Learning.
- Botmind aide les e-commerçants à proposer une meilleure expérience client en répondant aux questions fréquentes et chronophages reçues sur les canaux conversationnels. La solution permet aussi aux e-commerçants d'anticiper la fin de l'utilisation des cookies par Google en collectant de la data des visiteurs et clients avec leur consentement express.

TECHNOLOGIE

- La technologie de Botmind repose sur des algorithmes développés par le MIT et ensuite 4 années de développement spécifique ont été nécessaires pour adapter ces technologies aux besoins des e-commerçants, particulièrement ceux des e-commerçants français.
- Botmind est reconnu comme acteur de l'innovation par l'État français et fait partie du programme tech du réseau 50 Partners.
- Botmind s'intègre sur les sites e-commerce grâce à un script « javascript » et s'affiche en bas à droite/gauche du site. Les visiteurs et clients sont distingués grâce aux cookies et obtiennent des réponses personnalisées à leurs questions de support client et d'avant vente. De plus l'analyse du parcours du client sur le site permet de proposer les produits les plus adaptés et d'augmenter le taux de conversion. Enfin, les visiteurs engageant la conversation sur le canal de chat automatisé Botmind consentent à ce que leurs données soient utilisées par l'entreprise, ce qui permet de contourner les restrictions liées à la fin des cookies annoncée et de collecter de la donnée précise sur les visiteurs/clients et leurs intentions d'achat.

ORIGINALITÉ

- Des concurrents présents : Digital Genius, Meya, Certainly...
- Des facteurs différenciants :
- Botmind est la seule solution d'automatisation

hybride de la relation client qui soit orientée avant-vente et après-vente pour l'e-commerce. À ce titre, la start-up a été approchée par l'entreprise Zendesk avec laquelle elle travaille pour accompagner la transition digitale de grands groupes français qui misent sur le digital. - Botmind a aussi le plus large réseau de partenaires en France dans la catégorie relation client (Easiware, Intercom, Zendesk, FrontApp, Kiamo, Dimelo, RingCentral, ladvize etc.).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Poursuivre le développement auprès des grands comptes qui ont des besoins exponentiels depuis les confinements répétés.
- Développer de plus en plus de fonctionnalités de personnalisation, de collecte de données, de recommandation produit, dans le but de faire plus de ventes et de collecter de la data client de façon légale et intelligente.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA 2021 : > 500 K€.
- + de 70 clients actifs dans l'e-commerce (Vestiaire collective, Motoblouz, Le Slip Français, Oxybul, Saveur Bière, Jacadi, Muzéo, etc.).
- Marché à 95 % français.
- Croissance de 292 % en 2020 et croissance de 335 % en 2021.

BUSINESS MODEL

- Rémunération à la performance, en fonction du nombre de conversations résolues par l'agent virtuel.
- Le client sait à l'avance quel sera son pricing et peut facilement calculer son Retour sur Investissement.
- En général, Botmind est minimum deux fois moins cher que les alternatives existantes.

KPIs

- Augmentation du taux de conversion (+8 à +32 %).
- Baisse des coûts de support client (-30 à -70 %)
- Baisse du nombre de tickets de support à traiter (-30 % en moyenne).
- Collecte d'informations utiles au marketing et l'optimisation CRM dans 90 % des conversations automatisées.
- Augmentation du panier moyen avec le ciblage sélectif par page vue (+5 à +27 %).

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



CONNECT INNOV

Année de création
Décembre 2014

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.connectinnov.com

Contact
michel@connectinnov.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEUR

Michel Millul: Directeur de l'innovation technologique 3D et hologramme de Wizoo en Allemagne pendant 3 ans puis Directeur de la communication d'une agence de production audiovisuelle.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Solution spécialisée dans les supports tactiles et connectés : propose une large gamme de tables, de bornes et de totems tactiles.
- Création d'une application pour les officines : L'Aromap' est une application exclusivement développée pour l'aide à la vente et le conseil des huiles essentielles. L'Aromap' offre une approche par symptômes observés, en proposant les huiles essentielles correspondantes.

TECHNOLOGIE

- Application play store.

ORIGINALITÉ

- Aromap' : une application à destination des officines et points de ventes spécialisés.
- Du côté des officines, l'entreprise spécialisée propose une application là encore sur mesure, du nom d'Aromap'. Cette application permet à la clientèle de trouver en toute autonomie, une huile essentielle à partir de symptômes précis.

- « Avec Aromap', nous sommes partis du constat suivant: l'information en libre accès sur les huiles essentielles en pharmacie était presque inexistante. Pourtant, c'est un marché en hyper puissance, et les pharmaciens ont de moins en moins de temps pour délivrer des conseils individualisés. C'est pourquoi nous avons voulu lancer cette application disponible à travers un totem ou une tablette. C'est un outil d'aide complémentaire pour renforcer la force de vente : il permet de délivrer un service premium, de fidéliser le client et d'améliorer la réputation et la visibilité de votre entreprise en augmentant le panier de vente moyen ! ».

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Diversification de la fabrication en externalisation au maximum.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- NC.
- Clients : pharmacie, parapharmacie, magasins bio et de bien-être.

BUSINESS MODEL

- Location sur 48 mois.

KPIs

N/A.



FRONT-COMMERCE

Année de création
2020

Origine
France

B2B / B2C
B2C et B2B

Site Web
www.frontcommerce.com

Contact
laurent
@frontcommerce.com

Stade
En production

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
150 K€ en 2020

Concurrents
• PWA Studio de Magento
• VueStorefront (Open Source)

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Laurent Lacaze : CEO, 20 ans d'expérience dont 12 ans sur du e-commerce, ex-directeur général de Smile Benelux.

Pierre Martin : CTO, +10 ans expérience dans le développement web et le e-commerce.

Étienne Zulauf : en charge de l'administratif et de la finance, +15 ans dans le digital/ e-commerce et fondateur de 3 sociétés dans le service et l'hébergement.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Front-Commerce est un logiciel qui améliore le parcours d'achat dans le e-commerce.
- Grâce à notre PWA (Progressive Web App) le commerçant tire profit du trafic sur mobile pour augmenter son CA (+25 % de taux de conversion). Notre architecture évolutive lui permet de réduire drastiquement ses coûts de possession.

TECHNOLOGIE

- Front-Commerce utilise la technologie PWA qui est très innovante pour les performances des sites, associé au concept de JAMstack (génération de sites statiques) qui sera le standard de demain. Nous utilisons les langages ReactJS et NodeJS dans Front-Commerce.

ORIGINALITÉ

- Solution agnostique compatible avec l'ensemble des versions de Magento, OroCommerce BtoB, Proximis et prochainement Shopify, BigCommerce, Salesforce et Commercetools.
- Services et engagements sur les performances pour garantir aux clients et aux intégrateurs un résultat à la hauteur de la promesse.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Ajout de la compatibilité avec Shopify, BigCommerce, Salesforce et Commercetools en 2022.
- Ouverture à l'international dès 2023.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA 2019 : 75 K€ et CA 2020 : 150 K€.
- Clients actifs sur des marchés BtoC et BtoB en France et en Suisse : Kaporal, Devialet, Jérôme Dreyfuss, BonneGueule, Chaîne Thermale du Soleil, Groupe Bernard, Collegien, Terrang, Tauer Perfumes, PetDistrib, Lilinappy.

BUSINESS MODEL

- Licence annuelle cloud dont le prix dépend du trafic, du nombre de sites et du CA généré par le site.

KPIs

- Amélioration du taux de conversion, du taux de rebond, du trafic, de l'engagement client.
- Réduction du TCO (Total Cost of Ownership).



Année de création
2017

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://www.letmotiv.io/>

Contact
go@letmotiv.io

Stade
N/A

Levée de fonds
200 K€

Chiffre d'affaires
200 K€

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Raphaël Bitter: CEO. Master en communication d'entreprise, fondateur de l'agence de communication TIME TO COM.

David Thoiron: COO. Diplôme ESC, fondateur de la société de télécommunications APEXIA.

Steven Titren: CTO. DUT Informatique - option génie logiciel.

Nicolas Coutureau: Lead Développeur. Licence d'informatique et Master Chef de projet.

Nicolas Desmurs: Community Manager. Licence en Communication/Marketing et Master en création publicitaire.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

letmotiv est une plateforme unifiée d'engagement qui :

- récompense les actions des communautés de clients, fans, prospects, distributeurs et collaborateurs.
- développe la fidélisation transactionnelle et l'engagement relationnel multicanal.
- enrichit la connaissance-client et génère de la data multicritère qualifiée.

TECHNOLOGIE

- letmotiv est une Engagement Data Platform, développée en Laravel 5, Php 7 sur une architecture micro services scalable haute disponibilité.
- via un SSO, les participants sont identifiés sur tous les points de contact et récompensés en temps réel pour leurs actions.
- une API ouverte et documentée permet l'échange de données sécurisé (CRM, ERP, logiciels de caisse, programmes de fidélités existants, solutions de marketing automation...).

ORIGINALITÉ

- letmotiv va bien au-delà des solutions de fidélisation transactionnelle en activant des dizaines d'actions d'engagement relationnel sur tous les canaux de distribution et de communication et en générant de la data ultra-qualifiée unique.
- Sur la base des données générées, letmotiv fournit des recommandations et préconisations marketing.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- letmotiv est accompagné par BPI France dans le cadre de l'Aide pour le Développement de l'Innovation et vient de réaliser sa levée de fonds Seed.
- le plan de développement inclut l'élargissement de l'offre à de nouveaux secteurs d'activité, l'accès à l'international, le développement d'un module unique autour de la publicité et l'intégration de marketing automation.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA : 200K € sur le marché français
- Clients : clients grands comptes, PME et start-up, dont notamment FACOM (marque de Stanley Black & Decker), PATYKA Paris, DreamAway et un leader mondial du mobilier haut de gamme.

BUSINESS MODEL

- Abonnement mensuel aux modules proposés - les tarifs varient selon le type de module et la taille de la communauté adressée.
- Abonnement Freemium proposé sur 4 modules (3 mois gratuits).

KPIs

- Plus de 30 000 inscrits sur la plateforme letmotiv.io.
- Plus de 50 missions d'engagement mesurées.



Année de création
Juin 2020

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.shoply.tv

Contact
Laurent Dunys :
laurent@shoply.tv

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
• Livescale
• Bambuser
• Quidol
• Spockee

Prix / Récompenses
N/A

FONDATEUR

Laurent Dunys: CEO, Cofondateur.
Entrepreneur dans la tech depuis 2014, il a créé et développé Eventtia.com, un service logiciel utilisé par plus de 6 500 entreprises et organismes dans le Monde, leur permettant d'organiser et réaliser des événements professionnels en ligne et en physique.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Logiciel de Live Video Shopping intégré aux sites e-commerce des marques, enseignes et marketplaces. À travers des émissions en direct, les e-commerçants peuvent mettre en avant leur(s) marque(s) et vendre leurs produits en direct, ainsi qu'en rediffusion.

TECHNOLOGIE

- Logiciel web et mobile proposant du streaming vidéo en live et en rediffusion, un chat en direct, des sondages et autres interactions digitales, la mise en avant la mise au panier d'articles e-commerce.
- Compatible avec n'importe quel site web et technologie e-commerce.

ORIGINALITÉ

- La solution Shoply.tv permet de diffuser des émissions sur plusieurs canaux en parallèle. (Site web, Application mobile, Page Facebook, Youtube, etc.).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Septembre 2021 : Lancement commercial en France.
- 2022 : Développement commercial en Espagne, Royaume-Uni et Allemagne.
- 2023 : Développement commercial dans l'Union Européenne, Mexique et Amérique du Nord.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- NC.

BUSINESS MODEL

- Abonnement mensuel compris entre 1 200 € et 3 500 € par mois déterminé par le nombre d'émissions et de spectateurs visés.
- De plus, des offres d'accompagnement sur-mesure sont proposées : Stratégie, Intégration et customisation, Configuration des émissions, Tests, Réalisation, Mise en contact avec influenceurs, Post-production.
- Offre de lancement à partir de 4 500 € pour trois émissions.

KPIs

Chiffres constatés et partagés par nos clients en phase de test.

- Attirer plus de monde sur son site e-commerce : Entre x5 et x400 lors d'événements en direct.
- Augmenter la durée des visites sur son site e-commerce : Entre x2 et x12 lors d'événements en direct.
- Accroître son taux de conversion (Mises au panier) : Entre x2 et x5 lors d'événements en direct.
- ROI des émissions de Live Video Shopping : Entre x2 et x6 (Ratio entre coût total et chiffre d'affaires généré en direct)



Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://www.stratow.com/>

Contact
marc.wolff@stratow.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents

- Esker
- Yooz
- cegecim
- generix

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEUR

Marc Wolff: diplômé de Neoma Business School, CEO. Cofondateur/président d'Aerow de 2004 à 2020, Portify, YourBO, Wapsi.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Stratow édite et opère une solution de tiers archivage numérique à valeur probante certifiée NF461 AFNOR. La mission prioritaire de Stratow est de sécuriser la mémoire documentaire de ses clients sur cloud souverain français. Ensuite ses Extranet-As-A-Service métamorphosent la collaboration avec clients et fournisseurs (commande en ligne, traitement de documents, archivage et diffusion aux tiers) en facilitant le partage de l'information et des documents.
- Elle ouvre sur sa propre plateforme les extranets des entreprises, permet une collaboration plus efficace avec l'écosystème de partenaires. À travers ses solutions extranets dans le cloud, Stratow résout 3 problèmes majeurs : la sécurité, la gestion des utilisateurs externes et la gestion des licences.
- 5 modules: Stratow Invoice (pour les factures fournisseurs), Stratow Folder (pour les factures clients), Stratow Order (pour la prise de commandes B2B), Stratow Suppliers (pour créer et administrer les fournisseurs), Stratow Purchase (pour générer des fiches).

TECHNOLOGIE

- Innovation collaborative / comportementale : par le biais des extranets, ils canalisent des infos platformisées qui simplifient la collaboration entre nos clients et leurs tiers sans ouvrir le SI de ses clients.

ORIGINALITÉ

- Concurrents : Esker, Yooz, Cegedim, Generix.
- Facteur différenciant: TCO stable et lisible (l'un des plus faibles du marché) + prix indexé sur volumétrie documentaire (et non le nombre d'utilisateurs).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Plan de développement à court et moyen terme: accentuation des ventes directes + des ventes indirectes (via prescription, revendeurs et partenaires technologiques).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA non communiqué.
- 20 clients actifs, clientèle multi-sectorielles.
- Futur opérateur privé de facturation.

BUSINESS MODEL

- Business Model : Modèle de souscription annuelle ARR Extranet as a Service = nous ouvrons dans notre serveur la plateforme extranet de nos clients qui complète efficacement leur ERP, et leur permet de collaborer directement avec ses tiers.
- Monétisation : tarif indexé sur la volumétrie documentaire de nos clients.

KPIs

- Un loyer unique annuel pour un volume de transactions avec utilisateurs en illimité.
- 70 % d'appels entrants économisés grâce à l'extranet self-service.



Année de création
2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://thunderstone.io/>

Contact
CEO, Arthur de Soutrait
arthur@thunderstone.io

Stade
N/A

Levée de fonds
2 M€, fonds & BA

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
Pas de concurrents

Prix / Récompenses
• Prix ANF Entreprendre



FONDATEURS

Arthur de Soutrait : fondateur, multi-entrepreneur. A fondé Vicomte Arthur et Thunderstone. Vicomte Arthur est une marque française de prêt-à-porter et Thunderstone une marketplace connectée qui digitalise le retail. Arthur de Soutrait figure depuis 10 ans au classement Choiseul 2021 des 200 leaders économiques de demain.

Marcy de Soutrait : cofondateur de Marcy Paris, bureau de création et design vestimentaire d'entreprise.

Jonathan Anguelov : fondateur d'Aircall (16^e licorne française, en juillet 2021).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- 1^{re} marketplace physique spécialisée dans le secteur du retail. Connectées en temps réel aux stocks de dizaines de marques, les tablettes et les bornes connectées à Thunderstone permettent aux consommateurs de trouver n'importe quel article qui ne serait pas disponible en magasin. L'installation est très simple : le commerçant n'a besoin que d'une borne ou d'une tablette tactile. Thunderstone encaisse le consommateur puis redistribue équitablement le produit de la vente à la marque et à la boutique via sa banque partenaire Adyen.

TECHNOLOGIE

- La solution développée par Thunderstone n'est pas encore brevetée actuellement mais l'entreprise est en passe de devenir Jeune Entreprise Innovante.

ORIGINALITÉ

- Thunderstone s'adapte aux nouvelles formes de consommation. La solution s'invite au cœur des problématiques d'innovation du marché du wholesale. La boutique digitalise son espace, élargit son offre, booste son chiffre d'affaires et réinvente l'expérience client en magasin. Thunderstone est la première marketplace offline (borne d'achat implantée dans les points de vente physiques et connectée aux stocks des marques partenaires en temps réel) qui entend associer le meilleur des deux mondes : l'expérience physique en magasin avec les atouts du digital.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- À court terme, le focus de Thunderstone est sur le développement commercial et la diversification du portefeuille clients, notamment grâce à la mise en place d'une équipe de Growth Hacking. L'objectif est ainsi d'installer 300 bornes d'ici fin 2022.
- À moyen terme, l'objectif est de s'internationaliser en installant des bornes en Europe (Belgique, Royaume-Uni, Suisse).

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Clients : Decathlon, Intersport, Sport 2000, Kappa, K-Way, L'Exception, Innov8, Babilou, Altarea, SCC, Schott, From Future, Project X...
- Progression CA : +110 %.

BUSINESS MODEL

- Business model de solution SaaS avec un abonnement mensuel donnant accès au logiciel sur une borne ou une tablette.

KPIs

- Nombre de points de vente partenaires : 112.
- Nombre de marques partenaires : 78.



Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
<https://www.webotit.ai/>

Contact
louis-clement@webotit.ai

Stade
Commercialisation

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents

- Clustaar
- Levia.ai
- The Chatbot
- Factory

Prix / Récompenses

- TOP 20 des start-up digitalisant le e-commerce par la FEVAD & KPMG en 2018
- TOP 300 des start-up françaises par FrenchWeb
- Gagnante du challenge Cartes Bancaires « Connected Commerce & Future Store UX »
- Gagnante du challenge Klépierre « Towards the most pleasant shopping experience »



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

FONDATEURS

Antoine Chemardin: CTO. Diplômé de l'INRIA et passé par le CNRS, Antoine aime plus que tout les challenges techniques complexes.

Expert du big data et de l'intelligence artificielle, il renforce avec son équipe les capacités de la plateforme pour plus de conversion.

Louis-Clément Schiltz: CEO. Diplômé de la faculté de Commerce McGill University à Montréal, avec une spécialisation en Technologie de l'information et en Finance; cursus qu'il a complété par un double diplôme en entrepreneuriat à l'ESSEC et à Centrale. Webotit est sa seconde entreprise, créée suite à son expérience professionnelle au sein du distributeur spécialisé en parapharmacie, Parashop. Avec son associé, il permet aux e-commerçants d'améliorer fortement leur conversion et leur expérience client grâce à des conseillers virtuels.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Webotit est la solution de commerce conversationnelle avec l'intelligence artificielle la plus humaine du marché.
- Développée pour les marques et les distributeurs vendant en omnicanal, elle est dotée d'une intelligence artificielle entraînée sur des milliers de questions. Webotit est capable de traiter sans intervention humaine plus de 85 % des demandes clients sans intervention humaine et ce 24/7.
- Grâce à Webotit, vos clients vont trouver la réponse à leur question et les produits qui leur correspondent au travers d'une expérience d'achat personnalisée que ce soit sur votre site e-commerce, dans vos boutiques ou sur votre Instagram.

TECHNOLOGIE

- Une plateforme complète intégrant une intelligence artificielle maison (NO GAFA), un système d'encaissement (les fonds arrivent directement sur le compte de l'e-commerçant), une solution de gestion des commandes (pouvant être transmises par API) et un livechat pour reprendre la main sur les cas les plus complexes.
- Des recommandations précises pour recommander le bon produit à la bonne personne au bon moment.
- Des intégrations en un clic avec les principales plateformes de messagerie, les plateformes e-commerce et les principaux CRM
- Des ingénieurs entraînant l'intelligence artificielle quotidiennement pour qu'elle soit la plus performante possible.

ORIGINALITÉ

- Solutions similaires : Chatbots et Agents Conversationnels : Clustaar, Levia.ai, The Chatbot Factory.
- Facteurs différenciants : Ces solutions n'ont pas de vocation transactionnelle - Webotit gère toutes les phases de la vente : avant-vente, vente, après-vente ; partenariat exclusif avec Carte Bancaires (paiement en conversation); I.A. pré-entraînée sur la thématique e-commerce pour un déploiement en moins de 2 semaines. Possibilité de digitaliser vos points de vente physique grâce au conseiller phygital.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Génération Automatique de Langage Naturel (NLG) : l'assistant/vendeur virtuel génère des arguments de vente à la volée en fonction de l'utilisateur, de ses besoins et de son état psychologique (ex : une personne frustrée se verra proposer une réponse apaisante et plus longue qu'une personne pressée), et des caractéristiques de vos produits.
- Ouverture de nouveaux canaux de communication et d'achat dont WhatsApp.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA : NC.
- Clients :
 - En Commerce Conversationnel : Parashop, AXA, TimHotel, LePage, Cartes Bancaires, Boticinal, UNICEF.
 - En BOT+ : Banque, courtiers, sites e-commerce, ONGs.

BUSINESS MODEL

- Frais de set up : 5 à 15 K€ suivant la complexité du projet et le degré de customisation souhaité.
- Abonnement mensuel : à partir de 500 € HT par mois incluant hébergement, maintenance corrective, licence, entraînement I.A. et 500 crédits.
- Pack de crédit annuel : à partir de 10 K€ HT pour 12000 crédits (tarification fortement dégressive). Les crédits sont consommés selon la valeur apportée par le conseiller virtuel (une recommandation personnalisée associée à un opt-in RGPD a souvent plus de valeur pour l'entreprise qu'une réponse SAV).

KPIs

- Taux de traitement des demandes sans interventions > 85 %.



Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
business.wishibam.com/

Contact
cjbaur@wishibam.com

Stade
Série A

Levée de fonds
8 M€

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
Mirakl, SoCloz, KBRW,
ma ville mon shopping

Prix / Récompenses

- 2017 :
Top 20 des start-up les plus innovantes (Fevad)
- 2018 :
Prix du "Meilleur Outlet au Monde" pour The Village (MAPIC Awards)
- 2019 :
Vainqueur Entrepreneurship World Cup x Vivatch.
Vainqueur Klépierre x VivaTech.
Finaliste du Female Founder Challenge x VivaTech.
Finaliste de la Métropole du Grand Paris x VivaTech.
Trophée "Création d'un Centre Outlet" pour The Village (CNCC).
Top 5 des start-up les plus innovantes (Fevad / KPMG).
Meilleure Innovation Retail (MAPIC AWARDS).
- 2020 :
Vainqueur EIT Challenge.
Meilleure innovation de l'année sur les Pays de la Loire.
- 2021 :
Vainqueur PropTech Innovation Award 2021.

wishibam

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

FONDATRICE

Charlotte Journo-Baur: Forbes 30 Under 30, CEO de Wishibam, co-présidente du CNCC Next Gen, Board Member de Cap Digital et FrenchProptech. Passionnée de retail, elle est convaincue que la redynamisation du commerce physique passe par les nouvelles technologies. L'objectif étant de réconcilier le meilleur des deux mondes en alliant la praticité du web et l'expérience du magasin. Pour créer le miroir numérique des commerces physiques et faire du web un allié du magasin, elle lance Wishibam en 2015. Aujourd'hui Leader Européen de la digitalisation des espaces physiques, la Solution SaaS Wishibam Plateforme a bénéficié d'un investissement de 8 M€ en R&D sur ses outils de marketplace physique et d'OMS. À la suite de la crise sanitaire et en guise de soutien pour le commerce de proximité, elle offre ses services gratuitement aux commerces des centres-villes. Labellisé par le Gouvernement français, Wishibam a par ailleurs le statut d'entreprise à mission: "Assurer la diversité du commerce". Charlotte fait partie des (trop) rares femmes françaises fondatrices d'une scale-up SaaS.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Wishibam déploie des solutions omnicanales pour proposer à la vente en ligne les produits disponibles dans les magasins des acteurs physiques du retail. Notre objectif: combattre le commerce amazonisé en accompagnant les acteurs du brick & mortier pour un déploiement digital réussi. Nous travaillons actuellement avec les acteurs leaders du brick & mortier: foncières commerciales, collectivités locales, enseignes, franchisés et indépendants. Pour cela, nous avons investi 8 millions d'euros dans le développement de notre plateforme SaaS. À ce jour, Wishibam est la seule solution permettant aux grands espaces commerciaux de devenir des acteurs majeurs du commerce omnicanal. Plusieurs modules proposés :

- **Wishibam Marketplace** permet de digitaliser tout magasin pour permettre au client d'acheter en ligne les produits disponibles en temps réel. Nous savons nous intégrer à une infinité de systèmes de gestion de stock et de back-office et homogénéiser les flux pour que l'intégration des points de vente se fasse sans l'aide des équipes techniques.
- **Wishibam OMS** permet de segmenter les commandes multi magasins et d'organiser la logistique efficacement depuis les points de vente physiques. Les magasins deviennent alors des espaces de ventes et des espaces logistiques idéalement situés pour faire partir les commandes.
- **Wishibam Data** permet de réconcilier la donnée

physique et en ligne pour une expérience ultra-personnalisée sur tous les canaux.

TECHNOLOGIE

- Protection du design du back-office, code et algorithme par dépôt d'huissier.

ORIGINALITÉ

- Notre solution s'adapte à la réalité opérationnelle des retailers. Nous sommes capables d'avoir un rendu ultra-customisé sur une solution SaaS. Basée sur du machine learning, nous pouvons intégrer à nos marketplaces toutes typologies de commerce quel que soit leur système d'information. Intégrer une marketplace sans développement custom c'est donc aujourd'hui possible!

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Nous travaillons actuellement avec les acteurs leaders du retail et avons digitalisé plus de 1 900 points de vente pour nos clients (foncières, villes, enseignes, indépendants, ...). Nous sommes très présents en France et notre labellisation par le Gouvernement et le droit aux subventions qu'elle implique nous a permis d'accélérer le déploiement des marketplaces locales à destination des centres-villes. Nous commençons notre développement international, notamment en Italie, en Espagne, en Belgique, en Norvège, au Royaume-Uni.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Croissance du CA: +125 % entre 2019 et 2020.
- Clients: foncières commerciales, collectivités locales, enseignes, indépendants et franchisés. Plus de 1 900 points de ventes physiques digitalisés sur les 6 derniers mois. Ils nous font confiance: Nike, Converse, Galeries Lafayette, L'Oréal, SMCP, Ministère de l'économie et des finances, Altarea Cogedim, Zadig et Voltaire, Karl Lagerfeld, The Kooples, Boss, E. Leclerc, Ceetrus, Paris Saclay...
- Une levée de fonds est en préparation pour 2022.

BUSINESS MODEL

- Un business model SaaS classique: frais d'installation et licence mensuelle. Notre licence se segmente en deux parties fixes et variables gage de notre implication continue auprès de nos clients.

KPIs

- Déploiement des projets entre 15 jours et 6 mois.
- Impact sur le trafic en magasin: +30 %, Impact sur le CA: +12 %, Part du CA conservé durant la fermeture des magasins: 38 %.
- Plus de 1 900 points de vente intégrés sur les six derniers mois.



PLATEFORME / MARKETPLACE

CAPHARNAÛM	59
DEAL2DRIVE	60
GOODMECANO	61
MARKET INVADERS	62
NFINITE EX HUBSTAIRS	63
WATIZ	64



Année de création
14 février 2017

Origine
France

B2B / B2C
BtoBtoC

Site Web
capharnaum.net

Contact
Barbara Lissak
barbara.lissak@gmail.com

Stade
N/A

Levée de fonds
N/A

Chiffre d'affaires
17K € en 2020

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Barbara Lissak: fondatrice, diplômée de L'ESSCA, après 20 ans dans la communication, a fondé Capharnaüm en 2017.

Paul Chatton: fondateur est diplômé Mines-Celsa et a travaillé dans la communication Digitale chez BETC.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Capharnaüm est la première marketplace de mobilier vintage pour enfants. Elle regroupe aujourd'hui 300 vendeurs, et propose d'imaginer la venue d'un enfant dans une nouvelle logique de consommation. Avec l'upcycling c'est une offre écologique, mais aussi unique et esthétique. (chaque meuble est restauré/ réinventé). Lorsque l'on sait qu'un enfant change de lit 4 fois avant l'âge de 10 ans, cessons le gaspillage et remettons dans la boucle le mobilier aussi!

TECHNOLOGIE

- Tout se fait via notre site internet capharnaum.net. Il s'agit d'un site wordpress/woo-commerce. Lancement d'un nouveau site cet été avec plus de fonctionnalités : automatisation des process, possibilité de choisir un transport green avec Cocolis.fr (le transport entre particulier), géolocalisation pour chiner près de chez soi, paiement en plusieurs fois...

ORIGINALITÉ

- Pas de solutions concurrentes directes.
- Il existe des marketplaces de mobilier vintage, des marketplaces de produits pour enfants, des vendeurs indépendants de mobiliers vintage pour enfants mais nous sommes les seuls aujourd'hui à proposer sur un site unique une gamme aussi large de mobilier vintage pour enfants.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Ouverture de la proposition à tout l'univers qualitatif seconde main pour enfant : puériculture, jouets, vêtements...

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- 2019 CA : 5 000 €.
- 2020 CA : 17 000 €.
- Progression de 300 % entre 2019 et 2020 en France et quelques ventes dans les pays limitrophes (Belgique, Angleterre, Suisse, Luxembourg).
- 1 000 clients actifs et adresse le marché des 17 millions de parents d'enfants en France.

BUSINESS MODEL

- Prise d'une commission de 17 % HT sur les ventes.

KPIs

- Nombre de vendeurs référencés sur le site Capharnaüm. Donne une visibilité aux 300 petits vendeurs indépendants.
- Nombre de visiteurs : 17 000 visiteurs/mois sur le site, 25 000 abonnés sur les RS.



Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B et B2C

Site Web
deal2drive.com

Contact
arnaud.delagabbe
@deal2drive.com

Stade
N/A

Levée de fonds
100 K€ en 2018

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
Sélectionnée parmi les
39 sociétés distinguées
par la FEVAD en 2018 qui
allaient révolutionner le
e-commerce



FONDATEURS

Arnaud de Lagabbe: diplômé d'HEC et de l'École spéciale de Mécanique et d'Électricité, Ingénieur et Spécialiste de la gestion de projets dans le secteur des IT.

Guillaume Renodin: ancien dirigeant d'un équipementier automobile spécialisé dans l'aftermarket.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

Deal2Drive est une plateforme de données dédiée au marché de la pièce détachée et de l'après-vente automobile. Deal2Drive collecte, analyse et monétise des données fiabilisées issues des sites de ventes en lignes et des analyses comportementales sur des millions d'offres de pièces auto.

- Comparateur/moteur de recherche de pièces auto vendues sur le Net - permet aux e-consommateurs de trouver le meilleur prix sur l'ensemble du web de pièces auto pour la réparation d'une automobile. Site grand public et collecteur de comportement clientèle.
- DashBoard et outils visuels d'analyse de ventes de pièces auto sur le Net aux constructeurs, aux équipementiers et aux e-distributeurs - monétisation de l'ensemble des données du marché internet sur la pièce auto avec la possibilité de faire du profilage d'acheteurs et de l'analyse prédictive des ventes et des prix.
- API Plateforme Big Data d'accès aux données et analyses de Deal2Drive pour les OEMs, Constructeurs, places de marchés ainsi qu'à une multitude de développeurs individuels.

TECHNOLOGIE

- Solution technologique unique : croisement des bases de données équipementiers (une 100aine) pour l'identification du véhicule et de la pièce recherchée avec les flux de produits collectés des sites internet - ces croisements de données sont obtenus et maintenus à jour de façon automatique par des algorithmes qui sont la propriété de Deal2drive.
- Analyse comportementale statistique et sémantique pour déterminer les tendances d'achats.
- Développement d'algorithmes d'analyse permettant le rapprochement entre les offres produits et les comportements d'achat.

ORIGINALITÉ

- Solutions similaires : pas de comparateur de pièces auto vendues sur le Net - comparaison possible avec Amazon, Oscaro, Webdealauto, etc. - concurrence de substitution au sein des marketplaces.
- Facteur différenciant:
 - Seule à avoir la capacité d'intégrer la totalité des pièces, des références (22 millions d'affectations), des véhicules (23 000 modèles différents) sur leur panel de comparaison.
 - Seule capable de faire le rapprochement entre l'offre et la demande sur internet.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Court terme : finalisation du développement du site pour améliorer le SEO et lancement de campagnes de communication en France.
- Horizon de 2 ans : exportation sur le marché européen : Allemagne, Italie et Espagne.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA : NC.
- Clients : 11 sites en affiliation avec lesquels ils ont des accords commerciaux et dont les flux de produits se situent sur la plateforme de comparaison.

BUSINESS MODEL

- BtoC : CPC et CPA gain à la redirection et à l'achat de pièces.
- BtoB : vente d'analyse de marché sous forme d'abonnement pour les constructeurs auto, les équipementiers, les distributeurs traditionnels et les sites internet.

KPIs

- Nombre d'abonnements vendus aux constructeurs auto, équipementiers, distributeurs traditionnels ou sites d'internet.
- Nombre de e-consommateurs sur le site web.
- Nombre d'offres référencées sur le comparateur.
- Nombre d'immatriculations et de modèles de véhicule recherchés.



Année de création
27 mars 2018

Origine
France

B2B / B2C
B2B2C

Site Web
www.goodmecano.com

Contact
m.anseur
@goodmecano.com

Stade
N/A

Levée de fonds
Non

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEUR

Anseur Moustapha : dirigeant de site e-commerce de pièce auto depuis 15 ans.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- GoodMecano est une plateforme permettant aux automobilistes de trouver rapidement un garage, un carrossier ou un mécanicien à domicile, mais aussi de calculer le tarif de la prestation très simplement et de prendre rendez-vous avec lui en ligne immédiatement.
- La plateforme permet également aux professionnels de renouveler leur clientèle, de gagner du temps en leur épargnant la gestion et l'élaboration des devis.
- Pour la partie du « Do it for me » Une fois la pièce auto achetée ils auront besoin d'un garage ou d'un mécanicien pour la monter, et c'est là que GoodMecano entre en jeu.

TECHNOLOGIE

- Technologie capable de calculer un tarif précis automatiquement à partir de la plaque d'immatriculation du véhicule de l'utilisateur en fonction des infos constructeurs pour plus de 200 prestations (freinage, moteur, carrosserie...) et de géolocaliser les différents prestataires.

ORIGINALITÉ

- Concurrence : Leboncoin ou Needhelp, mais ces plateformes ne permettent pas de calculer un tarif fixe et de proposer un RDV en ligne.

- Facteurs différenciants : Pas de concurrent direct dans le secteur du « do it for me », où l'automobiliste peut apporter sa pièce auto déjà achetée et avoir la visibilité immédiate sur le prix à payer. Leurs clients sont des automobilistes ayant déjà achetés leurs pièces auto adeptes du « do it for me ». Ils ont donc acheté leur pièce auto chez des e-commerçants comme Oscaro, Mister-Auto ou Amazon pour ne citer que les pure players.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Recruter 5 collaborateurs d'ici fin 2022.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA N/A.
- + de 20 000 clients en 2020 et 3 millions de visiteurs unique sur le site en 2020.
- 35 000 clients actifs.

BUSINESS MODEL

- Commission de 10% sur chaque rendez-vous réalisé.
- Abonnement de visibilité pour les garages et mécaniciens à domicile partenaires.
- Visibilité pour nos partenaires Pure Player auprès de nos 3 millions de visiteurs qualifiés uniques par an.

KPIs

- Le nombre de visiteurs sur le site internet.
- Le taux de conversion.
- Le nombre de garages & mécaniciens référencés.



**2^e PRIX
EX AEQUO
FEVAD KPMG
START ME UP
2021-2022**

Année de création
2014

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.market-invaders.com

Contact
Fernandez Anna :
anna.fernandez@market-invaders.com

Stade
Lancé

Levée de fonds
Aucune

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
aucuns

Prix / Récompenses
N/A



FONDATEURS

Vincent OGER: De formation initiale en Systèmes d'Information et en gestion d'entreprise (IUP MIAGE / IAE Aix-en-Provence), Vincent dispose de 14 ans d'expérience dans les deux plus grands cabinets mondiaux d'audit et de conseil. Les années précédant l'aventure entrepreneuriale Net Invaders, Vincent a créé et managé une équipe d'une dizaine de personnes en audit et conseil en Cybersécurité, il a également totalisé un Chiffre d'Affaires annuel d'1 M€ sur la région Sud.

Jean-Baptiste RAYNAUT: Jean-Baptiste dispose d'une double formation en Informatique et en Arts Appliqués lui conférant des compétences à la fois en conception de systèmes d'information et un grand sens de l'ergonomie des interfaces orientées utilisateur. Il a débuté sa carrière de développeur en 2000 et a conçu et développé les premières plateformes d'affiliation ainsi que les premières solutions en ligne de ventes privées.

Julien AMIC: De formation commerciale, Julien a travaillé dès 1998 sur la digitalisation des entreprises, il a notamment fait réaliser une augmentation de 2 M€ de Chiffre d'affaires à l'établissement financier du constructeur Renault (DIAC SA) en industrialisant la gestion de parc des clients professionnels en location longue durée.

Alexis COQUILHAT: De formation initiale en finance et gestion d'entreprise (IAE Aix-en-Provence), Alexis dispose de plus de 15 ans d'expérience sur le marché des entreprises au sein de plusieurs réseaux bancaires français. Au fil de son parcours, il a accompagné le développement de tous types d'entreprises (PME, ETI, Grands Groupes) et tous secteurs d'activité. Sa dernière expérience bancaire avant de rejoindre l'aventure Net Invaders fut de créer et manager une équipe de 15 chargés d'affaires spécialisés dans le e-commerce et le développement international.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Market Invaders permet aux marques et distributeurs d'optimiser leurs ventes sur les places de marché du monde entier. L'objet de l'application est de centraliser via une seule interface l'activité des marchands sur plus de 90 places de marché, l'optimisation de la rentabilité et le développement est réalisé à travers 6 modules: PIM / Gestion catalogue, Traduction automatique du catalogue, Publication / Synchronisation stocks, Ajustement automatique des prix, Gestion des commandes (dont connexions API transporteurs et/ou logisticiens), Centralisation des messages clients.

TECHNOLOGIE

- Application SAAS, aucun brevet n'a été déposé, le code source étant difficilement brevetable. Les développements effectués sur lesquels se base la technologie Market Invaders sont la propriété exclusive de l'entreprise Net Invaders SAS. Ces innovations font notamment l'objet d'un Crédit d'Impôt Innovation.

- L'innovation réside dans:

Les usages de la solution visant à simplifier autant que possible l'utilisation de fonctionnalités complexes proposées par les API (application Programming Interface) des différentes places de marché, de centraliser et d'automatiser l'ensemble des tâches nécessaires à la sécurisation et au développement des ventes en ligne.

ORIGINALITÉ

- Nous proposons un package global qui permet d'être seule sur le marché (Customer Care Revenus Maximisés / Cross Border / Sécurité).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Mise en place d'une campagne de marketing et publicité (Google Adwords, Youtube, Cdiscount, etc.).
- Participation à des salons ciblés (Paris, Las Vegas, São Paulo).
- À moyen terme, nous souhaitons développer des alliances stratégiques avec plusieurs acteurs internationaux du monde du e-commerce afin de faciliter notre croissance à l'international. Le renforcement de notre R&D et l'accélération de notre déploiement international sera financé par une levée de fonds.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Croissance entre 2018 et 2020 de 52 %.

BUSINESS MODEL

- Le modèle économique de Market Invaders est basé sur une tarification à la performance. Si le client souhaite disposer d'un accompagnement spécifique sur certaines thématiques (gestion de projet, revue de catalogue, enrichissement de catalogue) une prestation spécifique sur devis est proposée.

KPIs

- + de 100 fonctionnalités
- + de 600 000 commandes par an

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



NFINITE EX HUBSTAIRS

Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.nfinite.app

Contact
charlotte.marchand
@nfinite.app

Stade
N/A

Levée de fonds
Confidentiel

Chiffre d'affaires
NC

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses

- 1^{er} Prix de l'Innovation de BPI France (2017)
- Accélérée par IKEA (Ikea Boot Camp) (2017)
- Accélérée par NUMA NYC (2018)
- Prix « Best User Experience » lors de la NRF french party (2020)
- Trophée d'argent Start-up Martech organisé par le CMIT

FONDATEUR

Alexandre de Vigan : CEO. Diplômé en droit de l'Université D'Assas, Columbia (USA) et d'un Master en management d'HEC (2011). Il a commencé sa carrière en tant qu'avocat avant de fonder nfinite en 2017.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- nfinite, anciennement hubstairs, est une solution de création visuelle révolutionnant le marché de la photographie produit dans l'univers du retail. Nous offrons la possibilité aux retailers de créer et gérer de manière illimitée leurs assets visuels sans avoir besoin de planifier des shootings photos.
- En 2021, nous avons lancé notre nouvelle plateforme SaaS pour digitaliser l'ensemble des processus de création. C'est un outil de conception collaboratif qui permet aux utilisateurs de créer eux-mêmes leurs mises en ambiance avec leurs produits. Cette solution permet d'améliorer à la fois l'image de marque, la productivité des équipes et de rationaliser les budgets marketing. Avec nfinite, la création de vos images n'a plus de limites, aussi bien en termes de qualité que de quantité.

TECHNOLOGIE

- Modélisation 3D PBR.
- Visualisation 3D photo-réaliste.

ORIGINALITÉ

- Solution SaaS end-to-end répondant à tous les besoins visuels des retailers : print, e-commerce, réseaux sociaux etc.
- Une plateforme simple, collaborative et intuitive pour créer et manager tous ses contenus visuels sans expérience technique.
- Un outil de création de contenus 3D interactifs ne nécessitant aucun développement.
- Une communauté de plus de 400 architectes d'intérieur.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

2021 a été une année décisive pour notre team nfinite, puisqu'elle nous a permis de :

- Repositionner notre marque grâce à notre récent changement de nom (ex hubstairs).
- Lancer officiellement notre nouvelle plateforme et continuer à l'améliorer pour répondre aux nouvelles attentes de nos clients.
- Arrêter l'immobilier pour développer notre activité sur de nouvelles verticales (PGC, Cosmétique, Luxe).
- Mener une quatrième levée de fonds pour accélérer notre développement et notre scalabilité.

Notre objectif en 2022 ?

- Devenir le leader mondial du e-merchandising et remplacer la photographie produit !

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Croissance de 100 % du CA annuel.
- Clients : retailers toutes industries (Habitat, Décoration, PGC, Grande Distribution, Cosmétique, Luxe etc.).

BUSINESS MODEL

- 100 % BtoB, Service SaaS :
- Frais de set-up : intégration au site e-commerce, récupération du catalogue produit puis modélisation en 3D.
- Abonnement annuel à la licence selon des propriétés personnalisables.

KPIs

- +30 % de trafic sur les sites partenaires utilisant nos visuels d'inspiration.
- +20 % de taux de conversion avec des visuels dynamiques.
- 10 fois moins cher que la photographie.



Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2C / B2B

Site Web
<https://www.watiz.io/>

Contact
julien@capra.io

Stade
Lancé

Levée de fonds
1 200 000€

Chiffre d'affaires
2020 : 10K (sur T4)

Concurrents
Google Lens
Amazon Style Snap
Screenshop

Prix / Récompenses

- Finaliste du concours IMT Bercy 2019
- Lauréat du concours Start-up Project organisé par l'AACC et Cap Digital 2018.
- Deuxième plus belle architecture Start-up décerné par AWS 2018.

watiz

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

FONDATEURS

Julien Capra: Ingénieur-docteur de formation et diplômé d'HEC Entrepreneurs, Julien et a travaillé plusieurs années en tant que bras droit de dirigeants de TPE-PME ou en tant que responsable innovation. Il est également à l'origine de nombreuses associations au niveau national et européen comme PHD Talent ou Start in Saclay.

Rémy Villecroze: Ingénieur diplômé de Télécom SudParis, Rémy a un doctorat en physique et astrophysique où il a travaillé sur l'instrumentation des télescopes européens (VLT) pour l'observation de galaxies lointaines. Lors de ses différentes expériences professionnelles en entreprise, il a pu aborder plusieurs thématiques autour de la modélisation, de l'optique et du traitement d'images.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Watiz est un assistant shopping basé sur la reconnaissance visuelle permettant de retrouver à partir de la photo d'un vêtement des produits identiques ou similaires en e-commerce. Aujourd'hui l'application est spécialisée sur la mode féminine chaussures et vêtements mais la mode masculine et les accessoires apparaîtront dans le catalogue dès la fin de l'année 2021.
- L'application connaît un fort succès et a atteint environ 200 000 téléchargements en France sans communication en moins de 7 mois.

TECHNOLOGIE

- Watiz développe et combine différentes briques technologiques basées sur de l'intelligence artificielle et plus précisément sur du deep learning. Cette technologie permet de détecter, d'identifier, de caractériser et de décrire différentes pièces de mode. Elle est suffisamment souple pour pouvoir évoluer dans le temps ou pour développer de nouvelles features en fonction des besoins des clients ou des utilisateurs. Par choix stratégique, la technologie n'est pas brevetée pour le moment.

ORIGINALITÉ

- Watiz est également une application d'idéation/inspiration (comme Instagram ou Pinterest) avec un mur d'inspiration permettant aux utilisateurs de découvrir de nouveaux produits et marques facilement.
- L'application propose uniquement des produits disponibles à l'achat (pas de liens morts vers des produits sortis des collections).
- Watiz souhaite à court terme proposer

l'ensemble de l'offre disponible aux utilisateurs en proposant notamment des produits référencés sur des sites de seconde main ou en mettant en avant les produits responsables.

- Un des prochains développements sera la mise en place de filtres et d'algorithmes de personnalisation.

Avantages de Watiz :

- Visibilité auprès d'une audience ciblée et qualifiée (génération Y et Z) avec un panier élevé et clientèles à fidéliser.
- Hausse du trafic vers les sites e-commerce correspondants.
- Augmentation des ventes grâce à du shopping immédiat et impulsif permettant de transformer un moment de détente en acte d'achat.
- Intégration facile et immédiate des catalogues sans effort des e-commerçants.
- Nouvel outil de présence digitale basé sur du shopping inspirationnel (comme Instagram ou Tiktok).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- 2021 :
 - Développement en France et agrandissement des catalogues à la mode masculine et aux accessoires.
- 2022-2023 :
 - Développement en UK et Allemagne puis Espagne, Italie, Benelux et Suisse.
 - Lancement d'un outil de datavisualisation permettant de consulter les tendances de comportements générées par l'application.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- CA: Lancement application le 25 septembre 2020 (10 K€ sur T4).
- Une quarantaine de clients français dans la grande distribution avec positionnement du premier prix au premium.

BUSINESS MODEL

- Notre business Model est basé sur la performance, au Coût Par Clic.
- Lancement prochainement de liens sponsorisés.

KPIs

- 200 000 utilisateurs en 7 mois, 50 000 utilisateurs actifs.
- 1,5 millions de produits.
- 1 recherche toutes les 15 secondes.
- 100 % de croissance chaque trimestre.



PAIEMENT

SHAREGROOP	66
SILKPAY	67



SHAREGROOP

Année de création
2015

Origine
France

B2B / B2C
B2B et B2C

Site Web
sharegrooppay.com

Contact
hello@sharegroop.com

Stade
Seed

Levée de fonds
1 M€

Chiffre d'affaires
1 M€

Concurrents
N/A

Prix / Récompenses

- Lauréat Retail Digital Award LVMH 2020 ;
- Lauréat Retail LSA Awards 2020 ;
- Lauréat Graines de Boss 2019
- Lauréat Retail LaFayette Plug&Play 2019



FONDATEURS

Franck Burguière: CEO. Expertise en finance depuis plus de 10 ans (Kedge, Square Management).

Richard Kim: CTO. 10 ans d'expérience en gestion de projet IT, sécurité et en design d'API (Epitech, Agriconomie.com).

Florent Brotons: CMO. 6 ans d'expérience dans le marketing digital et en retail (Kedge, Procter&Gamble).

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- 1^{re} solution de paiement prédictive et responsable. 30 solutions de paiement disponibles via une seule intégration.
- Les marchands personnalisent leur expérience de paiement selon le profil de leurs consommateurs.
- Le paiement partagé permet de diviser le montant d'un achat en ligne entre différents co-payeurs depuis la page de paiement.
- Le paiement en plusieurs fois offre aux consommateurs la possibilité de régler le montant de leur commande en plusieurs échéances.
- L'Eco-Pay pour effectuer une donation à une association luttant en faveur de la protection de l'environnement.

TECHNOLOGIE

Intégration de nos solutions via un appel API, en mode in-page ou redirection :

- Solutions compatibles avec tous les PSP, Booking Engie et CMS.
- Algorithme de personnalisation des solutions de paiement en fonction du profil des consommateurs.

ORIGINALITÉ

- Diversité des solutions de paiement : plus de 20 facilités et 10 moyens de paiement différents disponibles en une seule intégration.
- Une couverture internationale du paiement : nos solutions sont disponibles depuis les continents européen, africain, américain et asiatique. 170 monnaies sont accessibles.
- Un positionnement aligné avec des valeurs de responsabilité : ShareGroop associe l'optimisation de l'expérience client avec la responsabilisation de l'acte d'achat.

- Adoption des solutions personnalisée : une équipe entière est dédiée à l'activation des solutions de paiement de nos partenaires, prenant en charge des études B2C comme des actions de communication B2C.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- En 2018, confirmation de l'adéquation des solutions ShareGroop avec les besoins du Travel et de l'Event via la conclusion de partenariats stratégiques comme Air France ou Pierre & Vacances Center Parcs.
- En 2019, développement commercial sur de nouveaux marchés potentiels comme le retail et les utilities.
- En 2020, de nouveaux partenariats sont conclus avec certains acteurs de ces marchés dont Engie mais également à l'étranger.
- En 2021, ShareGroop développe de nouvelles solutions de paiement responsables d'un point de vue social et environnemental.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Clients : 110 clients dans les secteurs du Travel, de l'Event, du Retail et des Utilities dont Engie, Air France, Accor, Bell & Ross, Transavia, UCPA, SNCF, Belambra, Pierre&Vacances Center Parcs, Stade de France, Allianz Riviera, La Scala ou encore la Compagnie des Alpes
- Croissance de 350 % sur les trois dernières années.

BUSINESS MODEL

- Commissions sur les transactions.
- Modèle de licence pour bénéficier du support utilisateur et des analytics.
- Frais d'intégration.

KPIs

- Amélioration du taux de conversion (+7 %).
- Enrichissement du CRM avec les données des co-payeurs (+4 / panier de groupe).
- Augmentation du panier moyen.
- Amélioration de l'image de marque via les solutions de paiement à impact positif.



Année de création
2016

Origine
France

B2B / B2C
B2B2C

Site Web
www.silkpay.fr

Contact
Annie Guo
jgu@silkpay.fr

Stade
N/A

Levée de fonds
1 million €

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents

- AXOKEY
- ADYEN
- WeCashUp
- Bizao...

Prix / Récompenses

- prix d'innovation de LVMH, "meilleure fintech" de Capgemini et de BPCE



FONDATEURS

Annie Guo : Diplômée d'HEC et du MBA de la University of North Carolina aux États-Unis, a travaillé plusieurs années en tant que banquière d'affaires chez JP Morgan et HSBC avant de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat en créant Silkpay en 2016, avec Damiano Rinaldi.

Damiano Rinaldi : Fort de plus de 20 années dans la conception logicielle et en management dans l'IT. Spécialisé dans l'informatique financière et titulaire d'une certification professionnelle de niveau 1 en MGSI, a eu l'occasion de travailler sur des projets clés pour de nombreuses banques et Fintech qui lui ont permis d'acquérir l'expérience nécessaire afin de se lancer dans l'entrepreneuriat et dans la création de Silkpay.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- Silkpay fournit une solution de paiement omnicanal et sécurisée pour aider les magasins physiques et les e-commerçants en Europe et aux États-Unis à accepter les moyens de paiement les plus populaires au monde entier : Visa, Mastercard, CB, Paypal, Google Pay, China UnionPay, Alipay, WeChat Pay ainsi que les virements et les prélèvements.

TECHNOLOGIE

- Silkpay utilise des technologies permettant d'accepter différents e-wallets avec un seul QR code, mais n'a pas de brevets. Silkpay propose une solution de Paybylink pour faciliter la vente à distance des boutiques physiques.
- Nous proposons également des Plug-ins et APIs pour l'intégration sur les sites e-commerçant.

ORIGINALITÉ

- De nombreuses solutions existent à l'échelle Européenne, AXOKEY, ADYEN, WeCashUp, Bizao... Le paiement mobile est en pleine expansion et représente de forts enjeux.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- Silkpay vise à développer des nouveaux produits financiers afin d'enrichir ses offres ainsi que d'augmenter son expansion à l'échelle internationale et explorer de nouveaux marchés en Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Le portefeuille client de Silkpay contient des PME ainsi que de très grandes entreprises opérant dans tous les secteurs : Retail - Tourisme - Aéroports - Restauration/Hôtellerie - Grande distribution - Éducation...

BUSINESS MODEL

- Notre modèle d'affaires est le B2B2C. Nous permettons à nos partenaires et à leurs clients d'utiliser nos solutions logicielles pour accepter les paiements dans le monde entier. Nous facturons uniquement des commissions sur le volume des transactions traitées. Il n'y a pas de frais d'ouverture ou de frais de maintenance.

KPIs

- Plus de 1 000 marchands et e-commerçants utilisent les solutions de Silkpay en Europe.



PLATEFORME DE DÉTAXE



Année de création
2019

Origine
France

B2B / B2C
B2B

Site Web
www.izivat.com

Contact
Thierry Chopard :
thierry@izivat.fr

Stade
N/A

Levée de fonds
Un premier seed

Chiffre d'affaires
N/A

Concurrents
• Colis Expat

Prix / Récompenses
N/A

FONDATEURS

Thierry Chopard : Co-founder.
Wody Keita-Stemper : Co-founder.
Baptistan Hiot : Co-founder.

DESCRIPTION DE LA SOLUTION ET VISION

PRODUIT

- IZIVAT est un opérateur de détaxe qui - via son service « Crossborder » - propose aux acteurs du e-commerce français de développer et renforcer leur présence à l'international via l'expédition de produits (pour une cible de clients en dehors de l'Union européenne).
- IZIVAT se chargeant de l'expédition, des formalités d'exportation et de l'optimisation de la TVA.

TECHNOLOGIE

- L'innovation tient surtout au parcours client innovant. Nous sommes par ailleurs spécialistes de la réglementation Européenne et Internationale du traitement de la TVA.

ORIGINALITÉ

- Les concurrents de IZIVAT sont focalisés sur les Français de l'étranger, mais sans l'optimisation de la TVA. L'optimisation de TVA permet d'amortir les frais de l'expédition et représente un argument dans la plupart des cas. Nous sommes très présents sur les réseaux sociaux et servons une clientèle très diversifiée (Asie, Moyen Orient notamment).

PLAN DE DÉVELOPPEMENT

- L'objectif est de développer les offres (la solution Crossborder et aussi une solution de détaxe digitale des touristes qui est en forte synergie) sur toute l'Europe, pour des e-consommateurs qui habitent partout dans le monde, notamment en Chine où nous sommes déjà présents.

BUSINESS MODEL GÉNÉRATION DE REVENUS

CROISSANCE CA ET CLIENTS

- Le premier exercice comptable a été clôturé au 31 décembre 2020. Le chiffre d'affaires mensuel double tous les 2 mois en moyenne depuis septembre 2020.

BUSINESS MODEL

- IZIVAT conserve une part de la TVA "optimisée" sur les achats réalisés. Elle est déduite du remboursement fait au client à la fin du dossier.

KPIs

- Évolution du chiffre d'affaires sur une clientèle non adressée aujourd'hui.
- Mesure du renforcement de la fidélité client même pour ceux hors de la zone Euro.
- Mesure de l'amélioration de l'expérience d'achat de certains segments de clients très exigeants de partout dans le monde qui souhaitent faire l'expérience de shopping à la française avec des produits, packaging et exclusivités parfois réservés au marché français.

À PROPOS DE LA FEVAD :

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère aujourd'hui plus de 750 entreprises. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France.

Pour en savoir plus : fevad.com
Suivez-nous sur twitter : [@FevadActu](https://twitter.com/FevadActu)
et sur [linkedin.com/company/fevad/](https://www.linkedin.com/company/fevad/)

À PROPOS DE KPMG :

Leader de l'audit et du conseil, KPMG France réunit 10 000 collaborateurs qui interviennent auprès des grands groupes français et internationaux, des ETI et des groupes familiaux, ou encore des PME / TPE et des start-up, pour les aider à anticiper et relever leurs défis. Nous pouvons vous accompagner dans la définition de votre stratégie jusqu'à son exécution opérationnelle et nous vous offrons notre expertise sectorielle sur les domaines clés de votre entreprise : expérience client, digital & e-commerce, RSE, logistique, achats, finance, etc.

Pour en savoir plus : www.kpmg.fr
Suivez-nous sur twitter : [@KPMG_France](https://twitter.com/KPMG_France)

**START
ME
UP**



ANNUAIRE

DES START-UP E-COMMERCE 2021 - 2022

Référencées par
la FEVAD & KPMG

Marc Lolivier

DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL,
FEVAD
+33 (0) 1 42 56 38 86
contact@fevad.com

François-Xavier Leroux

ASSOCIÉ DIGITAL CUSTOMER,
KPMG
+33 (0) 1 55 68 72 30
+33 (0) 6 10 52 85 17
fxleroux@kpmg.fr

Albane Liger-Belair

DIRECTRICE DE L'INNOVATION,
KPMG
+ 33 (0) 1 55 68 88 84
+ 33 (0) 6 03 60 63 51
aliger-belair@kpmg.fr

Sébastien Durand

RESPONSABLE OFFRE
COMMERCE UNIFIÉ, KPMG
+ 33 (0) 1 55 68 36 62
+ 33 (0) 6 34 08 14 85
sebastiendurand@kpmg.fr

Géraldine Chevallier

DIRECTRICE BUSINESS DEVELOPMENT,
CONSUMER & RETAIL, KPMG
+ 33 (0) 1 55 68 67 61
+ 33 (0) 6 09 40 69 08
gchevallier@kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). KPMG International et ses entités liées ne proposent pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2021 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.

