

Ces start-up toulousaines qui inventent le futur

Publié le 19/05/2014 à 03:47, Mis à jour le 19/05/2014 à 07:21 - Numérique



L'équipe de Globewhere, un site d'organisation de voyage 100% social./photo DDM

En pleine ébullition, l'économie numérique régionale voit émerger une nouvelle génération de start-up aux projets innovants qui ont fait d'Internet leur nouvel eldorado.

Parmi elles se trouvent peut-être une future pépite de l'économie numérique. Encouragée par la success story de la toulousaine Sigfox, qui a levé 25 millions d'euros en moins de deux ans, de MyFox et de ses solutions de sécurité pour maisons connectées ou encore de Synox Group, une nouvelle génération de start-up rêve de taux de croissance vertigineux et d'une carrière internationale.

«Sur les 35 à 45 candidatures reçues lors des trois derniers appels à projets, entre 60 et 75% concernent le numérique, avec une surreprésentation du webmobile, lié à la mobilité et au développement exponentiel des applications sur smartphone», confirme Anne-Laure Charbonnier, directrice de l'Incubateur Midi-Pyrénées.

Un écosystème régional performant, entre la TIC Valley et son Camping, l'Incubateur, le cluster Digital Place, les pépinières régionales, l'association la Mêlée et sa Cantine, favorise les initiatives.

Ils réinventent le voyage

Cet environnement porteur a amené à [Toulouse](#) Julien Viruelle et Maxime Chaillou, fondateurs de Globewhere, un site d'organisation de voyage 100% collaboratif. Sélectionnés pour la première saison du Camping Toulouse de la TIC Valley puis accompagnés par l'Incubateur Midi-Pyrénées, les deux associés espèrent lever cette année entre 300000 et 600000 € pour développer de nouvelles fonctionnalités sur le site et une application sur Android, la version iPhone devant être lancée avant l'été. «Le numérique reste le plus accessible. La prise de risque et l'engagement financier sont moins lourds et la croissance peut être très rapide», explique Julien Viruelle.

Ce que confirment les fondateurs de Coovia, une application qui permet d'organiser son covoiturage en temps réel sur les trajets domicile-travail : déjà 4.500 téléchargements. La société,

créée en octobre 2012 par deux jeunes ingénieurs issus de la cellule innovation d'Airbus (qui a d'ailleurs acheté plusieurs crédits de trajets pour ses salariés), prépare une levée de fonds participative de 200 000 € auprès de Wised pour embaucher deux développeurs.

«Avec un bon ingénieur informatique, on peut faire des miracles, tout peut aller très vite. La R&D est plus complexe, il faut apporter une vraie plus-value aux utilisateurs. Pour Coovia, nous avons breveté un système de déclaration de trajets automatique» précise David Larcher.

Trouver son marché

Les idées ne font pas tout. Si la réussite des rares pépites françaises, Deezer ou Dailymotion font rêver toutes les jeunes pousses, celles-ci sous-estiment souvent la difficulté de trouver un marché. «L'économie numérique paraît plus accessible, notamment sur le plan technique et du développement informatique mais les porteurs de projets ont une vision parfois naïve de l'accessibilité au business. Il est compliqué d'être différent, d'apporter une valeur ajoutée tout en trouvant son modèle économique», indique Anne-Laure Charbonnier. L'accompagnement des start-up reste fondamental. Toulouse est candidate au label «Métropole French Tech» créé par le gouvernement pour soutenir les écosystèmes numériques et faire de la France une «Startup République» d'envergure mondiale. La France veut son Google. Pourquoi pas à Toulouse, capitale de la première région des TIC après l'Ile-de-France ?

La 18ème édition des rencontres TIC de La Mée numérique aura lieu les 27 et 28 mai à Diagona-Labège. Contact : www.meleenumerique.com

Le chiffre : 500 000 personnes

Concernées par la téléassistance. La société toulousaine Telegrafik a développé un système d'alerte pour personnes isolées et fragilisées, basé sur des capteurs auto-communicants à poser au domicile. Et a trouvé son «avantage concurrentiel» sur un marché de la téléassistance qui concerne 500 000 personnes en France.

Blue Poppies : de l'œnologie au e-commerce

Ancienne ingénieure œnologue dans le Cahors, reconvertie en professeure des écoles, Murielle Thuillier s'est mise en disponibilité pendant trois ans pour créer Blue Poppies, un site de e-commerce de vêtements pour enfants totalement personnalisables. Matières, couleurs, les internautes peuvent choisir parmi 3.000 tissus et concevoir entièrement chaque pièce, jusqu'aux boutons. Lancé en mars, le site intègre un configurateur en 3D conçu par l'Institut français du textile et de l'habillement qui permet de visualiser le rendu sur écran. Une fois créés virtuellement par les mamans, les vêtements passent entre les mains de deux couturières dans l'atelier de Blue Poppies, à Montauban. «Ma clientèle vient beaucoup des réseaux sociaux et du bouche à oreille. Je suis sur Internet mais le lien humain est quand même là». D'ici fin juin, Murielle Thuillier espère lever 300 000 € pour financer un réseau de vente à domicile en France mais aussi à l'étranger, en commençant par les Etats-Unis où des expatriées françaises seraient ambassadrices de la marque.

Johanna Decorse