



## INNOVER

Le tour du monde des idées insolites qui pourraient changer la donne. **CARTE P. 14-15**



## CHANGER

La caméra du toulousain Vims filme la chirurgie en ultra-haute définition. Une première mondiale. **P. 16**



## À SUIVRE

Le fabricant de smartphones BlackBerry se recentre sur le marché des entreprises. **P. 17**

# LA TRIBUNE *fr* TRIBUNE

DU VENDREDI 25 AVRIL AU MERCREDI 7 MAI 2014 - N° 88 - 3 €

## LA TRIBUNE DE... XAVIER HUILLARD

Le PDG de Vinci présente sa feuille de route : partenariats public-privé et international. Il n'exclut pas de participer à une privatisation d'ADP. **P. 8-9**



## ENTREPRISES L'ENVOL DU TOURISME COLLABORATIF

Appartements, voitures, bateaux... pour les vacances, tout se partage, et les professionnels s'adaptent. **P. 10-11**

## MÉTROPOLES BORDEAUX VEUT ATTIRER LES GRANDS GROUPES

Nouvelle adjointe d'Alain Juppé, Virginie Calmels souhaite faire de la ville une capitale européenne. **P. 18**

## ANALYSE LA BATAILLE DES DEUX FRANCE

La guerre des taxis continue sur le Net. Retour sur le conflit entre Nicolas Rousselet et les « Barbares ». **P. 22**

## PORTRAIT DAVID VISSIÈRE



Le fondateur de Sysnav vient d'être désigné par le MIT comme un des dix jeunes Français les plus innovants. **P. 26**

# Tout sur le business de la maison connectée

## 1 MILLIARD D'EUROS EN 2015



Sur un marché de la domotique en plein essor, start-up et PME s'illustrent par leur dynamisme. Les opérateurs télécoms tentent de se faire une place au soleil.

**PAGES 4 à 7**

La Ville de Barcelone choisit le cloud pour accueillir 1,5 million de visiteurs et maîtriser tous les rouages de sa grande fête annuelle, La Mercè.

C'est le Cloud Microsoft.

► Données ► Productivité ► Social ► Plateforme

En savoir plus sur [microsoftcloud.fr](http://microsoftcloud.fr)

Microsoft Cloud

Microsoft France - RCS Nanterre B327 733 184



# ENTREPRISES

CHANGER

## Le tourisme aussi fait sa révolution numérique

Les locations entre particuliers sont au beau fixe. Ce phénomène touche aussi bien les logements que les voitures ou les bateaux. Pour autant, les professionnels traditionnels ne baissent pas la garde et proposent des offres plus inventives.

PAR ERICK HAËHNSEN ET ÉLIANE KAN

@ErickHaehnsen  
@ElianeKan

**A** l'heure du Web 3.0, le tourisme fait lui aussi sa révolution sous l'influence de start-up qui inventent de nouvelles applications et des services innovants dédiés aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels. L'occasion pour les Français de réaliser de substantielles économies. Notamment sur les frais d'hébergement. Car, plutôt que de séjourner en hôtel ou en club, de plus en plus de vacanciers ont désormais coutume de loger chez l'habitant grâce aux offres proposées par des plates-formes de location entre particuliers. À l'instar de la plate-forme communautaire américaine AirBnB qui revendique 600 000 locations auprès de 11 millions de voyageurs. Dont 1 million de voyageurs en France, devenue le deuxième pays utilisateur après les États-Unis.

De quoi susciter l'enthousiasme de Guest To Guest. Avec plus de 47 000 maisons réparties dans 174 pays, cette start-up française se revendique comme le troisième site mondial d'échange de maisons. Son activité consiste à orchestrer ces échanges entre particuliers, à charge pour les invités de décerner des points à leurs hôtes. En les cumulant, ceux-ci peuvent les utiliser pour

trouver à se loger sans échange réciproque de maison. Plus de 60% des échanges s'effectuent sur la base de ces points. « Les revenus du site proviennent de la vérification des identités et bientôt des commissions prélevées

sur les dépôts de caution et la souscription aux primes d'assurances », explique Emmanuel Arnaud, le fondateur et président de l'entreprise. « Nous estimons que 30% des personnes prendront une assurance pour couvrir leur logement ou les frais de voyage en cas d'annulation », prévoit le dirigeant qui prépare une levée de fonds pour cette fin du mois d'avril. Ces financements contribueront à agrandir l'équipe de six personnes avec le recrutement de professionnels du marketing et de développeurs informatiques.

Avec Internet, la location de vacances entre particuliers fait aussi tache d'huile dans le monde du nautisme. Sailsharing, un autre acteur Français, s'est lancé en juillet dernier sur le créneau des bateaux de plaisance avec le concours de propriétaires privés. La flotte ainsi constituée compte 150 navires à louer à des prix 30% inférieurs en moyenne à ceux du marché. L'inscription sur la plate-forme est gratuite. « Pour nous rémunérer, nous prélevons une commission de 15% sur le prix de la location », explique Romain Dalongeville, le responsable marketing de cette entreprise qui compte deux autres passionnés de voile. Créée en 2013, la start-up parisienne vient de signer un accord avec Axa Yachting qui distribue ses solutions d'assurance sur le site. De quoi gagner la confiance de nouveaux propriétaires et multiplier par trois le nombre de bateaux disponibles. « Autre bonne nouvelle, nous venons de lever 150 000 euros de fonds d'amorçage sur la plate-forme de financement participatif d'Anaxago », annonce le porte-parole qui espère atteindre les 500 bateaux de location en 2015.

### TOUT SE PARTAGE, TOUT SE LOUE DÉSORMAIS

Qu'il s'agisse de louer ou d'échanger son bateau ou son logement, se pose toujours le problème de la réception du vacancier durant l'absence du loueur. Pour résoudre ce problème, des services de conciergerie commencent à émerger, grâce notamment à Bnbsitter. Ce site fait le lien entre les particuliers qui ont des biens en location et des professionnels de l'accueil. Une vingtaine de services y sont référencés pour le moment. « Leur mission consiste à accueillir le voyageur, lui remettre les clés, faire le ménage et le lavage du linge », déclare Biagio Tumino, l'un des deux cofondateurs de Bnbsitter qui compte quatre personnes. Les prix : le check-in et le check-out 19,99 euros chacun, le ménage à partir de 19,99 euros. « La conception de notre plate-forme s'inspire du site Uber qui gère les demandes des clients et la disponibilité des chauffeurs privés en temps réel », confie le cofondateur du site qui est partenaire de Home Exchange, un autre site de troc de



Le français Sailsharing s'est lancé dans la location en ligne de bateaux de plaisance. En 2015, sa flotte devrait atteindre les 500 navires. © SAILSHARING

maisons. « Nous comptons être rentables dès l'an prochain », assure le dirigeant qui travaille sur une seconde levée de fonds, après avoir recueilli en 2013 quelques dizaines de milliers d'euros.

À l'ère de l'économie collaborative, tout se partage et se loue. Même les voitures en stationnement dans les aéroports. Une idée poussée par la plate-forme Tripndrive. Le principe ? Le propriétaire, en instance de voyage, renseigne le site sur ses dates d'arrivée et de départ de l'aéroport où sa voiture sera mise en location à 60% moins cher que le prix usuel du marché. « Nous nous engageons à lui reverser des revenus sur les kilomètres parcourus et à lui assurer la gratuité du stationnement, même si son véhicule n'est pas loué », souligne François-Xavier Leduc, le CEO et cofondateur de Tripndrive. Avant d'être louée, la voiture passe dans un tunnel où elle sera photographiée pour certifier l'état du véhicule. Idem lors de son retour de location. « Notre métier, c'est de créer de la confiance et un écosystème fiable », argue le dirigeant qui a consacré avec ses associés

une centaine de milliers d'euros au lancement de son activité. « Aujourd'hui, nous sommes huit personnes et nous comptons nous développer dans les dix plus gros aéroports français et gagner l'export en 2015. »

Les économies ainsi permises sur l'hébergement et la location de voiture vont, à n'en pas douter, contribuer au développement de nouvelles activités touristiques.

C'est en tout cas la conviction de Frédéric Vanhoutte, l'organisateur des Totec, une conférence internationale axée sur le tourisme et les innovations, dont la sixième édition aura lieu en décembre prochain à Paris. Cet expert en e-tourisme cite l'exemple de la plate-forme WonderfulTime qui met en relation les touristes avec des personnes remarquables afin de vivre des expériences insolites et haut de gamme. Autre exemple : Cookening, le site qui permet d'aller déjeuner chez l'habitant.

Face à ces développements, les acteurs traditionnels n'ont comme alternative que de concocter eux-mêmes des services innovants ou à forte valeur ajoutée. Ainsi le

### Des tests virtuels en 2024

Selon l'étude menée par The Future Laboratory avec le Skyscanner, moteur de comparaison de voyages, dans dix ans le big data et la recherche sémantique vont contribuer à mieux préparer les voyages. Tandis que la réalité virtuelle proposera de tester les séjours avant de les réserver.

### Parisianist, le guide urbain

Le site parisianist.com lance à la fin d'avril la version 2 de son application qui rassemble 400 lieux parisiens testés par la rédaction, et des interviews illustrées. L'internaute fait sa sélection parmi plusieurs critères. Le site se rémunère sur les revenus procurés par les bannières publicitaires.

### 23 milliards d'euros pour l'e-tourisme

Selon l'étude du cabinet d'analyse PhoCusWright, le poids du voyage en ligne continue sa progression. En 2015, le marché français de l'e-tourisme devrait ainsi atteindre 23 milliards d'euros - ce qui portera sa part du marché européen à 18% - contre 21,6 milliards en 2014. Le marché est dominé par Booking.com, Expedia, Odigeo et Orbitz.

loueur Marin d'Eau Douce donne-t-il « le la » avec sa flotte de bateaux électriques sans permis pour naviguer toute la journée sur les canaux parisiens.

Fabriqués en France, ses 15 bateaux accueillent entre 5 et 11 personnes. Le tarif journalier démarre à 150 euros. À bord, une tablette géolocalise les passagers et leur délivre des informations sur les lieux environnants. « Nous nous adressons aux particuliers mais aussi aux entreprises pour lesquelles nous avons conçu des animations comme des chasses au trésor », détaille Olivier Doin, l'un des deux cofondateurs de l'entreprise créée fin décembre 2013. Les deux trentenaires ont consacré 400 000 euros à cette activité qui devrait arriver à l'équilibre d'ici deux à trois ans.

Autre exemple de service innovant, celui de My Phone In Paris qui loue aux touristes étrangers des smartphones (des iPhone 5 en l'occurrence) pour 15 euros la journée (hors assurance). Les clients disposent d'un forfait illimité sur les appels nationaux et internationaux, sur Internet et des applications préchargées (RATP, Vélib, Petit Futé, Facebook, etc.). « Une fois la location du smartphone prépayée sur le site, nous livrons et reprenons gratuitement l'appareil à l'adresse indiquée par le client », explique Jonathan Negrin, le directeur général de la start-up. « Des modèles autres que l'iPhone seront disponibles ultérieurement », annonce le dirigeant qui a déjà investi 15 000 euros dans cette activité. Nous sommes en phase de test, nous espérons trouver des financements pour disposer d'une flotte d'une centaine de terminaux d'ici à six mois ».

## LE PREMIER INCUBATEUR AU MONDE DÉDIÉ AU TOURISME

Bien entendu, l'arrivée des smartphones et des tablettes va contribuer à booster les visites dans les lieux touristiques. My Super Souvenir (MSS) en est convaincu. « Nous proposons aux visiteurs d'un site tou-



ristique de créer et de partager en quelques clics un film souvenir dont ils sont les héros », résume Alex Chinon, designer de formation, CEO et cofondateur de cette entreprise créée en collaboration avec un spécialiste du marketing et un ingénieur en informatique.

Leur modèle repose sur la vente de films personnalisés (une série de clichés de leur visite où leur photo est incrustée), pour un peu moins de 10 euros, de cartes postales et autres produits dérivés.

Par exemple, MSS démarre avec le site du Futuroscope de Poitiers. « En contrepartie, le parc d'attractions reçoit des revenus complémentaires et dispose d'un outil de communication viral », fait valoir le CEO qui prévoit de déployer son offre sur d'autres lieux en France, mais aussi à l'étranger.

À l'instar de MSS, la plupart des entreprises citées dans cette enquête sont hébergées au sein du Welcome City Lab, un laboratoire ouvert depuis six mois à Paris. « Il s'agit du premier incubateur au monde dédié à l'innovation dans le tourisme urbain », revendique Laurent Queige, le délégué général qui accueille déjà 27 start-up avec l'ambition de faire de Paris le leader mondial dans l'innovation touristique. Ce projet est appuyé par sept grandes entreprises (Air France, Amadeus, Galeries Lafayette, etc.) qui veulent stimuler leur propre innovation au contact de ces start-up et repérer les meilleurs talents avant la concurrence. ■

Louer sa voiture laissée au parking de l'aéroport, c'est désormais possible. Avant et après sa location, elle est scannée pour constater l'état du véhicule. © TRIPNDRIIVE



My Phone In Paris loue à la journée des smartphones adaptés aux besoins des touristes étrangers. © CAPTURE D'ÉCRAN WMY PHONE IN PARIS

## LA RÉALITÉ VIRTUELLE ENTRE DANS LES CENTRES CULTURELS

Les centres culturels font aussi leur révolution numérique, comme en témoigne Smartapps. Cette entreprise créée en 2010 a développé une plateforme adoptée par des musées parisiens afin de construire et gérer leurs propres applications. Ce qui permet aux visiteurs de les télécharger sur leur smartphone pour préparer leur visite ou enrichir leur parcours. Forte de ce savoir-faire, l'entreprise a développé avec le musée Jacquemart-André un pilote qui ouvre la voie aux visites virtuelles. « Notre application permet aussi aux visiteurs de se géolocaliser dans le bâtiment », indique Frédéric Durand, directeur associé de Smartapps.

L'entreprise, qui compte 6 personnes dont 3 ingénieurs, consacre 30 % de son chiffre d'affaires en R&D. « Nous explorons les nouveaux usages, comme la géolocalisation Indoor, les visites immersives en 3D », décrypte le directeur associé de l'entreprise, qui prévoit de proposer dans six mois des applications en réalité augmentée via les Google Glass. De quoi intéresser les musées français et étrangers, sachant que l'entreprise a noué un partenariat avec un distributeur britannique qui fournit des services et des produits aux institutions culturelles. ■ É. K.



Dans les musées, le smartphone prend la relève de l'audioguide. © SMARTAPPS

# INNOVONS ENSEMBLE, AVEC bpi**france** ET LA TRIBUNE

## SPOTTER VEILLE SUR VOTRE RÉPUTATION

Spotter scanne chaque jour ce que l'on dit de ses clients sur les réseaux sociaux, dans les médias et dans toute autre source d'opinion. La Commission européenne, Air France, Pages Jaunes ou encore le Ministère de l'Intérieur du Qatar lui font confiance pour analyser leur réputation et comprendre l'opinion des citoyens et des clients. Spotter emploie une trentaine de personnes à Montpellier et à Paris, et est présent au Portugal, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et au Moyen-Orient. « Le marché a atteint une taille significative et il se structure à l'international. Face à la concurrence, nous nous différencions grâce à notre analyse cross-media et à notre gestion de 28 langues, dont le chinois, l'arabe et le russe. Et nous proposons des logiciels adaptés par métier, ce qui les rend faciles à utiliser », explique Ana Athayde, la fondatrice de Spotter. Créée en 1998, suite à expérimentation de deux ans avec le Comité international olympique, la société s'est d'abord consacrée au

service aux entreprises, avant de développer sa propre technologie logicielle, à partir de 2004. « Bpifrance nous accompagne depuis dix ans, via des aides à l'innovation, des avances sur le Crédit impôt recherche mais aussi, depuis l'an dernier, en nous soutenant à l'export. » Ana Athayde rencontre les conseillers de Bpifrance chaque trimestre. « Les équipes de Bpifrance ont une bonne connaissance métier. Ils savent nous conseiller en fonction de nos besoins, et se montrent pédagogues quand il s'agit de nous faire découvrir de nouveaux dispositifs. » Pour accélérer à l'international, Spotter prépare actuellement une levée de fonds de 1,5 million d'euros. « J'envisage de faire appel à Bpifrance dans le cadre de cette opération aux côtés d'investisseurs privés », confie Ana Athayde. C'est l'un de ses deux grands projets cette année, avec la diffusion du nouveau logiciel de Spotter dédié à la détection des risques liés aux entreprises.



Ana Athayde, fondatrice de Spotter

© Spotter

Entrepreneurs, Bpifrance vous soutient en prêt et capital, contactez Bpifrance de votre région : [bpi\*\*france\*\*.fr](http://bpi<b>france</b>.fr)