



Christopher Potter

CEO-VISION LANCE LA VERSION 3 DE SA SOLUTION GOFAST

Cinq ans après sa création, CEO-Vision affiche des références aussi prestigieuses que la Région Auvergne-Rhône-Alpes, l'Agence belge de développement, le ministère des Finances, le groupe Botanic, etc. « Ces beaux contrats ont un peu fait bouler de neige et nous ont donné une belle visibilité », explique Christopher Potter (photo), son fondateur et président. C'est la multiplication des mails, dossiers et fichiers divers gérés par les entreprises qui a conduit cet expert du logiciel – il a notamment dirigé les plateformes de Bourse du Crédit agricole – à imaginer une solution de gestion électronique des documents (GED) collaborative. Baptisée GoFast, celle-ci centralise tous les contenus dispersés entre serveurs, PC, messageries, tablettes, etc. Les doublons sont supprimés ce qui permet de diminuer sensiblement le nombre de fichiers et de faciliter l'accès aux dernières versions des documents. Deux années de travail ont été nécessaires pour développer et

lancer la version 3 de GoFast. « Nous avons rajouté une suite bureautique et des fonctions collaboratives qui nous donneront une position unique en Europe », poursuit Christopher Potter. À la différence des autres solutions du marché, GoFast fait appel à des technologies open source qui sont testées et évaluées avant d'être intégrées à la plateforme. À son actif encore, la puissance de son moteur de recherche et le coût attractif de son offre packagée (initiation des utilisateurs, supervision, mise à jour, assistance, etc.). Basée à Archamps avec un bureau parisien, CEO-Vision emploie une équipe de sept personnes et s'auto-finance depuis deux ans. Elle a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 500 000 euros en hausse de 300 % et pense stabiliser son activité en 2016. Ses priorités ? Commercialiser sa GoFast 3 en France et dans les pays voisins, avant de s'attaquer au marché américain.

Sophie Boutrelle

Textile

TRANQUILLE ÉMILE : UNE NOUVELLE MARQUE FABRIQUÉE EN FRANCE

Basée à Megève, la marque Tranquille Émile vient d'être créée par Samuel Mabboux. Monté il y a un an, son projet vise à produire des vêtements exclusivement "made in France". « J'ai sélectionné mes fournisseurs sur internet avant de les rencontrer », explique le jeune créateur de 22 ans, fort de son diplôme en commerce. La première collection, présentée en novembre, comprend 4 modèles de sweats. Objectif : apporter confort et look détendu.



Les vêtements sont fabriqués dans un atelier à taille humaine installé à Troyes. Les étiquettes sont tissées à Saint-Étienne. La commercialisation et les opérations de logistique sont organisées à partir de Megève.

« Je veux démontrer qu'il est possible d'entreprendre en France aujourd'hui. Je pense que la surconsommation de vêtements de faible qualité fabriqués à l'autre bout du monde a atteint ses limites. Mon but est d'apporter entière satisfaction aux clients, en donnant du sens à l'acte d'achat, avec des lignes intemporelles et des matières résistantes », conclut-il.

Tranquille Émile vise un chiffre d'affaires de 10 000 euros la première année. La marque a lancé une campagne de financement participatif pour tester sa démarche et enregistrer ses premières commandes. Émile, le symbole de la marque est une petite grenouille, bien française, avec ses couleurs : bleu, blanc rouge. Son univers est à découvrir sur : www.tranquilleemile.net

Françoise Lafuma

Impression 3D

LUDEEK PRÉPARE UNE NOUVELLE LEVÉE DE FONDS

Créée en 2014 à Annecy, la société Ludeek prépare une nouvelle levée de fonds pour début 2017. Son objectif est de financer la montée en gamme sur les produits qu'elle commercialise,



des imprimantes 3D destinées à l'industrie, aux secteurs du design, de la santé, à l'architecture, aux sports... L'entreprise a été lancée par Mickaël Bovagnet, commercial de formation et "geek", rejoint depuis juin 2016 par Benjamin Devic. Ingénieur industriel formé en alternance à l'école des Mines de Saint-Étienne, ce dernier a pris 40 % du capital de Ludeek. Les deux associés visent un chiffre d'affaires de 240 000 euros pour 2017, avec une centaine de machines vendues (contre 50 en 2016).

« Notre stratégie est de proposer en même temps la vente et la formation aux machines, afin de rendre autonomes très vite les clients. Nous réalisons une analyse des contraintes et assurons leur accompagnement et leur apprentissage », expliquent-ils. Par ailleurs, Ludeek s'emploie à qualifier une centaine de matériaux pour bien conseiller les utilisateurs. Installée à la pépinière Galileo, la société propose actuellement trois machines de conception française, et une polonaise. « Nous nous préparons à la prochaine étape du marché de l'impression 3D qui passera par une évolution sur les consommables et leur recyclage. »

FL