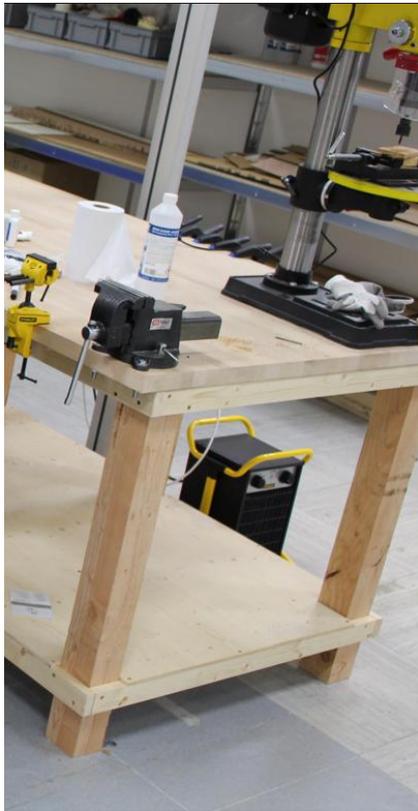


Et rafler à Las Vegas



cié Max Vallet. Photo Yann FORAY

Kickmaker veut promouvoir son offre de consulting et ses réalisations internes

« C'est notre premier CES, on y va pour nous faire connaître, et aussi proposer nos services aux autres exposants du CES ». Telles sont les ambitions de Vincent Despatin, 32 ans, cofondateur de Kickmaker, à l'aune de la tenue du CES. La société, qui compte aujourd'hui une soixantaine de salariés, œuvre principalement dans le domaine du consulting, tant à destination des start-up que des grands groupes. « Nous aidons nos clients dans l'industrialisation de leurs projets hardware, afin de passer du stade du prototype à la production en série. »

« Un programme d'incubation interne »

Son créneau, le high-tech : drones, robots, objets connectés, matériel médical, etc. « Nous travaillons essentiellement avec des clients qui n'ont pas cette connaissance interne, ou alors qui font appel à nous pour des considérations de flexibilité et de rapidité. » Toutefois, si la jeune société, (opérationnelle depuis novem-

bre 2016, avec des bureaux à Paris et Villeurbanne), a fait du consulting son fer de lance, elle est aussi mue par une philosophie particulière, comme le souligne Vincent Despatin : « Nous fonctionnons un peu comme un programme d'incubation interne, qui représente la deuxième facette de notre activité. En effet, nos salariés sont tous de potentiels porteurs de projets, et nous

les aidons dans le développement et l'industrialisation de leurs propres produits, dans l'optique que demain, nos talents prennent leur envol et deviennent eux-mêmes clients de Kickmaker. Ainsi, nous préférons définir Kickmaker comme une communauté, davantage qu'une société. »

Dans ses bagages, Kickmaker emportera donc trois des premières réalisations de ses troupes : un vélo électrique intelligent, un drone orienté grand public, ainsi qu'un powerwall (un mur de batteries) : une solution qui permet de stocker de l'énergie en revendant l'excédent.

Et si Vincent Despatin ne souhaite pas communiquer son chiffre d'affaires, il table sur un exercice 2019 de 10 millions d'euros, « objectif que nous sommes en passe d'atteindre », conclut-il.

Gilles Reyman



■ Eric Elmas et Vincent Despatin, les fondateurs. Photo DR

Meersens va présenter mBox, son boîtier connecté multicateurs à vocation sanitaire

C'est peu dire que Morane Rey-Huet, le cofondateur de Meersens (Lyon 6^e), a la fibre écolo bien ancrée en lui. Cette même fibre que se trouve dans l'ADN de sa société, Meersens, fondée en octobre 2017. Un déclin qui lui vint il y a quelques années, alors qu'il résidait en Chine : « Quand j'habitais à Shanghai, je me suis rendu compte qu'il y avait plein de risques quant à la qualité de l'air, de l'eau, les pesticides, etc. » C'est fort de ce constat, qu'il a mis au point la mBox. « C'est un boîtier connecté, un peu plus gros qu'un smartphone, qui a pour objectif de permettre à tout un chacun de savoir s'il y a des risques sanitaires dans son environnement, que ce soit en termes de pollution de l'air, de pesticide, d'UV, ondes, etc. »

Pour le fonctionnement du boîtier, Meersens a mis au point des capsules qui se connectent au boîtier, baptisées mSens, permettant de tester les différents risques potentiels de l'environnement. « Nous avons aussi développé une application : mCheck, qui permet d'avoir accès à tout un écosystème de services spécifiques à l'utilisateur de la communauté Meersens », souligne le jeune quadra, qui espère réaliser un chiffre d'affaires 2018 de 200 000 euros. Le produit devrait être commercialisé cet été (249 € prix public) en France et aux USA, et Morane Rey Huet ambitionne à terme « d'équiper 20% des foyers français avec notre boîtier. » Sur ces entrefaites, il compte bien sur le CES pour « se confronter à sa communauté. Aussi, nous voulons créer de la visibilité, car nous ambitionnons de devenir un champion français. Enfin, nous y allons afin de se « benchmarker » avec ce qui se fait de mieux dans le domaine ».

G. R.



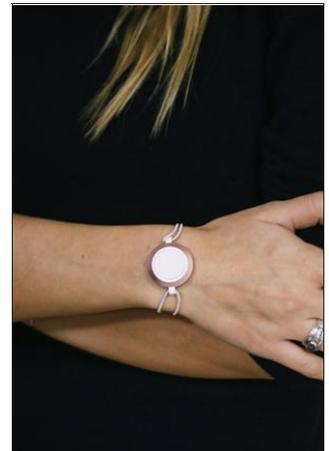
■ Photo DR

Avec son bracelet connecté Heroz, Neptunes veut enrichir l'expérience client

« Pour ce voyage à Las Vegas, nous avons trois objectifs : trouver des investisseurs, trouver des clients grands comptes, et enfin essayer de maximiser nos retombées médiatiques ».

Ce sont en ces termes qu'Arthur Grandgérard, 27 ans, cofondateur de Neptunes, expose ses ambitions pour ce voyage à Las Vegas. Sa société Neptunes, fondée en novembre 2016, y présentera un bracelet connecté, baptisé Heroz, et dont la vocation est de maximiser l'expérience client. « Les usages de notre bracelet Heroz peuvent se décliner dans de nombreux domaines, l'assurance, la santé, la télésurveillance, le secteur bancaire, etc. Les possibilités sont infinies, tout dépend comment le client veut customiser son usage, c'est déclinable à discrétion. Ce qui importe, c'est comment ce bracelet bouton peut maximiser l'expérience client. »

Avec des locaux à Paris et Villeurbanne, Neptunes a réalisé un chiffre d'affaires 2017 de 70 000 €.



■ Le bracelet connecté Heroz. Photo DR

« On ambitionne de multiplier ce chiffre par dix pour l'exercice 2018 », précise Arthur Grandgérard, qui poursuit : « Le produit devrait être commercialisé d'ici mars 2018 ».

G. R.