



CRÉATION D'ENTREPRISES • DES IDÉES AU TOP

> Mélanie Pin, Lookvoiture.com

Une voiture personnalisée en quelques clics

Ajouter la photo de son animal de compagnie, un texte ou un visuel amusant à l'arrière de sa voiture pour un particulier, mais aussi afficher le logo et le numéro de téléphone de son entreprise sur son utilitaire pour un artisan ou un chef d'entreprise, c'est ce que propose une jeune société basée à Marseille, créée par Mélanie Pin. Pour cela, il suffit de se connecter sur Lookvoiture.com, de télécharger son image, d'ajouter du texte, de valider le résultat et de passer commande. Le sticker personnalisé est fabriqué en France et livré quelques jours plus tard. Poser et enlever son sticker ne prennent que quelques instants. Le marquage n'est pas définitif, car les adhésifs sont adaptés à la pose sur carrosserie.



Mélanie Pin



Laurent Ehrhart et
Christophe Hirth

> Laurent Ehrhart et Christophe Hirth, Leadeo

Générateurs de CA sur Internet

L'acquisition de «leads» (contacts qualifiés) est au cœur de la stratégie commerciale de nombreuses entreprises, notamment dans le secteur IT (éditeurs, intégrateurs de progiciels de gestion, SSI et constructeurs). Inspiré d'Amérique du Nord, ce concept de mise en relation entre l'offre et la demande logicielle et matérielle est importé en France en 2009 par deux passionnés de technologies de l'information, Laurent Ehrhart et Christophe Hirth. Leadeo audite les sociétés prospects pour déterminer leurs besoins et qualifier leurs projets, avant de proposer les fournisseurs correspondants. Aujourd'hui, la start-up strasbourgeoise est leader de ce marché de niche, avec des clients comme SAP, Sage ou Cegid et un CA de 1,5 M€.

> Jérémie Peiro et Mickaël Froger, Lengow

Une start-up qui dope le e-commerce

Les deux cofondateurs de la société nantaise Lengow viennent de se voir décerner le prix de l'Entreprise d'Avenir dans le cadre du prix de l'Entrepreneur de l'année 2013. Une récompense qui distingue cette PME née de la rencontre entre ces deux pros du Web chez LeGuide.com. Lengow permet aux e-commerçants d'optimiser l'ensemble de leurs campagnes de diffusion sur les différents canaux à travers une plate-forme unique. Une solution qui a séduit 2.000 clients dont La Fnac, Quiksilver, Decathlon, La Redoute, Smartbox ou Auchan, et généré un CA de 1,6 M€.



Cedric Haisly

Tigrane Seydoux et
Victor Lugger

> Tigrane Seydoux et Victor Lugger, Big Mama

Une autre vision de la gastronomie méditerranéenne

Les deux créateurs de Big Mama viennent de remporter le grand prix des Jeunes Créateurs du Commerce organisé par Unibail-Rodamco. Cette récompense met en avant l'originalité de ce concept de restauration rapide aux couleurs de l'Italie et la Méditerranée et qui propose aux clients de manger un plat de pâtes fraîches artisanales 100% maison, en moins de 10 minutes et pour moins de 15 € dans de larges espaces de restauration ouverts de 200 m². Tigrane Seydoux et Victor Lugger, qui ambitionnent de «donner du bonheur aux gens», qui se sont rencontrés il y a 10 ans sur les bancs de HEC, devraient ouvrir leur premier restaurant à Paris début 2014, suivi d'un deuxième dans l'un des centres commerciaux d'Unibail-Rodamco.



> Patrick Grégoire, Illicado

Il va jouer les Pères Noël !

Patrick Grégoire ne va pas endosser le costume rouge. Pourtant, il y a de fortes chances que beaucoup de Français pensent à lui au moment des fêtes. En effet, ses cartes cadeaux, valables dans un large réseau d'enseignes physiques et sur le Web, se sont imposées sur le secteur. La société s'est positionnée dans un premier temps sur le marché des comités d'entreprise et des cadeaux d'affaires, avant de s'ouvrir aux particuliers. Aujourd'hui, 2 cartes cadeaux multi-enseignes sur 3 sont des cartes Illicado. En 2012, l'entreprise a réalisé un CA de 55 M€ avec un 1 million de cartes Illicado émises et un réseau de 20 sites Internet, 50 enseignes et 6.500 points de vente partenaires. Pour 2013, Patrick Grégoire espère atteindre 70 M€ de CA.



Patrick Grégoire

> Makoto Ishii, Maison Henri Le Roux

Un caramel qui séduit le Japon

Le caramel au beurre salé a vu le jour en 1977, né de l'imagination d'un chocolatier issu d'une lignée bretonne de pâtisseries, Henri Le Roux. Façonné à la main, un peu fruste et cabossé, alliant le moelleux d'un caramel au beurre breton demi-sel, relevé par des éclats d'amandes, de noix et de noisettes, ce bonbon original remporte un vif succès, en France, mais aussi au Japon. En 2006, la maison Henri Le Roux rejoint Yoku Moku, groupe japonaise de pâtisserie haut de gamme. C'est un jeune japonais, Makoto Ishii, qui assure la direction générale, alors que la production est supervisée par Julien Gouzien, un Breton originaire de Douarnenez formé par Henri Le Roux lui-même. Si la fabrication est toujours réalisée en Bretagne, des boutiques ont ouvert à Paris, mais aussi à Tokyo et Osaka. L'entreprise réalise un CA de 1,2 M€, dont 20% au Japon.



Makoto Ishii et
Julien Gouzien

