

PROPTech

10 START-UP DE L'IMMOBILIER À SUIVRE EN 2018



P 4 /

PAULINE DUVAL, Directrice générale du Groupe Duval

“ Les start-ups sélectionnées ici le montrent, les transferts d'idées et de technologies sont à la base de la disruption immobilière. ”

P 6 /

RÉGIS CHEMOUNY, Responsable secteur Real Estate & Hotels

“ Les Proptech sont venues bousculer l'industrie immobilière. ”



PAULINE DUVAL
Directrice générale du Groupe Duval

Des évolutions constatées au niveau mondial certes, mais plus récemment et tout particulièrement en France.

En effet, **l'année dernière a affiché un record sur le marché mondial des levées des fonds en capital-risque** qui ont atteint une valeur agrégée globale de 182 mds\$, soit une augmentation annuelle de +28 %. Il s'agit d'une évolution considérable de cette activité déjà inscrite dans une trajectoire de croissance constante depuis 2010^[1]. La France en est certainement l'un des principaux vecteurs de développement, les investisseurs ayant retrouvé confiance grâce à une politique proactive en matière d'innovation qui a su créer des conditions de marché favorables à la prise de risque et à l'entrepreneuriat. **Cette performance est révélatrice de deux dynamiques.**

D'un côté une vraie mutation que je salue. La multiplication des fonds levés entraîne une multiplication d'initiatives innovantes et donc de changements structurels de notre économie. L'immobilier, ce segment trop souvent perçu comme « immobile », conservateur et inscrit dans de cycles longs, a su se réinventer et se transformer en profondeur. **Il s'impose désormais comme une plateforme d'innovation** qui a su absorber des mutations technologiques et sociétales et s'inspirer de celles d'autres secteurs considérés comme plus dynamiques, à l'instar de la FinTech. En effet, les start-ups sélectionnées ici le montrent, **les transferts d'idées et de technologies sont à la base de la disruption immobilière** : la connectivité des bâtiments permet des interactions en temps réel, les transactions immobilières sont facilitées et accélérées grâce à une désintermédiation technologique, les droits de propriété fluidifiés, un contrôle du patrimoine optimal est possible grâce à des systèmes centralisant, traitant et sécurisant les

“ **Les start-ups sélectionnées ici le montrent, les transferts d'idées et de technologies sont à la base de la disruption immobilière.** ”

données, le travail collaboratif et la mobilité sont portés par une nouvelle conception de l'espace et des usages, le crowdbuilding ou la construction collective s'inscrit dans une économie de partage...

D'un autre côté, un réel besoin d'accompagnement. En effet, il ne faut pas perdre de vue le fait que la multiplication des initiatives s'accompagne de celle des échecs. Et le taux particulièrement élevé d'échec constaté s'applique souvent dans le cas des start-ups qui ont pourtant été financées. Certes, cette réalité s'inscrit dans la logique-même de la prise de risques, inhérente à ce segment du capital investissement. Mais elle est également révélatrice d'un réel besoin de ces sociétés émergentes d'être accompagnées et aidées à avancer sur le long terme. **Une méthode reposant sur les partenariats durables me paraît donc essentielle pour donner les meilleures chances aux projets innovants et voir chacune de ces sociétés se positionner parmi les leaders de leurs marchés.** C'est également un moyen efficace de **réduction des risques, tant au niveau des entrepreneurs que des investisseurs, et bien évidemment au niveau du marché global dont la santé et la soutenabilité nous concerne tous.**

Nous avons pu expérimenter cette approche dans le cadre de notre Groupe familial. Notre stratégie actuelle repose sur un accompagnement actif et durable de nos participations et d'un alignement d'intérêts entre l'ensemble des parties prenantes. D'où l'importance primordiale que nous attachons à la dimension humaine dans le choix de nos investissements. Nous avons fait le choix de mettre ainsi à disposition des entrepreneurs un accompagnement sur mesure sur les métiers historiques du Groupe dont nous bénéficions d'une expertise et d'une valeur ajoutée éprouvée.

Dans ce cadre, nos échanges sont ainsi fondés sur une approche réactive appuyée sur l'expérience familiale de notre Groupe afin d'accélérer la croissance des participations en fonction de leurs besoins spécifiques. Nous visons à établir de véritables partenariats avec des sociétés agiles et innovantes qui partagent nos valeurs et nous inspirent à leur tour. **C'est ce que j'appelle une approche entrepreneuriale du financement de l'innovation.**

J'ai la conviction que nous intervenons à un moment clé de l'émergence des grands acteurs de l'innovation de demain. Il convient aujourd'hui de leur donner tous les moyens et renforcer cette étape d'élargissement du marché du capital-risque par un vrai effort d'approfondissement. La clé de l'avenir de notre secteur immobilier me paraît davantage résider dans cette démarche.

L'année dernière notre première édition du Livre Blanc RealEstech était inspirée d'une conviction simple selon laquelle l'immobilier mérite sa Silicon Valley à la française. En l'espace d'un an, le segment du capital-risque a subi des changements majeurs. **On constate désormais, dans les conditions actuelles du marché, que le véritable besoin consiste moins dans le financement des initiatives innovantes que dans leur accompagnement comme axe prioritaire et pérenne de l'action. C'est le message que cette édition du Livre Blanc souhaite délivrer.**

Notre Groupe, depuis 2014, a fait le choix d'une stratégie axée sur l'innovation. La décision d'investir dans des sociétés en phase de démarrage à fort potentiel de développement révèle notre engagement de nous adapter en permanence et en temps réel à un environnement qui évolue de manière accélérée. Elle reflète aussi notre envie de partager notre passion entrepreneuriale, telle que nous la vivons au quotidien, avec des jeunes entreprises qui prennent des risques et ont le courage d'imaginer et de créer le monde de demain. Notre Groupe a ainsi pu être à la fois **acteur et témoin d'évolutions structurelles intervenues dans l'écosystème du capital-risque.**



RÉGIS CHEMOUNY, FRICS
Associé KPMG
Responsable secteur Real Estate & Hotels
Co-auteur du baromètre KPMG Real Estech (janvier 2018)

“ 2018... les Proptech sont venues bousculer l'industrie immobilière ! ”

Plus que tout autre secteur, l'industrie immobilière s'est toujours montrée résiliente à l'innovation et aux modèles disruptifs. Pourtant 2017 et plus encore 2018 ont vu émerger **des Proptech qui, à l'instar des Fintechs ou de l'e-commerce, sont venues bousculer le paysage si bien structuré de cette industrie.** Aujourd'hui, le dynamisme des Fintechs ou le pouvoir marchand d'enseignes telles qu'Amazon ou Alibaba témoignent de la pertinence du modèle.

On peut penser qu'il ne s'agit pas de simples changements incrémentaux mais **d'une réelle révolution industrielle.** Près de 3 milliards de dollars ont été levés en 2016 au niveau mondial sur les Proptech, 12 milliards en 2017 et près de 20 milliards en 2020 selon les experts de KPMG.

Selon la même étude mondiale de KPMG (Global Proptech Survey 2017) menée auprès des principaux décideurs de l'industrie immobilière dans 36 pays du monde, **la nécessité de prendre le virage de l'innovation est unanime.** 92 % des personnes interviewées dans l'industrie immobilière considèrent que le changement sera significatif voire majeur pour leur activité. 74 % des décideurs de l'immobilier estiment que les processus de transformation digitale et d'innovation technologique s'est accéléré dans leur secteur depuis les 12 derniers mois. 86 % des entreprises voient une opportunité de développement dans ces nouveaux projets de transition numérique. Plus de 62 % des dirigeants de l'immobilier perçoivent de plus en plus les Proptech comme des outils facilitateurs. Près de 24 % des acteurs ont défini une stratégie digitale claire et bien identifiée.

Dans toute révolution industrielle, trois étapes guident le changement. La première est une étape de disruption frontale, où de nouveaux acteurs précédemment inconnus viennent « chahuter » le secteur. La seconde étape est une phase d'acceptation, où les acteurs « corporate » de l'industrie cherchent à renforcer les acquisitions ou à développer leurs propres modèles d'innovation. La troisième étape est celle de d'adoption pure et simple par l'ensemble des utilisateurs.

La France appréhende bien le phénomène et suit sans conteste le mouvement... Selon le dernier baromètre KPMG-Real Estech, le nombre de Proptech a augmenté en 2017 de plus de 188 % depuis 2013 ! La 4^e révolution industrielle redessine les frontières et les relations entre le monde digital et les environnements tangibles. **L'émergence de technologies nouvelles et la digitalisation de la société redéfinissent la manière dont nous travaillons, effectuons nos achats et tout simplement vivons au quotidien.** La connectivité est cruciale à chaque instant de la journée et cela comporte des incidences pour toutes les classes d'actifs immobiliers.

L'immobilier ne se résume plus à un rapport de forces entre bailleurs et locataires. Le bailleur doit désormais apprécier la dimension des services proposés et notamment la dimension technologique (Data & Analytics, Intelligence artificielle, IoT...).

Il s'agit également d'un réel changement culturel. Autrefois perçu comme un bien tangible avec ses propres modèles industriels, l'immobilier est devenu une prestation

de services comme une autre. C'est pourquoi le focus utilisateur/client final prend le pas sur la qualité intrinsèque de l'actif (« location, location, location »). Cela est rendu possible grâce à la révolution technologique irréversible (big data, D&A, blockchain, réalité virtuelle, intelligence artificielle, objets connectés...). Cette révolution technologique concerne tous les piliers de la chaîne de valeur de cette industrie, du financement à la construction, en passant par la gestion et l'occupation. Dans ce cas, l'innovation technologique devient disruptive.

Les modèles alternatifs deviennent courants et les modèles disruptifs font partie intégrante de toute activité économique. Il s'agit désormais de capitaliser sur les données (« Re Fintech »), intégrer les modèles de smart cities pour une performance optimale (« Smart Re »), naviguer au sein des nouvelles technologies, avec ce focus consommateur/utilisateur.

L'exigence d'un service personnalisé et d'une expérience client/utilisateur unique constitue une incitation au changement. Les clients des centres commerciaux peuvent recevoir des offres personnalisées via leurs applications mobiles. Les employeurs eux, font de leur espace de travail un atout discriminant pour le recrutement des meilleurs talents.

L'agilité ainsi que la flexibilité demeurent des préoccupations majeures, comme en témoignent le succès du click & collect dans le retail, ou du modèle économique de WeWork dans les bureaux. Il faut accorder les modes de consommation ou de travail avec les nouvelles « générations » et les millennials qui représentent dans certains secteurs plus du tiers des effectifs. Les logements, eux, doivent être connectés et permettent d'y travailler, compte tenu de la « porosité » entre les vies privées et professionnelles.

Les espaces doivent être à usage mixte. Les centres commerciaux deviennent des centres de destination où les projets d'espaces de loisirs (cinémas, salles de sport...) les plus ambitieux voient le jour. Les bureaux sont désormais le reflet d'un mode de vie. On y installe des commerces de proximité en bas des tours. **Les espaces de travail doivent être flexibles et facilement adaptables au regard des fluctuations économiques, des évolutions démographiques ou sociétales.** Aussi, commerces et bureaux doivent s'inscrire dans des smart cities... Au regard de ces éléments endogènes (évolution des facteurs démographiques, urbanisation constante, nouveaux modes de consommation et de travail...) et exogènes (innovations technologiques, digitalisation de la société...), une révolution lente mais certaine est engagée.

On peut anticiper certaines évolutions réglementaires qui ne constitueront plus des barrières à l'entrée mais des atouts pour de nouveaux acteurs plus agiles.

Pour certains des acteurs traditionnels de l'industrie immobilière, le défi de l'innovation reste à relever et il convient de s'y préparer au plus vite. Différentes questions nécessitent d'être prises en considération, afin de mener au mieux ce projet de transformation vers un nouvel écosystème digital. L'innovation doit être en adéquation avec les objectifs de développement de l'entreprise à court, moyen et long terme. 89 % des entreprises traditionnelles de l'immobilier considèrent qu'elles vont devoir collaborer avec les Proptech, pour s'adapter à un environnement changeant, selon la KPMG Global Proptech Survey 2017.

Aujourd'hui, la notoriété croissante des Proptech a eu le mérite d'instaurer dans cet écosystème, une même langue, celle de la valeur ajoutée et de la performance.

Si le marché des Proptech se montre dynamique et que des fonds dédiés émergent, il ne faut pas oublier la genèse de l'histoire. En effet, la levée de fonds ne signifie pas forcément réussite industrielle.

La disruption doit être imposée par les consommateurs et les utilisateurs finaux. **Les nouvelles technologies vont s'imposer parce qu'elles répondent à des besoins utilisateurs et ont pour seuls objectifs d'améliorer la performance, renforcer la satisfaction des consommateurs et fluidifier les processus décisionnels.** Elle doit être suivie par le plus haut niveau décisionnel de l'entreprise, ce qui nécessite certains ajustements culturels, notamment en termes d'agilité et de profils de recrutement. Il s'agit de revoir le profil des personnes recrutées et le mode de gestion des talents. La maîtrise des bases de données devient également dans certains secteurs d'activité cruciale, alors même que la réglementation relative à la protection des données se renforce, dans le cadre du nouveau règlement européen « GDPR ».

L'innovation n'est plus un mot tabou dans l'industrie immobilière, et reste convaincu que le succès du modèle passera par une « cross-fertilization » entre le monde des Proptech et les acteurs traditionnels dits « corporate », qui ont appréhendé la nécessité d'être des acteurs agiles et **d'être pleinement engagés sur les sujets de l'innovation.**

10 témoignages de start-up





BAZIMO

CHLOÉ RAYSSAC
Co-fondatrice - Présidente

👉 Qui êtes-vous ?

J'ai une formation d'ingénieur généraliste spécialisée dans le bâtiment avec un diplôme du MS Management urbain et immobilier de l'ESSEC. Pendant 3 années, j'étais au cœur des métiers de la gestion de patrimoine tertiaire en tant qu'asset et property manager notamment. Issue d'une famille d'architecte, j'ai observé toute ma vie les bâtiments, leurs spécificités et leurs occupants, avec passion, en essayant toujours de comprendre leurs fonctionnements.

👉 Comment est née votre idée ?

C'est en travaillant dans la gestion et plus précisément lors de mes années en Property Management que j'ai pu observer l'évolution des métiers de l'immobilier et les difficultés croissantes de communication, de gestion des informations, de conservation des historiques concernant les immeubles et les parcs.

Aujourd'hui, les propriétaires de patrimoine n'ont pas en leur possession toutes les données et informations de leurs actifs. Les informations sont souvent dispersées et non sécurisées déjà au niveau de l'équipe de gestion et plus largement au niveau des nombreux prestataires. Bazimo vient répondre à ces problématiques en centralisant, synthétisant, analysant et sécurisant les données et les échanges au sein d'un immeuble.

👉 Comment la pitchez-vous ?

À l'heure actuelle, la grande majorité des propriétaires de patrimoine immobilier n'optimise pas leurs données. Or, nous savons que la gestion et l'analyse de ces données cruciales permettent d'avoir un meilleur contrôle du patrimoine, de diminuer les risques financiers et techniques et d'optimiser les processus de gestion.

Bazimo vient réinventer le modèle de gestion de patrimoine immobilier classique en proposant une solution 100% web qui s'adapte à tous les bailleurs. Notre application rassemble et synthétise l'ensemble des informations et facilite la prise de décision par l'extraction d'analyse sur mesure.

Bazimo vient connecter les acteurs d'un immeuble avec pour objectif d'améliorer la productivité et de fluidifier les échanges d'informations et de documents y compris avec les locataires. Nous proposons une nouvelle vision du métier, plus collaborative, permettant à l'équipe de gestion de gagner en productivité et en rendement tout en valorisant leurs actifs et leur image auprès des occupants.

👉 Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Notre modèle économique est composé d'une offre d'accompagnement de nos clients au changement comprenant un audit, une configuration sur mesure et la formation des équipes. Notre logiciel est commercialisé sous forme SaaS.

Une fois cette étape passée, nos clients gèrent de façon autonome leurs abonnements annuels par immeuble. Nous sommes présents au quotidien pour les aider à prendre en main rapidement la solution et les épauler dans l'intégration de leurs données immobilières.

Nous apprécions nous référer souvent à Slack. Nous voyons la gestion d'un immeuble de la même façon que la gestion d'un projet et souhaitons construire de vraies équipes autour de chaque immeuble. L'aspect collaboratif est primordial tout comme la flexibilité d'usage de nos clients. La satisfaction de leurs exigences métier est au cœur de nos priorités.

👉 Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Nous nous sommes fait connaître à l'origine grâce à l'appel à projet du PTNB sur les carnets numériques puis nous avons utilisé des canaux variés pour étendre notre petite notoriété (les salons et les retombées presse, les réseaux sociaux, les récompenses obtenues lors de concours, etc.). Notre approche utilisateur, notre connaissance des métiers et notre vision nous ont permis de tisser des liens avec de nombreux acteurs qui croient en notre vision.

🗨️ Où serez-vous en 2020 ?

Notre souhait est de poursuivre notre développement en France et d'y asseoir notre position de leader, d'ici 2020, tout en faisant croître notre présence sur le marché international.

👉 Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

La vision : Notre solution actuelle constitue la fondation technologique d'une vision plus ambitieuse de l'évolution des métiers de l'asset et du property management.

La persévérance de l'équipe est un facteur clé opérationnel tout comme peut l'être l'écoute de nos clients. Nous apprécions avoir une vision convergente et avancer tous ensemble pour ne pas perdre de temps.

La qualité de l'équipe et nous avons appris à nous entourer de conseils experts et de start-up de secteurs divers pour échanger sur nos problématiques et apprendre des expériences des autres.

👉 L'erreur que vous ne commettez plus ?

Penser que c'est acquis avant que ce soit signé. La digitalisation est un réel enjeu stratégique pour une entreprise. Elles ont besoin de soutien et de conseils avant d'envisager l'action et l'accompagnement est primordial pour arriver au bout du processus.

👉 Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

Il y en a beaucoup mais s'il fallait choisir je dirai le jour où le Plan de Transition Numérique du Bâtiment nous a annoncé que nous étions lauréats de l'Appel à Projet « carnet numérique », lors du SIMI 2016. Cet événement a signé le début de notre aventure et nous a conforté dans notre vision.



Création en septembre 2016

5 salariés



COMET MEETINGS

VICTOR CARREAU
Cofondateur & CEO

③ Qui êtes-vous ?

Victor Carreau, Maxime Albertus et Nicholas Findling, co-fondateurs de Comet Meetings.

③ Comment est née votre idée ?

Anciens consultants chez McKinsey et Bain, nous avons organisé, animé et participé à des centaines de séminaires. L'offre de lieux de réunion hors des murs des entreprises ne nous convenait pas : des lieux sans âme, peu propices à la créativité ou trop statutaires. Alors nous avons décidé de proposer une alternative qui nous ressemblait vraiment.

③ Comment la pitchez-vous ?

Comet Meetings fait aux salles de réunion d'hôtels ce que WeWork a fait aux offres de bureaux flexibles comme Regus : repenser et révolutionner une offre existante qui ne répond plus aux besoins du marché. Notre marché est celui des réunions longues et des séminaires (comités exécutifs, réunions d'innovation, formations, réunions d'équipes).

Nous créons et opérons des salles de réunion « à la facebook » et « à la google », à destination des 99,9 % d'entreprises qui ne sont ni facebook ni google, en alliant un environnement inspirant et un service pensé dans ses moindres détails pour permettre aux participants d'évoluer dans un cadre stimulant leur productivité, leur créativité et leur bien-être. Le tout en plein centre de Paris dans des bâtiments dédiés aux réunions et séminaires, pour permettre à tous nos clients de déconnecter sans besoin de quitter Paris.

③ Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Notre business model est le suivant : nous louons des bâtiments de bureaux sur le long terme (une dizaine d'années), investissons significativement en travaux pour en faire des lieux de travail exceptionnels, et louons nos salles de réunion à des groupes différents chaque jour. Notre entreprise modèle est probablement WeWork, fondée en 2010 à New-York et qui avec ce même business model a révolutionné les bureaux/postes de travail aux Etats-Unis et maintenant dans le monde.

③ Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Nous avons mis sur pied une équipe dédiée à la commercialisation de nos espaces, qui accompagne chacun de nos clients pour les aider à tirer le meilleur de leur réunion : il existe selon nous une science de la réunion réussie et nos « Meeting Scientists » sont là pour vous guider ! Depuis l'ouverture de notre premier bâtiment, le bouche-à-oreille a été un deuxième moteur puissant pour nous faire connaître. Les clients venus chez nous réservent à nouveau et en parlent très largement autour d'eux : voici enfin une offre très simple à réserver mais qualitative, qui propose une expérience pensée dans ses moindres détails tout en restant à la portée de tous les budgets. Nos investisseurs sont fans de Comet Meetings et contribuent également à nous faire connaître, en parlant très largement de nous autour d'eux.

“ Où serez-vous en 2020 ?

Nous visons de **devenir la référence des lieux de réunion et de créativité en France**, et implantés dans plusieurs pays européens. ”

③ Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

Indéniablement, il existe plusieurs KSF mais l'un d'eux se situe au-dessus de tous les autres. Une équipe de fondateurs soudée et ultra-complémentaire est la clé d'une belle et durable réussite. Entourez-vous idéalement de co-fondateurs partageant le même mode de fonctionnement et la même ambition que vous mais présentant une réelle complémentarité de compétences. Assemblez ces éléments et vous partirez d'un très bon pied. C'est ce qui nous caractérise tous les trois et nous impressionne encore près de deux ans après le lancement de Comet Meetings. Nous avons probablement trouvé l'équipe idéale.

③ L'erreur que vous ne commettrez plus ?

De ne pas s'entourer dès le début des meilleurs conseils extérieurs, quels que soient les champs d'expertise concernés. Vous n'avez pas le temps, en tant que fondateur ou employé d'une jeune structure, de devenir des sachants dans des domaines très spécifiques afin de vérifier l'avis des experts extérieurs que vous sollicitez (droit, sujets réglementaires, etc). Vous devez suffisamment connaître ces sujets pour être en mesure d'orienter précisément et de challenger vos experts sur les points stratégiques pour votre entreprise, mais ne pas essayer de devenir vous-même expert. Vous n'avez pas le temps, mais devez libérer le maximum de votre bande passante afin de faire ce que seul vous êtes en mesure de faire. Malheureusement, tous les conseils que vous trouverez ne seront pas toujours au niveau d'exigence que vous devez en attendre. Alors prenez les meilleurs afin de ne pas avoir besoin de repasser derrière eux, et investissez votre temps précieux sur d'autres sujets critiques pour votre entreprise. Le surcoût sera largement absorbé par votre gain en productivité et le fait d'éviter une frustration inutile.

③ Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

Nous en avons tellement... L'ouverture de notre premier bâtiment au 8 rue Torricelli dans le XVIIème et voir nos premiers clients repartir heureux, après une journée de réunion, avec le sourire aux lèvres et l'envie de revenir. Chacun de nos recrutements, pour lesquels nous nous impliquons tous les trois, qui n'ont fait que renforcer à chaque fois notre culture d'entreprise, déjà très forte. L'incroyable support de nos investisseurs, disponibles lorsque nous avons besoin d'un conseil mais qui nous laissent toute notre liberté entrepreneuriale car ils croient en notre vision pour Comet Meetings. Chaque jour que nous vivons est une journée intense, avec ses difficultés mais son énorme part de bonheur également. Nous n'avons qu'une hâte : d'écrire la suite.



www.comet-meetings.com



2016 date de création

20 salariés

1 500 m² taille du premier bâtiment
Comet Meetings, 8 rue Torricelli (Paris 17^e)

20 000 clients ayant effectué des réunions
depuis l'ouverture du premier bâtiment

10 M€ levés à date
(dont Série A de 8 M€ en mars 2018)



CONSTRUCTIONS 3D

ANTOINE MOTTE
Président

👉 Qui êtes-vous ?

Basée à Valenciennes Constructions 3D met sur le marché une solution complète d'impression 3D sur site, à l'usage du bâtiment / Travaux publics. Nous développons une imprimante 3D capable d'imprimer des structures sur une surface de 250 m² et une hauteur de 8 mètres. Son architecture permet à l'imprimante d'être légère (2,3 T) et très compacte (0.75 x 1.95 x 3.2m) une fois repliée, et donc aisément transportable notamment grâce à ses chenilles qui la rendent autonome. Placée au centre de l'ouvrage à réaliser, l'imprimante imprime autour d'elle grâce à sa structure mécanique de type polaire avec une précision de l'ordre du centimètre. Une fois l'ouvrage imprimé, les dimensions de la machine lui permettent de sortir par la porte de l'ouvrage.

👉 Comment est née votre idée ?

Le projet est né de l'imagination d'un designer belge et d'un ingénieur du bâtiment, respectivement Gaël Collaro et Antoine Motte dont la rencontre et les valeurs initiales sont d'apporter une solution pragmatique, efficace et rapide au problème mondial du mal-logement. Très vite une équipe technique a été constituée afin de faire des études de faisabilité, ainsi que des tests à différentes échelles. Au début le coût financier du projet est supporté par Machines-3D, revendeur de solutions technologiques 3D. Au vu de l'intérêt grandissant constaté sur ce projet, l'arrivée à l'échelle 1 et la nécessité du déploiement d'une équipe de développement spécifique pour ce projet de haute technicité, la société Constructions 3D a été fondée par 3 ingénieurs et un expert partageant les valeurs initiales sans sous-estimer le chemin à parcourir pour y arriver.

👉 Comment la pitchez-vous ?

De nombreux secteurs ont déjà profités de l'automatisation de leur process, et des avantages de la troisième révolution industrielle. Le projet construction 3D réconcilie le monde du génie civil et l'automatisation des tâches en proposant un nouvel outil, conçu et développé en France, afin de réaliser des éléments de structures, directement sur site, en repensant totalement la chaîne logistique.

👉 Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Comme beaucoup de start-up le produit high tech que nous développons est relativement onéreux, mais l'ambition est bien de rendre ces machines accessibles au plus grand nombre et par effet ricochet disrupter le coût des constructions.

👉 Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Notre communication est avant tout axée sur des nouveaux vecteurs de diffusion, basés sur les technologies liées au Web, tout en utilisant des procédés plus classiques tels que les articles de presse, friand de nos activités, ainsi que les salons spécialisés.

👉 Où serez-vous en 2020 ?

Nos ambitions à court terme sont d'évoluer vers un nombre croissant d'emplois pour améliorer nos techniques et programmes. Nous imaginons atteindre un effectif de 20 salariés et un CA de 5 Millions d'euros en 2020.



www.constructions-3d.com



“ Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

Nous pensons chez constructions 3D qu'un **facteur clé de réussite est de s'amuser au travail**, c'est l'assurance de ne jamais travailler. ”

👉 L'erreur que vous ne commettez plus ?

Pour une start-up, développant un produit innovant, une erreur facile à faire était de présumer que nos premiers clients seraient prêts à abandonner totalement les méthodes utilisées jusque là. Aujourd'hui nous avons une vision différente, cet outil ne doit pas servir à remplacer des procédés, mais il doit intervenir en complément des méthodes traditionnelles.

👉 Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

L'une de nos plus belles réussites, a été d'imprimer un mur plus grand que nous-mêmes le jour de la visite de l'épouse de Nader Khalili, l'architecte iranien/californien inventeur des « SandBag Shelters » en construction super-Adobe. Il fut parmi les premiers à imaginer l'impression 3D appliquée au bâtiment et une vraie source d'inspiration pour nos travaux.



Créateur de solutions technologiques d'impression 3D appliquée au bâtiment.



FINALCAD

JIMMY LOUCHART
JOFFROY LOUCHART
DAVID VAUTHRIN
Cofondateurs

③ Qui êtes-vous ?

Nous sommes FINALCAD, créé en 2011 par Jimmy Louchart, Joffroy Louchart et David Vauthrin. Aujourd'hui nous sommes plus de 130 à changer la façon de construire, en Europe (bureaux à Paris, Lyon, Madrid), en Asie (bureaux à Singapour et Tokyo) et Amérique Latine. Nous sommes le partenaire de la transformation numérique pour la construction, les infrastructures, l'énergie et les concessions.

③ Comment est née votre idée ?

De 2007 à 2010, les trois cofondateurs ont passé beaucoup de temps sur les chantiers, à observer les bonnes et les mauvaises pratiques du terrain. En particulier, ils font le constat de processus archaïques basés sur le papier, qui sont sources de lenteur et d'incompréhension entre les acteurs de la construction. En 2010, les iPad de première génération apparaissent, rendant possible une numérisation des plans et des processus métiers, réellement exploitable sur les chantiers. FINALCAD était né.

③ Comment la pitchez-vous ?

Notre ambition est simple, mais disruptive : nous voulons changer la façon de construire. L'industrie de la construction a perdu en productivité depuis plus d'un demi-siècle, et fait partie des secteurs les moins numérisés de l'économie. Le monde change vite, et notre façon de construire doit s'y adapter. Le numérique va permettre de rattrapper l'écart, mais il faut aussi prendre en compte le facteur humain (accompagnement au changement) pour une transformation numérique réussie. Une fois le numérique en place, on peut générer la data, qui change tout : avec la data, l'industrie de la construction va pouvoir apprendre de projet en projet, optimiser, et s'améliorer.

③ Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Nous avons démarré FINALCAD avec un premier modèle économique simple et adapté au métier du bâtiment : nous vendions le logiciel au m², chantier par chantier. Contrairement à la plupart des éditeurs de logiciels, nous n'avons pas de modèle économique à l'utilisateur, car selon nous ce modèle freine la diffusion de la transformation numérique. Plus récemment, et alors que les entreprises du BTP ont gagné en maturité numérique, nous proposons désormais des partenariats pour une numérisation globale de tous les projets d'une entreprise. Le premier à avoir franchi le pas est le Groupe Eiffage, qui a pour objectif de numériser 100% de ses projets avec FINALCAD d'ici à 2020. Eiffage préfigure ainsi l'évolution de l'entreprise de BTP qui a réussi à se moderniser. Nous regardons aussi de près l'évolution de Kattera, que l'on pourrait qualifier de « Tesla de la construction ».

③ Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

En France, notre adoption initiale par le terrain a généré beaucoup de bouche à oreille qui a permis de diffuser FINALCAD largement. Pour l'international, nous avons en France la chance d'avoir des majors du BTP qui ont un fort rayonnement international. Par exemple, notre première référence à Singapour était le Sports Hub, réalisé par Dragages (filiale de Bouygues Construction). A partir de ces références, nous avons ensuite étendu notre réseaux de clients locaux. Aujourd'hui, nous avons numérisé et accompagné à ce jour plus de 20,000 projets dans 35 pays.

“ Où serez-vous en 2020 ?

En 2020, nous prévoyons d'être 300 collaborateurs et dépasser les 100 000 projets dans le monde, avec une démarche de numérisation globale des entreprises de la construction. Nous préparons actuellement une 3^e levée de fonds pour accélérer vers ces objectifs. ”

③ Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

L'humain est un facteur clé car il est au cœur du changement. Mais c'est aussi le principal frein à la transformation numérique. Nous établissons des « partenariats » avec nos clients (et non des simples logiques client-fournisseur) car il faut un engagement réciproque pour la réussite de la transformation numérique. De notre côté, nous mettons un accent particulier sur les étapes de déploiement : la sensibilisation, la formation, le suivi de l'usage du numérique. De son côté, l'entreprise qui souhaite se numériser doit identifier et valoriser un réseau interne d'ambassadeurs, de « champions numériques », et créer des opportunités de partage de bonnes pratiques entre les différentes branches, régions et projets.

③ L'erreur que vous ne commettrez plus ?

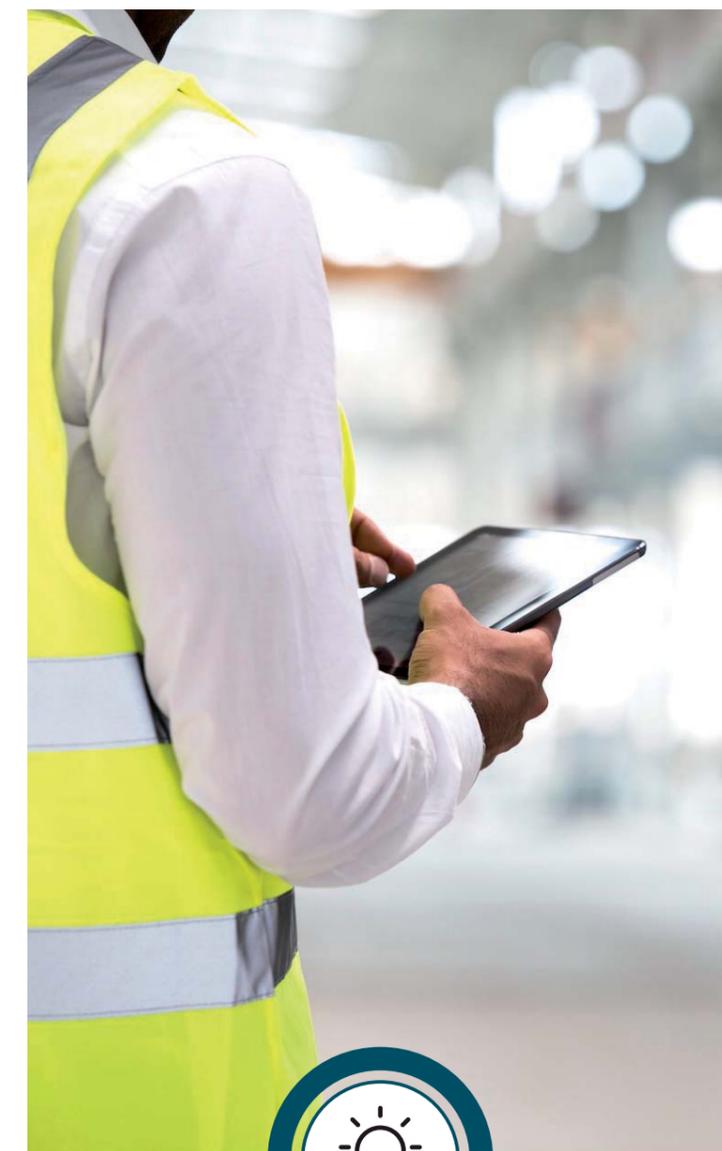
En 2015, nous avons publié L'Observatoire de la Construction FINALCAD, une étude sur la qualité de construction qui s'appuie sur des données anonymisées d'intérêt général. L'étude elle-même a connu un vif succès, mais nous aurions dû communiquer avec plus de pédagogie sur les enjeux des data. Nous avons alors publié une charte d'éthique d'utilisation des données, qui clarifie nos engagements sur la confidentialité des données de nos clients, et les données d'intérêt général qui sont utiles pour faire progresser le secteur dans son ensemble.

③ Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

Après notre 2^e levée de fonds en septembre 2016, nous avons réuni l'ensemble des collaborateurs (nous étions alors une soixantaine). Nous espérons bientôt renouveler cette grande réunion, en étant deux fois plus nombreux !

FINALCAD

www.finalcad.com



FINALCAD est un leader mondial de la transformation numérique pour la construction, l'infrastructure, l'énergie et les concessions. L'association unique d'apps, d'accompagnement au changement et des data permet aux acteurs du BTP de changer leur façon de construire. Depuis 2011, FINALCAD a accompagné plus de 20 000 projets dans 35 pays et levé plus de 20 M\$ de fonds.



GROUPE BAP

CLÉMENT ALTERESCO

Fondateur

“ Qui êtes-vous ?

Aujourd'hui je me définis comme un entrepreneur.

Quelqu'un qui aime concrétiser des idées en projet. Avec une préférence pour des idées qui ont un sens et qui font progresser notre société. ”

⌚ Comment est née votre idée ?

Comme souvent, à l'origine de BAP il y avait un problème simple à résoudre : trouver des colocalitaires pour notre bureau. En 2007, l'entreprise dans laquelle je travaillais s'est installée dans des bureaux plus grands. En attendant de recruter de nouveaux talents, certains bureaux étaient vides. Lorsque nous avons cherché des moyens de les proposer à la location à d'autres entreprises, nous n'avons rien trouvé ! C'est de cette manière que j'ai créé Bureaux À Partager. Puis chemin faisant, nous avons étoffé les services de l'entreprise, d'autres activités sont nées et nous avons créé le Groupe BAP.

⌚ Comment la pitchez-vous ?

Le Groupe BAP a pour mission de réinventer le travail. Notre premier enjeu est l'espace de Coworking qui est le fil rouge de nos différentes activités : nous créons des espaces de Coworking (Morning Coworking), nous aidons les entrepreneurs à trouver leur espace de travail idéal (bureauxapartager.com) et nous développons une solution de gestion pour les créateurs d'espace de coworking (Link).

⌚ Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Chaque activité a son propre business modèle :

- Morning : tarif au poste de travail loué
- bureauxapartager.com : % de la transaction
- Link : % du CA géré
- Flex : abonnement par utilisateur

Mon entreprise modèle est Netflix car elle a réussi à allier innovation Business et innovation RH avec des modes de management très innovants (vacances illimitées et un management basé sur la confiance et la transparence).

⌚ Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Notre canal de communication principal est le digital (nos sites web et les réseaux sociaux), mais chez BAP nous voulons surtout mettre l'humain au centre. Nous comptons donc sur notre solide communauté pour nous faire connaître. Que ce soit la communauté Morning et ses 4000 coworkers ou l'écosystème Bureaux A Partager où tous les échanges sont basés sur la confiance. Nous venons même de faire une campagne TV sur BFM où les acteurs sont ... les collaborateurs BAP et nos colocs (coworkers Morning) !

⌚ Où serez-vous en 2020 ?

Notre ambition en 2020 : devenir l'acteur référent de cette révolution du travail à Paris et en région où le coworking est en plein essor, tout en gardant l'ADN BAP : ce bel esprit de conquête et de créativité qui anime chaque collaborateur !



⌚ Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

Trouver le bon équilibre entre plaisir et effort. Comme on dit chez BAP : « c'est du taf mais c'est du kiff » ! Lorsque j'ai créé BAP j'avais à coeur que ce soit une entreprise libérée avec un management horizontal, participatif et une culture d'entreprise forte. Mais en grandissant on s'est rendu compte que cet état d'esprit était plus facile à transmettre à 5 personnes qu'à 90. Avec Marie (DRH du groupe), nous avons donc décidé de modéliser nos idées. C'est comme ça qu'est née la coolture : notre culture d'entreprise basée sur la confiance où chacun doit se sentir libre et pleinement associé aux projets de l'entreprise. On a mis en place plusieurs outils RH concrets : le démineur (une discussion en one to one pour parler d'un sujet de tension entre deux personnes et régler le problème), la consultation active (chez BAP, ce n'est pas forcément le boss qui a la réponse donc lorsqu'on doit prendre une décision, on rassemble plusieurs personnes de la boîte pour leur demander leur avis), le baromètre (questionnaire envoyé chaque mois à la team pour connaître son niveau de bien-être au travail). C'est grâce à cette coolture qu'on a réussi à grandir en gardant notre âme !

⌚ L'erreur que vous ne commettez plus ?

J'espère surtout continuer à me tromper ! J'adore commettre des erreurs. C'est comme ça qu'on apprend.

⌚ Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

Notre dernier anniversaire le 21 juin 2017. Nous avons organisé une grande soirée dans notre espace de coworking Morning Coworking - Trudaine. Il faisait 35 degrés, le jour le plus chaud de l'année, toute l'équipe était là et nous avons fait la fête ensemble toute la nuit !



Le groupe BAP réinvente le travail en créant des espaces de coworking et des services destinés à accompagner ses mutations.

2012 création de l'entreprise Bureaux A Partager

2017 création du Groupe BAP

11,2 M€ CA 2017

90 collaborateurs

15 espaces Morning Coworking



HABX

BENJAMIN DELAUX
BASTIEN DOLLA
Fondateurs

👉 Qui êtes-vous ?

Habx, c'est aujourd'hui 50 salariés, offrant un large champ d'expertise à la rencontre entre immobilier et numérique : promotion immobilière, data science, développement web, marketing, etc. Ce qui nous rassemble : le désir de permettre aux habitants de participer à la conception de logements qui leur ressemblent.

👉 Comment est née votre idée ?

Notre idée repose sur deux constats simples. Le premier : à l'heure où l'on peut tout personnaliser, des chaussures aux voitures, le logement reste standardisé, alors qu'il représente souvent l'achat le plus important d'une vie et qu'il constitue le premier poste de dépense des Français. Conséquence : en France, 72% des personnes cherchant à acquérir un bien immobilier craignent de ne pas trouver de logement correspondant à leurs attentes (17^e édition de l'observatoire du moral immobilier). Le second : l'explosion des prix de l'immobilier dans les métropoles empêche une large part de la population d'accéder à la propriété. En France en 2017, pour 3,5 millions de ménages qui cherchent à acheter un logement, seulement 60 000 logements neufs ont été vendus en accession à la propriété.

👉 Comment la pitchez-vous ?

Pour faire face aux deux défis que nous avons identifiés, nous avons une solution : le crowdbuilding. Littéralement : a construction par la foule, la construction collective. Le crowdbuilding, c'est permettre aux futurs habitants d'une résidence neuve de concevoir l'appartement de leurs rêves, grâce à des outils numériques. C'est donner à chacun la possibilité de se créer un logement fait pour soi.

Avec le crowdbuilding, nous imaginons un nouvel immobilier, celui du XXI^e siècle, où une logique de la demande remplace la logique de l'offre qui dominait jusqu'alors : l'habitant est au cœur du projet, dès ses premières phases.

Notre solution, unique au monde, repose sur trois outils entièrement numériques : localizer, pricer et optimizer.

Grâce à localizer, notre algorithme de recommandation géographique, le futur habitant peut choisir le meilleur lieu de vie en fonction de ses déplacements, de son travail, de ses loisirs. Grâce à pricer, il peut configurer son habitation selon son mode de vie, depuis l'aménagement intérieur jusqu'à l'exposition ou encore les lieux partagés avec ses voisins, tout en mesurant l'impact financier de ses choix. Optimizer, enfin, permet la production de plans prenant en compte les vœux des habitants.

👉 Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Nous nous rémunérons à hauteur de 4 % en moyenne du prix de vente des logements à la signature de l'acte authentique.

Notre modèle d'économie collaborative permet de faciliter l'accession à la propriété et d'augmenter le pouvoir d'achat des ménages. Les coûts de développement se réduisent en effet grâce, notamment, à l'anticipation des risques commerciaux et financiers, à la réduction des coûts de marketing et à la disparition des travaux modificatifs acquéreurs. Cela permet de produire des logements plus grands et d'accélérer le processus de vente, les futurs acheteurs s'engageant en amont de la conception.

Ce modèle permet également de construire des logements utiles et désirés. L'impact social dépasse ainsi largement l'immobilier : par exemple, qui dit logement mieux situé et adapté à ses besoins dit moins de trajets, donc moins de pollution, mais aussi plus de temps à consacrer à sa famille, ses amis, ses passions.

Nos sources d'inspiration : Amazon, Apple et Airbnb. Amazon pour le modèle de plateforme ouverte et efficace. Apple pour la qualité, la flexibilité et le service client. Airbnb, pour le choix maximum ouvert à tous.

👉 Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Notre première opération, actuellement en construction, est le projet Edison Lite, lauréat de Réinventer Paris. Notre travail a été salué par diverses récompenses : Optimizer a par exemple été lauréat du Concours d'Innovation Numérique de la BPI en 2017. Nous avons reçu le trophée d'Or de l'Économie collaborative et circulaire en 2018.

👉 Où serez-vous en 2020 ?

Notre objectif est de généraliser notre modèle en France et de mener une stratégie de conquête métropolitaine à l'international. Par ailleurs, nous souhaitons appliquer notre solution de crowdbuilding à l'échelle plus large de quartiers et de villes entières, via une solution de crowdsourcing urbain permettant la construction de villes à l'image de leurs habitants.

👉 Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

La création d'un modèle renouvelé auxquels les acteurs traditionnels adhèrent et souhaitent participer pour éviter une disruption du marché mais en permettre l'évolution et l'adaptation, c'est l'élément-clé.

“ L'erreur que vous ne commettez plus ?

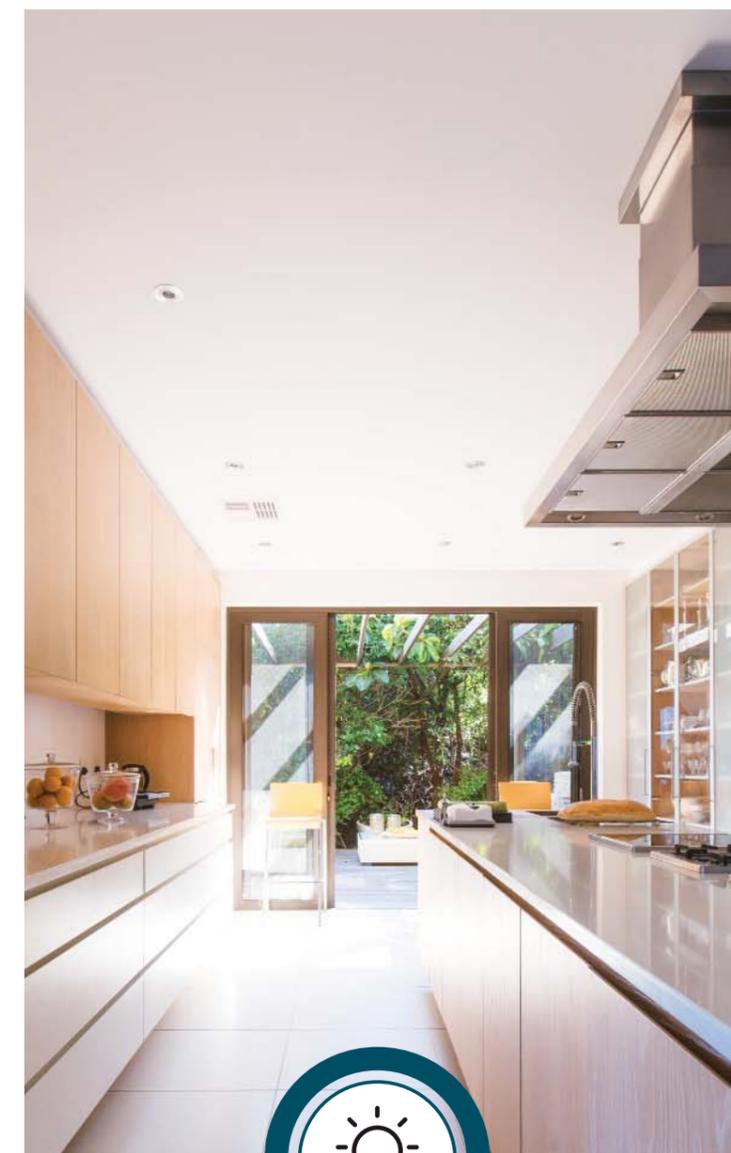
Ne pas aller assez vite. ”

👉 Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

La mise en ligne de la plateforme le 12 janvier 2017, dont nous avons rêvé depuis des années et qui était conforme en tous points à nos attentes.

habx

www.habx.fr



Notre offre : permettre aux futurs propriétaires d'être au cœur de la conception de leur logement

Notre mission : imaginer ensemble l'immobilier du XXI^e siècle, un immobilier de la demande

Création : 2016

Levées de fonds : 3,5 + 10 M€

Opérations en cours : 30 (1 000 logements)

Opérations en développement : plus de 100



MYNOTARY

SACHA BOYER
Cofondateur

⊙ Qui êtes-vous ?

MyNotary est la première plateforme collaborative qui rend la transaction immobilière simple, rapide et transparente, dans le neuf comme dans l'ancien.

⊙ Comment est née votre idée ?

D'abord, d'une série de rencontres avec Fabrice Luzu, Loïck Michard et Samuel Olivier avec qui nous partageons un dessein commun : rendre le parcours de la transaction immobilière, dans l'ancien comme dans le neuf, simple, ludique et transparent.

À l'heure où nous prenons nos rendez-vous médicaux en ligne et gérons nos comptes depuis un smartphone, il nous paraissait indispensable qu'il en soit de même pour l'achat ou la vente d'un bien immobilier.

⊙ Comment la pitchez-vous ?

MyNotary est une plateforme collaborative à destination des professionnels de l'immobilier (notaires, promoteurs, agents immobiliers, bailleurs sociaux, foncières, mandataires...) qui leur permet de digitaliser le parcours de transaction, de se dégager du temps, et ce, tout en augmentant la satisfaction client.

Comment ? En réunissant sur notre plateforme toutes les fonctionnalités utiles et notamment :

La digitalisation des contrats de l'immobilier (compromis, contrat de réservation ou encore bail commercial), de la rédaction, à la notification SRU en passant par la signature électronique.

La centralisation de l'ensemble des informations entre toutes les parties prenantes d'un dossier afin de disposer de tableaux de suivis à jour et d'en finir avec les e-mails incessants.

Un outil puissant de relation client sur lequel, acquéreur et vendeur, peuvent désormais être acteurs de leur projet et interagir avec les différentes parties prenantes.

⊙ Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

En fonction de la typologie de client nous proposons une formule d'abonnement en lien avec leur activité et volume annuel. Il faut compter un coût par transaction inférieur à 90 €.

Nos modèles : « Michel et Augustin » pour le marketing et la communication et « Google » pour la simplicité et l'UX design, une barre de saisie donne accès au monde entier !

⊙ Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Tout d'abord, par recommandation. Nombreux sont en effet les clients satisfaits qui ont parlé de notre solution à leurs confrères et mis en avant les gains de temps et l'augmentation de la satisfaction client.

Ensuite, par capillarité, car notre plate-forme est collaborative dans son usage et se répand de manière virale : à chaque vente, il y a plusieurs vendeurs et acheteurs, au moins un professionnel de l'immobilier et un à deux notaires qui échangent... Nous avons aussi conclu un partenariat avec LexisNexis (1^{er} éditeur juridique du notariat) qui nous offre une grande visibilité.

Finalement, souvent en étant simplement imaginatifs et en exploitant les leviers traditionnels que sont les réseaux sociaux, les salons et la participation à certains think tanks ou événements.

⊙ Où serez-vous en 2020 ?

Lorsque nous avons débuté il y a plus de deux ans, nous avons été les premiers à développer un parcours collaboratif dédié à l'immobilier et en cela facilitons à notre manière l'accès au logement.

Nous souhaitons maintenir cette avance en continuant à proposer des services innovants et précurseurs pour que d'ici 2020, MyNotary devienne une « norme » en matière de transaction immobilière ; nous ambitionnons de modifier les usages en la matière.

⊙ Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

L'humain. Dans un monde de plus en plus dématérialisé et désintermédié, nous pensons que le digital doit venir au service de l'humain et du professionnel.

L'humain est donc très présent dans nos relations avec nos clients : nous aimons les rencontrer, les écouter et ainsi construire, avec eux, les outils digitaux qui répondent à leurs besoins. Notre service client est très disponible et réactif, au quotidien nous faisons du « care ». Pour l'image, nous avons récemment acquis une Estafette de 1978, customisée aux couleurs de MyNotary, et avons organisé le premier « Rallye de l'immobilier » entre Lyon et Cannes pour aller à la rencontre de nos clients, professionnels de l'immobilier et notaires. Ne soyez pas surpris si un jour vous la découvrez garée sur le parking du Groupe Duval.

⊙ L'erreur que vous ne commettez plus ?

Se laisser séduire par les volumes des grands groupes nationaux. En raison de leur taille et de leur organisation interne, les processus de décision sont souvent longs et les besoins exprimés très spécifiques, ce qui peut être contradictoire avec la road map d'une startup de moins de deux ans d'existence.

Mais nous avons appris et nous abordons à présent ce type d'échanges avec plus de sérénité. Nous apportons notre expertise sur certaines problématiques internes aux groupes et les accompagnons dans leur transformation digitale.

“ Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ? ”

Bien que l'aventure d'une entreprise soit particulièrement intense, **il y a ce moment unique lors de chaque temps fort, lorsque l'ensemble de l'équipe s'unit et se mobilise** pour pousser encore plus haut MyNotary. ”



www.mynotary.fr



18 collaborateurs

Plus de 1700 notaires inscrits

Plus de 3 100 professionnels de l'immobilier inscrits

2 h : temps moyen gagné dans le traitement administratif de chaque dossier

95 % : taux de connexion des acquéreurs pour suivre leur projet

10 minutes : délai moyen de première réponse de notre service client



SMARTHAB

GODEFROY JORDAN
Cofondateur & CEO



www.smarthab.fr

👉 Qui êtes-vous ?

Pionnier de l'internet en France depuis 1995, j'ai eu la chance de développer et concrétiser plusieurs projets en tant que créateur d'entreprise, successivement dans le conseil digital (B2L/BBDO), l'événementiel (Galaxy Foot), les petites annonces immobilières (Logic-Immo) et les noms de domaine internet (StartingDot).

👉 Comment est née votre idée ?

Le projet SmartHab est né du constat que la majorité des maîtres d'ouvrage n'étaient pas préparés à l'émergence des logements connectés et avaient du mal à appréhender l'offre pléthorique et croissante d'objets connectés. L'idée a mûri autour d'une équipe de cofondateurs complémentaires (un promoteur, un expert du numérique et un architecte), mobilisés pour apporter une solution « end-to-end » et économique à ce besoin.

👉 Comment la pitchez-vous ?

SmartHab est un opérateur d'appartements connectés pour les maîtres d'ouvrage de l'immobilier résidentiel, principalement les promoteurs. SmartHab leur fournit une plateforme totalement intégrée : équipements, système d'information, conseils et services. Nos clients peuvent ainsi massifier le logement connecté en équipant l'ensemble des lots de leurs programmes. L'intégration native dans le bâti permet de réduire les coûts et d'offrir un meilleur service.

Au final, nous améliorons l'expérience des résidents. Avec l'application SmartHab, ils peuvent contrôler et piloter leur logement pour plus de confort et plus de sécurité, avec des économies d'énergie et de charges.

Au-delà du logement, l'application permet d'échanger avec les parties prenantes de l'immeuble, notamment le syndic. La simplicité d'utilisation et la qualité des interfaces utilisateurs sont au cœur de la démarche de SmartHab.

👉 Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Nous développons un modèle économique biface, que l'on peut qualifier de « BtoBtoC » : notre premier client est le promoteur immobilier, qui paie l'installation du dispositif. Après la livraison des logements, nos clients sont les résidents et nous facturons des charges aux copropriétaires, considérant le numérique comme le 4^e flux de l'immeuble.

“ Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Le secteur de la promotion immobilière est assez concentré ce qui nous permet un développement commercial direct. Nous engageons avec de nouveaux prospects en participant aux principaux salons professionnels du secteur. ”

👉 Où serez-vous en 2020 ?

En 2020, nous avons pour objectif d'être reconnu comme le leader français du logement connecté dans l'immobilier neuf. Nous souhaitons également avoir commencé à commercialiser nos services en Allemagne et aux Etats-Unis, qui sont les deux principaux marchés d'appartements neufs devant le marché français.



👉 Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

La pertinence du socle stratégique du projet est décisive. Investir du temps et de l'énergie pour faire dès le départ les bons choix stratégiques concernant l'offre, le modèle économique et l'organisation est très payant. En matière d'exécution je suis adepte de quelques principes : le « good enough » management, la rapidité d'action et l'alignement opérationnel. J'attache beaucoup d'importance à la cohésion et à la motivation de l'équipe, surtout dans la phase d'amorçage.

👉 L'erreur que vous ne commettrez plus ?

Présumer que mes collaborateurs savent lire dans mes pensées !

👉 Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

Le jour où notre client Duval Développement nous a annoncé qu'à compter de mai 2018, il ne livrerait plus que des logements connectés avec SmartHab !



Création en février 2017

Levée de fonds de 1,32 M€ en octobre 2018

500 K€ de financement d'innovation par BPI et la Région Île-de-France

14 collaborateurs

Carnet de commande de 3 000 appartements connectés à équiper en 2018-2020

19 clients maîtres d'ouvrage immobiliers



SOLEN

CLÉMENT HENRY
Cofondateur & CEO

👉 Qui êtes-vous ?

L'idée est venue de trois amoureux du soleil, Clément, Enzo et Thomas. Ces 3 ingénieurs de formation, se sont rencontrés sur les bancs d'HEC Paris, école dans laquelle ils suivent alors un double diplôme en Management.

Et Solen c'est aujourd'hui une équipe de 14 personnes convaincues que le soleil est une énergie formidable, source de bien être, de bonne humeur et d'optimisme.

👉 Comment est née votre idée ?

Lors d'un projet de création d'entreprise qui se déroule dans notre cursus académique, nous présentons le projet Solen lors de la soutenance finale et recevons de très bonnes critiques de la part de nos professeurs et mentors. Nous décidons alors d'unir nos compétences pour continuer le projet, le soir après les cours et le week-end.

A l'origine, avant de se lancer dans l'immobilier, la technologie a été développée pour mesurer l'ensoleillement des terrasses de cafés. Rien de tel qu'un verre au soleil pour rendre les gens heureux ! Courant de l'été 2016, nous nous rendons compte que notre algorithme a beaucoup plus de valeur dans l'immobilier et que la luminosité est un critère décisif lors d'une transaction immobilière.

👉 Comment la pitchez-vous ?

La luminosité est un élément essentiel lors d'un achat immobilier : il s'agit du troisième critère de choix derrière le prix et la localisation du bien. Solen est une technologie innovante qui va révolutionner la façon dont chacun interagit avec le soleil, une source indéniable d'énergie, de bien-être et d'optimisme !

En effet, notre technologie permet de calculer et de détecter la luminosité naturelle et l'ensoleillement direct d'un bien immobilier, pour chaque jour de l'année, à n'importe quelle heure. Aujourd'hui, Solen vous accompagne dans le choix de votre futur logement, que ce soit dans l'existant ou le neuf.

👉 Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Nous facturons nos clients en fonction du nombre de logements qui sont analysés. Notre certificat coûte entre 50 et 100 € par logement en fonction de celui-ci.

Blablacar est une entreprise qui nous inspire énormément. Ils ont su devenir incontournable sur leur marché (celui de la mobilité) tout en conservant des valeurs fortes.

👉 Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Nous avons participé à de nombreux salons et gagné des prix, ce qui nous a apporté beaucoup de visibilité...

Nous avons notamment été lauréat du Trophée de l'innovation du Salon Rent en 2016, du Web2day en 2017, du Challenge Engie au Vivatechnology en 2017. Nous sommes également bien intégrés dans l'écosystème Proptech français. Nous avons récemment rejoint l'accélérateur du Bon Coin.

Nous sommes par ailleurs accompagnés par l'incubateur d'HEC, le Village by CA Paris (pépinière du Crédit Agricole), la Station F, Immowell-Lab, Paris & Co, BPI France ainsi que le Réseau Entreprendre. Nous avons pu bénéficier de la renommée de ces différents acteurs pour nous faire connaître.

🗨️ Où serez-vous en 2020 ?

L'indicateur Solen sera la référence de la luminosité lors d'une transaction, en France, en Europe et aux États-Unis. **Notre solution équipera les gros acteurs de l'immobilier et sera un service incontournable pour acheter ou louer un logement.**

👉 Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

La vitesse de notre développement va dépendre de notre capacité à évangéliser le marché de l'immobilier avec de nouveaux usages comme notre solution.

Nous avons une technologie innovante qui associe plusieurs sciences (de l'astrophysique, de l'optique et du traitement d'image). Simplifier l'usage de notre technologie et la rendre accessible à nos clients et utilisateurs via notre application sera la clé de notre succès.

👉 L'erreur que vous ne commettrez plus ?

Ne pas penser à la place de nos clients/utilisateurs. Nous mettons dorénavant un point d'honneur à inclure les agents immobiliers et les promoteurs dans notre processus de développement produit, pour répondre au mieux à leurs attentes.

👉 Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

La réalisation dont nous sommes le plus fier et notre meilleur souvenir est la signature de notre premier contrat avec Foncia. Ce premier contrat a fait effet de tremplin pour notre développement. Et aujourd'hui toutes les agences Foncia du territoire sont équipées de la technologie Solen.



Création en juillet 2016

800 agences immobilières clientes

5000 logements analysés

15 programmes analysés



WEMAINTEIN

BENOIT DUPONT
Cofondateur & CEO

⤷ Qui êtes-vous ?

WeMaintain offre un modèle innovant pour les services de maintenance d'ascenseurs.

Nous sommes la première plateforme en France et dans le monde à connecter directement techniciens professionnels et clients.

Nous nous adressons aux clients dans le secteur tertiaire (foncières, directions immobilières, property et facility managers), résidentiel (syndics de copropriétés), à l'hôtellerie/ retail et prochainement au marché public. Pour assurer un service basé sur la réactivité, fiabilité et visibilité, WeMaintain remet au centre le technicien de maintenance.

WeMaintain propose une plateforme web pour que le client émette des demandes de contrats de maintenance et puisse suivre l'exécution de la maintenance, et également, une application mobile qui permet au technicien de devenir indépendant et de travailler de façon autonome en toute sécurité.

⤷ Comment est née votre idée ?

L'idée est née de plusieurs constats :

Deuxième poste de dépense pour la maintenance résidentielle, plus de 32 Milliards d'euros sont consacrés à la maintenance d'ascenseurs par an, dans le monde.

Et pourtant, le service reste peu fiable avec un nombre de pannes important et des temps de remise en service trop long. Également, la transparence des opérations et la visibilité des coûts restent inexistantes.

Et pour cause, les quatre grandes entreprises qui dominent ce marché à 80 % peinent à faire évoluer leur service au rythme des attentes et des nouveaux modèles offerts par la technologie.

Par ailleurs, le modèle traditionnel des services de maintenance n'est pas aligné avec la chaîne de valeur. Il y a ainsi deux grands perdants :

- les clients qui se retrouvent contraints d'accepter un service peu satisfaisant ;
- les techniciens de maintenance qui pâtissent d'un manque de reconnaissance. Leurs salaires sont déconnectés de la valeur générée. Ils touchent en moyenne entre €75k et €100K par an aux Etats-Unis, c'est trois à quatre fois moins qu'en France.

Enfin, s'il y a bien un emploi qui ne risque pas de disparaître, c'est celui de technicien de maintenance. Seules 25 % de ses tâches sont remplaçables par une machine ou des capteurs, le reste demeure lié à l'expertise humaine et contextuelle. Finalement, dans ce marché, les nouvelles technologies sont loin de remplacer l'homme, au contraire, avec WeMaintain, elles revalorisent l'expertise métier.

⤷ Comment la pitchez-vous ?

Nous rappelons tout d'abord que l'ascenseur, au cœur de nos villes, a permis l'avènement des villes modernes, et qu'il reste le moyen de transport le plus utilisé au monde. WeMaintain est une plateforme qui met en relation celui qui crée la valeur, le technicien, et celui qui paie pour le service, le client. Le client obtient réactivité et qualité de service grâce à un technicien dédié, responsabilisé et motivé financièrement. Le digital apporte la transparence nécessaire sur les opérations et la visibilité sur les prix.

⤷ Quel est votre modèle économique et votre entreprise modèle ?

Le modèle économique est basé sur une commission prise sur les prestations passées sur la plateforme (contrats de maintenance et travaux).

⤷ Comment vous êtes-vous fait connaître jusque-là ?

Il y a peu de nouveaux entrants sur le marché de la maintenance d'ascenseurs ou alors ils se font racheter très rapidement. La capacité de renouvellement de l'offre est donc très limitée sur ce marché.

Ainsi, du fait que nous soyons innovants, nous nous sommes facilement faits connaître grâce au bouche-à-oreille.

Les concours de startups aident également. Nous n'en avons fait trois qui selon nous faisaient sens vu l'audience. Cette stratégie a été payante vu les prix et l'adhésion au modèle par la suite.

Pour sensibiliser nos clients, nous avons remporté en 2018 des prix au MIPIM: 1^{er} à Hong Kong et finaliste à Cannes.

Pour nous adresser aux investisseurs, nous avons participé au concours de startups d'Harvard Business School (Vainqueur de la compétition Europe et prix du public en finale monde).

Afin de faire connaître des propriétaires particuliers, nous sommes dans la BFM Académie. La finaliste a lieu le 25 juin à 19h30 ! On espère pouvoir compter sur les votes des professionnels de l'immobilier.

⤷ Où serez-vous en 2020 ?

Bien avancés sur la roadmap que nous nous sommes fixés, avec l'ouverture de nouvelles villes en Europe et en Asie.

⤷ Y a-t-il des facteurs clés de la réussite ?

Selon nous, il s'agit d'une forte capacité de résilience et de ténacité des fondateurs dans les moments difficiles, d'un alignement parfait des membres de l'équipe et des investisseurs sur les valeurs, et d'une bonne dose d'audace.

“ L'erreur que vous ne commettez plus ?

Approcher des investisseurs qui n'ont pas l'état d'esprit pour investir en startups, c'est à dire qui sont dans le contrôle plutôt que la confiance, ou qui sont trop éloignés en termes de valeurs. ”

⤷ Votre meilleur souvenir depuis que vous vous êtes lancé ?

Certainement la victoire à Harvard. Nous sommes la première entreprise européenne à gagner un prix dans l'histoire du prestigieux concours de startup d'Harvard Business School. co.

Cela conforte la reconnaissance de notre modèle, notre ADN (être européen) et notre ambition (devenir leader à l'international).



www.wemaintain.com



WeMaintain s'est lancé fin 2017.

Une première levée d'amorçage de 1,8 M€ a été finalisée en février 2018.

En juin 2018, l'équipe comprend 12 membres.

WeMaintain est devenue la première société européenne dans l'histoire de l'Université d'Harvard à remporter un prix à son concours de startup. WeMaintain a gagné le prix du public.



G R O U P E

D U V A L

Pour plus d'informations sur nos savoir-faire, retrouvez-nous sur
www.groupe-duval.com

GROUPE DUVAL

7 rue Nationale - 92100 Boulogne-Billancourt - 01 46 99 47 10 - contact@groupe-duval.com