

620

TIERS LIEUX EN ÎLE-DE-FRANCE selon une étude que vient de publier l'institut d'aménagement d'Île-de-France (IAU). Parmi eux il y a 171 espaces de co-working, 87 Fab-Lab, 216 lieux d'accompagnement et 146 bureaux mutualisés. Créés en grande majorité depuis 2010, ces

établissements se trouvent en grande majorité à Paris, et dans le nord-est de la capitale en raison des loyers moins élevés et de la forte présence d'une population d'indépendants des secteurs Web et des industries créatives.



Bent Medvind / Medvind

Les éoliennes du Calvados contestées

NORMANDIE — Le rapporteur public a préconisé vendredi à la cour administrative d'appel de Nantes de rejeter les recours déposés par huit associations contre le parc éolien offshore de Courseulles-sur-Mer. Il s'agit d'installer 75 éoliennes, qui doivent produire l'équivalent de la consommation électrique de 630.000 personnes.

Renault dope ses compétences en logiciels avec les anciens d'Intel

AUTOMOBILE

A Toulouse et Sophia Antipolis, le constructeur a repris 421 ingénieurs d'Intel.

Il veut internaliser les logiciels embarqués pour imposer des standards aux équipementiers.

Laurent Marcaillou

@l_marcaillou

— Correspondant à Toulouse

Renault a repris en juillet l'activité de R&D de logiciels embarqués du fabricant américain de microprocesseurs Intel à Toulouse et à Sophia Antipolis. Soit en tout 421 salariés, dont 261 à Toulouse et 160 sur la Côte d'Azur. C'est un soulagement pour eux, car Intel avait annoncé en juin 2016 la fermeture de cinq centres de R&D en France et la suppression de 750 emplois dans un délai d'un an.

Si presque tout le personnel toulousain d'Intel (273 salariés) est entré chez Renault, ce n'est pas le cas des 400 salariés de Sophia Antipolis, car le constructeur n'a pas repris l'activité de conception de circuits intégrés — dont 60 ingénieurs ont été réembauchés par ARM.



Renault veut accélérer l'innovation dans les logiciels pour ne pas se faire dépasser par les Gafa. Photo Renault

Le constructeur automobile a inauguré, début septembre à Toulouse, sa filiale Renault Software Labs, créée pour intégrer les anciens ingénieurs d'Intel. Considérant que le véhicule du futur sera « électrique, connecté et autonome », Renault veut accélérer l'innovation dans les logiciels pour ne pas se faire dépasser par les Gafa. « La part des logiciels dans la valeur d'une voiture passera de 15 à 35 % aujourd'hui à 50 % en 2020 », a affirmé Alexandre

Corjon, vice-président des systèmes d'ingénierie de l'alliance Renault Nissan Mitsubishi.

Systèmes pour smartphones L'embauche des anciens ingénieurs d'Intel, spécialisés notamment dans les systèmes pour smartphones, permet au constructeur d'accroître ses compétences de manière spectaculaire, lui qui ne comptait que 200 spécialistes des logiciels embarqués. « Et nous

aurons peut-être d'autres sites dans le futur, pas forcément en France », a ajouté le responsable.

Renault acquiert ce savoir-faire pour ne pas dépendre des équipementiers. « Nous continuerons de travailler avec Bosch ou Continental, mais nous voulons internaliser le fonctionnement des systèmes de contrôle du véhicule pour créer un standard de logiciel et l'imposer à nos fournisseurs », a précisé Alexandre Corjon. Ainsi, le logiciel de colonne de direction sera le même quel que soit le fournisseur. Avec son tableau de bord digital, le véhicule de demain récupérera sur le cloud les mises à jour des logiciels et les préférences de conduite des conducteurs, « à échéance de 2025 ». La communication avec l'extérieur et les autres véhicules permettra de connaître l'état de la route et la météo. Il faut donc uniformiser les systèmes.

Le centre toulousain travaillera sur la voiture connectée et celui de Sophia Antipolis sur le véhicule autonome, en lien avec des centres de recherche et des start-up. Renault Software Labs s'est fixé plusieurs axes de travail. D'abord la connectivité et le multimédia pour la cartographie, le son et l'image par la 4G. Ensuite le véhicule autonome et l'aide à la conduite ; les logiciels de contrôle du véhicule. Enfin, le développement de technologies de logiciels grand public qui n'étaient pas disponibles pour l'automobile. ■

Cube Digital s'affiche à l'international

LA PME À SUIVRE GRAND EST

Effectif : 13 salariés
Chiffre d'affaires : 5 millions
Activité : communication

Pascal Braun

@Pascal_Braun

— Correspondante à Metz

Entré en service en début d'année dans une centaine d'immeubles luxembourgeois, Nestor 2.0 n'a pas tardé à essaimer. Conçue par la société nancéenne Cube Digital Media, cette conciergerie numérique affiche dans les halls de locaux

tertiaires et les informations utiles aux usagers et à la copropriété. Le consortium de promoteurs qui en a acquis la licence a négocié un contrat d'exclusivité pour mettre cette solution en œuvre dans de nouveaux bâtiments luxembourgeois, mais aussi en Belgique et en Allemagne.

« Le Luxembourg présente un secteur tertiaire dense et un taux de digitalisation remarquable. Les donneurs d'ordre y sont exigeants en matière de qualité, de rapidité et de pérennité. Une fois ces conditions remplies, ce marché offre des débouchés larges et durables », analyse Jean-Jacques Guyot, président de Cube Digital Media. Créée ex nihilo en 2015, Neo Digital Média, la filiale luxembourgeoise du groupe, a affi-

ché un chiffre d'affaires de 400.000 euros dès son premier exercice.

Destination Afrique

Créée en 2004 et déployée cinq ans plus tard avec l'intégration de la société Cube Système, la PME lorraine a surfé sur la vague numérique du début de la décennie. Les services publics, les usines, les centres commerciaux diffusent désormais leurs informations par le biais de bornes ou d'écrans. Cube Digital Media estime avoir commercialisé son produit phare, le logiciel de planification Neoscreen, auprès d'environ 12.000 clients. L'équipe, qui compte six ingénieurs, conçoit chaque année 500 solutions, sans

grand effort de prospection. La PME a sélectionné une trentaine de revendeurs pour commercialiser ses services auprès des agences de marketing, des intégrateurs audiovisuels et des spécialistes susceptibles de jouer un rôle de prescripteurs lors des travaux préalables à la numérisation des bâtiments.

Cube Digital Media se lance à présent à la conquête de marchés lointains. En Afrique, ses systèmes équipent la radio-télévision ivoirienne, l'aéroport de Libreville au Gabon et plusieurs mines d'or au Burkina Faso. Un contrat de licence signé cet été avec un distributeur canadien pourrait lui faire gagner un millier de clients à Montréal et au Québec. La Pologne est aussi prospectée. ■

innovateurs

Storyzy traque les sites colporteurs de « fake news »



L'IDÉE STORYZY

Date de création : 2012
PDG : Stan Motte
Effectif : 12 personnes
Secteur : Internet

Léa Delpont

— Correspondante à Lyon

Storyzy est un logiciel de vérification des données sur Internet, construit par des experts du langage. L'outil de « fact-checking » visait à l'origine l'information économique et financière, « qui s'est avérée plutôt faible », reconnaît Pierre-Albert Ruquier, cofondateur de Storyzy avec trois associés : Stan Motte, Arnaud Jacolin et Ramon Ruti, venus de la presse (BFM) et des télécommunications (groupe Buongiorno). Ils se sont donc orientés vers le contrôle de l'information rapportée par les médias. Le moteur de recherche permet de savoir « qui dit quoi

sur quoi dans le monde ». Le logiciel, disponible pour l'instant en anglais, extrait 50.000 citations par jour, classées par dates et thèmes. Ce service est en ligne sur des sites de médias anglo-saxons, notamment sportifs, et depuis peu sur celui d'Euronews. Mais la technologie de Storyzy, jusque-là non rentable, cible aujourd'hui un secteur plus lucratif avec les annonceurs.

Un partenariat avec le groupe Mondadori

Par comparaison des citations et textes, le logiciel détecte les sites colporteurs de « fake news ». A partir d'une liste noire d'une cinquantaine de plates-formes connues pour leurs opinions conspirationnistes, suprématistes ou pseudo-scientifiques, Storyzy a déjà identifié près d'un millier de sites. Une liste perpétuellement mise à jour, vendue aux marques qui ne souhaitent pas voir leurs bandeaux publicitaires. « La dérive des « fake news » et la prise de conscience sont particulièrement aiguës aux Etats-Unis depuis la campagne présidentielle et les événements de Charlottesville. Mais, par ricochet, les marques françaises qui exportent outre-Atlantique sont aussi intéressées par notre outil », explique Pierre-Albert Ruquier. Dans le cadre d'un partenariat avec le groupe Mondadori, Storyzy prépare sa version française pour la fin 2017. ■

MP2I révolutionne la plasturgie avec des moules imprimés en 3D



LA TECHNOLOGIE MP2I

Date de création : 1990
Dirigeant : Bruno Bizet
Chiffre d'affaires : 1,6 million d'euros
Effectif : 12 personnes
Secteur : plasturgie

Didier Hugue

— Correspondant à Dijon

Concevoir et livrer quatre fois plus vite un moule prototype destiné à la plasturgie, tout en réduisant de plus de 50 % son coût : voilà la dernière des technologies mises au point par MP2I et baptisée « Printing Injection Process (PIP) ». Bruno Bizet, ingénieur industriel de Mâcon, en Saône-et-Loire, épaulé par le mouliste prototype Alain Guelpa Concept (AGC), implanté à Arbest, dans l'Ain, utilise l'impression 3D pour réaliser des empreintes de moule en résine, positionnées

ensuite sur une structure métallique réutilisable. « Cela prend seulement deux semaines au lieu de huit en moyenne pour les moules prototypes classiques réalisés en acier ou en aluminium », assure Bruno Bizet, fondateur et dirigeant de MP2I.

Un double gain de temps

Autre avantage, l'injection de la matière finale de la future pièce, produite jusqu'à une centaine d'unités, permet d'effectuer tous les tests pour une obtention plus rapide des agréments et des homologations exigés pour lancer la production en série. « Les secteurs de la santé, de l'agroalimentaire, de la cosmétique et de l'aéronautique, qui sont soumis à des normes très contraignantes, sont particulièrement sensibles à ce gain de temps. Il engendre par ailleurs une meilleure confidentialité », précise Alain Guelpa. Le développement de cette technologie a nécessité deux années.

MP2I, qui s'est aussi appuyé sur sa filiale de simulation, Plastform Numérique, a investi dans deux imprimantes 3D et une presse à injecter. « Si l'on considère l'ensemble de cette R&D, la dépense globale s'élève à plus de 300.000 euros », estime Bruno Bizet. L'ingénieur travaille déjà sur une vingtaine de projets confiés directement par les plasturgistes, espérant doper d'au moins 10 % son chiffre d'affaires de 1,6 million d'euros. ■

ENTREPRENDRE avec la CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE

WILCO : QUAND LA TÉLÉCOMMUNICATION S'AFFRANCHIT DES FRONTIÈRES NATIONALES

Créée en mai 2016, Wilco s'est spécialisée dans le domaine des télécommunications à l'international. « L'idée de départ était de couvrir, par satellite, des milieux à forte contrainte, tels que des zones de guerre, ne disposant pas de connexions internet classiques », explique Anthony Mazeau, fondateur de l'activité. « Mais très rapidement, une autre problématique s'est imposée : celle des frais de roaming pour les entreprises dont les collaborateurs se déplacent régulièrement à l'étranger ». Un enjeu de taille, soulevé par de nombreux clients, qui a amené la jeune société à développer son offre. « La Carte by Wilco est un

service de cartes SIM prépayées, sans abonnement ni engagement », précise l'entrepreneur. « Il permet à nos clients d'appeler et de recevoir des appels depuis et vers plus de 250 pays dans le monde entier, et ce à des tarifs pour le moins compétitifs ».

LE SENS DES AFFAIRES

Une source d'économies non négligeable pour les acteurs économiques dont l'activité dépasse les frontières de l'Hexagone et une vraie opportunité business que le jeune chef d'entreprise n'a pas manqué de saisir. Et pour cause ! Diplômé de Sup de V, une école de la CCI Paris Ile-de-France, Anthony Mazeau a non seulement le sens des affaires, mais aussi plusieurs cordes à son arc. « Déjà titulaire d'un Master en électronique et télécommunications, j'ai voulu compléter mes compétences techniques tout en me rapprochant de l'univers professionnel », se souvient-il.

« Dispensée en alternance, la formation à Sup de V m'a ainsi permis d'acquérir des connaissances solides dans le domaine du commerce et de mettre un premier pied dans l'entreprise ». Une transition en douceur entre le monde universitaire et le monde du travail, ainsi que des enseignements en phase avec la réalité du terrain. « En devenant chef d'entreprise, on se lance dans des métiers que l'on ne connaît absolument pas : du responsable commercial jusqu'au directeur administratif et financier », conclut Anthony Mazeau. « Très complète, la formation à Sup de V m'a apporté des bases à la fois théoriques et pratiques, sur lesquelles j'ai réellement pu m'appuyer lors de la création de ma société ».



ANTHONY MAZEAU
Fondateur de Wilco