

French Tech : Lyon, la fonceuse

FRENCH TECH 2/5



(Crédits : Reuters)

Romain Charbonnier | 07/10/2014, 8:52 - 1767 mots

Son savoir-faire en matière de jeu vidéo et de logiciel lui a valu d'accéder au rang des métropoles de référence du numérique français. Le développement récent des filières robotique et internet l'a confirmé. Confiante, la métropole lyonnaise aspire à présent à devenir la prochaine capitale de la France du numérique. Un rêve - doucement utopique - qu'elle aimerait exaucer en mobilisant toutes les forces d'un écosystème dorénavant uni.

La venue de Fleur Pellerin le 5 décembre 2013 a donné le coup d'envoi de la candidature lyonnaise au label French Tech. Alors ministre déléguée à l'Economie numérique et seulement quelques jours après avoir lancé l'initiative French Tech, elle s'était rendue en visite officielle à Lyon - deux ans de négociations auront été nécessaires pour la faire venir -, afin de découvrir le dynamisme du secteur et recevoir, dans le même temps, le manifeste « Lyon, hub numérique », signé par plus de 400 acteurs de l'écosystème lyonnais.

Un document où les signataires affirmaient quatre convictions : « La création de startups doit donner naissance à des entreprises pérennes ; l'innovation naît du mélange et la création numérique doit s'hybrider avec l'ensemble des secteurs économiques de l'agglomération ; un écosystème ne se décrète pas, il faut créer les conditions de son apparition et de son évolution ; la ressource essentielle de l'innovation sont les hommes, les femmes, leurs compétences et un état d'esprit à part. » Remis dans les locaux de Cegid, emblématique ETI fondée par Jean-Michel Aulas (également président de l'Olympique Lyonnais), le manifeste a semble-t-il atteint son but, puisque la ministre déclarait dans son allocution : « *Lyon a tout pour se qualifier et être une Métropole French Tech. Il y a ici la volonté d'unir les forces et d'enclencher un travail commun et collectif.* »

Le soufflé n'est pas retombé et tout s'est accéléré. Le dossier de labellisation de Lyon French Tech a été constitué par l'ensemble des têtes de réseaux et déposé le 16 mai à la mission nationale, un lieu totem a été identifié dans le quartier innovant de la Confluence, et les événements devraient à nouveau se multiplier. L'objectif pour tous étant de placer Lyon sur l'échiquier européen des grandes métropoles du numérique à l'instar de Londres, Berlin, ou Barcelone et de se positionner sur la francophonie notamment sur le marché de l'Afrique du Nord.

Histoire

Secteur en plein boom dans les années 1980, le numérique au sens large (Internet, électronique, logiciel) est une vieille histoire à Lyon. Longtemps les filières du jeu vidéo et du logiciel l'ont animé, donnant naissance à des success stories : le studio de jeu vidéo Infogrames (disparu en 2003, il donnera naissance à une multitude de startups fondées par d'anciens salariés de l'entreprise), les éditeurs Cegid, Esker ou encore Dimo Gestion. À partir de 1990, des fleurons de l'Internet participeront également aux origines du numérique lyonnais, grâce à la démocratisation de l'outil et à des patrons visionnaires : c'est le cas du site de vente en ligne de produits high-tech LDLC (285 millions d'euros de chiffre d'affaires), d'Artprice, site de cotation du marché de l'art fondé par le célèbre provocateur Thierry Ehrmann, ou encore, un peu plus tard, de Cyréalys, start-up éditrice de plusieurs sites d'actualité autour du multimédia, revendue à M6 Web en 2008, et dont le siège est resté lyonnais.

L'engouement pour le World Wide Web (entre autres) est tel que déjà à l'époque, Lyon bouillonne et fourmille d'initiatives. L'une d'elles sera la création de l'association Lyon Info Cité. Créée en 1996 par des entrepreneurs du numérique et rejointe par Lyon Game (pour le jeu vidéo), cette structure avait pour objectif d'accompagner et conseiller les entreprises du numérique, tout en animant le réseau. Active, elle employait sept personnes et enregistrait deux millions d'euros de chiffre d'affaires. « *Notre ambition était de faire de Lyon une ville qui bouge, se souvient Anthony Bleton-Martin, fondateur de l'agence digitale Novius et ancien président de l'association de 2007 à sa liquidation en 2009. On observait un bouillonnement fort.* ».

Avant que n'éclate la bulle internet du début 2000, donnant un sérieux coup de frein à la dynamique. Agile, le secteur renaît et se transforme, faisant émerger des pépites. Au milieu de la décennie, Lyon connaît une floraison de startups innovantes. C'est alors qu'émerge une nouvelle génération d'entrepreneurs, avec « un goût prononcé pour l'entreprenariat et l'innovation ». Les champions de demain (Geolid, digiSchool, Tilkee, The Cosmo Company ou encore Hikob) ont démontré la pertinence de leur modèle aussi bien auprès des professionnels, pour certains, que du grand public pour d'autres.

Communication

Au fur et à mesure, favorisée par des technologies de plus en plus avancées et accessibles, une volonté d'entreprendre plus forte, par des moyens plus importants et la mise en place de dispositifs d'accompagnement, d'incubation et d'accélération, la capitale régionale s'est construite un écosystème solide composé de PME, grands groupes, startups, laboratoires de recherche,

universités, clusters, fonds d'investissement... capable aujourd'hui de s'imposer en France, et bientôt sur tout le continent. *« Devenir l'écosystème de référence en Europe pour innover et entreprendre »*, c'est l'ambition du Grand Lyon. Deuxième pôle numérique français, l'agglomération peut compter sur 4 000 entreprises dont « 300 à fort potentiel », génère 34 000 emplois, enregistre 3,5 milliards de chiffre d'affaires, dispose de huit incubateurs et trois accélérateurs. Les investisseurs sont quant à eux un peu plus nombreux qu'ailleurs en Rhône-Alpes mais dans une proportion jugée encore trop faible par les experts.

Pour atteindre son but, et attirer des fonds (privés), Lyon sait qu'elle doit communiquer davantage sur son image de territoire innovant, de référence et de savoir-faire. Sans cet élément, la visibilité de la capitale des Gaules se retrouve noyée face à l'opulence de Paris, et plus encore derrière les métropoles européennes, malgré son statut de deuxième ville de France. Longtemps les initiatives sont restées confinées au territoire ou au réseau de chacune des structures.

En 2012, l'arrivée de l'agitatrice Cuisine du Web (LCW) fera « bouger les lignes », souligne Olivier de la Clergerie, directeur général et cofondateur du site d'e-commerce LDLC. *« Elle aime que les choses avancent, et a compris qu'il fallait communiquer en saisissant les opportunités pour se faire connaître et reconnaître. »* L'association des entrepreneurs du Web impose alors un nouveau mouvement, partant d'un constat : *« La région Rhône-Alpes possède un certain nombre d'atouts : qualité de vie, accessibilité, infrastructures, climat... qui la rapprochent, dans l'état d'esprit, de l'Ouest américain et de la Silicon Valley en particulier. Pourtant, force est de constater que la région n'est pas identifiée comme particulièrement active lorsqu'il est question de la filière Web. »*

À l'instar des exemples qui fonctionnent à Paris avec Numa ou Atlantic 2.0 à Nantes, La Cuisine du Web fédère une génération nouvelle d'entrepreneurs 2.0, multiplie les rendez-vous, les ateliers et événements festifs, communiquant activement sur réseaux sociaux. N'en déplaise à certains.

Communauté unie

Spin off de Lyon Info Cité, La Cuisine du Web a suscité des critiques parmi les anciens et l'intérêt des nouveaux. « Six ans que nous cherchions cette nouvelle impulsion », se félicite Karine Dognin-Sauze, vice-présidente du Grand Lyon, chargée du développement numérique. Toute la difficulté a été de mettre autour de la table acteurs publics et privés, historiquement structurés en réseaux spécifiques.

« Ils se connaissaient mais ne travaillaient pas ensemble. Le Grand Lyon a donc posé un cadre et une direction », souligne l'élue qui assure veiller au grain. Les égos mis de côté, le pôle de compétitivité Imaginove, Cluster Edit, La Cuisine du Web, l'Espace numérique entreprises, Rézopole mais aussi les accélérateurs et incubateurs (Axeleo, BoostInLyon etc.) se sont peu à peu structurés en une communauté unie autour d'une même et seule ambition : faire de Lyon une métropole French Tech avec *« la création annuelle d'une centaine de nouvelles startups, et l'accompagnement à l'international de 15 nouveaux tech champions »*. La plupart des dossiers sont désormais menés de manière collégiale entre tous les acteurs lyonnais.

La seconde édition du Blend Web Mix, (les 29 et 30 octobre prochains), événement international dédié au Web et au numérique, devrait en être l'exemple. Ainsi que le lieu totem qui représentera tout le secteur, installé sur 3 000 m² dans l'ancienne halle du quartier innovant de la Confluence.

En quelques années, Lyon s'est hissée parmi les villes incontournables du numérique en France (sur les domaines big data, robotique, logiciel et programmation, contenus créatifs, Web), soutenue par des mesures de politiques locales renforcées. Gérard Collomb, président du Grand Lyon, en a fait l'une des priorités de son schéma de développement économique. Pour cela, il peut s'appuyer sur une qualité de vie agréable, des loyers modérés et une facilité d'accès aux réseaux de transport. Des arguments de choix qui ont déjà séduit des entreprises internationales (le chinois Huawei ou encore Evernote ont installé des bureaux) et françaises (Réputation VIP a déménagé son siège parisien pour le 9^e arrondissement de Lyon ; OVH, une filiale). Pour Lyon, atteindre la première marche du podium ne serait donc plus qu'une question de temps.

Geolid, tech-champion lyonnais

La start-up lyonnaise a fait de la publicité locale en ligne son modèle de réussite. Sérieux concurrent des Pages Jaunes, elle pourrait employer 700 personnes d'ici cinq ans.

L'idée ingénieuse des fondateurs de Geolid est née alors qu'ils n'étaient encore qu'étudiants. Nous sommes en 2008 à l'école de management EMLyon, Gautier Cassagnau et Guillaume de Neuvier imaginent un service assurant principalement aux commerçants et artisans la meilleure visibilité qui soit sur Internet, en leur fournissant une publicité ciblée en local et un référencement adapté afin de leur garantir un retour sur investissement. Ce modèle a déjà conquis 3 000 clients.

De quoi voir l'avenir avec un grand A pour son président et cofondateur Gautier Cassagnau, qui fait le pari de « *devenir le leader en France de la publicité locale sur internet* ». Pour l'atteindre, la société est installée dans les principales agglomérations de France, multipliant ainsi les contacts, et devenant ainsi un concurrent sérieux des Pages Jaunes. De plus, l'accord passé avec Google en mars dernier lui confère le statut de régie locale du géant américain. L'entreprise emploie 150 personnes et espère atteindre les 700 collaborateurs dans cinq ans pour un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros, contre 12 en 2014. La levée de fonds de trois millions d'euros réalisée l'an dernier devrait y contribuer.