



DOSSIER DE PRESSE

1^{ère} édition d'Acceleratech China

Le programme d'immersion/accélération conçu par Business France et Bpifrance pour ouvrir les portes de la Chine innovante à 13 start-up et PME de la French Tech

16 novembre au 18 décembre 2015 – Pékin – Shanghai – Shenzhen – Hong Kong

Bpifrance et Business France au service de l'export

Contacts Presse

Business France

Clément Moulet

06 75 55 73 19

clement.moulet@businessfrance.fr

Bpifrance

Nathalie Police

06 07 58 65 19

nathalie.police@bpifrance.fr



I. La France : Une nation innovante encore trop mal connue

La France fait partie des pays les plus innovants au monde.

Innovation et France ne constituent pas une perception évidente. A l'international, l'image de notre pays est très souvent associée à la gastronomie, le luxe ou l'art de vivre, plus rarement à la création et aux start-up. Pourtant, les études internationales prouvent le contraire.

Selon le Top 100 Global Innovators des organisations les plus innovantes dévoilé par Reuters, en novembre 2014, la France se classe au troisième rang mondial derrière les Etats-Unis et le Japon. Elle est donc championne d'Europe de l'Innovation avec 7 organisations présentes dans le palmarès, devant la Suisse, quatrième (5 organisations) et l'Allemagne, sixième avec 4 organisations présentes.

De la même manière, selon le classement Fast 500 de Deloitte, la France se classe pour la 4ème année consécutive en tête des pays les plus innovants sur la zone EMEA devant le Royaume-Uni, le Benelux et la Suède. Ce classement répertorie les 500 sociétés technologiques de la zone Europe, Moyen-Orient et Afrique (EMEA) dont le chiffre d'affaires a le plus progressé depuis cinq ans. En 2014, 86 entreprises françaises y sont répertoriées contre 67 pour le Royaume-Uni, 60 pour le Benelux et 45 pour la Suède.

Ces classements illustrent bien le très bon positionnement de la France en matière d'innovation. Avec 55 milliards d'euros de dépenses intérieures de R&D, elle se situe au 6^{ème} rang mondial et au 2ème rang européen. En matière de brevets, elle se classe au 6ème rang mondial près de 8 000 brevets déposés en 2013.

L'innovation en France, c'est :

- 1er pays européen et 3ème au monde dans le top 100 des entreprises les plus innovantes de « Thomson Reuters » 2014 avec 7 entreprises françaises recensées ;
- 2ème rang européen et 6ème rang mondial pour le dépôt de brevets internationaux (OMPI, 2013) ;
- 1ère au classement Deloitte « Technology Fast 500 EMEA 2014 », pour la quatrième année consécutive avec 86 entreprises recensées sur 500.
- 13 médailles Fields pour la France sur 55 ;
- Près de 30% de la R&D des entreprises réalisés par des groupes étrangers ;
- 606 entreprises étrangères présentes auprès des entreprises françaises dans les 71 pôles de compétitivité français.
- Plus de 13 millions de bornes publiques d'accès au réseau Wifi
- 2ème rang en Europe pour le nombre d'abonnés au réseau 4G
- La France a mis en place un crédit impôt recherche sans équivalent, égal à 30% des dépenses de R&D jusqu'à 100 Millions d'euros et 5% au-delà.

II. La Chine, une économie bas de gamme : une image d'Epinal dépassée

Longtemps, la Chine a fondé son développement économique sur sa capacité à exporter, sous-évaluant les potentiels de son marché intérieur. Le pays a longtemps été considéré comme l'atelier du monde, proposant aux grands acteurs étrangers des produits manufacturiers à bas coûts, en s'appuyant sur une main d'œuvre très compétitive.

Depuis une quinzaine d'années, l'économie chinoise monte en gamme et en qualité. Sa main d'œuvre se spécialise et monte en qualification. La culture de l'innovation a commencé à essaimer dans tous les pans de son économie, soutenue par la naissance et le développement de groupes industriels et technologiques puissants à l'échelle mondiale et des universités et des centres de recherche aux tous premiers rangs mondiaux.

Cette transformation progressive de l'économie, alimentée par l'entrée de la Chine dans l'économie de marché et tirée par un marché intérieur colossal place désormais le pays parmi les deux premières économies de la tech au monde avec les Etats-Unis. Désormais, la Chine de la tech, très longtemps centrée sur le marché intérieur, veut entrer dans la compétition internationale et souhaite, pour atteindre cet objectif, faire appel à des avantages compétitifs venus de l'étranger.

Les autorités chinoises ont élaboré un plan visant à amener leur pays à se transformer structurellement d'ici à 2025. La Chine se « numérise » et se tourne de plus en plus vers les services. Les principales missions du plan « Made-in-China 2025 » ont pour but de soutenir la transformation et la mise à niveau de l'industrie manufacturière afin de faire passer la Chine du statut « d'usine du monde » à celui de « grande puissance industrielle ».

Du point de vue occidental, cette transformation n'apparaît pas encore comme une évidence. Les start-up et les PME innovantes ont plutôt tendance à tourner leur regard vers l'Ouest et la Silicon Valley pour envisager leur développement international et ne perçoivent le marché chinois que comme un objectif à plus long terme, lorsque l'entreprise aura grandi et sera plus apte à faire face à ce marché réputé difficile.

Pourtant, c'est un fait, l'Empire du Milieu est devenu le 1er marché des télécoms avec 1,26 Mds d'abonnés et le premier marché du web avec 670 millions d'internautes. Le e-commerce y pèse 800 milliards de dollars en 2014, devant les Etats-Unis, et 45% des internautes achètent en ligne (60% via des terminaux mobiles). De manière globale, les NTIC représentent 26% du PIB de la Chine et connaissent une croissance annuelle de 20 à 30% en fonction des secteurs. Selon Twitter, 37% des utilisateurs des réseaux sociaux sont chinois.

La Chine a aussi ses propres champions nationaux. Baidu, Alibaba, Tencent ou encore Huawei, sont les équivalents chinois des GAFAs (Google, Amazon, Facebook, Apple), symboles de la puissance de la technologie américaine.

Cette culture de l'innovation et cette soif d'avancées technologiques, dans un cadre de plus en plus respectueux de la propriété intellectuelle, touchent tous les pans de l'économie chinoise, au-delà des seules technologies de l'information et de la communication. Ainsi, l'industrie, la santé ou encore les médias sont à la recherche de solutions technologiques innovantes pour accompagner leur montée en gamme et leur permettre d'améliorer leur compétitivité.

Et surtout, la Chine dispose du 1^{er} marché intérieur mondial avec 1,35 milliards de consommateurs, près de 5 fois plus qu'aux Etats-Unis et 20 fois plus qu'en France.

Pour réussir à imposer sa technologie en Chine, il est absolument primordial de proposer au marché des produits ou solutions qui présentent une plus-value nette et adaptée aux spécificités locales, que ce soit en termes d'usage ou de réglementation. La créativité de French Tech permet de répondre à ces exigences.

Les ingénieurs français, dont les Etats-Unis vantent la créativité et la qualité dans le domaine de la tech, nourrissent aussi de leurs talents le tissu des industries plus « traditionnelles ». Cette réalité place la France parmi les nations les plus innovantes au monde. 600 000 emplois ont été créés par les entreprises françaises en Chine.

La combinaison de ces facteurs offre des perspectives colossales aux entreprises de la French Tech. Mais pour leur permettre de réaliser tout leur potentiel sur ce marché prometteur mais complexe, elles ont besoin d'un accompagnement sur mesure. C'est tout le sens d'Acceleratech China.

III. Acceleratech China : 13 entreprises, 2 phases, 4 villes

Acceleratech China, c'est quoi ?

Un peu d'histoire. En 2014, au terme de 3 éditions couronnées de succès et une trentaine de start-ups accompagnées sur le marché chinois, Business France, l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française, a souhaité faire évoluer son French Tech Tour Chine.

Pour s'imposer sur le marché chinois, les entreprises de la French Tech doivent être accompagnées dans la longueur pour initier et approfondir les liens commerciaux et saisir l'environnement complexe de ce marché hors norme.

Business France et Bpifrance se sont donc associées pour proposer un programme d'immersion/accélération plus ambitieux, inspiré de leur programme d'accélération ubi i/o de 10 semaines aux Etats-Unis.

Acceleratech a été pensé sur un modèle différent, mieux adapté aux spécificités du marché chinois. L'un des principaux enjeux pour les entreprises de la French Tech qui visent la Chine est d'abord de valider l'intérêt de leur offre pour le marché, mais surtout de prendre la mesure du pays de tous les superlatifs. Un des enjeux est notamment de disposer du modèle adapté pour pouvoir faire face à la demande si le produit ou service trouve son marché en Chine.

C'est pour cela qu'Acceleratech China est un programme conçu en deux phases pour permettre aux entreprises sélectionnées, d'approcher le marché chinois en fonction de leur degré de maturité.

Un programme en deux phases

La Chine est un marché complexe avec des besoins spécifiques dans le domaine technologique. Le pays propose des perspectives prometteuses pour les entreprises françaises innovantes, mais encore faut-il y être préparé et valider l'adéquation de sa proposition de valeur avec les attentes du marché et la robustesse de son modèle pour faire face à un pays complexe à bien des niveaux mais où le succès peut-être rapide.

C'est pour répondre à cette réalité qu'Acceleratech a été conçu sur 5 semaines, du 16 novembre au 18 décembre 2015, mais en deux temps :

- **10 jours d'immersion** pour les 13 entreprises sélectionnées, à partir du 16 novembre 2015. L'objectif de cette première phase est de les confronter à l'environnement high-tech chinois afin d'en comprendre les spécificités et d'en maîtriser les codes.
- **4 semaines d'accélération** pour 5 lauréates – entièrement financées par Bpifrance. Cette deuxième phase doit permettre aux entreprises les plus matures d'approfondir les liens tissés lors de la première phase pour développer des partenariats, rencontrer des investisseurs et accélérer leur présence sur le marché chinois.

Une sélection rigoureuse

Pour s'assurer de retenir les entreprises les plus prometteuses, Business France et Bpifrance ont fait appel à un jury de 16 personnalités franco-chinoises reconnues pour leur connaissance fine du marché chinois de la tech et leur expertise pour évaluer le degré d'innovation dans un marché numérique mondial effervescent.

Ces jurés, reconnus pour leur expertise sur le plan technologique, commercial ou financier, parmi lesquelles Bruno Bonnell, dirigeant de Robopolis, Dan Serfaty, co-fondateur de Viadeo, Frédéric Raillard de l'agence de publicité Fred et Farid ou encore Matthieu Baret, partner d'IDINVEST, ont jugé les candidates sur des critères précis.

Elles ont été évaluées sur le caractère innovant et différenciant de leur produit ou service, son adéquation avec les attentes du marché chinois, la robustesse de leur business model et le degré d'implication des équipes dans le projet.

Si plusieurs entreprises lauréates sont issues du secteur numérique, de l'édition logicielles ou des solutions pour le marketing et les applications mobiles, les jurés ne s'en sont pas tenus à ces seuls secteurs. Plusieurs autres entreprises proposent des solutions technologiques innovantes pour l'industrie, la santé, les médias, les drones, les objets connectés, avec de forts potentiels de développement dans ces secteurs.

Un parcours chinois en quatre villes

Ces dernières années, de nombreux incubateurs ont vu le jour. A titre d'exemple, Canton compte 85 incubateurs dont 13 nationaux. Shenzhen, en accueille 107 dont 12 nationaux. A Pékin, l'immense parc de Zhongguancun compte plus de 100 incubateurs.

On dénombre en Chine :

- 1 239 “Nurseries – Incubateurs – Accélérateurs” intégrés fin 2012 abritant plus de 70 000 startups de la Tech
- 9 business incubateurs internationaux établis dans, ou en partenariat, avec des pays étrangers

Les parcs technologiques chinois se multiplient. Ils prennent une place grandissante au sein des principales villes ou régions de Chine aussi bien en termes de volumes exportés, de chiffre d'affaires, ou du nombre d'entreprises.

Pendant les 10 semaines d'immersion, les 13 entreprises de la promotion 2015 d'Acceleratech feront étape dans chacune des 4 capitales de la tech chinoise : **Pékin, Shanghai, Shenzhen et Hong Kong**. Les 5 lauréates de la phase 2 poursuivront leur phase d'accélération en retournant une semaine dans chacun de ces écosystèmes.

Le choix de ces quatre villes ne doit rien au hasard. Chacune présente un écosystème local et un environnement spécifique qui en font les quatre centres incontournables pour se développer sur le marché technologique en Chine.

- **Pékin, le cœur de la R&D chinoise**

Pékin rassemble des centres de R&D, des universités et centres de recherche, fabrication d'ordinateurs et de téléphones portables, édition de logiciels, et réseaux télécoms y sont importants.

Zhongguancun, le « quartier » chinois de l'électronique, concentre des activités de recherche en accueillant des universités chinoises de premier rang telles que les universités de Pékin et de Tsinghua ainsi que des Instituts renommés dont certains sont rattachés à l'Académie des Sciences de Chine (CAS).

Pékin abrite également Innoway est une zone nouvelle de 45 000 m², entièrement dédiée aux start-up chinoises afin de leur allouer des espaces de co-working. Elle en accueille à ce stade 339. Depuis quelques mois, l'espace invite des start-up étrangères.

Au total, le parc compte une quarantaine d'universités et d'écoles (toutes spécialités confondues) auxquelles s'ajoutent quelques 200 institutions de recherche ainsi que 67 laboratoires clés d'état. 30 000 entreprises IT peuplent le parc de Zhongguancun.

- **Shanghai, l'innovation dans les services**

A Shanghai, les domaines de compétences sont globalement similaires à ceux proposés à Pékin mais davantage orientés vers les services que la production hardware : R&D, universités et centres de recherche microélectronique, télécoms, matériel informatique, ordinateurs, logiciels, jeux vidéo, optoélectronique.

3 000 entreprises High-Tech certifiées par le Comité des Sciences et Technologies de Shanghai. D'ailleurs, les sièges de Ctrip, Yihaodian, Verysilicon, Wonders group, BestTV font partie de cet environnement.

Plusieurs entreprises IT ont fait le choix de Shanghai, traditionnellement ouverte aux entreprises étrangères, pour établir des centres de recherche, au rang desquelles Hewlett-Packard, Lenovo, Intel, Infineon ou encore IBM, Citibank, eBay, Infosys et SAP AG dans le logiciel.

- **Shenzhen, la Silicon Valley chinoise**

Situé juste en face de Hong Kong, Shenzhen est le cœur de la Chine technologique de demain. La ville accueille des centres de R&D, des universités et des centres de recherche microélectronique, électronique, optoélectronique, laser, télécoms, matériel informatique, ordinateurs, logiciels, téléphones mobiles, jeux vidéo.

Le premier parc high-tech industriel de Shenzhen, créé en 1996, est l'un des plus importants en Chine du Sud. D'une surface de 11,5 km², ce parc a réussi à attirer des capitaux étrangers. 13 entreprises européennes (dont 1 entreprise française) ont développé des coopérations avec les universités sur la formation et l'enseignement à distance.

En 2009, le montant total des investissements réalisés était de 1,04 milliards d'euros. Depuis, on dénombre 2 grandes zones hi-Tech avec 14 parcs hi-Tech et 7 parcs logistiques.

Grâce au positionnement sectoriel (comprenant par exemple l'Internet of Things (IoT), l'optoélectronique, optique, biotechnologie, industrie pharmaceutique, et autres nouveaux matériaux), le parc high-tech de Shenzhen fournit des solutions à des grands groupes chinois et internationaux.

Dans la zone Guangdong/Delta de la Rivière des Perles/Shenzhen, on dénombre 6 Parcs industriels dont le Parc Hi-Tech, 7 incubateurs importants, 30 000 entreprises High-Tech dont 1 353 accréditées par le gouvernement. Il existe par ailleurs plus de 2 800 entreprises d'investissements spécialisées dans l'innovation à Guangdong. Plusieurs acteurs essentiels de l'internet, à l'image de Tencent, sont nés à Shenzhen.

- **Hong Kong, la vitrine pour les start-up du numérique**

Hong-Kong se situe au 3ème rang mondial des lieux à fort potentiel en matière de numérique, après la Silicon Valley et New York grâce à de récentes infrastructures qui lui permettent de soutenir la croissance des startups numériques.

La plupart des grandes entreprises françaises et/ou internationales sont présentes dans le domaine des NTIC : Facebook, Google, Schneider, General Electric, Yahoo, Hutchison Telecom, IBM, Lenovo, Atos, Orange, STM et Maxwell. Hong Kong accueille depuis des décennies les sièges des grandes multinationales désireuses de développer leur présence en Asie. Le Hub attire souvent les directions marketing ou IT qui irriguent la région de leurs décisions. Bien souvent, le premier client chinois des PME françaises sera situé à Hong Kong.

Les 13 Start-up et PME de la French Tech sélectionnées pour Acceleratech China



A2iA en quelques mots

A2iA a été créée en 1991 par le Professeur Jean-Claude Simon, pionnier de la Reconnaissance Intelligente de Caractères. Après avoir bénéficié de contrats de recherche dans le domaine de la reconnaissance appliquée au traitement postal et bancaire, A2iA a mis au point une technologie véritablement innovante capable de lire l'écriture manuscrite cursive. Cette technologie donnera lieu en 1996 à la commercialisation d'un premier logiciel dédié au secteur des moyens de paiement, A2iA CheckReader, qui équipe les plus grandes banques et établissements financiers dans plus de 26 pays dans le monde.

Forte de cette présence dans le secteur bancaire à travers le monde, l'entreprise a poursuivi son développement en parallèle de l'ouverture en 1999 du siège social américain à New York. Des investissements constants dans la recherche et développement de la reconnaissance ont donné le jour à d'autres produits utilisés dans des domaines encore plus variés. A2iA FieldReader et A2iA DocumentReader ont respectivement été lancés en 2001 et 2005, permettant respectivement le traitement automatisé des formulaires, la classification intelligente de document et l'extraction de contenus manuscrits et imprimés. La plupart des entreprises qui gèrent des volumes importants de documents utilisent la technologie A2iA intégrée aux solutions de lecture automatique de documents des plus grands éditeurs du marché. « A2iA Powered » !

En 2013 A2iA a poursuivi son innovation en lançant son offre de capture et de reconnaissance mobile A2iA Mobility, une solution de capture, traitement d'image et de reconnaissance pour les plateformes mobiles iOS et Android.

A2iA a su rapidement s'imposer à l'international, notamment sur les marchés américain, asiatique et européen avec un réseau de plus de 380 partenaires éditeurs et intégrateurs. Avec plus de 15000 clients dans 26 pays, A2iA est une entreprise d'envergure internationale qui compte près de 70 personnes à Paris & New York.

Son projet en Chine

A2iA est présent dans 36 pays sur tous les continents et réalise 75% de son chiffre d'affaires à l'export. Pour s'attaquer au marché chinois, l'entreprise travaille sur une technologie de reconnaissance des caractères chinois. Les solutions de A2iA sont déjà capables de reconnaître automatiquement les caractères chinois sur les chèques. D'ici 2016/2017, l'entreprise prévoit de développer une technologie de reconnaissance complète des caractères chinois, en vue de répondre aux besoins du marché domestique en termes de reconnaissance automatisée des caractères, d'extraction d'information et de classement automatisé des documents. Elle souhaite développer à terme des partenariats avec des firmes chinoises de la téléphonie pour déployer ses solutions sur les terminaux mobiles.

Les chiffres clés de A2iA

Chiffre d'affaires : 10,8 Millions d'euros en 2014 dont 75% à l'export

Croissance : +10,2% en 2014



Deep Vision en quelques mots

Deep Vision est une société française, l'expert de la prise de vue sous-marines depuis plus de 15 ans. DEEP VISION conçoit et exploite des systèmes de caméras étanches robotisées uniques au monde qui peuvent couvrir tout type de manifestations aquatiques diffusées en direct par les chaînes de télévision, telles que la nage, la natation synchronisée, le water-polo, le plongeon, open water, la plongée, le hockey subaquatique, la chasse sous-marine, le sauvetage sportive...

DEEP VISION a réalisé les images sous-marines pour des compétitions de natation en France, en Europe et dans le monde entier dont les Championnats d'Europe en 2012, 2013 et 2014, les Championnat du Monde en 2013 et 2015, les Asian Games en 2014.

Les prestations proposées par DEEP VISION pour la réalisation des séquences subaquatiques comprennent la location du matériel étanche télécommandé depuis la surface (caissons, caméras, tourelles, travelling, lumière, son...) et la prestation de techniciens-plongeurs, ingénieurs et opérateurs.

Son projet en Chine

Le marché chinois représente un fort potentiel de développement pour DEEP VISION. Les grandes chaînes de télévision chinoises à l'image de CCTV-5 qui souhaitent diffuser plus d'évènements sportifs. En 2014, plus d'une douzaine de compétitions nationales et 6 championnats internationaux de sports aquatiques ont été diffusés sur cette seule chaîne. Pour assurer une prise de vue plus « spectaculaire », CCTV souhaite faire appel aux systèmes de prise de vues sous-marines.

Enfin, la Chine s'est engagée dans un vaste programme de développement de l'industrie du sport, incluant la construction de stades nautiques. Il existe donc un marché pour Deep Vision dans l'équipement de ces futures infrastructures, notamment pour des besoins de suivi de l'entraînement et de l'apprentissage des sports nautiques en proposant des systèmes de capture et d'analyse de l'image pour les équipes chinoises de natation, dont l'équipe nationale.

Des sociétés chinoises spécialisées dans la production audiovisuelle manifestent leur intérêt pour le savoir faire de DEEP VISION dans les domaines de la publicité, le cinéma, le documentaire et show télévisé.

Les chiffres clés de Deep Vision

Chiffre d'affaires : 310 000 euros en 2014 en grande partie à l'export

Croissance : +25% en 2015



Delair-Tech en quelques mots

Fondée en mars 2011 à Toulouse par 4 associés (Michael De Lagarde, Bastien Mancini, Benjamin Michel et Benjamin Benharrosh), Delair-Tech a développé une technologie exclusive de vol de très longue distance qui lui vaut un positionnement avant-gardiste sur le marché français.

Delair-Tech conçoit, produit et commercialise des solutions d'observation aérienne innovantes à base de minidrones de longue endurance et de traitements d'images spécifiquement développés pour adresser des besoins en matière d'agriculture, de topographie ou de surveillance industrielle.

Premier fabricant français certifié pour les vols hors vue en 2012. Le minidrone DT-18, est le seul aujourd'hui à être certifié par la DGAC pour évoluer sans limite de distance dans l'espace aérien civil, hors de vue de l'opérateur (BVLOS). L'avance technologique de Delair-Tech est reconnue internationalement et le défi est de la transformer en une avance commerciale avec l'ouverture de bureaux à l'étranger. L'entreprise a déjà fait voler ses drones sur les cinq continents.

Son projet en Chine

Les besoins des entreprises chinoises en matière d'observations aériennes sont colossaux. Delair-Tech n'a pas de compétiteur identifié dans ce domaine en Chine.

Delair-Tech vise deux types de clients. D'une part les prestataires de services, souvent des PME ou des ETI. Pour ce type de client, il est nécessaire d'avoir une présence forte sur le marché à travers un réseau de revendeurs pour assurer notamment le service après-vente. D'autre part, les grandes compagnies qui basent leur décision d'achat sur les retours d'expérience d'autres clients.

En Chine, il est quasi impossible de convaincre ces grands comptes depuis la France. Delair-Tech envisage donc d'ouvrir un bureau en Chine pour assurer son développement sur le marché.

Les chiffres clés de Delair-Tech

Chiffre d'affaires : 1,2 millions d'euros en 2014 et un objectif de 3 millions en 2015, en quasi-totalité à l'export.

Croissance : +545% en 2014



Euris Health Cloud® en quelques mots

Euris Health Cloud® est un groupe français dédié à la santé avec un volet d'activités lié à l'hébergement de données de Santé et une activité d'édition de logiciels spécialisés pour les forces de ventes des laboratoires (CRM & promotion digitale).

En respect des standards français, Euris Health Cloud® offre un cloud communautaire pour la Santé Connectée dans différents pays avec le même niveau de sécurité. Avec l'essor du marché de la santé connectée, les offres de services sont très importantes.

Euris Health Cloud® construit un écosystème dédié à la santé connectée : Cloud Santé® Marketplace. Cette plateforme d'hébergement, agréée, propose un service d'infrastructure et un ensemble de services logiciels bâti avec les meilleures technologies du marché.

Les opérateurs de service dans le domaine de la santé y trouvent des « briques-produits » en mode SaaS, agréées, sécurisées, et répondant aux plus hautes exigences en matière de réglementation des systèmes d'information de santé.

Dans la Marketplace, Euris Health Cloud® édite NetReps®, logiciel de CRM, et Smart Content® qui met à la disposition des acteurs de la santé les outils de la promotion digitale. Ces solutions offrent une large couverture fonctionnelle et permettent aux laboratoires pharmaceutiques d'avoir à leur disposition tous les outils nécessaires pour le suivi de la bonne mise en place de leur stratégie marketing/ventes. Ces fonctionnalités sont disponibles sur n'importe quel matériel, à la fois en ligne et déconnecté.

Euris Health Cloud® est le seul fournisseur à proposer un hébergement multi-territoire avec une Marketplace "as a service". Concernant la Suite logicielle, Euris Health Cloud® propose une chaîne de valeur unique qui combine les solutions CRM et CLM qui sont les plus adaptées aux besoins des laboratoires pharmaceutiques. Les solutions sont déployées en Europe, Afrique, Asie et Amérique Latine.

Son projet en Chine

Euris Health Cloud® a entamé ses premières démarches sur le marché chinois en 2009. En 2014, l'entreprise a signé ses premiers contrats et installé ses propres infrastructures d'hébergement en Chine continentale. Pour accélérer son développement sur la zone, Euris a ouvert un bureau à Shanghai en juillet 2015.

Les chiffres clés de Euris Health Cloud®

Chiffre d'affaires : 3,4 millions d'euros en 2014

Croissance : +21% en 2014



Feeligreen en quelques mots

Feeligreen est une jeune entreprise technologique qui se focalise sur le développement de dispositifs à micro-courant, sécurisés et efficaces, pour un large spectre d'applications cosmétiques et thérapeutiques.

Si les bénéfices des dispositifs à micro-courant ont été démontrés depuis plus de 40 ans dans le domaine des traitements dermo-thérapeutiques et dermo-cosmétiques, les produits et les technologies mises au point par Feeligreen surpassent les solutions existantes. Ces dernières n'ont pas le niveau d'efficacité, de sécurité et de facilité d'utilisation leur permettant d'être déployées largement. Pourtant, les domaines d'applications sont larges, des solutions anti-âge pour la peau à la délivrance de médicaments sous-cutanés sans aiguille en passant par le traitement des cicatrices en passant par la prévention des maladies de la peau et le soulagement de la douleur.

Avec nos premiers produits, les patchs anti-âge FEELIGOLD, nous avons su démontrer notre capacité à développer un produit technologique offrant des résultats probants.

Nos développements actuels étendent le champ de nos applications, ciblant les industries médicale et cosmétique.

Son projet en Chine

Le marché mondial des dispositifs médicaux grand public va connaître une forte croissance dans les années à venir, notamment sous l'impulsion du vieillissement de la population. Les solutions développées par Feeligreen adressent un large marché dans le domaine de la santé et de la dermo-cosmétique estimé à 7 milliards de dollars d'ici 2018.

Feeligreen souhaite donc se développer en Asie et prioritairement en Chine. Le premier objectif a donc été de développer la distribution des solutions déjà existantes dans le domaine de la cosmétique en collaboration avec un partenaire local et l'enregistrement de ces produits auprès des autorités de santé chinoises.

Désormais, Feeligreen cible les leaders industriels chinois dans le domaine des biotechs, de la pharmacie et de la cosmétique pour renforcer son développement technologique et sécuriser son entrée sur le marché chinois.

Les chiffres clés de Feeligreen

Chiffre d'affaires : N/A

Croissance : N/A



Fitizzy en quelques mots

Fitizzy est un assistant shopping pour le e-commerce dans le domaine de l'habillement. L'objectif premier de Fitizzy est de permettre à chaque internaute de créer son « passeport morphologique » et de l'utiliser sur tous les sites marchands partenaires pour s'assurer de sélectionner la bonne taille de vêtements lors d'un achat en ligne.

La volonté de Fitizzy est aussi d'aider l'utilisateur à savoir quelle taille choisir pour faire des cadeaux à ses proches, inscrits sur Fitizzy. Pour ses proches, l'utilisateur a seulement accès à la taille commerciale (les mensurations ne sont jamais affichées), selon les paramètres de confidentialité que ceux-ci ont choisis. D'autres fonctionnalités sociales permettent d'envoyer des recommandations produits, d'en recevoir et d'indiquer sur son profil ses marques favorites.

Fitizzy conseille aux consommateurs en boutiques physiques grâce à l'application mobile avec laquelle il est possible de scanner les codes-barres et sélectionner la bonne taille pour le produit en question.

La Recherche et Développement est l'un des piliers de la réussite de Fitizzy. Il aura fallu plus de 15 mois, entourés de professionnels de la morphologie, du prêt-à-porter et de modélistes, pour élaborer, tester et valider la première version de l'algorithme qui calcule la bonne taille. Cet outil innovant est, pour le moment, capable de déterminer, non seulement la taille, mais aussi comment le produit se comportera une fois porté par l'internaute. L'équipe continue de travailler pour améliorer les conseils et élargir son champ de recherche aux domaines de la lingerie et de la chaussure. Les fondateurs se sont aussi entourés de nombreux experts du e-commerce pour répondre précisément aux problématiques de la vente en ligne.

Son projet en Chine

En 2015, Fitizzy a entamé son développement international, d'abord au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne et au Japon. La société envisage maintenant à court terme son développement en Chine. Les fondateurs n'hésitent pas à citer Jack Ma, le patron d'Alibaba : « Dans le reste du monde, le e-shopping est une manière comme les autres de faire du shopping. En Chine c'est un art de vivre ». La Chine est donc clairement un marché prioritaire pour Fitizzy.

L'objectif de Fitizzy est d'ouvrir rapidement un bureau en Chine et de développer des partenariats avec les grandes marques du retail pour tirer tout le profit du développement du marketing mobile et du e-commerce. Leur application est déjà traduite en chinois et prête à conquérir le marché.

Les chiffres clés de Fitizzy

Chiffre d'affaires : N/A

Croissance : N/A



Lengow en quelques mots

Lengow, "easily sell everywhere"

Lengow est une solution d'e-commerce automation répondant aux enjeux de performance, d'automatisation et d'internationalisation des marques et distributeurs sur internet. Intuitive et innovante, la plateforme Lengow assure une forte visibilité et rentabilité aux catalogues produits des e-commerçants sur tous leurs supports de diffusion : places de marché, comparateurs de prix, régies d'affiliation, display/retargeting...

Créée en 2009, Lengow, figure aujourd'hui parmi les acteurs incontournables du e-commerce et de l'écosystème numérique européen et fait de son expansion internationale une priorité.

Lengow compte aujourd'hui près de 3 500 sites e-commerce clients (La Redoute, Fnac, Decathlon, 3suisses, Rueducommerce, Carrefour, Sephora, Auchan, Nocibe, L'Oreal,...) et 1 800 diffuseurs partenaires (Amazon, Google, Cdiscount, Criteo, Prestashop,...) à travers le monde. Sa solution est utilisée, à ce jour, dans plus de 45 pays, par des e-commerçants qui souhaitent proposer leurs produits auprès de comparateurs de prix et de places de marché, exploiter la richesse de leurs données produits et développer ainsi leurs canaux d'acquisition.

Son projet en Chine

Le marché chinois du e-commerce représentait 328 milliards en 2013, principalement grâce aux leaders du marché tels qu'Alibaba et ses multiples sites de e-commerce au premier rang desquels TMall. Le potentiel de développement de Lengow sur ce marché est donc conséquent.

Lengow est déjà présent dans 45 pays et cherche à se développer sur les marchés les plus prometteurs, en particulier l'Asie. Le développement international est au cœur de la stratégie de l'entreprise pour établir et renforcer sa position de leader international du e-commerce mondial. Le marché chinois doit lui permettre d'atteindre cet objectif.

Les chiffres clés de Lengow

Chiffre d'affaires : 4,8 millions d'euros en 2014

Croissance : +24% en 2014



PRIZM en quelques mots

Créée en 2013 par *Pierre Gochgarian, Arthur Eberhardt, Pierre Verdu* et *Olivier Roberdet*, Ubithings est une jeune pousse qui a pour objectif de repenser la manière dont nous écoutons la musique à la maison.

La jeune start-up française, basée à Paris, a lancé en Octobre 2014 une campagne de financement participatif sur le site internet américain Kickstarter pour financer l'industrialisation de son nouvel objet connecté : Prizm. En seulement 4 jours, le projet a atteint son objectif et récolté plus de 70 000\$. Prizm a finalement récolté plus de 161.000 €.

Le principe est simple : appuyez sur un bouton, et Prizm™ choisit de lui-même la musique pour vous, en fonction de ce qu'il se passe dans la pièce : l'ambiance et les personnes présentes influencent la musique choisie par Prizm. Ainsi, la musique correspond parfaitement au contexte détecté. Le tout automatiquement, sans avoir à utiliser son smartphone ou son ordinateur.

Prizm est ainsi capable de détecter les personnes présentes dans une pièce, via leur smartphone ou leurs bracelets connectés. La startup a développé un algorithme qui analyse les goûts musicaux de l'ensemble des personnes présentes dans la pièce, pour proposer un choix musical qui plaira à chacun. C'est une caractéristique unique dans le secteur de la musique et de la Hi-Fi. Personne aujourd'hui ne propose cela.

Mais Prizm ne se contente pas de reconnaître qui sont les personnes dans la pièce, il analyse également l'ambiance à l'aide de capteurs sonores. Ainsi, Prizm arrive à faire la différence entre une soirée romantique et une soirée entre amis. Plus vous interagissez avec Prizm, mieux il vous connaîtra. Par exemple, il va comprendre que vous préférez écouter du Rock le matin, et du Jazz quand vous rentrez du travail.

Vous aimez la musique qui passe ? Appuyez sur le cœur, et la musique est ajoutée directement dans vos playlists Soundcloud ou Deezer. Appuyez sur la croix pour changer la musique jouée. Prizm, une fois connecté à vos enceintes (Jack 3.5mm, Optique ou Bluetooth), diffuse la musique en Wi-Fi directement depuis votre compte Soundcloud, Spotify ou Deezer.

Son projet en Chine

La Chine veut faire du secteur des objets connectés un de ses secteurs stratégiques. Avec une croissance annuelle de 30%, le marché des objets connectés est donc un des plus importants au monde. Ubithings a donc toute sa place pour y développer son activité et produire son premier produit Prizm.

Les chiffres clés de PRIZM

Chiffre d'affaires : Le produit sera lancé à la fin de 2015 mais avant même sa sortie, la startup a déjà comptabilisé plus d'un millier de précommandes.



S4M en quelques mots

Le marché de la publicité sur mobile est en plein boom. Et S4M compte bien en profiter. Fondée en 2011, cette société française commercialise une solution intelligente permettant aux marques de mener des campagnes publicitaires ciblées auprès des mobinautes.

S4M (Solutions for Mobile), est une plateforme technologique de publicité à la performance, réservée aux agences de publicité et aux annonceurs.

S4M repose sur 2 offres technologiques : FUSIO by S4M, une suite d'algorithmes complexes qui prédit, délivre, mesure, optimise les campagnes en temps réel et produit des résultats vérifiables ; YANCO by S4M, plateforme de publicité à la performance, qui utilise la puissance de l'intelligence artificielle et l'analyse prédictive pour identifier en temps réel les acheteurs potentiels.

S4M compte plus de 60 employés dans 5 bureaux répartis aux États-Unis, en Europe, en Asie-Pacifique et en Amérique du Sud, au service de plus de 150 annonceurs dans le monde.

Son projet en Chine

La Chine est l'un des principaux marchés mondiaux pour la téléphonie mobile et les services associés. S4M entend déployer en Chine la même stratégie orientée client qui a fait son succès en Europe. Elle vise en priorité deux types de clients potentiels : les principales agences media et les annonceurs majeurs.

La stratégie de développement de S4M sur le marché chinois est très claire. Dans un premier temps, l'accent sera mis sur le sourcing des clients potentiels. Une fois cette première étape validée, S4M envisage d'ouvrir une représentation commerciale sur place et de développer l'assistance technique.

Pour assurer au mieux son développement, la société va également localiser sa plateforme en Chine pour adapter ses outils au marché local, tant du point de vue de la langue que des besoins identifiés chez les clients.

Les chiffres clés de S4M

Chiffre d'affaires : 6,6 millions d'euros en 2014

Croissance : +253% en 2014



Sentryo en quelques mots

Sentryo est une start-up technologique dont le siège est à Lyon fondée par une équipe expérimentée dans la cyber sécurité et dans l'entrepreneuriat. La société, est lauréate du concours In Pulse sponsorisé par Huawei et a été élue prix de l'Innovation des Assises de la sécurité 2015.

Sentryo démarre simultanément en France et en Allemagne avec l'ambition de devenir le leader du secteur en s'appuyant sur des racines Européennes.

Sentryo est un éditeur de solutions de protection de l'Internet Industriel et des réseaux machine to machine contre les cyber risques. Sentryo ICS CyberVision surveille le réseau, détecte les comportements anormaux et facilite la réaction aux incidents.

Sentryo s'adresse aux entreprises des secteurs de l'énergie, du transport ou de l'environnement qui opère des infrastructures critiques comme aux entreprises industrielles du secteur manufacturier qui relèvent le défi « Industry 4.0 » Elle est idéalement placée pour répondre aux enjeux de cyber sécurité de l'Internet des objets professionnels.

Son projet en Chine

En Chine les enjeux en matière d'infrastructures industrielles et de protection de celles-ci sont considérables.

Sentryo cherche à nouer des partenariats avec des équipementiers ou des intégrateurs dans le domaine de l'automation pour adresser les secteurs de l'énergie ou des transports en Chine.

Les chiffres clés de Sentryo

Chiffre d'affaires : Sentryo est actuellement dans son premier exercice. La société prévoit un CA de 250 000 euros sur 2015 et une très forte croissance à compter de 2016 à la suite de la levée de fond : 1,5M€ en 2016, 3,7 M€ en 2017, 6,5 en 2018



Stereolabs en quelques mots

Créée en 2010 par des ingénieurs spécialistes en optique issus de l'Institut d'Optique de Palaiseau, STEREO LABS est une PME innovante spécialisée dans le développement de solutions de traitement d'image 3D pour l'industrie.

La société possède une expertise reconnue à l'international en vision 3D par ordinateur et reconstruction 3D temps réel.

La société a fourni les équipements de traitement d'image 3D d'événements internationaux comme les Jeux Olympiques de Londres, la Ligue des Champions et Roland Garros. Dans le domaine du cinéma, la société prépare à Los Angeles les futurs équipements de tournage d'Avatar 2, en partenariat avec la société de production de James Cameron.

Depuis 2012, la société a diversifié ses activités dans le domaine robotique et industriel. STEREO LABS travaille actuellement sur de nouvelles solutions de perception 3D à base de stéréo vision. Cette nouvelle activité s'inscrit dans une stratégie de développement international et d'expansion à de nouveaux marchés.

Son projet en Chine

L'imagerie 3-D est la prochaine révolution pour les appareils mobiles. En 2020, 80% des smartphones seront équipés de capteurs 3D. STEREO LABS fournit le 1er capteur 3D au monde qui reproduit la vision stéréo humaine et permet de révolutionner les usages dans le monde de la téléphonie mobile.

Les acteurs de la téléphonie chinoise possèdent une part croissante du marché mondial des appareils mobiles. STEREO LABS souhaite travailler en partenariat avec les OEM chinois pour introduire la technologie de perception 3D dans les futurs smartphones.



Technosens en quelques mots

Technosens est le spécialiste de l'interfaçage des technologies du bâtiment. Après avoir gagné le concours du Ministère de la Recherche, elle se voit récompensée pour sa solution révolutionnaire e-lío. Pionnier du marché de la Silver Economie, la solution e-lío offre une réponse sur mesure pour améliorer le bien-être et la prise en charge des seniors. Elle s'inscrit dans un marché d'avenir: le HomeCare.

e-lío™ s'adresse au marché des établissements accueillants des seniors. e-lío positionne la télévision comme l'écran principal du lieu de vie interagissant avec une multitude d'objets (domotiques, périphériques de santé,..) et offrant un ensemble de services au patient/résident, à ses proches et à l'ensemble des professionnels du quotidien (gestion des repas, téléassistance, traçabilité, supervision...). Un petit boîtier suffit à connecter chaque télévision à e-lío. L'établissement ainsi équipé accède à de nombreuses économies et une offre de services renforcée.

A fin 2015, plus de 2.000 appartements/chambres seront connectés à e-lío. Cela représentera plus de 10.000 personnes reliées autour d'un même objectif: améliorer la qualité de vie de seniors et leur permettre de rester chez eux, en bonne santé, le plus longtemps possible.

Son projet en Chine

En 2040, les plus de 70 ans seront 970 millions dans le monde et représenteront plus de 10% de la population mondiale.

L'international, et la Chine en particulier, s'inscrit dans la stratégie de développement de cette start-up Rhône-Alpine fondée par Thierry CHEVALIER. Grâce à Technosens, les interfaces des technologies s'adaptent automatiquement aux besoins et à l'autonomie de leurs utilisateurs. La complexité grandissante des technologies et le vieillissement inéluctable de la population mondiale offrent un bel avenir à cette pépite de la French Tech.

C'est donc tout naturellement que Technosens souhaite se développer sur le marché chinois pour permettre aux chinois âgés de bien vieillir chez eux, entourés, sécurisés et avec une prise en charge améliorée, jours après jours.

Les chiffres clés de Technosens

Chiffre d'affaires: >0,5M€ en 2015

Croissance: +110%

Nombre de salariés: 7



WASSA en quelques mots

Wassa est une société innovante spécialisée dans le web et la mobilité créée en 2011. Elle intervient dans la conception et le développement de solutions digitales optimisées pour les besoins de ses clients.

Facilitycs est un composant logiciel (SDK) permettant la détection et l'analyse de critères morphologiques de l'utilisateur d'une plateforme numérique à travers l'œil de la caméra.

Destiné aux applications iOS et Android, il permet de détecter et tracker des visages, reconnaître des émotions, estimer le genre et l'âge d'une personne, ainsi que de détecter la présence d'accessoires tels que des lunettes.

Son projet en Chine

Wassa souhaite se développer en Chine pour y développer sa technologie. Son expertise dans les algorithmes scientifiques et dans le développement logiciel lui ouvre des opportunités sur le marché très technologique qu'est la Chine.

Les chiffres clés de WASSA

Chiffre d'affaires : 1.208.000 euros pour 2014

Croissance : + 170% en 2014