

## L'INITIATIVE



### L'Ouvre-Boîte en test à Cap 3000

Accompagner dans la durée des jeunes faiblement qualifiés dans l'entrepreneuriat, le principe-même de ce dispositif initié par la Fondation d'Auteuil. Mis en œuvre dans plusieurs villes françaises, le programme a été lancé à Nice en mai dernier. Sept bénéficiaires âgés de 18 à 30 ans, tous issus de la Métropole, ont été sélectionnés parmi une cinquantaine de candidats, pour donner à leurs projets toutes les chances de réussir. Après la partie théorique faite d'ateliers business collectifs, place au terrain: pendant six mois, ils vont pouvoir tester leur entreprise dans un concept store à Cap 3000. Maroquinerie, stylisme, déco imprimée en 3D, les entrepreneurs vont confronter leurs créations à une clientèle diverse et variée dans le mail de Cannes. Pauline Marteil, en charge du projet, justifie le choix du centre commercial laurentin par son positionnement géographique et "l'intérêt sociétal" montré par la direction du centre et le groupe Altarea. De ces six mois, elle attend des jeunes "qu'ils puissent se tester à la vente, confirmer et valider leurs concepts / produits et éventuellement les modifier, puisqu'il s'agit d'un accompagnement sur la durée : parallèlement à cette phase de test en réel, les entrepreneurs seront coachés pendant deux ans par des experts du monde de l'entreprise. Tout est mis en œuvre pour une mise sur le marché pérenne".

## Site de rencontres niçois cherche investisseurs

**TECH APPEAL.** Créée il y a un an et hébergée au CEEI, la startup de Benjamin Orion a développé Mi, une appli de rencontres pas tout à fait comme les autres.

● Lancée en juin par l'azuréen Benjamin Orion, Mi joue la carte de l'originalité en proposant un lieu de rencontre "idéel" à ses utilisateurs. "J'ai remarqué qu'on avait finalement très peu de rendez-vous réels sur les applis existantes, analyse le fondateur. Et quand ça arrive, c'est souvent un casse-tête pour trouver le lieu adéquat. On ne va pas amener une végétarienne dans un steak house par exemple..." Mi reprend les motifs des jeux de cartes pour classer les objectifs de ses utilisateurs : cœur pour l'amour, trèfle pour l'amitié, pique pour l'éphémère et carreau pour les... indécis. "Ça donne un côté ludique." Sur Mi, chacun peut contacter jusqu'à cinq personnes par jour pour tenter d'entamer une discussion. Les lieux de rendez-vous, eux, sont proposés parmi une liste d'établissements partenaires de la startup et selon les goûts des utilisateurs. "On ne sélectionne que des lieux de qualité, bien notés sur le web. Après 20 échanges, on met trois partenaires en avant, restaurants, bars ou autres lieux de loisirs." Quid des



Benjamin Orion cherche pour l'heure la notoriété via les réseaux. Une levée de fonds lui ouvrirait les portes d'une campagne de com' élargie.

données personnelles ? "Évidemment, on ne lit pas les messages, précise Benjamin Orion. Les lieux sont proposés en fonction des critères remplis par les utilisateurs lors de leur inscription".

#### Beau démarrage

Totalement gratuite, l'appli peut être téléchargée sur iOS et Android dans les dix principales villes françaises (plus Grenoble et Rennes). Mi revendique 4.000 utilisateurs en à peine un mois d'existence (70% d'hommes pour 30% de femmes) "sans avoir réellement investi dans la communication". La startup a en revanche déniché une ambassadrice de choix avec Julie Bourges, alias

@douzelevrier sur Instagram. "Nous sommes admiratifs de son discours, du fait qu'elle pousse littéralement les personnes à sortir de chez elles, à s'assumer, à s'aimer, commente Benjamin. Julie est une voix qui nous représente bien. Nous poussons vraiment à la rencontre. On ne voulait pas rester dans le côté superficiel du j'aime/j'aime pas. Si le courant passe, on fait tout pour que les gens aillent au bout. Nous sommes aussi très fiers de permettre les rendez-vous amicaux. Très peu de nos concurrents les proposent, c'est pourtant très utile quand on arrive dans une nouvelle ville. Nous misons aussi beaucoup sur la qualité et la diversité des lieux (plus de 600 en France)." P.-O.B

**150.000€**, la somme que Mi cherche à lever auprès d'investisseurs pour embaucher deux salariés et financer une campagne de com'.

## La Ligne Claire, l'ébéniste-décorateur

**MUTATION.** Patrick Gaziello, l'ébéniste niçois de La Ligne Claire, modernise son outil de production afin de répondre à une clientèle devenue très exigeante.

● En 1987, Patrick Gaziello, à 24 ans, reprend l'atelier d'ébénisterie créé par son père en 1955. "La fabrication de mobiliers ou de portes basiques a été très vite balayée par la concurrence de la grande distribution spécialisée. Il a fallu nous reconverter vers la création de mobiliers sur-mesure de moyen et haut de gamme. Une question de survie." Mutation réussie, sa clientèle est aujourd'hui composée pour un tiers d'étrangers possédant une maison sur la Côte. "Ils sont très exigeants et nous font

évoluer tant dans le style, la technique employée, que dans la qualité de la prestation fournie." Au travail d'ébéniste traditionnel s'ajoute pour Patrick Gaziello celui, plus créatif, d'aménageur-décorateur, pour répondre à leur demande. Comme ce loft totalement aménagé dans une ancienne usine qui a fait la une de magazines de déco pour la qualité de son mobilier.

#### Renforcer l'expertise

"Un promoteur anglais, avec lequel nous avons déjà collaboré, nous



Patrick Gaziello devant le centre d'usinage à commandes numériques en cours d'installation dans son atelier de La Trinité.

a demandé d'intervenir sur la rénovation de son vaste appartement de Chelsea à Londres, où il a fallu refaire plusieurs portes et certains de ses meubles. Un beau challenge pour notre entreprise artisanale de quatre personnes obligeant plusieurs allers-retours entre Londres et l'atelier de La Trinité durant plusieurs semaines".

Chapeautant cette évolution de l'ébénisterie-menuiserie à l'aménagement global, l'entreprise a pris pour nom La Ligne Claire, "en référence à la bande dessinée franco-belge dont la simplicité et l'élégance du trait correspond assez bien à l'évolution de notre activité aujourd'hui. Nos clients réclament un style contemporain épuré, pour

un mobilier qui s'intègre à leur lieu de vie." La Ligne Claire intervient aussi dans les aménagements de bureaux, de restaurants, de magasins. "On conçoit, on fabrique en faisant appel à de nouveaux matériaux comme la pierre acrylique naturelle, le métal, les stratifiés, et enfin on installe. Pour satisfaire la clientèle, nous avons délaissé le croquis pour l'image 3D réalisée en extérieur." La Ligne Claire vient d'investir 130.000€ dans un centre d'usinage à commandes numériques et une nouvelle plaqueuse. "Il faut être réactif. C'est l'effet Internet, les clients n'aiment plus attendre. Toute sous-traitance rallongerait les délais." Seul regret pour Patrick Gaziello, la difficulté de recruter de jeunes apprentis pour assurer la relève. Ils abandonnent trop vite. "Aussi j'ai décidé de ne recruter que des personnes motivées de 25 ans minimum, quitte à les former".

MICHEL BOVAS