

Facebook veut être un outil au service des PME

L'éco en plus. Il débarque dans la vitrine du Salon des entrepreneurs de Nantes. Son ambition, être le moteur de l'économie dans les régions.

Trois questions à...

Laurent Solly, directeur général de Facebook France.

En quoi l'entreprise intéressée-t-elle Facebook ?

Depuis deux ans, nous sommes présents au Salon des entrepreneurs. C'est important pour un réseau social qui compte 28 millions d'utilisateurs en France. Nous référençons également une dizaine de millions d'entreprises, des PME (Petites et moyennes entreprises) et TPE (Très petites entreprises) pour lesquelles Facebook est devenu un outil de communication avec leurs clients. Notre travail est d'aller à leur rencontre pour les informer et les former. Nous avons testé une université Facebook au Salon des entrepreneurs de Lyon. Nous allons en faire autant à Nantes.

On parle d'une stratégie régionale de Facebook, en quoi consiste-t-elle ?

On voit bien que le digital imprègne tous les territoires, qu'il est un facteur d'innovation et de développement pour les TPE et les PME. Avec la CGPME (Confédération des petites et moyennes entreprises), nous avons décidé de mettre une page Facebook à la disposition des entreprises qui recrutent, pour faire coïncider l'offre et la demande en matière



Laurent Solly, patron de Facebook France, est convaincu du rôle économique de son réseau social.

d'emploi. On en est à 200 000 offres. Nous sommes un acteur de l'économie réelle. Les Pays de la Loire nous intéressent parce qu'ils offrent un éco-système dynamique, autour de grandes agglomérations, avec un riche tissu de PME et TPE et un fort développement de l'économie digitale. C'est une mine de croissance.

Que pensez-vous de la place de Nantes dans l'économie numérique ?

Nantes est un pilier de cet éco-système régional. Mes équipes présentes au Salon des entrepreneurs vont aller à la rencontre des réseaux nantais, en premier lieu la Cantine numérique. Nous verrons comment aider ces start-up à avancer et innover.

Nous apportons des solutions et une plateforme technologique que les entreprises peuvent utiliser pour se développer.

Jocelyne RAT.

Mercredi 19 et jeudi 20 novembre

de 9 h 30 à 18 h, Salon des entrepreneurs de Nantes à la Cité des congrès. Trois thèmes : le numérique, le co-working (espace de travail partagé) et le crowdfunding (financement participatif). www.salon-desentrepreneurs.com

Mercredi 19 novembre, de 11 h 30 à 12 h et jeudi 20, de 13 h à 14 h interventions de Facebook : « Comment développer l'entreprise avec Facebook ? » De 9 h à 18 h, village 4, salle Loire : université Facebook.

Pour grandir, Akeneo joue sur la gratuité

L'éco en plus. Start-up phare de l'économie numérique, la société nantaise a joué la carte de l'open source et de la version gratuite.

Ils ont démarré avec une levée de 350 000 € auprès de deux fonds d'investissements, en août 2013. Ils viennent de conclure avec le fonds Alven Capital, qui investit 1,8 million d'euros dans la société : la start-up nantaise Akeneo démarre sur les chapeaux de roues. Une réussite exemplaire dans le monde de l'entreprise numérique, l'un des thèmes mis en avant lors du Salon des entrepreneurs qui se déroule, mercredi et jeudi, à la Cité des congrès de Nantes.

« On a une croissance annuelle de 100 à 150 % et on vise un chiffre d'affaires de plus de 20 millions d'euros dans trois ans. Actuellement, nous sommes seize, on sera une grosse quarantaine fin 2015 », prévoit Frédéric de Gombert, co-fondateur d'Akeneo.

Il a créé la société en janvier 2013 avec Nicolas Dupont et Benoît Jacquemont. Rejoints par Yoav Kutner, un nom du e-commerce : « Il est l'un des fondateurs de la plateforme Magento, ensuite rachetée par ebay. J'installais sa plateforme pour des clients, on est devenus amis. Sa présence a été déterminante pour convaincre les premiers investisseurs. »

Gain de productivité : 60 à 70 %

Akeneo est né de l'expérience de ses associés dans le e-commerce. Et d'un constat : pour la vente sur in-



Frédéric de Gombert dans les locaux d'Akeneo, quai Magellan à Nantes.

ternet, les entreprises peinent à élaborer leurs « fiches-produit » : « Pour donner une information complète, il faut assembler des données venant tant du fournisseur que des services marketing, des infos sur la taille et le poids du colis... Ça prend un temps fou. Ce qu'on propose, c'est un outil simple, adapté à tous types de produits et qui traite des données provenant de différentes sources. Sur ce travail, on apporte 60 à 70 % de gain de productivité. »

L'entreprise nantaise se distingue par sa stratégie de développement : « On n'est pas les seuls à avoir eu l'idée d'un outil de gestion de catalogues. Ce qu'il nous faut, c'est garder nos concurrents à distance. » C'est ce que fait Akeneo en augmen-

tant son capital : « En 2015, on va ouvrir des bureaux en Allemagne et aux États-Unis. »

Un an après son lancement, le programme d'Akeneo tourne déjà chez 6 500 « clients » dans le monde. Clients avec des guillemets. Parce qu'il s'agit d'utilisateurs qui ont chargé l'outil, disponible gratuitement et en « open source ». « On est les seuls à avoir pris cette option. IBM ou Oracle proposent des outils très lourds, à 500 000 ou 1 million d'euros. Même dans les grandes sociétés, ça fait un peu peur. »

Avec la gratuité et l'« open source », Akeneo s'est constitué un réseau, une « communauté » d'utilisateurs qui apportent des améliorations au système, et le font entrer dans des entreprises qui ne s'en seraient jamais dotées. La start-up nantaise s'implante ainsi tout de suite à l'étranger : son outil PIM (Product information management) se trouve déjà dans des entreprises américaines, australiennes, finlandaises, allemandes.

Gratuit, ce produit d'appel ouvre la voie à la version payante : une licence destinée aux grandes entreprises et qui commencera à rapporter de l'argent. C'est prévu : « Si des fonds d'investissement comme Alven prennent un pourcentage de la boîte, c'est qu'ils comptent multiplier leur mise par dix dans les cinq années à venir ! »

Thierry MALLEVAËS.

Conquereuil, Juste parmi les Nations ?

Richard Sartène y avait été caché pendant la guerre. Il est revenu sur les traces de son enfance. Et voudrait que l'État d'Israël reconnaisse la commune.

En 1942, la situation devient intolérable pour les juifs à Paris.

À la suite d'une confidence d'un client policier à son égard, le tailleur juif Israël Szwarczstejn (qui deviendra Sartène après la guerre) apprend que les juifs parisiens vont être déportés dans les jours qui viennent. Aussitôt, les parents Szwarczstejn se réfugient en province et envoient leurs deux enfants, Richard, 5 ans, et André, son frère aîné, chez Euphrasie Lahue, à Couaveix, à Conquereuil. À la libération, leur mère les rejoindra avec leur petit frère Daniel. Ils rentrent à Paris en 1951.

Aussi, Richard Sartène était-il ému, le 10 novembre, lors de sa visite de la maison d'Euphrasie Lahue, accompagné de son jeune frère Daniel, de son fils Alexandre, des arrière-petites filles d'Euphrasie, Isabelle, Claudine et Martine, et de Claudine.

Sur place, les souvenirs se font très précis. Le paysage n'a guère changé. La maison s'est modernisée, mais Richard explique sa disposition de l'époque. Le puits, à côté de la maison, est fermé par un grillage. On ne pourra pas tourner la rouelle, « indicatrice du niveau du chagrin ! Lorsque la rouelle grince, il y a du



Richard Sartène avec, de droite à gauche, Isabelle, Claudine et Martine, les arrière-petites filles d'Euphrasie.

chagrin », disait Richard Sartène.

Il se souvient de ces deux soldats allemands qui avaient frappé à la porte pendant qu'Euphrasie était à la messe. Car, pendant toute cette période, la situation était continuellement dangereuse pour les jeunes réfugiés, juifs d'origine polonaise, et pour leur hôte Euphrasie.

Les Allemands étaient installés à Guéméné-Penfao et patrouillaient régulièrement dans le secteur. « Toute la population de Conquereuil savait qu'Euphrasie cachait des enfants, mais il n'y a eu aucune délation, aucune dénonciation. L'attitude de la population a été irréprochable », explique Jean-Joseph Julaud. C'est pourquoi Richard Sartène a l'intention de monter un dossier pour que la commune de Conquereuil soit reconnue comme Juste parmi les nations par l'État d'Israël, car « Conquereuil a été très généreuse pour nous ».

Le titre de Juste parmi les nations est décerné, au nom de l'État d'Israël, par le mémorial Yad Vashem à Jérusalem. Il honore « ceux qui ont mis leur vie en danger pour sauver des juifs ». Richard Sartène a écrit un livre sur cette période de sa vie, *Une enfance entre Guerre et Paix*. Quelques exemplaires sont encore disponibles au P'tit Bistrot, chez Régis, à Conquereuil.

PORTES OUVERTES

« Ma maison en bois »

VENDREDI 21/11 14H - 21H
SAMEDI 22/11 10H - 19H
DIMANCHE 23/11 10H - 18H

macobois
 LE SPÉCIALISTE DE LA MAISON BOIS

27 rue des Champs Renaudins - Rezé (arrêt tram Balinière)

MAISON - SURÉLÉVATION - EXTENSION
www.macobois.fr - 02 40 64 30 30

UNE MARQUE **macoretz**

DU 17 AU 22 NOVEMBRE UNIQUEMENT !

STIHL

LA FÊTE DU BOIS

Des offres exceptionnelles et les services qui vont avec ...

10€ OFFERTS* tous les 100€ d'achat

DÉMO AFFÛTAGE

-50€ SUR LA DEUXIÈME CHAÎNE

ESSAIS TRONÇO

ESPACE MOTOCULTURE
 Parce et jardins

www.espace-motoculture.com

REVENDEURS SPÉCIALISÉS :

2, rue de la Rigotièr ORVAULT 02 40 34 27 82

576, Route de Clisson VERTOU 02 28 00 97 00

Le Point du Jour ST-NAZAIRE 02 40 22 11 88

AU-DELÀ DES CONVENTIONS

NOUVELLE MAZDA3

2 500 € D'AVANTAGE CLIENT⁽¹⁾

Sous condition de reprise

2.2L D 150 ch
 3.9 L/100 KM
 104 G CO₂/KM

garantie 7 ANS KILOMÉTRAGE⁽²⁾ ILLIMITÉ OFFERTE

Mazda va au-delà des conventions pour concevoir des modèles qui allient performance et meilleur respect de l'environnement sans faire de compromis avec le plaisir de conduire. Les lignes affirmées de la Mazda 3 s'inspirent du design KODO, l'âme du mouvement. Grâce à ses technologies SKYACTIV, la Berline Diesel 150 ch émet seulement 104 g de CO₂/km pour une consommation en cycle mixte de 3.9 L/100 km. La nouvelle Mazda 3 dispose du système de connectivité MZD Connect et des dispositifs de sécurité intelligents i-ACTIVSENSE, pour mieux vous protéger. Désormais disponible en Berline 4 portes.

ÉQUIPÉE DES TECHNOLOGIES SKYACTIV

* Mazda 3 Berline 2.2L SKYACTIV-D 150 ch, consommation mixte de 3.9 L/100 km, émissions de CO₂ de 104 g/km. (1) Avantage client constitué d'une aide à la reprise de 2 500 €. Offre non cumulable réservée aux particuliers, valable uniquement sur les Diesel, jusqu'au 31/12/2014, pour l'achat d'un véhicule neuf de la gamme SKYACTIV dans le réseau participant entre le 29 octobre et le 30 novembre 2014, et immatriculé avant le 31 décembre 2014. Modèle présenté : Nouvelle Mazda 3 2.2L D 150 ch Élegance Peinture Soul Red Métallisé. Mazda Automobiles France, 34 rue de la Croix de Fer - 78100 Saint-Germain-en-Laye, SAS au capital de 304 898 € - RCS Versailles 434 455 960.

suivez Mazda France

LE MOIGNE
 s.a.

Route du Petit Leroux
 Rond-Point Océanis
 SAINT-NAZAIRE
 02 40 11 30 40

CONCESSIONNAIRE


Les Pavillons
 381, route de Vannes
 SAINT-HERBLAIN
 02 51 77 85 85