

bléte et mobile. C'est une de nouvelles fonctions. Main-
équipe de onze personnes, tenant, si on veut continuer à distribution aux États-Unis. «
Le credo de Beppeers depuis beepers.com

La success story multilingue de Webinterpret

Avec un chiffre d'affaires qui affiche une hausse insolente de 4 000 % en cinq ans, Webinterpret à Sophia Antipolis a de quoi faire bien des jaloux. La start-up a d'ailleurs été récompensée il y a quelques semaines par le premier prix Technology Fast 50 Méditerranée 2014 de Deloitte et In Ex-tenso attribué aux entreprises technologiques, PME et ETI affichant les plus fortes croissances (voir notre

numéro de *l'Economie du 10 novembre 2014*). Si, au départ, l'objectif de Patrick Smarzynski et Benjamin Cohen, les deux fondateurs de Webinterpret, était de proposer aux commerçants un service multilingue avec des traductions instantanées, le concept a évolué pour fournir aux clients une plate-forme d'aide à la vente à l'international. Ebay et Amazon ont été séduits par le concept et ont établi un

partenariat avec la société soppolitaine. Depuis sa création en 2009, Webinterpret est passée de 10 à 150 personnes réparties en France, en Angleterre, en Allemagne et Irlande. Tout en s'agrandissant, le marché américain. Tout en gardant un œil sur l'Asie et la Chine, le plus grand marché d'e-commerce au monde.

www.webinterpret.com

agent commercial fait déjà le buzz en Angleterre. Le concept de ChargeBox, des bornes de rechargement de smartphone composées de quatre ou six casiers sécurisés, implantées dans les lieux publics, y a été lancé en 2004 et s'est développé à l'international en 2008. La première borne est arrivée en France en 2010 et le concept connaît un succès croissant dans les aéroports parisiens où plus de 60 000 rechargements sont comptabilisés chaque mois sur les 50 bornes implan-

www.chargebox.fr

Changement de stratégie gagnant pour You Art Lucky

L'objectif est de multiplier le chiffre d'affaires par cinq ou par dix. Pas par magie mais par changement stratégique. Charles Laurencin, le fondateur de You Art Lucky (en 2012 seulement), le reconnaît volontiers : « J'ai fait des erreurs. » Celle de penser que la coque ultrapersonnalisée pour téléphones mobiles allait devenir un bien de consommation de masse.

Une trentaine de magasins

Aujourd'hui, c'est terminé. Il a changé son fusil d'épaule et propose des coques qui se déclinent en collections. Des images jeunes et fortes parfois des modèles unis, bref le contraire, de la photo de vos enfants ou de votre caniche.

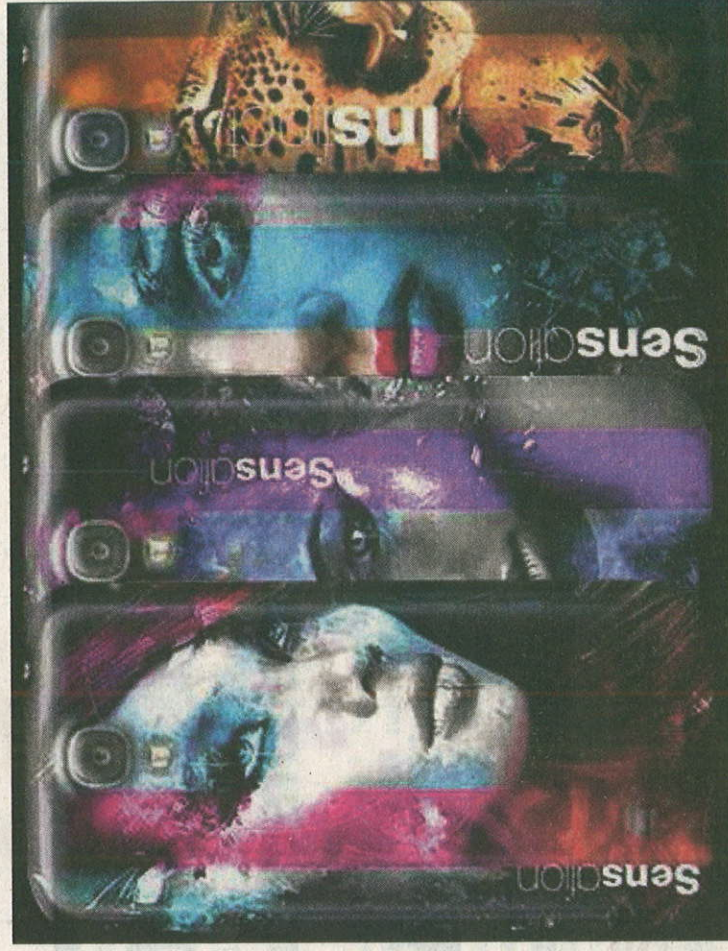
« En 2014, nous avons vendu 3 000 coques, ce qui correspondait à notre objectif en volume mais pas en chiffre d'affaires », recon-

naît Charles Laurencin. Aujourd'hui, l'objectif 2015, c'est un chiffre d'affaires de 600 000 euros. Pour cela, Charles Laurencin a développé sa propre marque : Yal (pour You art lucky).

Ensuite, il a signé des contrats de distribution avec Auchan La Seyne, SFR (Toulon, La Seyne, Brignoles...) et une trentaine d'autres magasins. Après l'année de la démonstration, voici l'année du décollage.

Ses coques, fabriquées en France et en Chine, restent des produits de qualité mais moins chères pour pouvoir être changées plus souvent, au gré d'une humeur, d'une tenue, d'une occasion. « Aujourd'hui, les gens veulent de la flexibilité », assure Charles Laurencin, la trentaine déterminée. Sans doute un pari gagnant pour Yal.

youartlucky.com



You Art Lucky décline sa gamme sous forme de collections.

(D.R.)