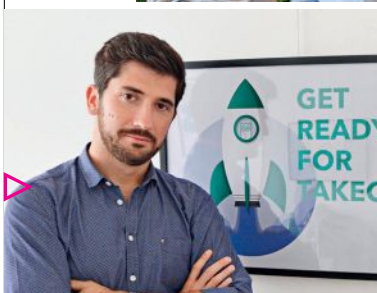


Louis Albert

Il vend en ligne les photos d'artistes en série limitée

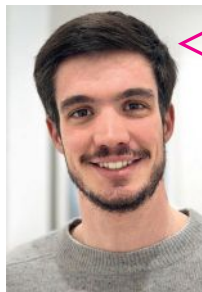
Les amateurs de photos ont une nouvelle adresse : Artphotonlimited. Un fonds de 8000 images d'artistes ou issues des archives de «L'Equipe», du «Figaro» ou de l'AFP. L'intérêt : ces documents sont en tirage limité (30 maximum pour une œuvre, 300 pour une photo d'actualité), et bien moins chers que ceux vendus par les galeries. Comptez entre 50 et 1000 euros (69 euros pour les photos de «L'Equipe» sur la victoire des Bleus au Mondial), selon le format. «On repère les talents émergents partout dans le monde», explique cet ancien dirigeant de Cdiscount. Le site prend 30% de commission, contre 50% pour les galeries.



Gabriel Tissandier

Il numérise l'état des lieux et le constat amiable

Quand on loue une voiture ou un logement, ou que l'on doit faire constater un sinistre, les imprimés papier sont peu pratiques. Type «petit gribouillis» pour indiquer une rayure sur la carrosserie... Avec des photos, c'est plus simple, à condition que celles-ci soient infalsifiables. C'est ce que permet WeProof, l'appli de ce patron de 26 ans : les photos sont sécurisées par un procédé cryptographique. Avec 2500 états des lieux par jour, sa start-up croît de 20% par mois. Ses clients : des particuliers, mais surtout des pros, loueurs (franchisés Hertz), agents immobiliers et sociétés d'assurances (il a signé avec Natixis Assurances), qui lui paient un abonnement.



Gérard Tremblay et Yves Bouleau

Au camping, ils vous garantissent le Wi-Fi

Si vous pouvez surfer sur Internet dans votre mobil-home, c'est grâce à eux. Ces deux associés équipent en effet en bornes Wi-Fi les villages-vacances. «Nos boîtiers sont couverts par quatre brevets européens», précise Gérard, 54 ans, docteur en électronique. Un marché de niche très malin : basée à MontPELLIER, leur société Osmozis réalise 8 millions d'euros de chiffre d'affaires, avec 23 000 bornes installées en Europe. Selon les cas, c'est le camping ou le vacancier qui paie (environ 20 euros la semaine). Autre service : Osmozis peut aussi gérer des caméras de surveillance ou des serrures connectées.



Gaspard de Moustier et Emmanuel de la Bédoyère

Ils proposent des vacances dans une cabane perchée

Se ressourcer en famille au milieu d'un lac ou à la cime d'un arbre, vous en rêvez ? Ces deux trentenaires venus de la finance le proposent avec Coucoco, sur cinq sites en France (Franche-Comté, Picardie et Vaucluse), dotés chacun d'une vingtaine de cabanes. On peut y dîner en se faisant livrer des paniers de producteurs locaux, s'y faire masser ou tout simplement vivre en pleine nature. Après 3,5 millions de chiffre d'affaires attendus en 2018 grâce à 12 000 nuitées et 4 millions prévus pour 2019, ils veulent ouvrir trois ou quatre domaines en Belgique, Allemagne, Italie, Espagne, et au moins deux ou trois autres en France.

Maxime Renault

Il réinvente le métier de traiteur

En deux ans seulement, Monbanquet.fr est devenu l'un des acteurs majeurs de la restauration événementielle, avec près de 4 000 dates prévues en 2018. Comment ? Maxime Renault, un centralien de 27 ans, et son associé, Mario Matar, ont renouvelé l'offre trop standardisée du marché en faisant travailler les artisans locaux (pâtisseries, bouchers, épiciers, restaurateurs et autres). Et, côté prix, c'est moins cher : autour de 15 euros par tête. Actif à Paris et à Lyon, dans les grands groupes (SNCF, Renault Trucks) comme dans les PME, la start-up vient de lever 2,5 millions d'euros pour s'étendre à d'autres villes.

Frédéric Martz

Au restaurant, il s'occupe de vos enfants

Avec des enfants en bas âge, déjeuner au restaurant n'est pas toujours une sinécure. Ce spécialiste de l'objet publicitaire rend la tâche plus facile avec Welcome Family. Son job, équiper les établissements en matériels pour faciliter l'accueil : chaises hautes, rehausseurs (conçus et fabriqués par l'entreprise), mais aussi kits de coloriage et autres accessoires. Après avoir séduit les restaurateurs indépendants, il a signé avec McDonald's, Courtepaille ou encore Léon de Bruxelles. Soit près de 4 000 clients et 4 millions d'euros de chiffre d'affaires. Pour améliorer les pratiques de la profession, il a aussi créé un label (gratuit), Kids Friendly.