

Découvrez 3 nouvelles start'ups stéphanoises qui vont faire parler d'elles !

Date : 29/10/2017 | Mise à jour : 29/10/2017 10:45

Partager



Le "Start'In Challenge", a été lancé à l'initiative de Télécom Saint-Etienne, (école d'ingénieurs de l'Université Jean Monnet et école associée de l'Institut Mines-Télécom) et de l'Ecole des Mines de Saint-Etienne, dans le but de promouvoir l'esprit d'entreprendre des étudiants. La 7e édition de ce concours vient de dévoiler ses lauréats.

Publicité

"La 7e édition du concours de start'up innovante "Start'In Challenge" a remporté un vif succès. En effet, nous avons reçu cette année 8 dossiers de très bonne qualité, ce qui atteste que la dynamique de l'innovation est bien ancrée sur le territoire stéphanois et qui montre surtout une attente vis à vis des étudiants ou jeunes diplômés souhaitant se lancer dans l'entrepreneuriat", explique Jacques Fayolle, le directeur de Télécom Saint-Etienne.

Organisé par Télécom Saint-Etienne et Mines Saint-Etienne dans le cadre de l'incubateur USE'In de l'Université Jean Monnet et de @Team de Mines Saint-Etienne, ce concours était ouvert à tous les étudiants de l'enseignement supérieur stéphanois.

3 projets lauréats en 2017

3 projets sont désignés lauréats du "Start'In Challenge" après étude des dossiers par un jury composé de représentants des établissements partenaires, de professionnels de la création d'entreprise et de personnes assurant une complémentarité de compétences. Les lauréats recevront chacun un chèque de 1 000€ ainsi qu'un an d'hébergement gratuit au sein de l'incubateur USE'In (site Carnot). Les Start Up primées à la 7e édition du Start'In Challenge sont : Looink, Statisfoot, Top Vita

Looink

Looink est une plateforme web qui met en relation des conseillères mode avec des particuliers. Les prestations proposées par nos coachs ont pour objectif d'apprendre à se mettre en valeur. Les astuces sont essentiellement liées à l'aspect vestimentaire, même si le maquillage et la coiffure sont souvent abordés. Si la séance se passe chez le client, l'objectif est seulement de lui donner des conseils. Si la séance a lieu en ville, le but est de coupler ses conseils à des achats dans les boutiques choisies par le coach. Une alternative est de d'associer les deux séances pour analyser en premier lieu son dressing actuel, et partir ensuite sur des achats (ce que font instinctivement nos clients). Le fonctionnement du site est simple : le client sélectionne sa conseillère parmi une liste d'annonces, il choisit si la séance se passe chez lui ou en ville, et définit sa durée en fonction de son budget. Il envoie ensuite un message au coach pour se mettre d'accord sur l'heure et la date du rendez-vous. Il ne lui reste plus qu'à payer sur le site, sachant que l'argent est reversé à la conseillère une fois que le coaching est réalisé. "Le marché actuel du conseil en image ne répond pas à la demande globale. Seul les personnes les plus aisées sont visées, sachant qu'elles ne représentent qu'un petit pourcentage du marché. De même, l'image du relooking est assez vieillissante et péjorative auprès du grand public", expliquent les créateurs. Looink veut ainsi démocratiser et rendre accessible le coaching mode. L'objectif est clairement d'élargir le marché, pour accéder à la plus grande partie de la demande. "De ce fait, nos conseillères mode exercent cette passion en activité secondaire ce qui nous permet d'avoir des prix très attractif (25€/h en moyenne contre 70€/h en agence de relooking)". Toutes les personnes en phase de changement sont de potentiels clients. Les nouveaux célibataires, les jeunes actifs, les demandeurs d'emplois, etc, sont des groupes de personnes pour qui l'apparence est essentielle. "C'est cette partie de la population que nous ciblons. Nos coachings sont susceptibles de plaire au grand public mais ne nous permettent pas d'apporter un vrai chiffre d'affaires. C'est pour cela que nous proposons une seconde offre dans la continuité de nos coachings. Notre "personal shopping en ligne" consiste à envoyer, une fois par mois et par mail, une liste de vêtements et d'accessoires adaptés au client. L'objectif est aussi d'apporter des astuces et des conseils à cette liste. Notre abonnement est aujourd'hui fixé à 9,99€/mois et sans engagement. Cette offre a pour but de fidéliser les clients et de nous apporter du chiffre d'affaires fixe (clients cumulés grâce à l'abonnement)".

Statisfoot

Statisfoot est un projet de création d'entreprise qui consiste à créer une plateforme internet et une application dédiées aux championnats amateurs et peu médiatisés. Il aura pour but de pouvoir recueillir et collecter les données concernant les différents acteurs de ces championnats afin de créer des statistiques un peu comme cela se fait déjà dans le monde professionnel. Le projet permettra également de pouvoir détecter et repérer très rapidement les talents aux quatre coins du monde. Il donnera aussi la possibilité aux passionnés de foot de se mettre dans la peau d'un agent de joueur ou d'un recruteur.

Le principe de ce projet est simple : donner la possibilité à tous spectateurs d'un match de football de faire remonter les informations concernant les joueurs et les matchs qu'ils suivent en quelques clics via une application dans notre base de données. Par exemple, en cas de but ou même en cas d'action dangereuse, l'utilisateur de notre application aura juste à nous signaler en quelques clics le nom du buteur, celui du passeur, les joueurs impliqués dans cette action, le type de but sur lequel le but a été marqué et etc. Après vérification, les informations remontées par les utilisateurs iront directement dans notre base de données. Ces informations permettront également d'alimenter l'application de manière à ce que les autres utilisateurs qui ne sont pas présents au stade puissent avoir pratiquement en direct toutes les informations concernant les matchs de leurs équipes. "Pour inciter les spectateurs à nous faire remonter les informations, nous allons mettre en place un système de points permettant de récompenser par plusieurs cadeaux nos meilleurs informateurs", expliquent les créateurs. A la fin de chaque match, toutes les données collectées seront soigneusement triées, analysées et étudiées afin de pouvoir créer des statistiques commentées pour chaque joueur et chaque équipe. "Ce sont ces statistiques que nous allons commercialiser aux différents clubs amateurs par un abonnement mensuel. Grâce à ces statistiques, les clubs amateurs auront non seulement un meilleur suivi des performances de leurs joueurs mais également un meilleur suivi des adversaires. Ce qui leur donnera la possibilité de mieux préparer leurs matchs".

Top Vita

Nous sommes de plus en plus nombreux à nous intéresser de près au contenu de nos assiettes. Les préoccupations sanitaires et l'envie de vivre mieux et plus longtemps incitent à adopter une alimentation saine, à base de produits frais et de saison. Faire le plein de vitamines devient un réel besoin. "Nous souhaitons donc rendre accessible à tous les bienfaits de la cuisson basse température et améliorer la façon de cuisiner pour préserver les nutriments ainsi que les saveurs dans les assiettes. Saviez-vous qu'un brocoli cuit à l'eau perd 57 % de sa vitamine C après cinq minutes de cuisson seulement ? La majeure partie des modes de cuisson implique des températures allant de 95°C dans le meilleur des cas avec la vapeur douce, jusqu'à 220°C au four. Or, soumis à de telles conditions, les nutriments qui sont des éléments fragiles se dégradent considérablement, voire sont totalement détruits", expliquent les créateurs. "De plus, les aliments subissent des réactions chimiques lors d'une cuisson à haute température (réactions de Maillard) ou bien des recombinaisons moléculaires (cuisson avec un micro-onde), pouvant entraîner la formation de substances nocives pour l'organisme. Nous avons donc décidé de créer Top Vita, un couvercle chauffant par infrarouge permettant de réaliser une cuisson basse température, en dessous de 80°C. Il faut compter aujourd'hui pour l'achat d'un appareil de cuisson basse température entre une centaine d'euros (cuiseurs vapeur...) ; et jusqu'à mille euros pour certains appareils (omnicuiseur...). Top Vita a l'avantage d'être peu encombrant et peut ainsi s'intégrer parfaitement dans une nouvelle cuisine. De plus, ce nouvel appareil de cuisson sera vendu deux à trois fois moins cher que les appareils actuels (cuiseurs vapeur), rendant accessible à tous ce mode cuisson. Top Vita utilise la technologie infrarouge. Pour cela, sous le couvercle un émetteur infrarouge en céramique permet de cuire tout type d'aliments (aussi bien légumes, viandes que poissons) en dessous de 80°C. Cette technologie est surtout utilisée pour maintenir au chaud. Un des nombreux avantages de l'infrarouge est qu'il permet de chauffer directement les aliments et non l'air, gagnant ainsi en efficacité énergétique (l'infrarouge ne nécessite pas de préchauffage). Un mode de cuisson donc plus économique et une dépense énergétique réduite. Réaliser une cuisson basse température à l'aide d'infrarouges donne une nouvelle flexibilité dans la façon de cuisiner. En effet, en chauffant en dessous de 80°C, nous n'avons pas de sur-cuisson. Cela permet donc de ne pas surveiller les légumes et de faire autre chose pendant la cuisson de ceux-ci. Par ailleurs, ce mode de cuisson par infrarouge est tout aussi rapide que la cuisson traditionnelle, ne rajoutant que 5 à 10 min maximum pour cuire des légumes (300g). De plus, l'infrarouge est un rayonnement naturel, tout comme les rayonnements du soleil ou de la braise. L'émetteur infrarouge en céramique est à ondes moyennes, ce qui ne fait pas éclater les cellules des aliments, préservant les vitamines, les oligo-éléments, les sels minéraux, et les fibres indispensables à votre santé". Le dernier caractère innovant de ce produit est sa taille ainsi que son prix. Le fait de ne créer qu'un couvercle permet un gain place lors du rangement et de l'utilisation. La forme ronde du couvercle permet d'être modulable à chaque poêle, casserole, plat... ne nécessitant pas l'achat de plat compatible.