

Kosmoss, une autre idée du design

CRÉÉE EN FÉVRIER 2016, CETTE AGENCE DE “BUSINESS DEVELOPMENT” ET DE “DESIGN THINKING” DÉTONNE DANS LE PAYSAGE ENTREPRENEURIAL, PAR SES PRATIQUES DISRUPTIVES.

Multiplier par sept le chiffre d'affaires en cinq ans! Rien de moins. L'ambition de Julien Legat et Sylvain Vallier a le mérite d'être claire. Après d'autres vies d'entrepreneurs – le premier a fondé Les Coursiers verts; le second, l'agence de design Studio Qooq – les deux hommes ont décidé d'unir leurs compétences en 2016, pour concrétiser une idée qui germait depuis fin 2014. Kosmoss, c'est un ovni dont l'activité hybride mêle business development, digital, marketing et design. « Nous voulons sortir de la myopie marketing. Avec le prototypage rapide et les design sprint, nous confrontons très vite le produit à son marché », annonce Julien Legat.

DE L'IDÉE AU PRODUIT... EN CINQ JOURS!

Vous avez dit design sprint? Les deux spécialistes s'appuient sur ce principe qui vise à passer directement de la phase d'idéation aux tests



LA START-UP A INVESTI DANS LA RÉALITÉ VIRTUELLE POUR DÉMOCRATISER L'ACCÈS À LA CRÉATION DESIGN.

utilisateurs. « Nous avons lancé une box et une démarche simple: nous accompagnons nos clients dans le passage de l'idée au produit ou service... En cinq jours! Kosmoss promet ainsi de transformer l'idée en prototype. Et en six mois, d'aller jusqu'au prototype opérationnel », explique Julien Legat. « Nous sommes des makers. Nous ne nous contentons pas des préconisations. Notre vocation est de transformer les idées de nos clients en cash », enchaîne Sylvain Vallier. Pour peaufiner son offre, la start-up a investi 25 000 euros dans un

outil de réalité virtuelle, avec un logiciel qui doit encore faciliter la prise de décision du client au terme des cinq jours de création.

UNE PLACE DANS LE VILLAGE BY CA

Car l'objectif de Kosmoss est de démocratiser la pensée design, de la rendre accessible à tous les entrepreneurs. Alors, depuis septembre 2017, l'agence dispose d'un bureau dans le nouveau Village by CA de Saint-Étienne. « Pour être au cœur de la créativité stéphanoise, pour nous inspirer de ▶

8
salariés

400 000 €
de chiffre
d'affaires en 2016.
Objectif:
500 000 € en 2018

4
villes d'implantation
(Monistrol, Lyon,
Saint-Étienne, Lausanne)



JULIEN LEGAT, L'UN DES FONDATEURS, PRÔNE LE PROTOTYPAGE RAPIDE.

© Kosmoss

► *toutes ces énergies positives*», soulignent les cofondateurs. Celle-ci conserve néanmoins ses locaux historiques sur le Technopole, et les renforcent en installant « Le Chaudron », un espace de coworking destiné aux activités créatives. « *Ses espaces seront un jour commercialisés, l'objectif est avant tout de créer un écosystème dynamique, entreprenant...* », précise Sylvain Vallier. En clair, un espace bouillonnant, générateur éventuellement de nouvelles idées à prototyper et à mettre sur le marché. Pour aller plus loin, les deux

« Nous confrontons très vite le produit à son marché. »

entrepreneurs rêvent même, à moyen terme, d'une « Kosmoss House ». Un espace au beau milieu de la nature stéphanoise où porteurs de projets, clients et experts Kosmoss se retrouveront jour et nuit pour des marathons de création. D'ici là, la start-up a signé deux design sprint avec L'Oréal, sur des problématiques retail! ■

STÉPHANIE GALLO

Quand la « smart city » commence aujourd'hui

La start-up Monkey Factory est sur le point de boucler une levée de fonds majeure. Objectif: industrialiser son système de billetterie digitale, MyBus. Une innovation saluée par la ministre de la Transition écologique et solidaire chargée des Transports dès l'été dernier.

Monkey Factory naît au Puy-en-Velay en 2014... Quatre ans plus tard, elle repart du CES 2018 à Las Vegas – la grande messe annuelle de la tech mondiale – avec un Innovation Award! Et la récompense est d'autant plus belle que seulement huit entreprises dans le monde ont été distinguées dans la catégorie « smart cities », thématique centrale de l'édition 2018 du CES, et la seule sur le sujet de la mobilité.

Son créneau: le m-Ticket. En clair? C'est un ticket de transport en commun via smartphone. L'idée de Mybus (c'est son nom) est pourtant née presque par hasard, au détour d'une nouvelle stratégie d'entreprise. « *Je dirigeais, avec mon associé Franck Raynaud, une agence digitale: IRIS Interactive. Nous souhaitions nous confronter au marché directement en développant notre propre produit* », se souvient Frédéric Pacotte. Les deux hommes ont alors une intuition: le réflexe de voyager avec son portable va se généraliser. Banco! Le projet est développé au sein d'une nouvelle structure, Monkey Factory, avec un premier prototype sur les guides horaires digitaux, puis très vite sur la billetterie. Avec un positionnement bien étudié: contourner les gros du secteur – tous étrangers – en s'implantant dans des petites et moyennes villes et en proposant une innovation ne nécessitant aucun investissement matériel pour les réseaux de transports en commun.

UN RÉSEAU, DES RÉSEAUX

La stratégie semble gagnante. MyBus compte aujourd'hui dans son portefeuille clients une centaine de villes pour son application guide



FRÉDÉRIC PACOTTE

DR

horaires. Et elle a entamé le déploiement de son m-Ticket: 15 réseaux de transports en commun ont déjà signé. 15 autres vont les rejoindre prochainement. Alors, l'entreprise finalise actuellement une levée de fonds importante pour industrialiser son modèle. Elle avait déjà levé 650 000 euros en 2015. MyBus a choisi de rejoindre Le Village by CA il y a quelques semaines. « *Nous allons pouvoir nous appuyer sur le réseau des Villages pour toucher de nouvelles villes.* » Les 15 salariés se répartiront bientôt entre le Puy-en-Velay, Clermont-Ferrand et donc Saint-Étienne. ■

STÉPHANIE GALLO

15
salariés

100
villes clientes, pour le guide horaire

30
réseaux clients
du m-Ticket MyBus