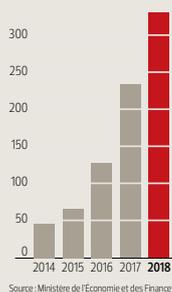


Vegas

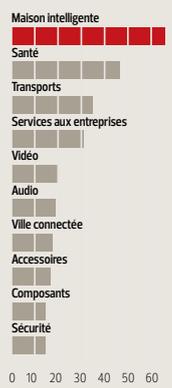
matures à présenter.

Legrand, le leader mondial de l'appareillage électrique, ou Velux. Bewell Connect a lui aussi fait migrer son modèle, ajoutant de plus en plus de services à sa palette. Concentrée dans le domaine du médical, la jeune entreprise a développé un service de santé personnalisée et d'interprétation des données médicales. Ces mutations illustrent aussi une réalité du marché : le grand public ne s'est pas précipité sur les objets connectés. Ce marché, moins porteur qu'escompté, a en outre été rapidement phagocyté par les géants de l'électronique grand public, dominé par Apple et Samsung. ■

NOMBRE DE START-UP FRANÇAISES REPRÉSENTÉES AU CES 2018 DE LAS VEGAS



PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ REPRÉSENTÉS nombre d'entreprises



Les start-up françaises représentent la deuxième délégation, après les États-Unis, du Consumer Electronics Show, le grand salon mondial de l'électronique grand public, qui ouvre ses portes le 9 janvier à Las Vegas.



Ween.ai, fournisseur d'intelligence artificielle



MyBrain technologies, pour gérer son stress

Au pays des antidépresseurs, la start-up myBrain Technologies a mis au point moyen de lutter contre le stress sans prise de médicaments. Son invention semble sortie tout droit d'un roman de science-fiction: Melomind est un casque audio qui analyse les marqueurs cognitifs de celui qui le porte. Autrement dit, le casque est doté de plusieurs électrodes qui lui permettent de lire les ondes cérébrales pour ensuite proposer au cerveau de son utilisateur un environnement sonore propice à la relaxation. La musique elle-même est une promesse technologique: interactive, elle s'adapte en temps réel à l'activité du cerveau et varie en fonction de son degré de détente. Il a fallu plusieurs années à la start-up pour mettre au point son premier produit. Ses deux cofondateurs, Thibaud Dumas et Yohan Attal, sont chercheurs spécialisés en neurosciences cognitives. L'équipe s'est aussi appuyée sur des musiciens pour les compositions. E. B.

Après avoir présenté un thermostat connecté doté d'une intelligence artificielle, les fondateurs de Ween ont changé leur fusil d'épaule. Ils ont séduit le jury du CES en se transformant en fournisseur d'intelligence artificielle pour des tiers. « Nous avons été approchés par des industriels et nous leur vendons désormais notre solution », explique Jean-Laurent Schaub, patron et fondateur de Ween. Il travaille déjà avec un constructeur automobile dont le nom n'a pas été dévoilé. « La voiture électrique pose de nouvelles problématiques. Il faut notamment gérer le chauffage tout en préservant la batterie, donc l'autonomie du véhicule. Or nous savons être très économes en matière de consommation énergétique », explique Jean-Laurent Schaub. Ween.ai a développé de nombreuses applications dans les domaines les plus divers et inattendus : réfrigérateur, aspirateur robot... La start-up, qui a vu le jour en 2014, compte une dizaine de personnes. E. B.

ÉCONOMIE

Force Femmes, l'association qui sort du chômage les femmes de plus de 45 ans

Elles sont davantage touchées par l'absence d'emploi que les hommes.

CORINNE CAILLAUD
@corinnecillaud

EMPLOI Double peine ! Une femme de plus de 45 ans inscrite au chômage cumule, malgré elle, deux handicaps. Son sexe d'abord : fin novembre, 2,88 millions de femmes étaient inscrites à Pôle emploi en catégories A, B et C (sans activité ou avec une activité réduite), soit 166 000 de plus que les hommes. Son âge ensuite : les seniors ont plus de mal que les autres à se réinsérer sur le marché du travail.

Une femme de plus de 45 ans a donc davantage besoin d'être aidée pour retrouver un poste. Une association, Force Femmes, en a accompagné 2000 l'an passé, pour reprendre un emploi ou créer leur propre entreprise. Créée en 2005 par des dirigeantes d'entreprise - dont Véronique Morali, présidente du directoire de Webedia, et la communicante Anne Méaux, à la tête d'Image 7 -, l'association dispose d'un budget de fonctionnement d'un million d'euros et travaille en partenariat avec une soixantaine d'entreprises privées (Coca-Cola, Carrefour, Paul, Randstad, L'Oréal, Generali, Google...). Elle tente de sensibiliser les recruteurs, mais aussi les pouvoirs

publics, à la problématique de l'insertion des femmes de plus de 45 ans au chômage. Et il y a du pain sur la planche ! Selon une étude réalisée à l'automne par l'association, 75 % des femmes interrogées ont déclaré avoir rencontré deux types précis de freins : leur « coût » trop élevé (pour 57 % d'entre elles) et leur surdimensionnement par rapport au poste (32 %). Et ce, alors que plusieurs études ont démontré que la parité et l'équilibre générationnel étaient sources d'une meilleure rentabilité pour les entreprises.

Des prestations de qualité Heureusement, le travail des 800 bénévoles et 12 permanents de l'association est régulièrement couronné de succès. En douze ans, Force Femmes a soutenu près de 23 000 femmes, dont 700 se sont lancées dans l'aventure entrepreneuriale. Corinne Boy-Revel, 54 ans, est de celles-là. Il y a trois ans, cette ancienne salariée - pendant 25 ans - dans la communication et la publicité, qui avait depuis longtemps l'envie de créer sa propre activité mais sans avoir de projet précis en tête, a bénéficié de l'appui de Force Femmes. Le déclic lui est venu alors qu'elle s'occupait de sa mère atteinte de la maladie d'Alzheimer,

en cherchant à lui offrir un bijou sur lequel elle pourrait graver ses coordonnées au cas où elle se perdrait. En vain. C'est ce qui l'a amené à lancer, via son site ID-Vie, le concept de bijoux d'identité médicale.

« Avec le soutien de Force Femmes, j'ai développé mon projet plus rapidement que si j'avais été seule, confie Corinne Boy-Revel. La personne référente avec qui j'avais des rendez-vous réguliers et qui a chapeauté l'évolution de mon dossier m'a donné de précieux conseils, en étant bienveillante et en mettant le doigt sur les points faibles de mon projet ». La lauréate 2014 du prix de la créatrice Force Femmes a également suivi plusieurs formations et a participé à des ateliers en codéveloppement avec des entrepreneuses. « L'aide a été gratuite et Force Femmes est une des rares associations à offrir autant de prestations de qualité », ajoute la dirigeante. ■

CHIFFRES CLÉS

11 implantations en France

23 000 femmes accompagnées en 12 ans

5 500 entretiens conduits en 2017

2 200 ateliers organisés

1 million d'euros de budget

Véronique Saubot : « Le temps, un ennemi sournois »

Véronique Saubot, ancienne directrice stratégique de Valeo aujourd'hui administrative indépendante au sein du groupe La Poste, préside Force Femmes depuis 18 mois. Elle est bénévole de l'association depuis 2005.

LE FIGARO. - Quelle est l'utilité de Force Femmes, que vous présidez ?

Véronique SAUBOT. - Force Femmes est une association d'utilité publique accessible à toute femme de plus de 45 ans et au chômage depuis moins de deux ans. Nous avons une méthode efficace qui fonctionne bien, avec un réseau de 800 bénévoles très qualifiés, en activité, c'est-à-dire ancrés dans la réalité du monde du travail d'aujourd'hui, et parfaitement autonomes dans leur mission. Parmi eux, nous comptons 20 % d'hommes et 15 % de jeunes, mais nous aimerions en avoir encore plus. De fait, Force Femmes est une association très organisée et très structurée, ce qui nous permet d'être efficaces et rassure les femmes qui viennent nous voir.

Quel est le profil des femmes que vous aidez ?

Il n'y a pas de sélection et notre action est totalement gratuite. Les femmes qui viennent nous voir ont, en moyenne, entre 52 et 53 ans et sont titulaires d'un bac + 2. Elles sont seules à plus de 50 % et une femme sur trois a 2 personnes ou plus à charge. A plus de 70 % en déficit de confiance, elles sont en quête de réassurance de leurs compétences. Il est important de mesurer combien le temps est un ennemi extrêmement sournois. Que l'on crée sa propre entreprise ou que l'on soit en recherche d'emploi, se faire accompagner très vite est primordial. Un recruteur a deux piles de CV devant lui : ceux des gens au chômage depuis moins de six mois et ceux qui ont dépassé ce délai. Il ne consulte que la première.

Quels sont vos projets de développement ?

Nous sommes encore insuffisamment présents sur le territoire, compte tenu de la charge de travail et de la très forte augmentation ces dernières années du nombre de



« Les femmes sont en quête de réassurance de leurs compétences », explique Véronique Saubot. FORCE FEMMES

femmes de plus de 50 ans tombées au chômage. Notre premier axe de développement est donc de mieux mailler nos actions dans les territoires, en identifiant les bassins d'emploi dans lesquels nous installer. Nous disposons actuellement de 11 antennes et comptons accélérer notre rythme d'implantation en passant de 1 à 3 ou 4 nouvelles antennes par an. Notre second projet concerne le déploiement d'un grand chantier numérique. Nous voulons permettre aux femmes qui ne disposent pas d'une antenne Force Femmes près de chez elles d'entrer facilement en contact avec nous. C'est pourquoi nous allons développer une plateforme d'e-learning et une interface avec des sites d'offre d'emploi. PROPOS RECUEILLIS PAR CO. C.

Que l'on crée sa propre entreprise ou que l'on soit en recherche d'emploi, se faire accompagner très vite est primordial. VÉRONIQUE SAUBOT

Les Anglais achètent moins de voitures

Brexit et taxes sur le diesel pèsent sur les ventes de véhicules neufs.

ARMELLE BOHNEUST @armeillella

ROYAUME-UNI Mauvais record pour l'économie britannique. Les ventes de voitures neuves en Grande-Bretagne ont subi l'an dernier leur baisse la plus forte depuis la crise de 2009. Environ 2,54 millions de nouveaux véhicules ont été immatriculés, soit 5,6 % de moins qu'en 2016. Un chiffre à l'opposé de la France, où les ventes de voitures neuves ont progressé de 4,74 % en 2017.

Et cela devrait être pire cette année. « Le recul pourrait aller jusqu'à 7 % », prévoit la fédération professionnelle Society of Motor Manufacturers and Traders (SMMT).

Les industriels britanniques voient plusieurs causes à ce plon-

geon. La hausse des taxes et l'évolution de la réglementation sur le diesel envisagées par le gouvernement pèsent lourd, détaille le *Financial Times*. Les ventes de véhicules diesels ont affiché une chute de 17 %. Ce déclin, alors qu'ils émettent moins de CO₂ que les voitures à essence, est « une mauvaise nouvelle pour l'environnement », souligne au passage le SMMT. Résultat, en 2017, le taux moyen d'émission de CO₂ des nouvelles voitures est en hausse par rapport à l'année précédente, une première en vingt ans, pointe le syndicat professionnel.

Celui-ci met également en cause la remontée des taux d'intérêt. Un facteur important lorsque l'on sait que 85 % des voitures neuves sont achetées à crédit outre-Manche. Autre accusé : le Brexit. La livre

s'est dépréciée de plus de 13 % contre l'euro depuis le référendum de juin 2016, ce qui accroît le coût des pièces ou des véhicules importés. Et le Brexit crée une incertitude pesant sur la consommation et le climat des affaires.

Risque de délocalisation

« Pas question d'attendre. Nous avons besoin d'y voir clair avant la fin du premier trimestre », exige Mike Hawes, directeur exécutif du SMMT. À défaut, a-t-il expliqué au quotidien britannique des affaires, l'industrie automobile mettra en place des « plans d'urgence ». L'incertitude sur les coûts post-Brexit pourrait conduire les constructeurs à délocaliser la production à l'étranger plutôt que d'assembler de nouveaux modèles en Grande-Bretagne. ■

LES VENTES DE VOITURES NEUVES EN 2017

+ 4,7 % en France, soit 2,11 millions de véhicules

- 1,5 % Recul des ventes aux États-Unis en 2017 (17,23 millions de voitures) après un cru 2016 exceptionnellement élevé

+ 2,7 % Hausse en Allemagne, soit 3,44 millions de voitures commercialisées