



Guillaume Linossier SAOLA FAIT UN GRAND PAS EN AVANT

Sept mois seulement après avoir lancé le concept de chaussures éco-responsables Saola, Guillaume Linossier, ancien directeur de la filiale de Millet mountain group aux États-Unis, sécurise son financement. Il vient d'obtenir 180 000 euros auprès du réseau Initiative Grand Annecy et de la Banque populaire. Le 26 mai dernier, il a aussi lancé une campagne de crowdfunding sur Kickstarter et récolté en dix jours 25 000 euros, la somme minimum qu'il s'était fixée pour démarrer la production en juillet. Aujourd'hui, le jeune entrepreneur vise le palier supérieur : 40 000 euros, afin de proposer plus d'options. « À date (le 19 juin), nous atteignons les 29 000 euros et espérons enregistrer une belle progression avant la fin de la campagne qui se termine le 28 juin », souligne Guillaume Linossier.

Saola est un concept de chaussures lifestyle conçues à partir de matières recyclées ou naturelles. « Le sourcing a été effectué à Taïwan où les standards environ-

nementaux sont très élevés, mais la production sera réalisée en Chine », explique le dirigeant, qui espère rapidement s'imposer en France et aux États-Unis. Actuellement en tournée commerciale Outre-Atlantique, il vient de signer avec la plus grande chaîne de magasins outdoor des États-Unis qui s'est engagée à tester la marque dans ses dix plus gros points de vente. Et d'autres détaillants montrent un fort intérêt. En France, pour commencer, la gamme – 4 modèles hommes et 4 modèles femmes – sera commercialisée dans les prochains jours, et en rayon au printemps 2018 dans les magasins outdoor et éthiques indépendants. La start-up, qui a été la première à intégrer l'incubateur d'OSV, vise un chiffre d'affaires de 150 000 à 200 000 euros la première saison, et un objectif d'1 million d'euros en année 2 ou 3. Guillaume Linossier promet de verser 5% du chiffre d'affaires à des associations environnementales pour œuvrer à la sauvegarde de la planète. P. R.

Mariana Monfleur ALTIPLANO VOYAGE VEUT ALLER PLUS LOIN

Depuis la reprise d'Altiplano, en décembre 2013, Mariana Monfleur n'a pas ralenti le rythme. Elle a quitté en mars derniers les 100 mètres carrés de bureaux qu'elle louait à Annecy pour s'installer sur 250 mètres carrés au Park Nord, à Épagny-Metz-Tessy. « Nous avions besoin de plus de place pour continuer de nous développer et voulions nous mettre chez nous », explique-t-elle. Formée à la gestion des entreprises au Brésil, la Franco-brésilienne est arrivée à Lyon en 2002 pour compléter ses études dans le domaine du tourisme. Elle intègre Altiplano en tant que stagiaire, puis gravit peu à peu les échelons jusqu'à prendre, en 2010, des fonctions de chef d'agence.

En 2013, lorsque le propriétaire décide de vendre pour s'installer à l'étranger, elle saisit l'opportunité et rachète la société, concrétisant ainsi son envie d'indépendance. Spécialisée dans les voyages sur mesure en Asie et en Amérique latine, Altiplano a lancé début 2017 la marque Altiplano Voyage fusionnant les 17 destinations d'Altiplano en Amérique du sud et centrale avec Jaïpur (15 destinations en Asie). La société qui réalisait en 2013 un chiffre d'affaires de 3,1 millions d'euros avec 8 salariés a étoffé ses effectifs (dix personnes aujourd'hui) et ses ventes (5,5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016). S. B.



Julie Huguet COWORKEES MET EN LIEN INDÉPENDANTS DE LA COM' ET ENTREPRISES

La plateforme Coworkees met en lien les entreprises et les travailleurs indépendants de la communication. Créée en 2016 par Julie Huguet, une annécienne de 33 ans, elle met en relation, des deux côtés de la frontière franco-suisse, des professionnels de 80 métiers avec des sociétés utilisatrices de ces services et en quête de prestataires.

Coworkees a pour but de faciliter les recherches de ressources externes et la gestion de campagnes publicitaires des entreprises via le site coworkees.com. Objectif : leur permettre de trouver en quelques clics le profil de celui ou de celle qui saura s'intégrer aux équipes existantes en apportant la compétence qui fera la différence. Partant du constat qu'il devrait y avoir 2 millions de travailleurs indépendants en France en 2020, Julie Huguet a développé son idée depuis un an. Elle a réuni 250 000 euros pour démarrer bientôt dans l'accélérateur en gestation aux Papeteries Image Factory (Cran-Gevrier). Elle a le soutien du réseau Initiative Grand Annecy pour un prêt d'honneur de 30 000 euros, celui de la bourse French Tech de Bpifrance pour un montant équivalent, assorti d'un prêt d'amorçage de trois ans de 50 000 euros, complété par un prêt bancaire et un apport personnel.

« Notre but est de lever 500 000 euros en 2018 », explique la créatrice qui fourmille d'idées. F. L.

