

30 JEUNES POUSSES À SUIVRE...

START-UP

pourquoi pas vous ?

Loisirs

Avec Weezevent, réserver c'est gagner !

Sans le savoir, cet été, les festivaliers des Vieilles Charrues ont participé à une petite révolution, puisque toutes leurs consommations sur le site breton ont été réalisées avec un système de paiement dématérialisé grâce à un bracelet connecté doté d'une puce électronique. «Weezevent car l'entreprise avait la capacité d'adapter et de personnaliser l'expérience», résume Jérôme Tréhorrel, directeur du festival.

Depuis sa création en 2008 par Pierre-Henri Deballon et Sébastien Tonglet, la PME dijonnaise, pionnière de la billetterie en self-service sur Internet avec sa solution innovante de vente de billets en ligne et de porte-monnaie électronique, a permis d'écouler plus de 15 millions de billets pour tout type d'événement : salons, concerts, soirées, festivals, conférences, courses à pieds... Avec une croissance exceptionnelle de 43.200% ces 5 dernières



Pierre-Henri Deballon et Sébastien Tonglet, cofondateurs de Weezevent

années (lauréate 2014 des entreprises technologiques de croissance par le Deloitte In Extenso Technology Fast 500), Weezevent voit loin. En effet, vente-privee, poids lourd de la vente événementielle depuis les rachats par Jacques-Antoine Granjon du Théâtre de Paris et de la Michodière, est devenue en début d'année actionnaire de la pépète française, remplaçant le fonds A Plus finance, auprès duquel la jeune pousse avait levé 1 M€ en 2012. «Weezevent complète notre activité dans le secteur du divertissement en proposant aux exploitants de salles et aux producteurs

d'événements un écosystème billetterie complet leur permettant d'organiser, de promouvoir et de distribuer leurs produits», explique Thomas Kouck, directeur général de vente-privee Entertainment. De quoi booster le développement international de cette pépète. «En rejoignant vente-privee, nous choisissons un partenaire qui garantit à Weezevent la pérennité de son ADN et qui permettra de poursuivre nos objectifs : offrir le système de billetterie le plus innovant au meilleur prix et se développer à l'international», se réjouissent Pierre-Henri Deballon et Sébastien Tonglet. Weezevent (41 M€ de CA) a d'ailleurs déjà absorbé Nemopay et son système de paiement dématérialisé et, après celui de Montréal, devrait ouvrir des bureaux à l'étranger en s'appuyant sur son actionnaire présent dans 8 pays européens.

Trois françaises (BlaBlaCar, Venteprivée et Critéo) figurent dans la liste des 40 «licornes» européennes. Parmi les milliers de jeunes pousses qui naissent chaque année, qui pourra les rejoindre ?

Pas si simple de quantifier le nombre de jeunes pousses. «Du fait d'un fort effet de mode repris largement par les médias et les politiques, toutes les nouvelles entreprises qui disposent d'un caractère innovant, ou parfois plus généralement issues du numérique, entrent globalement dans cette catégorie. Si on estime que 20% des entreprises créées en SAS, statut choisi par les porteurs de projets en prévision de levées de fonds, ont un potentiel innovant, on estime leur nombre à 10.000 ces 5 dernières années. À mon sens, le caractère innovant seul ne suffit pas, il faut aussi des ambitions, un mode de management...», estime Gaëlle Ottan, cofondatrice du site 1001startups, à l'origine avec la plate-forme de détection de tendances et d'innovation SoonSoon et la chambre de commerce et d'industrie d'un Atlas de jeunes pousses. Car la caractéristique principale d'une jeune pousse est de vouloir grandir... jusqu'à devenir une «licorne», ces entreprises dont la valorisation dépasse 1 Md\$.