

# Matooma déploie ses cartes SIM en Suisse

**INTERNET DES OBJETS.** Fondée en 2012, la scale-up française affiche une croissance annuelle de 50% et vise un million de chiffre d'affaires sur trois ans sur ce nouveau marché.

STÉPHANIE GIROUD

En France, Matooma connecte 500.000 objets et a réalisé un chiffre d'affaires de 11 millions d'euros en 2018. Lancée en 2012 par Frédéric Salles, Nadège Salles et John William Aldon, l'entreprise connaît aujourd'hui une croissance annuelle de 50% en proposant des services Machine to Machine (M2M) et en commercialisant des cartes SIM multi-réseaux.

La scale-up, basée à Montpellier, est rentable depuis 2016 et compte aujourd'hui cinquante employés. Elle enregistre chaque mois 200 demandes de devis de la part d'entreprises françaises et se positionne en leader dans le secteur de la sécurité des biens et des personnes en France. Matooma commercialise ses cartes SIM dans 18 pays européens et vient d'annoncer son lancement en Suisse, en Belgique et au Luxembourg. Interview du CEO, Frédéric Salles.

## Pourquoi Matooma se déploie sur le marché suisse?

Nous avons analysé le marché et nous avons constaté que le type d'offre que nous proposons n'est pas développé. Depuis août 2014,



**FRÉDÉRIC SALLES.** «Après la France, la Suisse est notre deuxième marché principal en raison de la faible concurrence.»

nous avons commencé à commercialiser nos produits en Suisse. Nous y avons déjà vendu 25'000 cartes SIM et comptons plus de 100 clients, dont Silentsoft, Videovox et Dialarme. Notre technologie répond à un réel besoin. Depuis avril, mois de notre lancement officiel en Suisse, nous avons déjà enregistré une vingtaine de demandes de devis de la part d'entreprises suisses.

Quelle est la spécificité de vos

## cartes SIM?

En Suisse, nos cartes SIM utilisent les réseaux mobiles de Swisscom, Sunrise et Salt. Elles vont à chaque fois s'accrocher sur le réseau disponible. L'avantage, c'est qu'il n'y a pas de coupures. Notre modèle d'affaires à très vite décollé avec les systèmes d'alarme à domicile et les boîtiers pour personnes âgées pour lesquelles le besoin de connexion est vital.

Qu'est-ce qui vous permet d'ac-

## céder aux réseaux mobiles des trois grands opérateurs suisses?

Nous avons des accords avec dix grands opérateurs internationaux, comme British Telecom et Telefónica, qui possèdent des partenariats avec les opérateurs suisses pour les cartes SIM grands publics.

## Quelles sont vos objectifs en Suisse?

Nous allons y investir 500'000 euros et nous espérons réaliser un million de chiffre d'affaires sur trois ans. Au siège social de l'entreprise, nous avons trois personnes dédiées au marché suisse. Nous avons mis en place une stratégie digitale pour nous faire connaître notamment avec le référencement web et les réseaux sociaux, principalement Twitter et LinkedIn. Dès que Matooma deviendra rentable dans le pays - nous comptons deux ans pour atteindre cet objectif - nous recruterons des commerciaux sur place. Notre priorité est de faire l'acquisition de clients et ensuite nous pourrions nous y implanter physiquement, probablement du côté de Genève.

Quel rôle joue la Suisse dans votre développement?

Après la France, la Suisse est notre deuxième marché principal en raison de la faible concurrence et de la présence de seulement trois grands opérateurs. Comme les licences 5G ont déjà été vendues, la Suisse sera également notre laboratoire pour cette nouvelle technologie. Je suis de près l'actualité liée à la 5G et ce qui m'étonne, c'est le prix auquel les licences ont été vendues en Suisse - 380 millions de francs - alors qu'en Allemagne elles se négocient actuellement à plus de cinq milliards d'euros. En France, les ventes des licences 5G seront lancées fin 2019.

## Qu'est-ce qui changera pour les objets connectés avec la 5G?

Nos produits utilisent les réseaux 2G, 3G et 4G et le réseau bas débit LTE-M pour l'IoT, qui permet à un boîtier d'avoir une autonomie de batterie entre 5 et 10 ans. Actuellement, il faut souder deux modems sur les objets connectés, un pour la 2G, 3G et 4G et un pour le réseau LTE-M. La différence avec la 5G, c'est qu'elle possède le canal haut débit (1 gigabit par seconde) et bas débit dans un seul composant. Comme la carte SIM est le composant passif, nos produits seront tout de suite opé-

rationnels avec la 5G.

## Quel sera l'impact de la 5G pour les entreprises?

La forte capacité en termes de latence permettra de transmettre rapidement des grandes quantités de données, ce qui accélérera le développement du marché des objets connectés. Par exemple, la 5G permettra de faire de la visualisation en temps réels des images des caméras de vidéosurveillance au lieu de stocker les informations sur un disque dur. Pour les entreprises, un routeur plug and play suffira pour se connecter à des sites distants. Dans le secteur automobile, tout le système informatique sera supervisé et mis à jour à distance avec la 5G.

## Et au niveau de la sécurité?

Pour éviter de se faire pirater son réseau avec la 5G, il y a deux solutions: soit on intègre un logiciel dans l'objet connecté, mais qui peut être craqué, soit on crée un sous-réseau internet. Nous avons opté pour la deuxième solution en créant un réseau privé qui permet aux objets d'échanger des données qui ne sont pas accessibles par internet. Ce réseau est prévu pour être utilisé dans le monde entier. ■

# Le vin, un patrimoine choyé chez Wine District

**ENOLOGIE.** La start-up prend soin des bouteilles pour qu'elles puissent se bonifier dans les meilleures conditions. Les investissements représentent 25% du volume de la cave.

SOPHIE MARENNE

Face à l'instabilité des marchés boursiers, les investisseurs cherchent des alternatives et l'une d'elles ne manque pas de goût: le vin. «Nous constatons une forte hausse de cette pratique chez nos clients», commente Charles Villa, cofondateur de la start-up active dans le stockage de bouteilles Wine District. «Ce marché reste assez sûr. Si vous misez sur des crus qui ont la cote, vous pouvez difficilement vous tromper.» Le jeune entrepreneur donne l'exemple d'un Romanée-Conti de 2005 qui a pris 38% de valeur durant les quatre dernières années. «Attention, pour que ce soit intéressant, il faut viser le haut du panier», nuance-t-il. «Ciblez des grands crus de Bordeaux ou de Bourgogne, voire certains vins de la vallée du Rhône comme les Ermitage ou les Côte-Rôtie.» Les grands crus comme placement de long terme représentent déjà 25% du volume de la cave de la start-up. Cette tendance se renforce et est surtout portée par des amateurs. «Dans le pire des cas, si leur bouteille n'a pas pris de valeur, ils peuvent toujours la boire et ça, ça leur plaît», sourit Charles Villa.

L'aire de stockage de Wine District affiche une capacité maximale de 100.000 bouteilles. Après deux années d'ouverture, elle est remplie à hauteur de 25%. «Nous espérons atteindre les 70 à 85% d'ici trois ans», prédit le cofondateur. La valeur totale des crus actuellement conservés dans le cellier s'élève à plusieurs millions.



**CHARLES VILLA.** Il est devenu expert en vin pour la maison Koller.

Sur les étagères trône ainsi un exceptionnel magnum de Romanée-Conti de 2010 dont le prix est difficile à estimer, probablement autour des 30.000 francs. Bien que les vins représentent 92% de la cave, des spiritueux reposent aussi sur les étagères. «Nous conservons, par exemple, une cuvée spéciale de whisky Dalmore de 55 ans d'âge. Il doit se chiffrer à près de 70.000 francs.»

## Du simple gardiennage de bouteilles

De son propre aveu, Charles Villa s'est avant tout lancé dans l'aventure entrepreneuriale face à un problème personnel. «Je n'avais plus de place chez moi pour mettre mes bouteilles», raconte ce passionné de terroir viticole. Alors étudiant à l'Ecole Hôtelière de Genève, il dédie son mémoire

de fin d'études à la création d'une cave de stockage de vin. En 2016, il termine son cursus mais l'idée ne l'abandonne pas. Il se lie alors avec l'architecte d'intérieur Morgane Bellido, en vue de créer l'espace dont il rêve, dans un bâtiment de la zone industrielle de Satigny.

Les associés fondent leur entreprise en septembre 2016 et aménagent leur cave idéale avec beaucoup de soin. Ouverte officiellement en mars 2017, elle offre des conditions optimales de conservation, pour les grands crus qu'ils ont à garder. Les quatre celliers sont équipés de climatiseurs et de systèmes de remplacement en cas de panne. «Il y règne une température de 12,5 à 13 degrés et un taux d'humidité de 70 à 75%, en tout temps et sans variation. Ces conditions permettent aux vins de se bonifier tout



**MORGANE BELLIDO.** Elle a conçu toute la cave de stockage.

en les préservant. En effet, certains anciens millésimes sont très fragiles: s'ils sont conservés à 15 degrés, ils se dégradent en moins d'un an et demi. De même, si le taux d'humidité n'est pas assez élevé, le bouchon sèche. L'air pénètre alors la bouteille et abîme le vin.»

Autre atout de ces caves: ce sont de vraies chambres fortes. Elles disposent de portes et murs blindés, de caméras de surveillance reliées à l'agence de sécurité voisine et d'alarmes dernier cri. «Tous les mois, de nouveaux clients se présentent à la suite d'un cambriolage. Le vol de bouteilles est relativement courant car elles sont faciles à écouler.»

## Aux services œnologiques les plus complets

Au-delà du stockage, la start-up ne lésine pas sur les services ex-

clusifs. Wine District propose d'abord la livraison des crus de ses clients de Genève, dans la demi-journée. Cette flexibilité est très appréciée par ceux qui souhaitent récupérer leurs bouteilles pour un repas de fête, par exemple.

La clientèle bénéficie ensuite des connaissances du jeune entrepreneur, présent pour les conseiller, expertiser les cuvées et même organiser des ventes. «Rapidement, nos clients nous ont posé des questions sur le prix de leurs bouteilles et les possibilités de revente. Pour y répondre au mieux, nous avons établi un partenariat avec la prestigieuse maison de vente aux enchères Koller dont je suis devenu l'expert en vin», indique-t-il. L'établissement zurichois confie deux ventes par an à Wine District. «Nous nous chargeons de tout: nous rame-

nons les bouteilles de n'importe quel lieu de Suisse, nous les expertisons, nous en estimons le prix, nous réalisons les photos dans notre studio et nous créons le catalogue de vente.»

De plus, les propriétaires des bouteilles abritées dans le cellier reçoivent des offres à des prix préférentiels, toutes les six semaines. Ces ventes privilégiées sont organisées grâce à des viticulteurs et cavistes partenaires de Wine District.

Enfin, la start-up anime des dégustations pour ses clients, dans un petit espace convivial aménagé pour ce genre d'événements.

## Une cave toujours plus numérique

Le tarif s'élève à sept francs par mois pour un casier de 24 bouteilles, peu importe son contenu. Le prix est ensuite dégressif. La clientèle - presque totalement masculine - est majoritairement composée de particuliers de la région genevoise. «Nous accueillons aussi des personnes de France voisine, de La Côte et même de Vevey», souligne le cofondateur.

D'ici un mois, ils auront accès à leur cave directement en ligne: inventaires, entrées et sorties de stock seront accessibles depuis un espace personnel sur le site de Wine District. Cette nouveauté digitale ne sera pas la dernière. Dans le futur, la start-up ambitionne d'ajouter de nouveaux services à son portail, comme la facturation ou la demande de livraison: une vraie cave numérique. ■