



HAPPYTECH

Les start-up du bien-être en entreprise cherchent à gagner en légitimité pour diffuser leurs solutions

HAPPYTECH

Les start-up du bien-être en entreprise cherchent à gagner en légitimité pour diffuser leurs solutions

Afficher ses initiatives en faveur du bien-être au travail prend une importance croissante pour les entreprises. Celles-ci doivent en effet s'adapter aux nouvelles exigences des candidats afin de rester attractives alors que le rapport au travail évolue, conjuguant autonomie accrue, généralisation du télétravail et volonté d'un plus grand équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Dans le même temps, la prise de conscience des frais conséquents occasionnés par les troubles musculo-squelettiques (TMS) et les risques psychosociaux amènent les sociétés à renforcer leur arsenal dans le domaine de la prévention.

Ce contexte représente un terreau favorable pour les start-up de la HappyTech, qui se positionnent sur l'ensemble de ces thématiques. Le télétravail conduit à repenser les bureaux et l'interaction entre les collaborateurs, tandis que de nouvelles solutions émergent dans les services aux employés ou dans la santé au travail, s'appuyant sur le numérique pour réduire les coûts et fluidifier leur usage.

Les jeunes pousses de la HappyTech disposent toutefois d'une moindre visibilité par rapport à leurs homologues d'autres secteurs. Moins bien structurées et financées, elles doivent encore prouver l'utilité de leurs solutions, tandis que des critiques apparaissent sur la finalité et l'efficacité du "happy management". Renforcer la mesure quantitative des résultats (absentéisme, image employeur, etc.) de ces différentes initiatives peut représenter une avancée afin de démontrer leur légitimité.



DANS CE DOSSIER

POINTS-CLÉS ET ENJEUX	4
UN SECTEUR NAISSANT STIMULÉ PAR LES ÉVOLUTIONS DU TRAVAIL	8
Qu'est-ce que la HappyTech ?	8
L'impératif d'attirer les talents dans un contexte de nouveau rapport au travail	9
Prendre soin de ses employés : un gain financier considérable pour l'entreprise	10
Prouver son utilité face aux critiques : le défi de la HappyTech	11
Panorama de l'activité et des entreprises du secteur	12
LA SANTÉ MENTALE ET PHYSIQUE AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS	14
Un intérêt marqué pour le bien-être en tant que préservation de la santé de l'employé	14
Une plateforme en ligne pour consulter des psychologues : le cas de Happineo	15
Des séminaires et ateliers bien-être dans des monastères : le cas de MonaSTAY	16
Un accompagnement global de prévention santé : le cas de MonMartin	17
Prévenir les TMS et en réduire l'impact sur le salarié : le cas d'Axomove	18
La réalité virtuelle au service de la relaxation : le cas de Serenity	19
Des solutions pour la santé mentale des salariés : le cas de My Mental Energy	20
L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL COMME FACTEUR DE PRODUCTIVITÉ	21
Après la crise de Covid-19, les bureaux physiques retrouvent du sens	21
Repenser l'aménagement des bureaux : le cas de Yemanja	22
Démocratiser la sieste en entreprise : le cas d'Adilson	23
Résoudre une problématique majeure, telle que le bruit : le cas d'Orosound	24
Améliorer la qualité de vie globale des salariés par la lumière : le cas de Libu	25
Miser sur une tendance forte, comme le végétal : le cas de Plantez respirez	26
INTERACTIONS ET MANAGEMENT : L'INNOVATION AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR	27
Faire du bien aux salariés, un facteur de performance	27
Analyser le niveau de bien-être des équipes : le cas de Moodwork	28
Développer l'engagement des salariés en leur donnant la parole : le cas de Bleexo	29
Piloter une expérience collaborateur globale : le cas de Wittyfit	30
Optimiser l'efficacité des réunions : le cas de Roti Express	31
Créer du lien social en entreprise : le cas de Comeet	32
DES SERVICES POUR FACILITER LE QUOTIDIEN DES SALARIÉS	33
Autonomie, télétravail, équilibre avec la vie privée : la mutation du travail se poursuit	33
Proposer une application multiservices pour les salariés : le cas de Workwell	34
Une conciergerie digitale généraliste : le cas de Fidensio	35
Un service porté par une mutuelle : le cas de Flex	36
S'appuyer sur le phygital et le soutien d'un groupe : le cas de Quatre Épingles	37
LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE	38
LEXIQUE	40
SOURCES UTILISÉES	41

POINTS-CLÉS

Ce qu'il faut retenir

CHIFFRES-CLÉS

10 000
euros

Coût annuel évitable
par salarié des problèmes
relatifs à la qualité de vie
au travail (QVT)

problématique des troubles musculo-
squelettiques (TMS) en France

40 000+

TMS déclarées
en moyenne par an

Marché mondial
du bien-être
en entreprise (2021)

60
milliards
de dollars

87 %

des maladies
professionnelles

Croissance annuelle estimée du marché
français de la conciergerie
à l'horizon 2023

+ 7,5 %

2 milliards
d'euros

coût annuel
pour les entreprises

impact
de la crise
de Covid-19



+ 37 %
de troubles
psycho-
sociaux

2020

MOTEURS

GÉNÉRALISATION
DU TÉLÉTRAVAIL

- Repenser les espaces de travail, rendre le temps passé sur place plus qualitatif et collaboratif
- Nécessité de renforcer les liens entre salariés et avec la hiérarchie

NOUVEAU RAPPORT
AU TRAVAIL

- Recherche de l'épanouissement personnel et de l'équilibre vie privée - vie professionnelle
- Conserver voire renforcer son attractivité
- Faciliter la vie du salarié pour favoriser la performance

MEILLEURE PRISE
EN COMPTE DES TMS

- Limiter l'absentéisme, le turnover et les frais afférents
- Améliorer l'image de l'entreprise

POINTS-CLÉS

Ce qu'il faut retenir

PAYSAGE CONCURRENTIEL

START-UP "SANTÉ"	START-UP "CADRE DE TRAVAIL"	START-UP "SOCIAL"	START-UP "SERVICES"	ACTEURS HISTORIQUES
<p>Interviennent dans les entreprises pour réaliser des prestations QVT</p> <p>Développent des outils de suivi et de mise en relation avec des professionnels de santé</p>	<p>Aménagent les bureaux pour les rendre plus agréables</p> <p>Réalisent des prestations de végétalisation</p> <p>Installent des dispositifs électroniques favorisant le bien-être</p>	<p>Mettent en place des outils pour mesurer l'état d'esprit des collaborateurs</p> <p>Développent des plateformes favorisant le lien social</p>	<p>Digitalisent les services de conciergerie</p> <p>Centralisent un maximum de prestations et les diversifient</p> <p>Permettent l'accès à des tarifs négociés</p>	<p>Sociétés de services, assurances, mutuelles, etc.</p> <p>Nouent des partenariats avec les start-up pour incorporer leurs solutions dans leurs offres</p> <p>Rachètent les start-up</p>

FREINS ET DÉFIS

STRUCTURATION À RENFORCER	<ul style="list-style-type: none">• Dissensions au sein du collectif happytech• Financements faibles par rapport à d'autres secteurs tech
LÉGITIMITÉ INSUFFISANTE	<ul style="list-style-type: none">• Critiques sur le "happy management"• Bien-être parfois réduit à des éléments secondaires (animations, petits-déjeuners...)
MANQUE D'INFLUENCE ET DE DONNÉES	<ul style="list-style-type: none">• Bien-être souvent perçu comme un coût et non un investissement• Difficulté à mesurer le retour sur investissement• Faible poids des <i>chief happiness officers</i> dans les décisions financières

Gagner en visibilité et en légitimité, un impératif pour la HappyTech

Bouleversement de l'organisation du travail, entre coworking et télétravail à domicile ; recherche d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée ; attentes plus fortes vis-à-vis du cadre de travail, qui doit être plus épanouissant et plus collaboratif... **Les tendances qui traversent le monde professionnel poussent à un développement plus marqué** des start-up de la HappyTech. Certaines peinent toutefois à pérenniser leur activité, tandis que le secteur rassemble des fonds bien inférieurs à d'autres domaines de la tech. Plusieurs raisons peuvent expliquer l'origine de cette situation. Tout d'abord, **la structuration de la HappyTech reste inachevée**, alors que des divergences sont apparues entre les membres du collectif français, certains l'ayant d'ailleurs quitté. **Ce manque d'unité nuit à l'émergence du secteur** alors qu'une coopération plus importante entre davantage d'acteurs pourrait permettre d'accroître la visibilité de leurs solutions.

La légitimité de la HappyTech est également parfois remise en question. Les dérives éventuelles peuvent en effet se révéler nombreuses : empiètement sur la vie privée des salariés, injonctions

au bonheur permanent, substitution à la réflexion et aux changements à mener en termes d'organisation du travail...

En parallèle, la HappyTech peut au contraire être **considérée comme dérisoire et de ce fait négligée**, tant par les salariés que la direction. La faiblesse des moyens alloués à de nombreux *chief happiness officers* a ainsi contribué à répandre l'idée que **le bien-être au travail ne concernait que de simples distractions**, secondaires voire superflues. Les start-up du secteur doivent donc réussir à montrer et même **prouver l'intérêt de leurs solutions**. Le manque de données quantitatives fiables sur un sujet par nature difficilement chiffrable peut en effet amener certains managers à **douter de la pertinence** de ces initiatives. Dans le même temps, les plus enclins à adopter ces solutions peuvent connaître **des difficultés à convaincre leur direction d'engager les dépenses** nécessaires, sans éléments concrets attestant du retour sur investissement. La capacité à générer des preuves tangibles de l'efficacité des offres constitue donc un enjeu déterminant pour le secteur.

L'extension du domaine du bien-être, une opportunité pour se positionner

Les questions de bien-être au travail, aussi appelées qualité de vie au travail (QVT), **englobent de plus en plus de domaines** : santé physique et psychique des salariés, qualité des interactions avec les autres salariés et avec le management, services facilitant le quotidien de l'employé et la bonne intégration de son activité professionnelle dans sa vie personnelle, végétalisation des espaces de travail, etc. Cette profusion présente **autant d'opportunités pour les potentiels nouveaux entrants**. Le secteur est encore jeune et atomisé, et de nouvelles places sont à prendre.

Les frontières s'avèrent en outre de plus en plus poreuses entre les différents domaines de la QVT : les outils de management font également office de solutions de prévention des risques psychosociaux ; **la réduction du stress se déploie dans toutes les initiatives**, de l'aménagement des bureaux à la réalité virtuelle ; les applications sociales permettent aussi de lutter contre la sédentarité ou de diminuer la charge mentale grâce aux services rendus...

Si elle se montre **bénéfique en termes d'extension du potentiel de marché**, cette porosité n'est toutefois **pas synonyme d'uniformisation**. Une grande diversité d'offres émerge, notamment dans la manière de traiter un même problème. Certains acteurs se positionnent ainsi avec **un modèle de plateforme**, centralisant un grand nombre de partenaires, professionnels de santé ou prestataires de services. Couplée à **une commercialisation sous forme d'abonnement**, cette approche connaît un engouement particulier sur l'ensemble des segments du secteur. D'autres stratégies peuvent être mises en place, par exemple en misant sur **des applications fournissant du contenu** : informations santé, exercices de relaxation, développement personnel... Une partie des acteurs de la HappyTech ont parié de leur côté sur **des produits électroniques innovants**, tels que des casques de réalité virtuelle, des dispositifs de luminothérapie ou de limitation du bruit. Vente de l'objet, abonnement ou prestation ponctuelle : ce choix offre lui aussi une variété de modèles économiques.

UN SECTEUR NAISSANT STIMULÉ PAR LES ÉVOLUTIONS DU TRAVAIL

Qu'est-ce que la HappyTech ?

La technologie au service du bien-être en entreprise

Ayant réellement émergé dans les années 2017-2018 en France, la HappyTech s'avère aujourd'hui en voie d'accélération. Regroupant l'ensemble **des solutions d'amélioration du bien-être au travail**, elle mise sur de nouveaux produits et technologies pour faciliter la vie des employés et rendre tant leur cadre que leurs journées de travail plus agréables. **Les start-up de la HappyTech affichent ainsi des offres variées**, des applications favorisant l'interaction entre salariés aux conciergeries connectées en passant par des solutions de prévention des risques psycho-sociaux. En 2018, le journal économique *La Tribune* dénombrait **une centaine de start-up positionnées sur le marché** en France.

Une montée en puissance de la qualité de vie au travail (QVT)

Cette attention accordée au bien-être des salariés n'est pas nouvelle mais son importance s'accroît au sein des entreprises. Elle n'apparaît plus comme marginale et superficielle. **"Le bien-être et la QVT ne correspondent plus à une démarche anecdotique** comme cela a pu être le cas auparavant, mais à une approche holistique", détaillait fin 2021 dans *Décisions Achats* Malvina de Corbier, auditrice RH au Top Employers Institute. Le rapport 2021 de cet institut soulignait que **82 % des entreprises interrogées plaçaient la QVT parmi leurs préoccupations prioritaires**, un chiffre en hausse de dix points par rapport à 2020. Les employeurs s'organisent pour mieux prendre en compte toutes les facettes que cette thématique peut recouvrir. "C'est un défi de taille que doivent mener les directeurs achats, de

concert avec la DRH", complétait Willy Enjolras, dirigeant d'Excellens Formation, une entreprise spécialiste de la formation continue. "Ils doivent **s'interroger sur les nouvelles composantes de la qualité de vie au travail**, établir des plans d'actions adaptés et mesurer leur incidence." Cette extension des domaines concernés par la QVT **favorise le développement de la HappyTech** et le recours à une multitude de solutions spécialisées.

Un premier pas avec la création du *chief happiness officer*

Apparu au début des années 2000 chez l'entreprise américaine Google, le poste de *chief happiness officer* (responsable du bonheur, CHO) **s'est développé en France à partir de 2015**. Ce métier consiste à réfléchir à l'ensemble des initiatives et des dispositifs susceptibles d'améliorer le bien-être dans l'entreprise, et à les mettre en place. **Cette fonction aurait toutefois pu se développer davantage** en ayant une influence plus importante dans l'entreprise, constatait *Courrier Cadres* fin 2020. Dépourvus de moyens d'agir de façon structurelle, par exemple sur l'organisation du travail, les CHO ont été **contraints de se focaliser sur le lancement d'événements ponctuels** liés à l'animation de la vie de bureau. "Un grand nombre d'entreprises avaient de bonnes intentions, mais ont pêché par ignorance", indiquait Laurence Vanhée, ancienne CHO de la Sécurité sociale belge. "D'autres, par contre, ont volontairement instrumentalisé le concept. Prétendant que créer des postes de CHO résoudrait tous les problèmes, mais avec l'idée de générer une image de marque plus sexy." **La HappyTech s'inscrit dans la continuité de la création du poste de CHO et veut en combler les lacunes**, grâce à une approche plus transversale et diverse de la QVT.

L'impératif d'attirer les talents dans un contexte de nouveau rapport au travail

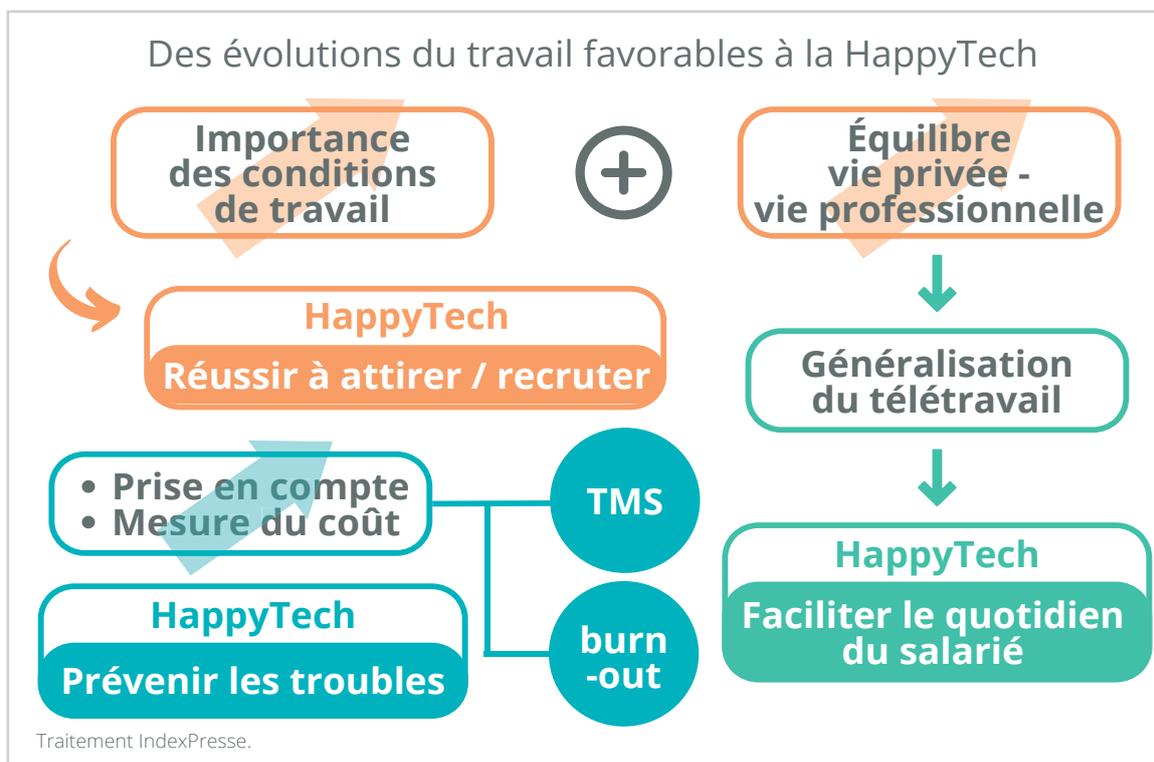
Une évolution des mentalités face au travail

Si, année après année, l'intérêt des missions proposées reste le principal critère pour le choix d'un travail, **les conditions de travail pèsent de plus en plus** dans la balance. Un sondage de 2016 de la plateforme de recherche d'emploi Jobijoba indiquait déjà que **l'équilibre vie professionnelle-vie privée arrivait en seconde position** parmi les réponses des personnes interrogées, invitées à déterminer le critère le plus important dans leur prise de poste. En 2021, un autre sondage relevait quant à lui que **la flexibilité des horaires et les conditions de travail** constituaient deux paramètres majeurs, cités par plus des deux tiers des jeunes diplômés du panel, qui gagnaient en importance depuis le début de la crise de Covid-19. Cette dernière a notamment consacré **la généra-**

lisation du télétravail et questionné les individus sur le sens de leur travail et son organisation. **La pénurie de main d'œuvre en France** et un phénomène accéléré de reconversion (encore modeste dans l'Hexagone mais **évoqué sous le vocable de "grande démission"** aux États-Unis) renforcent cette tendance, les candidats potentiels ayant davantage de latitude pour choisir leur emploi.

Améliorer son image employeur

Les entreprises doivent donc s'adapter afin de **maintenir leur attractivité et parvenir à recruter**. Les cadres en particulier, plus rares et recherchés que les autres catégories d'employés, se montrent attentifs aux conditions et à l'ambiance de travail. Ils s'avèrent plus enclins à sélectionner les postes en fonction de critères non-financiers.



UN SECTEUR NAISSANT STIMULÉ PAR LES ÉVOLUTIONS DU TRAVAIL

68 % des jeunes diplômés d'école de management interrogés en 2021 par Harris Interactive indiquent **ne pas vouloir choisir entre un bon salaire et de bonnes conditions de travail**. Critique à l'égard des initiatives de la HappyTech, la docteure en philosophie Julia de Funès constatait toutefois dans *Courrier Cadres* en 2020 que "[les entreprises] qui ne le font pas sont vues comme ringardes et **ont du mal à attirer les talents**."

Dans un contexte d'organisation plus souple entre la vie professionnelle et la vie privée, **les services aux salariés représentent également**

des atouts pour améliorer l'image de l'entreprise en vue des recrutements. "Dans cette période post-Covid, la conciergerie d'entreprise reste un *must-have*", soulignait fin 2021 Anne Logeais, directrice marketing de Circles France, dans *Décision Achats*. "Lorsqu'ils sont en télétravail, [les salariés] ont aussi **besoin de services pour leur faire gagner du temps**", ajoutait-elle, citant le pressing, la livraison de repas ou encore les loisirs (pilates, conférences...). La HappyTech s'inscrit dans le prolongement de ces actions, visant à améliorer dans le même temps la QVT et l'image de l'employeur.

Prendre soin de ses employés : un gain financier considérable pour l'entreprise

Le bien-être au travail peut également présenter un bénéfice pour l'entreprise sur le plan financier. **Il augmenterait en effet l'engagement des équipes et réduirait l'absentéisme et les arrêts maladies** en prévenant les burn-out et autres troubles musculo-squelettiques (TMS). De sièges plus confortables à une plus grande interaction entre employés, tous les éléments se rattachant à la QVT sont ainsi susceptibles de **générer des économies pour l'employeur ou d'augmenter la productivité** des salariés. "On ne propose pas du café gratuit ou des salles de sieste parce que moralement c'est bien", confirmait dans *Courrier Cadres* le cofondateur de Toucan Toco, Kilian Bazin. "Nous le faisons parce qu'il y a un tas de

bonnes raisons de le faire et notamment parce qu'il s'agit d'**un instrument pour améliorer l'efficacité opérationnelle des équipes**." Les promoteurs de la HappyTech et des dispositifs favorisant le bien-être en entreprise insistent sur **la réduction de la charge mentale** pesant sur l'employé, qui peut mieux se concentrer sur ses tâches. Fondateur du collectif happytech et de la société Comeet, Samuel Metias résumait au journal *La Tribune* : "**C'est logique : plus l'employé se sent bien, plus il s'implique**, moins il est absent, plus il reste longtemps dans l'entreprise et plus sa productivité et la qualité de son travail sont importantes."

12 600
euros

Le coût du mal-être
par an par salarié.

Source: Apicil et Mozart
Consulting, 2016.

10 000
euros

Le coût évitable grâce
à une politique interne
de bien-être.

Source: Apicil et Mozart
Consulting, 2016.

En 2016, le groupe de prévoyance Apicil et le cabinet Mozart Consulting avaient ainsi **chiffré le coût du mal-être en entreprise à environ 12 600 euros** par an par salarié. Ce montant peut cependant être **réduit de près de 80 % avec la mise en place d'une politique de QVT adaptée**. Les coûts identifiés comme incompressibles correspondent aux problèmes de santé personnels des salariés pouvant affecter leur présence au travail. De son côté, le collectif happytech avait estimé à environ **un million d'euros par an** les économies pouvant être générées dans une société de 500 salariés grâce aux nouvelles solutions de QVT. **Cette évaluation se basait sur plusieurs prévisions**, à savoir une hausse de la productivité de 5 %, de la fidélisation de 2 % et d'une baisse de l'absentéisme de 3 jours par salarié en moyenne.

Lors du lancement de la HappyTech en 2017, les entreprises avaient déjà commencé à mettre en place des dispositifs de bien-être au travail : **16 milliards de dollars avaient été dépensés dans le domaine** en Europe entre 2013 et 2015. Ces dépenses étaient toutefois très concentrées, ne concernant qu'à peine 10 % des salariés. L'un des enjeux de la HappyTech consiste donc à étendre ses solutions à un maximum d'entreprises, qu'importe leur taille.

La HappyTech améliore les performances financières

+ 5 %

de productivité

+ 2 %

de fidélisation

- 3 jours

d'absentéisme

Traitement IndexPresse.

Prouver son utilité face aux critiques : le défi de la HappyTech

Alors qu'émerge un tissu entrepreneurial significatif dans la HappyTech, permettent une diffusion accrue des solutions du secteur, **des critiques émergent quant à leur réelle utilité**. Ces dernières se concentrent notamment sur le lien entre QVT et performances. Bien que 73 % des salariés interrogés en 2019 par la société d'études Toluna considéraient que le bien-être au travail favorisait leur productivité, **mesurer cet impact se révèle complexe**. De son côté, la docteure en philosophie Julia de Funès considère les services de bien-être comme des "artifices", soulignant que "ce n'est pas parce que les salariés

ont à disposition des smoothies bio et des ba-bbyfoot qu'ils seront plus productifs. Il n'y a pas du tout de lien entre les deux." **Plusieurs confusions** viennent également brouiller la pertinence et les limites des dispositifs de QVT, comme le relatait *Courrier Cadres* en 2020. D'une part, **le bien-être au travail peut revêtir des mesures très variées**, certaines d'entre elles ayant finalement peu à voir avec les conditions et l'organisation du travail en tant que telles. "Rendre les salariés heureux dans leur environnement de travail n'est pas la même chose que de rendre le collaborateur épanoui dans ses missions", prévenait l'avocat en droit so-

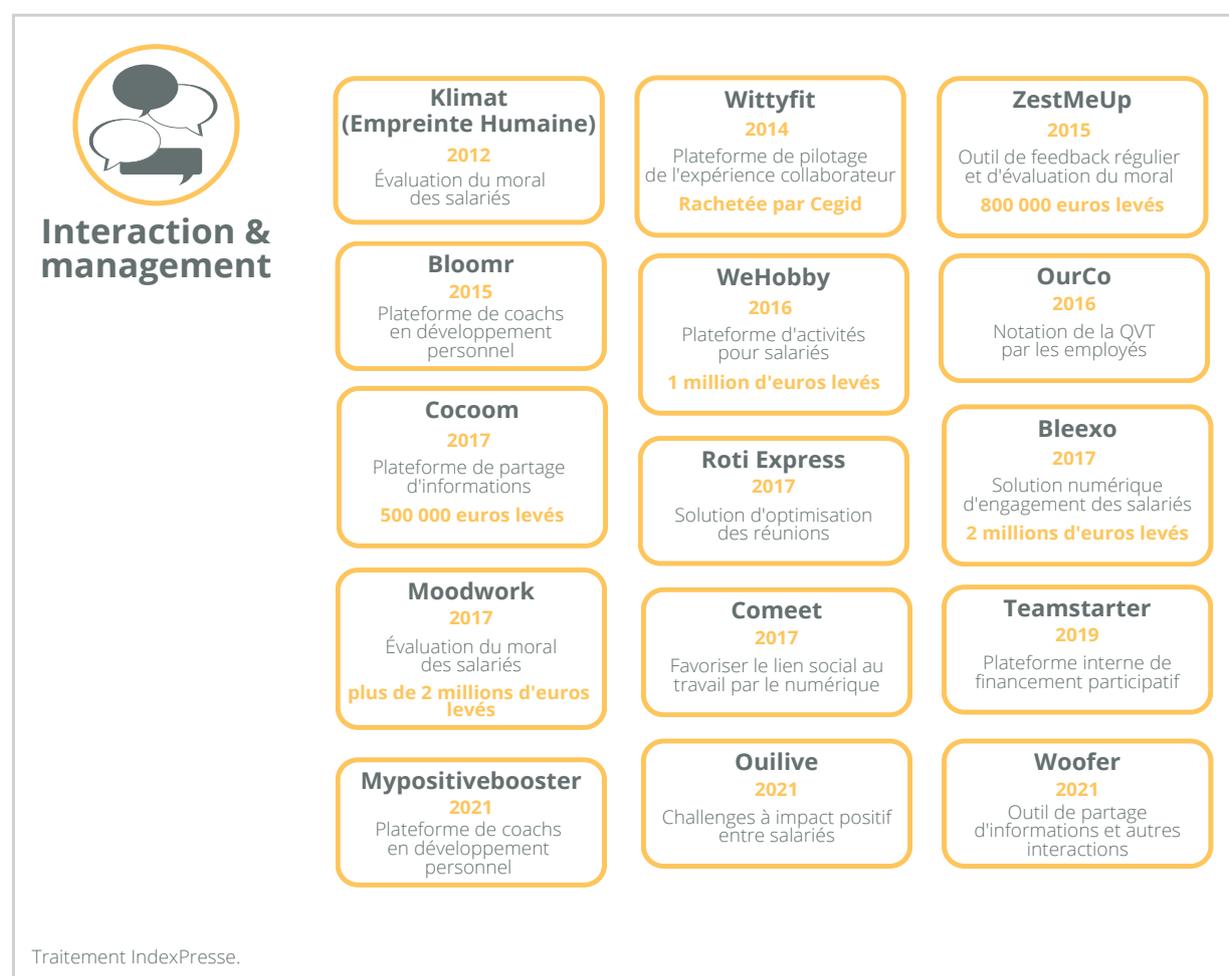
UN SECTEUR NAISSANT STIMULÉ PAR LES ÉVOLUTIONS DU TRAVAIL

cial Grégory Chastagnol. **Un employé heureux ne signifie pas un employé performant**, même si les deux ne sont pas pour autant antinomiques. Si les services ne font pas tout, et ne remplacent pas l'intérêt des missions ou les perspectives d'évolution de carrière, ils viennent cependant **réduire la charge mentale des employés et favorisent leur fidélité** à l'entreprise. Aviva France offre par exemple à ses collaborateurs jeunes parents **la possibilité de s'absenter si nécessaire pour un total de dix semaines de congés** à utiliser lors des six premiers mois après la naissance de l'enfant.

Deux **écueils** subsistent néanmoins pour les entreprises envisageant de recourir à des dispositifs QVT. Tout d'abord, ceux-ci ne doivent **pas consti-**

tuer "des mesures palliatives par rapport à des manquements managériaux", indique Vincent Binétruy du Top Employers Institute. Le lancement d'initiatives QVT alors que des problématiques liées à l'organisation du travail resteraient non-traitées pourrait se montrer contre-productif et accroître le mécontentement au sein de la société. Les employeurs doivent en outre trouver le bon dosage afin de ne pas en faire trop. "Le risque est de **tomber dans l'excès et d'empiéter sur la vie privée** du salarié", confirme Pascal Grémiaux, fondateur d'Eurécia. "Or, tout ne doit pas être géré par l'entreprise. Le collaborateur ne doit pas non plus vivre qu'à travers son travail, ce serait dangereux et contre-productif".

Panorama de l'activité et des entreprises du secteur



UN SECTEUR NAISSANT STIMULÉ PAR LES ÉVOLUTIONS DU TRAVAIL



Santé physique et mentale

My Ostéo Prévention 2014

Prestations QVT axées sur la prévention des TMS

Antimauxdedos 2014

Prestations QVT axées sur la prévention des TMS

Yogist 2015

Micro-séances de yoga à distance

Kiplin 2014

Jeux mobiles et challenges contre la sédentarité
3,7 millions d'euros levés

MyBrain Technologies 2014

Casque de réalité virtuelle pour la relaxation

Qualisocial 2014

Prévention des risques psychosociaux

Axomove 2016

Application de kinésithérapie à distance
1,6 million d'euros levés

My Mental Energy 2016

Prestations QVT relatives à la santé mentale

Libheros 2017

Ateliers de prévention QVT

MonaSTAY 2017

Séminaires bien-être dans des monastères

Lily 2018

Application d'informations et de services QVT

Serenity 2017

Casque de réalité virtuelle pour la relaxation

Happineo 2017

Plateforme pour consulter des psychologues
Rachetée par Xynergy



Environnement de travail

Vital Tech 2013

Sieste par système infrarouge

Yemanja 2014

Aménagement de bureaux

Orosound 2015

Casque de réduction du bruit dans l'espace de travail

Aura 2016

Aquaponie pour l'aménagement de bureaux

AkaGreen 2016

Végétalisation des bureaux

Adilson 2017

Capsules pour micro-siestes

Totem 2017

Snacking sain en libre accès
5 millions d'euros levés

Plantez Respirez 2018

Végétalisation des bureaux

Libu 2019

Dalle lumineuse réduisant le stress et la somnolence



Services aux salariés

La Minut'Rit 2012

Conciergerie digitale

GroomBox 2014

Conciergerie par consigne connectée

Quatre Épingles 2014

Conciergerie phygitale
Rachetée par Samsic

Fidensio 2014

Conciergerie digitale

Alfred Conciergerie 2014

Conciergerie phygitale
Rachetée par Elior

Clac des Doigts 2015

Conciergerie digitale
760 000 euros levés

Workwell 2017

Application multiservices pour salariés
3 millions d'euros levés

Bonjour Léon 2017

Conciergerie digitale
4 millions d'euros levés

One Conciergerie 2021

Conciergerie digitale

Traitement IndexPressé.

LA SANTÉ MENTALE ET PHYSIQUE AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS

Un intérêt marqué pour le bien-être en tant que préservation de la santé de l'employé

Les employeurs comme les salariés portent fortement leur attention sur les dispositifs QVT se focalisant sur la santé physique ou psychologique des individus. Axés sur **l'approche traditionnelle de la QVT, basée davantage sur la prévention des risques** que l'interaction sociale, ils proposent diverses activités aux employés afin de gérer leur stress ou d'acquiescer des postures de travail moins génératrices de troubles musculo-squelettiques (TMS). **Cette situation s'est accélérée avec la crise de Covid-19**, qui a causé de l'anxiété auprès des personnels ainsi que de l'isolement, notamment du fait de la mise en place du télétravail. **Le nombre de troubles psychosociaux a ainsi connu une forte hausse** en 2020 : + 37 % par rapport à 2019, soit plus de 1 400 cas. Dans son Rapport des Tendances RH 2021, le Top Employers Institute note que **les activités de bien-être physique et mental ont connu une nette augmentation**. Plus de la moitié des grands groupes interrogés ont instauré des programmes de méditation, en hausse de 17 points par rapport à 2020. Une large majorité, 85 %, a mis en place un accompagnement pour mieux gérer le stress, soit 10 points de plus que l'année précédente. "La réflexologie plantaire, l'ostéopathie et la sophrologie sont fortement attendues sur site", confirmait également fin 2021 Anne Logeais, de Circles France, société spécialisée en conciergerie.

Les nouvelles sociétés de la HappyTech viennent enrichir l'offre d'activités et de systèmes destinés à la prévention des risques physiques et psychiques. Les besoins s'avèrent importants, alors que plus de **40 000 cas de maladies professionnelles sont déclarés en France** chaque année, dont 87 % de TMS.

85 %

La part des groupes interrogés ayant mis en place un accompagnement pour mieux gérer le stress.

Source: Top Employers Institute, 2021.

+ 37 %

La hausse du nombre de troubles psychosociaux en France en 2020.

Source: Ameli, 2022.

87 %

La part des TMS parmi les maladies professionnelles déclarées chaque année en France.

Source: Ameli, 2022.

Une plateforme en ligne pour consulter des psychologues : le cas de Happineo

Fondée en 2017, la société Happineo a développé un outil de mise en relation permettant de contacter un psychologue pour une séance en ligne. Destinée aux particuliers comme aux professionnels, la solution utilise un algorithme permettant de proposer les praticiens appropriés en fonction des réponses fournies par l'utilisateur aux quelques questions posées par l'outil. Les salariés des entreprises peuvent ainsi facilement avoir recours au service pour échanger sur d'éventuelles difficultés psychologiques liées à leur travail.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Un modèle basé à la fois sur la commission et sur l'abonnement**

Happineo dispose d'un mode de facturation différent en fonction de la cible visée. La plateforme prélève une commission sur les téléconsultations réalisées via l'outil par les particuliers. Ces derniers payent 20 euros la première séance afin de découvrir la solution, notamment la consultation en ligne, et de nouer un premier contact avec le praticien. Les séances suivantes sont facturées 50 euros, soit un tarif inférieur à celui pratiqué en cabinet (entre 60 et 70 euros).auprès des entreprises, Happineo se rémunère par le biais d'une formule d'abonnement, le service étant fourni par l'employeur à ses salariés.

- **Le soutien de plusieurs structures spécialisées**

L'entreprise a été accéléré par le Prevent2Care Lab, un organisme d'accompagnement des start-up mis en place par le groupe d'investissement social et environnemental Inco ainsi que le spécialiste de l'hospitalisation Ramsay Santé. Prevent2Care se focalise sur les questions de prévention dans le domaine médical. Fin 2018, Happineo a aussi intégré l'incubateur généraliste Blue Factory, rattaché à l'école de commerce ESCP et visant à soutenir les solutions en voie de commercialisation. La même année, la jeune pousse avait également rejoint l'incubateur Wilco.

- **Un projet de levée de fonds transformé en rachat par le groupe Xynergy**

Durant l'année 2018, Happineo cherchait à rassembler des fonds, autour de 80 000 euros, en se tournant notamment vers des business angels. C'est à cette période que le groupe Xynergy, propriétaire de la marque de bien-être diététique Comme J'aime, s'est rapproché de la start-up puis a formulé une proposition de rachat. Cofondatrice de Happineo, Hélène Briand confirmait à *Maddyness* début 2019 : "Nous cherchions à lever des fonds et avions commencé notre *roadshow*. Nous venions d'intégrer l'accélérateur Wilco et recevions grâce à cela beaucoup de propositions de fonds." Le projet d'acquisition par le groupe Xynergy n'a pas été immédiatement accepté car les fondateurs n'avaient pas prévu de sortir du capital de leur entreprise aussi vite, 18 mois à peine après la création. Alors que les discussions avec les autres investisseurs étaient sur le point d'aboutir, ils ont finalement pris la décision d'accepter la proposition de Xynergy. Hélène Briand justifiait ce choix : "Xynergy nous a présenté un plan d'investissement et de recrutement ambitieux. C'est ce que nous aurions pu faire si nous avions levé de l'argent... mais nous aurions eu besoin de réaliser un autre tour de table dès l'année suivante. Nous rapprocher de Xynergy, c'était l'assurance de pouvoir développer sereinement notre projet durant plusieurs années. Cela nous faisait gagner du temps et des compétences, que le groupe possédait déjà en interne".

Des séminaires et ateliers bien-être dans des monastères : le cas de MonaSTAY

Lancée en 2017, cette start-up propose des séjours dans des lieux dits d'exception, souvent des monastères ou autres bâtiments religieux. La quiétude et l'architecture particulière de ces destinations sont censées promouvoir l'apaisement et la prise de recul des personnes participant au séminaire. En parallèle de la visite du lieu sont organisés des ateliers sur le bien-être (méditation, sophrologie, gestion du stress, etc.) et des activités de team building telles que du sport ou des promenades.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Une offre bien-être globale dédiée tant aux particuliers qu'aux organisations**

La société MonaSTAY se positionne dans la mise en place d'événements focalisés sur le bien-être. Elle s'est tout d'abord tournée vers une clientèle de particuliers avant d'étendre en 2018 son activité aux professionnels. Son concept repose sur l'association entre un lieu patrimonial, souvent religieux, et différentes activités ludiques ainsi que des ateliers en lien avec le bien-être, aussi bien physique que mental. Fondateur de la start-up, Aymeric Dognin précisait toutefois en 2019 que la démarche de MonaSTAY n'est pas d'ordre spirituel : "La connotation religieuse des lieux fait parfois peur aux entreprises qui nous sollicitent. [...] Si MonaSTAY a choisi de tels lieux, c'est parce que nous pensons et ressentons que ces lieux ont une âme. Le silence, la beauté, la sérénité des lieux

est incontestable." L'entrepreneur soulignait ainsi que le cadre offert par les monuments religieux favorisait la déconnexion et une prise de recul sur le quotidien. MonaSTAY cherche à combiner le dépaysement propre à la destination avec un objectif de bien-être défini par le client, comme la gestion du stress, du numérique, l'intelligence émotionnelle, ou encore un cours de sophrologie.

- **Se démarque en diversifiant les lieux et les canaux de communication**

L'entreprise propose des projets au sein du patrimoine français mais également des destinations à l'étranger. Elle cherche par ailleurs à se rapprocher d'influenceurs afin de mieux mettre en avant ses atouts, arguant qu'une véritable déconnexion déstressante ne peut s'effectuer à l'intérieur des locaux du client mais bien dans des lieux propices à l'extérieur.

LIBHEROS MISE SUR SON RÉSEAU DE SPÉCIALISTES DE SANTÉ

Née en 2017, la société Libheros réalise des prestations QVT au sein des entreprises en s'appuyant sur un réseau de spécialistes (kinésithérapeutes, infirmières, etc.) disséminés sur le territoire français. Elle propose des ateliers de prévention sur une variété de thématiques, des problèmes de santé physiques aux risques psychosociaux. L'entreprise affirme avoir accompagné plus de 150 clients répartis dans un millier de villes, représentant plus de 30 000 heures d'intervention en entreprise. Libheros est également positionnée auprès des particuliers, dans le soin à domicile, et s'est associée avec le prestataire historique du secteur, Orkyn.

Un accompagnement global de prévention santé : le cas de MonMartin

Cette société, créée en 2017, effectue divers types d'interventions auprès des entreprises. Elle se focalise surtout sur la prévention des risques physiques, tant au niveau de la posture de travail que de la nutrition ou encore de la gestion du sommeil. Plusieurs solutions d'accompagnement sont proposées : ateliers en présentiel, vidéos thématiques, suivi et communication auprès des équipes. MonMartin dispose d'un réseau important d'experts sur le territoire français.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Se positionner comme l'acteur référent de la santé des salariés**

MonMartin affiche une offre globale, permettant de s'adapter aux besoins variés des employés autour du bien-être physique : nutrition, postures de travail, rythme de vie, etc. La société propose des ateliers thématiques ainsi que du e-learning afin d'aider les salariés à adopter les bons réflexes et les comportements individuels vertueux sur le plan du bien-être. Des supports de communication sont par ailleurs fournis, tandis que MonMartin effectue un suivi des sessions réalisées pour mesurer leur impact sur l'entreprise. Les sessions mettent l'accent sur la pratique, avec un temps dédié oscillant entre 60 % et 70 % de la durée totale de l'intervention.

- **Une offre dédiée à la prévention des TMS**

La jeune société a mis en place un programme pouvant s'effectuer sur plusieurs journées destiné à former les salariés au sujet des TMS. S'adressant en particulier aux secteurs de la logistique ou du bâtiment, le dispositif permet aux employés de freiner l'apparition de symptômes dommageables pour eux-mêmes et pour l'activité de l'entreprise.

- **Un réseau de spécialistes sur le territoire**

La start-up a développé une collaboration avec de nombreux partenaires en France, rendant possibles des interventions sur l'ensemble du territoire national. Ces professionnels de santé sont spécialisés dans des domaines variés, allant de l'ostéopathie au yoga en passant par la nutrition, la sophrologie ou encore la naturopathie. MonMartin propose par ailleurs de nombreux articles en lien avec ces thématiques sur son site Internet.

LILY ACCOMPAGNE LA GESTION DES PROBLÈMES PERSONNELS

Proposée à partir de fin 2018, l'application Lily vise à mieux concilier vie professionnelle et vie privée en aidant les salariés à régler les problématiques pouvant émerger dans leur vie personnelle. Ces soucis peuvent en effet accroître l'absentéisme et la charge mentale de l'employé, augmentant son stress et réduisant sa concentration, et donc son efficacité. Lily propose plusieurs fonctionnalités, à savoir l'accès à de nombreux contenus informatifs sur ces différentes situations, des services à prix négociés afin de faciliter la gestion des problèmes privés du salarié, et une plateforme d'échange avec les autres utilisateurs de l'application.

Prévenir les TMS et en réduire l'impact sur le salarié : le cas d'Axomove

L'entreprise Axomove, fondée en 2016, a développé une application permettant de réaliser à distance des exercices de kinésithérapie. Elle propose également des contenus d'information ainsi qu'un service de téléconsultation et de suivi avec des praticiens spécialisés. L'outil s'adresse à une variété d'acteurs, des entreprises souhaitant limiter les TMS chez leurs employés aux kinésithérapeutes et établissements de santé, en passant par les assureurs et les particuliers.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Miser sur la pratique autonome et la téléconsultation**

L'outil développé par Axomove permet à l'utilisateur de déterminer les risques de TMS auxquels il est exposé ainsi que les troubles dont il souffre déjà. Des exercices personnalisés sont ensuite proposés, notamment par le biais d'un chatbot, afin que l'individu puisse les réaliser chez lui ou lors de ses pauses sur son lieu de travail. La pratique des exercices vise d'une part à limiter les risques identifiés, et d'autre part à réduire les douleurs résultant de TMS déjà diagnostiqués. La société affirme que ces dernières sont réduites de moitié, tandis que l'absentéisme diminue quant à lui d'un tiers. Ces gains équivalraient à une économie pour l'entreprise de l'ordre de 2 400 euros. L'utilisateur peut également avoir recours à des kinésithérapeutes via une téléconsultation, ce qui permet de bénéficier d'un accompagnement plus poussé et d'exercices encore plus personnalisés.

- **Diversifier la clientèle visée**

Axomove s'adresse à une grande variété de clients, lui assurant un marché potentiel important. La solution a ainsi été développée pour les entreprises mais aussi les kinésithérapeutes et les établissements de santé. Les compagnies d'assurance et les particuliers font également partie des cibles visées. L'outil est commercialisé sous forme d'abonnement.

- **Obtenir le soutien de différents acteurs**

En avril 2022, Axomove a noué un partenariat avec la branche française de la compagnie d'assurance Allianz. L'accord permet d'étendre l'usage de sa solution aux entreprises clientes des services de l'assureur. Notant que plus d'un tiers des TMS se déclarent dans des secteurs précis (logistique, métallurgie, soin à la personne, etc.), le directeur santé prévoyance collective d'Allianz France, Pierre Vaysse, soulignait lors de la signature du partenariat : "Cette solution de lutte contre les TMS [...] a un impact vertueux sur le comportement des utilisateurs. Ainsi, chaque collaborateur devient acteur de sa propre santé de manière autonome."

Axomove a également démarré son internationalisation en s'associant avec la société allemande Alve fin 2021. Cette collaboration permet à l'entreprise française de se déployer auprès des établissements de santé outre-Rhin. Les deux partenaires voulaient aussi à créer une offre commune. Incubée à Euratechnologies, Axomove a par ailleurs effectué une levée de fonds de 1,6 million d'euros en juin 2022 auprès de Santélylys, du fonds espagnol Faraday Venture Partners et du groupe JLO, spécialiste de la QVT. Les fonds doivent notamment permettre de renforcer sa présence commerciale, sa solution technologique et sa création de contenus médicaux. La société souhaite en outre développer un outil de *motion capture* (détection des mouvements) afin de rendre sa solution toujours plus performante dans la détermination personnalisée des TMS.

La réalité virtuelle au service de la relaxation : le cas de Serenity

Serenity, lancée en 2017, a mis au point un kit de sessions numériques immersives composé d'un casque de réalité virtuelle, d'un casque audio et d'une application. L'utilisateur peut se plonger dans une diversité de vidéos d'une durée de cinq à vingt minutes, chacune focalisée sur une thématique particulière : gestion des émotions, confiance en soi, relaxation, etc. Adaptées aux contraintes du monde professionnel, les séquences sont faites pour détendre le salarié plus rapidement que chez un praticien.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Gérer le stress grâce à la réalité virtuelle**

La société Serenity met à disposition des entreprises une solution immersive clé en main afin de s'adapter aux différentes situations potentiellement stressantes pour les salariés. Réunion importante, déplacement en avion ou simplement quotidien chargé, l'outil de Serenity propose de nombreux programmes courts pouvant convenir à une grande diversité de cas. Développées avec des sophrologues, les séquences mettent en scène des paysages naturels favorisant la détente mais également des voyages virtuels et des programmes guidés. Des exercices de respiration, des séances de musicothérapie ou encore un accompagnement sur des thématiques précises (gestion du sommeil, développement personnel, etc.) sont aussi proposés. La solution est commercialisée sous forme d'abonnement (99 euros par mois) ou directement vendue au client pour un prix de 3 000 euros. Le tarif peut toutefois évoluer en fonction des options choisies par l'acheteur.

- **Une offre et une clientèle diversifiées**

Serenity a segmenté sa solution de réalité virtuelle en quatre offres, chacune s'adressant à des clients différents. Work+Life, destinée aux entreprises, met l'accent sur l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, et la prévention du

stress et des troubles psychosociaux qui découlent de cette tension. Wellness s'adresse de son côté aux professionnels du bien-être. Horizon est commercialisée auprès des établissements de santé souhaitant recourir au numérique pour apaiser leurs patients. Enfin, Smart Relax se distingue des autres segments en mettant l'accent sur la dimension ludique et récréative de la réalité virtuelle. Elle s'adresse aux professionnels du tourisme et du divertissement.

Serenity propose en outre diverses prestations annexes telles que l'aménagement d'espaces de détente, de corners antistress, l'organisation d'ateliers bien-être réguliers ou encore un service de prévention des risques.

- **Des projets de développement à l'international**

En France, la start-up disposait déjà de plusieurs dizaines de clients en 2019, notamment le groupe Renault, la SNCF, le Crédit Agricole, la Banque Postale ou encore Michelin. Si elle souhaite se renforcer sur le marché hexagonal, Serenity cherche également à s'implanter à l'étranger. Elle a déjà étendu son activité à la Belgique, et souhaite poursuivre son expansion sur le marché européen et dans les pays anglo-saxons (principalement États-Unis et Canada). Elle a ainsi développé une version anglaise de ses outils pour permettre cette internationalisation.

Des solutions pour la santé mentale des salariés : le cas de My Mental Energy

Cette société a été lancée en 2016. Elle s'est positionnée dans la réalisation de prestations QVT auprès des entreprises, se focalisant en particulier sur les sujets relatifs à la santé mentale, à la gestion du stress ou encore aux difficultés de concentration. Divisée en plusieurs thématiques, l'offre de My Mental Energy se décline sous différentes formes telles que des conférences, des ateliers et un accompagnement numérique basé sur une application.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Le projet de My Mental Energy, le fruit d'une collaboration entre deux universités**

À l'origine, l'idée ayant donné naissance à l'entreprise My Mental Energy a germé au sein du monde universitaire grâce à un partenariat entre l'Université de Lyon et GEM, l'école de management de Grenoble. Ces deux institutions ont en effet travaillé ensemble dans le domaine des sciences cognitives, et ont développé une série de conseils et bonnes pratiques à mettre en place pour améliorer le bien-être mental. La rencontre entre un chercheur et les fondateurs de la société a permis à ces recherches de trouver un débouché commercial.

- **Une solution multidimensionnelle pour la santé mentale au travail**

L'entreprise a développé une solution reposant sur l'organisation de conférences, en présentiel comme à distance, visant à apporter des conseils sur les méthodes à adopter pour améliorer le bien-être mental dans le cadre professionnel. Des ateliers et activités de team building sont également mis en place afin de favoriser des pratiques vertueuses. L'accompagnement digital proposé par My Mental Energy consiste en l'apport de conseils via des webinaires et des centaines de

contenus (vidéos, podcasts, etc.) accessibles sur une application. Les thématiques abordées par les prestations de la société s'avèrent variées : concentration, gestion du stress, récupération (gestion du sommeil, micro-pauses, etc.), lutte contre l'éco-anxiété, etc. L'entreprise a par ailleurs développé le Mental Energy Index, un score utilisé pendant plusieurs mois après la réalisation d'une intervention et permettant de suivre la santé mentale des équipes de la société cliente. En 2018, soit deux ans après sa création, My Mental Energy disposait de plusieurs dizaines de clients, représentant plusieurs dizaines de milliers d'utilisateurs de ses solutions.

- **Un soutien au projet venant d'une variété d'acteurs**

My Mental Energy a été très soutenue dans sa démarche par plusieurs organisations et particuliers, l'incitant à développer d'abord son outil numérique. Outre des business angels et des chefs d'entreprise, la société a ainsi reçu l'appui de Volvo-Renault Trucks et de l'association Progrès du Management. Elle a en outre obtenu l'aide du Lab RH, un organisme cherchant à fédérer un écosystème autour des innovations en ressources humaines. Bpifrance a également apporté son soutien à l'entreprise, de même que l'Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail (Anact).

L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL COMME FACTEUR DE PRODUCTIVITÉ

Après la crise de Covid-19, les bureaux physiques retrouvent du sens

L'environnement de travail dans lequel évolue les salariés apparaît comme un facteur de performance et de bien-être. Si les candidats y sont très attentifs lors de leur recrutement, les employés déjà en poste y sont également sensibles, indique le média en ligne de l'entrepreneuriat et de l'innovation *Maddyness*. Selon le dernier panorama de l'Observatoire Actineo publié en 2019, **50 % des salariés français estiment que leur espace de travail influe sur leur santé et leur bien-être**, et 43 % sur leur motivation.

Véritable facteur de productivité, le sujet de **la qualité des espaces de travail** est entré dans sa phase de démocratisation. Il est même perçu aujourd'hui comme **un facteur clé de la rentabilité**, affirmait en 2021 dans le magazine *Informations entreprise* Nicolas Pfennig, fondateur de la société française Azergo, spécialiste de l'aménagement de postes de travail ergonomiques. La crise sanitaire de Covid-19, démarrée en 2020, a accéléré les mutations en la matière. De nombreuses entreprises ont déployé dans l'urgence le télétravail, sans y être préparées. L'heure est désormais à la **réflexion sur les modes de travail dans le monde d'après**, notamment la généralisation du télétravail et le retour des collabora-

teurs au bureau. En effet, après les confinements, les entreprises ont à cœur de retrouver l'unité des équipes via le retour aux postes de travail.

Parmi les efforts réalisés, **la conception d'environnements plus adaptés et plus agréables** se présente comme une tendance forte. L'espace physique retrouve tout son sens et doit être réenchânté. Cela peut passer par **le végétal, vecteur d'émotions, de bien-être et de santé**. Le retour au bureau a également montré une envie des salariés de renouer des liens avec leurs collègues. Ce phénomène implique **la multiplication d'espaces collaboratifs**, de réunion, mais aussi de lieux de convivialité. **La réduction du bruit**, dans les espaces collectifs notamment, apparaît comme un autre défi à relever. Les appels téléphoniques, les discussions de groupe ou les nuisances extérieures peuvent constituer un frein à la concentration et donc à la productivité des collaborateurs. Le modèle de l'open space, qui s'est fortement développé dans les années 80, a montré ses limites. Selon une enquête Ifop de 2018, **le bruit en open space ferait ainsi perdre trente minutes de productivité à chaque collaborateur tous les jours**.

50 %

La part des salariés
qui estiment que leur
environnement de travail
influe sur leur santé et leur
bien-être.

Source : Actineo, 2019.

Repenser l'aménagement des bureaux : le cas de Yemanja

Spécialisée dans l'aménagement de bureaux, la start-up Yemanja conçoit les espaces de grands groupes ou de start-up avec l'idée que le bureau reste le premier berceau de l'entreprise, avec ou sans le télétravail. Fondée en 2016, la société se montre à l'écoute des enjeux de chaque entreprise, sur les usages et le bien-être de ses équipes. Son but est de concevoir des bureaux pensés autour de celles et ceux qui vont les utiliser.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Remettre au centre la culture d'entreprise**

Yemanja ambitionne de retranscrire la culture d'entreprise dans la décoration et l'aménagement des bureaux. Étant donné que chaque entreprise est unique, chaque aménagement de bureau l'est également. L'objectif est de refléter l'identité de l'entreprise et de donner envie d'y travailler, alors qu'une guerre des talents s'opère. Les bureaux témoignent de l'image de marque mais également de la cohésion d'équipe, ce qui renforce l'attractivité. Yemanja conçoit les espaces comme des lieux de vie. Cela se matérialise pour les clients par des espaces cuisine, des salles de yoga, des douches et des salles de sieste. Les entreprises installent également des babyfoots, des jeux de fléchettes, des consoles de jeux ou encore des tables de ping-pong dans leurs bureaux, pour encourager la convivialité. Dans leurs open spaces, ces sociétés sont également demandeuses de salles de réunion ainsi que de petits boxes où s'isoler.

- **Cibler les start-up et leur conception innovante du monde du travail.**

Evaneos, Batch, Cheerz ou encore Algolia : toutes ces start-up ont fait appel à Yemanja pour concevoir leurs bureaux. "Nous ne sommes pas spécialisés dans les start-up, mais elles ont na-

turellement été nos premiers clients", expliquait en 2019 Marie Vaillant, cofondatrice de Yemanja, dans *Les Échos*. Pour se développer, la jeune pousse se tourne également vers les grands comptes, mais continue à travailler avec les start-up qui lui permettent de rester à l'écoute des tendances, indique Marie Vaillant.

- **Se positionner sur des projets d'ampleur**

En 2022, le média en ligne Brut a fait appel à Yemanja pour transformer une ancienne galerie commerçante, située dans le 15^{ème} arrondissement de Paris, afin d'accueillir les 300 journalistes de sa rédaction. L'aménageur a réalisé les travaux en seulement trois mois. De la création des sanitaires et de la cuisine à un remaniement total du réseau électrique en passant par la rénovation de la façade vitrée, les travaux menés ont été majeurs. Pour cette collaboration, Yemanja a imaginé des locaux placés sous le signe de l'urbex (exploration urbaine), qui correspond à l'image du média Brut. Les éléments techniques apparents comme les gaines ou les câbles électriques ont été conservés afin d'en faire des éléments de décoration. Du côté des espaces de travail, les journalistes ont pris place dans des open spaces volontairement ouverts sur de grandes surfaces. Des salles de réunions de tailles différentes, des alcôves et un espace de travail d'une centaine de places complètent l'ensemble.

Démocratiser la sieste en entreprise : le cas d'Adilson

Fruit de trois années de recherche et développement, fabriquée en France, la capsule bien-être multi-sensorielle Pod'Calm permet de s'isoler, de se reposer et de se ressourcer dans des conditions optimales. Elle est née en 2017 à l'initiative d'Adil Achibane, à la tête de la start-up Adilson, désireux de démocratiser la pratique des micro-siestes sur le lieu de travail. Réduction du stress, amélioration de la santé et de l'humeur, hausse de l'énergie... Les promesses de la capsule de sieste sont multiples. Le dispositif permettrait même d'attirer et de fidéliser les meilleurs talents, selon la start-up.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **L'innovation comme réponse à une fatigue accrue et généralisée chez les salariés**

Au Japon, la sieste des employés est obligatoire. En France, elle est reconnue pour ses bienfaits régénérateurs et tend à se répandre depuis quelques années dans le monde du travail, mais reste encore rare et trop souvent réalisée dans des conditions inadaptées. La capsule de sommeil Pod'Calm se présente sous la forme d'un cylindre en bois aux parois coulissantes. Elle vise à lutter efficacement contre le burn-out et le stress au travail, alors que la crise de Covid-19 et les aménagements qui en ont découlé ont exacerbé la fatigue et l'anxiété. 20 minutes de sieste permettent de se ressourcer et d'augmenter sa productivité de 35 % et sa concentration de 50 %, selon une étude de la NASA. La capsule Pod'Calm est conçue, fabriquée et assemblée en France avec des matériaux écoresponsables, recyclables et une finition artisanale haut de gamme.

- **Combiner les technologies**

La capsule d'Adilson est aussi un objet connecté. Tout en étant allongé à l'intérieur, les options peuvent être modulées via une application mobile dédiée et un QR Code. Des programmes sont proposés pour répondre à différents besoins : concentration, diminution du stress, sieste éner-

gisante. L'appareil mobilise quatre sens : l'ouïe grâce à la musicothérapie avec un son 3D et un guidage vocal pour une méditation en pleine conscience ; l'odorat, sollicité par l'aromathérapie avec des arômes naturels diffusés, relaxants ou stimulants ; la vue, à travers la luminothérapie, avec des lumières immersives spécifiques aux bénéfices recherchés ; le toucher, avec des vagues vibratoires aidant à se détendre plus rapidement.

- **S'implanter dans les secteurs d'activité les plus soumis à la fatigue**

La technologie brevetée d'Adilson a été co-conçue avec l'Assistance Publique - Hôpitaux de Paris dans le cadre d'un Living Lab, un dispositif où les citoyens, les habitants et les usagers sont considérés comme des acteurs clés des processus de recherche et d'innovation. Expérimentées au service des urgences de l'Hôpital Lariboisière à Paris, les capsules de sieste ont convaincu le personnel médical. "Pod'Calm permet de faire un vrai break, de se ressourcer profondément notamment pendant les périodes de garde. On en ressort reposé et cela permet de reprendre nos activités en étant plus concentrés, d'être opérationnels mais aussi d'améliorer notre état psychique", indiquait en 2021 le docteur Arnaud Depil-Duval. Adilson fait également découvrir son innovation dans les gares, les aéroports ou les aires d'autoroute pour séduire le plus grand nombre de personnes et conquérir de nouveaux clients.

Résoudre une problématique majeure, telle que le bruit : le cas d'Orosound

Née en 2015 à Paris à l'initiative de deux ingénieurs, la start-up Orosound propose des écouteurs anti-bruit à destination des personnes qui travaillent en open space. Le principe du dispositif consiste à transmettre à l'utilisateur les sons qu'il veut entendre, tout en lui permettant de gérer le bruit ambiant. Les utilisateurs peuvent téléphoner ou participer à une visioconférence en s'abritant des nuisances sonores. L'innovation répond à la problématique du bruit dans les bureaux mais également au développement du nomadisme et des nouvelles formes de travail, notamment en espace de coworking.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Viser une production local to local**

Affichant 5 % de parts de marché du casque professionnel premium, Orosound s'impose comme l'une des rares entreprises à proposer des solutions anti-bruit made in France. Après s'être tournée vers la Chine pour fabriquer ses premiers casques Tilde, elle a confié en 2019 la production de son modèle deuxième génération à des partenaires français, Asica et Sicap. "Ce que nous n'aurions pas pu faire avec le premier modèle", précisait Pierre Guiu, président et cofondateur de la start-up, interrogé début 2022 par *Les Échos*. "À l'époque, toutes les portes nous étaient fermées en France car les fabricants auraient pris trop de risque à se lancer avec une petite boîte comme la nôtre. Comme nous connaissions bien le secteur de l'audio en Chine, nous nous sommes naturellement tournés vers les acteurs qui nous étaient familiers". Orosound souhaite augmenter la part du made in France pour ses prochains produits, en utilisant notamment des pièces recyclées à partir de matériaux français. À terme, elle ambitionne d'avoir une démarche local to local, c'est-à-dire de produire là où elle vend. "Même si sous-traitons la production, nous avons une expertise sur toute la chaîne de production. Il nous suffit d'avoir des ingénieurs de production sur place et de fournir à nos partenaires tous les tests utiles à la fabrication de notre produit. Ce système, nous pouvons le modéliser pour faire en sorte de produire avec des partenaires locaux", expliquait le dirigeant.

- **Se déployer à l'international**

La start-up a entamé en début d'année 2021 son développement à l'international. Elle a signé des partenariats avec des revendeurs spécialistes du casque ou de l'ergonomie basés à l'étranger, tels que Headset Advisor (États-Unis), Best4Systems (Royaume-Uni) et Ergoworks (Singapour). "En Europe, le Made in France a le même gage de qualité que le Made in Europe, notamment grâce à la fabrication de proximité. Hors-Europe, l'élégance à la française et le côté premium sont des atouts séduisants pour les marchés asiatiques et américains", explique Pierre Guiu. À l'avenir, Orosound veut maintenir sa croissance à trois chiffres avec un tiers de ses ventes réalisées à l'international.

- **Soutenir l'industrie française**

L'entreprise œuvre pour le développement de l'industrie française en s'engageant dans des projets de recherche en intelligence artificielle embarquée, regroupant industriels et académiques. Par ce biais, elle souhaite "enrichir l'expérience auditive, faire oublier le casque en s'adaptant à l'audition de chacun et en restituant des scènes sonores en trois dimensions", indiquait fin 2021 Éric Benhaim, directeur technique et cofondateur d'Orosound. En septembre 2021, la société a reçu le prix de l'industrie de la SFA (Société française d'acoustique) pour son implication dans la filière électronique et son engagement RSE.

Améliorer la qualité de vie globale des salariés par la lumière : le cas de Libu

L'entreprise Libu a été fondée en 2019 à Talence, en Gironde, par deux ingénieurs-entrepreneurs issus de l'Institut d'optique d'Aquitaine. Ce fabricant d'éclairage LED innovant s'est donné comme mission d'améliorer la qualité de vie au travail par la lumière. Son système améliore le bien-être, la santé et le sommeil des travailleurs grâce à la prise en compte de leur rythme circadien. Il fournit une qualité de lumière optimale sur les aspects visuels (rendu de l'environnement et des couleurs) et non-visuels (régulation du rythme biologique).

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Répondre à des problématiques grandissantes par l'innovation**

Accompagnée par l'incubateur bordelais Unitech, Libu a mis au point une technologie brevetée qui prend la forme d'une dalle lumineuse munie d'un driver de contrôle. Elle "permet d'obtenir une lumière qui se rapproche à 95 % de la lumière naturelle, et qui varie au cours de la journée, pour fournir la bonne lumière, au bon moment, et réguler l'horloge biologique", explique l'entreprise. Les travaux menés avec des chercheurs en chronobiologie et la médecine du travail ont prouvé que cette solution d'éclairage avait des effets bénéfiques nets. Elle permettrait de réduire de 25 % le stress ressenti par les collaborateurs, d'atténuer la somnolence et d'améliorer l'humeur et la qualité de sommeil. En moyenne, 60 % d'économies d'énergie sont également réalisées par les entreprises équipées de luminaires Libu, avance la start-up.

- **S'industrialiser en s'alliant à un partenaire de poids**

Sollicitée dans le cadre de projets immobiliers et de réaménagements, la société s'est alliée à Synergie SCOP, acteur majeur de la sous-traitance industrielle en Nouvelle-Aquitaine, pour passer à l'étape supérieure. "Nous avons pour vocation de conserver notre savoir-faire et notre technologie en France. Nous avons donc fait le choix de produire toutes les parties à valeur ajoutée,

et notamment notre driver de puissance contenant l'intelligence, en région Nouvelle-Aquitaine. Travailler avec Synergy Scop nous permet de favoriser l'emploi local, qui plus est avec un acteur de l'économie sociale et solidaire", détaillait en février 2022 Tinou Seguin, directeur général de Libu, pour le site *FrenchTech Bordeaux*. En s'industrialisant, la société ambitionne d'éclairer un million de travailleurs d'ici à cinq ans, dans des bureaux, des usines et des salles blanches, "où les problématiques liées à l'éclairage sont d'autant plus présentes", indique Manon Loustau, présidente de Libu.

- **Se diversifier face à la mutation du travail**

Positionnée jusqu'alors sur le segment BtoB, la start-up prépare le lancement d'un nouveau produit accessible au grand public ou aux indépendants : le lampadaire Nomade. Destiné essentiellement aux télétravailleurs, il reprend la proposition de valeur de Libu en matière de qualité de vie. L'assemblage de la partie électronique est toujours confiée à Synergie SCOP, alors que la partie mécanique est assurée par Holight, une entreprise du Béarn spécialisée dans le luminaire. Le modèle Nomade sera commercialisé au cours de l'automne 2022 au travers d'une campagne de financement menée par l'intermédiaire d'Ulule, avec un prix de départ fixé à 950 euros. Libu mise sur ses capacités de production, son déploiement commercial et une levée de fonds d'ici la fin de l'année pour poursuivre ce développement et l'élargissement de sa gamme de produits.

Miser sur une tendance forte, comme le végétal : le cas de Plantez Respirez

Plantez Respirez a été créée en 2018 par une architecte-paysagiste d'origine vénézuélienne, Léna Soffer. Profitant du fort engouement des entreprises pour la nature, elle propose de changer le regard sur le végétal car "les plantes au sein de l'espace de travail, c'est bien plus que la décoration". Dans un lieu végétalisé, les salariés gagnent en productivité et prennent soin de leur santé, comme plusieurs études le prouvent (moins de maux de tête ou d'irritations des yeux, moins d'absentéisme). L'environnement de travail devient plus sain, plus vivant et plus biophile.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Proposer une offre clé en main**

"Les plantes font partie de l'espace de travail car elles ont le pouvoir d'améliorer la qualité de l'air intérieur et leur présence réduit le stress et améliore la productivité", indiquait la start-up dans *Les Échos* en 2019. Plantez Respirez a développé son activité autour d'un produit phare : l'île végétale. Suite à l'analyse de l'espace, la société réalise un verdissement sur mesure des espaces avec des plantes en pot et des tableaux de mousse. L'offre se veut clé en main. Elle comprend la livraison, l'installation et l'entretien des plantes. Le groupe Rakuten, spécialiste du e-commerce, a constitué son premier client en 2018. Depuis, d'autres grands groupes ont accordé leur confiance à Plantez Respirez, tels que L'Oréal ou l'incubateur d'entreprise The Family, basé à Londres.

- **Un bel élan grâce à la crise de Covid-19**

L'offre de la société veut dépasser la simple livraison de plantes dans des espaces de travail. Des moyens innovants sont déployés pour mesurer la qualité de l'air (particules fines, pollution chimique dans l'air, etc.). "Quand l'air est trop faible, on sait que cela favorise les virus. Les îles végétales peuvent contenir par exemple jusqu'à six plantes. Nous faisons l'entretien une fois les plantes installées, en continuant de mesurer la qualité de

l'air", indiquait Léna Soffer, interrogée en 2020 par *Blasting News*. Plantez Respirez rajoute ensuite un système de connexion pour connaître les noms et les origines des plantes. Au-delà de la qualité de l'air, les salariés ont réalisé pendant les confinements liés à la pandémie de Covid-19 qu'ils avaient besoin de la nature. "Ceux qui n'avaient pas de terrasse ou la possibilité de se rendre dans des parcs ont compris cette nécessité d'avoir du vert à l'intérieur", précisait la dirigeante. La crise sanitaire a ainsi représenté un accélérateur d'activité pour l'entreprise.

- **S'appuyer sur un projet environnemental global**

La start-up s'engage en faveur de la préservation de la biodiversité et aide à lutter contre le changement climatique. Elle a noué un partenariat avec l'association Envol Vert, qui œuvre à préserver les forêts en France et en Amérique du Sud. Grâce à des dons, chaque île végétale installée permet de préserver deux hectares de forêt. Plantez Respirez participe ainsi activement au projet de préservation de la forêt amazonienne dans la région de Yanayacu-Maquia, au Pérou. "L'intérêt, c'est que ces plantes qui nous accompagnent au quotidien, dans nos intérieurs, soient les ambassadrices de ces forêts que l'on détruit", explique Léna Soffer. Sur un autre volet de sa politique RSE, l'entreprise fait appel à des jardiniers en insertion pour l'entretien de ses îles végétales.

INTERACTIONS ET MANAGEMENT : L'INNOVATION AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR

Faire du bien aux salariés, un facteur de performance

Le travail peut, sous certaines conditions, favoriser l'épanouissement personnel. C'est même devenu un impératif pour nombre de collaborateurs. D'après une étude BVA, conduite pour Salesforce en 2019, le bien-être au travail est **la priorité numéro un des salariés français** (59 %), juste devant le pouvoir d'achat et les conditions de travail. Les collaborateurs montrent des attentes toujours plus marquées vis-à-vis de leur employeur, souligne l'étude. Selon l'édition 2021 du Baromètre santé et qualité de vie au travail de Malakoff Médéric, la situation évolue dans le bon sens. Malgré la crise de Covid-19, **80 % des salariés se déclarent satisfaits de leur travail**, un chiffre jamais atteint depuis 2011. De plus, 80 % trouvent du sens à leur travail et 85 % ont le sentiment d'être utiles.

"Faire du bien à ses salariés, c'est faire économiser de l'argent à l'entreprise. Cela permet d'optimiser le budget recrutement et de diminuer les dépenses de formation. Cela réduit le turnover, donc les frais de recherche et les coûts liés aux indemnités de rupture. Cela réduit aussi les dépenses de santé et les absences liées aux maladies", avance le collectif HappyTech. Le bien-être des salariés a ainsi **un impact positif sur la performance de l'entreprise**. Par ailleurs, il renforce la marque employeur en constituant un levier d'attraction et de rétention des talents. La pandémie de Covid-19 a démontré l'importance de **redonner du sens au travail**, en particulier auprès des jeunes générations. Pour y parvenir, les employeurs ont compris la nécessité de prendre en compte l'évolution du monde du travail et de mettre en place des solutions qui répondent aux nouvelles attentes des employés. Ils doivent éga-

lement renforcer la communication entre les salariés et leur hiérarchie.

Dans ce contexte, la digitalisation des ressources humaines rend plus facile l'optimisation du lieu de travail. S'inscrivant dans cette mouvance, les start-up de la HappyTech tentent de **remettre l'humain au centre des relations de travail, grâce notamment à la technologie**.

64 %

La part des salariés français qui considèrent que leur entreprise prend leur bien-être en considération.

Source : Malakoff Médéric, 2021.

72 %

La part des salariés français qui considèrent que les rapports avec leur hiérarchie se sont améliorés.

Source : Malakoff Médéric, 2021.

Analyser le niveau de bien-être des équipes : le cas de Moodwork

La jeune pousse Moodwork, créée par deux anciens étudiants de l'EM Lyon, Léopold Denis et Benjamin Brion, commercialise depuis 2017 un outil à destination des entreprises pour que chaque salarié puisse gérer son propre bien-être. L'idée est de proposer aux salariés d'auto-évaluer leur état mental en répondant à un questionnaire validé par un comité scientifique. En réponse aux besoins exprimés, Moodwork propose des outils en ligne comme des fiches conseils, des conférences et un programme d'e-learning. La société peut aussi mettre en place des accompagnements personnalisés.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Jouer la carte de personnalisation**

Moodwork propose au collaborateur de réaliser un bilan, sur une application, déterminant les origines de son mal-être. Ce premier état des lieux, réalisé à l'aide de questionnaires, va permettre aux algorithmes de la start-up d'individualiser l'accompagnement de chacun en proposant des contenus personnalisés (fiches conseil, podcasts, conférences en ligne, etc.) et la possibilité d'entrer en contact avec des coaches, des psychologues ou des médecins du travail. "Ce qui crée le plus de frustrations chez les salariés, c'est le changement perpétuel. Les entreprises sont en transition et tout le monde a tendance à être sous pression", soulignait en 2019 Léopold Denis, cofondateur de Moodwork, aux *Échos*. "On a tendance à prendre la question du bien-être dans sa globalité, alors qu'elle est strictement individuelle". Moodwork se targue de pouvoir détecter rapidement les salariés à risques. "En dessous de 40/100 au bilan bien-être, les salariés sont invités à entrer en contact avec des professionnels et ainsi éviter les risques d'arrêt maladie", indique Benjamin Brion, autre cofondateur.

- **Lever des fonds pour étendre son activité**

Pour soutenir son développement, la start-up a réalisé en 2019 une deuxième levée de fonds de 2 millions d'euros, essentiellement auprès de Newfund, un fonds d'investissement spécialisé dans l'amorçage. Avec cette opération, la jeune pousse a pu entamer son interna-

tionnement à l'échelle européenne, en commençant par le Royaume-Uni et l'Allemagne, et recruter du personnel. À terme, elle envisage de se déployer en dehors du secteur privé en visant les établissements d'enseignement, les collectivités territoriales ou le monde hospitalier. "À chaque fois, l'idée est de créer des contenus adaptés pour tous les types de salariés : dans les hôpitaux par exemple, on va s'intéresser au personnel soignant mais aussi aux fonctions support et administratives", explique Léopold Denis. La société a gratuitement mis sa solution à disposition des soignants pendant la pandémie de Covid-19. La demande a explosé : + 15 000 nouveaux adhérents en 2021. Les cofondateurs ont ainsi décidé de doubler l'équipe de psychologues, la passant, de 10 à 20, selon le magazine *Capital*. En 2020, le chiffre d'affaires de la jeune pousse avait déjà été multiplié par trois pour atteindre 1 million d'euros.

- **Grandir via la croissance externe**

À l'automne 2021, Moodwork a mis la main sur une entreprise concurrente, My Happy Job, à l'origine d'un média d'information au sujet de la qualité de vie au travail. Ce rapprochement est intervenu après quatre ans de collaboration entre les deux entités. My Happy Job, qui revendique en moyenne 40 000 visiteurs uniques par mois, espère ainsi accélérer la croissance de son site et proposer plus de contenus, tout en conservant sa ligne éditoriale. De son côté, Moodwork y a vu l'opportunité de "diffuser ses travaux et outils au sujet de la santé mentale au travail au plus grand nombre".

Développer l'engagement des salariés en leur donnant la parole : le cas de Bleexo

La start-up toulousaine Bleexo, lancée en juillet 2017 par Stéphane Waller et Sylvain Lapendry, a développé une plateforme SaaS équipée d'une intelligence artificielle, qui permet aux managers de mieux gérer leur équipe grâce à un diagnostic des forces et faiblesses de chaque membre. La solution capte le ressenti et l'opinion des collaborateurs pour mieux identifier les actions à mener en priorité afin de renforcer leur engagement et donc leur productivité.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Associer la RH à la Tech, et non l'inverse**

La plateforme Bleexo donne la parole à tous les collaborateurs d'une entreprise, alerte sur les forces et faiblesses collectives, conseille des actions correctrices et accompagne leur mise en œuvre. Chaque semaine, le salarié va sur son smartphone ou son ordinateur et répond en quelques secondes à plusieurs questions. Les réponses sont anonymisées, agrégées et restituées sous la forme d'un tableau de bord. L'outil est ensuite capable de suggérer en temps réel des solutions pour améliorer la qualité de vie au travail. "Notre force réside dans notre expertise construite sur vingt ans d'études et d'expérience ainsi qu'une collaboration avec des experts reconnus neurophysiologistes", indiquait en 2018 les dirigeants de l'entreprise. Bleexo compte plus de 350 clients, notamment des grands groupes comme MAIF, Celio, Vinci, Crédit Agricole, l'ESSEC et AccorInvest, mais aussi des start-up comme Alma (paiement en plusieurs fois), Ilek (électricité verte) ou PrestaShop (commerce électronique).

- **Un modèle économique différenciant basé sur l'abonnement**

Le modèle économique de Bleexo repose sur un système d'abonnement annuel dont le tarif est fixé en fonction du nombre de collaborateurs embarqués, pour un usage illimité. "Nous garderons cet accès universel aux mêmes conditions. C'est

une forme de contrepied à l'ensemble du marché", expliquait à l'été 2021 Stéphane Waller dans *RH Matin*, site d'information pour les professionnels des ressources humaines. Face à des concurrents nationaux comme Wittyfit ou Supermood, et internationaux tels Peakon (désormais propriété de Workday), Stéphane Waller se montre confiant dans la capacité de son équipe à relever les défis des prospects et des clients. "J'y reviens toujours mais l'approche de la Tech avant les RH montre ses limites", affirme le dirigeant.

- **Une levée de fonds pour accélérer son expansion**

La société a pu compter sur le soutien d'investisseurs dès 2018, soit un an après sa création, en collectant 500 000 euros. Depuis, la jeune entreprise affiche des niveaux de croissance à deux chiffres d'une année à l'autre, selon ses cofondateurs. Début 2021, elle a réalisé une nouvelle levée de fonds, de 1,5 million d'euros, avec l'appui de la société de gestion M Capital et de business angels via le réseau Paris Business Angels, en particulier Didier Boullery et Thibault Poutrel-Alderville, membre de la famille fondatrice d'Ingenico. Cette augmentation de capital a pour but de poursuivre le développement technologique de Bleexo, de recruter de nouveaux talents et de renforcer sa présence sur le marché international. Disponible en une quinzaine de langues, la plateforme est déjà déployée à travers l'Europe ainsi qu'aux États-Unis, en Chine, en Inde ou encore au Brésil.

Piloter une expérience collaborateur globale : le cas de Wittyfit

Wittyfit est une plateforme de pilotage de l'expérience collaborateur, qui accompagne les entreprises sur tous les sujets impactant leur capital humain (pilotage des démarches d'engagement, de qualité de vie au travail, prévention des risques psycho-sociaux, conduite des projets de transformation, etc.). Comme son homologue Bleexo, Wittyfit, qui compte une vingtaine de salariés, analyse les ressentis des collaborateurs et délivre des plans d'action pour améliorer des points de faiblesse ou capitaliser sur les atouts d'une entreprise.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Les sciences cognitives au service des RH**

Au croisement entre RH et RSE, l'amélioration de l'expérience des collaborateurs se présente comme un enjeu stratégique pour les entreprises. La plateforme Wittyfit permet d'identifier les leviers de satisfaction des collaborateurs. Sa méthodologie, appuyée sur la recherche en sciences cognitive et comportementale, en fait un outil de gestion des ressources humaines au service de l'engagement des collaborateurs et de la performance collective des entreprises. "La satisfaction des collaborateurs est quantifiable, mesurable si l'on dispose des bons outils et d'une bonne compréhension des mécanismes psychologiques en jeu dans un environnement de travail. À l'image de la température qui se ressent, la satisfaction des collaborateurs prend sa source sur une réalité objective que nos outils d'analyse vont cerner et identifier. La force de Wittyfit est de réussir à objectiver et rationaliser des notions subjectives", explique Thomas Cornet, cofondateur et CEO de Wittyfit.

- **Cibler plusieurs profils d'utilisateurs**

Wittyfit s'adresse prioritairement aux entreprises de taille intermédiaire et aux grands comptes, tous secteurs d'activité confondus. "Les grandes entreprises, grâce à des moyens financiers plus importants, se sont plus rapidement emparé du

sujet de l'analyse de l'engagement collaborateur, mais toutes sont concernées", affirme Thomas Cornet. La plateforme est utilisée par de multiples acteurs : les collaborateurs, pour répondre de façon confidentielle à des enquêtes et proposer des suggestions ; les managers, pour transformer les idées en actions concrètes et assurer le suivi ; les directions des ressources humaines, pour collecter les indicateurs de performance, les analyser et agir sur les leviers qui améliorent la performance collective. Wittyfit comptait, à l'été 2022, près de 120 000 utilisateurs.

- **Se faire racheter par un grand groupe pour se déployer**

La start-up a été rachetée en juin 2022 par le groupe français Cegid, leader des solutions de gestion cloud pour les professionnels des ressources humaines, des métiers de la finance ou de l'expertise comptable. "Avec l'acquisition de Wittyfit, Cegid consolide sa stratégie d'investissement et sa position de leader sur le marché des ressources humaines et de la gestion des talents dans le cloud. Notre objectif est d'accélérer le développement de Wittyfit en France, puis très vite à l'international, notamment en Espagne", précisait Pascal Houillon, CEO de Cegid. Les deux cofondateurs de la start-up, Thomas Cornet et Samuel Dewavrin, ainsi que l'ensemble des collaborateurs de Wittyfit ont ainsi rejoint Cegid et sa business unit HCM, sous le leadership de Marc Bruzzo.

Optimiser l'efficacité des réunions : le cas de Roti Express

Fondée en 2017 par deux entrepreneurs, Antoine Durand et Guillaume Darbonne, Roti Express a développé une solution pour lutter contre les réunions longues et improductives en entreprise. Sa plateforme propose aux participants des feedbacks rapides et ciblés. Elle permet aux managers de mieux organiser les réunions en demandant aux collaborateurs d'évaluer si le temps passé a été productif, et quels sont les points qu'ils pourraient améliorer.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Résoudre des dysfonctionnements nuisibles pour l'entreprise et pour les salariés**

Selon une enquête sur les écueils liés au mode collaboratif en entreprise réalisée par Opinionway en 2017, trois réunions sur quatre n'aboutissent à aucune prise de décision. Inspirée de la méthode agile ROTI pour *return on time invested*, qui permet d'activer facilement l'amélioration continue, la plateforme Roti.express, dédiée à la collecte de feedbacks, permet de lutter contre le phénomène de "réunionite aïgue" qui touche les entreprises. "Notre outil est une sorte de baromètre, où les salariés donnent une note sur cinq sur le degré de satisfaction au sortir de la réunion, s'ils jugent que cette rencontre a été productive", expliquait Antoine Durand, cofondateur de Roti Express, en 2018. Les données recueillies permettent aux managers d'identifier les points forts et ceux à améliorer. "Il est possible de remplir un sondage en trente secondes et cela suffit pour donner des conseils précieux. Mais nous, nous le voyons plutôt comme un thermomètre qui pointe d'éventuels dysfonctionnements. Toutefois, pour le remède, nous sommes également en mesure d'envoyer chez nos clients un coach spécialisé dans les réunions pour prodiguer des formations sur le sujet", complétait l'entrepreneur.

- **Un développement basé sur l'intelligence artificielle**

Antoine Durand travaille sur les possibilités offertes par l'intelligence artificielle et le machine learning. Le *natural language processing* (NLP), en français "traitement automatique du langage naturel" – soit la capacité d'un programme à comprendre le langage humain –, est l'une des composantes clés de la solution de la start-up. À partir des données collectées lors des sondages, il pourra donner permettre à la plateforme de détecter un sentiment "positif", "neutre" ou "négatif" sur une échelle de - 100 % à + 100 %. À terme, la solution pourrait même détecter une émotion plus précise : heureux, sarcastique, en colère, agressif, etc.

- **Un modèle freemium**

Pour son financement, Roti Express se base sur un modèle freemium. Sa plateforme fonctionne avec un abonnement mensuel disponible en trois formules : gratuite, premium pour les TPE/PME, et illimitée, plus adaptée pour les grands comptes. "Notre objectif est de démocratiser la pratique et d'être présent dans les boîtes à outils des grandes entreprises. Contrairement à nos concurrents qui greffent de nouveaux outils dans les réunions pour les 'repenser', nous sommes convaincus que les gens sont capables de gérer leurs réunions par eux-mêmes et souhaitons laisser l'être humain au centre", expliquait Antoine Durand au site *Business & Marchés*.

Créer du lien social en entreprise : le cas de Comeet

À l'aide d'un système d'intelligence artificielle, l'application Comeet entend créer du lien social pour accroître l'engagement au travail et la productivité. Son rôle est de connecter les profils selon leurs affinités communes pour des déjeuners, des afterworks ou des activités sportives ou culturelles. La start-up éponyme, créée en 2017, a déjà séduit de grands groupes tels que Microsoft, Nexity ou encore Sodexo. Samuel Metias, le fondateur de Comeet, est également co-fondateur de l'association happytech.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Réunir les personnes en fonction de leurs centres d'intérêt**

“Mon postulat, dès 2016, c'était que le bien-être au travail était intimement lié à la relation avec les autres personnes sur le lieu de travail”, indiquait Samuel Metias au magazine *Informations entreprise* à l'été 2021. En créant des occasions pour favoriser le lien social, le service Comeet accélère l'intégration des nouveaux arrivants, développe la transversalité au sein de l'entreprise et améliore le sentiment d'appartenance, tout en développant une cohésion d'équipe. L'application “est aujourd'hui capable de créer un événement à partir d'une personne appartenant à la communauté, autour d'une de ses passions : la photo, la peinture...”, expliquait Samuel Metias. Ce service permet d'être tenu informé des activités organisées au sein de l'entreprise mais également en dehors. L'application offre également aux salariés la possibilité d'accroître leur réseau professionnel de manière informelle. Elle s'adapte à toutes les structures (établissements publics, grandes entreprises, PME, associations, etc.) à partir d'une centaine de personnes concernées.

- **Le rôle central de la technologie**

Pour Samuel Metias, la technologie n'éloigne pas les personnes mais doit au contraire contribuer à les rapprocher. Son idée consiste à permettre aux écrans et aux objets connectés de ne plus seulement suggérer une information ou une ac-

tion, mais d'encourager les rencontres. Pour cela, l'application de Comeet utilise un système d'intelligence artificielle. “C'est peut-être la seule chose qui fait un peu peur aux gens, mais l'intelligence artificielle permet de réunir des gens qui ont les mêmes centres d'intérêt”, précisait en 2018 le dirigeant. Les utilisateurs donnent simplement les plages horaires sur lesquelles ils sont disponibles et sélectionnent une activité (déjeuner, boire un verre, faire du sport, etc.). En plus de ces événements, “nous avons également intégré un annuaire de talents qui va permettre, à partir de mots clés, de trouver des personnes ressources à partir d'un projet, d'un talent ou d'une compétence”, précise Samuel Metias.

- **Proposer un service global de gestion de la relation sociale**

Les fonctionnalités de Comeet peuvent être intégrés à d'autres outils de travail, comme par exemple la solution de messagerie et de visioconférence Teams. Elle peut également récupérer de l'information via d'autres logiciels, intranets ou réseaux sociaux d'entreprise. “On dit toujours qu'il faut désormais développer des concentrateurs d'informations, c'est le cas de Comeet. Nous sommes capables d'intégrer l'ensemble des services externes de la HappyTech et de suggérer aux utilisateurs les bons services à utiliser”, indique Samuel Metias. L'entreprise affirme être capable de gérer l'ensemble de la relation sociale de l'entreprise et, à travers elle, de propulser vers le haut la politique interne en matière de qualité de vie au travail.

DES SERVICES POUR FACILITER LE QUOTIDIEN DES SALARIÉS

Autonomie, télétravail, équilibre avec la vie privée : la mutation du travail se poursuit

L'organisation du travail actuelle connaît **des transformations majeures**, apparues il y a plusieurs années mais en voie d'accélération, notamment du fait de la crise de Covid-19. Dès 2012, Isabelle Marcé, DRH du cabinet de conseil Octo Technology, notait dans *L'Express* : "Aujourd'hui, **la culture de l'immédiateté s'est imposée**. La réactivité très forte qu'on attend des collaborateurs est un facteur de stress important. Leur offrir du bien-être au travail est une façon de **compenser le stress induit** par la tendance du 'toujours connecté' imposée aujourd'hui." **Plusieurs tendances convergent, non sans créer des tensions** dans la gestion du temps de travail : le salarié devient **plus autonome mais aussi plus flexible et dépendant** de sollicitations extérieures, le télétravail renforce ce phénomène mais doit être pensé dans **un équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée...**

Dans ce contexte, l'accès à de nombreux services fournis par l'entreprise, y compris pour gérer des problématiques personnelles, s'inscrit dans cette logique de **plus grande porosité entre les différentes sphères**. Ces facilités viennent alléger la charge mentale du salarié, lui permettant de se focaliser sur son travail et de répondre de façon plus efficace à la demande accrue de flexibilité et de réactivité. **Dans une approche de conciergerie digitale**, les start-up de la HappyTech se positionnent ainsi sur une multitude de services permettant d'accompagner les employés dans la gestion de leur quotidien, professionnel comme privé.

+ 7,5 %

La croissance annuelle estimée du marché français de la conciergerie à l'horizon 2023.

Source : Xerfi, mars 2021.

47 %

La part de salariés français considérant prioritaire la mise en place de facilités du quotidien par l'entreprise.

Source : Observatoire Entreprise et Santé Viavoice, 2016.

Proposer une application multiservices pour les salariés : le cas de Workwell

Lancée en 2017, Workwell met à disposition des entreprises et d'autres organisations (gestionnaires immobiliers, universités, etc.) une solution numérique mobile permettant d'accéder à une multitude de services. De la conciergerie aux services entre salariés en passant par la consultation du menu de la cantine interne, l'outil couvre un large choix de fonctionnalités facilitant le quotidien du salarié. La société a fait le choix de l'abonnement pour commercialiser son application.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Un projet né d'une autre application créée en 2015**

La fondatrice de Workwell, Marie Schneegans, avait déjà développé une solution numérique dédiée aux salariés. Baptisée Never Eat Alone, l'application permettait aux salariés de se rencontrer pour déjeuner ensemble. Constatant que l'usage de l'outil évoluait avec la pratique (organisation de covoiturages, d'afterworks, etc.), elle a décidé de l'intégrer au sein d'une nouvelle application globale nommée Workwell.

- **Gérer une variété de services aux employés**

La solution offre la possibilité d'accéder à des services de conciergerie, de recharger son badge pour le restaurant d'entreprise, de commander un repas, de vendre un objet à un autre salarié, de mettre à disposition sa place de parking en cas de congés, etc. Elle rassemble aussi bien des services internes à l'entreprise que ceux liés à la gestion des locaux ou que ceux fournis par des partenaires extérieurs. Workwell comptait dès 2018, soit un an après sa création, plus de 80 prestataires assurant la gestion des offres disponibles.

- **Diversifier la clientèle visée**

Positionnée en BtoB, la jeune société s'adresse à une variété d'acteurs et a choisi un modèle assurant une récurrence des revenus. "Nous vendons la solution sous forme d'abonnement mensuel

aux entreprises mais aussi aux foncières (Unibail-Rodamco), aux résidences (Nexity), aux hôpitaux, aux universités et, pourquoi pas, aux hôtels", expliquait la fondatrice de Workwell en 2018 dans *Capital*. Après avoir réalisé un chiffre d'affaires d'un million d'euros en 2017, la start-up compte à présent parmi ses clients de nombreuses grandes entreprises comme Allianz, Engie, BNP Paribas, Vinci, Danone, Sephora ou l'université Paris Dauphine.

- **Chercher à s'étendre rapidement à l'international**

La société disposait en 2018 de bureaux à Paris et à New York, et s'est par la suite implantée en Allemagne, en Suisse, à Hong Kong et en Australie. Elle avait alors remporté un appel d'offres pour une quinzaine d'immeubles dans ce pays. Elle dispose ainsi de clients étrangers comme American Express ou le MIT.

- **Trouver des partenaires pour soutenir son développement**

Workwell a d'abord été hébergée au sein des entreprises Snips puis Onepoint, où elle a pu recevoir des conseils dans la mise au point de son offre. Elle a ensuite été soutenue par la société d'investissement Raise, et a accueilli à son capital la foncière Unibail-Rodamco et le spécialiste de la restauration collective Elixir. Depuis ses débuts, la start-up a levé au total environ 3 millions d'euros. Elle a aussi participé au concours StartupBus.

Une conciergerie digitale généraliste : le cas de Fidensio

Créée en 2014, Fidensio a conçu une application permettant aux salariés des entreprises clientes de gérer facilement de nombreuses tâches liées à leur vie personnelle. Donnant accès, à des tarifs préférentiels, à plus de 25 services, la solution numérique met notamment à disposition des casiers connectés afin de pouvoir récupérer des colis ou des vêtements préalablement envoyés au pressing. Les utilisateurs réservent des prestations proposées par le biais de partenaires de la société.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Un projet au démarrage centré sur les services de pressing**

Lors de son lancement en 2014, la société se focalisait sur la gestion du pressing pour les salariés des entreprises clientes. Le succès de ce modèle a incité les fondateurs à étendre l'activité de Fidensio à d'autres domaines afin d'en faire une conciergerie digitale généraliste. Ce virage a été pris en 2016.

- **Proposer des services variés via une formule d'abonnement**

L'application de Fidensio offre de nombreux services de conciergerie, répartis en grandes catégories telles que l'aide à domicile, la livraison, les achats ou encore la gestion de la voiture (lavage, réparations, etc.). Rendus accessibles aux utilisateurs grâce à un abonnement facturé à l'entreprise, ces différents services leur permettent de gagner du temps et de se focaliser davantage sur leurs tâches professionnelles. Les salariés profitent par ailleurs de tarifs négociés par Fidensio sur les prestations proposées au sein de l'application. La société affirme en outre que sa solution se montre six à dix fois moins chère pour l'entreprise que les conciergeries classiques, installées physiquement à l'intérieur des locaux.

- **Se développer grâce à des collaborations**

Fidensio a mis en place son service de casiers connectés grâce à un partenariat avec la société japonaise Ricoh, spécialiste des produits électroniques. La start-up a par ailleurs intégré l'incubateur Station F en 2018, afin de profiter du réseau et de l'écosystème. "Il est essentiel pour des structures telles que la nôtre de bénéficier d'une dynamique forte, d'être entourées d'experts et d'évoluer dans une communauté stimulante", soulignait alors dans *Entreprendre* Ghislain Michaud, l'un des associés de l'entreprise.

- **Diversifier la clientèle d'entreprise en visant plusieurs domaines**

Fidensio compte déjà de nombreuses grandes entreprises parmi ses clients, dans des secteurs variés : banque (BNP Paribas, Crédit Agricole, JP Morgan, Morgan Stanley), industrie (Total-Energies, Orano, Air Liquide), analyse (Nielsen, Wolters Kluwer), etc.

- **S'étendre aux services destinés aux télétravailleurs**

En 2020, Fidensio a étendu ses services aux salariés en télétravail en s'appuyant sur quatre domaines : le pressing à domicile, la garde d'enfants à domicile, la réparation de vélos et la livraison de fruits et légumes bio. Instaurés dans le contexte de la crise sanitaire de Covid-19, ces services supplémentaires ont par la suite été pérennisés afin de s'adapter aux nouvelles normes de l'organisation du travail.

Un service porté par une mutuelle : le cas de Flex

La Mutuelle Générale a lancé en 2020 le service Flex, via sa filiale Conseil et Services. Cette activité consiste en la mise à disposition d'une variété de prestations du quotidien sur le lieu de travail des salariés, par le biais d'une commercialisation auprès des entreprises. Les services sont fournis par des partenaires de la mutuelle. Ils se répartissent en plusieurs catégories packagées telles que "santé - bien-être" ou "parentalité", tandis que d'autres prestations peuvent être ajoutées au cas par cas.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Une plateforme numérique pour aider les salariés**

Flex offre l'accès à de nombreuses prestations afin de soutenir les employés dans divers aspects de leur vie personnelle. Un accompagnement pour les jeunes parents est ainsi proposé, de même que des activités ludiques pour les enfants et du soutien scolaire (aide au devoir et à l'orientation). L'outil permet également de bénéficier de services d'aide à la personne, de coaching sportif, de réductions de tarifs sur une multitude de loisirs (voyages, parcs, cinémas, etc.) ou d'une garde de nuit dans le cas des salariés aidants. L'offre de services "à la carte" porte quant à elle sur plusieurs domaines, la santé s'avérant particulièrement représentée. L'installation d'une cabine médicale connectée, l'organisation d'un escape game pour sensibiliser aux risques de TMS ou la

mise à disposition de divers modules d'e-learning sur les questions de santé ou de sécurité sont ainsi proposés. Des services RH se montrent aussi disponibles sur la plateforme, en lien avec la formation à distance ou le soutien juridique.

- **Le choix d'une commercialisation sous forme d'abonnement**

Le service Flex comporte trois formules pour chaque offre packagée. Chacune d'elles affiche un tarif facturé à l'entreprise cliente sur une base mensuelle ou annuelle, par salarié.

- **Un service adossé à un acteur majeur de l'assurance et de la prévoyance**

Créé par la Mutuelle Générale, le service Flex bénéficie de l'ancienneté et de la notoriété de sa maison-mère pour se développer. Cette dernière assure plus de 1,5 million de personnes.

BONJOUR LÉON, UN SERVICE DE CONCIERGERIE EN MARQUE BLANCHE

Fondée en 2017, Bonjour Léon a développé une offre de plateforme numérique de services aux salariés, commercialisée en marque blanche auprès des entreprises. Celles-ci peuvent donc posséder un outil qui leur est propre, adapté à leurs besoins spécifiques. Les employeurs ont également la possibilité de recourir à cette solution afin de rechercher des prestataires pour un événement d'entreprise. Bonjour Léon propose par ailleurs l'offre Merci Léon, consistant en la mise à disposition d'une conciergerie digitale pour les clients de la société. La start-up a levé 4 millions d'euros en février 2022, notamment auprès de Kima Ventures.

S'appuyer sur le phygital et le soutien d'un groupe : le cas de Quatre Épingles

La société Quatre Épingles a été fondée en 2014. Elle facilite le quotidien des collaborateurs des entreprises clientes en leur fournissant l'accès à une multitude de prestataires via une application dédiée. Après avoir démarré avec un service de pressing, la société s'est étendue à la plomberie, au yoga ou à la garde d'enfants. Ses armoires connectées permettent par ailleurs d'accueillir des affaires. La société travaille en circuit court, avec les artisans et commerçants à proximité des clients.

LES AXES CLÉS DE SA STRATÉGIE

- **Combiner boutique physique et solution numérique au service des salariés**

Quatre Épingles met en place une conciergerie physique au sein des locaux du client, éventuellement doublée d'une boutique permettant d'accéder à des produits du quotidien (snacks, brosses à dents, etc.). L'application offre une variété de prestations gérées par des partenaires de la société, tandis qu'un chat avec des conseillers est disponible pour les salariés. Ces derniers peuvent ainsi obtenir une solution adaptée à leur besoin. Des consignes connectées permettent en outre de déposer ou de récupérer des colis, notamment les vêtements revenant du pressing et les paniers de fruits et légumes bio livrés par l'entreprise. Quatre Épingles s'occupe également de l'organisation d'événements au bureau : dégustations de vins, miels ou thés, ateliers découverte sur un

métier artisanal, animations bien-être (massages, conférences sur la sophrologie ou la naturopathie), etc.

- **Miser sur le made in France**

La société met en avant son recours à des commerçants locaux pour les prestations offertes via son outil numérique. Les casiers connectés sont aussi intégralement fabriqués en France.

- **Un rachat par le groupe Samsic**

Quatre Épingles a été rachetée en 2018 par le groupe Samsic, spécialiste des services aux entreprises (accueil, nettoyage, sécurité, entretien des espaces verts). Présent dans plus de 25 pays et affichant un chiffre d'affaires de 2,8 milliards d'euros en 2022, le groupe breton permet à Quatre Épingles de se développer plus rapidement.

ALFRED CONCIERGERIE, RACHÉTÉ PAR ELIOR SERVICES

S'adressant aux particuliers comme aux entreprises, la société Alfred Conciergerie a été créée en 2015. Elle se positionne sur un modèle hybride, associant digital et présence physique au sein des locaux de ses clients. En plus de sa plateforme numérique rassemblant les activités de nombreux prestataires, Alfred offre un accès à des casiers automatisés pour le pressing ou les colis. Depuis son rachat en 2018 par le groupe Elior, notamment positionné sur les services d'accueil et de nettoyage, les clients peuvent aussi échanger avec le personnel d'Elior Services quant aux prestations proposées par Alfred Conciergerie.

LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE

Société	Nature de l'entreprise	Pays d'origine
Adilson	Start-up de la HappyTech	France
Air Liquide	Énergéticien	France
AkaGreen	Start-up de la HappyTech	France
Alfred Conciergerie	Start-up de la HappyTech	France
Algolia	Start-up spécialisée dans les moteurs de recherche	États-Unis
Allianz	Compagnie d'assurance	Allemagne
American Express	Entreprise spécialisée dans les paiements électroniques	États-Unis
Antimauxdedos	Start-up de la HappyTech	France
Apicil	Groupe de prévoyance	France
Asica	Fabricant d'électronique	France
Aura	Start-up de la HappyTech	France
Aviva	Compagnie d'assurance	Royaume-Uni
Axa	Compagnie d'assurance	France
Axomove	Start-up de la HappyTech	France
Azergo	Entreprise spécialisée dans l'aménagement ergonomique des postes de travail	France
Banque Postale	Banque	France
Batch	Start-up du numérique	États-Unis
Bleexo	Start-up de la HappyTech	France
Bloomr	Start-up de la HappyTech	France
Blue Factory	Incubateur	France
BNP Paribas	Banque	France
Bonjour Léon	Start-up de la HappyTech	France
Brut	Média en ligne	France
Cegid	Spécialiste des solutions cloud en RH et finance	France
Cheerz	Société spécialisée dans la vente d'impressions de photos	France
Circles France	Conciergerie d'entreprise	France
Clac des Doigts	Start-up de la HappyTech	France
Cocoom	Start-up de la HappyTech	France
Comeet	Start-up de la HappyTech	France
Crédit Agricole	Banque	France
Danone	Entreprise agroalimentaire	France
Elior	Groupe de services aux entreprises	France
Engie	Énergéticien	France
Evaneos	Société de vente de voyages sur Internet	France
Excellens Formation	Entreprise spécialisée dans la formation continue	France
Faraday Venture Partners	Fonds d'investissement	Espagne
Fidensio	Start-up de la HappyTech	France
Google	Groupe du numérique	États-Unis
GroomBox	Start-up de la HappyTech	France
Happineo	Start-up de la HappyTech	France
Inco	Groupe d'investissement social et environnemental	France
JLO	Spécialiste de la qualité de vie au travail	France
JP Morgan	Banque	États-Unis
Kiplin	Start-up de la HappyTech	France
Klimat (Empreinte Humaine)	Start-up de la HappyTech	France
La Minut'Rit	Start-up de la HappyTech	France
La Mutuelle Générale	Mutuelle	France
Libheros	Start-up de la HappyTech	France
Libu	Start-up de la HappyTech	France
Lily	Start-up de la HappyTech	France
M Capital	Fonds d'investissement	France
Michelin	Fabricant de pneus	France

LISTE DES ENTREPRISES CITÉES DANS L'ÉTUDE

Société	Nature de l'entreprise	Pays d'origine
MonaSTAY	Start-up de la HappyTech	France
Moodwork	Start-up de la HappyTech	France
Morgan Stanley	Banque	États-Unis
Mozart Consulting	Cabinet de conseil	France
My Mental Energy	Start-up de la HappyTech	France
My Ostéo Prévention	Start-up de la HappyTech	France
MyBrain Technologies	Start-up de la HappyTech	France
Mypositivebooster	Start-up de la HappyTech	France
Nexity	Foncière immobilière	France
Nielsen	Société d'analyse marketing	États-Unis
Octo Technology	Cabinet de conseil	France
One Conciergerie	Start-up de la HappyTech	France
Orano	Spécialiste du nucléaire	France
Orkyn	Spécialiste du soin à domicile	France
Orosound	Start-up de la HappyTech	France
Ouillive	Start-up de la HappyTech	France
OurCo	Start-up de la HappyTech	France
Peakon	Entreprise de la HappyTech	Danemark
Plantez Respirez	Start-up de la HappyTech	France
Prevent2Care	Incubateur	France
Qualisocial	Start-up de la HappyTech	France
Quatre Épingles	Start-up de la HappyTech	France
Ramsay	Spécialiste de l'hospitalisation	Australie
Renault	Constructeur automobile	France
Roti Express	Start-up de la HappyTech	France
Samsic	Groupe de services aux entreprises	France
Santélylys	Association spécialisée dans la santé à domicile	France
Sephora	Entreprise de cosmétiques	France
Serenity	Start-up de la HappyTech	France
Sicap	Fabricant d'électronique	France
Supermood	Start-up de la HappyTech	France
Teamstarter	Start-up de la HappyTech	France
TotalEnergies	Énergéticien	France
Totem	Start-up de la HappyTech	France
Unibail-Rodamco-Westfield	Foncière immobilière	Pays-Bas
Vinci	Entreprise du BTP	France
Vital Tech	Start-up de la HappyTech	France
WeHobby	Start-up de la HappyTech	France
Wilco	Incubateur	France
Wittyfit	Start-up de la HappyTech	France
Wolters Kluwer	Société d'analyse marketing	Pays-Bas
Woofer	Start-up de la HappyTech	France
Workday	Spécialiste des solutions cloud en ressources humaines et finance	États-Unis
Workwell	Start-up de la HappyTech	France
Xynergy	Groupe spécialisé dans le bien-être	France
Yemanja	Start-up de la HappyTech	France
Yogist	Start-up de la HappyTech	France
ZestMeUp	Start-up de la HappyTech	France

Traitement IndexPresse.

LEXIQUE

- **Bore-out**

Affection psychologique causée par un ennui profond et continu dans le cadre de l'activité professionnelle.

- **Burn-out**

Affection psychologique, aussi appelé épuisement professionnel, causée par une surcharge de travail ou une trop grande pression générant un stress chronique.

- **Freemium**

Contraction de *free* (gratuit) et *premium* (prime, supplément). Modèle économique couplant un accès limité gratuit à un service et une offre payante offrant davantage de fonctionnalités.

- **QVT**

Qualité de vie au travail. Recouvre les questions liées à la santé physique et psychique des salariés ainsi que les aspects relatifs à l'interaction entre collègues et à l'ambiance de travail.

- **TMS**

Troubles musculo-squelettiques. Désigne l'ensemble des syndromes et des pathologies se manifestant au niveau des articulations et des zones musculaires associées, causés par des sollicitations fortes et répétitives du corps au travail.

- **Risques psychosociaux**

Regroupe le stress, l'anxiété, la dépression et l'ensemble des troubles psychiques pouvant résulter de l'activité ou de l'environnement professionnels d'un individu.

SOURCES UTILISÉES

- Attias Esther, "Avec Workwell, elle veut devenir n°1 mondial du bonheur au travail", *lesechos.fr*, 19 juillet 2018
- Bardet-Crougnaud Marie, "Libu prépare une levée de fonds pour ses luminaires bien-être", *placeco.fr*, 21 février 2022
- Baussant Pascale, "Interview de Léna Soffer, fondatrice de PlantezRespirez", *entreprise-climat.com*, 2 mars 2020
- Biseul Xavier, "Des start-up au service du bien-être au travail", *IT for Business*, septembre 2019, p.52-53
- Boudokhane Meriem, "HappyTech : Happineo, un psy en ligne à portée de clic", *startup-story.fr*, 13 août 2018
- Boudokhane Meriem, "HappyTech : Bleexo s'attaque au problème du mal-être au travail", *startup-story.fr*, 10 mars 2018
- Boulate Camille, "Services aux salariés. Des dispositifs (vraiment) gagnants ?", *Courrier Cadres*, décembre-janvier 2020, p.20-26, 28
- Brasseur Lucie, "Quand la HappyTech met la technologie au service de la QVT", *Informations entreprise*, juillet 2021, p.52-63
- Cathelinais Coralie, "Comment en finir avec les réunions qui font perdre trop de temps", *bfmtv.com*, 29 juillet 2018
- Chabal Audrey, "La conciergerie tirée à quatre épingles", *forbes.fr*, 11 octobre 2017
- Fagot Vincent, "La 'HappyTech' fait le pari du bien-être au bureau", *lemonde.fr*, 26 janvier 2018
- Favier Antoine, "17 applis digitales pour se sentir mieux au travail", *lesechos.fr*, 30 mars 2019
- Fayolle Pascal, "Le paysage d'intérieur pour le retour au bureau", *Lien horticole*, octobre 2021, p.40-41
- Gardet Melvin, "Bleexo lève 1,5 million d'euros pour faciliter la collaboration en entreprise", *latribune.fr*, 12 juillet 2021
- Grimal Antoine, "Happineo met à votre disposition des psychologues en ligne", *maddynews.com*, 20 mars 2018
- Guerrier Philippe, "Engagement collaborateur : Bleexo lève 1,5 million d'euros en pensant 'RH' avant 'Tech'", *rhmatin.com*, 7 juillet 2021
- Halary Christine, "Workwell, l'appli qui veut vous rendre heureux au boulot", *capital.fr*, 10 juillet 2018
- Hamladji Samir, "Workwell, la nouvelle trouvaille de Marie Schneegans", *forbes.fr*, 21 juin 2017
- Jakubowicz Lucas, "Roti Express, Entr'up : ces start-up qui luttent contre la réunionite", *journaldunet.com*, 20 août 2018
- Khelfa Yassine, "Plantez Respire : la start-up qui réduit le stress au bureau grâce aux plantes tropicales", *blastingnews.com*, 18 novembre 2020
- Kibwankay Laby, "Fidensio, la conciergerie digitale qui offre ses services aux télétravailleurs !", *startupannuaire.com*, 12 novembre 2020
- Kleczinski Nathalie, "Adilson, la capsule de sieste pour lutter contre le burn-out et le stress au travail", *neozone.org*, 2 avril 2019
- Laurent Alexandre, "Libu lance un lampadaire circadien pour le télétravail", *placeco.fr*, 19 septembre 2022
- Loye Deborah, "Yemanja, la start-up qui conçoit les bureaux des start-up", *lesechos.fr*, 7 janvier 2019
- Lucas Léa, "Six inventions censées accroître votre bien-être au travail", *lefigaro.fr*, 28 juin 2019
- Martinez Grégoire, "Ces HappyTech qui cherchent à nous rendre plus heureux au bureau", *europa1.fr*, 12 avril 2018
- Matas Jennifer, "Produire local pour vendre local, l'ambition internationale d'Orosound", *lesechos.fr*, 25 janvier 2022

SOURCES UTILISÉES

- Moyal Jonathan, "Des bureaux laissés à l'état... Brut", *workplacemagazine.fr*, 10 janvier 2022
- Moynot Amélie, "Orosound of silence", *Stratégies*, 27 septembre 2018, p.27
- Nazeyrollas Aude, "MonaSTAY : enfin des séminaires efficaces et féconds !", *linkedin.com*, 3 septembre 2019
- Perrin d'Arloz Fanny, "De nouveaux services pour retrouver le bien-être au bureau", *Décision Achats*, octobre 2021, p.47-49
- Petitdemange Amélie, "Bien-être au travail : 4 start-up très prometteuses", *lesechos.fr*, 17 juin 2019
- Petitdemange Amélie, "5 startups pour déstresser au travail", *lesechos.fr*, 5 avril 2019
- Portogallo Mathieu, "Serenity a fait de la relaxation 2.0 au travail son cheval de bataille", *cityramag.fr*, 29 février 2020
- Rolland Sylvain, "Les 'HappyTech', ces start-up qui s'attaquent au mal-être au travail", *latribune.fr*, 28 septembre 2017
- Rousselle Laurent, "Orosound abat le mur du son", *L'Usine Nouvelle*, 12 juillet 2018, p.90
- Russell Géraldine, "Happineo racheté par le groupe propriétaire du programme diététique Comme J'aime", *maddyness.com*, 10 janvier 2019
- Soyez Fabien, "Happy Management. Révolution ou miroir aux alouettes ?", *Courrier Cadres*, juillet-août 2021, p.52-58
- Stassi Franck, "Roti Express, la start-up qui sonde vos salariés après les réunions", *businessmarches.com*, 11 décembre 2018
- Wong Camille, "Moodwork lève 2 millions d'euros pour favoriser le bien-être des salariés", *lesechos.fr*, 28 novembre 2019
- "Allianz France s'allie à Axomove pour accompagner ses entreprises clientes dans la prévention des troubles musculo-squelettiques (TMS)", *allianz.fr*, 5 avril 2022
- "Axomove lève 1,6 million d'euros pour déployer à grande échelle sa solution numérique de santé physique", *parisandco.paris*, 21 juin 2022
- "Axomove propose sa solution de télééducation en Allemagne grâce à son partenariat avec Alve", *eurasante.com*, 5 octobre 2021
- "Bleexo apporte de la visibilité aux RH", *IT for Business*, février 2022
- "Cegid achète la plateforme RH Wittyfit", *lesechos.fr*, 2 juin 2022
- "Éclairage intelligent : Libu passe à l'industrialisation", *frenchtechbordeaux.com*, 10 février 2022
- "Fidensio : la première conciergerie connectée au bureau", *entreprendre.fr*, 14 septembre 2018
- "HappyTech : ces start-up qui veulent votre bien", *abilways-digital.com*, 17 mai 2018
- "La qualité de vie au travail, une opportunité grandissante pour les startups françaises", *maddyness.com*, 28 octobre 2020
- "Les 10 start-up du bien-être au travail qui cartonnent !", *ateliersdurables.com*, 30 novembre 2021
- "Les personnels soignants adoptent Pod'Calm pour se ressourcer sur leur lieu de travail", *presseagence.fr*, 10 juin 2021
- "Libu annonce un nouveau produit et lance un coworking éphémère", *frenchtechbordeaux.com*, 23 septembre 2022

SOURCES UTILISÉES

"My Mental Energy Pro vous souhaite une bonne année 2018 !", *linkedin.com*, 17 janvier 2018

"Orosound double ses effectifs pour accélérer sa croissance à l'international", *presseagence.fr*, 17 novembre 2021

"Pressing. Elixor Services met la main sur Alfred Conciergerie", *entretien-textile.fr*, 18 décembre 2018

"RH, un secteur plein de ressources", *Management*, mai 2021, p.106-115

"Roti Express : cette startup qui veut éradiquer les réunions ennuyeuses", *fnyear.com*, 2 juillet 2018

"Top 5 HappyTech : ces start-up qui mettent l'IA au service de la QVT", *malakoffhumanis.com*, 6 avril 2018

"Wittyfit : pilotez le capital humain de votre entreprise", *bfmtv.com*, 6 décembre 2021

La collection IndexPresse *Business Etude*

Comment accéder à des données fiables, pertinentes et surtout synthétisées, alors que l'information n'a jamais été aussi accessible en apparence ?

Voilà une question à laquelle sont confrontés quotidiennement les décideurs dans les entreprises lorsqu'il s'agit de prendre les bonnes décisions.

C'est pourquoi nous avons créé la collection **IndexPresse Business Etude**, des études sectorielles complètes, réalisées à partir des plus grands titres de la presse

économique et professionnelle. En s'appuyant sur des informations fiables et de qualité, les études d'IndexPresse offrent des synthèses analytiques et éclairées sur les secteurs d'activité émergents ou en mutation.

Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour accompagner votre réflexion stratégique, en vous appuyant sur l'examen des enjeux de votre marché, afin d'anticiper ses évolutions et valider, ou modifier, votre positionnement dans le jeu concurrentiel.

IndexPresse *Business Etude*

Date de parution - octobre 2022.



Renaud HAMMAMY

renaud.hammany@indexpresse.fr

Auteur

Étude rédigée en collaboration avec Justine CARREL

La technologie au service du bien-être en entreprise prend de l'ampleur. Les start-up développant de nouvelles solutions dans le domaine profitent d'un contexte porteur, entre évolution du rapport au travail et meilleure prise en compte des risques psychosociaux et autres troubles musculo-squelettiques (TMS).

Pourquoi le bien-être au travail constitue-t-il désormais un atout en termes d'attractivité ? En quoi les nouvelles formes d'organisation du travail favorisent-elles la HappyTech ? Dans quelle mesure ces start-up répondent-elles à la problématique des TMS ? Quelles solutions apportent-elles à l'évolution des espaces de travail ? De quelles façons le numérique peut-il être utilisé dans la prévention du stress et des risques psychosociaux ? En quoi l'interaction entre salariés représente-t-elle un segment porteur ? Comment la HappyTech facilite-t-elle le quotidien des employés ?

Cette étude apporte des éléments de réponse et de réflexion pour comprendre les enjeux et les perspectives de la HappyTech, décrypter les modèles de développement à potentiel et identifier les orientations stratégiques pour se positionner dans le jeu concurrentiel.

Photo de couverture : © Vasyi

