

LYON 7E

HelloCSE vise la digitalisation de 1 000 comités sociaux économiques

C'est l'un des gagnants de la crise sanitaire. Porté par l'accélération de la digitalisation, HelloCSE a plus que doublé son activité en 2020 pour franchir la barre des 650 comptes clients. Si l'éditeur de logiciels pour comités sociaux économiques (CSE) ne divulgue pas son chiffre d'affaires, d'autres indices témoignent de sa croissance vigoureuse. Nombre de clients multiplié par deux, agrandissement des locaux à Lyon, ouverture d'un bureau à Bordeaux, doublement prévu de l'effectif... La start-up profite à plein de la demande en services des CSE. Un secteur que Laurent Lefebvre, le cofondateur d'HelloCSE, a décidé de déployer à l'aide de solutions SaaS sur-mesure.

« J'ai constaté que les plateformes des comités d'entreprise étaient difficilement utilisables et très peu visibles, se souvient l'ancien cadre du secteur bancaire. De ce constat est né HelloCSE en 2017, avec la volonté de présenter sur une même plateforme tous les



Laurent Lefebvre, 42 ans, Pdg d'HelloCSE.

Photo Progrès/DR

avantages salariés et de faciliter la vie des élus du comité d'entreprise. »

30 postes à pourvoir en 2021

Accessible sur mobile, la solution voit son marché s'agrandir considérablement à la faveur des ordonnances Macron. « En 2018, la représentation du personnel a été entièrement refondue avec la mise en place obligatoire d'un comité social économique dans les entreprises d'au moins 11 salariés. » Un

coup d'accélérateur qui permet à la jeune pousse d'annoncer 200 000 collaborateurs connectés quatre ans après sa création et quelques mois après sa première opération de croissance externe. « Nous avons racheté en début d'année Passe Online, une structure spécialisée dans les billetteries et solutions pour CSE », détaille Laurent Lefebvre, résolu à faciliter la gestion des instances du personnel en les libérant des contraintes administratives. En 2021, HelloCSE prévoit le triplement de son chiffre d'affaires et vise les 1 000 CSE clients.

Pour réaliser ses ambitions, trente postes sont à pourvoir, notamment des profils de développeurs et commerciaux. Fait rare dans l'univers des start-up, la société s'autofinance depuis ses débuts. « Nous sommes rentables depuis la deuxième année sans jamais avoir eu recours à des levées de fonds », conclut l'entrepreneur, qui souhaite faire des émules en la matière.

D. C.

LYON 7E

La start-up Hari & Co veut sa propre filière agricole



Emmanuel Brehier et Benoît Plisson, fondateurs de Hari & Co. Photo HARI & CO

Basée à Lyon, l'entreprise Hari & Co, qui propose des produits alimentaires d'origine végétale, lance une campagne de financement participatif pour poursuivre ses engagements environnementaux.

La start-up lyonnaise (7^e arrondissement) Hari & Co, qui propose des produits alimentaires bio d'origine végétale sous forme de galettes et de boulettes, annonce le lancement d'une campagne de financement participatif qui a pour but de créer une filière agricole propre à la marque.

« Hari & Co est une entreprise à missions qui s'est fixée comme objectifs de décarboner les assiettes grâce au végétal, de s'engager pour une agriculture durable et de proposer des produits bio et sains, explique Benoît Plisson, fondateur de Hari & Co avec Emmanuel Brehier (tous les deux ingénieurs agronomes). Il était donc logique de poursuivre notre engagement en créant notre propre filière agricole pour être encore et toujours plus respectueux des agriculteurs et baisser notre impact environnemental lié au transport. »

Ainsi, dix agriculteurs ont été sélectionnés par la start-up pour fournir une matière première saine, autrement dit des légumineuses

bio.

Depuis 2016, date de la création de Hari & Co, la marque n'en finit plus de conquérir des marchés. Après la restauration collective, « qui est toujours un marché important pour nous », souligne Benoît Plisson, les produits Hari & Co se sont installés dans les rayons de la grande distribution.

Présents dans 2 000 magasins

« Nous sommes présents dans quasi toutes les enseignes, dans 2 000 magasins, c'est un marché que nous avons attaqué il y a maintenant un an et l'accueil est plutôt bon car je pense que nous sommes la marque la plus engagée dans notre domaine. »

Aujourd'hui, Hari & Co souhaite s'étendre sur le secteur de la restauration commerciale et a déjà convaincu les restaurants Ninkasi qui proposent des burgers avec des galettes Hari & Co, par exemple. Peuvent par l'aventure à l'international, les fondateurs préfèrent se concentrer sur la France. Les 20 collaborateurs de Hari & Co (la moitié est à Lyon et l'autre est une force commerciale) travaillent à développer de nouveaux produits que Benoît Plisson garde secret pour le moment, tout comme le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Jennifer MILLET