



Le deal de la semaine : Edicia, pépite de la sécurité urbaine, lève 1,5 million d'euros

Par *Ophélie Colas des Francs, journaliste* | 27/11/2013

Edicia, entreprise spécialisée dans l'édition de logiciels de sécurité urbaine, fait entrer le fonds de développement Newfund à son capital. Une opération qui lui donne les moyens d'attaquer le marché de la sécurité privée et de s'étendre à l'international.

Nantes, 2011. Edicia met la dernière main à une solution inédite sur le marché des logiciels de sécurité urbaine : un software qui **accompagne la police dans ses missions de gestion de l'espace public et de gestion du risque**. Concrètement, l'utilisateur a accès, depuis son ordinateur ou son mobile, à des **applications métier** comme la gestion de fourrière et de stationnement abusif, la consultation des mains courantes, les arrêtés municipaux... Bref, une convergence des flux d'informations qui permet un traitement et une restitution accélérée des données.

Une pépite qui conquiert peu à peu les clients

« Avec ce nouveau logiciel, le dirigeant d'Edicia avait entre les mains une pépite mais il ne voulait pas en assurer le développement. Je suis arrivé dans la société fin 2011 pour en assurer la commercialisation », raconte Vincent Loubert, aujourd'hui président d'Edicia (24 salariés). **Créée en 2003**, la PME n'est plus une **start-up** mais présente en effet des résultats bien en deçà de son potentiel : une centaine de villes clientes et un **chiffre d'affaires** de **1,5 million d'euros**.

En un an, elle conquiert 150 clients - des communes de 5.000 habitants aux communautés urbaines, comme Boulogne-Billancourt ou Grand Paris Seine - et enregistre une croissance de près de 50%. Un succès dû à sa dynamique commerciale mais également à la **créativité de son service R&D** : son offre s'enrichit de logiciels de remontées d'informations citoyennes et de portails agrégeant l'ensemble des données. « Disponibles gratuitement sur internet, les logiciels permettent aux particuliers de signaler des agressions ou des dégradations d'horodateurs. Nous avons également développé un **outil de « searching »** qui fait remonter des informations de la toile comme les apéros géants, les matchs de foot. La police peut ainsi adapter les dispositifs de sécurité aux événements ».

Le parcours du combattant pour lever des fonds

Malgré cette croissance, l'entreprise n'est pas encore rentable. Pour accélérer son développement commercial, Vincent Loubert a besoin de financements extérieurs. Il constitue un binôme avec un consultant, Guillaume Anselin, du cabinet Soreval, pour travailler son argumentaire et faire le tour des investisseurs. « Il est extrêmement compliqué de lever des fonds. En gros, il faut avoir un **bon produit, un excellent positionnement et une fenêtre de tir dans un marché en croissance**. Et n'être pas tout à fait rentable mais presque », résume-t-il.

L'entrepreneur apprend l'art de la synthèse et de la simplicité d'expression pour sensibiliser des investisseurs peu versés dans les nouvelles technologies. « Il faut se montrer **transparent, ambitieux et capable de mener un développement rapide** de la société. Les fonds « achètent » aussi le dirigeant ».

A la conquête de la sécurité « privée »

Son discours se révèle convaincant : le fonds de capital-développement **Newfund met 1,5 million d'euros sur la table**. Une somme conséquente dont il extraira 200.000€ pour assurer l'équilibre financier de l'entreprise. Tout le reste sera affecté au **développement commercial et marketing**. « Nous sommes déjà bien implantés sur le marché des collectivités mais **le privé reste à conquérir** », note Vincent Loubert. Les cibles ? Les banques et les sociétés de transport comme la SNCF ou la RATP qui ont des services de sécurité privée. Mais aussi le ministère de l'Intérieur qui s'intéresse de près à sa technologie.

Bref, le marché français est loin d'être saturé mais Edicia regarde déjà au delà des frontières hexagonales. Plutôt que de créer des antennes à l'étranger, la société entend commercialiser ses solutions **en marque blanche** grâce à des partenariats avec des groupes internationaux. Elle en a d'ores et déjà noués avec Motorola, Vinci Park ou Paybyphone. L'entreprise vise un chiffre d'affaires de **3 millions d'euros l'an prochain et de 6 millions d'euros à horizon 2017**.

Écrit par *Ophélie Colas des Francs, journaliste*

Les Echos management © 2013