

Comment la startup familiale Ubiquid s'est imposée dans le milieu de la SilverTech

Ubiquid est entrée dans le marché des SilverTech grâce à un système de traçage des vêtements des résidents en maisons de retraite. Les projets se multiplient depuis.

Temps de lecture : minute

22 mai 2023

La startup française Ubiquid est avant tout une histoire de famille. Il y a une dizaine d'années maintenant, deux frères, Henri et Thierry Hollier-Larousse, rencontrent un problème récurrent. À chaque fois qu'ils rendent visite à leur grand-mère à l'EHPAD, l'un de ses vêtements a comme disparu dans les méandres de l'établissement. Une paire de chaussettes, un gilet, une veste... c'est la même rengaine chaque semaine. Ils se rendent bien compte que le problème ne vient pas d'une mauvaise volonté de la part des soignants, mais plutôt qu'il s'agit pour ces derniers... d'un véritable casse-tête.

Une solution logistique appliquée aux maisons de retraite

Henri Hollier-Larousse, ingénieur de formation, travaille alors dans le secteur de la logistique, où il découvre l'existence d'une technologie, la RFID. Il s'agit de puces ou étiquettes capables d'émettre un signal par ondes radio et d'identifier ou localiser soit une personne, soit un objet, à une dizaine de mètres de distance. Mais alors, pourquoi ne pas les utiliser pour localiser les vêtements des résidents en EHPAD ?

Avec son frère - puis leur père-, ils se décident à tenter l'expérience de l'entrepreneuriat : *"Nous avons débuté l'aventure en 2013, nous raconte Henri Hollier-Larousse. Notre étude de marché a été très simple : on a évalué les coûts, puis on est allés voir une dizaine de maisons de retraite pour leur présenter le projet. On leur a dit très simplement que nous n'avions aucune ligne de code, mais que s'ils payaient 30 % du produit maintenant, ils auraient quelque chose un an plus tard. Et c'est ainsi que l'on a signé nos six premiers clients."*

Le pari était osé, mais s'est finalement avéré gagnant. Bien qu'il ait fallu plutôt deux années plutôt qu'une pour développer une première version du logiciel satisfaisante, Ubiquid était lancée. *"Le fait que des établissements aient accepté de signer tout de suite, c'était pour nous une superbe preuve, une validation quant au fait que l'on réponde à un vrai besoin, dans un marché où nos interlocuteurs ne sont pas forcément très adeptes de nouvelles technologies à la base."*

La SilverTech, un marché complexe ?

Outre cette barrière à l'entrée, en France comme ailleurs dans le monde, le marché de la SilverTech a connu ces dernières années quelques frayeurs. Les startups spécialisées dans les services ou produits à destination des plus de 60 ans ont été fortement touchées par la crise du Covid-19. D'après un baromètre du cluster Silver Valley que nous avons pu consulter en 2020, 53 % des sociétés adhérentes à l'organisation se disaient alors vulnérables, le manque de stabilité financière demeurant leur principale crainte.



À lire aussi

40 startups de la SilverTech dans lesquelles investir

Chez Ubiquid, on reconnaît volontiers que la SilverTech n'est pas le marché le plus simple à pénétrer. *"C'est un marché qui est en train de se développer, détaille Henri Hollier-Larousse, dans lequel il y a de l'argent... mais qui est surtout destiné au personnel, qui demeure le principal atout de ces structures. Il y a peu d'argent pour l'innovation."*

Cet obstacle, Ubiquid le contourne à sa façon, en proposant des services qu'il juge suffisamment utiles et pratiques, pour que les Ehpad et autres établissements y voient un réel intérêt, et acceptent d'y investir une partie de leur budget. Le cofondateur de la startup identifie trois principaux axes concernant ces attentes : *"ils recherchent des solutions qui leur font gagner du temps, gagner en qualité de service, ou qui permettent de créer du lien avec les résidents."*

Comment Ubiquid diversifie son activité

Le système de traçage des vêtements d'Ubiquid lui a déjà rapporté 500

clients répartis entre la France, la Belgique et la Suisse. Et pour accroître la valeur ajoutée de leur produit existant, la startup a récemment développé une seconde offre, l'alerte errance. Grâce aux étiquettes RFID présentes sur tous les vêtements des personnes âgées, elle peut désormais envoyer une alerte lorsqu'un résident quitte une zone définie. Un concept validé en amont par la CNIL au regard des questions de vie privée, et surtout, très demandé par les clients d'Ubiquid...

Leur prochain projet ? S'internationaliser, créer une alerte anti-chute à partir des étiquettes RFID pour sécuriser les personnes âgées la nuit et alerter le personnel en cas de soucis - un brevet a d'ores et déjà été déposé à ce sujet -... et peut-être se diversifier en termes de marché. Leurs étiquettes intéresseraient en effet d'autres types de clients, comme les conciergeries pour Airbnb, de plus en plus nombreuses... et parfois un peu perdues dans la gestion du linge.



À lire aussi

La marketplace Skarlett réinvente le pouvoir d'achat des plus de 60 ans
