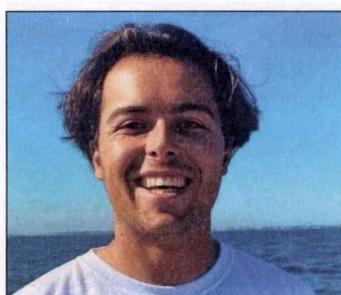




nouvelle économie...



>> Interviews

propos recueillis par **Yannick Urrien**

La première application pour accélérer la numérisation des ports de plaisance.

Louis de Boislaville, cofondateur d'Izysa :

« Notre objectif est de devenir le leader français du digital pour les ports de plaisance. »

La start-up Izysa, qui fêtera bientôt ses trois ans, accélère son développement en France et à l'international. La levée de fonds, clôturée en juillet dernier, a permis de recueillir 550 000 € qui serviront à consolider son activité et à booster sa croissance, avec l'acquisition de nouveaux clients dans l'hexagone, l'implantation sur de nouveaux territoires en Europe et le recrutement de nouveaux collaborateurs. Créée en janvier 2021 par Marc et Louis de Boislaville, la société Izysa met gratuitement à la disposition des plaisanciers son application éponyme, disponible sur iOS et Android. Izysa s'affirme comme le premier dispositif d'assistance aux plaisanciers dans leurs démarches auprès des acteurs portuaires et des prestataires de services alentour. L'offre d'Izysa se compose de trois solutions. D'abord, une application portuaire avec des services digitaux pour les ports de plaisance, afin de simplifier la communication avec les plaisanciers (enregistrement des escales, réservations des services du port comme la cale de mise à l'eau...). Ensuite, un service clients, en relais des capitaineries, pour répondre aux demandes des plaisanciers pendant les horaires d'ouverture ou en astreinte téléphonique 7j/7. Cela permet ainsi d'avoir toujours un service client actif afin de répondre aux interrogations des plaisanciers en escale ou des résidents. Enfin, une marketplace intégrée à l'application, qui est gérée soit par les partenaires locaux d'Izysa, soit par le port de plaisance lui-même, sous la forme d'une marque blanche. Depuis la première commercialisation qui a eu lieu il y a un an, la société connaît une croissance robuste. Aujourd'hui, 397 ports en France sont équipés de la marketplace, tandis qu'une vingtaine de ports disposent de l'application portuaire et du service clients. L'un des objectifs pour 2024 est de signer 50 nouveaux contrats avec les ports de plaisance.

L'Hebdo-Bourseplus :

Êtes-vous partis du constat que c'est dans le domaine du nautisme que nous sommes encore dans l'artisanat le plus complet ?

Louis de Boislaville :

Je suis né en 1997 et je fais partie de la génération de la digitalisation, avec des logiciels et des applications, pour simplifier notre usage au quotidien. Je navigue depuis que je suis petit. Que ce soit pour les études ou pour son domaine professionnel, nous utilisons tous des applications et la digitalisation est permanente. Pourtant, les ports de plaisance, en France ou dans le monde, n'ont pas encore fait leur

transition numérique. Cela se fait au moment où je vous parle. J'étais agent portuaire au port de la Trinité-sur-Mer et, pour gagner du temps, avoir des informations rapidement, éviter de passer par la capitainerie, il est indispensable de passer par une solution numérique.

Comment avez-vous été reçus par les ports ?

Nous sommes bien reçus par les ports de plaisance, parce qu'ils reçoivent des aides publiques. Il y a 30 millions d'euros d'aides publiques chaque année, pour favoriser la numérisation ou la transition écologique. Face à un port de plaisance, nous vendons, non pas de la technique, mais de la valeur ajoutée.

C'est aussi un gain de chiffre d'affaires et de visibilité. Donc, nous sommes bien reçus par les ports et, en plus, la structure existe depuis trois ans. Il a fallu faire de la pédagogie, mais depuis l'année dernière, nous avons de belles références.

À terme, sera-t-il aussi simple de réserver une place de port que pour une place de parking ?

Nous l'espérons. Nous travaillons dessus et nous proposons des interfaces qui permettent aux ports de plaisance d'optimiser leurs places à l'année. Nous avons un module qui permet à un plaisancier de déclarer un départ et un retour, ce qui lui confère des points de fidélité et ensuite des réductions.

tions sur les services internes. Les ports vont pouvoir avoir des places supplémentaires et les plaisanciers seront gagnants en bénéficiant de services supplémentaires. Nous travaillons aussi beaucoup avec les ports à sec. On pourra demander très facilement que le bateau soit mis à l'eau, donc il sera beaucoup plus simple de trouver des places, en escale ou à l'année. Il faut savoir que la moyenne de sortie d'un bateau est de trois jours par an et nous essayons de changer cela pour générer de nouvelles places.

Il y a aussi beaucoup de gens qui ont peur de s'adresser à des ports pour demander une place...

C'est vrai, les gens ont aussi peur d'un manque d'information, notamment sur les dangers ou les marées, et notre application propose des informations en temps réel. Nous travaillons avec le port de Saint-Malo et nous avons mis un service clients en place pour répondre aux questions sur le seuil de marée. En effet, 80 % des appels reçus au port de Saint-Malo cet été concernaient des demandes de seuil, à savoir si avec tel tirant d'eau, le bateau allait passer dans deux heures ou dans trois heures...

Comment cela fonctionne-t-il ? Qu'est-ce qui vous différencie d'une application comme Navily ?

Navily est notre partenaire, nous travaillons avec eux. C'est une application qui apporte des informations de sécurité sur la zone de mouillage. C'est aussi une très belle solution de réservation dans les ports. Donc, nous avons intégré ce service dans notre application. Nous faisons 95 % de notre

chiffre d'affaires avec les ports de plaisance. Nous avons trois offres. La première, c'est une seule et unique application portuaire pour proposer des informations et des services, dont de communication. Nous avons aussi un service clients pour récupérer les appels qui ont une faible valeur ajoutée pour les ports de plaisance. Cela permet de libérer du temps aux équipes portuaires. Ce sont souvent des appels sur la météo ou sur la fermeture du port. Nos équipes sont toutes formées, tout le monde a son permis bateau, donc elles sont totalement compétentes pour répondre. Un petit port de plaisance peut gagner environ deux heures par agent et un plus gros port peut gagner jusqu'à quatre heures par jour par agent. Ce temps permet d'améliorer le service et l'accueil des plaisanciers. Nous avons aussi un service d'astreinte quand le port est fermé le soir ou le week-end. Les ports peuvent donc élargir leurs horaires d'ouverture. Nous sommes en capacité d'accueillir à distance, de placer le plaisancier à distance, et même de l'enregistrer à distance pour qu'il évite de passer en capitainerie le lendemain matin.

Votre implication peut aussi inciter les plaisanciers à faire davantage de plaisance hors saison, puisqu'ils pourront trouver une place de port plus facilement...

Nous ne voulions pas proposer uniquement des solutions aux plaisanciers qui sont en contrat à l'année, mais aussi à ceux qui sont en escale. Nous sommes la seule solution totalement adaptée à la plaisance annuelle, tout comme à la plaisance touristique. Nous avons des modules qui fonctionnent toute l'année et les ports s'y retrouvent évidemment.

Dans bon nombre de ports de plaisance, les agents font un travail de police, car parfois les plaisanciers ont tendance à se placer n'importe comment. Il va falloir aussi respecter une certaine discipline...

C'est de la pédagogie. Certains ports sont connectés avec des caméras, avec de l'intelligence artificielle. Nous travaillons avec une entreprise bretonne qui a développé une intelligence artificielle qui permet de savoir immédiatement si une place est libre, ou non, ou si le bateau est sorti. Nous travaillons main dans la main avec cette structure. Actuellement, on n'arrive pas à avoir 100 % de réussite sur une place libre, car un pêcheur ou quelqu'un peut arriver à la dernière minute et il ne faut pas oublier que le port de plaisance doit d'abord être un abri pour les marins. Donc, on n'arrivera jamais à 100 % de réussite, parce qu'il faut accueillir tout le monde et de plus en plus.

Enfin, comment allez-vous développer ?

Nous avons eu la chance d'avoir la confiance et l'engagement d'investisseurs privés. Nous venons de réaliser une levée de fonds de 550 000 € et notre objectif est de devenir le leader français du digital pour les ports de plaisance. Ensuite, nous allons proposer notre solution à tous les ports européens qui ont besoin d'accompagnement et de visibilité. Nous venons de recruter un commercial qui est basé au Portugal et qui a pour ambition de développer le Portugal et l'Espagne. Nous avons aussi l'ambition de développer le marché italien. Notre objectif est d'ouvrir deux pays par an. ■