

|     |                               |                   |   |
|-----|-------------------------------|-------------------|---|
| 199 | UTBM<br>Service communication | l'Est Républicain | 30 octobre 2016   |
|     |                               | l'Aire urbaine    | diplômé UTBM - EDIM - Vincent Poyer -<br>sacoche intelligente - Neophoria |

# Fer de lance de la néo-marroquinerie

Diplômé de l'UTBM (filiale EDIM, site de Montbéliard), Vincent Poyer a imaginé une sacoche en cuir intelligente. À l'ère du numérique, elle préfigure une nouvelle génération d'articles de marroquinerie.

**A** première vue, c'est une sacoche en cuir tout à fait comme les autres. À première vue seulement. Car il faut l'inspecter sous toutes les coutures, repérer les logements, soigneusement dissimulés, qui hébergent des modules électroniques, et surtout écouter les explications de son concepteur, pour imaginer que cet objet pourrait bien incarner le futur de la marroquinerie de luxe.

« C'est une sacoche intelligente », précise Vincent Poyer, diplômé de l'UTBM et de sa filiale EDIM (Ergonomie, Design, Ingénierie Mécanique). « L'idée, c'est d'associer technologie et marroquinerie afin de faciliter le quotidien des propriétaires de sacs, porte-documents et autres attachés-cases, de répondre à leurs besoins et leurs attentes », résume-t-il. « Notre cible, ce sont les actifs urbains, nomades, qui vivent à 100 à l'heure ».

**« Avec Neophoria, on aimerait devenir le Tesla de la marroquinerie »**

Trois axes de développement ont nourri sa réflexion et présidé à la création de sa



■ Dessinée avec la technologie 3D et fabriquée par des étudiants du lycée des Huisselets (formation aux métiers du cuir), cette sacoche imaginée par Vincent Poyer abrite une architecture électronique soigneusement dissimulée. « La technologie doit être invisible. » Photo Lionel VADAM

start-up baptisée Neophoria (Lire ci-contre) : « Transporter les affaires, les sécuriser et recharger les appareils, comme les smartphones et les ordinateurs portables », liste-t-il en précisant que « l'ensemble des fonctionnalités proposées sera dévoilé courant 2017 ». Pour recharger la batterie d'une sacoche intelligente, il suffira de la brancher chez soi, sur le secteur, de la même manière que l'on branche une voiture électrique. « On aimerait de devenir le Tesla (1) de la marroquinerie ».

Vincent Poyer utilise à dessein le pronom « on », car s'il est l'initiateur du projet auquel il envisage de se consacrer à plein-temps dès janvier 2017 (il travaille actuellement à Paris pour une société de conseil en performance économique), il n'est

pas seul. Il a trois associés, des copains d'enfance aux formations et aux compétences complémentaires. « Il y a Alexis, ingénieur en électronique, Pierre, ingénieur en électronique et informatique, et Geoffrey, titulaire d'un master en marketing. »

## Le lycée des Huisselets dans l'aventure

« Créer seul une entreprise, c'est impossible », estime-t-il. « Il faut une multitude de compétences, de profils qui maîtrisent parfaitement leur sujet. Une bonne idée, qui plus est, ne suffit pas. Il faut bien étudier le marché, répondre à des besoins, être à la pointe de la technologie en constante évolution. Il faut à la fois être dans le présent et avoir un pied dans le futur. »

Après avoir conçu leur sa-

coche intelligente à l'aide de la technologie 3D, Vincent Poyer a fait fabriquer une « preuve de concept » - il préfère cette expression au mot « prototype » - par des élèves du lycée des Huisselets à Montbéliard qui forme aux métiers du cuir. « Elle montre que la technologie est mature ».

Vincent, Alexis, Pierre et Geoffrey, quatre mousquetaires de la néo-marroquinerie âgés entre 25 et 27 ans, sont actuellement en quête de partenaires pour parfaire le développement de leur invention. Ils ont par exemple rejoint le cluster Genaris Group (2), basé en Ile-de-France, et son accélérateur de start-up Bubble Farm. Ils se sont encore approchés de Dassault Systèmes, éditeur de logiciels spécialisés dans la conception 3D, et ont intégré son 3DExperience

## Ce que signifie le mot Neophoria

► « Il exprime toutes les valeurs que l'on souhaite proposer à nos futurs clients », souligne Vincent Poyer.

► « Néο », du grec « neos » (nouveau) : « C'est la nouveauté de nos produits, l'innovation dans le développement de la marroquinerie ».

► « Phoria », du grec « pherein » (porter) : « On transporte les affaires de nos clients que l'on transporte dans de nouvelles expériences. On transporte aussi la technologie ».

► Le néologisme Neophoria rime encore avec euphoria : « C'est l'excitation quand on achète un beau produit, c'est le bien-être pour nos clients à travers nos services ».

► Avec le jeu des consonances : Neophoria, it's « new for you ».

Lab. Actuellement, ils préparent une nouvelle « preuve de concept » qui sera toujours fabriquée par des étudiants du lycée des Huisselets.

« Notre objectif, à terme, c'est de produire des préséries de nos articles de marroquinerie en Franche-Comté en nouant des partenariats avec des manufactures locales ». À suivre, donc.

**Alexandre BOLLENGIER**

(1) Constructeur de voitures électriques sportives haut de gamme, la Californien Tesla Motors a apporté des technologies de rupture dans l'automobile. (2) Ce cluster regroupe des entreprises spécialisées dans différents domaines (économie, performance économique, financement de l'innovation, ingénierie systèmes, etc.) et qui partagent leur savoir-faire et leur expertise avec les jeunes pousses.

## « Notre génération a envie de travailler pour elle-même »

Ce qu'a aussi dit Vincent Poyer.

**Intelligente, pas connectée.** « Nous ne faisons pas de la marroquinerie connectée. Cet adjectif, on le voit partout, il peut aussi faire peur. Or nous ne ferons pas de collecte de données. »

**Économie circulaire.** Pour les artisans de Neophoria, « le luxe, c'est aussi prendre soin de l'environnement. Nos produits réintégreront à l'économie circulaire (recyclage des composants élec-

troniques). Ils intégreront les dernières évolutions des technologies et pourront être upgradés (mis à niveau). On pourra par exemple remplacer très facilement la batterie par un modèle plus performant. »

**Concours.** Vincent Poyer et ses associés se sont inscrits à plusieurs concours. « Nous sommes les lauréats 2016 du concours de la Fondation UTBM dans la catégorie Alumni (ndlr : qui couronne un projet revêtant un caractè-

re sportif, culturel ou humanitaire ou ayant un objectif de développement durable). Nous avons encore candidaté au prix national PEPITE (Tremplin pour l'entrepreneuriat étudiant) dont le palmarès sera dévoilé courant novembre. » Parmi les quatre associés de Neophoria, Vincent Poyer est le seul diplômé de l'UTBM. Les autres ont fait leurs études à Paris ou Marne-la-Vallée.

**Challenges.** « J'aime les

challenges, le management, l'innovation. Notre génération a envie de travailler pour elle-même, d'être son propre patron. On n'a pas besoin d'avoir une expérience de trente ans pour créer une entreprise, mais il faut bien s'entourer, bien mûrir son projet, prendre les bons conseils. D'autres ont sans doute eu la même idée que nous, mais notre équipe est solide, maîtrise son sujet. Avec nos partenaires, on se

bat, on essaie d'avancer vite, sans griller les étapes. »

**Coups de pouce.** « Dans l'écosystème français, il existe beaucoup d'aides pour les jeunes entrepreneurs et de nombreux accélérateurs de start-up, on ne le dit peut-être pas assez », regrette-t-il. « La Bourse French Tech, l'outil-phare du financement de la création d'entreprises innovantes, est aussi très précieuse. »

**A.B.**