

## SCALITY, LE SPÉCIALISTE DU CLOUD INTELLIGENT

La start-up a acquis ses lettres de noblesse dans la gestion de données des entreprises dans le cloud.

Créée en 2009, l'entreprise décolle rapidement. Elle pose même un pied dans la Silicon Valley. Innovante, elle réussit à prendre le train du marché du cloud hybride, cette solution qui associe cloud interne et externe. Aujourd'hui, la jeune pousse revendique près de 200 clients, allant de Natixis jusqu'aux hôpitaux en passant par les télécoms ou les médias. Mais elle doit continuer à faire évoluer son modèle. En 2017, elle présente ainsi Zenko, une solution multi-cloud ouverte, où les données sont logées sur plusieurs serveurs dématérialisés distants, privés et publics. De quoi décontenancer les équipes attachées au modèle propriétaire. Scality a levé 60 millions d'euros en 2017, qui lui ont permis d'optimiser sa solution Zenko.



332

## RECIF TECHNOLOGIES ÉVITE L'ÉCUEIL



343

Après avoir frôlé le dépôt de bilan dans les années 2000, le fabricant de robots destinés à l'industrie des semi-conducteurs a retrouvé le chemin de la croissance et de la rentabilité.

Ses robots, spécialisés dans la manipulation des « wafers », les disques de silicium sur lesquels sont gravés les composants électroniques, ont conquis les leaders mondiaux, de Samsung à TSMC. L'entreprise propose des robots ultrapropres, indispensables à la fabrication de circuits imprimés miniatures et s'est imposée comme le fournisseur exclusif du CEA-Leti à Grenoble.

## LE SLIP FRANÇAIS MET LE PAQUET SUR LA CROISSANCE

316



Fabriquer des vêtements dans l'Hexagone et devenir rentable? C'est l'équation résolue par Le Slip Français et son fondateur Guillaume Gibault.

Le Slip Français s'est concentré sur l'e-commerce en proposant des produits – les sous-vêtements – adaptés à ce mode de consommation. Le succès de la marque doit beaucoup à des campagnes publicitaires reposant sur l'actualité – comme l'élection présidentielle de 2012 – et à une utilisation intelligente des réseaux sociaux. L'accélération de la croissance, avec un chiffre d'affaires passé de 3,7 millions d'euros en 2015 à plus de 13 millions en 2017, a permis d'élargir la gamme de produits et d'ouvrir une dizaine de boutiques physiques. L'arrivée de nouveaux capitaux, avec les 8 millions d'euros fournis par le fonds d'investissement Experienced Capital Partners, devrait permettre un développement à l'international, toujours en surfant sur la *made in France*. Six ans après sa création, la rentabilité est à portée de main.

## ANUMAN INTERACTIVE EST TOMBÉ DANS LE CHAUDRON

361



© mattec.it

La société parisienne était choisie en février 2018 par les éditions Albert René pour adapter en jeu les aventures d'Astérix.

En novembre, Anuman sortait une version remastérisée pour PS4, Xbox One, Switch et PC d'Astérix & Obélix XXL 2 : Mission Las Vegum et annonçait le lancement Astérix & Obélix XXL 3 pour 2019. Créée en 2000, Anuman Interactive propose des logiciels de vie pratique ou des jeux d'aventure et a pris le virage des applications pour smartphones en exploitant des licences comme Garfield ou les Tuniques bleues.