

# Molluscan-Eye convainc ses premiers clients

Hébergée au sein de la technopole Bordeaux Technoport, l'entreprise fournit une technologie de surveillance des eaux grâce à l'étude de l'état de santé des animaux



Molluscan-Eye teste sa technologie depuis plusieurs mois à la sortie de la station d'épuration de Saucats, en Gironde. MOLLUSCAN-EYE

Stéphanie Lacaze  
s.lacaze@sudouest.fr

À l'heure de la retraite, il y en a qui choisissent d'en profiter avec un bon bouquin au coin du feu. Jean-Charles Massabuau, lui, a lancé une start-up. Directeur émérite de recherche au CNRS, longtemps basé à la station marine d'Arcachon, il a passé une grande partie de sa vie à étudier les animaux aquatiques, notamment les huîtres et les moules. Une vie de recherches qui s'est concrétisée avec Molluscan-Eye, la société qu'il a fondée en mars 2023 avec Ludovic Quinault. Durant ses années de chercheur, il a mis au point, en collaboration avec

des ingénieurs électroniciens, une technologie pour étudier l'état de santé des animaux tout en respectant leur bien-être. « C'est un outil qui permet de lire sur leurs lèvres – leurs valves – de façon très précise grâce à des mini-électrodes. À partir du moment où les animaux vont bien, on sait que leur environnement va bien. Et cela permet une biosurveillance du milieu. »

#### « Un projet viable »

La première mise à la mer a eu lieu en 2006, à Arcachon, puis la technologie a été testée dans différentes mers, du pôle Nord aux tropiques, et avec différents mollusques durant seize ans. « L'idée était d'en faire un

produit efficace et fonctionnel et qui pouvait marcher commercialement », poursuit Jean-Charles Massabuau. Mais quand on a fait toute sa carrière au CNRS, on n'a pas forcément la bosse du commerce. Il fallait au chercheur un associé

« Quand les animaux vont bien, on sait que leur environnement va bien »

pour se lancer. Ludovic Quinault, ancien dirigeant de SKF, marque espagnole de mode durable, cherchait de son côté « un projet qui le fasse

rêver ». Depuis, les deux cofondateurs ne ménagent pas leur peine pour faire de Molluscan-Eye un « projet viable ». « On doit adapter notre technologie au marché et en même temps en faire une entreprise rentable, c'est un double challenge », confirme Ludovic Quinault.

Les pieds dans l'eau, Jean-Charles Massabuau est allé installer lui-même le dispositif test dans le ruisseau en amont et en aval de la station d'épuration de Saucats (33). Une poche de 16 corbicules, des palourdes d'eau douce, permet de mesurer en continu l'impact des rejets et une éventuelle pollution en amont de la station. « C'est un concours lancé par Suez, l'exploitant, que nous avons gagné, expliquent les deux cofondateurs. Notre outil l'a convaincu et il nous demande maintenant une proposition commerciale. »

#### Visibilité

En janvier, Molluscan-Eye est allé présenter sa solution au CES (Consumer Electronic Show) de Las Vegas. Un déplacement qui lui a apporté une belle couverture médiatique. « Notre sujet intéresse à l'international avec des médias comme Forbes ou la BBC, appuie Ludovic Quinault. Cela nous fait accélérer en termes de notoriété. Nos clients sont de gros acteurs industriels ou des collectivités, s'ils connaissent notre utilité, ils nous contactent. » En attendant de faire fructifier les contacts noués aux États-Unis, l'entreprise est sollicitée pour la surveillance du milieu autour du projet Pure Salmon au Verdon (33) et elle a déjà signé des contrats avec la CCI de Nice Côte d'Azur et le gouvernement de Polynésie française, entre autres.

## L'HOMME DE LA SEMAINE



FELIX ET ASSOCIÉS

### Thomas Félix Dirigeant de Félix et Associés

Des étapes, Thomas Félix en a franchi un grand nombre, avec succès, depuis la création, à Bordeaux, en 1999, de son cabinet de design global : Félix et Associés. Après un démarrage réussi réalisé aux côtés de deux associés, le cabinet compte 15 collaborateurs, ce qui en fait une des plus importantes agences de la région. 15 salariés, ou presque, puisque deux d'entre eux viennent tout juste de passer associés à leur tour.

« Notre cabinet se structure, se transforme. Ces nouveaux associés qui excellent dans leurs domaines renforcent durablement certaines de nos expertises », assure Thomas Félix. L'agence qui porte son nom est présente dans le design industriel, le design de produit, de marque, d'espace, l'éco-design... autant de marchés porteurs.

« Les entreprises qui ont des projets innovants se font quasi systématiquement accompagner sur des questions de design » assure le dirigeant. Les chiffres parlent pour lui. En 2019 Félix et Associés comptait 7 salariés... Aujourd'hui, le cabinet, qui a toujours été rentable, réalise 1,45 million d'euros de chiffre d'affaires auprès de PME locales, dans tous les secteurs, de l'industrie au commerce, mais aussi de grands groupes nationaux, comme Thales, Colas ou Onepoint.

P.R.

## Pour Web Stratégies, les Jeux olympiques ont débuté

À l'occasion de ses prestations liées aux Jeux olympiques de Paris, l'agence bordelaise Web Stratégies veut renforcer son activité sport

Elle a été créée en 2006 à Paris, mais c'est à Bordeaux que, depuis 2010, la société Web Stratégies se fait un nom dans le monde des agences web. Elle est spécialisée dans la création de sites web, la gestion de réseaux sociaux, le développement web et le web design – la création de sites – avec un univers très empreint de sport. Ballons et maillots dédiés qui décorent les bureaux idéalement placés au bout du pont de pierre, rive droite de Bordeaux, en témoignent.

« Nous avons pour clients des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, notamment en Nouvelle-Aquitaine, mais c'est vrai que notre business a souvent le sport de haut niveau pour fil conducteur. Le sport, c'est 60 % de notre chiffre d'affaires », reconnaît

Eric Litzler, codirigeant, avec Arnaud Pedenon, de Web Stratégies.

#### Recrutement nécessaire

Un « fil conducteur » qui permet à l'agence de décrocher des contrats auprès de clubs professionnels, de grands comptes, comme les fédérations sportives, mais aussi des entreprises qui, à l'image du groupe BPCE (Banque Populaire Caisse d'Épargne), sont très présents dans le monde sportif et qui les missionnent pour animer leurs réseaux sociaux, créer et faire vivre les sites des sportifs ou équipes qu'ils sponsorisent.

L'agence va suivre les sportifs et leurs sponsors jusqu'au cœur des JO de Paris. « Le groupe BPCE nous confie déjà le suivi, l'animation des réseaux

sociaux, le live des compétitions de basket, handball, voile, surf... Et des 247 athlètes qu'il soutient. Pendant les Jeux olympiques de Paris, Banque Populaire et Caisse d'Épargne ont de grosses ambitions en termes de retombées. Nous allons devoir recruter deux à trois personnes pour renforcer notre équipe de 17 salariés afin d'y répondre », confie Arnaud Pedenon.

Outre ses activités d'agence web, la société gère aussi un site marchand dédié aux loisirs : « Atout Loisir ». Une société qui a déjà décroché l'or, six mois avant les Jeux, sur le plan du business. En deux mois, l'agence, qui a toujours été rentable, a sécurisé l'équivalent de 90 % de son chiffre d'affaires de 2023.

Pascal Rabiller



Eric Litzler et Arnaud Pedenon, debout, aux côtés d'une partie de leur équipe. THIERRY DAVID / « SO »