

part-  
essins  
essin  
t son  
qui  
atrice  
ce  
ont  
pour  
rique  
osés,  
sem-

#### LE LIVRE JEUNESSE

90 millions  
d'exemplaires vendus  
en 2015, hors BD  
et manga

13,5%  
du marché du livre

dement approprié l'objet. Nous allons y réimprimer 150 000 exemplaires», indique Claire Fäy. Les cahiers vont aussi être traduits aux États-Unis et en Australie. Les Cahiers de dessin animé ont demandé un lourd investissement de 100 000 euros pour créer l'application mobile.

À cela s'ajoute de 30 000 à 40 000 euros pour la conception de chaque ouvrage. Éditions animées a été approché par Crayola et Disney, qui ont lancé par la suite leurs propres offres de cahiers de coloriage en réalité augmentée. Les crayons Bic se sont aussi engouffrés dans la brèche avec leur collection Drawy Book. La start-up française va de son côté poursuivre ses sorties à un rythme soutenu. Des cahiers pour tous les âges sont à l'étude. ■

# Privateaser s'attaque au petit événement

## En plein essor, la start-up vient de lever 3 millions d'euros.

ALEXANDRE DEBOUTÉ @axel\_deb

**COMMUNICATION** Les petites agences événementielles ont du souci à se faire. Sur leur marché, un nouvel entrant est en train de casser la baraque. En seulement deux ans d'existence, la start-up Privateaser a séduit des clients aussi prestigieux qu'Orange, Capgemini, Google ou le PSG - au total 400 000 particuliers et plus de 500 entreprises - avec sa plateforme en ligne de réservation d'événements. Privateaser, qui référence un millier de lieux à Paris, leur propose de choisir un endroit et de les mettre en relation avec les managers de bars, restaurants, lofts ou péniches pour organiser leurs événements. Bref, ce qui se fait déjà dans l'hôtellerie ou la restauration, Privateaser veut l'appliquer à son marché. Pour se rémunérer, la start-up prend une commission de 10 % du devis proposé par le lieu choisi.

### Plus de transparence

« Nous voulons ubériser ce marché encore très opaque, explique Nicolas Furlani, le PDG de Privateaser, qui a cofondé la société avec deux autres anciens de Centrale Paris. Aujourd'hui, nos clients sont en grande majorité des particuliers, mais d'ici à un an ou deux, nous pensons que nos services intéresseront en majorité des entreprises en recherche de bons prix pour de petits événements, comme des "afterworks" ou des réunions de commerciaux. Celles-ci avaient pour habitude de passer par des agences qui leur facturaient une commission en plus du prix de la prestation elle-même. Ces pratiques devraient disparaître. » Privateaser leur promet d'apporter de la transparence sur les prix et une profondeur d'informations inédite, sur la configuration des lieux, leur capacité et plus généralement leurs spécificités, tout cela en temps réel.

Après avoir suscité l'intérêt de Kerala Ventures, qui a investi 300 000 euros dès 2014, la société vient de convaincre le fonds ISAI fondé par Pierre Kosciusko-Morizet, Geoffroy Roux de Bézieux et Stéphane Treppoz de participer à un tour de table de 3 millions d'euros. Les perspectives de Privateaser sont prometteuses. Opérant sur un marché estimé à 4 milliards d'euros rien qu'en France, la société, qui devrait quadrupler son chiffre d'affaires cette année (elle ne communique pas de chiffres), ne s'est pour l'instant développée qu'à Paris intra-muros. Le potentiel en France en dehors de la capitale est important. L'argent levé

devrait lui permettre d'étoffer ses équipes et d'étendre son offre à l'ensemble de la région parisienne puis en région. Un test devrait aussi être fait à l'international, probablement en Espagne, à Madrid ou Barcelone, dès l'année prochaine. Une cinquantaine de personnes devraient être recrutées dans les deux prochaines années pour améliorer l'ergonomie de la plateforme et étoffer progressivement l'offre de nouveaux lieux.

Privateaser cible les petits événements organisés pour moins de 300 personnes et dont le budget s'élève en moyenne à quelques milliers d'euros. « Nous ne nous adressons pas au marché des conventions d'entreprises, congrès ou colloques, qui exige du sur-mesure et dont le coût dépasse rapidement 50 000 ou 100 000 euros », précise Nicolas Furlani. De son côté, le syndicat des agences événementielles estime que Privateaser ne devrait pas faire trop de mal aux agences qui proposent, selon lui, « au-delà du seul opérationnel, des prestations à forte valeur ajoutée qui s'inscrivent dans des stratégies globales de marque ». ■

## EN BREF

### PATRICK SAINT-PAUL PRIX VARENNE 2016

Le journaliste du Figaro est le lauréat du prix Varenne 2016 dans la catégorie presse quotidienne nationale pour son reportage intitulé « Le pêcheur de morts ».

### FACEBOOK MET DES JEUX DANS MESSENGER

Le réseau social a lancé mardi dans une trentaine de pays une nouvelle plateforme permettant de jouer depuis sa messagerie mobile Messenger ou le fil d'actualité de ses utilisateurs.

### LA TÉLÉ PUBLIQUE ALLEMANDE PRIVÉE DE JEUX OLYMPIQUES

Détenteur des droits, le groupe américain Discovery diffusera en exclusivité les JO de 2018 et 2020 en Allemagne sur Eurosport. ARD et ZDF, les deux chaînes publiques, n'ont finalement pas trouvé d'accord avec Discovery sur la vente d'une partie des droits de retransmission.

## AFM TÉLÉTHON

LE COMBAT DES PARENTS  
LA VIE DES ENFANTS



# À RECHERCHE, C'EST MON MÉTIER.

# TROUVER, C'EST MON OBSESSION.

LETHON.FR 3637

LE DON EN LIGNE

LA LIGNE DU DON  
service gratuit + prix appel

LE  
NOUVEAU  
CROSS  
DU  
FIGARO

Partenaire du Téléthon 2016