



FINANCE #GRENOBLE

Short Édition lève 2 millions d'euros et fait entrer Francis Ford Coppola à son capital

201 - TRENDING |

PAR GERALDINE RUSSELL - 19 DÉCEMBRE 2017 / 00H00 - MIS À JOUR LE 09 MARS 2018

PARTAGER L'ARTICLE

f t in
COPY URL

La startup grenobloise Short Édition vient de boucler un nouveau tour de table de 2 millions d'euros pour exporter son distributeur d'histoires courtes outre-Atlantique, aux États-Unis et au Canada. Et elle peut compter sur un parrain de choix pour cette aventure : le réalisateur Francis Ford Coppola, défenseur de longue date de la littérature en format court.

C'est une histoire qui s'écrit dans la durée pour Short Édition. La startup vient de boucler un troisième tour de table de 2 millions d'euros, après une première levée de 500 000 euros en 2013, puis une deuxième de plus de 800 000 euros en 2015. Plusieurs nouveaux investisseurs entrent ainsi au capital, à l'instar du Groupe Chalus Chegaray mais aussi de... Francis Ford Coppola. Le réalisateur édite aussi depuis 21 ans une revue littéraire dédiée aux histoires courtes et s'est donc logiquement intéressé à la startup grenobloise.

« Quand nous avons lancé le pilote du distributeur d'histoires courtes à Grenoble, nous avons eu une couverture presse jusqu'aux États-Unis, se rappelle Christophe Sibieude, cofondateur de Short Édition. Francis Ford Coppola nous a alors demandé à tester une machine dans son restaurant de San Francisco. » Quelques mois plus tard, l'essai est transformé et le réalisateur commande deux machines supplémentaires pour ses domaines viticoles. Quinze mois après leur rencontre, les fondateurs proposent à Francis Ford Coppola de devenir associé, ce qu'il accepte. « Nous partageons la même analyse de l'intérêt du court : il estime que le cinéma doit d'abord être bien écrit s'il veut être bien tourné, raconte Christophe Sibieude. Et il apprécie notre démarche, qui consiste à offrir de la culture. Aux États-Unis où la moindre prestation est payante, c'est assez inédit. »

Publicité



Cette opération doit permettre à la jeune pousse de concrétiser ses ambitions américaines. En effet, elle compte déjà six clients de renom aux États-Unis et au Canada (la Penn State University en Pennsylvanie, la Columbus City School dans l'Ohio, les gestionnaires immobiliers Boston Properties et Irvine Company ainsi que la ville de West Palm Beach en Floride et l'aéroport international d'Edmonton au Canada) et souhaite désormais s'implanter plus largement sur le continent. Cela passe notamment par la traduction en anglais de sa plateforme.

La jeune pousse peut désormais compter sur la « marque » Francis Ford Coppola pour lui ouvrir quelques portes. « C'est une personnalité très appréciée dans le milieu culturel, admire Christophe Sibieude. Le fait qu'il investisse et ce après quinze mois de test de notre machine, crédibilise notre démarche. Nous ne sommes pas juste une utopie. » La startup réalise aujourd'hui 20% de son chiffre d'affaires aux États-Unis et espère que cette proportion grimpe à 60% d'ici trois ans.

Short Édition est le créateur du distributeur d'histoires courtes. Il suffit d'appuyer sur un bouton pour qu'une sorte de long ticket soit imprimé; dessus, se trouve un poème ou une nouvelle qui se lit en 1, 3 ou 5 minutes selon le format. La startup espère ainsi promouvoir la littérature tout en réduisant la pénibilité de l'attente dans certains lieux. Occuper les Français par la lecture pour qu'ils râlent moins, tout un programme ! Qui a visiblement séduit les organisateurs du CES, où la jeune pousse recevra un prix en janvier prochain dans la catégorie « technologies pour un monde meilleur ».



PAR
Geraldine Russell

19 DÉCEMBRE 2017 /
00H00
MIS À JOUR LE 09
MARS 2018