



Edition : 20 mai 2025 P.3  
 Famille du média : PQN (Quotidiens nationaux)  
 Périodicité : Hebdomadaire  
 Audience : 2247000  
 Sujet du média : Banques-Finance

Page non disponible



Journaliste : Paul Périé  
 Nombre de mots : 711

## VIE DE BUREAU

# Une carte de visite connectée pour réseauter

**Ça change tout** La société WeMet, qui a créé une carte de visite connectée puis une autre électronique, vient de lever 1 million d'euros.

Paul Périé

**EN QUELQUES ANNÉES**, le projet WeMet a beaucoup évolué. Lancée en 2020 par Samuel Dassa, la jeune entreprise toulousaine a d'abord une idée bien précise : développer une carte de visite connectée. Conçue en PVC recyclé ou en bois upcyclé, dotée d'une puce NFC et imprimée en interne, la WeCard est personnalisable par l'entreprise et permet d'échanger une fiche de profil complète sans contact ou via le QR code présent au dos de la carte.

Cinq ans plus tard, WeMet vient de boucler un tour de table pour un montant de 1 million d'euros, auprès notamment de business angels régionaux comme Capitole Angels ou Melies Business Angels.

Pour ceux qui veulent se passer de l'objet, WeMet propose également une carte de visite dématérialisée. « La version 100 % digitale s'installe directement dans le wallet (*portefeuille électronique*) du téléphone. Mais la carte physique connectée reste privilégiée par les utilisateurs. Le fait qu'elle soit en matériaux biosourcés est un bon outil de communication externe pour les entreprises. En interne, cela développe aussi le sentiment d'appartenance du salarié. La carte de

visite que l'on produit le suit durant toute sa vie dans l'entreprise », analyse Samuel Dassa.

Comptez 50 € pour la carte physique et 30 € pour la dématérialisée, des tarifs dégressifs suivant le nombre de personnes concernées. WeMet a par ailleurs développé une plate-forme permettant aux entreprises de gérer leur flotte de cartes. « Cela nous a permis de signer des grands comptes comme Accor, Eiffage ou Veolia », explique le fondateur, qui affiche déjà plus de 30 000 entreprises clientes.

À cela s'est récemment ajoutée une nouvelle fonctionnalité, offrant la possibilité aux utilisateurs de gérer les signatures mail en synchronisant les informations de la WeCard. « En fin d'année dernière, nous avons compris que nous avions intérêt à nous faire accompagner. Nous nous sommes ouverts à des investisseurs privés, car en plus de l'apport financier nous avons besoin de faire entrer des compétences, en matière de cybersécurité, de force de vente, etc. » précise Samuel Dassa. Une vingtaine d'investisseurs sont entrés au capital de WeMet, dont quatre clients historiques.

### « On peut imaginer plein d'autres fonctionnalités »

Parmi eux, Jérôme Duffau, séduit par l'aspect pratique de la solution développée par la start-up. « Je souhaitais m'affranchir de la carte de visite papier, qui a deux contraintes principales. Elle utilise du papier, ce qui est gênant d'un point de vue écologique, sachant que l'on fait souvent un classement vertical ou qu'elles traînent dans un tiroir. Par ailleurs, on se retrouve parfois à court de cartes sur un événement particulier », souligne ce manager de transition, qui mène notamment des missions chez Airbus. « L'objet connecté ne s'épuise jamais. Avec la version dématérialisée, c'est encore plus simple. On oublie plus souvent son portefeuille que son téléphone, donc on peut partager des contacts en toutes circonstances. »

C'est cette innovation et les différentes améliorations apportées par WeMet qui l'ont convaincu d'investir. « On peut aujourd'hui imaginer plein d'autres fonctionnalités pour de la prospection ou de la communication, que ce soit destiné à des indépendants ou des grosses structures », affirme Jérôme Duffau.

**10 M€ de chiffre d'affaires d'ici 4 ans**

Ses propos font écho à la volonté de Samuel Dassa, qui affiche clairement trois objectifs après cette levée de fonds. WeMet veut poursuivre sa démarche de recherche et développement « pour proposer un produit toujours plus innovant et plus con-

necté », augmenter sa présence sur le marché, et commencer l'internationalisation, notamment via l'Allemagne et l'Espagne.

« Notre plate-forme est déjà disponible en 53 langues », pointe celui qui emploie aujourd'hui douze salariés et souhaite recruter quatre personnes d'ici à la fin de l'année. La jeune société

au chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros en 2024, en croissance de 80 % sur un an, affiche un objectif de 10 millions d'euros d'ici quatre ans.

Image non disponible.  
Restriction de l'éditeur

8

Grâce à la technologie NFC, la carte de visite connectée WeMet permet de partager une fiche de profil sur un téléphone.