

DANS LES BRAS DE LA START-UP MORPHÉE

À Aix-en-Provence, une start-up propose d'aider les anxieux du confinement à s'endormir grâce à un boîtier de relaxation. Morphée, à qui tout sourit depuis deux ans, vient de lancer un produit pour les enfants. Nous sommes allés entendre leur berceuse.

Par Anna Rousseau

C'est l'automne de la lassitude. Après le premier confinement, les trois quarts des Français se plaignaient de troubles du sommeil, selon une étude publiée par le *Journal of Sleep Research*. À l'aube du second confinement, début octobre, l'Agence du médicament s'inquiétait de la hausse très sensible de la consommation d'anxiolytiques et d'hypnotiques. À Aix-en-Provence, Charlie Rousset et Guillaume Barathon ont assisté au fil des mois à l'amplification de cette perte de sommeil collective. Créateurs de Morphée, un boîtier déconnecté qui favorise la relaxation et l'endormissement, ils ont vu les ventes décoller et atteindre des sommets dès le mois d'avril: «*Au début du confinement, nous n'avons presque rien vendu pendant deux semaines. Et puis soudain... ça a repris à fond. Il y a eu une journée où nous avons vendu un boîtier par minute. C'était délirant*», raconte Charlie Rousset. Fin octobre, la start-up a lancé Mon Petit Morphée, destiné aux enfants: là encore, il s'agit d'un objet très design qui permet, grâce à des enregistrements de sophrologie, de visualisation ou de cohérence cardiaque, de glisser doucement vers le sommeil. Et comme l'automne est aussi inquiétant pour les enfants que pour leurs parents, cela n'a pas manqué: Mon Petit Morphée fait carton plein.

L'histoire de la société est une bulle de légèreté dans un monde pesant. En deux ans d'existence, tout a réussi à ses fondateurs, Charlie Rousset, 26 ans, et Guillaume Barathon,



Morphée, boîtier déconnecté qui favorise l'endormissement, est devenu un best-seller de Natures et Découvertes, partenaire du projet depuis le concours Make It Happen fin 2017.



44 ans. Lancée en octobre 2018, la société Morphée était rentable trois mois après. Au bout d'un seul exercice, fin 2019, le chiffre d'affaires s'élevait à 2 millions d'euros. Il devrait avoir doublé cette année, à 4 millions. Charlie Rousset est l'homme visible du binôme. Souriant, naturel, foncièrement optimiste, il a le dynamisme de sa jeunesse, ce qui signifie qu'il travaille 17 heures par jour sans faiblir. Au moment de la création de Morphée, il était encore étudiant à l'IAE d'Aix. Anne-Marie Guérin, codirectrice d'un des masters, le suivait alors: «*Il avait demandé le statut d'étudiant-entrepreneur, se souvient-elle. Ce statut lui permettait d'effectuer son stage sur son projet – qui l'occupait déjà à plein temps – plutôt que dans une entreprise comme c'est classiquement le cas en deuxième année de MSc [Master of Science, NDLR]. Il travaillait tout le temps, ne laissait rien au hasard.*» L'enseignante a vu passer des dizaines d'étudiants-entrepreneurs. Mais Charlie Rousset est particulier: «*Il sait emporter l'adhésion: il a convaincu le PDG de Nature et Découvertes et les banques de financer Morphée sans rencontrer beaucoup de résistance.*» Issu d'une famille de profs, Charlie ne sait pas d'où lui vient ce talent de «*faiseur*»: «*Je sais que je suis fait pour ça depuis mon adolescence. Je n'aime pas qu'on me dise quoi faire, je crois que c'est la raison principale.*»

Guillaume Barathon, son très discret associé, expert en marketing et adepte de la méditation depuis des années, partage cette volonté



Ci-contre: Charlie Rousset (à gauche) et Guillaume Barathon, les fondateurs de la start-up. Page de gauche: Mon Petit Morphée, déclinaison du boîtier de relaxation destinée aux enfants, est sorti fin octobre. Comme son grand frère, l'objet a tout de suite trouvé son marché.

d'indépendance. C'est ensemble qu'en janvier dernier, ils ont benoîtement refusé un demi-million d'euros en échange de 25% du capital de leur entreprise. Le duo avait participé à l'émission de M6 *Qui veut être mon associé?*, où des start-up se présentent devant un jury d'investisseurs (Marc Simoncini, fondateur de Meetic, Catherine Barba, créatrice de Cashstore, Frédéric Mazzella, de BlaBlaCar...). Charlie et Guillaume auraient accepté de céder 10% de leur capital, le jury en voulait 25%. Trop gourmand. «*Nous sommes maîtres à bord, on peut faire sans actionnaires pour le moment*», assure Charlie, qui s'est réjoui du splendide coup de projecteur offert à Morphée par son passage sur M6, immédiatement répercuté sur les ventes.

Depuis le début, les fondateurs préférèrent se financer par la dette plutôt que par l'ouverture du capital. «*Les start-up sont toujours tentées de papillonner, de se diluer*, explique Mathias Monribot, leur mentor, président de Petit Poucet, une association qui accompagne les étudiants-entrepreneurs. *Morphée, elle, reste concentrée. Son équipe est volontairement petite, son capital entre les mains des fondateurs, l'activité focalisée sur ses deux produits.*» Au départ, il a fallu faire preuve d'agilité: Morphée a été créée avec rien, ou presque. «*Nous avons participé au concours Make It Happen, à Paris, raconte Charlie. Le prix, c'était un chèque et un accompagnement par Nature et Découvertes si on réussissait une campagne Ulule [plateforme de financement participatif, NDLR]*». Cette

JALOUX DE LEUR INDÉPENDANCE, LES DEUX FONDATEURS ONT REFUSÉ UN DEMI-MILLION D'EUROS EN ÉCHANGE DE 25% DU CAPITAL.

première campagne de préfinancement est un succès: pour un objectif de 200 boîtiers Morphée, 2000 ont été vendus. «*Avec les 50 000 euros ainsi récoltés, on a pu en emprunter 300 000 auprès du CIC et du Crédit Agricole*», confirme Charlie. Sans inquiétude? «*Le tout, c'est d'être absolument sûrs qu'avec 1 euro emprunté, on va pouvoir créer 1,30 euro.*»

DÉPASSÉS PAR LE SUCCÈS

La deuxième campagne Ulule, lancée fin juin, a été plus problématique. Habile, Morphée a joué la prudence avec un objectif très bas de 200 Mon Petit Morphée à préfinancer. Le seuil, atteint en quelques heures, a permis à l'entreprise de communiquer sur son succès. Mais, avec 5000 boîtiers prévus, Morphée

est pris de court: «*Pour notre première production de Mon Petit Morphée, nous avions prévu de faire fabriquer les exemplaires déjà commandés par Nature et Découvertes plus un nombre correspondant à une estimation des préventes en provenance d'Ulule. Sauf que nous avions totalement sous-estimé ces dernières*», raconte Charlie. Résultat, il a fallu choisir. La raison a dicté de privilégier Nature et Découvertes – dont Morphée fait partie des best-sellers. Les préfinanciers ont dû attendre leurs boîtiers deux mois...

Aujourd'hui, Morphée fait face à plusieurs défis. Le premier, l'internationalisation, s'est imposé de lui-même: depuis l'automne, Morphée est distribué en Allemagne et en Suisse alémanique. Un agent commercial travaille depuis Londres sur l'implantation au Royaume-Uni et en Espagne, la réflexion est en cours pour les États-Unis. Ensuite, il faut créer de nouveaux produits: un nouvel objet va sortir début 2021, un autre en 2022. Cela oblige l'équipe à s'agrandir – elle compte désormais 10 salariés, logés dans des bureaux dans le centre d'Aix. «*Cela n'est pas évident pour eux de ne plus travailler seuls: Charlie est intuitif, Guillaume méthodique, ils fonctionnaient très bien comme cela. Ils doivent travailler sur la construction de l'équipe, c'est leur grand chantier*», assure Mathias Monribot, qui, lui, a changé de vie – il cultive des fleurs aromatiques et comestibles en Bretagne. ●

Plus d'infos sur lesechos.fr/weekend