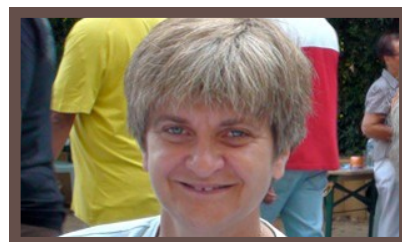


Viva Cœur raconte



Le cœur a ses raisons que Marseille n'ignore pas !

40 ans, versaillaise, un Executive MBA d'HEC fraîchement décroché, un projet de cœur et ambitieux en tête, Brigitte Beulaygue choisit Marseille pour lancer et développer "Viva Cœur" son entreprise. Objectif : briser la solitude des seniors avec l'aide des nouvelles technologies. Une belle histoire !



Brigitte Beulaygue, fondatrice et dirigeante de la société VivaCœur

> Une idée de cœur...

Brigitte Beulaygue : 2006, Marseille, quartier de Bompard... J'observe ces seniors : malgré l'âge et la maladie, ils réussissent à entretenir des relations les uns avec les autres dans leur microcosme de quartier. A cette époque, je cherche mon projet d'entreprise dans le cadre de mon MBA ; l'idée surgit : aider les seniors autonomes à sortir de leur isolement, les accompagner pour qu'ils retrouvent une vie relationnelle et même faciliter leur qualité de vie à domicile.

L'idée mûrit : mettre en place une plateforme de services destinée aux personnes isolées en utilisant la technologie web via tous supports de communication : télévision, ordinateur, mobile, écran tactile et ainsi s'adapter aux outils qu'ils connaissent et maîtrisent.

Derrière cette plateforme, des coachs de vie seront là pour dialoguer, diffuser des informations, proposer des activités, stimuler ces personnes : les faire sortir, leur permettre de rester "acteurs de leur vie" et mettre en avant leurs talents.

> Marseille pour la raison

Brigitte Beulaygue : Une fois l'idée aboutie, se pose la question de l'implantation. Comme toutes les grandes agglomérations, Marseille a son lot de solitude et d'isolement. Mais elle a aussi cette particularité, éprouvée à Bompard, que chacun de ses quartiers possède une "vie de village". Et puis, à Marseille, tout le monde se parle. Quoi de mieux pour initier mon projet d'entreprise ?

Pour que Viva Cœur prenne vie, je cherche immédiatement à fédérer le plus d'acteurs économiques locaux autour du projet. La tâche est longue et ardue. J'ouvre le maximum de pistes, j'ignore les défaites et me nourris des victoires. J'entre en contact avec des structures comme Provence Promotion, MPM, le Pôle SCS, la FING... qui m'intègrent dans leurs réseaux. Ensemble, nous définissons l'aspect innovant du projet et c'est ainsi, qu'en 2008, Viva Cœur est lauréate Greenmedia 2008, "NTIC et développement durable" de l'Incubateur Belle de Mai. Ce label apporte un crédit incontestable pour convaincre les professionnels de soutenir le projet.

> Un cœur bien irrigué

Brigitte Beulaygue : En parallèle, l'idée doit être validée auprès des Caisses de retraites. La présidente de la CNAV particulièrement sensible à l'humanisation des nouvelles technologies croit immédiatement en Viva Cœur et nous apporte ses encouragements, véritable soutien moral pour persévérer. Très vite, deux autres caisses soutiennent le projet : l'AG2R la Mondiale et le groupe Loumel. La CRAM Sud-est montre également son intérêt pour Viva Cœur.

Forts du poids du pôle SCS et de l'appui des Caisses de retraites, nous répondons à l'appel à projet de la Région, "Paca Labs" (Région PACA et Union européenne) en tant qu'expérimentation d'innovation d'usage. L'objectif est double : inciter encore plus de professionnels à nous suivre et lever des fonds.

Mais il nous faut aussi passer à la matérialisation du projet. Je continue à réunir toutes les énergies possibles ; publiques auprès de la ville de Marseille, du Pôle emploi... mais également privées grâce à nos connections. Elles nous apportent le soutien d'entreprises telles qu'Extelia (filiale de La Poste) et Cityvox. L'entreprise Viva Cœur est créée en novembre 2009 et emploie 6 salariés, une équipe dynamique et solidaire unie autour des valeurs cardinales de Viva Cœur : Respect, Proximité, Partage, Ecoute.

> Une "belle vie" pour les Ambassadeurs grâce au soutien de la Région PACA et de l'Europe...

Brigitte Beulaygue : En 2010, Viva Cœur avec Extelia et Cityvox est lauréate du "Paca Labs". Quelle victoire ! De la satisfaction personnelle d'abord : la réussite après le temps passé et l'énergie dépensée, l'assurance que l'idée en valait la peine. Mais aussi pour le développement de l'entreprise car désormais nous lançons une expérimentation sur le terrain. Elle portera le nom de "Belle Vie". 50 seniors dans 5 quartiers de Marseille joueront les "Ambassadeurs" de nos services de bien-être de vie.

Mais l'histoire continue. Nous réfléchissons déjà à la commercialisation de notre plateforme. Dans un premier temps, nous solliciterons les maisons de convalescence et de services pour accompagner leurs patients au retour à la vie quotidienne. Les caisses de retraite seront également un levier pour toucher cette population en besoin de réinsertion personnelle.

Et ce n'est pas tout ! A terme, nos services devront s'étendre à toutes les générations qui aspirent à une "Belle Vie" !