



**IAE** MONTPELLIER  
École Universitaire  
de Management



Véronique BESSIERE

Eric STEPHANY

Responsables du Master  
Création d'Entreprises  
Innovantes  
à l'IAE Montpellier

## Vidéo 1.1

# La création d'entreprise innovante, vue par Arthur Philbé



Bonjour,

Bonjour,

**Donc Arthur Philbé, vous avez fondé Weblib en 2009. Weblib développe des solutions marketing sur tablette, sur les points de vente, et accompagne les clients dans leur démarche digitale, marketing.**

## **I. Le parcours d'Arthur Philbé**

**Alors, vos clients sont des grands groupes, voire des multinationales, et votre start-up marche très bien aujourd'hui, bien que de création récente. Donc, ça a été un très beau parcours depuis 2009. Du coup, on est très intéressé par mieux comprendre ce parcours et que vous nous racontiez un petit peu l'histoire.**

Avec plaisir ! Donc oui, c'est vrai que 2009, ça fait six ans. Donc un parcours pas toujours simple, la création d'entreprise c'est vrai que c'est un parcours semé d'embûches. Tout le monde le sait, mais je dirais qu'on a rencontré des difficultés, mais on a eu aussi beaucoup de chance : on a eu la chance de travailler assez rapidement finalement avec des grands comptes, comme vous le disiez. Et ça, je pense que ça a été un déclencheur pour nous. D'ailleurs, initialement on visait plutôt des commerces indépendants, et c'est le changement de cible commerciale et le fait de s'intéresser aux grands groupes et de signer avec un premier grand compte qui était **Total** à l'époque, qui a vraiment accéléré notre développement, et qui nous a permis de changer d'échelle finalement. Et après c'est vrai que oui, c'est un parcours semé d'embûches, complexe, avec des défis dans tous les domaines, que ce soit :

- les finances tout simplement : financer l'entreprise ;
- les ressources humaines : recruter les bonnes personnes, les fidéliser, les garder dans l'entreprise ;
- et puis bien sûr la prospection commerciale.

Donc c'est vrai que c'est un parcours du combattant. Mais je dirais qu'on peut être très accompagné en France, par un certain nombre de structures. Il y a quand même beaucoup d'accompagnements et d'aides qui existent. Et ça, c'est un des premiers conseils que je donne aux entrepreneurs qui se lancent, que je rencontre : c'est vraiment d'essayer de se faire accompagner, d'être entouré, pas seulement sur la question des subventions et du financement, mais aussi sur l'accompagnement au sens large. Donc voilà, on peut être aidé.

## II. L'identification du besoin et l'émergence de l'idée

**Pour ce qui est du parcours, je reviens un petit peu sur le point de départ, parce que c'est intéressant. Vous dites : « au départ on avait pensé que ça toucherait plutôt les petits commerces finalement », et puis vous en êtes venu à vous intéresser aux très grandes entreprises. Alors, comment vous aviez identifié le besoin au départ ? Comment cette idée était venue ? Et puis, comment avez-vous décidé de changer et gérer ce passage qui est quand même très différent ?**

Tout à fait. J'ai un associé, on est deux co-fondateurs : Florian Galby et moi. Et donc mon associé avait eu cette idée : on voyait dans les cafés, les restaurants du wifi gratuit partout. Mais à l'époque, les smartphones étaient moins développés qu'aujourd'hui, il n'y avait pas de tablette. Et finalement, on se disait que c'est dommage de proposer du wifi à des clients qui n'ont pas forcément l'ordinateur portable sur eux pour en profiter. Donc on a conçu un service clé en main, qui permettait, déployé dans des cafés, hôtels, restaurants, un *hotspot* wifi avec des Netbooks (des petits ordinateurs portables) mis à disposition des clients. Et donc ça, c'était le concept initial. Et on s'était assez naturellement tourné vers les cafés, hôtels, restaurants parisiens, parce que c'était dans notre expérience d'utilisateur : c'est dans ce contexte-là qu'on avait identifié le besoin. Donc on a lancé le produit, le service avec cette cible de ce qu'on appelle les CHR (cafés, hôtels, restaurants) mais indépendants ou alors des petits groupes avec trois, quatre établissements. Mais voilà, on était vraiment sur des petits commerçants finalement. Et ça a été très dur, parce que, déjà, c'était des entreprises qui n'avaient pas beaucoup de marge, donc qui n'avaient pas beaucoup de facilité à innover, à prendre des risques et à investir dans de nouveaux services. Et par ailleurs, c'était très long parce qu'il fallait aller voir beaucoup de cibles potentielles, beaucoup de prospects. Donc nous en fait, on partait le matin avec notre mallette, on traversait Paris, on allait voir 100 cafés, et on avait un taux de retour qui était très très faible, je pense le plus faible de l'histoire de la prospection commerciale. Donc là, on a commencé à se poser des questions, et finalement il y a eu deux changements :

- il y a eu effectivement le changement de cible, où on s'est dit : finalement, on met autant de temps à négocier, à conclure, à mettre en place un pilote avec **Total** sur une aire d'autoroute, qu'avec le café du coin. Or, **Total** a un potentiel de développement qui est bien plus important évidemment. Donc on a essayé de se recentrer vraiment sur ces grands comptes.
- Et on a eu un coup de chance aussi, c'était l'évolution de la technologie, c'est à dire que les tablettes, l'**iPad** est sorti. Et donc, on a aussi fait évoluer notre produit finalement. On est passé du Netbook (petit ordinateur) à la tablette.

Et je pense que la conjonction de ces deux pivots, à la fois sur la cible commerciale et sur le produit, nous ont permis de rencontrer un vrai marché, avec un besoin mieux identifié. C'est ça qui a tout changé.

### III. Les difficultés du parcours entrepreneurial

**Et au départ, au delà de cette erreur de cible, j'allais dire, quelles ont été les autres difficultés que vous avez rencontrées ?**

Alors, je pense que, déjà, monter une entreprise quand on est très jeune... Nous on a créé **Weblib** en sortie d'école. Donc on avait peu d'expérience, peu de réseau, pas beaucoup de légitimité aussi. Donc c'est vrai que ça, ça a pu être un frein sur plusieurs niveaux. Mais assez rapidement, on l'a tourné à notre avantage, c'est à dire qu'on avait un discours sur le digital. En gros, l'idée c'était dire : « oui, on est jeune, mais justement on comprend mieux le digital, que des publics qui ne sont pas nés dedans, qui ne sont pas de la génération. » Bon il n'y avait pas de génération Y à l'époque, mais c'est ça l'idée. Donc, on a retourné ce manque d'expérience, on en a fait finalement un avantage, en présentant notre savoir, notre connaissance du digital. Mais après, au delà de ça, les freins, les difficultés du début, ça a été beaucoup le financement, parce que, mon associé et moi, on n'est pas informaticien, on n'est pas ingénieur, donc on n'a pas de compétence technique sur le produit qu'on développe. Et alors ça, évidemment, c'est un problème puisqu'on a dû faire tout de suite appel à des ressources externes. Donc d'abord, on a eu un associé qui a développé le produit pendant quelques mois. Finalement ça s'est mal passé, comme souvent dans les associations, ce n'est pas toujours évident. Donc on a dû recruter des informaticiens tout simplement. Et au démarrage, on ne générait pas de chiffre d'affaires, donc il a fallu trouver des aides et subventions pour financer le recrutement de ces informaticiens. Et ça, ça a été un peu compliqué. On a fini par y arriver, mais ça a été long.

### IV. Accompagnement et conseils

**Et là, vous étiez dans un incubateur dès le départ ?**

Oui tout à fait, on était à l'incubateur de **Sciences Po**. Donc ça, c'est vraiment une aide très importante, encore une fois financièrement : le fait de ne pas avoir à payer de bureaux, de locaux pendant la première année d'existence de l'entreprise, c'est évidemment une économie substantielle. Et au delà des moyens matériels, il y a évidemment l'accompagnement : l'accompagnement, le fait d'être soutenu, de ne pas être seul, d'évoluer dans un écosystème avec d'autres entrepreneurs, de pouvoir

partager les angoisses, les problèmes de l'entrepreneur au quotidien. Ça nous a beaucoup aidé.

**Quels conseils donneriez-vous à un entrepreneur qui veut s'installer aujourd'hui, se lancer ? Vous avez dit d'aller voir un incubateur très vite, et au delà de ce conseil essentiel ?**

Sur la partie financement, je dirais que je rencontre beaucoup d'entrepreneurs qui finalement n'ont pas étudié toutes les aides, les prêts d'honneur, tout ce dont pouvaient bénéficier leurs entreprises en termes de financement. Et c'est dommage, parce que très vite, l'argent c'est quand même le nerf de la guerre, et on se rend compte que dans le développement d'une entreprise innovante, il y a une part d'incertitude, de risque. On ne sait pas combien de temps on va mettre avant de trouver (comme nous) le bon marché, la bonne cible, le bon produit. Et donc finalement il faut survivre tout simplement, pendant ces mois ou ces années de réflexion et de pivots successifs. Donc je dirais vraiment : allez voir tout ce qui est à votre portée, tout ce dont vous pouvez bénéficier en terme d'aides publiques, de subventions. Il y a beaucoup de choses qui existent, à la fois au niveau national, régional, dans les villes etc. Et ça prend du temps, c'est un peu fastidieux, mais c'est essentiel pour vous donner justement la liberté d'esprit de vous concentrer sur le business. Une fois qu'on a réglé le problème d'argent, on peut vraiment penser à son business, et il faut le faire dans cet ordre-là je pense.

## **V. Les qualités d'un entrepreneur**

**D'accord. Quelles sont les qualités qui vous semblent être nécessaires pour créer une entreprise ?**

Je pense que la première qualité, c'est de l'acharnement presque, je dirais. Enfin c'est vrai qu'il faut une force de volonté, puisque quand on monte une entreprise, à chaque instant, que ce soit face à un prospect qu'on a du mal à convaincre, face à un collaborateur ou un candidat qu'on aimerait recruter, mais qui se pose quelques questions sur votre entreprise, sur sa viabilité à long terme etc., que ce soit face à un banquier à qui vous demandez un prêt, on est toujours en train de convaincre. On est toujours en train de recevoir des contre-arguments, et de voir des freins et des obstacles. Donc il ne faut jamais lâcher l'affaire. Et il faut être prêt. Il faut ne jamais accepter le « non » comme réponse et toujours se battre, ne jamais baisser les bras. Donc, je pense c'est vraiment un marathon : ce n'est pas un travail de sprinteur, c'est vraiment un travail de longue haleine, ça prend des années. Quand on se lance dans la création d'entreprise, il faut savoir qu'il va falloir vraiment tout donner, chaque jour,

pendant des années. Et donc voilà, je dirais que c'est vraiment cette capacité, parfois un peu d'abnégation, et cette force de volonté qui est, selon moi, la qualité principale. Mais ensuite, il y a plein de qualités. Le problème c'est ça, le problème d'un entrepreneur, c'est qu'il faut aller intervenir un peu dans tous les domaines. Je prends l'exemple dans mon entreprise : mon associé et moi, on est assez complémentaire. Donc quand on s'associe avec quelqu'un, c'est important de s'associer avec quelqu'un qui est différent de soi, je pense, qui a d'autres compétences. Mon associé, c'est un très bon négociateur, c'est un très bon vendeur, un commercial hors pair, et donc ça c'est quelque chose d'absolument capital quand on lance une entreprise, il faut trouver des clients et vendre. Donc lui, il apportait ça. Moi j'apportai aussi d'autres qualités et donc voilà, il faut beaucoup de compétences. Si on ne les a pas toutes (en général on n'est pas soi-même *multitask*), il faut savoir bien s'entourer surtout. Je pense que ça, c'est l'autre chose qui est essentielle.

**Merci Arthur Philbé.**

Merci à vous.