LE NOUVEAU
Management
SEPTEMBRE 2016 ▷ management.fr
▷ 4,90€

FRÉDÉRIC JOUSSET
COFONDATEUR DE WEBHELP
"POUR GAGNER DU TEMPS, COMMENCEZ PAR RALENTIR..."

MARKETING
COMMENT CARGLASS LIMITE LA CASSE

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL
ÊTRE HEUREUX REND-IL PLUS PRODUCTIF?

PORTRAIT
LE TRÈS DISCRET PDG DU PSG

50 CONSEILS ET ASTUCES POUR
(MIEUX) GÉRER SON TEMPS
→ GAGNEZ JUSQU'À 1 HEURE PAR JOUR !

BEL : 5,10 € - CH : 7,90 CHF - CAN : 9,95 CAD - D : 5,50 € - ESP : 5,50 € - GR : 5,50 € - LUX : 5,10 € - PORT CONT : 5,50 € - DOM Avion : 6,30 € - MAY : 6,80 € - Maroc : 50 DH - Tunisie : 5,5 TND - Zone CFA Avion : 4 500 XAF - Zone CFP Avion : 1 500 XPF

PM PRISMA MEDIA
L 12799 - 244 - F: 4,90 € - RD

★**RENCONTRE**
SOPHIE DE PARCEVAUX, *COFONDATRICE D'INÈS DE PARCEVAUX*, ET ÉRIC CARREEL, *COFONDATEUR DE WITHINGS*

NON, LES BONNES IDÉES NE TOMBENT JAMAIS DU CIEL!

Un produit innovant est forcément **le fruit d'un long processus** qu'il faut savoir mener à bien...

PROPOS RECUEILLIS PAR **SÉBASTIEN PIERROT** @sebpierrot

BIO

SOPHIE DE PARCEVAUX

1975
Naissance à Paris

1995
Baccalauréat économique et social

2001
Responsable photo au *Nouvel Hebdo*

2010
Responsable photo chez Prisma Média

2014
Cofondatrice et DG d'IS2P (Inès de Parcevaux)

2015
Lancement du mini d'Inès, un carré de soie de 45 x 45 cm, noué par un anneau.

PHOTOS: ARNAUD MEYER POUR MANAGEMENT

Lorsque Sophie de Parcevaux, une créatrice de mode qui dépoussière les carrés de soie façon Hermès, rencontre Eric Carreel, l'un des ingénieurs et serial entrepreneurs les plus doués de sa génération (il a inventé les *pagers* Tam-Tam et les premières box triple play avant de créer Withings et Sculpteo), il ne s'écoule pas cinq minutes avant qu'ils envisagent une coopération. L'idée du jour : créer des modèles de montres connectées destinés aux femmes. Preuve que ces entrepreneurs ont des choses en commun bien qu'ils évoluent dans des univers très différents.

MANAGEMENT : Quand avez-vous lancé votre société ?
SOPHIE DE PARCEVAUX : Il y a deux ans. La marque Inès de Parcevaux est une histoire de famille. Mon père, dessinateur animalier, avait réalisé de nombreux carrés de soie pour Hermès. Après sa disparition, nous avons décidé, avec ma sœur Inès, de nous lancer dans les foulards. L'idée était de rajeunir l'image du carré traditionnel en proposant plusieurs matières (twill de soie ou mélange coton et soie) et d'autres façons de l'utiliser : en bustier, avec une veste par-dessus, en paréo, etc. A la maison, nous avons toujours eu des foulards, nous avons testé 1001 façons de les porter. Un jour, nous avons eu l'idée de nouer un minicarré avec un anneau en acier pour en faire une manchette et cela a tout de suite plu : à peine un an après la création de la société, nous avons été sélectionnées pour le Salon des accessoires de mode, dans le jardin des Tuileries, à Paris. Aujourd'hui, nos produits sont distribués au Japon, en Corée, aux Etats-Unis, au Liban.
ÉRIC CARREEL : Un an avant de sortir notre première montre connectée, j'avais proposé à Hermès une collaboration. Cela n'avait rien donné. Il faudrait que tu rencontres notre directeur marketing et qu'on fasse des choses ensemble. Nous voudrions créer une montre connectée qui soit une vraie montre pour femmes. Où faites-vous fabriquer vos carrés ?
S. d. P. : En Italie. Il était impératif pour nous que la production reste en Europe. C'est un gage de qualité important pour une petite entreprise comme la nôtre : nous sommes deux.

Et chez Withings, vous êtes combien ?
E. C. : Deux cent vingt, répartis entre Issy-les-Moulineaux [Hauts-de-Seine, NDLR], Hong

Kong et Boston. L'Europe représente 50% de notre chiffre d'affaires. Les Etats-Unis 40% et l'Asie 10%. Avec le rachat par Nokia [1], les choses vont évoluer, mais notre objectif reste d'aller loin dans le domaine de la santé. Notre dernier pèse-personne est l'objet qui reflète le mieux notre ADN. Il est si beau que je ne résiste pas à l'envie de vous le montrer [il se lève et va en chercher un]. Voici Body Cardio, notre balance connectée, tout en verre et en aluminium. D'un point de vue mécanique, on en est superfiers : elle est très fine, stable et fonctionne sur tout type de sol. Côté technologique, elle n'en a pas l'air, mais elle effectue beaucoup de mesures. La vitesse de l'onde de pouls, notamment : c'est la vitesse à laquelle le sang sort de notre cœur et arrive dans nos pieds. Cela sert à évaluer l'élasticité de nos artères et à détecter les risques cardio-vasculaires à quatre ans. Jusqu'ici, cette mesure coûtait très cher. Grâce à notre pèse-personne, elle est à la portée de tous.

Comment concevez-vous vos produits ? Dès le départ, vous vous dites : «On va faire un nouveau pèse-personne» ?

E. C. : Oui. Jusqu'ici, on tombait malade puis on se soignait, mais je suis convaincu que, demain, on se soignera avant d'être malade. Seulement, personne n'est prêt à fournir beaucoup d'efforts pour rester en bonne santé. Il faut donc trouver le moyen de réaliser des mesures de façon simple et grâce à des objets beaux et faciles à utiliser. Ce pèse-personne représente deux ans et demi de travail. Nous procédons par itération : chaque semaine, nous effectuons une réunion de suivi de projet, pas pour projeter des *slides,* mais pour faire des démonstrations et permettre aux équipes d'échanger des informations. Par exemple, pour que l'équipe médicale qui travaille avec l'hôpital Georges-Pompidou dise à la mécanique et à l'électronique : «Tel signal est trop faible, ça ne fonctionne pas.» Il y a une circulation permanente des idées et de cette confrontation émerge la nouveauté.

Et chez Inès de Parcevaux, quel est le processus de création ?

S. d. P. : Nous voulons proposer à nos clientes toujours plus et toujours mieux. Nous testons donc beaucoup de choses. Pour les modèles, c'est Inès qui dessine, mais on se réunit toutes les deux et on réfléchit à un fil conducteur. Notre première collection était consacrée aux animaux, la seconde aux souvenirs d'enfance. On a besoin que les carrés racontent une histoire.

E. C. : Comment protégez-vous vos modèles ?

S. d. P. : Par une simple enveloppe Soleau envoyée à l'INPI. La marque et le logo sont ...

BIO

ÉRIC CARREEL

1959
Naissance à Amiens

1983
Diplôme d'ingénieur de l'Ecole de physique et de chimie de Paris

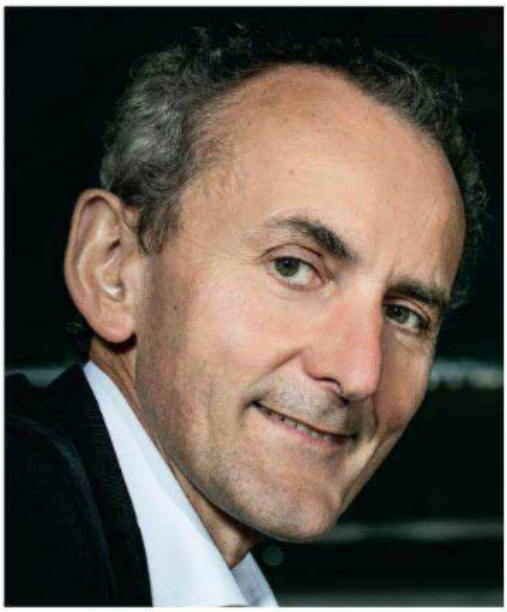
1994
Fonde Inventel avec Jacques Lewiner

2008
Création de Withings avec Cédric Hutchings

2009
Fonde Sculpteo avec Clément Moreau

2010
Lance Invoxia (téléphonie) avec Serge Renouard

2016
Rachat de Withings par Nokia. Conseille les dirigeants de la nouvelle entité.



PHOTOS : ARNAUD MEYER POUR MANAGEMENT - WITHINGS

«L'INSPIRATION N'EST JAMAIS STATIQUE, C'EST LE MOUVEMENT!»

déposés partout dans le monde : comme ça, nous sommes sûres de pouvoir les exploiter et d'empêcher les copies.

E. C.: Pour notre part, nous déposons des demandes de brevets. Mais cela coûte très cher et ne nous prémunit pas de la contrefaçon. Empêcher les concurrents de nous imiter est très difficile. Nous attaquons en justice quand la copie est flagrante. En réalité, nous déposons des brevets pour rassurer les investisseurs, car les brevets font partie des actifs de l'entreprise.

Où trouvez-vous vos nouvelles idées?

E. C.: Je m'insurge contre cette saloperie de croyance qui veut qu'un type sous sa douche puisse avoir une idée lumineuse capable de changer le monde. Cela n'existe pas. L'idée est un point de départ. Ce qui donne leur valeur aux choses, c'est le travail.

S. d. P. : D'accord à 100% ! L'idée est une base qu'il faut ensuite enrichir et développer.

Sophie, parlez-nous de votre collaboration avec l'horloger Poiray...

S. d. P. : Ce sont eux qui sont venus nous chercher en début d'année pour adapter notre mini et en faire un bracelet de montre, même si nous avions déjà réfléchi à cette idée. En quatre mois le projet a abouti. Dans la création d'entreprise, les rencontres sont primordiales. Depuis le démarrage en 2014, nous en avons fait de belles. Les acteurs de la mode ont été conquis par nos produits et cela nous a aidées à donner un coup d'accélérateur. Ensuite, bien sûr, il a fallu trouver des choses qui plaisent à nos clients.

E. C.: L'inspiration combine plusieurs éléments. De la diversité, puisqu'il faut travailler avec des gens de différents métiers et origines, et de la persévérance, car il est essentiel d'aller au fond des choses. Cela permet de se cogner à des réalités et d'envisager des solutions pour les dépasser. Imaginez une personne qui fait dix fois le tour d'un rond-point en se demandant quelle sortie prendre… Il vaut mieux en choisir une vite, quitte à se planter. Parce que même si tu prends la mauvaise direction, tu découvres de nouveaux territoires. Et c'est ce qui fait progresser. L'inspiration, c'est le contraire d'un phénomène statique, c'est le mouvement.

S.d.P. : Il est important de ne pas s'arrêter dès que ça marche. On ne se dit pas «Chic, la manchette plaît, on s'arrête là». Il faut continuer à innover pour proposer de nouveaux accessoires et de nouveaux motifs. Le succès n'est pas une fin en soi. Notre objectif, c'est d'embellir les hommes et les femmes.

E. C.: Trois semaines après la sortie du Body Cardio, nous avons lancé le programme du prochain pèse-personne de Withings. Et je suis déjà sûr d'une chose : quand il sortira, dans deux ans et demi environ, il n'aura rien à voir avec tout ce qu'on peut imaginer aujourd'hui. ●

(1) Au mois d'avril, Withings a été racheté par Nokia pour 170 millions d'euros.

MEETING À LA CAFÉTÉRIA
C'est dans les locaux de Withings, à Issy-les-Moulineaux (où l'entreprise compte 180 collaborateurs), que cet entretien a été organisé. Ecrans, sièges confortables, tables basses et guéridons, l'espace modulable de la cafétéria nous a été fort utile.