

# Il était une fois...

Hélène Mérillon (1993), présidente et co-fondatrice de Youboox

# 3

Toutes les histoires commencent ainsi.

Surtout celles qui fourmillent de rebondissements, de joies, de doutes. Créer une entreprise est une véritable et grande histoire fantastique. Une aventure incertaine, difficile, demandant beaucoup d'abnégation et de sacrifices.

Celle de Youboox, qui a commencé en juillet 2011, en est une et symbolise la réalisation d'un rêve commun aux trois fondateurs : celui de rendre le livre libre.

## Tout commence par des rencontres...

Aux débuts du web, j'ai eu la chance de rencontrer des fondateurs passionnés, créatifs et géniaux avec qui j'ai pu partager plusieurs aventures entrepreneuriales dans des sociétés de services comme Egg et Poweo. Nous partagions la même envie de faire bouger les lignes, le même goût pour l'innovation et j'ai appris à leurs côtés qu'il était possible de créer une belle entreprise, dans un contexte de rupture de marché, à partir d'une belle idée.

Quelques années après, lorsque le marché du mobile a commencé à se développer, j'ai rencontré mes futurs associés et co-fondateurs de Youboox, la *start-up* que j'ai créée avec eux et qui propose une bibliothèque numérique sur tablettes et Smartphones, sur un principe d'abonnement similaire à Deezer.

A l'époque, nous avons lancé de nombreux projets autour du mobile et nous aimions travailler ensemble. Nous étions également fortement complémentaires.

Fabien Sauleman qui est aujourd'hui en charge de la relation éditeurs et de l'offre Youboox s'est spécialisé, au cours de sa carrière, dans la mise en marché d'applications iPhone (avec notamment Econtact et MonGenerali) et possède un solide

*background* en innovation produits (au sein de Generali France, de la Société Générale et d'Europ Assistance).

Vincent Daubry s'occupe des opérations et de la technique chez Youboox. C'est un véritable expert en développement web et en applications mobiles ayant travaillé chez Octo Technologies.

Quant à moi, je suis en charge du marketing et du développement. Je mets à profit mes quinze ans d'expérience en marketing BtoC et en développement de *start-up*, mais également mes cinq ans d'expérience en fusions-acquisitions chez Merrill Lynch à Londres.

En plus de cette envie de créer, nous sommes tous les trois passionnés de lecture. Très vite, lors d'échanges et de discussions, nous nous sommes aperçus de l'étendue des possibilités offertes par le développement des technologies mobiles... des développements que nous pouvions peut-être appliquer au livre et à la diffusion de la lecture numérique.

Seulement, si nous avions tous une grande expérience professionnelle, nous nous lançons néanmoins dans un projet totalement nouveau, sans bases, sans lignes directrices et sans aide.

## L'angoisse de la page blanche...

Tous les auteurs connaissent cette peur : ne pas savoir quoi raconter à leurs lecteurs et se retrouver figé devant le vide immaculé d'une page blanche. Plutôt que d'être une angoisse, cette crainte doit être nourrissante. Elle doit devenir le moteur de la création et plutôt que de la combattre, il faut l'accepter et être patient.

Nous avons donc simplement, commencé à poser les bases de notre réflexion pour élaborer les premières esquisses de notre projet.



Bougez, Vivez, Lisez !

### D'abord surprendre...

Avant tout, nous voulions proposer un service novateur, en rupture avec les services existants et surtout avec le marché du livre totalement figé depuis des années. Dès le départ, notre objectif était de mettre la plus grande bibliothèque de livres numériques à disposition de tous les publics : une plateforme nouvelle génération ayant pour ambition de contribuer au développement de la lecture numérique en offrant un service gratuit et payant sur abonnement.

Il nous semblait surprenant qu'au moment où le livre s'apprêtait à devenir numérique, le seul et unique modèle proposé par les grands acteurs soit la vente d'œuvres à l'unité.

Nous pensons que, comme pour les autres biens culturels, le livre devait pouvoir être accessible selon d'autres modèles.

### S'inspirer...

Souvent, pour créer un service nouveau, il suffit d'adapter une offre déjà disponible sur un marché différent. Ainsi, nous nous sommes très vite aperçus que les services proposés par Spotify

ou Deezer dans le domaine de la musique ou Netflix pour la vidéo, pouvaient parfaitement s'adapter à notre projet. En effet, le développement de la culture digitale fait que l'utilisateur n'a plus besoin d'être propriétaire d'un bien culturel pour pouvoir en profiter. Ces modèles déjà validés ne demandaient qu'à être adaptés à notre projet.

Nous pensons également que l'accès au livre est plus important que la possession elle-même. En ce sens, nous nous plaçons dans la continuité du travail des bibliothèques pour favoriser la découverte et l'accès simple et universel au livre.

### Pour qui ?

Dès le départ, nous voulions que Youboox soit un service qui s'adresse à tous, tout en proposant un catalogue de livres généralistes allant des œuvres classiques à la science fiction en passant par les livres pratiques, les guides de voyage, la bande dessinée, etc.

Nous voulions intéresser les amoureux du livre, mais aussi les étudiants, les écoliers, les internautes à la recherche d'une information précise et tous ceux qui se sont détournés de la lecture.



## Une histoire d'argent...

Pour toute entreprise, le nerf de la guerre est le financement et la rentabilité du modèle.

Ainsi, devons-nous proposer des services permettant de pérenniser nos offres et de rendre viable notre entreprise sur le long terme. En ce sens, la réflexion autour du *business plan* est primordiale et demande une attention toute particulière.

Tout comme Deezer ou Spotify, nous avons donc décidé de proposer une offre basée sur la publicité et l'abonnement. Le choix est ainsi laissé à l'utilisateur :

- soit il veut lire gratuitement et nous lui affichons un encart publicitaire en haut de page, c'est l'offre *freemium*.
- soit il veut lire sans publicité et il opte pour un abonnement, c'est l'offre *premium*.

Dans les deux cas, Youboox est rémunéré ainsi que les éditeurs et les auteurs qui touchent un pourcentage sur les ventes en fonction du nombre de pages lues.

A chaque page lue sur ses œuvres, l'éditeur gagne ainsi une part des revenus publicitaires générés par les abonnements *freemium* ou des revenus d'abonnement générés par les abonnements *premium*. L'avantage pour l'éditeur est de générer ainsi des revenus complémentaires sur des cibles de lecteurs qui n'auraient probablement pas acheté ses livres, tout en faisant bénéficier les membres de la communauté d'un accès à une importante bibliothèque de *ebooks* francophones en toute liberté.

Pour faire vivre la société, Youboox ne prend qu'une part des revenus ainsi générés par les œuvres référencées.

De plus, nous offrons aux éditeurs qui souhaitent augmenter leurs revenus numériques ou la visibilité web de leurs œuvres d'être référencés sur notre plate-forme.

Les membres de la communauté Youboox peuvent ainsi les lire et en parler autour d'eux.

Ce référencement sur la plate-forme est totalement gratuit pour les éditeurs.

Souvent, les créateurs d'entreprise se tournent immédiatement vers les fonds d'investissement

ou les business angels. Dans la plupart des cas, c'est une perte de temps. Ceux-ci vont surtout être attentifs à l'usage de vos services et vont chercher à savoir si le nombre d'utilisateurs est déjà en augmentation. Bref, dans la plupart des cas, ils ne vous financeront que si votre modèle marche déjà !

Autant ne pas se focaliser au départ sur ce point, mais le prendre en considération dans une phase de développement d'entreprise. A un moment précis, il faut effectivement passer à la vitesse supérieure et une levée de fonds vous permettra de le faire.

Pour Youboox, sans véritable apport initial et grâce aux subventions BPI/Oseo et aux prêts d'honneur de réseaux d'entrepreneurs, nous avons pu attendre un an après le démarrage du projet avant de boucler une première levée de fonds. Nous avons déjà une version *beta* à montrer aux investisseurs avec des chiffres, des données concrètes qui validaient notre concept et permettaient d'établir des objectifs clairs. Cette première levée a permis de lancer la première version de Youboox. Pour pouvoir financer le développement de la marque et de l'équipe capable de soutenir l'augmentation d'activité, nous avons opéré une deuxième levée, un an plus tard.

## Qui veut la paix...

La création d'entreprise peut souvent être comparée à une déclaration de guerre. L'arrivée sur le marché d'un nouvel acteur, d'un nouveau service se fait toujours au détriment d'un ou de plusieurs autres. Il est donc primordial d'identifier au préalable quels seront vos concurrents et vos partenaires potentiels.

Loin d'être un long fleuve tranquille, le marché du livre numérique n'échappe pas à la règle et se pose comme un véritable champ de bataille.

Dans ce combat, les trois géants américains (Apple, Amazon, Google pour ne pas les citer) proposent aux lecteurs d'acheter des livres à l'unité, à des prix aussi élevés que le livre papier. Une proposition qui met en péril les petits libraires français qui sont actuellement figés dans une posture méfiante à l'égard de tout ce qui touche au numérique. Grave erreur !

Avec Youboox, notre proposition était donc de nous différencier fortement de ces modèles avec, pour les lecteurs, une offre totalement gratuite, et pour les acteurs du livre, une rémunération



à la page lue. Ainsi, nous proposons une alternative disruptive et efficace aux grands acteurs américains, tout en apportant une solution complémentaire pour le marché traditionnel.

### **Parler, écouter, communiquer, rencontrer...**

Dès le lancement de l'idée de votre projet, il est judicieux d'en parler autour de vous. Tester seul dans son coin en attendant que les gens viennent à vous est une aberration. Il est inutile d'attendre que votre société ou que vos services soient parfaits. Il faut au contraire rencontrer un maximum de personnes, s'abreuver d'un maximum de conseils, diffuser un maximum d'informations vous concernant pour faire grandir votre projet plus vite et surtout dans la bonne direction. Il est nécessaire d'augmenter le plus possible votre carnet d'adresses, vos contacts et votre réseau afin de rencontrer des personnes influentes qui pourront vous apporter une aide précieuse pour la suite de votre développement. N'ayez pas peur d'exposer vos brouillons, vos essais, vos maquettes. Chaque avis compte et la somme de tous les conseils vous donnera une meilleure vision de votre produit ou de vos services.

Depuis le lancement, nous concentrons nos efforts sur le développement d'une offre de qualité avec une sélection éditoriale, des mises à jour régulières de nos applications afin de pouvoir compter sur la fidélisation et le bouche à oreille. A ce stade, c'est pour nous le plus important.

Nos efforts de communication pour acquérir de nouveaux clients se concentrent principalement sur les réseaux sociaux et sur les cibles de gros lecteurs numériques.

La lecture est un sujet que l'on a envie de partager avec ses amis. De ce fait, les fonctions sociales du service Youboox sont donc essentielles, afin de développer cette viralité.

### **Une équipe...**

Les entrepreneurs ne suffisent pas pour la réussite d'un projet. Il faut également s'entourer de collaborateurs efficaces qui seront capables de porter avec vous cette entreprise. Une société est une affaire de réunion de femmes et d'hommes. Savoir s'entourer est un atout considérable. Cet aspect humain est essentiel et vous mènera vers la réussite... ou l'échec. Youboox est aujourd'hui une famille de dix personnes qui travaillent chaque jour à la réalisation de ce magnifique projet.

### **L'histoire ne fait que commencer...**

Depuis l'idée du projet, en 2011, jusqu'à aujourd'hui, beaucoup de modifications ont été apportées. Un projet doit être souple et offrir la capacité d'évoluer constamment. Il vous faut tenir une ligne directrice tout en évitant les impasses. N'oubliez pas que ce sont les utilisateurs qui créent votre service et non vous. Ce sont eux qui décident de ce qu'ils veulent et il suffit de les écouter pour le leur offrir.

Parti de rien il y a 3 ans, Youboox comptait en janvier 2014 plus de 300 000 membres. Nous offrons la lecture de 50 000 ouvrages, ce qui représente plus de 40 millions de pages lues. Avec seulement une ouverture sur le marché francophone, nous proposons le troisième plus important catalogue au niveau mondial. Qui plus est, Youboox est le seul service à proposer à la fois un accès multiplateformes - IOS, Android et Windows -, et multi supports - Smartphones, PC et tablettes -.

Nous sommes en bonne voie mais l'aventure est loin d'être terminée. Et si nous sommes devenus rapidement un acteur majeur du livre numérique, nous écrivons encore les chapitres de notre histoire, au fur et à mesure.

A suivre... ■