

VINCENT HUWER

IGLOO : POUR NE PAS PERDRE LE NORD

Fondée début 2016, la start-up Igloo est une plateforme ayant pour objectif de faciliter l'interaction, le networking et la communication au sein des groupes et lors d'événements.

Via le mobile, les utilisateurs échangent des informations en temps réel autour d'un intérêt ou d'un sujet commun.

Texte : Marie-Hélène Trouilleux - Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Comment Igloo est-elle née ?

« Igloo est née au début de l'été 2015 dans la tête de Jean-Baptiste Graftieux, aujourd'hui CEO. La plateforme est le fruit de plusieurs expériences négatives au sein de communautés locales, d'associations ou lors d'événements. Le constat a rapidement été établi que la circulation et l'échange d'informations n'étaient pas tout le temps efficaces

“

Trop de start-up se construisent sur une simple idée au lieu de chercher à résoudre des problèmes qui répondent à un besoin du marché.

”

et que les modes de communication étaient encore souvent archaïques et anachroniques. Lors d'événements consacrés au networking, nous avons aussi remarqué qu'il était difficile pour des personnes ayant des centres d'intérêt communs de se rencontrer. On s'en remet souvent au hasard et aux introductions par un tiers. L'idée d'Igloo est d'être proactif et de proposer un outil fédérateur, regroupant des personnes partageant

les mêmes intérêts ou passions, afin de favoriser des rencontres intéressantes. Contrairement à d'autres outils de communication ou applications mobiles qui intègrent un système de messagerie instantanée, Igloo s'adresse à des groupes élargis qui vont au-delà de la sphère familiale et amicale. La démarche n'en demeure pas moins chaleureuse et l'esprit communautaire est bien présent. Une fois ce constat posé, une équipe aux talents complémentaires a été rassemblée et le travail a débuté.

Quels sont les avantages de l'application Igloo ?

« Igloo permet de créer des espaces de conversations et d'échanges, de publier différents types de médias, d'entretenir un agenda d'événements ou encore de comptabiliser les participants. L'idée est de simplifier la vie des utilisateurs, d'améliorer la communication, l'organisation et l'interactivité. Il est inutile de décliner son identité ou de communiquer des informations personnelles pour rejoindre un groupe. Un simple numéro de téléphone suffit pour s'inscrire sur la plateforme. Il n'y a pas de profil à remplir, mais l'application offre la possibilité de rejoindre différents groupes publics, privés ou 'secrets' et de personnaliser pour chacun d'entre eux son identité par le biais d'un nom d'utilisateur, d'une photo de profil et d'une ligne de biographie. La recherche d'igloos (ou de groupes) se fait de différentes manières : en utilisant un code pin, via le moteur de recherche ou au moyen d'une carte.

Pourquoi avoir créé Igloo au Luxembourg ?

« Nous sommes originaires de la région et nous connaissons l'efficacité de l'administration au Grand-Duché. Au Luxembourg, l'ouverture sur la Grande Région et l'Europe est une nécessité. Cela incite les start-up à se tourner rapidement vers le marché international. D'ailleurs, notre application est déjà disponible en trois langues : français, anglais et allemand.

Avez-vous bénéficié d'aides ou d'un accompagnement ?

« Nous sommes bien accompagnés et gâtés au Luxembourg ! Nous avons été conseillés par la Chambre de Commerce et nous avons reçu un soutien logistique de la BGL BNP Paribas, en étant incubés au Lux Future Lab. Nous avons aussi participé à un programme start-up chez Amazon Web Services. Ainsi, nous avons pu bénéficier des ressources nécessaires pour accompagner notre croissance, notamment en termes d'infrastructures réseaux et d'hébergement des données. Enfin, nous prenons régulièrement part à des événements de networking entre start-up. En tant que jeune entreprise, l'isolement n'est pas conseillé...

Avez-vous dû faire face à certaines difficultés ?

« Nous pensions pouvoir développer la plateforme en l'espace de quelques mois, mais la réalité a été tout autre ! Il a fallu faire des choix. Nous avons préféré développer un produit plus simple et perfectible, certes... mais fiable et fonctionnel. La difficulté de l'exercice étant de définir le niveau de perfectibilité acceptable avant un lancement auprès des premiers utilisateurs. Une autre difficulté a été de financer le développement de la plateforme. Nous avons étudié l'idée de lever des fonds ou d'avoir recours au financement bancaire. Finalement, nous avons développé le produit en utilisant nos fonds propres. Nous avons également fait appel à notre réseau pour recevoir une aide sur des points particuliers du projet.

Nous sommes actuellement en discussion avancée avec des investisseurs pour financer une partie du développement commercial et accélérer notre expansion géographique. ▶



Vincent Huwer dirige la stratégie produit et communication de la start-up Igloo créée en avril 2016 et qui compte actuellement six employés.

Quelles opportunités avez-vous rencontrées ?

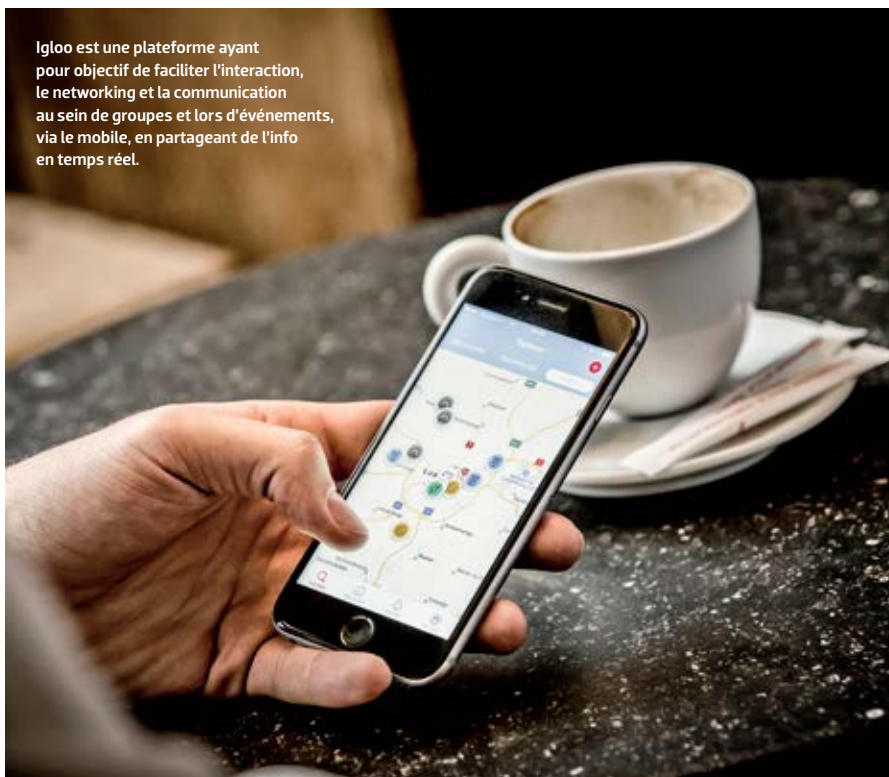
« Grâce au positionnement de la solution pour les groupes et les événements, la plateforme attire de nombreuses start-up qui ont des problèmes que nous pouvons résoudre. Dernièrement, nous avons développé un partenariat en Afrique où nous avons mis au point une solution qui facilite la mobilité. Là-bas, les taxis sont chers, très nombreux et souvent vides, alors que les bus sont en nombre insuffisant, manquent de fiabilité et sont généralement surchargés. Nous avons donc créé BokkTaxi, un service de *taxi sharing*, permettant de partager un taxi de manière instantanée ou programmée. Ce partenariat vient d'être primé par l'Ifa (Initiative for Africa). Nous développons actuellement des collaborations similaires avec plusieurs entreprises, des municipalités, des écoles, des clubs sportifs et des associations de tout type.

Comment envisagez-vous le développement d'Igloo ?

« L'application est disponible sur les plateformes iOS et Android. Nous voulons tester différentes hypothèses de marchés mais nous croyons qu'Igloo est utile dans de nombreuses situations. Nous visons plusieurs types de groupes. Notre développement commercial est actuellement axé sur la Grande Région, mais nous avons l'ambition d'accélérer notre expansion géographique en France et en Belgique. Igloo totalise aujourd'hui plusieurs centaines de groupes actifs. Ces groupes couvrent différentes catégories comme le sport, l'éducation, les associations ou encore des groupes privés, des collectivités, etc.

Quel est votre business model ?

« Nous développons un modèle 'freemium', c'est-à-dire que nous offrons les fonctionnalités de base pour tous et une formule payante avec des fonctionnalités et des services supplémentaires aux entreprises. L'application est disponible sur mobile et nous allons prochainement proposer une plateforme web de gestion de ces groupes qui sera intégrée à la formule payante. Pour le moment, les données sont stockées en Allemagne, mais nous envisageons de les héberger un jour au Luxembourg. Nous n'avons que très peu de données sensibles, bancaires ou personnelles. Elles ne font pas partie de notre *business model*.



Igloo est une plateforme ayant pour objectif de faciliter l'interaction, le networking et la communication au sein de groupes et lors d'événements, via le mobile, en partageant de l'info en temps réel.

Pouvez-vous définir la stratégie d'avenir d'Igloo ?

« Après avoir constaté de nombreux besoins dans la vie des groupes et communautés, nous devons maintenant identifier ceux qui sont le plus porteurs et pour lesquels nous pouvons apporter une solution utile et originale. Nous ne voulons pas être un réseau social, mais un vrai compagnon dans la vie des groupes. Une solution facile à implémenter, capable de résoudre des problèmes d'organisation et de communication. Trop de start-up se construisent sur une simple idée au lieu de chercher à résoudre des problèmes qui répondent à un besoin du marché. Cette démarche est vouée à l'échec.

Quels sont les facteurs de succès pour une start-up ?

« Le premier facteur de succès est la flexibilité. Il faut rester à l'écoute du marché, persévérer sans s'obstiner et affiner son postulat en étant réceptif aux critiques et conseils. L'autre facteur qui fait le succès d'une entreprise à ses débuts est la bonne complémentarité des personnes, notamment au sein de l'équipe fondatrice. Une confiance mutuelle est nécessaire pour une bonne cohésion de l'équipe et pour que chacun donne le meilleur de lui-même !

Que préférez-vous dans votre métier ?

« Le fait d'être directement aux commandes me plaît ! Voir le fruit de son travail se concrétiser est exaltant. Mais il faut faire preuve d'une certaine rigueur et travailler énormément. Nous vivons à une époque charnière et passionnante où il reste encore beaucoup de choses à faire. Nous sommes en pleine transition numérique. Tout est décentralisé et nécessite de renverser l'ordre établi (la désormais fameuse 'disruption'). Toujours plus de personnes sont motivées pour se mettre à leur propre compte. Nous travaillons avec des free-lances partout dans le monde, même si le cœur de la solution est développé au Luxembourg et en France. Il n'y a plus de frontières pour trouver des talents. Cette nouvelle donne peut faire peur à certaines sociétés ou groupes bien établis. Mais il faut accepter le changement et en tirer parti. Les opportunités sont partout, même sur des marchés que l'on croit à tort verrouillés. Lorsque Facebook a démarré, MySpace était un réseau social incontournable et au moment où Google a été lancé, on pensait que Lycos et Yahoo étaient indétronables. Regardez le chemin accompli aujourd'hui par ces deux entreprises ! » ●

www.joinigloo.com