

L'échec, une partie intégrante du succès

Gilles Babinet

Entrepreneur hors du commun et prolifique, Gilles Babinet a quitté l'école à l'âge de 16 ans. Celui qui a commencé sa carrière dans le bâtiment a monté moult boîtes qui ont chacune un grand succès. Le secret de cet autodidacte ? La foi, la foi et la foi.

Attention, cet homme est un serial-entrepreneur, brillant qui plus est. A 44 ans, Gilles Babinet a créé plusieurs sociétés qui ont chacune innové dans leur domaine. Aujourd'hui, il est devenu Business Angel de proximité. En clair, il continue de piloter des entreprises dans lesquelles il a pris des participations mais sans y exercer des fonctions de dirigeant. Avec son expérience, ses conseils stratégiques et son carnet d'adresses. Son histoire pourrait tenir en deux mots : persévérer paie.

«J'étais nul à l'école». Interviewer Gilles Babinet c'est forcément évoquer d'abord sa scolarité. Il se prête au jeu de ce flash-back tranquillement assis dans le salon de son loft parisien, le ton léger de celui à qui tout sourit. Son passage à l'école ? Tumultueux et bref. Il quitte le face-à-face avec le tableau noir à l'âge de 16 ans sans aucun diplôme en poche. Qu'importe, direction l'Afrique où il va vivre quelques années.

1988 sonne le retour en France. Gilles Babinet trouve un boulot sur un chantier de la Défense. Le voilà amené à poser des carreaux sur des gratte-ciel de la Défense, le quartier d'affaires situé au nord de Paris. Il fait ça trois mois. Ce sera son premier métier, sa première fiche de paie... La seule, d'ailleurs puisqu'après il sera son propre

« Soif d'entreprendre, goût du challenge... Gilles Babinet n'aime pas l'homme d'un seul projet »

patron. Après cette expérience, il monte sa propre boîte de bâtiment, escalade industrie, à l'âge de 22 ans. Au bout d'un an, il la vend. Le fêru de technologie monte

alors une société de design de produits industriels. Contrairement à sa première expérience, cette entreprise a du mal à démarrer. «On était en 1993, au moment de la crise économique », se souvient Gilles Babinet. Il s'adapte, persévère, sa boîte grandit. Parmi ses créations : le tramway de bordeaux, la poubelle du métro parisien, des téléphones... En 1999, il revend son entreprise à EURO RSCG.

Un nouveau challenge l'attend au tournant. Les défis, il aime ça et ça se voit. Très tôt, dès l'an 2000, Gilles Babinet voit le potentiel du téléphone portable. Il est convaincu que ce petit engin servira à plein d'autres choses qu'à téléphoner. Il fonde Musiwave, sa troisième boîte, qui devient le spécialiste de la diffusion de musique pour mobile. Nous sommes alors en pleine explosion de la bulle internet, souvenez-vous, c'était au début de siècle à une époque où les téléphones portables ne pouvaient jouer que

PHOTOGRAPHIE: REMERCIEMENTS GILLES BABINET

des sons polyphones. Musiwave introduit des sonneries hifi. Oui, l'audace paie. « On a eu des problèmes de financement, se souvient aujourd'hui Gilles Babinet. Mais on s'est battus. Et au lieu de faire de notre boîte une catastrophe, on en a fait un beau succès ». Après un an, Musiwave est implantée dans 26 pays. « Dès qu'on avait un contrat, on cherchait les gens pour l'agence locale », raconte-t-il. Voir toujours plus grand. L'entrepreneur autodidacte raconte cette expérience avec une modestie bluffante. En 2005, l'entreprise sera vendue pour la bagatelle de 100 millions d'euros.

Après une année sabbatique, Babinet se lance dans la création d'entreprises, mais sans en être le patron. « Au début, je venais souvent dans les locaux, jusqu'au jour où j'ai réalisé que ça pouvait perturber, raconte-t-il. Aujourd'hui, je laisse la gestion quotidienne à des très bons directeurs. Et on se rencontre dans des lieux sympas. Ça se passe très bien comme ça. » La première de ses incubations s'appelle Eyeka. Communauté de créatifs à l'origine, Eyeka

« On est un pays colbertiste, donc ce n'est pas facile. »

s'est transformée en un outil de marketing innovateur car participatif. Le contenu généré par les utilisateurs permet aux marques – dont beaucoup de luxe – d'avoir un retour primordial sur leur produit. « Nos clients nous disent que le feedback qu'ils reçoivent de nos groupes est extraordinaire, » remarque Gilles Babinet, un brin surpris. « Il est même arrivé que l'un de

nos clients réalise ainsi que l'image que la direction avait de la cible ne correspondait guère avec la réalité, raconte encore l'entrepreneur. Il y avait une dichotomie, qui a mené à une refonte totale de leur stratégie ! » Eyeka propose le regard frais et non formaté d'individus sur une marque donnée. « Les jeunes ont encore la capacité à casser les codes, que n'ont plus les agences, majoritairement celles de marques de luxe, qui ne sont pourtant pas connues pour leur audace de l'utilisation du web social », analyse Gilles Babinet. Eyeka fait un carton : « Au mois de janvier 2011, on a déjà fait le chiffre d'affaires prévu pour le trimestre ! » Récemment, le site s'est lancé aux Etats-Unis.

Soif d'entreprendre, goût du challenge.... Gilles Babinet n'aime pas l'homme d'un seul projet. Des idées de boîtes, l'autodidacte en a à la pelle, elles le boostent. Et ses idées à lui sont synonymes d'opportunités, qui se concrétisent. Voient ainsi le jour : Digibonus, qui permet aux marques d'internaliser la création et la gestion des jeux-concours pour des sites comme Facebook ; Mxp4, qui développe des jeux dans le domaine de la musique et l'outil marketing baptisé Captain Dash. Mot d'ordre pour le futur créateur d'entreprise : garder ses yeux et ses oreilles grands ouverts. Observez, les idées fourmillent ici, là, partout.

« Je ne suis pas exceptionnel », tempère Gilles Babinet. S'il n'a pas fait de grandes écoles, une voie toujours perçue en France comme une sacro-sainte route royale vers le succès, l'homme n'a pas vraiment connu d'échecs. Mis à part son parcours scolaire (Sic). Ou plutôt, il a su les transformer. Et au final, en faire un succès, son succès, ses succès. L'échec d'ailleurs, est un sujet qui l'inspire : « la réussite est une succession d'échecs », dit-il philosophiquement déplo-

rant par là même que les échecs soient mal perçus en France. « La capacité de survivre est fortement liée à la maîtrise d'école », estime Babinet. « Ce sont des codes subtils, que je ne connais pas moi-même » Il s'explique : « J'étais nul à l'école, donc j'étais convaincu que j'étais nul, point final. Plus tard, j'ai compris que j'avais des talents. Et puis j'ai réussi. J'espère que cela pourrait servir d'exemple à d'autres. »

« Pour lui, l'une des clefs du succès réside en la foi qu'on porte à son projet. »

Pour lui, l'une des clefs du succès réside en la foi qu'on porte à son projet. « L'attitude française est de programmer les gens à penser que rien n'est possible, déplore-t-il. Il y a une pensée unique très forte dans ce pays. Il faut s'affranchir du regard de l'autre. De toute façon, pour bouger les choses il faut faire quelque chose d'aberrant. Monter une entreprise par exemple. On est un pays colbertiste, donc ce n'est pas facile. Pourtant le climat s'est amélioré en France les dernières années. L'énarque d'antan est devenu un has-been, » raconte Gilles Babinet avec un regard sournois. Et malgré tout, il conseillerait à celui qui voudrait lancer une entreprise d'aller plutôt aux Etats-Unis. Et de fustiger les taxes, les politiques non favorables à l'esprit d'entrepreneuriat qui lui est si cher. Attention, sa passion pour la création d'entreprise est contagieuse ! 🎓



gillesbabinet@speakersacademy.fr

Gilles Babinet, le serial entrepreneur

Au début des années 1990 il fonde l'entreprise de design Absolut, qui dessine entre autres le tramway élégant de Bordeaux. Créateur de plusieurs start-ups, il continue ses activités désormais en tant que business angel. Grand amateur de musique, Babinet est aujourd'hui actif dans Mxp4, une société spécialisée dans le social gaming autour de la musique ainsi que Eyeka et enfin Captaindash, un outil 'Open Data' pour l'étude de données les plus complexes issues d'innombrables sources. En tant que conférencier, Gilles Babinet intervient sur plusieurs thèmes allant du contexte de l'entreprise en France à comment préparer une entreprise à l'exportation en passant par l'importance de l'échec sur la route du succès.