

Whaller, le réseau social qui vous évite de mélanger privé et professionnel

Lancé en 2014, Whaller est un réseau social qui permet à ses utilisateurs de créer des « sphères », des espaces de conversation privés répartis selon leurs besoins et envies : famille, amis, professionnel, etc. Thomas Fauré, son fondateur, revient pour Maddynews sur la genèse et les étapes de développement de sa jeune pousse.

Comment est née la volonté de créer Whaller ?

L'idée est née lorsque mon beau-frère m'a demandé mon avis sur l'utilisation des réseaux sociaux pour ses enfants. Sa question m'a poussé à entamer une réflexion sur la confidentialité des informations échangées sur Internet et sur l'utilité même d'un réseau social. Car aujourd'hui la notion de confidentialité des données partagées sur Internet est mise de côté.

J'ai donc travaillé à la création d'un tout nouveau modèle de réseau social qui replace l'internaute au centre du réseau en lui redonnant pouvoir et contrôle.

C'est en 2013 que j'ai créé Whaller. Il s'agit d'une plateforme permettant à ses utilisateurs - entreprises, établissements scolaires, institutions, associations, particuliers — de créer leurs propres réseaux sociaux privés totalement étanches les uns des autres, appelés « sphères ». Le concept est simple et intuitif : il suffit à l'utilisateur de créer ou de rejoindre sur invitation une sphère pour commencer à échanger avec les autres membres de cette même sphère, en toute sécurité et confidentialité.

Aujourd'hui, ce sont les géants américains qui dominent le marché des réseaux sociaux. La création de Whaller est une façon de prouver que l'Europe, et plus particulièrement la France, savent innover.

Pouvez-vous nous présenter les membres de l'équipe ?

Je me suis rapidement associé à Jérôme Moreau, un ami de longue date qui est aujourd'hui coactionnaire et Directeur Associé. J'ai voulu, dans cette aventure, m'entourer de personnes de confiance, qui soutenaient mon projet à 100% et c'était le cas de Jérôme.

Grâce à cette complémentarité qui fait notre force, nous avons pu concrétiser mon projet personnel et faire de Whaller l'entreprise qu'elle est aujourd'hui.

Nous avons embauché 10 personnes avec des profils variés - développeurs, graphistes, commerciaux. La majorité de nos collaborateurs travaillent au développement technique.

Le critère d'entrée ? avoir un bon état d'esprit, de travail, de confiance et de persévérance et, surtout, croire au projet.

Qu'est-ce qui vous différencie des autres réseaux sociaux ?

Nous souhaitons, en créant Whaller, rendre les échanges entre utilisateurs plus qualitatifs. C'est la raison pour laquelle chacun peut créer sur Whaller autant de sphères distinctes les unes des autres et étanches, pour toutes ses communautés : équipe, entreprise, associations, etc.

On ne s'adresse pas à ses collègues de travail comme à sa famille ; on ne partage les mêmes informations avec les membres de son club de sport et ceux de l'association à laquelle on adhère.

L'avantage de ces sphères étanches est que chaque communication entre membres est totalement contrôlée et indépendante.

Nous avons également voulu créer une plateforme non-intrusive. Sur Whaller, il n'y a ni publicité, ni indexation ou exploitation des données sur les moteurs de recherche. Tout est fait pour que la tranquillité de l'utilisateur soit respectée, que ses données privées soient protégées.

Quel est votre business model ?

Whaller a un modèle freemium : les utilisateurs peuvent créer gratuitement leurs réseaux en « standard » avec un nombre de membres et de sphères illimité. Puis nous proposons un panel d'outils complémentaires sous la forme d'un package « Premium ».

Deux versions premium existent : une version « Sphère Premium » et une version « Organisation Premium ». Ces versions permettent d'accéder à des fonctionnalités supplémentaires comme l'import de flux externes, l'agenda, la box de sphère — qui permet de créer des espaces documentaires structurés —, l'outil de recherche avancée, le kanban (organisateur de tâches) ou encore la téléconférence.

A cela s'ajoute une offre « Éducation » qui nous permet de proposer la plateforme aux établissements scolaires à des tarifs avantageux. Plusieurs établissements scolaires utilisent en effet notre réseau comme les Écoles Centrales Paris, Lille, Lyon et Nantes ou encore l'ISCOM.

Dans l'acquisition de vos utilisateurs, qu'observez vous : des salariés qui découvrent Whaller puis l'utilisent à titre personnel ou plutôt l'inverse ?

C'est très variable. Certains de nos usagers nous ont découvert grâce à leur entreprise effectivement. Mais d'autres nous ont connu par le biais de réseaux associatifs ou personnels qui utilisent Whaller comme outil de communication.

Quelle est votre actualité ? Vos axes de développement pour les mois à venir ?

Côté « actualité », nous venons d'annoncer la compatibilité de Whaller avec les suites logicielles Microsoft Office 365 et G Suite (Google). Cela nous permet de résoudre les soucis d'intégration que peuvent rencontrer les petites, moyennes et grandes entreprises lorsqu'elles intègrent Whaller à leur SI. Concrètement, les utilisateurs peuvent désormais automatiquement connecter leurs comptes Microsoft Office 365 et Google à leur compte Whaller. Ils bénéficient ainsi d'une interconnexion directe avec leurs solutions de partage de fichiers (Microsoft OneDrive et Google Drive). Les « boxes de sphère » peuvent aussi être remplacées par des « box » Google Drive et bientôt Microsoft OneDrive.

Nous nous apprêtons également à sortir un package ultra-sécurisé, permettant la double authentification et le stockage en local chez le client.

Coté « axe de développements », nous avons la chance d'être soutenus par le

groupe Bolloré – cela nous permet de bénéficier d'une certaine stabilité. Nous allons entrer dans une phase d'accélération. Nos objectifs pour 2017 sont ambitieux mais ils sont à la hauteur de l'intérêt que le public porte à notre plateforme : nous comptons doubler l'effectif de l'équipe et nous déployer largement à l'international.

Suite à l'adoption du GDPR (General Data Protection Regulation) en Europe, quel regard portez-vous sur l'évolution en matière de protection des données ? Et sur les habitudes des internautes ?

L'Europe joue un rôle central dans la protection des données privées. Le Danemark a été jusqu'à nommer un ambassadeur du numérique pour discuter avec les GAFA. Je suis, à titre personnel, ravi de voir naître cette prise de conscience collective. La France n'est pas en reste, la CNIL est, par exemple, une très belle initiative qui a trouvé sa place dans le paysage numérique.

Les internautes changent également peu à peu leurs habitudes et sont à la recherche d'outils de confiance. De plus en plus de voix s'élèvent contre les pratiques des GAFA. C'est pourquoi il est important de combattre leur toute-puissance.

Les politiques ont un rôle à jouer. Il faut sensibiliser le public dès aujourd'hui sur les notions de contrôle et de respect des données. Cela passe par des campagnes de sensibilisation, des nouvelles réglementations mais aussi par le soutien d'initiatives européennes, proposant une autre vision du numérique, comme Qwant ou Whaller.