Éric Carreel, fondateur de Withings : «Au moment de la vente à Nokia, il y avait un goût d’inachevé»

Cette année, Withings fête ses 15 ans d'existence. Une aventure mouvementée à la tête de laquelle on retrouve Éric Carreel. Maddyness l'a rencontré à Berlin.

Temps de lecture : minute

5 septembre 2023

Depuis plus de 30 ans, Éric Carreel enchaîne les aventures entrepreneuriales. Fondateur de Withings, Sculpteo, Invoxia, Zoov ou plus récemment Iridesense, l’ingénieur français, qui a touché à une multitude de secteurs (santé, mobilité, impression 3D…), est passé par tous les états. Mais à n’en pas douter, son épopée la plus emblématique reste celle vécue avec Withings.

Considérée comme un fleuron français de la santé connectée alors que la French Tech prenait son envol, la société avait perdu de sa superbe après son rachat par Nokia en 2016. Mais l’entreprise ne fit qu’un court passage dans le giron du groupe finlandais, puisqu’Éric Carreel est finalement venu à la rescousse de Withings seulement deux ans plus tard. *«Au moment de la vente à Nokia, il y avait un goût d’inachevé. Nous avions essayé de rentrer dans l’écosystème de la santé, et nous nous étions pris un mur parce que la France n’était pas prête»*, se souvient l’entrepreneur que *Maddyness* a rencontré à Berlin en marge de l’IFA.

> *«Nous allons creuser chacune de nos familles de produits, mais on ne s'interdit pas de sortir quelque chose de nouveau»*

Depuis son retour au bercail, la marque Withings a retrouvé des couleurs, surtout que le marché de la santé connectée a enfin pris son envol en France au cours de ces dernières années, notamment en raison de la pandémie de Covid-19 qui a accéléré l'adoption des usages numériques dans le secteur médical. *«La révolution de la santé est nécessaire pour éviter que les systèmes de santé ne s'effondrent. Le seul moyen de les sauver, c'est de s'attaquer aux changements des comportements dans la vie quotidienne»*, estime le fondateur de l'entreprise française. *«L'idée, c'est d'être là comme un ange gardien le plus discret possible qui va mettre en relation le patient avec différents corps médicaux quand cela est nécessaire»*, ajoute-t-il.

Dans cette perspective, Withings a lancé pléthore de produits depuis sa sortie de Nokia il y a cinq ans. Balances, tensiomètres, montres connectées et même un laboratoire d'analyse de l'urine connecté (U-Scan) dévoilé au cours du dernier CES de Las Vegas : les équipes de l'entreprise tricolore n'ont pas connu de répit. *«Nous ne sommes pas dans un mode où l'on multiplie à l'infini le nombre de produits. Nous sommes dans un mode où l'on essaie d'approfondir chaque famille de produits»*, assure Éric Carreel. Avant de préciser : *«U-Scan était une nouvelle famille de produits, ce que nous n'avions pas fait depuis longtemps. Nous avons désormais quatre familles de produits : les pèse-personnes, les tensiomètres, les analyseurs de sommeil et les montres. Nous allons creuser chacune de ces familles, mais on ne s'interdit pas de sortir quelque chose de nouveau.»* Il faudra donc guetter les prochaines annonces de Withings en janvier prochain à Las Vegas, alors que la société a dévoilé deux nouvelles montres connectées à l'IFA de Berlin.

À lire aussi
IFA 2023 : quel est l’impact du salon berlinois pour les startups présentes ?

> *«Si l’on veut accompagner quelqu’un pour l’aider à changer de comportement, il ne faut pas l’accompagner une semaine ou six mois, mais au moins trois ans»*

L’ensemble de ces produits vise à répondre à un objectif : collecter un maximum de données sur l’état de forme de leurs utilisateurs pour mieux les suivre au quotidien. Et pour cela, il faut donner envie à ces derniers d’utiliser les produits sur le long terme. *«Il faut arriver à capter de la mesure, mais les gens arrêtent les applis rapidement par exemple. De notre côté, le taux d’utilisation de nos produits au bout de trois ans est en moyenne de 72 % parmi nos clients. Dans le même, ce pourcentage s’élève à 50 à 70 % au bout de six mois pour nos concurrents. Or si l’on veut accompagner quelqu’un pour l’aider à changer de comportement, il ne faut pas l’accompagner une semaine ou six mois, mais au moins trois ans»*, relève Éric Carreel. *«Sur ces trois années, il y a des moments où le*

patient est très motivé et parfois beaucoup moins. C'est normal. Il faut donc avoir des moyens de garder ce lien très fort avec la personne, et nos mesures sont ce lien», ajoute le fondateur de Withings.

Au-delà de développer différents types de produits pour assurer un suivi complet en continu de la santé des utilisateurs, l'entreprise française développe aussi des services pour créer des passerelles entre les patients et les professionnels de santé. Parmi eux, il y a notamment Withings Remote Patient Monitoring (WRPM), une plateforme qui fait office de trait d'union entre les mesures effectuées par les utilisateurs des produits Withings à la maison et le système informatique des médecins.

Avec celle-ci, l'objectif est d'aider les médecins à accompagner les patients dans leur usage des produits de la marque française, notamment en définissant des seuils d'alerte en fonction des mesures engrangées. *«Cette plateforme de mise en relation, c'est le début d'une nouvelle aventure. Cela prend énormément de temps, car il faut être compatible avec tous les systèmes électroniques utilisés pour les systèmes d'informations des médecins»*, indique Éric Carreel.

À lire aussi
Withings : l’avenir de la santé passera par les objets connectés

Retour en Asie imminent ?

Cette approche pourrait transformer le système assurantiel de santé pour basculer d’une médecine de réaction à une médecine d’anticipation. Dans ce sens, l’Obamacare aux États-Unis constitue un cadre propice à de tels services, puisque les médecins sont encouragés à récupérer des données de suivi à distance de leurs patients. *«Ce qui est important, c’est tout le chemin continu pour rapprocher toutes ces mesures du corps médical»*, estime Éric Carreel. *«En France, nous travaillons beaucoup pour être dans le premier lot d’entreprises qui seront connectées à Mon espace santé (carnet de santé virtuel qui centralise toutes les données médicales des Français pour simplifier la communication avec les professionnels de santé, ndlr)»*, ajoute-t-il.

Outre l'Hexagone et les États-Unis, deux marchés clés pour Withings, la société entend également explorer de nouvelles opportunités à l'international à l'avenir. *«Nous recommençons des travaux pour repartir en Asie, où l'on était davantage présent il y a huit ans»*, précise l'entrepreneur. Une expansion qui pourrait passer par de nouvelles acquisitions après celles d'Impeto Medical et 8fit il y a plus d'un an ? *«On fait attention à notre cash en ce moment»*, concède Éric Carreel, alors que les levées de fonds se font plus rares et modestes au sein de la French Tech. Pour rappel, Withings avait levé 53 millions d'euros à l'été 2020, notamment pour monter en puissance sur le marché américain.

Le hardware, dénominateur commun des projets d'Éric Carreel

La société basée à Issy-les-Moulineaux étant désormais à nouveau sur de bons rails, Éric Carreel pourrait-il être tenté de se lancer dans une nouvelle aventure entrepreneuriale, comme très récemment avec Iridesense, une deeptech qui développe un Lidar 3D multispectral ? Le principal intéressé n'exclut rien, mais il relève un point commun à tous ses projets : *«Il y a toujours du hardware, on touche la matière.»*

Dans ce cadre, l'entrepreneur apprécie les efforts réalisés ces dernières années pour faire décoller la filière deeptech dans l'Hexagone. Pour rappel, l'exécutif a notamment fixé pour objectif la création de 500 jeunes pousses par an dans la deeptech d'ici 2030. Un chiffre ambitieux, alors qu'il n'y a que 2 500 startups dans ce secteur en France, soit 8 % du nombre total de jeunes pousses tricolores, selon le décompte du gouvernement. *«Je suis assez satisfait que Bpifrance ait lancé le plan Deeptech (lancé en 2019 dans le cadre de France 2030, ndlr). La deeptech, c'est quand même beaucoup la matière. Je trouve ça assez passionnant»*, indique le fondateur de Withings. Avant d'ajouter : *«Ce que je regrette, c'est que le milieu de l'investissement français est encore un*

peu frileux sur ce secteur, par rapport aux sites de vente en ligne ou aux logiciels SaaS par exemple. Tout cela est bien sympathique mais je crois que ce n’est pas ça qui va changer le monde.»

À lire aussi
La deeptech, un secteur stratégique qui ne demande qu’à décoller

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups

françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion