

La plateforme conversationnelle Wibilong cédée à Publicis

EXCLU - Il y a cinq ans, l'entrepreneur Stéphane Boukris avait fait l'acquisition de Wibilong pour booster la croissance de cette plateforme conversationnelle. Cinq ans après, elle est rachetée par Epsilon, la filiale de marketing digital de Publicis.

Temps de lecture : minute

13 décembre 2024

« Le contexte est compliqué, très peu d'entreprises se vendent, mais il faut parfois être patient. » Après cinq ans de patience, l'investisseur Stéphane Boukris, qui avait racheté Wibilong en 2019, revend la société à Publicis via sa filiale de marketing digital Epsilon France. Les modalités financières de l'opération n'ont pas été dévoilées.

Cette startup a mis au point une plateforme conversationnelle, permettant aux clients d'une marque, ou à ceux qui ne le sont pas encore, d'échanger entre eux sur un produit. Ce qui transforme des clients en prescripteurs pour les prospects. Dans le même temps, l'outil permet d'améliorer le référencement et la notoriété de la marque. La plateforme, dotée d'intelligence artificielle, s'intègre sur le site des enseignes, en marque blanche. « Cela ressemble à un grand forum public entre clients, ce qui permet de booster le référencement naturel et de faire l'acquisition de nouveaux clients », précise Stéphane Boukris, qui souligne qu'en « 2019, la société qui appartenait au groupe coté en Bourse Teleperformance ne se développait plus, elle était en décroissance et vivait de ses rentes ».

Passage de flambeau à Epsilon France 5 ans après le précédent rachat

David Schwarz, un de ses anciens clients, l'avait alors contacté pour lui suggérer de racheter la startup à ses côtés. « *Il avait besoin de liquidités* », raconte Stéphane Boukris, qui a, de son côté, investi dans 53 startups, revendu la société de conseil qu'il avait cofondée, Ametix, au groupe La Poste en 2017 puis cédé Excelsior, qu'il avait créée en 2019, au groupe *Alan Allman Associates* en 2023.

En cinq ans, Stéphane Boukris et son associé David Schwarz - qui dirige notamment le fonds d'investissement VialD - ont donc développé le portefeuille clients de Wibilong, en lui ouvrant leurs carnets d'adresses, et amélioré la pénétration de l'outil chez les clients existants, tout en renforçant les équipes de la startup qui emploie 10 salariés. « *Nous avons également contacté Jean-Christophe Hua, le créateur de Wibilong, pour qu'il reprenne les rênes de la société. Nous, nous sommes des investisseurs* », souligne Stéphane Boukris.

« Publicis a vu le potentiel de cet outil »

Grâce à cela, « *Epsilon a vu le potentiel de cet outil*, poursuit Stéphane Boukris. *La technologie les intéressait et ils se sont dit qu'avec leur carnet d'adresses, ils pouvaient booster la croissance de la startup.* » De son côté, Nicolas Zunz, président d'Epsilon France, se réjouit de se doter d'une solution « *qui est incontestablement la plus efficace parmi toutes les plateformes communauté clients du marché* ». Avant de d'ajouter : « *Elle nécessite très peu d'efforts pour la marque et délivre très rapidement des bénéfices concrets, notamment en SEO. Nous sommes enchantés d'accueillir les talents de Wibilong au sein d'Epsilon France et d'intégrer cette solution au sein de notre éventail de solutions d'interactions marque-client.* »

Quant à Stéphane Boukris, il dirige désormais la French Tech à Dubaï et s'est lancé dans un projet bien différent. L'entrepreneur-investisseur travaille actuellement sur une comédie musicale, baptisée « Once upon a time in Dubaï ». Un show, entre l'art et la tech, avec des hologrammes et de l'IA, qui devrait voyager à travers le monde et accueillir jusqu'à 150 000 spectateurs à chaque représentation.



À lire aussi
Gitex 2024 : pourquoi Dubaï devient une destination de plus en plus incontournable pour la French Tech



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Jeromine Doux