Heetch réduit la voilure mais pas son ambition d'être rentable d'ici 2022

Lever des fonds, c’est bien. Avoir des clients, c’est mieux. Un an après, où en sont les startups qui ont bouclé un tour de table ? Développement, recrutement, financement, Maddyness fait le bilan. Teddy Pellerin, co-fondateur et CEO de la plateforme de VTC Heetch, partage son expérience après avoir levé 37,6 millions d’euros.

Temps de lecture : minute

---

30 novembre 2020

On ne présente plus Heetch, au commencent une application mobile de covoiturage lancée en 2013 qui s’est muée en plateforme de VTC en 2017 suite à une décision de justice, celle d'exercice illégal de la profession de taxi. Après cette déconvenue et un pivot un peu difficile, la startup a levé 37,6 millions d’euros entre mai et novembre 2019. Son objectif était alors très clair : renforcer son positionnement en France et en Belgique et surtout, partir à la conquête du continent africain. C’était sans compter l’arrivée d’une crise sanitaire, de deux confinements et d'un couvre feu. Teddy Pellerin, cofondateur et CEO de Heetch, nous a livré les coulisses de cette année post levée.

Quels étaient les objectifs de cette levée de fonds (série B) ?

Nous avions deux grands objectifs. Le premier était de continuer à grossir en France et en Belgique qui sont nos deux premiers marchés. Il y a

beaucoup de turn over en France, nous devons réussir à prendre des parts de marché à nos concurrents, c’est essentiel. Nous voulions également nous étendre sur d’autres marchés, l’Afrique francophone notamment, ce que nous avons partiellement réussi (*Heetch prévoyait de lancer une série de tests en Côte d’Ivoire, ndlr).*
Notre troisième enjeu était de continuer à faire grandir l’équipe pour pouvoir réaliser ces objectifs.

Vous avez levé 34 millions d'euros en mai et 3,6 millions d’euros supplémentaires en novembre, pourquoi ?

C’était à moitié prévu. Nous avions inclus la possibilité, lors du premier round, de lever jusqu’à 5 millions d’euros supplémentaires avec un fonds qui est assez proche de nos investisseurs en Afrique. Ce véhicule était en train de finaliser sa propre levée, nous devions attendre un peu avant de savoir si leur investissement serait possible. Finalement, AfricInvest a ajouté 3,6 millions d’euros aux 34 millions d’euros acquis. Il n’existe pas 50 fonds africains qui peuvent être leaders dans une levée et c’est agréable d’avoir un investisseur qui possède des représentants dans les pays africains que nous visons.

Qu'avez-vous réalisé avec cette levée de fonds ? Comment avez-vous dépensé cet argent ?

Nous n’avons pas tout dépensé. À cause du Covid, nous avons dû repenser nos investissements. Nos revenus sont moins importants que prévu. La moitié de nos dépenses ont permis de payer les salariés, un tiers a été consacré à notre marketing et un sixième à payer les frais annexes pour faire tourner l’application. Nous ne sommes pas encore

rentables mais nous espérons atteindre cet objectif d’ici fin 2021 ou début 2022. Cela dépendra de la crise du Covid.

Si nous n’avions pas réalisé cette levée au bon moment, cela aurait changé beaucoup de choses. Nous avons basculé d’une application de covoiturage à une solution de VTC en 2017. Cette série B a aussi permis de valider notre transition, de la digérer complètement. Elle permet de nous projeter sur les deux ou trois prochaines années.

Quels projets avez-vous concrétisé cette année ?

Jusqu’au mois de mars et l’arrivée du confinement, nous avons connu une belle croissance en France et en Belgique. Nous l’avons retrouvé dès le déconfinement et nous avons choisi de réaliser une campagne de communication début octobre pour nous relancer encore plus vite. Ce n’était pas le meilleur timing.
Malgré notre récente levée de fonds, nous voulons préserver notre trésorerie. C’est pour cette raison que nous avons décidé d’attaquer l’Afrique moins fort et moins vite que prévu. Nous voulons minimiser les risques. Malgré nos ambitions en Afrique, la France et la Belgique restent les pays où nous faisons le plus de trafic et les rendements y sont meilleurs.

À lire aussi
Un an après sa levée de fonds, Mansa vise le Royaume-Uni

En Afrique, nous nous sommes lancés en Algérie et au Cameroun mais nous avons dû arrêter avec l'arrivée du Covid car le marché, qui était déjà compliqué avant, s'est encore réduit. Nous nous sommes également implantés en Angola (*La startup est présente au Maroc depuis 2018,ndlr).*

Au Cameroun, les habitants utilisent des motos taxis et c'est très compliqué d'aller chercher la rentabilité sur ce type de modèle. Je pense néanmoins qu'on peut apporter de vraies solutions en permettant de réserver une moto taxi à l'avance, d'offrir plus de confort aux passagers et de former des chauffeurs. Finalement, nous ne sommes pas lancés en Côte d'Ivoire. Les motos taxis sont interdites pour des raisons de sécurité, il y a beaucoup d'accidents. On voulait créer un marché VTC pour améliorer ces conditions, cadrer les choses. Nous avons développé la version bêta avec une commune d'Abidjan mais le ministère des transports a refusé ce type de solution.

Comment avez-vous appréhendé les relations avec les nouveaux investisseurs ?

Nous avons de très bons investisseurs et un board qui est assez sain. Et heureusement car nous avons eu des phases compliquées et si nos investisseurs nous avaient fait sentir que nous étions mal embarqués, nous aurions sans doute abandonné. Ils nous ont toujours soutenu. Après tout ce que nous avons vécu et notre pivot en 2017, cette année a été compliquée mais ce n’est finalement pas la pire crise que nous ayons connue. Grâce à nos difficultés, nos investisseurs savent que dans les situations difficiles nous savons prendre les bonnes décisions. Nous avons toujours fait preuve de transparence avec eux et inversement.

Si c'était à refaire, y a-t-il quelque chose que vous changeriez ? Si oui, laquelle ?

Il y a forcément plein de choses que j’aurais changé, j’aurais peut-être démarré directement en VTC. Ensuite, nous avons pris nos décisions en fonction du niveau d’informations que nous possédions à l’époque. Finalement, je ne sais pas si je ferais vraiment les choses autrement.

Quelles leçons tirez-vous de vos levée de fonds ?

Nos levées de fonds se sont toujours passées de manière assez fluide. Nous avons toujours pris le partie de ne pas choisir l’investisseur qui mettait le plus gros montant sur la table mais qui nous semblait le plus sain. On a souvent tendance à regarder les chiffres quand on lève mais il faut surtout regarder qui se cache derrière et si on veut vraiment bosser avec ces personnes. Car lever des fonds, c’est un peu se marier.

Quels sont les axes de développement de Heetch pour les prochains mois ?

Nous allons continuer le développement de notre plan à savoir renforcer notre poids en France et en Belgique en premier lieu et dans nos trois autres pays ensuite. Nous essaierons aussi d’intégrer d’autres pays, toujours en Afrique.

Article écrit par Anne Taffin