

Covid-19 : ces startups qui ont pivoté vers le BtoB pour mieux résister

Si certaines startups envisageaient de délaisser le grand public pour se tourner vers les professionnels avant la crise sanitaire, cette dernière a accéléré leur décision afin de passer avec le moins d'encombres possibles cette période incertaine. Retour d'expérience avec trois jeunes pousses françaises.

Republication d'un article du 9 juin 2021

Comme pour tous les segments de l'économie, la crise sanitaire a fortement affecté l'écosystème des startups françaises. En effet, 29% d'entre elles ont changé leur approche du marché, 24% ont lancé une nouvelle offre et 18% ont opéré un pivot stratégique, selon une étude réalisée par Station F auprès de 1 000 startups européennes. Pour faire preuve de résilience, certaines jeunes entreprises, qui envisageaient de pivoter du BtoC au BtoB, ont accéléré cette stratégie à l'occasion de cette crise.

« Malgré le succès commercial de notre offre, le modèle BtoC a mis en lumière la difficulté de la rentabilité du secteur de la livraison de repas, notamment à cause des coûts de livraison élevés liés au fait de livrer individuellement dans un grand nombre de lieux », explique Sixte de Vauplane, co-fondateur et CEO de Nestor. *« C'est pour ça que nous nous sommes progressivement réorientés courant de l'année 2020 vers un modèle BtoB, en contractualisant directement*

avec les entreprises pour évoluer vers un modèle plus rentable, dans lequel les livraisons sont mutualisées » .

Un contexte favorable aux opportunités BtoB

Si cette idée avait germé chez Nestor plusieurs mois avant la pandémie mondiale, cette dernière a largement participé à la décision de prendre ce virage, qui a été plus radicale que prévu, puisque Nestor envisageait au départ de faire cohabiter des offres BtoC et BtoB. « Cette crise n'a fait qu'exacerber les deux problèmes majeurs du modèle BtoC : les coûts logistiques et les coûts marketing. L'émergence du télétravail a entraîné une désertion des quartiers d'affaires et une explosion de l'offre, avec la restauration traditionnelle qui se lança de manière forcée dans le secteur de la livraison de repas » , poursuit Sixte de Vauplane, tout en précisant qu' « en parallèle, de vraies opportunités se créaient sur le marché BtoB, avec de plus en plus d'entreprises qui se retrouvaient du jour au lendemain sans solution de restauration fiable et flexible pour leurs employés » . C'est d'ailleurs dans ce contexte que Nestor a été racheté par le groupe Elios, spécialisé dans la restauration collective, pérennisant le nouveau positionnement de l'entreprise.

À lire aussi

Les technologies B2B gagnent du galon parmi les startups de la PropTech

« Ce pivot n'a pas été simple, admet le co-fondateur de la startup. Ça impliquait d'assumer publiquement l'échec de notre modèle initial... Et tout cela devait en plus s'accompagner d'une restructuration RH nécessaire à la pérennité de notre entreprise » , sans préciser si tous les salariés de la startup sont restés suite à ce rachat. Nestor propose trois services aux entreprises : la livraison groupée, l'installation d'un espace de restauration avec un membre du personnel Nestor et une offre de frigos connectés. Un choix couronné de succès pour la startup avec la signature d'un contrat avec Novotel.

Des enseignements partagés par Rushmix, startup lyonnaise spécialiste du montage vidéo. Si, à l'origine, l'entreprise concentrait son offre autour du montage vidéo de mariages, de voyages et d'événements en tous genres pour les particuliers, la jeune pousse a annoncé, en mai dernier, une levée de fonds

de 500 000 euros auprès de BJIInvest, Bpifrance et de business angels pour accélérer son développement commercial auprès des entreprises. « *Nous avons identifié de besoin de montage vidéo des entreprises depuis le départ à travers quelques partenariats avec des agences de voyage ou des écoles de ski, mais nous nous sommes vite rendus compte que le modèle BtoB prenait le dessus dans notre activité* », explique Martin Bothier, co-fondateur et CEO de Rushmix. Si la startup a commencé son pivot stratégique en octobre 2019, la crise de Covid-19 « *n'a fait qu'accélérer et valider ce modèle* », explique le dirigeant. « *Beaucoup d'entreprises sont venues vers nous parce qu'elles ne pouvaient plus se déplacer et ont dû trouver un moyen de transformer la présentation de leurs produits en vidéos pour leurs clients* », précise l'entrepreneur, qui ajoute que « *l'activité BtoC de Rushmix a vocation à disparaître* » .

Accompagner la digitalisation des entreprises

Sans dévoiler son chiffre d'affaires, comme de nombreuses entreprises de l'écosystème, Rushmix assure avoir connu, grâce à ce pivot, une croissance de +250% en période de Covid-19. « *Nous accompagnons le mouvement de digitalisation des entreprises, qui a été accéléré par la crise, analyse Martin Bothier. Point.P, qui réunit habituellement tous ses fournisseurs en fin d'année, a fait appel à nous pour transformer la présentation de ses produits en vidéo. Nos clients se sont rendu compte qu'il était plus intéressant pour eux financièrement de procéder comme ça plutôt que d'envoyer des commerciaux partout en France* » .

Quentin Soulet de Brugière, co-fondateur et CEO de Dreem, a, lui aussi, décidé d'opérer ce pivot vers le BtoB. « *Avec la pandémie, la pratique médicale s'est très largement digitalisée partout dans le monde. Pour nous ça a été une double opportunité : les professionnels de santé ont dû rapidement accélérer l'utilisation d'outils digitaux et les grandes entreprises de la santé ont dû vite innover*, détaille l'entrepreneur. *On a eu des demandes de la part de tous ces acteurs de l'écosystème, qui ont accéléré le positionnement de Dreem dans le domaine médical* » .

Bouleversement dans le monde de la santé numérique

Si la décision était dans les tuyaux depuis quelques années, c'est une étude de la jeune entreprise publiée dans le prestigieuse revue médicale Sleep, en 2020, qui a marqué un tournant pour la société. « *Les résultats ont démontré que la*

précision de notre hardware et de nos algorithmes était équivalente à celle d'une polysomnographie et d'une analyse d'experts du sommeil, se réjouit Quentin Soulet de Brugière. Cela nous a ouvert la voie des essais cliniques à grande échelle, et a fortement encouragé l'utilisation de notre technologie par les acteurs médicaux » .

Le co-fondateur de Dreem admet aussi que la crise du Covid-19 a accéléré ce virage, dans la mesure où « *l'émergence du numérique a changé le paysage de la santé, que ce soit l'accès facilités aux soins à distance et à la télémédecine, l'émergence de nouvelles méthodes de traitement, et même la création de nouveaux parcours de soins. Une transformation qui a poussé chaque acteur du monde de la santé à trouver de nouvelles façons de fournir des soins de qualité à distance* » .

Lancée en 2020, la solution « *Dreem Labs* » est un service comportant le bandeau Dreem, son application et ses services d'analyse des données, uniquement dédié au suivi du sommeil pour essais cliniques. Une initiative qui semble séduire, puisque Dreem compte, grâce à ce nouvel outil, plus de 250 partenaires scientifiques dans le monde, dont Stanford University, Harvard Medical School, le Massachusetts Institute of Technology, ou encore Cambridge University, avec lesquels la startup travaille sur des essais cliniques portant sur la narcolepsie, la sclérose en plaques, Alzheimer, ou la fibromyalgie.