

Avec Angell, Marc Simoncini mesure la difficulté d'entreprendre dans l'industrie

La marque française de vélos électriques Angell vient d'annoncer une levée de 12 millions d'euros auprès du groupe Seb. Figure historique de la French Tech, Marc Simoncini, cofondateur de l'entreprise, est revenu pour Maddyness sur l'ultra concurrence de ce marché et les difficultés pour entreprendre en France dans le monde industriel.

Republication d'un article publié le 12 juillet 2021

Entrepreneur multirécidiviste et investisseur de renom, désormais chez [daphni](#), [Marc Simoncini](#) a choisi « *pour sa dernière entreprise, de lancer une startup dans l'industrie* » [avec sa marque de vélos électriques Angell](#). Pour arriver à se démarquer sur ce marché déjà ultra-concurrentiel, l'entrepreneur a choisi de développer un deux roues haut de gamme, alliant « *design, sécurité -du passager et du vélo protégé contre le vol- et surtout légèreté* » .

Mais tout en étant un entrepreneur aguerri et chevronné — Meetic, Sensee, Jaina Capital — Marc Simoncini confirme que créer une entreprise dans l'industrie, en France, n'est pas à la portée de toutes les bourses.

Il faut lever beaucoup pour y arriver

Grèves et pandémie ont créé un terreau fertile pour le fameux vélotaf. Si certaines sociétés ont déjà quelques années derrière elles, d'autres on sauté le pas depuis deux. À ce jour, une petite vingtaine de marques de vélos électriques françaises au moins existent désormais. Mais malgré un engouement certain dans les grandes métropoles pour le deux roues, y aura t-il vraiment de la place pour tout le monde ? *« Cela dépend de l'ambition de chaque entreprise. Si vous voulez vendre quelques centaines de modèles par an, vous pouvez rester en France à condition de trouver un marché de niche. Si vous souhaitez vendre des milliers de vélos, vous aurez besoin de beaucoup d'argent pour développer un produit attractif et révolutionnaire. Pour se lancer en Europe, il faut environ 60 millions d'euros », analyse Marc Simoncini. Finalement, peu d'acteurs peuvent y arriver » .*

Et malgré l'intérêt croissant des Français et des Françaises pour ce type de véhicule, lever des fonds reste compliqué. *« Aujourd'hui, c'est très simple de lever des fonds pour du Saas mais c'est presque impossible dans le hardware. Le principal challenge aujourd'hui, c'est de trouver des financements » , constate Marc Simoncini.*

2020, une année compliquée à plusieurs égards

Angell y est parvenu. L'entreprise a déjà levé 20 millions d'euros et compte bien effectuer un nouveau tour de table d'ici la fin de l'année. Car pour tenter de prendre des parts de marché à des concurrents *« déjà présents depuis 10 ans sur le secteur »* , la startup doit aller vite. Créée en 2018, Angell a connu un réel engouement auquel il n'a pas toujours été aisé de faire face. Elle a ainsi réalisé 1500 précommandes en trois mois -pour un vélo vendu 2690 euros- soit l'objectif fixé pour sa première année d'exercice. Problème: l'appareil productif n'a pas été calibré pour faire face à cette demande. *« Tout ça dans un contexte très tendu avec l'Asie ou l'achat de pièces était très complexe »* , souligne Marc Simoncini. Dans cette période incertaine, le groupe Seb - choisi pour fabriquer les modèles - a été un partenaire de taille. *« Ils nous ont aidés sur plusieurs points comme le montage d'une chaîne de production et ils ont fait marcher leurs contacts en Asie pour nous aider à trouver rapidement les pièces dont nous avons besoin. »* L'entrée du groupe Seb au capital de l'entreprise avec a dernière levée n'a rien de bien étonnant.

Pourquoi il est plus difficile de réussir dans le hardware que dans le software

Marc Simoncini et son acolyte Jules Trecco, ont également essuyé les plâtres en 2020 du premier modèle d'Angell : batteries qui se détachent, SAV absent... Les deux co-fondateurs ont dû gérer les critiques des clients. « *Certaines pièces reçues étaient défectueuses, ce qui arrive parfois* », reconnaît Marc Simoncini qui rappelle que « *développer un tel produit nécessite normalement entre 1 et 2 ans. Nous l'avons fait en huit mois seulement. Nous avons déjà réalisé 121 mises au point sur le vélo* », se défend-il. Résultat, pour régler d'éventuelles difficultés, l'entreprise a ouvert un centre de maintenance à Saint-Ouen, en région parisienne. « *Le centre est opérationnel mais nous manquons de ressources, nous réfléchissons donc à l'ouverture d'une centre de formation pour doubler nos effectifs et passer de 30 à 60 techniciens spécialisés* » .

« *Pour créer une entreprise industrielle rentable, il faut au moins 10 ans* », ajoute Marc Simoncini. En attendant de voir si on pourra juger sur pièce en 2028, la startup revendique 2 000 vélos en circulation et prépare son expansion européenne pour s'étendre dans 10 pays et 80 villes du Vieux continent.