

Vélo électrique : Iweech mise sur la simplicité et le Made in France

Jeune pousse dans l'univers déjà foisonnant des vélos électriques, Iweech annonce une levée de fonds de 2,8 millions d'euros, portée par Odyssée Ventures. Cette augmentation de capital servira à financer le marketing et la communication autour de la marque marseillaise mais aussi une partie de sa R&D et le recrutement de plusieurs profils.

Les Français ne cachent plus leur amour pour les vélos - électriques ou non - qui ont envahi les grandes villes depuis la pandémie. Le nombre d'entreprises qui se sont lancées sur le sujet a connu une belle croissance en 2020, chacune vantant les avantages de son modèle. [Iweech](#) ne fait pas exception. La startup, imaginée en 2016 par Christophe Sauvan et Pascal Lafourcade, mise sur la simplicité.

La simplicité au coeur du modèle

Entrepreneur pendant plus de 12 ans dans l'univers du mobile et de la publicité, Christophe Sauvan a complètement changé de voie en 2016. La question de la mobilité est née, comme pour de nombreux entrepreneurs, de sa propre expérience. « *Après trois mois de réflexion et de compréhension du*

marché, j'ai confronté mes idées à des concepteurs de vélo, explique t-il. Quand on fait du VTT, on est seul avec son vélo, quand on fait du vélo de route, c'est un peu plus dangereux mais le vélo urbain est très complexe. Il faut jongler avec les autres utilisateurs : vélos, trottinettes, voitures, etc. » Pour assurer la sécurité des cyclistes, la seule solution passe, pour l'entrepreneur, par la simplification à l'extrême du support, ici le vélo.

À lire aussi

[Vélo à assistance électrique : 19 modèles made in France à enfourcher](#)

« Le meilleur moyen d'être en sécurité, c'est de rester concentré sur ce qui se passe autour de soi et de ne faire que pédaler » sans se soucier d'avoir à passer des vitesses, développe t-il. C'est le mantra d'Iweech. « On a fait un vélo en toute simplicité, sans écran, sans manette, sans aspérité mais avec beaucoup d'intelligence afin de proposer une assistance extrêmement fluide » , appuie l'entrepreneur.

Pour offrir l'expérience la plus optimale possible en fonction de la fatigue de l'utilisateur, la startup mise sur l'apprentissage automatique. *« À partir du moment où vous commencez à utiliser un de nos vélos, celui-ci apprend de vos habitudes. Il analyse votre zone de confort pour adapter l'assistance à vos besoins à un instant T. »*

Développer sa notoriété

Le développement de ce projet et de tout le volet technologique qui l'accompagne a pris environ deux ans aux fondateurs qui ont investi autour de 500 000 euros dans le projet. *« Nous avons ensuite réalisé des levées de fonds successives et fait appel à de la love money, ce qui nous a permis de récolter 1,2 million d'euros entre 2017 et 2019. En 2020, nous avons effectué un bridge de 250 000 euros » , poursuit l'entrepreneur. L'ensemble de ces fonds lui ont permis de réaliser leur POC (proof of concept) et de prouver leur capacité d'industrialisation. Cette fois-ci, Iweech annonce une opération de 2,8 millions d'euros auprès d'Odysée Venture et un prêt Bpifrance de 700 000 euros qui doit lui mettre le pied à l'étrier concernant l'acquisition de nouveaux clients.*

À lire aussi

La bataille des flottes de vélos en entreprise est lancée

La startup flèche cette augmentation de capital dans la R&D, le marketing et la communication afin d'installer la notoriété d'Iweech, le recrutement de nouveaux profils pour atteindre les 20 collaborateurs d'ici la fin de l'année (profils software, engineering, etc) et enfin le fonds de roulement qui servira à l'achat des composants. Ce dernier point est essentiel à l'heure où la pénurie de composants et notamment de semi-conducteurs est pointée du doigt par de nombreuses industries.

L'enjeu des approvisionnements

Voitures, appareils connectés ou encore vélos, la pénurie de pièces détachées fournies par les usines asiatiques misent à l'arrêt par la pandémie, donne des sueurs froides à plus d'un entrepreneur ou d'un industriel. Cette situation a modifié les règles du jeu. *« Désormais, vous avez besoin d'un fonds de roulement important concernant les pièces détachées. Avant la pandémie, vous achetiez des pièces détachées pour 3 ou 4 mois, désormais vous en achetez pour 8 à 12 mois d'un seul coup »*, signale Christophe Sauvan. Autre difficulté : la tension entre l'offre et la demande fait augmenter les prix. *« Le prix d'un container entre le Sud-Est asiatique et l'Europe est passé de 2500 à 12 000 dollars »*. Une augmentation non négligeable qui pousse à investir plus en amont pour pouvoir fabriquer et délivrer les produits.

Si Iweech a été peu impactée jusqu'ici, c'est aussi grâce à sa maîtrise de la production. La société a fait le choix de développer sa propre unité de production, ce qui lui *« confère une certaine flexibilité »*. Même si *« vous êtes toujours à la merci d'une rupture sur un composant, vous êtes à même de réaliser des choix stratégiques de production dans vos ateliers »*. Néanmoins, entre la croissance des demandes et ces enjeux d'approvisionnement, le co-fondateur reconnaît qu'un rallongement des délais de livraison est possible, passant ainsi de 8 jours annoncés sur le site à 21 jours maximum.

À lire aussi

Avec Angell, Marc Simoncini mesure la difficulté

d'entreprendre dans l'industrie

Article écrit par ANNE TAFFIN