

MemoraCar, le carnet de santé intelligent de votre voiture

Parti d'une expérience étudiante de garage associatif, MemoraCar veut créer un lien de confiance entre les automobilistes et les prestataires de réparation. À la veille d'un lancement sur les stores Android et iOS, ses fondateurs affichent déjà une ambition hexagonale.

L'histoire de MemoraCar a commencé dans un garage. En 2018, Samuel Willem et Yohann Lussiez, deux amis du CESI Arras, une école d'ingénieurs du nord de la France, décident de participer au 4L Trophy, qui se tient en février de l'année suivante. Pour financer leur voyage, ces deux passionnés d'automobile ouvrent un garage associatif dans le grand local d'un troisième ami, à Agnez-lès-Duisans, en périphérie d'Arras.

Quelques mois plus tard, le rêve de ces deux ingénieurs en herbe - l'un avec un profil BTP et l'autre formé chez un équipementier automobile - se réalise : ils concourent au rallye raid le plus couru du désert du Maroc. Mais l'expérience du garage solidaire, débutée comme une simple opération de financement, les emmène encore plus loin. « *Cette aventure a fait ressurgir deux problématiques : tout d'abord, les gens venaient nous solliciter avec la peur de s'être fait avoir sur leur dernière réparation ou de se faire arnaquer dès lors qu'ils font appel à un garagiste, détaille Samuel Willem. Et puis, nous nous sommes rendus compte que nous étions bien souvent incapables de répondre*

parfaitement à leurs demandes car nous n'avions pas assez d'éléments relatifs au véhicule. »

Une incubation à EuraTechnologies

Les deux jeunes hommes commencent alors à réfléchir à une solution, qui prendrait la forme d'un espace numérique dans lequel serait regroupé tout l'historique du véhicule, « *sans penser à comment cela pourrait se réaliser* », précise Samuel Willem. « *Initialement, nous n'envisagions même pas de créer une startup* », se remémore-t-il. Le duo d'étudiants profite toutefois de l'option « *entrepreneuriat* » proposée par le CESI en dernière année pour « *matérialiser [son] idée* » et conçoit les bases de CarCheck, une application mobile, « *accessible par un QR code installé sur une partie inamovible du véhicule* », afin d'accéder à l'historique d'entretien, qu'il ferait payer aux automobilistes et aux professionnels de la réparation.

« *Nous sommes un peu partis la fleur au fusil, avec la volonté de développer très rapidement et de lancer notre produit en trois mois* », admet Samuel Willem. Pour y parvenir, diplômés d'ingénieurs en poche mais sans argent à investir ni expertise en développement ou marketing, les deux amis décident de s'entourer. Fin 2019, ils intègrent l'incubateur [EuraTechnologies](#), à Lille, pour un programme intensif de trois mois.

À lire aussi

[Expérience en magasin, en ligne... Le virage « new retail » de Keyneosoft](#)

Loin de leur permettre une mise sur le marché, ce trimestre d'incubation leur a remis les pieds sur terre. Confrontés aux réalités du terrain (difficultés de programmer une application, besoin de financements...), ils ont « *tout changé de fond en comble* », poursuit Yohann Lussiez. « *L'ADN de notre idée initiale a persisté, mais sa matérialisation et son business model ont évolué* », confie Samuel Willem.

Le « premier carnet de santé automobile

intelligent »

Exit CarCheck, dont le nom de domaine leur aurait coûté une petite fortune, place à MemoraCar, le « *premier carnet de santé automobile intelligent, qui aide l'automobiliste dans les différents cycles de vie de son véhicule, de l'achat à la revente* ». En plus de centraliser l'historique d'entretien (dates d'achat, de réparations, factures...), l'application agrège aussi des données administratives, « *que l'utilisateur remplit lui-même ou, plus simplement encore, en prenant sa carte grise en photo* », précise Samuel Willem. Surtout, MemoraCar est capable de collecter une myriade d'informations sur le comportement de conduite (dans le but d'améliorer les prédictions d'usures) ou l'environnement de conduite (autoroutes, centres-villes...), grâce au GPS du téléphone.

Pour ce faire, MemoraCar s'accompagne d'un boîtier Bluetooth – adieu le QR code – afin d'identifier le smartphone de l'automobiliste et de s'assurer que les données proviennent bien du bon véhicule. Surtout, l'intelligence de l'application vient du fait qu'elle est en mesure d'analyser ces informations et de proposer à l'utilisateur un système d'alertes pour prévenir les pannes et anticiper les réparations. « *Grâce à MemoraCar, l'automobiliste peut savoir depuis quand une pièce est sur le véhicule, depuis quand on aurait dû la changer et pourquoi, ce qui doit être fait exactement, quel sera l'impact si l'on ne le fait pas dans les temps et combien la réparation devrait coûter*, développe Samuel Willem. *On peut même prendre rendez-vous !* »

La promesse d'un marketing « personnalisé et prédictif »

Justement, c'est dans la partie « rendez-vous » qu'il faut aller chercher le changement de business model. Sur conseil des experts d'EuraTechnologies, les deux néo-entrepreneurs ont abandonné leur modèle payant pour adopter un système hybride. L'application est entièrement gratuite pour les automobilistes et leur permet même de gagner de l'argent. Et pour cause, les professionnels paient pour avoir accès aux données – anonymisées – collectées par MemoraCar. Leur intérêt : proposer « *un marketing ultra-personnalisé et, surtout, prédictif* », s'enthousiasme Samuel Willem. C'est-à-dire permettre aux partenaires de proposer aux clients, dans l'application, des promotions sur les produits et services dont ils ont vraiment besoin, au moment où ils en ont besoin – après la panne ou, mieux, juste avant. En échange, ces marques reversent une partie des achats réalisés à MemoraCar.

« *Notre priorité est d'apporter une expérience personnalisée aux*

automobilistes et de fidéliser la clientèle pour nos partenaires, qui se rendent bien compte que leurs clients ne sont pas aussi fidèles qu'avant, résume Samuel Willem. Avec le marketing de masse, les clients reçoivent une promotion pour des pneus alors qu'ils ont une vidange à faire. MemoraCar permet aux professionnels de répondre aux besoins spécifiques du client dans un climat de confiance. »

Après un test d'usage sur une application web rudimentaire au second semestre 2020, Yohann Lussiez et Samuel Willem se rapprochent du groupe Mobivia, l'un des leaders français de la réparation automobile, avec des enseignes comme Midas, Norauto ou Carter-Cash. Ils participent notamment au hackathon Innov'Action 2020, organisé par CarStudio, l'incubateur de Mobivia, puis postulent au programme New Shopping Experience 2021 du PICOM by Cap Digital, dont Mobivia est partenaire.

Une feuille de route ambitieuse

Les deux hommes font mouche. « *Charles Deberdt, chargé de projet innovation IA au sein de Mobivia, a retenu notre projet de marketing personnalisé et prédictif* », indique Samuel Willem. En mai 2021, l'aventure est officiellement lancée : les deux fondateurs enregistrent les statuts de la société MemoraCar et développent un projet d'intégration des offres de Mobivia/Midas dans l'application, financé par le fonds européen de développement régional (FEDER).

Aujourd'hui, MemoraCar envisage de tester une version bêta de son application avec quelques centres Midas du nord de la France. Une version définitive devrait arriver dans le Google Play Store et l'App Store d'Apple « *fin 2021 ou tout début 2022* ». « *Rien n'est signé à l'heure actuelle* », insiste Samuel Willem qui ne cache pas son ambition. « *Si l'expérience est concluante, il sera possible de proposer très rapidement les offres de tous les centres de France, voire d'imaginer des synergies dans le groupe Mobivia, avec Norauto, avance Samuel Willem. Nous irons ensuite proposer MemoraCar à d'autres fournisseurs afin, à terme, de proposer une variété d'offres personnalisées aux automobilistes.* »

Dans son élan, le jeune homme se confie même sur les améliorations de l'application à venir, qu'ils imaginent débarrassée du boîtier Bluetooth et dotée de nouvelles fonctionnalités premium. Parmi lesquelles, un système de détection d'accident et de vol, « *pour un abonnement de moins d'une dizaine d'euros par mois* », suggère Samuel Willem. Pour financer ce projet, « *nous cherchons aujourd'hui à lever des fonds* », lance enfin Yohann Lussiez. S'ils y parviennent, le garage d'Agnez-lès-Duisans ne devrait plus être le seul en France à profiter des services des deux papas de Memoracar.

Maddyness, partenaire média de PICOM by Cap Digital

Article écrit par MADDYNESS, AVEC PICOM BY CAP DIGITAL