

Way : pourquoi cette startup américaine s'est-elle lancée si vite en France ?

Deux ans après son lancement depuis Austin (Texas), la startup Way se lance déjà en France. Valorisée 100 millions de dollars après une série A de 20 millions de dollars (en novembre 2022), la startup américaine a choisi l'Hexagone pour ouvrir son premier marché externe. Rencontre avec Matthias Berahya-Lazarus, son directeur général français.

14 février 2023

" Dans le monde entier, la demande des consommateurs s'est déplacée. Ils ne veulent plus des biens matériels, mais des expériences mémorables. ". Ce sont les mots de Michael Stocker, le cofondateur et CEO de Way, qui propose une plateforme d'activation pour les marques hôtelières.

De plus en plus souvent, ces dernières ont compris que leur métier n'était plus simplement de vendre une chambre, mais une expérience. Au-delà de la qualité de l'accueil et de la décoration, cette dimension expérientielle peut se vivre au travers d'un massage, d'une dégustation de vins, d'un cours de yoga ou de cuisine, ou même d'une randonnée au départ de l'hôtel. C'est aussi la conviction de Matthias Berahya-Lazarus, directeur général de Way pour la France : " Nous pensons que les hôteliers sont les mieux positionnés pour proposer ces expériences puisqu'ils sont parfois implantés à un endroit depuis des décennies, ils font partie de l'économie locale. Ils connaissent l'environnement local et ont du staff sur place. Ces expériences seront beaucoup plus réussies en s'appuyant sur les hôtels. ".

Le Managing Director de Way ne cache pas qu'il fait référence à Airbnb, qui avait levé le voile sur une initiative nommée Airbnb Experience en novembre 2016. L'idée est proche, avec un Go-to-market radicalement différent. En ce sens, Way fournit une plateforme technologique pour que les hôtels soient en mesure de se créer une nouvelle activité génératrice de revenus.

Un lancement anticipé en France

Il est rare de voir une entreprise américaine se lancer aussi rapidement en France. Sur le même secteur, Airbnb avait attendu 4 ans après sa création pour ouvrir son bureau français à Paris. Mais ce n'est pas la stratégie adoptée par Way. Encouragée par les 200 clients américains et les millions d'euros de revenus générés en moins de deux ans, la startup a décidé d'appuyer sur l'accélérateur.

" Les entreprises américaines s'installent généralement en Europe après une série B, C, parfois même D, reconnaît Matthias Berahya-Lazarus. Elles attendent longtemps d'avoir vraiment consolidé leur marché avant de se lancer en Europe. Pour Way, il y avait la volonté de se saisir de manière précoce d'une opportunité... en évitant de laisser la place à des copycats qui pourraient se créer. "

Les discussions de se lancer en France ont donc débuté immédiatement après la finalisation du tour de 20 millions d'euros, dirigé par Tiger Global. Parmi les investisseurs de Way, le géant Sequoia Capital, qui réalise des investissements en France grâce à son programme de "scouting" qui permet à des acteurs de l'écosystème français d'investir directement auprès de jeunes pousses.

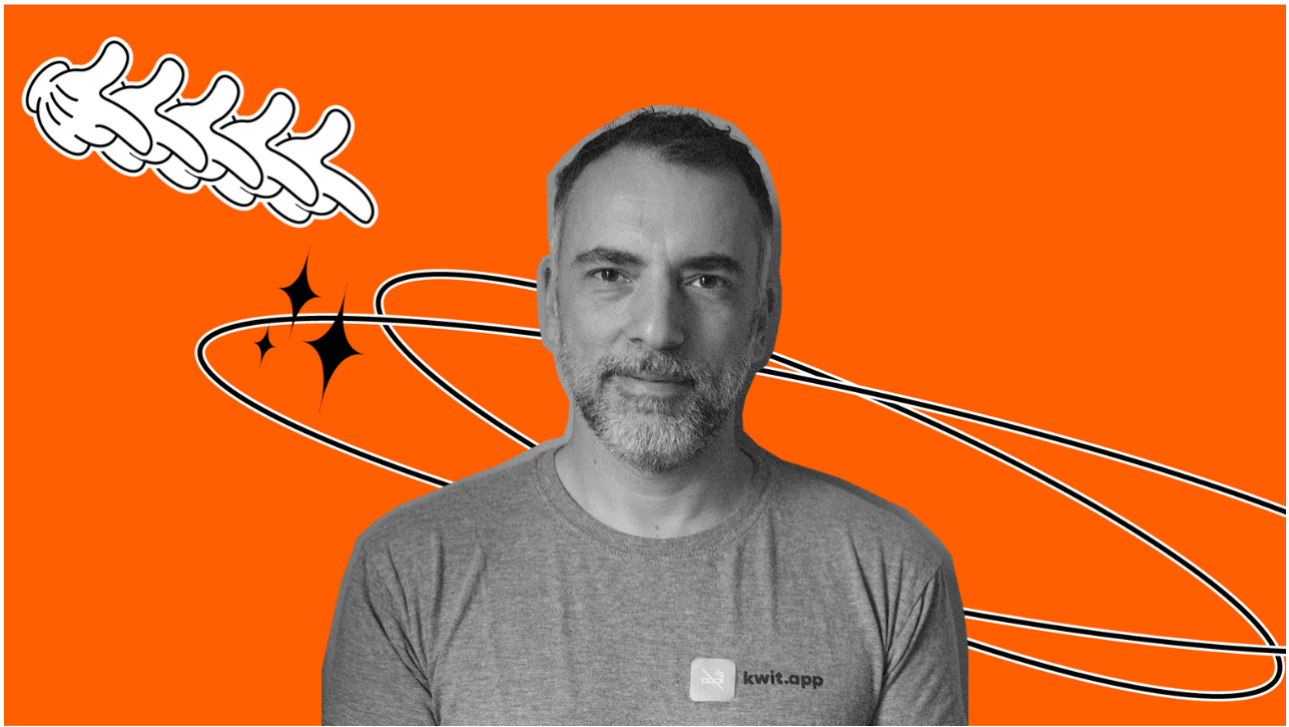
Parmi ces "scouts", Roxanne Varza, directrice de Station F : *" Je suis en contact avec le fondateur de Way, qui m'a été présenté par un autre scout de Sequoia car ils cherchaient à se développer en France. Vu le profil de la boîte et la crédibilité des investisseurs, j'ai évidemment voulu les aider. "*

Elle pense alors à Matthias Berahya-Lazarus qui lui paraît être une évidence pour accompagner Way. En effet, Roxanne Varza connaît son profil entrepreneurial, mais aussi sa réussite en tant que CEO France de la startup allemande Bonial. Matthias commence donc à travailler pour Way en tant que conseiller, ayant pour mission d'évaluer le potentiel du marché français et européen. *" Au cours de ces discussions, j'ai découvert une équipe de grands talents. J'ai été impressionné par les résultats aux États-Unis où tout est allé très vite. Un peu d'ailleurs comme Bonial à l'époque qui avait marché très vite sur le marché allemand. J'ai vu un potentiel qui me semblait très fort sur l'Europe et j'ai décidé de les rejoindre à plein temps. "*

Il s'agit pourtant d'une expérience particulière puisque, au vu de la jeunesse de Way, les équipes basées à Austin sont encore très focus sur le marché américain où la croissance reste essentielle pour l'avenir du groupe. Avec Matthias Berahya-Lazarus, Way a fait le choix de monter une équipe très autonome qui va piloter le marché français avec une aventure entrepreneuriale. *" Je me sens quasiment comme un associé qui prend en charge la partie française, explique Matthias Berahya-Lazarus. Et j'aime bien ce mode de fonctionnement où tu ne pars pas complètement d'une page blanche. Je n'ai pas forcément besoin de la phase de créativité des premiers temps... J'apporte une vraie plus-value à partir de la phase de développement et de commercialisation d'un projet... moins dans la phase de lancement. Je suis beaucoup plus à l'aise dans l'exercice du développement. "*

L'équipe Way France compte donc aujourd'hui une demi-douzaine de personnes avec une équipe à la fois commerciale et technique. *" C'était une autre raison de s'installer en France : on a des développeurs et ingénieurs très qualifiés qui sont aussi plus abordables qu'aux États-Unis. C'est aussi un atout d'attractivité de la France. "*

Arrivé en septembre 2022, Matthias Berahya-Lazarus a donc commencé à monter son équipe, a participé à l'évolution du produit pour qu'il soit adapté au marché français et a structuré la prospection auprès des hôteliers. Et force est de constater que le produit répond à un besoin marché puisque les premiers clients français sont déjà au rendez-vous.



À lire aussi
10 ans après Kwit : lancement de Sobero pour contrôler sa
consommation d'alcool

Article écrit par Valentin Pringuay