Hestiia mise sur le B to C pour se développer

Quand de nombreuses startups choisissent de se tourner avant tout vers les professionnels pour s'assurer des marchés d'envergure, Hestiia, spécialiste des solutions de chauffages innovantes, choisi de mettre l'accent sur les particuliers pour une grande partie de son concept. Une stratégie qui semble porter ses fruits. Après avoir levé 2,7 millions d'euros, elle poursuit les recrutements et passe à l'industrialisation pour honorer les premières commandes d'ici l'automne.

Temps de lecture : minute

12 avril 2023

Deux ingénieurs nantais, désireux de réduire le gaspillage énergétique dans le bâtiment, ont imaginé Hestiia en 2016. Le concept repose sur un radiateur connecté et intégrant des puces informatiques capables de réaliser de nombreux calculs, au même titre que les data centers : " *Les calculs informatiques sont des usines à produire de la chaleur mais elle n'est pas valorisée. Nous avons eu l'idée de chauffer les gens avec ces calculs* ", précise Alexandre Vinot, cofondateur d'Hestiia. Avec ses propres technologies, la startup répond ainsi au marché du calcul, aux entreprises de logiciels, aux utilisateurs d'intelligence artificielle ou encore de blockchains. Elle veut ainsi réduire la part de consommation d'énergie des data centers. En miroir, de l'autre côté des calculs opérés, profitant de la chaleur des radiateurs, des utilisateurs reçoivent une rétribution.

Des particuliers intéressés

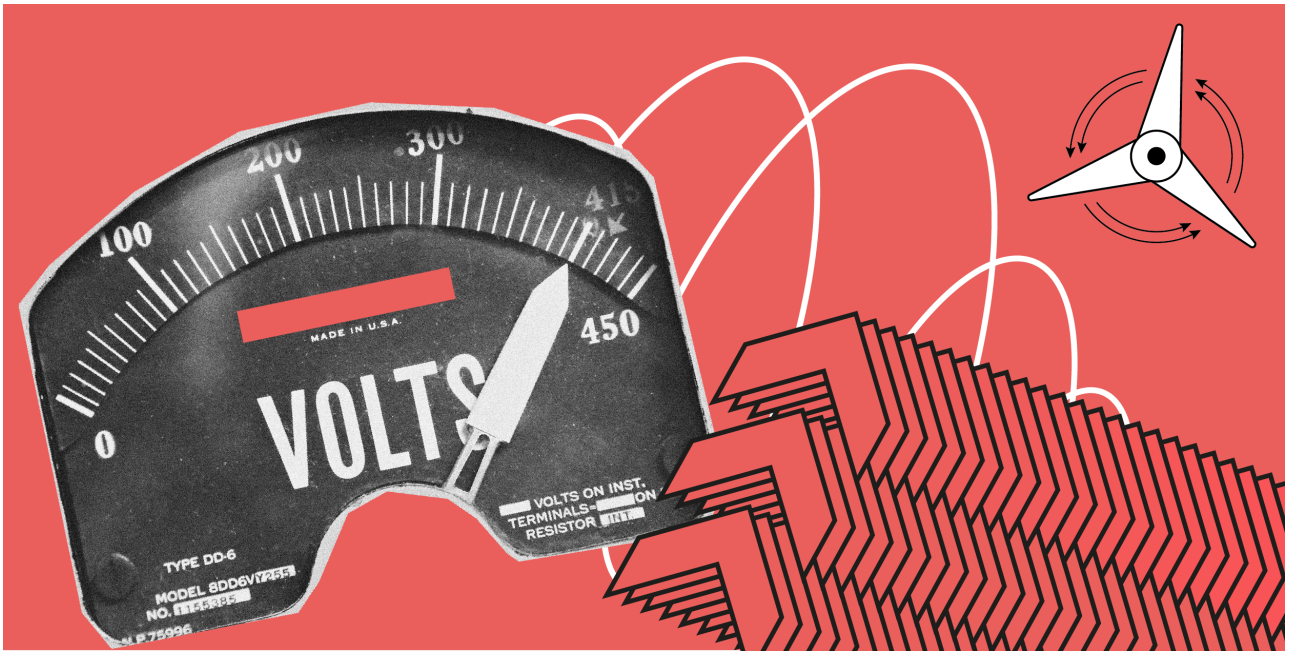
Comme d'autres appareils classiques, le radiateur électrique MyEko

imaginé par Hestiia permet de régler la température, d'être programmé en fonction de l'heure, … Mais en marche, il est aussi utilisé pour ses espaces de calculs, vendus par Hestiia aux professionnels, réduisant la dépense de chauffage de son propriétaire. " *Il ne consomme pas moins d'électricité mais nous le rémunérons à hauteur de 20 % de sa consommation de chauffage.* ". Alors que la startup aurait pu choisir de proposer sa solution à des bailleurs sociaux, des promoteurs ou des hôteliers pour multiplier le nombre d'équipements par client, elle a préféré se tourner vers le marché du particulier. " *Nous préférons être en direct avec le consommateur et ne pas passer par un distributeur ; quant aux professionnels, ils font preuve d'une certaine lenteur de prise de décision par rapport à l'innovation. Ils n'ont pas le même sentiment d'urgence à agir pour l'environnement.* ".

Pour Alexandre Vinot, le particulier se montre plus sincère dans sa démarche environnementale avec la capacité d'agir concrètement et rapidement. " *On parie sur le particulier mais nous espérons qu'une fois que l'intérêt sera prouvé, les promoteurs, bailleurs encore hésitants à nous faire confiance dès le début, nous contacteront pour s'équiper.* " .

Changer d'échelle

La startup a réalisé deux levées de fonds, dont la dernière, 1,25 million d'euros, clôturée en janvier 2023 auprès du fonds luxembourgeois Noia Capital. " *Il croit en l'avenir du chauffage électrique en Europe et à notre technologie de rupture.* ". Cette enveloppe vise à passer le stade de la R&D pour débuter l'industrialisation des radiateurs MyEko et lancer les opérations commerciales et de marketing. Depuis janvier 2023, la solution est disponible en précommande pour une livraison et une installation prévue en septembre 2023. Pour se développer, Hestiia est passée de 5 à 13 collaborateurs et prévoit une dizaine de recrutements supplémentaires d'ici la fin d'année 2023.



À lire aussi
Quelles solutions pour poursuivre la transition énergétique face à la crise actuelle ?

Article écrit par Nadege Hubert