

WeWard : la startup qui a versé 10 millions d'euros à ses utilisateurs pour... marcher !

WeWard se donne pour mission d'augmenter le temps de marche de ses utilisateurs. Pour cela, elle utilise un modèle qui va les rémunérer pour leurs efforts. La startup est déjà rentable et se lance maintenant aux États-Unis.

Temps de lecture : minute

25 septembre 2023

Lancée en 2019, l'application WeWard permet de récompenser ses utilisateurs d'après la distance qu'ils parcourent en marchant. Une promesse qui est à la croisée de plusieurs sujets d'importances sociétales : prendre soin de sa santé (en marchant plus), prendre soin de la planète (en privilégiant le mode de déplacement le plus écologique), le tout en venant répondre à la question du pouvoir d'achat. En effet, des points, nommés Ward, peuvent ensuite être convertis en euros, en bons d'achat ou cadeaux.

« On a plus de 20 millions d'utilisateurs actifs, ce qui en fait la plus grosse application française en termes de trafic. Nous sommes devant Le Bon Coin, qui est autour des 500.000 personnes chaque mois, avec 5 millions, dont 4 millions en France », partage Tanguy de La Villegeorges, co-fondateur de WeWard avec Yves Benchimol. Si la startup française a donc réussi à atteindre le classement des applications européennes les plus utilisées, elle se tourne maintenant vers les États-Unis pour tenter de s'y imposer également.

WeWard, une application pour combattre la sédentarité

Avant WeWard, Yves Benchimol avait lancé une entreprise spécialisée dans le tracking des clients de grands commerces grâce à des capteurs. C'est là qu'il a recruté son futur co-fondateur, Tanguy de La Villegeorges, en tant que data scientist à l'époque. Mais au bout de quatre ans de développement, une lassitude commence à s'installer sur ce projet. Le RGPD est aussi venu complexifier ce travail de collecte.

« Il était temps de changer de projet. On voulait quelque chose qui puisse avoir un vrai impact sur la société, qui fasse bouger les lignes en touchant beaucoup de monde », explique Tanguy de La Villegeorges. Rejoint par Nicolas Hardy en tant que COO, WeWard se lance sur une réalisation contradictoire. Les trois hommes avaient beau adorer les nouvelles technologies, ils voyaient aussi combien celles-ci venaient favoriser une sédentarité néfaste.

« On est en télétravail. On se lève pour rester devant son ordinateur pendant des heures. On commande son repas sur Uber Eats. On est devenu complètement sédentaire parce que tout est à portée de main grâce aux nouvelles technologies. Nous voulions imaginer un moyen d'utiliser ces mêmes technologies pour combattre cette tendance et venir récompenser les gens pour les faire marcher plus », décrit-il.

La startup atteint la rentabilité plus tôt que prévu

L'application se retrouve sur les stores Apple et Android au mois de juin 2019. En septembre, WeWard passe dans l'émission Capital, sur M6, et enregistre plus de 500.000 téléchargements dans le mois qui suit. C'est l'étincelle qui met le feu aux poudres pour la startup, dont les serveurs

tombent constamment. *« On n'était pas prêt à avoir 500.000 utilisateurs »,* reconnaît Tanguy de La Villegeorges.

Les équipes sont donc forcées à reprendre le développement de zéro pour arriver sur une version plus stable. WeWard passe alors officiellement en hypercroissance. Courant 2020, la startup commence à préparer une levée de fonds. Elle décide pourtant de l'arrêter en cours de route alors qu'elle atteignait la rentabilité plus tôt que prévu. *« On a quand même fait rentrer Kima Ventures et Level-up à ce moment-là parce qu'ils nous apportaient plusieurs expertises et notamment sur la gamification de l'app, qui est l'une de nos priorités. ».*

Après une phase d'hypercroissance, puis de solidification des bases, WeWard se dit à nouveau prête pour une nouvelle phase d'hypercroissance en misant gros sur son lancement américain où son CEO s'est récemment installé avec l'objectif d'y construire une équipe.

Des écoles à Madagascar et au Nigéria grâce aux dons des utilisateurs de WeWard

Tanguy de La Villegeorges, Chief Data Officer de WeWard, est très fier que l'entreprise ait atteint la rentabilité dans son jeune âge, mais il assure que de nombreux autres indicateurs prouvent la réussite du modèle. *« Nous avons un gros impact sur l'augmentation du temps de marche qui est en moyenne de 25 %, même si l'on vise 30 ou 40 % à l'avenir. Et nous touchons tous types d'utilisateurs pour des motivations différentes : les jeunes viennent davantage pour le côté financier. Les 30-40 ans sont souvent motivés par le côté écologique et la possibilité de reverser des fonds à des associations. Et les personnes plus âgées vont souvent mettre en avant l'apport pour leur santé. Chacun y trouve ainsi son intérêt spécifique. » .*

Depuis 2019, l'application a ainsi versé 10 millions d'euros à ses

utilisateurs. En parallèle, grâce à la portion d'utilisateurs qui préfèrent reverser à une association (entre 10 et 20 %), WeWard a pu soutenir de nombreuses ONG à hauteur de 600.000 euros. *« Nous avons récemment construit une école entière à Madagascar grâce aux 45.000 euros donnés par nos utilisateurs. Avant, cela, nous en avons construit une autre au Nigéria. Mais nous avons aussi des projets de reforestation ou directement liés à des actualités au Maroc ou en Ukraine par exemple. ».*

WeWard est fière de ses chiffres mais regarde résolument vers l'avenir. Si les États-Unis sont un grand vivier d'utilisateurs, il s'agit aussi d'une culture bien différente de la culture européenne. Si le nombre de pas moyen d'un Français est proche de 7.000 pas par jour, il n'est que de 5.000 pour un américain. La marge de progression est énorme, mais reste à voir si la startup française arrivera à craquer le code de cette différence culturelle.



À lire aussi

Sébastien Borget, parcours d'un visionnaire du gaming



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Valentin Pringuay