

Wistiki lève 600 000 euros pour intégrer sa technologie aux produits de grandes marques

Temps de lecture : minute

24 avril 2019

Wistiki avait été plutôt silencieuse depuis sa levée en 2016. La startup avait alors rassemblé 4 millions d'euros, dont deux grâce au financement participatif. La voilà avec une nouvelle opération financière : 600 000 euros, levés auprès de ses investisseurs historiques, qui comprennent notamment Stéphane Richard, Xavier Niel ou encore la famille Bouygues. Un bridge qui doit permettre à Wistiki de réaliser plusieurs projets avant de boucler un nouveau tour de table d'ici l'été, auprès d'investisseurs privés, de corporates et de fonds d'investissement.

Et les projets ne manquent pas. Fort de la signature d'un premier partenariat avec un acteur français de la maroquinerie, Wistiki souhaite se rapprocher de différents acteurs afin de co-créeer des produits connectés. Ce premier partenariat promet de mettre Wistiki à rude épreuve : *"on parle ici de produire des centaines de milliers d'unités"*, souligne le CEO. La levée doit donc permettre à la jeune pousse de soutenir ces nouvelles cadences de production et d'investir dans les matières premières nécessaires à la confection des produits.

Adapter le produit aux partenaires

Pour son développement B2B, la startup cible tout particulièrement les secteurs de la bagagerie, la maroquinerie mais aussi les vêtements et accessoires. *"Notre expertise est de pouvoir retrouver des objets perdus,*

rappelle Hugo Lussato, l'un des trois frères cofondateurs de la marque. *Nous travaillons donc à intégrer notre carte électronique dans les produits conçus par nos partenaires pour que leurs clients puissent retrouver leurs objets grâce à notre application.*"

La jeune pousse s'adapte ainsi à chacun de ses partenaires, en fonction des besoins de leurs clients et des spécificités des produits dans lesquels intégrer la carte électronique. Si l'offre grand public de Wistiki se décline autour de trois formats de produits (les formats portefeuille, porte-clés et adapté à un animal), l'offre B2B promet donc d'être plus variée et exige une certaine souplesse de conception de la part de la marque.

En parallèle, Wistiki continue de développer son offre B2C, qui verra l'interface de l'application être modifiée dans les prochaines semaines. Et devrait prochainement se doter d'une nouvelle fonctionnalité permettant de retrouver son portable - sur lequel se trouve l'appli Wistiki - à partir d'un ordinateur. En outre, la startup persévère dans son développement international, concentrant ses efforts sur l'Europe et l'Asie, forts de ses deux bureaux en France et au Japon.