Pony lève 2,2 millions d'euros pour réconcilier les Français avec le free floating

En permettant à ses utilisateurs d'acheter un vélo ou une trottinette tout en le laissant en libre service pour empocher la moitié du prix de la course, Pony se distingue de ses nombreux concurrents.

Temps de lecture : minute

22 mai 2019

La pente est raide mais la route est droite. Victime de son succès, le *free floating* est à la fois un terreau fertile pour les innovateurs et un repoussoir tant il a mauvaise presse. Les dérives des vélos et autres trottinettes en libre service dans les villes, Paris en tête, ont échaudé consommateurs comme collectivités. Dans ce bourbier, certains arrivent tout de même à garder leurs roues propres.

C'est le cas de Pony, jeune entreprise angevine, qui annonce ce mercredi avoir bouclé une levée de fonds de 2,2 millions d'euros auprès de Demeter et Kima Ventures afin notamment de se déployer à Bordeaux. Quoi ? Une startup de free floating de plus ? Pas tout à fait. Car le modèle conçu et éprouvé par Pony à Oxford puis Angers ne repose pas sur l'inondation d'un territoire d'engins floqués. À Bordeaux, après 18 mois de discussions avec la mairie, Pony déploiera à partir du 1er juin "seulement" 200 trottinettes et 600 vélos, bien loin des flottes de plusieurs milliers d'engins qui inondent Paris de façon anarchique.

> *Nous ne pensons pas que la mobilité soit un*

> *marché où il faut être le premier pour gagner. D'autres se sont lancés en France avant nous... et ont abandonné. Nous souhaitons au contraire créer un autre modèle, non monopolistique.*
>
> *Paul-Adrien Cormerais, cofondateur de Pony*

Responsabiliser les utilisateurs

Le nouveau modèle prôné par Pony repose sur deux piliers. D'abord, le dialogue avec les collectivités concernées. C'est d'ailleurs ce qui a attiré la pépite dans l'Hexagone, alors qu'elle avait initialement été créée au Royaume-Uni par deux Français. Face à l'incertitude générée par le Brexit et les craintes de ses investisseurs tricolores, la jeune pousse décide de poser ses valises - et de relocaliser son siège social - en France. Mais où ? À Angers, pardi, qui lui a ouvert grandes ses portes, séduite par l'offre de Pony. "*Discuter avec les collectivités permet d'éviter le problème crucial du stationnement, par exemple*, souligne Paul-Adrien Cormerais. *Les villes peuvent, en amont du déploiement, baliser des zones de parking pour les vélos et trottinettes.*"

Reste ensuite le problème du vandalisme, qui a rebuté certains concurrents étrangers, échaudés par le comportement des Français. "*Le problème provient du fait que les intérêts des utilisateurs ne sont pas alignés avec ceux des propriétaires de flotte*", analyse l'entrepreneur. Les premiers sont des consommateurs, dans tout ce que le terme a de plus vil : ils utilisent un objet qui ne leur appartient pas et le "jettent" lorsqu'ils n'en ont plus l'utilité. Les gestionnaires doivent, au contraire, composer avec l'objectif d'un service public en ce qu'il soit accessible au plus grand nombre tout en garantissant un seuil de rentabilité pour que l'entreprise puisse survivre.

À lire aussi
Le marché des trottinettes pourrait peser 40 à 50 milliards d'euros en 2025

Pony a donc eu l'idée de responsabiliser les utilisateurs des engins de mobilité... en les rendant propriétaires des vélos et trottinettes ! Pour 220 euros, les consommateurs ont ainsi la possibilité "*d'adopter un Pony*", les vélos conçus et produits par la marque. Ils ont ensuite la possibilité soit de le garder pour leur usage personnel soit de le laisser en libre-service et de percevoir la moitié du prix de la course. L'application leur permet de garder un oeil sur leur Pony, suivre son activité et détecter le moindre problème - couvert par une garantie de 18 mois.

"Prendre le temps de grossir lentement"

Le modèle peut-il réconcilier les Français avec le *free floating* ? Possible : avec plus de 70% de ses engins qui ont trouvé preneur - les 30% restants

servant d'engins de secours en cas de problème nécessitant un remplacement - Pony est rentable sur les deux marchés qu'elle a ouverts. Et ne compte pas s'arrêter en si bonne route. "*Notre modèle ne fonctionne que s'il est rentable, ce qui nous impose d'être efficients très rapidement*", appuie Pierre-Adrien Cormerais. Le déploiement à Bordeaux doit permettre à la startup de tester ce modèle à grande échelle. S'il est validé, d'autres villes devraient être couvertes.

Mais pas question de se précipiter. "*Il faut prendre le temps de grossir lentement*", préconise l'entrepreneur, dans un discours à contre-courant de la croissance ultra-rapide qu'on attend en général des startups. Car confondre vitesse et précipitation peut être dangereux, surtout dans le secteur de la mobilité. La surenchère actuelle provient des acteurs qui souhaitent s'imposer par la force - ou le nombre - sur un marché en pleine structuration. Sûr de ses atouts, Pony veut se permettre d'être au-dessus de la mêlée.

Article écrit par Geraldine Russell