

Wingly lève 3 millions d'euros pour démocratiser le co-avionnage auprès des particuliers

Après avoir séduit les pilotes privés, Wingly s'ouvre désormais aux sociétés professionnelles d'aviation d'affaires afin de faire du co-avionnage un véritable moyen de transport pour les particuliers.

C'est un petit pas pour l'Homme pour un grand pas – ou devrait-on dire un grand vol ? – pour le co-avionnage. Longtemps brimé dans l'Hexagone, il a finalement gagné ses lettres de noblesse. Et le pionnier en la matière, Wingly, entend bien pousser un peu plus loin encore son développement et celui du secteur. La startup annonce ce mardi avoir bouclé un nouveau tour de table de 3 millions d'euros après une précédente opération de 2 millions réalisée en 2018 et un premier tour d'amorçage en 2016. Les investisseurs historiques, parmi lesquels Thibault Elzière, ont tous remis au pot tandis que la jeune pousse accueille également à son capital le fonds Innovacom.

À lire aussi

Wingly : 4 leçons tirées de 4 ans d'aventure

Avec 300 000 utilisateurs passagers et plus de 20 000 pilotes, la plateforme Wingly, destinée à partager les frais de l'entretien des avions, a su trouver son public. Les prestations se réalisaient souvent sur la journée, pour des prestations de loisirs. *« Cela nous a permis d'éduquer le marché, de créer une véritable communauté dans le monde de l'aviation privée, reconnaît **Emeric de Waziers, cofondateur de Wingly. Désormais, nous souhaitons miser sur l'effet volume.**»*

Faire coïncider l'offre et la demande

Pour cela, la startup intègre désormais sur sa plateforme les sociétés professionnelles d'aviation d'affaires. Ces sociétés qui opèrent de petites flottes de trois à cinq avions, disposant au maximum d'une vingtaine de places, ont ainsi la possibilité de poster des vols pour que des passagers puissent s'inscrire et occuper les places libres. Le modèle économique hybride d'un côté un abonnement payé par les sociétés pour pouvoir lister leurs vols et une commission, dont le montant varie selon la durée des vols, prélevée sur les places réservées. Le prix affiché sur le site inclut cette commission.

Une sorte de BlaBlaCar des airs qui présente le même argument écologique : en dopant le taux de remplissage des avions et surtout en évitant les retours à vide – qui représentent environ 40% des vols du segment – la startup participe à réduire les émissions carbone inutiles. Un pari audacieux alors que l'avion est de plus en plus décrié comme moyen de transport, notamment pour des raisons écologiques. Mais qui ne fait pas peur à Emeric **de Waziers** : *« **le co-avionnage permet de se rendre d'un point A à un point B, y compris dans des zones peu couvertes par les transports en commun, puisqu'il existe des terrains d'atterrissage presque partout** » .*

Mais l'argument massue de Wingly est économique. Avec 2000 sociétés d'aviation d'affaires en Europe, qui opèrent de faibles volumes de passagers mais présentent des marges très importantes, optimiser le remplissage des avions et toucher ainsi un public plus large peut constituer une opération très rentable pour ces sociétés comme pour Wingly. *« Nous sommes très bons en marketing et nous pouvons donc permettre à ces sociétés de gagner en effet volume en rognant faiblement sur leurs marges. »* Les calculs sont vite réalisés : cela s'avèrerait juteux pour ces opérateurs privés mais aussi pour les voyageurs, promet l'entrepreneur. *« Notre objectif est de faire baisser drastiquement les prix de l'aviation d'affaires pour qu'un particulier mais aussi les entreprises puissent la considérer comme une option de mobilité. »*

Doper la transformation numérique du secteur

La crise et le confinement n'ont pas entamé les ambitions de Wingly... bien au contraire ! « *Pendant le confinement, avec l'arrêt des vols commerciaux, les vols d'affaires ont augmenté* » , précise ainsi Jérôme Faul, partner d'Innovacom qui a mené la levée. Et l'investisseur est très confiant dans le développement de l'activité de Wingly. « *C'est un secteur qui n'a pas encore été touché par la transformation numérique et qui dispose donc d'une source de création de valeur incroyable. Il y a des places vides d'un côté et la demande de passagers de l'autre, une plateforme numérique comme celle de Wingly est le meilleur outil pour les mettre en relation et remplir ainsi son rôle pour amener de la souplesse dans ce milieu.* »

Pour tenir ses promesses, Wingly va profiter de cette opération financière pour étoffer son équipe technique et peaufiner ses algorithmes essentiels à des mises en relation pertinentes. Les équipes opérationnelles et communication ne seront pas oubliées, puisqu'il faudra également que la startup monte en puissance en matière de marketing côté passagers et de démarchage commercial côté sociétés d'aviation. Il ne lui restera alors qu'à continuer sur sa lancée. « *L'équipe de Wingly nous a déjà prouvé qu'elle est capable d'exécuter sa vision à court terme, tranche Jérôme Faul. Et quand une startup arrive à surmonter tant d'obstacles, cela inspire confiance.*»