

Velco abandonne la vente aux particuliers pour se concentrer sur le B2B

Quelques mois après le début de la commercialisation de son guidon connecté, Velco a abandonné son offre B2C pour se concentrer sur ses clients professionnels, les fabricants de première monte et surtout les gestionnaires de flotte.

La discours de la startup le laissait entendre dès l'automne dernier et Velco a finalement passé le cap fin 2019 : la jeune pousse a abandonné la vente aux particuliers pour se concentrer sur ses clients professionnels. Il faut dire que l'entreprise avait connu quelques déboires avec l'envoi de son guidon connecté à ses contributeurs Indiegogo - livrés avec plus de deux ans de retard. Un test marché qui a été bénéfique à la startup : après seulement quelques mois de commercialisation, le produit ayant été mis sur le marché en avril 2019, elle a décidé de ne plus commercialiser son Wink Bar auprès des particuliers. « *Le B2C demande beaucoup de ressources tout en étant peu rentable* », explique Pierre Régner, cofondateur de la startup.

À lire aussi

[Velco commercialise \(enfin\) son guidon connecté](#)

Une décision d'autant plus facile à prendre que les autres activités de la startup, notamment l'équipement de flottes via leurs gestionnaires, ont décollé ces derniers mois. « *Nous avons signé un certain nombre de contrats fin 2019/début 2020, notamment des contrats pluriannuels structurants* » sur lesquels il a fallu concentrer les efforts, précise Pierre Régnier. La jeune pousse travaille ainsi avec Fluow, qui a notamment en gestion le service de location longue durée des vélos franciliens Véligo. Grâce aux technologies développées par Velco, la Région sera ainsi capable d'agréger des données liées aux usages des vélos et ainsi développer des infrastructures routières mieux adaptées.

La startup n'a cependant pas tout à fait abandonné le marché des particuliers puisqu'il continue de vendre ses solutions à des fabricants de vélos en première monte. Elle a ainsi signé un contrat avec Intersport afin d'équiper un futur vélo connecté de la marque, qui doit être commercialisé d'ici la fin de l'été.

Deux nouveaux produits pour étoffer son offre

Velco a aussi mis à profit ce pivot pour développer deux nouveaux produits complémentaires à son Wink Bar. L'alarme sonore Nuotrax, toujours dédiée aux vélos, embarque un système de géolocalisation mais aussi une connexion au système de motorisation des engins qui permet notamment d'optimiser leur maintenance en vérifiant à distance plus de 80 indicateurs, comme l'état de la batterie. Enfin, le traceur GPS Onitrax est, lui, implémentable sur tout type de véhicule de mobilité urbaine - vélo mais aussi trottinette ou scooter - et liste des informations particulièrement utiles aux gestionnaires de flotte, comme le kilométrage du véhicule ou le CO2 économisé par rapport à une voiture.

L'entreprise est donc montée en puissance sur le volet software, alors que sa production hardware est toujours sous-traitée à trois industriels différents, un par produit. Et si Velco a mis du temps à trouver ces partenaires, ils sont aujourd'hui des alliés de long terme, comme l'explique Pierre Régnier. « *Ils sont capables de produire plusieurs centaines de milliers de pièces par an, ce qui nous permet d'anticiper une hausse de notre production avec ces mêmes partenaires.* »

Pour accélérer commercialement et financer une internationalisation, prévue de longue date, en Europe du Nord notamment avec l'ouverture d'un bureau en Allemagne, la startup cherche à lever 3 millions d'euros, complétés par un financement bancaire et institutionnel de 2 millions d'euros. Des discussions sont déjà bien avancées avec plusieurs fonds, ce qui laisse espérer un closing avant la fin de l'année. Un timing idéal pour surfer sur l'engouement cycliste des Européens post-confinement.

Article écrit par GERALDINE RUSSELL