

EODev pointe les freins persistants dans la filière hydrogène

Lever des fonds, c'est bien. Avoir des clients, c'est mieux. Un an après, où en sont les startups qui ont bouclé un tour de table ? Développement, recrutement, financement, Maddyness fait le bilan. Jérémie Lagarrigue, directeur général d'EODev, partage son expérience après avoir levé 20 millions d'euros.

Temps de lecture : minute

15 novembre 2021

Résultat des expériences menées sur le catamaran Energy Observer, qui sillonne le globe pour promouvoir des solutions énergétiques propres basées sur l'hydrogène, EODev lançait sa phase d'industrialisation l'an dernier, en pleine pandémie. Si le timing ne semblait pas forcément des plus opportuns, la place donnée à l'hydrogène dans le cadre du [plan France 2030](#) est plutôt de bon augure. Interrogé par *Maddyness*, Jérémie Lagarrigue, directeur général d'EODev, pointe des avancées mais encore des lacunes qui pourraient bien nuire à la France et pousser l'entreprise à se tourner fortement vers l'étranger.

Vous avez effectué une première levée de fonds de 20 millions d'euros en septembre 2020. Qu'avez-vous pu réaliser avec ce financement ?

Grâce à cette opération, nous avons pu fabriquer en série notre générateur et groupe électro-hydrogène et réaliser la certification de notre produit pour pouvoir le fabriquer en série. Une autre grande étape a été la prise de participation progressive dans l'entreprise Eve System basée à Lyon [*spécialisée en conception et intégration d'intelligence*

embarquée, d'architectures de systèmes en propulsions électrique et hybride, ndlr]. Nous avons également répondu à nos premières commandes, immatriculé un bateau, Hynova et réussi la première prise de commande avec un très gros chantier, Fontaine Pajot. Le point de communication ultime sur notre solution a été atteint avec l'illumination de la Tour Eiffel en mai dernier.

Où en êtes-vous aujourd'hui dans votre développement ?

Nous sommes dans une phase où nous devons réfléchir au développement de notre modèle à l'échelle nationale, mais aussi européenne et mondiale. On est en phase de négociation avec des distributeurs dans d'autres pays. Pour accélérer le développement de notre modèle, nous allons peut-être devoir penser à réinjecter des fonds plus tôt que prévu. Nous sommes en train de regarder où positionner la pédale d'accélérateur et avec quelle stratégie.

Vous avez fait entrer Toyota à votre capital lors de votre levée de fonds de 20 millions d'euros. Comment se développe votre relation ?

C'est une opportunité incroyable d'avoir Toyota dans ces actionnaires pour une startup. Mais ce ne sont pas seulement des actionnaires, ils sont aussi dans notre advisory board. Il y a un vrai investissement de Toyota à nos côtés car ils veulent développer une stratégie hydrogène et pour y arriver, il faut développer les gros générateurs que sont les bateaux et les armateurs. Pour en arriver là, nous avons collaboré pendant trois ans avec eux. Au départ nous étions sur un contrat de fourniture mais comme ils ne vendent pas à n'importe qui, il a fallu montrer patte blanche et prouver nos compétences. Ensuite, ils ont accepté de devenir actionnaires et de communiquer sur nos produits. Maintenant ils en sont fiers et ils nous demandent même à mettre leur logo sur nos produits.

Il y a un an, vous lanciez l'industrialisation de vos produits. Qu'est-ce qui

a été le plus compliqué dans votre développement ?

Pour le moment, nous nous sommes complètement développés sur des fonds privés. Nous n'avons bénéficié d'aucune subvention étatique ou régionale. Cela nous aurait pourtant permis d'être dans une situation d'accélération plus facile aujourd'hui.



À lire aussi

4 startups qui font leur révolution verte dans le secteur des transports

Sur le volet industriel, de part notre autonomie, nous avons réussi à aller très vite et à être agnostique dans notre développement. Ce qui a été compliqué, c'est de développer des produits sur lesquels les normes, les certifications et les cadres juridiques n'existent pas. On passe un temps fou à développer des certifications pour chacun de nos produits. Ceci dit, cela nous a permis, avec des acteurs comme Bureau Veritas, d'apprendre et de monter notre niveau d'exigence, ce qui devrait nous permettre de prendre de l'avance par rapport à nos concurrents. Les sociétés vont se

servir de nous comme benchmark pour évaluer les sociétés qui veulent faire la même chose que nous.

Le gouvernement a accordé une enveloppe d'environ 7 milliards d'euros pour développer la filière hydrogène. Plusieurs entreprises laissent la porte ouverte à cette énergie. Une véritable prise de conscience a-t-elle eu lieu ?

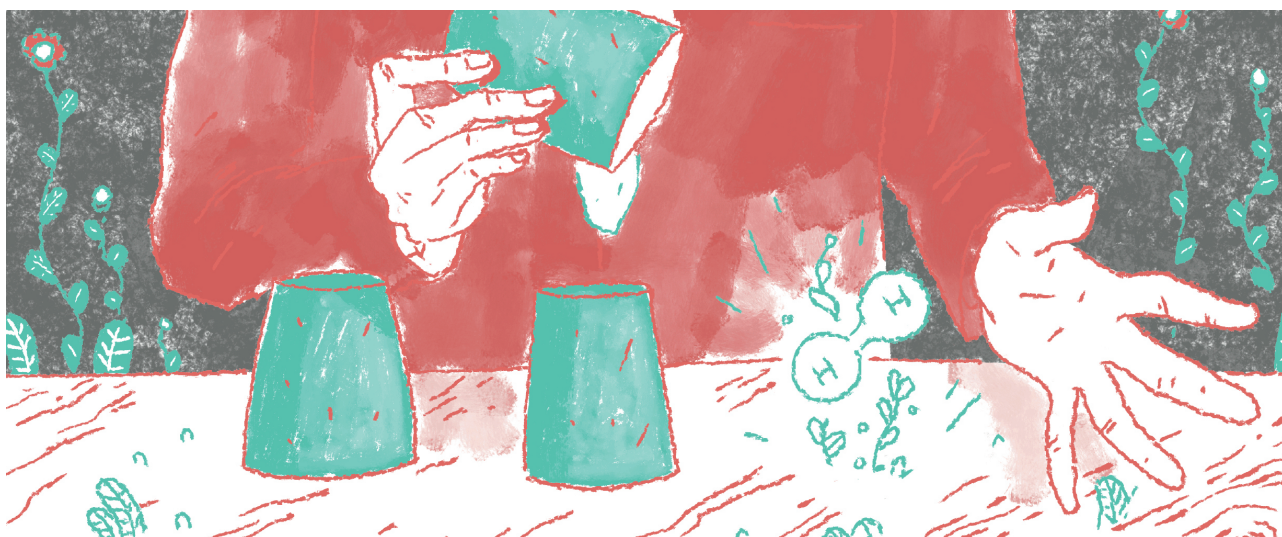
Les entreprises ont réellement envie de trouver des alternatives énergétiques moins polluantes mais il reste un gros travail de pédagogie à faire sur l'hydrogène. L'idéaliste que je suis vous dirait qu'on est clairement en retard par rapport à ce qu'on doit faire. En tant que chef d'entreprise, je ne peux que me réjouir du plan mis en place par le gouvernement pour l'hydrogène. C'est un secteur en pleine expansion. Certains armateurs ont eu une prise de conscience et veulent avoir une stratégie zéro émission.

Il y a une vraie poussée sociale vers une transition carbone mais les plus gros transporteurs sont encore en souffrance en raison de certaines solutions qui ne sont pas assez matures. La solution du bateau Hynova est limitée dans son déploiement par la capacité à livrer de l'hydrogène à ces bateaux. On a plus de 80 armateurs qui veulent passer à une stratégie zéro émission mais qui ne peuvent pas le faire en raison du manque d'approvisionnement en hydrogène.

Les 7,2 milliards d'euros que va investir le gouvernement vont servir à produire de l'énergie mais personne ne veut investir dans les stations pour recharger la mobilité maritime. On a même conseillé à notre conseil d'administration d'investir là dedans. On essaie d'avoir des contrats-cadres en approvisionnement d'hydrogène auprès des grands acteurs mais aucun n'accepte. Les seules entreprises qui essaient de faire bouger les choses sont les sociétés du type Lhyfe.

Pourquoi ces acteurs refusent de s'intéresser à cet enjeu d'avenir ?

Il y a du travail et un vrai enjeu de lobbying ou de finance qui ne vient pas du gouvernement. Aujourd'hui, nous avons des clients qui envisagent de changer leur générateur diesel par un générateur à hydrogène lorsqu'ils achètent de l'hydrogène - qui est zéro émission. Mais ils ne bénéficient pas de la taxe carbone alors que c'est le cas s'ils s'approvisionnent en biocarburant. Nous restons confiants sur le fait que l'hydrogène fera partie des stratégies des pays européens et mondiaux dans les mois à venir. Néanmoins, il n'y a pas encore assez de subventions pour les petits acteurs et les consommateurs.



À lire aussi

Hydrogène vert et abandon des véhicules autonomes : comment la mobilité a opéré sa mue

Aujourd'hui on se retrouve avec des gens très intéressés en France mais qui n'ont pas la capacité de se faire livrer à des prix raisonnables, alors qu'en Amérique du Nord, il existe déjà des systèmes de subventions de générateur, de crédit carbone ou de stabilisation de réseau. Notre solution a donc un marché beaucoup plus mature devant lui à l'étranger plutôt qu'en France. C'est d'ailleurs pour ça qu'on a énormément de sollicitations à l'international.

Quels sont les freins qui persistent encore aujourd'hui ?

Même s'il y a énormément d'acteurs hydrogène en France et que le pays a tous les moyens en main pour devenir un leader mondial de l'hydrogène, il existe un écart entre les usages et la production d'hydrogène. Les générateurs terrestres sont les plus gros consommateurs d'hydrogène mais ils sont souvent négligés. Un générateur coûte trois fois moins cher qu'un bus et va consommer trois à cinq fois plus d'hydrogène. Pour développer cet écosystème hydrogène, on a besoin de consommateurs et les principaux consommateurs sont les générateurs stationnaires et les bateaux. Malheureusement 95% de l'enveloppe du plan France 2030 dédiée à l'hydrogène va aller vers la production d'hydrogène et non le financement de générateur.



Je n'arrive pas à avoir un contrat cadre d'approvisionnement avec les grands acteurs du marché. J'ai un certain nombre de produits vendus qui vont générer des besoins d'hydrogène. Mais les acteurs ne sont pas encore prêts à répondre à ce besoin là. Ils disaient "*on investira dans les solutions de distribution quand il y aura de la consommation*" mais la

consommation est là et les distributeurs doivent se mobiliser en face.

Est-ce que d'autres pays sont plus avancés en la matière ?

Le principe de l'offre et de la demande détermine les marchés à investir. Nos actionnaires attendent qu'on obtienne le plus rapidement possible notre rentabilité, ce qui nous pousse à aller vers les marchés les plus structurés. L'être dépend de trois critères : le prix de l'hydrogène pour les exploitants, la capacité à se fournir et la capacité à générer de la décarbonation. Force est de constater que les pays anglo-saxons et l'Amérique du Nord sont en avance sur le sujet par rapport à l'Europe et particulièrement la France grâce à leurs subventions et leur logistique. J'espère que la politique de subvention va changer car c'est dommage de voir des solutions technologiques efficaces se développer en France pour être vendues à l'étranger.

Article écrit par Anne Taffin