

Un an après sa levée, WeMaintain s'est structurée pour changer d'échelle

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. Jade Francine, co-fondatrice de WeMaintain avec Benoit Dupont et Tristan Foureur, partage son expérience après avoir levé 30 millions d'euros.

Temps de lecture : minute

4 juillet 2022

Dans quelle situation étiez-vous, au moment de votre levée de fonds ?

Lorsque nous avons effectué notre troisième levée de fonds en juillet 2021, nous étions 75 installés entre Paris et Londres (Royaume-Uni) et l'entreprise connaissait une très forte traction. Nous venions tout juste d'ouvrir un bureau à Singapour. L'objectif de cette levée de fonds était d'accélérer le développement de notre technologie et notre expansion à l'international.

C'est pour cette raison que nous avons choisi des fonds comme Red River West, Bpifrance Digital Venture, Verve.vc [en plus de ses investisseurs historiques Eurazeo Partners, Raise Venture et la Financière Saint-James, N.D.L.R.], qui ont déjà accompagné des entreprises sur ce type d'opération. Deux des fonds qui ont participé à ce tour de table travaillent à Singapour, un marché très intéressant pour nous.

La pandémie a freiné l'accès à certains pays. Comment avez-vous géré ce

lancement en Asie ?

Nous avons déjà effectué un premier lancement à l'international avec Londres et tout a très bien fonctionné. C'était un marché intéressant pour nous, car le paysage est bien plus avancé au Royaume-Uni qu'en Europe continentale. Les entreprises attendent des solutions innovantes pour gérer ces enjeux et la réglementation est plus simple.

Concernant Singapour, on remarque que tous les gouvernements ont géré la situation comme ils le pouvaient. L'Asie a mis plus de temps à s'ouvrir que l'Europe. Cela a été un vrai défi, mais nous avons tout de même réussi à obtenir les autorisations pour y aller. Nous avons construit une équipe locale avant de pouvoir nous y rendre nous-même en janvier 2022.

Notre chance, c'est que la problématique à laquelle nous répondons est la même partout dans le monde, nous pouvons donc proposer le même produit à Singapour avec la même approche qu'en France. Singapour est un marché très évolué sur le plan des immeubles intelligents, et cela nourrit nos réflexions. C'est vraiment une ville à la pointe, sur ce sujet.

Nous avons deux types de comptes locaux sur place, les banques locales, les gestionnaires de site et les acteurs internationaux qui correspondent à deux tiers de nos clients. La clé de la réussite pour s'internationaliser, c'est de créer des équipes locales sur place, il ne faut pas se contenter d'envoyer des Français sur place au risque de perdre en crédibilité. Mais on ne peut pas forcément reproduire ce fonctionnement dans chaque pays. En Amérique du Nord, nous travaillons avec une université américaine pour étudier la meilleure stratégie de développement à appliquer.

La notion d'impact touche tous les secteurs, notamment celui du bâtiment. Vos clients s'en emparent-ils aussi ?

La stratégie ESG est devenue une réalité pour les entreprises. Le MIPIM a mis en avant ce sujet, les investisseurs s'intéressent de plus en plus aux enjeux environnementaux également. Mais c'est une problématique encore très récente dans ce secteur, et il faut faire beaucoup de recherches car tous les acteurs n'ont pas les mêmes besoins.

Grâce à nos outils, nous aidons nos clients à optimiser leur politique sur ce sujet. Beaucoup d'acteurs offrent des solutions qui fournissent des données sur le patrimoine mais ne les transforment pas en actions à mettre en place, afin d'optimiser leur parc immobilier. Nous minimisons le nombre d'intermédiaires, afin de donner l'information à celui qui va pouvoir mettre en place l'action comme l'optimisation de la consommation par exemple. Aujourd'hui, nous notons une grosse pression sur la consommation d'énergie.

En février 2021, vous avez racheté la société Shokly, quelle était votre ambition ?

Nos clients ont besoin de se simplifier la vie au maximum. Pour répondre à leurs besoins, nous regardons ce qu'ils doivent gérer d'un point de vue réglementaire. A Londres, 40 % des immeubles de bureaux ont un escalator en interne. Nous recevons beaucoup de demandes concernant la maintenance des portes automatiques. Les opérations de maintenance sont les mêmes que pour les ascenseurs.

Nous regardons toujours les solutions qui existent sur ce marché pour envisager un rachat ou une prise de participation afin de répondre aux demandes de nos clients. En rachetant Shokly, qui gère la maintenance des systèmes de sécurité incendie, nous avons déjà élargi notre catalogue de solutions.

Où en êtes-vous aujourd'hui et quels sont vos prochains chantiers ?

Nous travaillons avec plus de 150 grands comptes dans l'immobilier. En

général, ils débutent avec quelques immeubles puis étendent notre solution à leur parc tout entier. Nous sommes une équipe de 150 aujourd'hui et prévoyons des recrutements pour continuer à grandir, à tous les niveaux. Nous avons déjà anticipé cette étape en recrutant des profils plus seniors aux postes de direction, pour inspirer et réussir à passer ce passage à l'échelle en recrutant leurs propres équipes. Nous avons la chance d'avoir un très fort taux de cooptation.

Cette partie ressources humaines a été vraiment travaillée en amont de la levée pour aller plus vite sur notre croissance. Notre véritable enjeu est de réussir à inculquer les valeurs communes de l'entreprise. Nous avons une bonne culture d'équipe et nous faisons beaucoup d'engagement au sein de la société. L'arrivée de C-level a également permis de remettre à plat certains process et de les rationaliser. Ce qui est essentiel pour notre prochaine étape, à savoir réussir à industrialiser nos produits pour qu'ils soient plus simples à déployer.

Nous avons également pour ambition de continuer à travailler sur les critères ESG et sur notre expansion régionale - dans les grandes villes françaises - et à Manchester, au Royaume-Uni. Sans oublier le développement de notre produit avec l'ajout de nouvelles fonctionnalités. Nous avons constitué un pool de clients qui effectuent des retours sur le produit et ce qu'ils attendent à l'avenir.