

S'implanter à l'international avec Hello Watt

TROIS QUESTIONS À - Chaque semaine, Maddy+ vous donne des clés sur un sujet de croissance, un métier ou un secteur pour augmenter votre business. Cette semaine, ouvrir des bureaux à l'étranger avec Sylvain Le Falher, fondateur et CEO d'Hello Watt.

Temps de lecture : minute

2 décembre 2024

La startup fondée en 2017, Hello Watt, s'est implantée en Espagne, à Valence, quelques mois après avoir levé 12 millions d'euros auprès de BNP Paribas Solar Impulse Venture Fund et Starquest Capital. Cette première expansion européenne est le fruit d'une longue réflexion et l'aboutissement d'un travail d'internationalisation commencé il y a plusieurs années.

Hello Watt permet à ses clients, les particuliers, de réduire leur facture énergétique en surveillant leur consommation en électricité et en gaz. L'application analyse ces données pour recommander des travaux de rénovation énergétique, les coordonner avec des artisans qualifiés et proposer des produits d'efficacité énergétique. L'application a été téléchargée un million de fois en France et a été lancée, en Espagne, mi-octobre.

Maddyness : Vous avez ouvert récemment un bureau à Valence. Pourquoi avoir choisi l'Espagne pour vous implanter ?

Sylvain Le Falher : Parmi les grands marchés européens, c'est l'un de ceux où cela a le plus de sens pour nous de se développer. Nous pouvons facilement répliquer le modèle que nous avons développé en France et

qui fonctionne très bien. Nous avons identifié de vrais besoins qui sont, à notre sens, mal adressés aujourd'hui.

Pour entrer dans le détail, l'Espagne est un des pays le moins équipés en panneaux solaires malgré son ensoleillement. Il y a encore beaucoup à faire dans ce secteur mais également sur le besoin d'outils pour bien gérer sa consommation d'énergie et faire les bons choix. Par exemple, l'équivalent du tarif réglementé espagnol fonctionne avec un prix horaire qui évolue. Des solutions comme l'appli développée par Hello Watt, téléchargée en France un million de fois, ont beaucoup de sens sur un marché où il faut suivre sa consommation d'énergie. Il y a bien sûr un enjeu important de budget pour les ménages espagnols qui est important.

Quelles ont été les étapes à suivre pour arriver à ces conclusions et ce choix ?

Au départ, nous avons réalisé des études de marché pour identifier les plus pertinents. Pour vous donner un contre-exemple, l'Allemagne n'est pas un bon marché pour Hello Watt car il n'y a pas de compteur communicant ce qui rend plus difficile le développement d'une application comme la nôtre. Il y a déjà des structures importantes en panneaux solaires qui ont levé plusieurs centaines de milliers d'euros. Voilà un exemple concret qui montre la différence entre deux marchés, l'un où ce n'est pas pertinent et l'autre où ça l'est.

Nous avons donc réalisé des études de marchés puis mené des discussions avec différents acteurs. Nous avons aussi levé des fonds, il y a un peu plus d'un an, ce qui nous a permis de discuter avec beaucoup de fonds étrangers et d'aborder ces activités européennes. Cela permet d'avoir une vision intéressante de l'évolution des différents marchés.

Justement, est-ce indispensable d'avoir des actionnaires étrangers pour

mener à bien son expansion internationale ?

Nous sommes à la fois une entreprise de travaux et une startup tech. C'est pertinent d'aller à l'international pour répliquer notre plateforme et notre application et nous avons donc été, assez naturellement, approché par des fonds étrangers.

Est-ce nécessaire ? Je ne sais pas. Nous avons eu le choix et nous avons plutôt choisi un fonds français mais avec une bonne vision européenne.

Côté RH, comment avez-vous procédé ? Avez-vous envoyé un salarié sur place ou avez-vous recruté ?

Nous avons commencé à développer notre activité sur le marché espagnol depuis Paris. Dans le cadre d'un lancement, c'est effectivement plus simple. Notre country manager a été recruté à Paris et puis il s'est installé à Valence avec une petite partie des équipes. Puis il a beaucoup recruté directement en Espagne.

Notre country manager est colombien, ce qui est presque comme avoir une personne native. Et c'est très indispensable, dans notre cas, d'avoir quelqu'un de natif. Dans la plupart des cas, ça l'est sur ce type d'activité d'autant que le secteur de l'énergie est régulé par des marchés nationaux. Toutes nos équipes commerciales, marketing, managers seront des personnes espagnoles recrutées là-bas et bénéficieront de tout ce qu'on a développé notamment en termes de tech.

Sur quels acteurs locaux vous êtes-vous appuyés pour votre installation ?

Nous avons discuté avec quelques entreprises françaises déjà installées pour profiter de leurs retours d'expérience. Nous avons créé une structure juridique assez tôt ce qui nous a permis de commencer les démarches pour ensuite pouvoir lancer notre application.

Nous savions que plus on commence tôt, plus on est efficace. Nous avons commencé à réfléchir à cette internationalisation assez tôt. Par exemple, nous avons recruté notre country manager pour l'Espagne il y a deux ans. Donc quand nous avons ouvert nos bureaux, nous avons déjà tout ce qu'il fallait en termes de structure juridique, l'activité était déjà développée depuis Paris et nous avons pu faire croître les équipes.



À lire aussi

“Sélectionneur, entraîneur, préparateur sportif” : qui sont les leveurs de fonds ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Aurélie Pasquier