

Ceclo, la marque qui veut rendre le pédalo glamour

Alexandre Bernardi, Head of Business Development de Ceclo, nous raconte l'histoire des pédalos électriques que Florent Vitiello a eu l'idée de développer. Actuellement en campagne de crowdfunding sur la plateforme Raizers, la marque compte bien s'imposer sur le secteur BtoB du tourisme les pieds dans l'eau.

Temps de lecture : minute

19 mars 2018

Quelle est l'idée de départ du projet ? À quel besoin répond-il ?

L'idée du pédalo électrique est née en 2008 lors de la lune de miel de Florent Vitiello, le fondateur de [REV inside](#), à l'Île Maurice. Face au manque de choix de véhicules nautiques ludiques, détentes et glamours, celui-ci a dû se restreindre à des activités sportives (canoé, voile, plongée) ou encore une balade en catamaran (25 personnes), peu intimistes.

Rêvant de calme et de sérénité tout en étant sur l'eau et fort de ses 8 années d'expérience dans l'électrique à la tête de [SEV Electric Vehicles](#), il applique alors les principes du vélo électrique à l'univers nautique et développe le [Ceclo Original](#), pédalo 2.0 à assistance électrique (P.A.E).

Ce pédalo est équipé d'une assistance électrique qui lui permet de fournir un effort correspondant à celui de 4 personnes qui pédaleraient sur un pédalo classique. Avec un tarif relativement attractif, des matériaux adaptés pour une maintenance facilitée et un poids plume,

Ceclo nous permet d'être attractif auprès des professionnels de la location et le *mass market* du segment du tourisme les pieds dans l'eau.



Quel est le montant de cette campagne ? A quoi vont servir les fonds ?

Le montant ciblé est de 600 000 euros. Les fonds récoltés serviront à développer l'outil industriel, mais également à couvrir le besoin en fonds de roulement et agrandir la gamme de nos produits électriques.

Quelle est l'ambition du projet ?

L'ambition de notre projet est de couvrir entièrement la chaîne de valeur industrielle, d'atteindre 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020 et ainsi pénétrer le marché BtoC avec un produit plus compact et abordable.

Article écrit par Antoine Grimal