

# Ce qu'En Voiture Simone a appris de sa levée de 2 millions d'euros

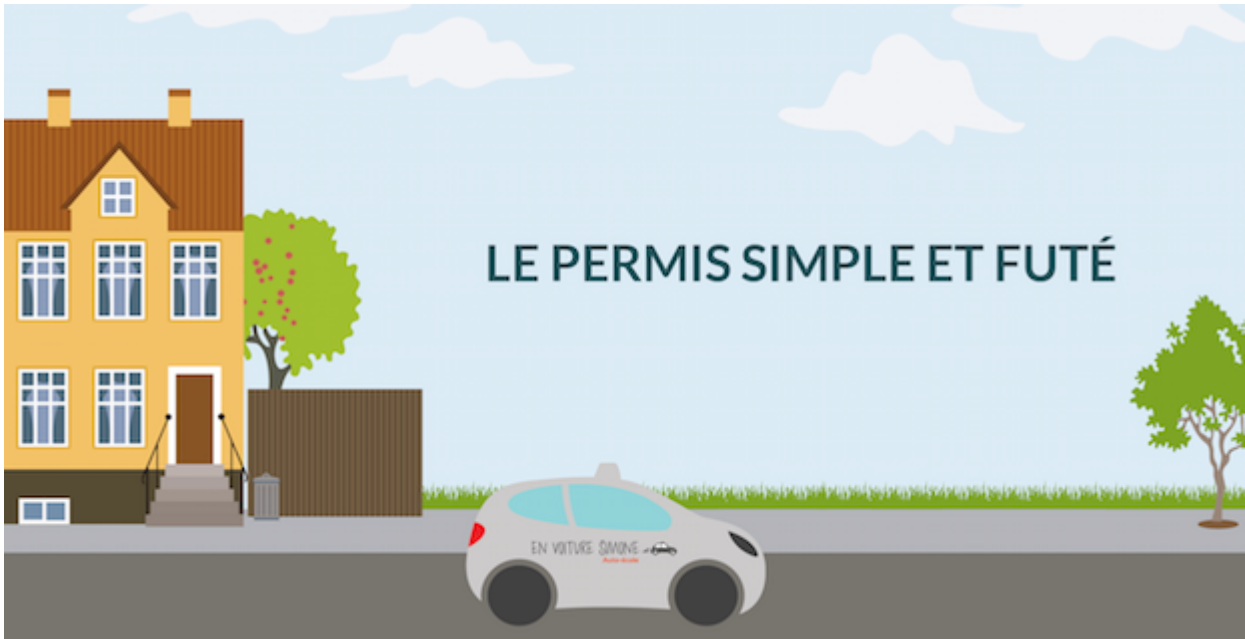
*Lever des fonds, c'est bien. Avoir des clients, c'est mieux. Un an après, où en sont les startups qui ont bouclé un tour de table ? Développement, recrutement, financement, Maddyness fait le bilan. Édouard Rudolf, cofondateur d'En Voiture Simone, partage son expérience, un an après avoir levé 2 millions d'euros.*

Temps de lecture : minute

---

13 mars 2019

Fondée en 2014, la startup française En Voiture Simone se propose de mettre en relation des apprentis conducteurs avec des moniteurs d'auto-école professionnels et indépendants. Une petite révolution dans le secteur, qui permet ainsi d'apprendre le code en ligne et de passer son permis hors du circuit traditionnel des auto-écoles. En février 2018, la startup a levé la somme de 2 millions d'euros auprès de Crédit Agricole Innovations et Territoires, Supernova Invest et Amundi Private Equity Funds, afin de développer la société et faire connaître le service au plus grand nombre. On fait le bilan, un an après, avec Edouard Rudolf, cofondateur de la jeune pousse.



À lire aussi

En Voiture Simone, l'apprentissage de la conduite plus accessible

## À quoi ont servi les fonds levés ?

Ces fonds ont servi à faire grandir l'équipe pour accompagner la forte croissance d'En Voiture Simone. On était sept au tout début de l'année 2018, aujourd'hui on est un peu plus d'une vingtaine, nous avons donc triplé nos effectifs ! Cette levée de fonds nous a également aidés à valider certaines hypothèses marketing, en ayant du budget pour tester des canaux de communication comme la télévision ou l'affichage en station de métro.

## Qu'est-ce que la levée de l'année dernière a changé pour En Voiture Simone ?

Multiplier l'équipe par trois a un peu chamboulé l'organisation d'En Voiture Simone. On était une petite équipe où l'information circulait extrêmement vite et où les prises de décisions étaient rapides. Là, il a

fallu composer avec plus d'une vingtaine de personnes, en mettant en place des méthodes et des processus d'organisation pour pouvoir travailler ensemble. C'est quelque chose de très important, qu'on aurait d'ailleurs dû mettre en place dès le début. On a remarqué que nos itérations produit sont beaucoup plus rapides aujourd'hui, c'est-à-dire qu'on décide mieux ce qu'on veut et que ça part beaucoup plus vite en production qu'il y a 12 mois.

Et enfin, EVS a aussi gagné en crédibilité par cette levée de fonds, à la fois en termes de marque employeur mais également auprès des clients ou même d'éventuels nouveaux investisseurs.

Ce qui n'a pas changé par contre, et on y a fait très attention, c'est la culture de la boîte. On a une culture assez forte chez EVS, donc on s'est efforcés de la préserver.



# Comment avez-vous appréhendé les relations avec les nouveaux investisseurs ?

Plutôt bien. On a été très confiant. On avait discuté avec beaucoup de gens de notre entourage qui avaient déjà levé des fonds et connu le fait d'avoir des investisseurs au capital. On a très rapidement vu la valeur ajoutée que les investisseurs pouvaient représenter au-delà de l'argent qu'ils injectent. Pour nous, ça a été une structuration financière : des reportings à mettre en place, des KPIs à définir... Après, le fait de travailler avec des gens qui ne sont pas là au quotidien mais qui sont des professionnels de l'investissement nous donne accès à toute leur expérience en stratégie, en ressources humaines... Leur expérience comprend autant celle qu'ils ont pu avoir dans leurs propres expériences professionnelles que celles d'autres sociétés qu'ils peuvent accompagner. On attendait beaucoup de cela, ainsi que de leur carnet d'adresses pour nous ouvrir des portes.

Enfin, le fait d'avoir des réunions régulières avec des investisseurs externes permet de lever un peu la tête du guidon. C'est crucial de prendre ces moments-là pour faire le bilan, essayer de réfléchir ensemble à différentes problématiques. Ces temps-là sont vraiment cruciaux dans la vie d'une startup et dans la vie d'un entrepreneur. On savait que ce serait important et on s'est dit qu'il fallait impliquer à 100% nos investisseurs pour leur partager le maximum d'informations. J'insiste sur ce point, il faut être le plus transparent possible : dire ce qui va mais surtout ce qui ne va pas, essayer d'apporter des solutions. On considère, Édouard Polese et moi, que cette transparence est la clé de la confiance. Et quand tout le monde est en confiance, on avance mieux ensemble et il existe une plus forte probabilité de réussir.

## Si c'était à refaire, y a-t-il quelque chose que vous changeriez ?

Il y a quelque chose que l'on aurait dû mettre en place beaucoup plus tôt : cette diffusion de notre culture d'entreprise au fur et à mesure du recrutement. Nos effectifs ont triplé et aurait dû, dès le début, poser les bases de la culture, la diffuser à toutes les personnes qui nous rejoignaient et mettre en place les modèles de décision et de management pour aligner l'équipe à notre vision du projet. Il faut en faire une priorité parce que ça permet de beaucoup mieux travailler ensemble et de produire beaucoup plus vite dans une bonne ambiance. Beaucoup de gens ne s'en rendent pas forcément compte mais, quand on grandit, c'est essentiel pour une équipe qui a une taille assez importante.

## Quel conseil ou leçon gardez-vous en tête pour la prochaine levée ?

Faire attention à sa culture d'entreprise et sa diffusion pour aligner tout le monde afin de passer sereinement les grandes étapes de développement d'une entreprise. Il est absolument crucial que l'équipe soit la plus soudée possible et que les collaborateurs sachent travailler ensemble.

Il est également nécessaire de discuter régulièrement avec de potentiels investisseurs pour comprendre leur philosophie, la manière dont ils travaillent, afin de savoir si c'est un bon *match* et si on en a vraiment besoin. Une levée de fond doit répondre à un besoin, ce n'est pas une fin en soi.





## Quels sont les axes de développement de En Voiture Simone pour les prochains mois ?

Aujourd'hui, nous avons validé notre modèle économique. On a des élèves qui ont obtenu leur permis de conduire grâce à nos enseignants. Ces derniers sont très contents de notre solution et parviennent à en vivre. Ce que l'on souhaite à présent, c'est étendre le modèle à grande échelle. C'est notre objectif des prochains mois, pour que les Français accèdent facilement et à moindre coût à la mobilité. Le concept de l'auto-école en ligne est connu dans l'univers startup mais il est très largement méconnu de l'ensemble des Français.

---

