

# Ces start-up qui ont « pivoté » pendant la crise

Les jeunes pousses n'ont pas hésité à adapter leur modèle pour résister à la crise du coronavirus. Des « pivots » temporaires qui ont parfois vocation à être pérennisés.



Selon une étude de Station F, 29 % des start-up européennes ont modifié leur manière d'aborder le marché, 24 % ont lancé une nouvelle offre et 18 % ont choisi de pivoter. (iStock)

Par **Camille Wong**

Publié le 23 juin 2020 à 15:36 | Mis à jour le 23 juin 2020 à 15:56

Touchées, mais pas coulées. «*Il y a eu une forte résilience de la part des start-up*», indique Agathe Wautier, à la tête du Galion Project, un think tank qui fédère quelque 300 entrepreneurs. Ces trois derniers mois, la French Tech a prouvé son agilité. Et parfois à toute vitesse. «*Il a fallu monter une nouvelle offre en 48 heures*», témoigne Charles-Edouard Vincent, le fondateur de Lulu dans ma rue, un réseau de conciergerie à Paris, où des **microentrepreneurs** souvent éloignés de l'emploi rendent des services aux habitants d'un quartier : ménage, bricolage, aide à domicile...

Avec le confinement, la jeune pousse a dû cesser ses activités du jour au lendemain. A la demande de la Ville de Paris, elle s'est mise à proposer des services de livraison de courses et de médicaments aux plus vulnérables. *«On faisait face à des situations dramatiques, avec des personnes âgées qui ne mangeaient qu'une fois par jour parce qu'elles ne pouvaient plus sortir de chez elles»*, explique l'entrepreneur. Le dispositif, financé par la Ville, est prévu jusqu'en septembre, mais la start-up sous statut d'entreprise solidaire n'exclut pas de le prolonger. *«C'est un marché qui est mal adressé. Cette crise nous a permis d'embrayer sur des cas concrets et de nous tester»*, poursuit Charles-Edouard Vincent, qui n'a pas gagné d'argent sur cette opération en raison des coûts mobilisés.

## Réfléchir à la suite

Avec la crise, les start-up se sont retrouvées dans trois configurations : soit une accélération de l'activité (notamment dans l'alimentaire et l'éducation) ; soit un ralentissement ou une mise en veille de l'activité, amenant nombre de structures à laisser passer la vague en donnant accès gratuitement à leur service - pour la (bonne) cause ; soit, enfin, une rupture brutale dans l'activité, mettant l'entreprise en danger de mort. La licorne BlaBlaCar se situe dans la deuxième catégorie : ayant vu son service de covoiturage mis à l'arrêt durant le confinement, elle a rapidement proposé « BlaBlaHelp », un service gratuit de soutien entre particuliers pour faire des courses. *«On s'interroge désormais quant à la pérennisation de ce service. Auquel cas, on ne pourra plus éviter la question du modèle économique, indique Frédéric Mazzella, fondateur de BlaBlaCar et coprésident de France Digitale. Tout projet lancé en période de crise doit se repenser lorsque la crise se poursuit ou se dissipe.»*

---

**Des restaurateurs aux particuliers, Choco adapte son service de commande le temps de la crise**

Selon **une étude de Station F**, 29 % des start-up européennes ont modifié leur manière d'aborder le marché, 24 % ont lancé une nouvelle offre et 18 % ont choisi de pivoter. D'autres start-up ont plutôt réorienté temporairement leur business au service du bien public, à l'image de **1083**, de **Kymono**, ou encore de Dans ma culotte, des entreprises du textile qui se sont mises à fabriquer des masques durant le confinement. *«On va se souvenir de celles qui ont fait et de celles qui n'ont rien fait. Les premières vont ressortir gagnantes, elles auront montré une bonne gestion de leurs salariés et de leur cash, ainsi que leur capacité à créer un service pendant la crise»*, analyse Agathe Wautier, du Galion.

## Nécessité d'exister

Chez Open Mind, on développait des tests cognitifs à destination des employés en situation de stress et d'anxiété au travail. Désormais, la start-up va redéfinir sa technologie pour s'adresser en priorité aux télétravailleurs. Tout en prenant son temps pour sortir un produit d'ici la rentrée. *«On note chez les entrepreneurs une résilience. Mais il y a aussi la nécessité de garder le contrôle»*, explique Guillaume Victor-Thomas, le fondateur.

---

« Ne pas lever d'argent, c'est le choix de l'ambition »

---

D'autres start-up, en revanche, ne pouvaient pas se permettre de proposer un repositionnement sans rentabilité immédiate. Dès les deux premiers jours de la crise, la start-up Germinal, spécialisée dans le « growth hacking » et **autofinancée**, a perdu 80 % de ses clients. *«Sans adaptation, on serait morts »*, relève son fondateur Grégoire Gambatto. Une fois le choc passé, Germinal s'est mise à proposer des formations en ligne. Succès immédiat : près de 100.000 euros de chiffre d'affaires en mai. *«Ce qui devait juste être un pansement va devenir notre principale source de valeurs à l'avenir»*, ajoute l'entrepreneur, qui prévoit qu'en 2021, 80 % de ses revenus proviennent de sa nouvelle offre de formation. *«Une telle crise remet en question les modèles et interroge les entreprises sur l'activité qui était jusqu'alors la leur. L'obligation de faire autre chose émane aussi de la nécessité pour les équipes de se sentir utiles, et pour une start-up de simplement survivre»*, insiste Frédéric Mazzella, pour qui conserver le *statu quo* n'a jamais été une option.

**Camille Wong**

