



Ecosystème des startups et innovations

Etude de cas NomadPower

Marché de l'automobile électrique

Pierre-Jalayann Moreau BNT 2 -
Décembre 2025



efrei

PARIS PANTHÉON-ASSAS UNIVERSITÉ

Sommaire

Mission et Vision : Qu'est-ce-que NomadPower ?

Notre écosystème

Roadmap

Déploiement international

À Propos

NomadPower



Dans un monde résolument tourné vers l'innovation, la voiture électrique s'impose progressivement comme le standard de la mobilité quotidienne. Les années 2024 et 2025 marquent un tournant décisif dans l'adoption de ces véhicules : près de 17 millions de voitures électriques ont été vendues dans le monde en 2024, et les projections estiment qu'à la fin de l'année 2025, une voiture neuve sur quatre vendue à l'échelle mondiale sera électrique. La France figure parmi les marchés les plus dynamiques du secteur, avec environ 1,3 million de voitures 100 % électriques immatriculées sur son territoire.*

Le véhicule électrique s'impose aujourd'hui comme un levier structurant de l'évolution des mobilités modernes. Au-delà de ses bénéfices environnementaux, il redéfinit la relation entre l'utilisateur et le transport en mettant l'accent sur l'efficacité, la sobriété énergétique et l'optimisation des usages. La baisse des coûts d'exploitation, associée à une expérience conduite silencieuse et fluide, contribue à une adoption progressive à grande échelle. Par ailleurs, la recharge électrique transforme en profondeur les pratiques de mobilité en s'intégrant directement aux lieux de vie, de travail et aux espaces urbains. À mesure que les véhicules électriques se généralisent, l'ensemble de l'écosystème de la mobilité évolue vers des solutions plus flexibles, interconnectées et résilientes, dessinant les contours d'un modèle de transport durable et orienté vers l'avenir.

Cette transition ne concerne plus uniquement l'automobile : motos, bus, utilitaires, vans et camions sont également engagés dans cette transformation. C'est dans ce contexte de mutation profonde de la mobilité que nous avons créé NomadPower, avec l'ambition de renforcer la confiance des utilisateurs de véhicules électriques en leur garantissant une continuité d'usage, indépendamment des contraintes actuelles des infrastructures de recharge.

*<https://www.wri.org/insights/countries-adopting-electric-vehicles-fastest?>

MISSION et VISION

Qu'est-ce-que NomadPower ?



Contexte

Comme présenté précédemment, la France compte aujourd'hui environ 1,3 million de véhicules électriques en circulation. En

parallèle, le réseau public de recharge

demeure structurellement sous-dimensionné : on recense près de 174 000 points de recharge ouverts au public, hors solutions privées. Cela représente en moyenne seulement 23 points de recharge pour 100 véhicules électriques, avec une forte concentration géographique, puisque près de 80 % de ces infrastructures sont situées en zones urbaines et périurbaines.

Cette répartition crée mécaniquement des tensions d'usage sur une large partie du territoire. Par ailleurs, les données d'exploitation montrent qu'une borne de recharge est occupée en moyenne 83 % du temps, alors que le temps effectif de délivrance d'énergie n'excède pas 42 %. En pratique, cela signifie qu'environ 11 heures par jour sont monopolisées sans fournir d'électricité, traduisant une inefficience opérationnelle significative du réseau actuel. *

*<https://ufe-electricite.fr/watt-the-carte/deploiement-bornes-de-recharge-en-france>/<https://izi-by-edf.fr/blog/nombre-bornes-recharge-france>/<https://fr.chargemap.com/about/stats>
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8667685>

Situation

Cas d'usage révélateurs des limites actuelles de la recharge électrique

1.

Trajet en zone rurale

Vous effectuez un trajet de 100 km sur un axe rural, en zone peu couverte par les infrastructures de recharge. À la suite d'une mauvaise anticipation ou d'un imprévu, votre véhicule se retrouve à court de batterie à minuit.

L'absence de réseau et l'indisponibilité des services de dépannage rendent toute solution immédiate impossible, immobilisant le véhicule sans alternative viable.

2. Usage quotidien en centre-ville

Vous travaillez en centre-ville et prévoyez de quitter votre bureau vers 18h. À votre arrivée, vous constatez que l'ensemble des bornes de recharge situées à proximité de votre lieu de travail sont occupées, souvent par les mêmes véhicules stationnés sur de longues durées. Faute de solution de recharge disponible, vous êtes contraint de renoncer à l'usage de votre véhicule électrique pour le retour et d'opter pour un mode de transport alternatif.

3. Déplacement longue distance hors grands axes

Vous entreprenez un road trip éco-responsable à bord d'un Volkswagen ID. Buzz, récemment acquis. En traversant un territoire faiblement équipé, comme le département de la Creuse et notamment la commune de Guéret, les probabilités de trouver une borne de recharge disponible deviennent extrêmement faibles, avec un risque élevé d'indisponibilité lié à l'occupation prolongée ou au nombre limité de points de charge.

Vision

C'est dans ces situations critiques que notre solution apporte une réponse opérationnelle immédiate.

NomadPower c'est l'autonomie qu'il manquait à votre voiture électrique. 100 km supplémentaires, là où les bornes s'arrêtent et où l'esprit tranquille démarre

Mission et Vision

Une batterie pour véhicule électrique portable simple d'utilisation et utilisable où et quand vous le souhaitez.



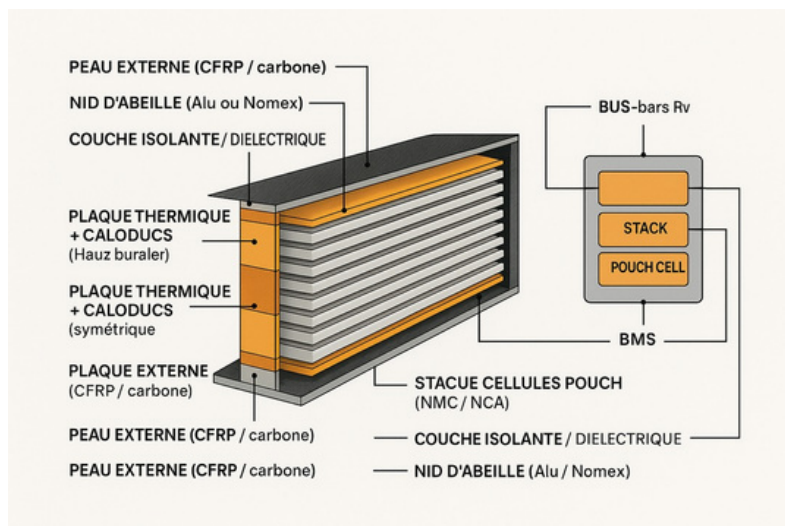
Prototype de batterie (image générée par IA)

L'objectif de NomadPower est de proposer une expérience utilisateur efficace, fluide et entièrement clé en main. La batterie a été conçue selon des standards élevés d'optimisation, avec un format compact et transportable (20 kg, 20 litres), permettant une intégration simple et peu encombrante dans le véhicule. Le choix de matériaux premium et de composants sécurisés garantit un haut niveau de protection pour l'utilisateur, tout en assurant une durabilité accrue et une conception respectueuse des enjeux environnementaux.

Caractéristiques techniques

NomadPower intègre un ensemble de fonctionnalités conçues pour répondre aux usages réels de la mobilité électrique. La batterie permet de délivrer une puissance comprise entre 7 et 10 kW, offrant la possibilité de recharger un véhicule électrique à hauteur de 40 à 60 kilomètres d'autonomie par heure d'activation, selon le type de véhicule et les conditions d'usage. Cette capacité permet d'assurer un complément d'autonomie rapide et fiable, aussi bien en milieu urbain que sur des axes moins équipés. Le système est compatible avec les standards de recharge existants, garantissant une utilisation simple et immédiate, sans modification du véhicule. Grâce à une gestion intelligente de l'énergie et de la température, NomadPower assure une recharge sécurisée, optimisée et maîtrisée dans le temps, répondant aux exigences de performance et de fiabilité attendues par les utilisateurs.

La faisabilité d'une autonomie additionnelle allant jusqu'à 60 km avec une batterie de 20 kg repose sur des données technologiques éprouvées. Les batteries lithium-ion de dernière génération atteignent aujourd'hui des densités énergétiques comprises entre 230 et 260 Wh/kg, permettant d'embarquer environ 5 à 6 kWh dans un format de 20 kg. Or, la consommation moyenne d'un véhicule électrique se situe entre 15 et 18 kWh pour 100 km. Ainsi, une capacité de 5 à 6 kWh permet théoriquement de restituer entre 30 et 40 km d'autonomie, et jusqu'à 60 km dans des conditions optimisées (conduite urbaine, vitesse modérée, récupération d'énergie). Ces ordres de grandeur confirment la pertinence technique du format retenu par NomadPower.



Business model

Le modèle économique de NomadPower repose sur une approche de type *Battery-as-a-Service*, privilégiant l'usage à la possession. La batterie n'est pas commercialisée comme un produit, mais mise à disposition via un système d'activation à la demande, piloté par une application dédiée. L'accès au service est proposé sous la forme d'un abonnement mensuel de 10 €, donnant droit à la mise à disposition de la batterie et à son activation à la demande. L'utilisation effective est ensuite facturée au temps d'activation, exprimé en heures, garantissant une tarification claire, prévisible et directement alignée sur la valeur délivrée avec un prix de 10€ par heure d'utilisation. Ce modèle s'adresse à la fois au marché B2C, en apportant une solution de continuité de mobilité aux particuliers, et au marché B2B, notamment aux flottes d'entreprises, assurances, loueurs, collectivités et opérateurs de mobilité. Par ailleurs, NomadPower développe des partenariats stratégiques avec les constructeurs automobiles et les marques du secteur, permettant d'intégrer la solution comme un service complémentaire à l'achat ou à l'usage du véhicule. Cette approche hybride B2C/B2B, combinée à une forte mutualisation des actifs, optimise le taux d'utilisation des batteries, réduit les coûts d'acquisition clients et génère des revenus récurrents et scalables, positionnant NomadPower comme un acteur clé de la continuité de la mobilité électrique.



Concurrence et différenciation

Le marché de la mobilité électrique est aujourd'hui structuré autour de solutions visant principalement à faciliter l'accès aux infrastructures de recharge existantes. Ces acteurs proposent des services de localisation, d'agrégation et d'activation de bornes publiques, jouant un rôle essentiel dans l'orientation des utilisateurs au sein d'un écosystème fragmenté. Toutefois, ces solutions demeurent fortement dépendantes de la disponibilité et de la fiabilité des infrastructures tierces, sans maîtrise directe sur l'acte de recharge lui-même.

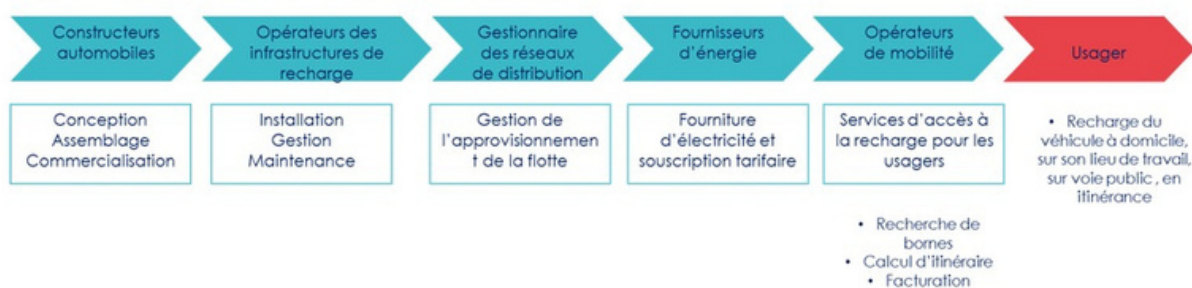
Dans ce contexte, NomadPower adopte une approche fondamentalement différente. Là où les solutions concurrentes se positionnent comme des intermédiaires d'accès à l'infrastructure, NomadPower apporte directement l'énergie au véhicule, indépendamment de la présence ou du bon fonctionnement d'une borne. Cette logique permet de garantir une continuité d'usage dans des situations où les solutions existantes atteignent leurs limites : saturation des bornes, zones faiblement équipées, pannes ou contraintes temporelles.

Par ailleurs, les solutions actuelles sont majoritairement orientées vers l'information et la mise en relation, laissant à l'utilisateur la charge de gérer l'incertitude opérationnelle. À l'inverse, NomadPower se positionne comme un service de mobilité, fondé sur un engagement de résultat plutôt que sur la simple fourniture d'informations. Le modèle Battery-as-a-Service permet une tarification claire, basée sur le temps d'activation, et une expérience utilisateur simplifiée, sans dépendance à des réseaux hétérogènes.

Enfin, grâce à son positionnement hybride B2C et B2B et à ses partenariats avec les acteurs de la mobilité et de l'automobile, NomadPower s'intègre comme un complément stratégique aux solutions existantes, en répondant à un besoin non couvert : la sécurisation de l'autonomie et la réduction du stress lié à la recharge. Cette différenciation positionne NomadPower non pas comme un concurrent direct des plateformes d'accès aux bornes, mais comme un acteur de continuité de la mobilité électrique.

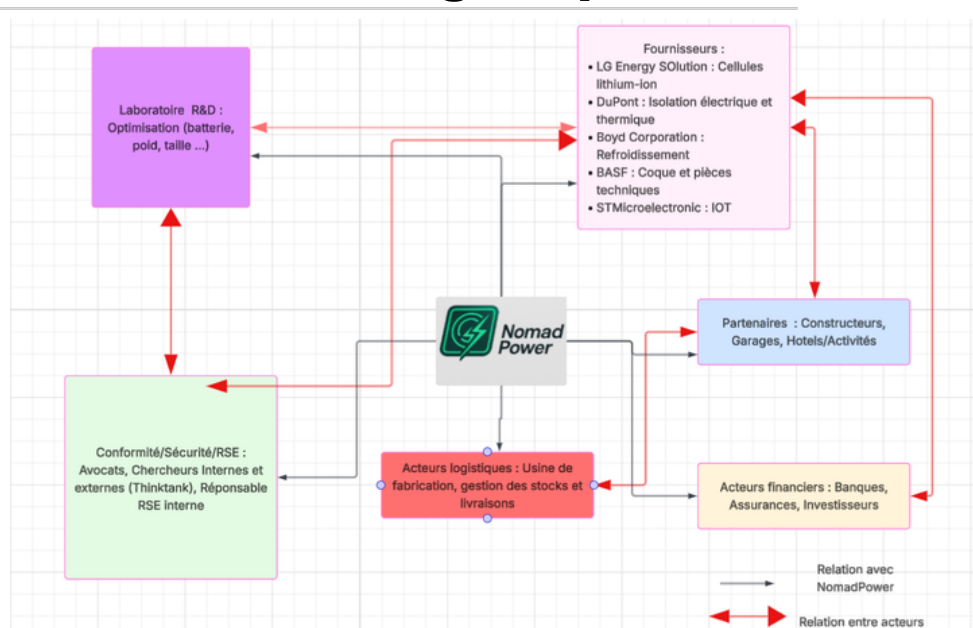
Ecosystème de NomadPower

La chaîne de la valeur de la mobilité électrique



Ceci est la chaîne de valeur du véhicule électrique. Les solutions actuelles d'accès à la recharge publique reposent sur des infrastructures tierces fragmentées, sans garantie de disponibilité ni de continuité de service. La diversité des opérateurs et des modèles tarifaires limite la lisibilité des coûts et la prévisibilité de l'expérience utilisateur. Par ailleurs, l'inefficacité opérationnelle du réseau, marquée par des taux d'occupation élevés sans délivrance effective d'énergie, contribue à une saturation artificielle des infrastructures. Ces limites positionnent les outils existants davantage comme des solutions d'information que comme de véritables garants de la mobilité électrique.

Ecosystème de notre groupe



Ce schéma présente l'écosystème global de NomadPower et les interactions entre les principaux acteurs du projet. NomadPower se positionne au centre, orchestrant l'ensemble de la chaîne de valeur. Les activités de recherche et développement alimentent directement la conception du produit, en lien étroit avec les fournisseurs technologiques, responsables des composants clés de la batterie et de sa coque. Les fonctions de conformité, de sécurité et de responsabilité sociétale encadrent transversalement les choix techniques, industriels et réglementaires. La production, la gestion des stocks et la logistique assurent la mise à disposition opérationnelle du produit. Les partenaires commerciaux (constructeurs, garages, acteurs du voyage) constituent les canaux de distribution et d'intégration du service. Enfin, les acteurs financiers soutiennent le développement et la montée en échelle du modèle. Les liens pleins représentent les interactions directes avec NomadPower, tandis que les liens en pointillés illustrent les relations transverses et interdépendances entre les différents acteurs de l'écosystème.

Roadmap

Plan d'action sur 12 mois

Actions	Temps
Prototype, Test, Feedback, ajustement	4-6 mois
Market Penetration	8 mois
R&D / Innovation continue	12 mois et plus
RSE	12 mois et plus
Projection financière	6 et 12 mois

La feuille de route de NomadPower s'inscrit dans une logique de développement progressif et maîtrisé, visant à sécuriser la viabilité technique, l'adéquation marché et la durabilité du projet sur le long terme. Elle articule des phases successives de prototypage, de tests et d'itération, suivies d'une phase de pénétration du marché destinée à valider les usages et le modèle économique. En parallèle, l'innovation et la recherche & développement sont pensées comme des leviers continus, accompagnant l'évolution du produit et des technologies. Enfin, les engagements en matière de responsabilité sociétale et environnementale sont intégrés dès les premières étapes et s'inscrivent dans une démarche de long terme, garantissant une croissance responsable et cohérente avec les enjeux de la mobilité électrique.

Prototype, Test, Feedback, ajustement

La phase de prototypage constitue une étape structurante du développement de NomadPower et se déroulera entre janvier et avril / juin 2026. Elle vise en priorité à valider la faisabilité technique du produit tout en garantissant un haut niveau de sécurité, de fiabilité et de performance. Durant cette période, plusieurs itérations de prototypes seront développées afin d'optimiser le format, le poids, la capacité énergétique et la robustesse de la batterie. Chaque version fera l'objet de tests approfondis en conditions réelles, incluant des scénarios d'usage urbains, périurbains et ruraux, ainsi que des situations de recharge critique. Les performances électriques, la gestion thermique, le comportement des systèmes de sécurité et la stabilité du logiciel embarqué seront analysés de manière continue. Les retours utilisateurs collectés lors des phases de test permettront d'identifier les points de friction, d'améliorer l'expérience d'activation et de simplifier les usages. Parallèlement, cette phase servira à valider la compatibilité avec les différents standards de véhicules électriques et à sécuriser la conformité réglementaire du produit. Les enseignements issus de cette période de prototypage alimenteront directement les ajustements techniques et industriels nécessaires avant le lancement des phases suivantes.

Market penetration et go-to market

La phase de pénétration du marché se déroulera de janvier à juillet et aura pour objectif de valider l'adéquation entre l'offre NomadPower et les usages réels des utilisateurs. Cette étape vise à déployer le service à une échelle contrôlée afin de tester le modèle économique, les parcours clients et les canaux de distribution. Les premiers déploiements cibleront des zones à forte contrainte de recharge, combinant environnements urbains saturés et territoires faiblement équipés. Cette phase permettra d'évaluer la pertinence du positionnement tarifaire, le taux d'activation des batteries et les comportements d'usage. En parallèle, des partenariats pilotes seront mis en place avec des acteurs clés de la mobilité afin de tester l'intégration du service dans des écosystèmes existants. Les données collectées serviront à affiner la stratégie commerciale, optimiser l'expérience utilisateur et ajuster les processus opérationnels. Cette approche progressive permettra de sécuriser la montée en charge du service et de préparer son déploiement à plus grande échelle.

Le Go-To-Market de NomadPower combine une approche B2C et B2B. En B2C, le service est proposé directement aux particuliers via une application dédiée, notamment aux utilisateurs urbains et périurbains confrontés à la saturation des bornes ou à l'absence de recharge à domicile. En parallèle, NomadPower s'appuie sur des partenariats B2B avec des constructeurs automobiles, des réseaux de concessions, des gestionnaires de parkings et des acteurs du stationnement. Les assurances, flottes professionnelles et loueurs permettent d'intégrer la solution comme service de continuité de mobilité. Enfin, les acteurs du tourisme et du voyage responsable constituent des relais naturels pour les usages longue distance hors grands axes.

R&D et innovations continues

La phase de recherche et développement s'inscrit dans une démarche continue sur une période de 12 mois et au-delà, afin d'accompagner durablement l'évolution de NomadPower. Cette approche vise à améliorer en permanence les performances du produit, notamment en matière de densité énergétique, de réduction du poids, de durabilité des composants et d'optimisation des systèmes de sécurité. Les travaux de R&D porteront également sur l'évolution du logiciel, la gestion intelligente de l'énergie et l'intégration de nouvelles fonctionnalités adaptées aux usages futurs. En parallèle, cette dynamique permettra d'anticiper les avancées technologiques du secteur et les évolutions réglementaires liées à la mobilité électrique. L'innovation continue constitue ainsi un levier stratégique pour maintenir la compétitivité de la solution, renforcer sa différenciation sur le marché et accompagner la montée en échelle du modèle économique sur le long terme.

RSE

La démarche de responsabilité sociétale et environnementale de NomadPower s'inscrit sur une période de 12 mois et plus, avec pour objectif d'intégrer les enjeux sociaux, environnementaux et éthiques au cœur du développement du projet. Cette approche se traduit par une attention particulière portée au choix des matériaux, à la durabilité des composants et à l'optimisation du cycle de vie des batteries, depuis leur conception jusqu'à leur fin d'usage. NomadPower s'engage également à limiter l'impact environnemental de ses opérations, notamment en favorisant des chaînes d'approvisionnement responsables et des processus de fabrication maîtrisés. Par ailleurs, la solution contribue à une utilisation plus efficiente des ressources énergétiques en réduisant les situations de recharge inefficace et les déplacements inutiles. À plus long terme, la démarche RSE vise à accompagner la transition vers une mobilité plus durable et inclusive, en proposant une solution accessible, fiable et respectueuse des territoires, y compris les zones faiblement équipées en infrastructures de recharge.

Projection financière 6 et 12 mois

Sur les six premiers mois, NomadPower vise un déploiement progressif avec un parc initial limité, permettant de maîtriser les coûts et de valider les hypothèses d'usage. Les revenus proviennent principalement des premières activations B2C et de partenariats pilotes B2B, avec un objectif de montée en charge progressive du taux d'utilisation des batteries. Les coûts sont majoritairement liés à l'investissement matériel, à la R&D et au lancement opérationnel. Cette période est volontairement peu orientée rentabilité, l'objectif principal étant la validation du modèle économique et de la proposition de valeur. La performance est mesurée à travers les indicateurs d'usage, de rétention et de coût par activation.

A horizon 12 mois et plus, NomadPower entre dans une phase de montée en échelle progressive du parc de batteries et d'activation des partenariats B2B et B2C. L'augmentation du taux d'utilisation par batterie permet une amélioration significative du chiffre d'affaires récurrent mensuel. Les coûts unitaires diminuent grâce à la mutualisation des actifs et à l'optimisation opérationnelle. Cette phase vise l'atteinte du seuil de rentabilité et la génération d'un cash-flow positif. La croissance est soutenue par l'expansion géographique et l'intégration du service dans des écosystèmes de mobilité existants.

Déploiement international

Contexte : La Chine, Épicentre Mondial de la Révolution Électrique

L'industrie automobile mondiale vit un tournant décisif en 2025, où une voiture neuve sur quatre vendues à l'échelle de la planète est désormais électrique. Dans ce paysage en pleine mutation, la Chine ne se contente plus de suivre la tendance : elle la définit. Ayant historiquement accusé un retard technologique sur les motorisations thermiques traditionnelles, l'État chinois a orchestré une transition radicale vers l'électrique, transformant ce défi industriel en une véritable stratégie de souveraineté nationale.

Une Stratégie d'État Fondée sur l'Innovation

Le passage au véhicule électrique (VE) en Chine n'est pas uniquement motivé par des impératifs écologiques, mais par une volonté de dominer la chaîne de valeur énergétique mondiale. Grâce à des investissements massifs, des subventions gouvernementales ciblées et des aides à l'achat incitatives, le pays a créé un terreau fertile pour l'émergence de champions technologiques. Cette politique volontariste a permis la naissance et l'ascension de ténors tels que BYD, AVATR, ZEEKR, et plus récemment Xiaomi, qui redéfinissent aujourd'hui les standards de la "e-mobility" au niveau mondial.

L'Écosystème des Mégalopoles : Le Triomphe du B2B

Contrairement au marché européen, où la possession d'un véhicule privé reste un marqueur social important, les grandes métropoles chinoises comme Shanghai privilégient un modèle de mobilité partagée. Le coût prohibitif des plaques d'immatriculation et la densité urbaine font que la majorité des citadins n'ont pas de voiture personnelle. La mobilité repose quasi exclusivement sur les services de VTC, dominés par le géant Didi (l'équivalent local d'Uber).

Pour Nomad Power, ce contexte représente une opportunité B2B sans précédent. La flotte de véhicules électriques n'est pas un luxe, mais un outil de production intensif qui doit répondre à des exigences de rendement extrêmes.

La Contrainte des Chauffeurs : Productivité vs Recharge

Le quotidien d'un chauffeur Didi est marqué par une pression économique constante :

- **Intensité du Travail** : Les chauffeurs, rémunérés à la course, peuvent effectuer jusqu'à 16 heures de service par jour pour maximiser leurs revenus.
- **Viabilité Économique** : Dans un contexte de volatilité des prix des carburants, l'électrique est devenu la seule option économiquement viable pour ces professionnels.
- **Le "Goulot d'Étranglement" de la Recharge** : L'immobilisation d'un véhicule pour recharge est perçue comme une perte de revenu sèche. Bien que la France connaisse des tensions avec 23 points de recharge pour 100 véhicules, la saturation urbaine en Chine crée des inefficacités opérationnelles majeures où les bornes sont occupées la majorité du temps sans délivrer d'énergie.

Déploiement international

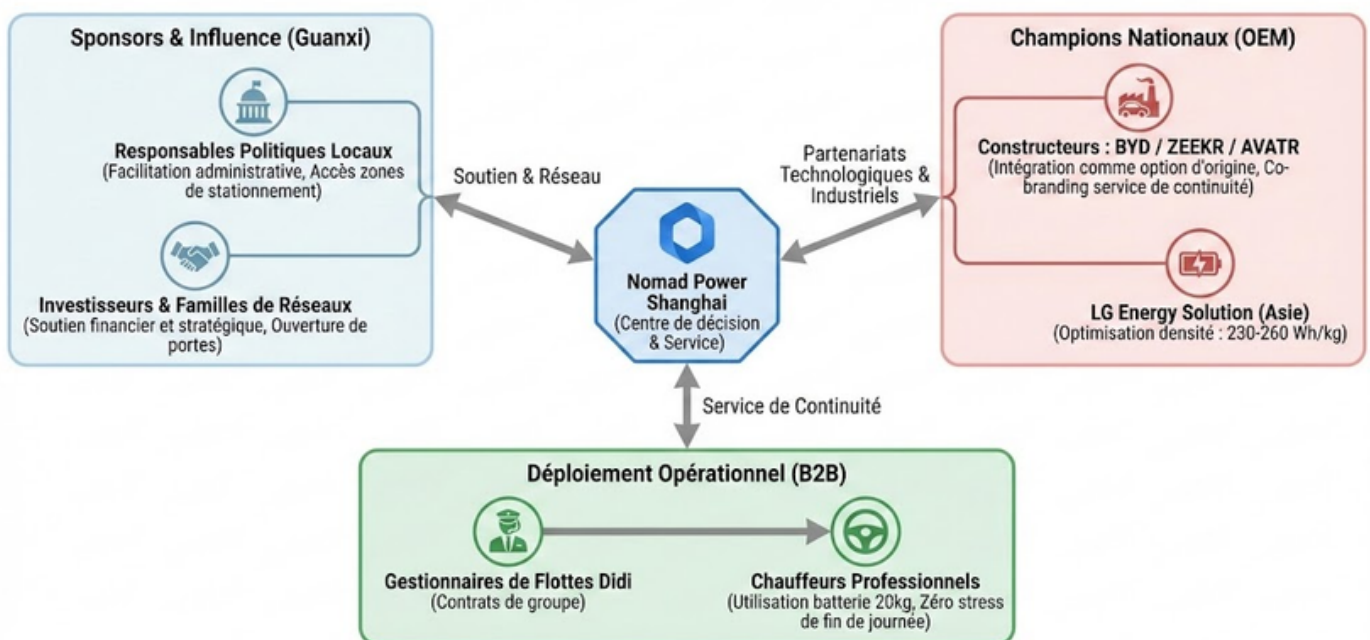
Nomad Power : Le Garant de la Continuité de Service

C'est précisément ici que Nomad Power apporte une réponse disruptive. Notre vision est d'offrir l'autonomie là où les infrastructures s'arrêtent, garantissant ainsi l'esprit tranquille aux professionnels de la route. En proposant une batterie compacte de 20 kg capable de délivrer entre 7 et 10 kW, nous permettons aux chauffeurs Didi de récupérer entre 40 et 60 km d'autonomie par heure d'activation.

Grâce à notre technologie utilisant des cellules lithium-ion de dernière génération (densité de 230 à 260 Wh/kg), nous offrons un complément d'autonomie immédiat qui permet au chauffeur de finir sa vacation sans subir les contraintes des réseaux de recharge publics saturés. Nomad Power ne se positionne pas comme un simple accessoire, mais comme un partenaire stratégique de la productivité chinoise, assurant une continuité de mobilité indispensable au fonctionnement des mégapoles.

Ecosystème

Schéma Stratégique de l'Écosystème Nomad Power à Shanghai



Déploiement international

Analyse de l'Écosystème Stratégique : Le Hub de Shanghai

Ce schéma définit le rôle de Nomad Power comme orchestrateur central d'un écosystème interconnecté, visant une intégration profonde dans le tissu décisionnel chinois.

1. Soutien et Réseau (Guanxi)

L'implantation repose sur un réseau de relations de haut niveau pour sécuriser le projet:

Responsables Politiques Locaux : Essentiels pour faciliter les démarches administratives et garantir l'accès aux zones de stationnement régulées.

Investisseurs et Familles de Réseaux : Apportent le soutien financier et ouvrent les portes des cercles d'affaires stratégiques.

2. Partenariats Industriels (OEM)

Nomad Power s'intègre comme partenaire de continuité pour les leaders du secteur:

Constructeurs (BYD, ZEEKR, AVATR) : Collaboration pour proposer le service comme une option de mobilité d'origine ou en co-branding.

LG Energy Solution : Partenariat technologique pour exploiter des cellules haute densité (230 à 260 \$Wh/kg\$), garantissant un format compact de 20 kg.

3. Déploiement B2B Opérationnel

La pénétration du marché cible l'usage intensif pour maximiser la rentabilité888:

Gestionnaires de Flottes Didi : Signature de contrats de groupe pour équiper les véhicules de transport avec chauffeur (VTC).

Chauffeurs Professionnels : La batterie devient un outil de productivité garantissant la fin de journée sans "stress de la panne".

Déploiement international

Période	Actions Clés
T1 (Janvier - Mars)	Networking & Lobbying : Identification des sponsors politiques à Shanghai. Recrutement d'une équipe locale d'experts en relations gouvernementales.
T2 (Avril - Juin)	Lancement du Pilot B2B : Partenariat avec une flotte test de 50 chauffeurs Didi. Adaptation de l'application mobile Nomad Power aux écosystèmes locaux (WeChat/Alipay)
T3 (Juillet - Septembre)	Ouverture du Bureau de Shanghai : Inauguration officielle. Signature de partenariats de distribution avec des garages et réseaux de concessions locaux
T4 (Octobre - Décembre)	Scale-up : Déploiement massif du service "Battery-as-a-Service" 13 auprès des grandes flottes professionnelles. Analyse des données pour itération de la R&D continue.

Déploiement international

T1 (Janvier - Mars) : Networking, Lobbying et Structuration

Cette phase est cruciale pour établir le Guanxi (relation) nécessaire à toute réussite commerciale en Chine.

Identification des Sponsors Politiques : Recherche de soutiens au sein de l'administration municipale de Shanghai pour faciliter l'accès aux zones de stationnement saturées et obtenir les autorisations réglementaires.

Recrutement d'une Équipe Locale : Constitution d'un pôle spécialisé en "Relations Gouvernementales" (GR) et en gestion de partenariats stratégiques pour naviguer dans l'écosystème complexe des constructeurs (BYD, ZEEKR) et des autorités de transport.

T2 (Avril - Juin) : Phase Pilote et Adaptation Technologique

Il s'agit de tester la pertinence de la proposition de valeur auprès des professionnels de la route.

Lancement du Pilot B2B : Mise en place d'une flotte test de 50 chauffeurs Didi. L'objectif est de démontrer comment notre batterie de 20 kg devient un outil de productivité, permettant de délivrer entre 40 et 60 km d'autonomie par heure d'activation sans quitter leur zone de course.

Localisation Logisicielle : Refonte de l'interface utilisateur pour intégrer exclusivement les écosystèmes WeChat Pay et Alipay, essentiels pour le modèle de facturation au temps d'activation.

T3 (Juillet - Septembre) : Ancrage Régional et Réseau Logistique

Cette étape marque le passage d'un projet test à une présence officielle permanente.

Inauguration du Bureau de Shanghai : Ouverture du hub régional pour centraliser la gestion opérationnelle, le support client et la maintenance des actifs.

Partenariats de Distribution : Signature d'accords avec des garages spécialisés et des réseaux de concessions locaux pour assurer la logistique des batteries, le stockage et les points de retrait pour les chauffeurs de flottes.

T4 (Octobre - Décembre) : Scale-up et Itération R&D

La fin de l'année est consacrée à la montée en charge et à l'optimisation technologique.

Déploiement "Battery-as-a-Service" : Extension massive du service aux grandes flottes professionnelles, assurances et loueurs. L'augmentation du taux d'utilisation par batterie vise ici l'amélioration du chiffre d'affaires récurrent.

Analyse de Données et R&D : Utilisation des retours d'expérience du marché chinois pour alimenter la recherche et développement. L'accent sera mis sur l'optimisation de la densité énergétique (visant les 230-260 Wh/kg) et la résistance thermique des composants face aux conditions climatiques de Shanghai.

