

Famihero: la start-up maligne qui a séduit Marc Simoncini

Voilà une start-up sympathique dont vous allez entendre parler. Swann Robbes et Cyril Beaufrere sont tombés dans l'Internet quand ils étaient tout petits. Ils sont mariés et eurent beaucoup d'enfants et comme tous les jeunes parents actifs – très actifs – ils ont très vite connu les galères de garde. Et voilà comment a été conçu leur autre bébé, une jolie start-up baptisée Ze Nanny – récemment renommée FamiHero. Devenir le tiers de confiance entre parents et baby-sitters. Le couple s'est inspiré des best practice du recrutement en ligne et affiche son ambition de devenir le «LinkedIn de la garde d'enfants.» Le business model est fondé sur l'abonnement payant par les familles utilisatrices pour avoir accès aux coordonnées de baby-sitters préalablement sélectionnés: environ un quart des profils du site sont éliminés, faute de références sérieuses. Le site assure la modération et la sécurité des mises en relation. D'après Swann Robbes, 40% des abonnés choisissent la formule longue qui propose un accès au service durant un an pour 5,90 euros par mois, le prix modeste à payer pour être assuré de trouver une solution à un problème de garde dans les 20 minutes. L'exemple typique est celui de la sortie d'école. Le site compte déjà quelque 150 000 membres inscrits et Jaïna, le fonds d'investissement de Marc Simoncini y a injecté quelque 350 000 euros fin 2012. L'opération a notamment permis à l'équipe d'élargir son positionnement. Pas question de devenir une plateforme généraliste comme SeFaireAider, le nouveau site lancé par Denys Chalumeau, le fondateur de SeLogger. En se rebaptisant FamiHero, la startup se spécialise sur les services à la famille. Elle a lancé le soutien scolaire en mars dernier. La maison et les animaux ont suivi, au mois de septembre. L'enjeu principal désormais est essentiellement marketing: la notoriété et la marque comptent plus que tout. Petit coup de pub agréable: Swann Robbes était invitée récemment à déjeuner à l'Elysée en compagnie d'une quinzaine d'autres entrepreneurs, dont Xavier Niel – excusez du peu! Une levée de fonds très originale dans sa forme, de 2 millions d'euros environ, devrait permettre à l'entreprise de communiquer massivement. Comme le résume très bien Swann Robbes: Y aller doucement serait une erreur stratégique majeure.