

Collective.work renforce son offre de services pour les collectifs de freelances

Issu du startup studio e-Founders, Collective.work a réussi à séduire plus d'un millier de freelances et une petite centaine d'entreprises. Forte de ces premiers résultats, elle vient de lever 7 millions d'euros en amorçage pour renforcer son offre et se déployer en Europe.

Temps de lecture : minute

9 décembre 2021

D'ici 2040, près d'un actif sur deux travaillera au sein d'un collectif, selon une étude de [Collective.work](#) publiée fin novembre. Ce type de structure répond d'ores et déjà aux besoins de nombreux freelances et indépendants qui cherchent à travailler sur des projets plus ambitieux (39%), sortir de leur isolement (29%) et apprendre de leurs pairs (40%). Loin d'être une simple tendance, les rapports décèlent un marché à fort potentiel. En 2040, ces collectifs pourraient générer 292 milliards d'euros contre 9 milliards d'euros aujourd'hui, selon cette même étude. Collective.work entend bien favoriser son essor en aidant les collectifs à sortir de l'ombre.

Faciliter le travail et les échanges

Jean de Rauglaudre, Paul Vidal et Vianney de Drouas ont développé une solution SaaS qui permet à la fois aux freelances de créer et gérer des collectifs mais aussi aux entreprises d'y déposer des appels à projets. La startup agit ainsi comme "une marketplace favorisant la mise en relation entre les deux parties". La formule connaît un lancement plutôt positif.

En moins d'un an, le concept a déjà séduit 300 collectifs, représentant plus de 1000 freelances, et une petite centaine de clients comme Coface, Pimkie ou encore Crédit Mutuel.



À lire aussi

La startup Collective facilite la coopération entre indépendants

La raison de cet intérêt est simple pour Jean de Rauglaudre. *“Les freelances souhaitent davantage travailler en équipe, beaucoup d’entre eux le font déjà sur certains projets. Rejoindre un collectif, pour une longue durée et pas seulement un projet, leur permet de s’attaquer à des projets plus ambitieux et d’apprendre de leurs pairs.”* En cumulant leurs compétences, ces collectifs - majoritairement composés de profils tech, design, marketing, produit et communication - peuvent suivre un projet de A à Z. Aujourd’hui, le panier moyen affiché est de 20 000 euros mais certains contrats signés dépassent les 50 000 euros. *“L’un d’entre eux a même dépassé les 80 000 euros la semaine dernière”*, souligne fièrement le cofondateur. Le concept séduit des profils plus exotiques : Collective.work compte, par exemple, des collectifs d’avocats, de recruteurs, de business angels mais aussi de coachs en transition

écologique.

De leur côté, les entreprises y voient l'opportunité d'accéder directement à des *"experts tout en échappant à la gouvernance pyramidale des entreprises et des agences qui ralentit parfois les projets et en accédant à des offres plus transparentes"* . La facture commune est le petit plus qui peut convaincre de sauter le pas. *"Certaines entreprises hésitaient à faire appel à des collectifs car tous les membres n'avaient pas le même statut. Avec Collective, ils paient une seule facture sans se soucier des droits d'auteur ou du statut d'auto-entrepreneur."*

Renforcer les services et s'expatrier

Ces 10 premiers mois ont surtout joué un rôle de test pour les fondateurs de Collective.work. *"Nous avons lancé un MVP [produit minimum viable, ndlr] afin de le tester. Il fonctionne bien mais nous allons maintenant devoir l'approfondir"* , reconnaît l'entrepreneur. C'est notamment pour cette raison que l'entreprise vient de lever 7 millions d'euros en seed auprès de Blossom Capital et de plusieurs business angels (incluant les cofondateurs d'Intercom, Criteo et Aircall) et de membres de collectifs utilisant la plateforme.



À lire aussi

Le casse-tête de la rétention des talents externes

Parmi les principaux chantiers en cours pour Collective.work figure la personnalisation des pages de présentation des collectifs. *“Nous souhaitons que les pages vitrines soient personnalisables, qu’on puisse télécharger des vidéos, modifier le design, etc”* , détaille Jean de Rauglaudre, afin de permettre à chacun d'entre eux de mettre en avant ses compétences. Les fondateurs se refusent à mettre en place un système de notation. Autre service en réflexion, la mise en place d’une solution de paiement des dépenses communes à un projet - via une carte bancaire commune - et, à plus long terme, une solution d’affacturation pour payer le collectif à la fin du projet et non plusieurs semaines ou mois après. Dernier challenge de taille : *“créer des solutions permettant aux membres de définir les règles de gouvernance : majorité absolue ou relative pour décider de l’intégration de nouveaux membres”* , complète le co-fondateur.

En parallèle de ces évolutions, Collective.work va poursuivre son

déploiement en France, en cherchant à convaincre plus de freelances et de clients, mais aussi en Europe et tout particulièrement au Royaume-Uni et en Allemagne où certains collectifs opèrent déjà. Les États-Unis ne sont pas loin dans son viseur mais elle préfère attendre la série A pour s'attaquer au pays de l'Oncle Sam, explique Jean de Rauglaudre. D'ici-là, une trentaine de nouvelles recrues viendront agrandir l'équipe : des développeurs, des responsables produit et des profils marketing et communication.

Article écrit par Anne Taffin