

Barooders, la marketplace d'articles sportifs de seconde main lève 2,2 millions d'euros

Barooders est une toute jeune marketplace dédiée à la seconde main d'équipements de sport. Créée par le couple Edwige Michau et Geoffroy D'Autichamp en octobre 2021, elle en est déjà à sa deuxième levée de fonds.

Temps de lecture : minute

20 septembre 2022

10 mois seulement après son lancement, Barooders peut se targuer d'une croissance mensuelle de 40%. La marketplace, qui avait déjà levé 1,3 million d'euros il y a six mois, continue sur sa lancée. En effet, elle vient de lever "2,2 millions d'euros auprès des meilleurs investisseurs de la french tech et du sport : Kima Ventures, les fondateurs de Veepee et Ankorstore ou encore l'ex-vainqueur de Roland Garros Stanislas Wawrinka", d'après un communiqué. Barooders aura donc levé un peu plus de 3 millions d'euros en un an.

Une levée pour se sécuriser

Pour sa progression fulgurante, Barooders a d'abord mis un point d'honneur à développer une infrastructure dédiée à la chaîne logistique de la seconde main : réception, inspection, prise de photos, mise en ligne, stockage et expédition des produits. De manière à proposer "des services de collecte à domicile et de dépôt-vente pour les particuliers et un service de seconde main 100% intégré pour les marques", précise la startup dans son communiqué.

Et c'est une réussite pour la cofondatrice Edwige Michau : *"la solution logistique qu'on vient d'ouvrir plaît énormément, mais des investisseurs nous ont mis en garde sur le contexte macroéconomique, pour qu'on ne se retrouve pas dans une position compliquée au mois de décembre, alors que nous avons pris un joli départ"*. D'ailleurs, elle avoue que l'objectif de base était d'un million, mais au vu de l'intérêt, la levée est montée jusqu'à 2,2 millions d'euros.

Une expérience client au centre de la stratégie

La cofondatrice nous explique également que la croissance de la marketplace s'est jouée, selon elle, sur l'expérience client. *"Il y a effectivement tout le travail que nous avons fait pour avoir un site propre, qui véhicule l'expérience du neuf, en seconde main"*. Une expérience client qui repose également sur l'assurance d'avoir un produit de qualité, où la révision du produit est indispensable. *"Ce qui est très rassurant pour nos acheteurs, c'est le fait d'inspecter et garantir des produits techniques. Ce n'est pas le cas pour tous les produits du site, mais par exemple pour les parapentes, nous nous sommes associés avec des experts réparateurs qui sont capables de certifier et garantir le produit"*.

D'ailleurs, lorsqu'on lui parle de ses nombreux concurrents, elle ne s'inquiète pas trop : *"C'est plutôt bon signe, ça veut dire qu'il y a vraiment un marché. Je pense qu'on a une différence dans le type d'offre, certains se spécialisent dans l'outdoor par exemple, d'autres font plusieurs sports comme nous, mais ils n'ont pas ce service d'inspection des experts"*.

Un contexte avantageux

Edwige Michau identifie les facteurs de croissance de la plateforme par le manque notamment d'offre de seconde main dans l'équipement de sport,

où la demande était forte d'après elle *"il y a l'équivalent pour l'électronique, l'équivalent pour le luxe, l'équivalent pour la mode mais il n'y avait rien pour le sport, pourtant c'est une catégorie qui concerne beaucoup de personnes et qui représente un budget onéreux"*. Une demande qui s'accroît avec un contexte économique où le pouvoir d'achat est fragilisé, explique la cofondatrice. *"Nous donnons accès aux meilleures marques mais à des prix qui défient toute concurrence puisqu'on est entre -30% et -80% du prix neuf"*.

Pour la suite, les équipes de Barooders souhaitent continuer sur la même lancée, avec une nouvelle levée de fonds envisagée en début d'année 2023. *"Nous préparons aussi le lancement d'une application mobile"*, annonce Edwige Michau.

Article écrit par Charlotte Rabatel