

Beebs lève 6 millions d'euros pour développer la seconde main pour enfant

La plateforme d'équipements, de vêtements et de mobilier d'occasion pour enfants a déjà séduit 1 million de parents en France et en Belgique. Pour continuer à se développer sur ses deux marchés, elle vient de réaliser sa deuxième levée de fonds.

Temps de lecture : minute

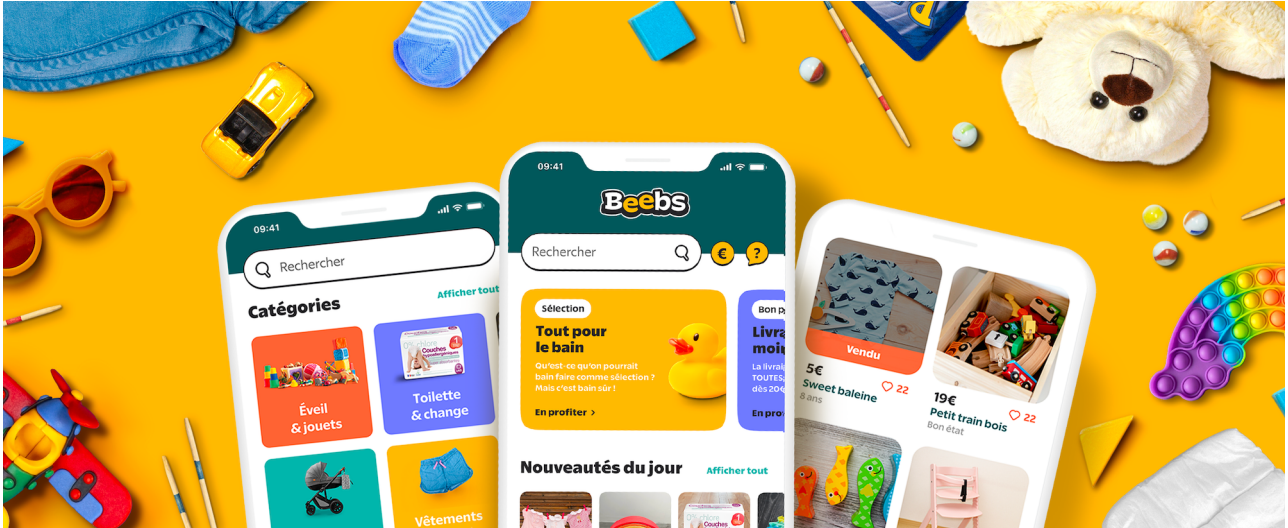
18 octobre 2022

80 % des Français ont déjà acheté ou vendu des produits de seconde main en ligne selon une étude du cabinet de conseil KPMG. Un marché boosté par une inflation record et une prise de conscience environnementale grandissante. C'est sur cette tendance que surfe Beebs avec sa plateforme de seconde main spécialisée dans le monde de l'enfance. Créée en 2020, cette dernière a déjà convaincu 1 million de parents en France et en Belgique : "Il s'agit de deux marchés majeurs en Europe pour la seconde main", souligne Morgan Hilmi, le cofondateur de la plateforme, qui met en relation acheteurs et vendeurs et capte un pourcentage sur les transactions.

Intégrer de nouvelles fonctionnalités et améliorer sa notoriété

Pour continuer à se développer dans ces deux pays, Beebs vient de réunir 6 millions d'euros. Une levée de fonds réalisée auprès des fonds d'investissement ISAI et Citizen Capital mais aussi de Mercari, un groupe japonais spécialisé dans les places de marché d'occasion. L'objectif :

soutenir sa croissance tout en se rapprochant de la rentabilité. *"Notre stratégie de développement repose sur quatre axes, précise Morgan Hilmi. Le premier concerne la création de nouvelles fonctionnalités pour améliorer l'expérience des utilisateurs"*.



La société, qui a déjà mis au point un système de *"remise en main propre sécurisée"* pour les objets volumineux, tels que les poussettes ou les lits, souhaite compléter sa gamme de services. *"Nous avons également intégré le calcul de l'empreinte carbone, pour informer les utilisateurs de l'impact de leurs achats sur l'environnement"*, précise le dirigeant.

Dans le même temps, la plateforme souhaite améliorer sa notoriété grâce à des investissements marketing. Mais également favoriser le recours à la seconde main, notamment en ciblant davantage les professionnels. *"De nombreux auto-entrepreneurs ou PME se lancent sur ce marché. Ces professionnels sourcent, réparent et revendent des objets d'occasion. Ils ont développé une véritable expertise et créé un écosystème en pleine explosion"*, estime Morgan Hilmi. Sur la plateforme, ils proposent des produits qui n'étaient pas forcément disponibles via les particuliers, mais permettent également de dénicher des objets soumis à un contrôle qualité, auxquels les familles n'auraient pas pu avoir accès sans leur

intervention.

Aujourd'hui, 10 % des ventes de Beebs sont réalisées par des professionnels.

Faire passer ses effectifs de 25 à 40 salariés

Enfin, la société souhaite renforcer ses équipes en recrutant 15 salariés et en faisant passer ses effectifs à 40 personnes. *"Nous avons déjà réalisé une première vague de recrutement en intégrant 17 personnes en juin 2021, grâce à une précédente levée de fonds de 3 millions d'euros"*, indique le dirigeant. Un premier tour de table qui lui avait déjà permis d'améliorer la plateforme et de gagner en notoriété.

D'ici deux ans, la société projette d'atteindre son seuil de rentabilité en France et en Belgique. Ensuite, elle envisage de cibler *"tous les autres pays européens"*. *"Notre outil est facilement déployable à l'étranger, l'idée est donc de cibler rapidement l'international"*.