

# L'histoire de l'application Coqo, racontée par sa fondatrice

*L'aventure entrepreneuriale a démarré pour Elsa Fichebin lorsqu'elle s'occupe de ses neveux. Elle décèle un problème récurrent pour les parents et grands-parents : trouver des produits de puériculture responsables en créant Coqo.*

Temps de lecture : minute

---

24 février 2023

*"Je me suis confrontée à l'océan d'offres en magasin, sans d'argument précis pour savoir ce qui était le mieux pour les enfants", explique la fondatrice de Coqo. Elsa Fichebin voulait lancer un projet depuis longtemps. Lorsqu'elle se confronte à ce problème, elle saute sur l'occasion pour tenter l'entrepreneuriat. Et pour pérenniser le projet, elle s'entoure d'experts et réfléchit à un business modèle qui sort du classique "freemium".*

## Trouver l'information

Coqo, c'est une application de scoring. Un scoring qui répond au manque d'information des parents, face aux produits de puériculture. *"La composition des produits est plutôt inaccessible, la localisation de fabrication n'est pas claire, le fameux "made in" donne seulement une idée approximative du lieu d'assemblage du produit et les labels ne sont pas clairs à comprendre", explique Elsa Fichebin.*

Pour réussir à mettre en place une méthodologie de scoring correcte, la fondatrice de Coqo a dû s'entourer. *"Ça ne marche pas sans une équipe", avoue Elsa Fichebin. "J'ai rapidement trouvé un UX/UI pour le site et*

*l'application. Un CTO pour m'aider sur la base de données. Mais aussi de bons développeurs. Et j'ai découvert une énorme partie sur l'univers toxicologique. Je me suis entourée d'un comité d'experts, totalement bénévole, qui ont adoré le projet et ont développé la méthodologie de scoring."*

## Trouver un business modèle

L'application compte 25.000 produits. *"Nous visons 1 million de produits en 2023"*, annonce Elsa Fichebin. L'application fonctionne, l'entrepreneuse se penche désormais sur la rentabilité. *"Le but, c'est de donner de l'information, alors on doit rester gratuit."* Elle avoue que le modèle le plus logique serait le freemium. *"Mais j'ai beaucoup de mal avec le fait de faire payer pour avoir accès à l'information. J'ai voulu innover sur le business modèle, je m'inspire de l'application Vivino."* L'objectif est donc de devenir une marketplace, mais seulement sur les produits "bien notés", explique-t-elle. *"On aurait accès à tout, et on achèterait que le meilleur sur Coqo."*

Lorsqu'on questionne la fondatrice sur les étapes à venir pour Coqo, l'expansion sur d'autres marchés arrive en tête. *"L'objectif en 2023 c'est d'internationaliser en Europe, nous travaillons actuellement sur un prototype en anglais. Mais il faut lever des fonds rapidement."* Une nouvelle étape qui est prévue dans quelques mois.