

Être une startup de la FemTech, pas toujours simple

Portée par quatre fondatrices, la startup Gapianne relève ce défi et celui de faire tomber les tabous en évoluant dans la FemTech.

Temps de lecture : minute

27 juillet 2023

La jeune pousse propose un concept alliant plateforme en ligne et boutiques physiques pour répondre aux problématiques intimes des femmes tout au long de leur vie. Malgré un certain regard, elle a réussi sa première levée de fonds.

" Pour réussir notre levée de fonds, on a ciblé des partenaires modernes, à l'affût de ce qui se passe dans la FemTech ", souligne Marine Boucherit, l'une des quatre fondatrices de Gapianne. La startup a vu le jour en 2021 avec l'idée d'apporter réponses, conseils et produits sains aux femmes pour faire face aux nombreux problèmes qu'elles peuvent rencontrer tout au long de leur vie ; de l'acné à la ménopause en passant par les règles, la libido et la sexualité. " Toutes les quatre nous avons constaté qu'il n'y avait pas de lieu dédié à l'intimité féminine où les femmes pourraient exprimer leurs besoins sans aucune gêne. "

En ligne, le site apporte du contenu éducatif et commercialise des produits pour toutes les phases de la vie d'une femme, en privilégiant les produits respectueux du corps et de la santé des femmes. Gapianne propose des solutions d'hygiène intime menstruelles, des lubrifiants vegan, des compléments alimentaires contre les mycoses ou les cystites mais aussi des sondes périnéales connectées pour lutter contre les fuites urinaires, des produits contre les douleurs liées à l'endométriose ou encore un tirelait portatif et connecté. La startup a également ouvert une

boutique aux Nouvelles Galeries d'Annecy et un Pop-up store au Bon Marché de Paris.

Faire tomber les tabous

Avec de tels produits, difficile pour les quatre fondatrices de communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir leur startup et ses solutions quand ces derniers censurent de nombreux mots. " *On veut se positionner comme des personnes qui éduquent à l'intimité féminine mais cela nous oblige à faire des détours. On parle de bien-être intime des femmes mais on ne cite pas la vulve au risque d'être bloquées.* ". Marine Boucherit et Gapienne veulent contribuer à faire tomber les tabous. Elle souhaite dépoussiérer un marché de la FemTech évalué à 51 milliards de dollars e 2021 qui concerne 52 % de la population mondiale dans une société où il est plus aisé d'évoquer le viagra et les problèmes d'érection que les règles douloureuses, une réalité pour une femme sur deux.

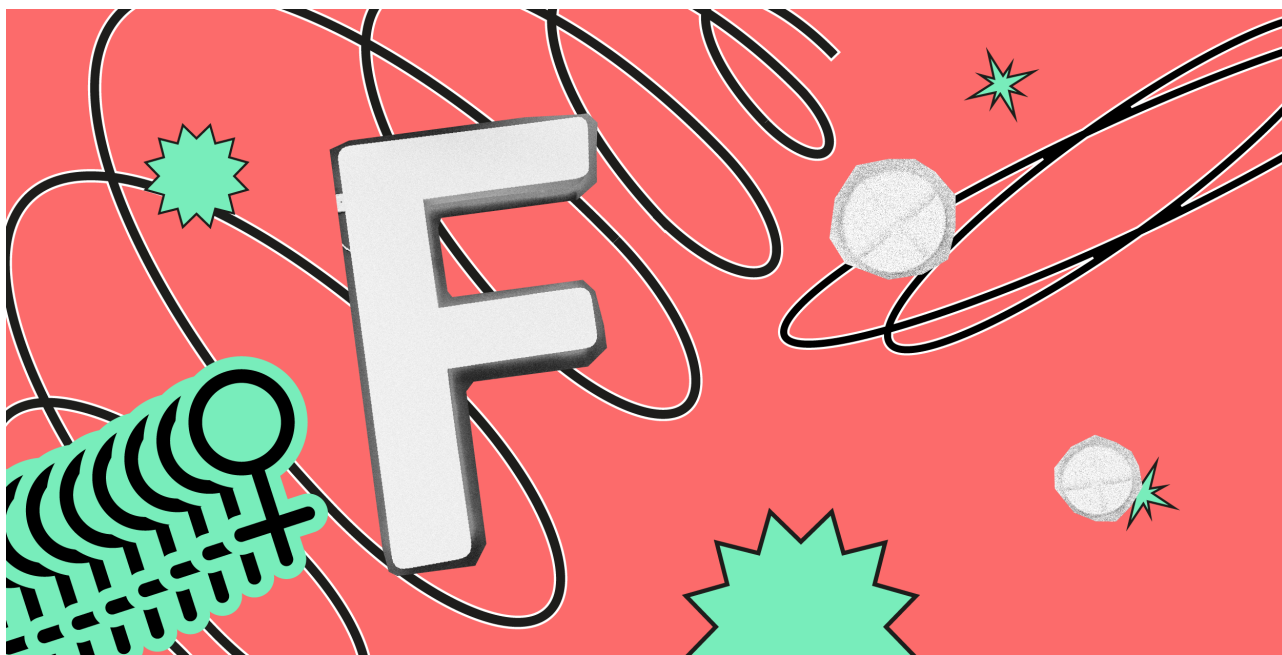
Le bien-être féminin face au sexisme

Pour s'ouvrir pleinement à ce marché, Gapienne a clôturé une levée de fonds de 900.000 euros en juillet 2023 grâce au soutien de cinq business angels, une femme et quatre hommes. " *Ils sont conscients que les choses bougent, mais aussi qu'il y a un marché. Ils ont réussi à se projeter ...* ". Bien qu'elles reconnaissent ne pas avoir rencontré trop de difficultés à réunir ces fonds alors que seuls 2 % des fonds levés sont attribués à des entreprises fondées par des femmes, Marine Boucherit et ses associées ont toutefois entendu des remarques sexistes.

" *On nous a notamment dit qu'il faudrait quand même bien un homme pour s'occuper de la finance* ", s'amuse la trentenaire. Et quand il a fallu présenter leur concept, elles ont dû appréhender d'autres réactions. " *Pour certains business angels, des hommes de plus de 50 ans en particulier, l'intimité féminine insufflait au mieux une gêne dans la*

discussion, au pire, on la reléguait à de la pornographie. " .

Malgré ces attitudes, l'équipe de Gapienne reste pour l'heure 100 % féminine afin de créer une certaine sororité en boutique pour amener les femmes à s'exprimer librement. " *On espère toutefois accueillir bientôt des hommes dans l'équipe, s'ils se sentent à l'aise avec le sujet. " .*



À lire aussi

10 startups de la FemTech à suivre en 2023

Article écrit par Nadege Hubert