

Pixpay, la banque des adolescents, lève 8 millions d'euros

Trois mois après son lancement et neuf mois après un premier tour de table, Pixpay annonce une nouvelle levée de fonds. Avec ces 8 millions d'euros, la startup veut renforcer son positionnement pour devenir l'un des leaders des banques pour adolescents.

Temps de lecture : minute

13 mars 2020

Après la prise de rendez-vous médicaux, Benoit Grassin et Nicolas Klein se lancent dans les banques pour ados. Ces deux anciens de MonDocteur, créé en 2013 et revendu à Doctolib 5 ans plus tard, se sont associés à Caroline Ménager pour aider les jeunes à gérer leur argent avec Pixpay.

Début 2019, les trois cofondateurs commencent en effet à s'intéresser au secteur bancaire et constatent alors *"un manque de cohérence entre les attentes des utilisateurs (mineurs) et les offres proposées par les banques traditionnelles ou les néobanques"* explique Benoit Grassin. *"Les adolescents sont entrés dans une économie digitale, cashless, alors que 95% des familles continuent à distribuer l'argent de poche en espèce, ce qui est tout sauf sécuritaire"*, poursuit-il.

En parallèle, les trois associés réalisent une étude pour comprendre les freins rencontrés par les parents dans l'ouverture d'un compte pour leurs enfants. Deux principaux points ressortent : la sécurité et la pédagogie, *"ce qui nous a vraiment surpris"* reconnaît Benoit Grassin.

Apprendre aux jeunes à gérer leur argent

L'équipe de Pixpay imagine alors un produit pour aider les jeunes à apprendre à gérer leur argent et gagner en autonomie, qui prend la forme d'une carte bancaire doublée d'une application. Les mineurs disposent d'une carte Mastercard leur permettant de payer en ligne ou en magasin et de retirer de l'argent à partir de n'importe quel distributeur. Les parents conservent tout de même la main sur les finances de leurs adolescents puisqu'ils ont également accès à l'application. Ils peuvent *"bloquer certains marchands, limiter les montants de retrait ou les aider à épargner pour des cagnottes projets"* souligne Benoit Grassin. Ou tout simplement visualiser les dépenses réalisées qui sont classées par secteur (alimentation, vêtements...). En cas de besoin, le compte peut être approvisionné en quelques clics et l'argent est disponible immédiatement. *"L'ensemble de ces services permet de rassurer les parents, de les aider à comprendre les dépenses de leurs enfants et à développer certaines habitudes comme épargner pour un projet"* précise Benoît Gassin.

La souscription au service s'effectue en quelques minutes sur internet, la signature d'un des deux parents est nécessaire. Contrairement à certaines néobanques qui ont fait le choix d'offrir un service gratuit, Pixpay fonctionne sur la base d'un abonnement mensuel sans engagement de 2,99 euros *"qui couvre l'intégralité des frais relatifs à la gestion du compte"*. Le business model de l'entreprise se base sur ces rentrées d'argent.



À lire aussi

Néobanques: trois fois plus d'acteurs et de clients en France en quelques années

Une ambition : devenir leader de la banque pour adolescents

Lancée fin novembre 2019, l'offre de Pixpay a déjà trouvé son public. "Nous comptabilisons 10 000 clients, deux fois plus que ce que nous avons prévu et nous avons déjà distribué l'équivalent de 500 000 euros d'argent de poche" explique le cofondateur. Mais ce qui surprend surtout les fondateurs, c'est le caractère "market mass" de leur produit. *"Nous nous sommes rendus compte qu'il répondait autant aux besoins des familles aisées que des plus modestes"* explique Benoit Gassin, selon qui *"45% des familles donnent régulièrement de l'argent de poche"*. Résultat, la startup compte des utilisateurs dans plus de 3 000 communes françaises.

Devant des résultats aussi encourageants, l'entreprise décide d'accélérer

sa stratégie. Neuf mois après une première levée de fonds de 3,1 millions d'euros réalisée auprès de Global Founders et d'une dizaine de business angels parmi lesquels Alexandre Prot (cofondateur de Qonto), Jean-Charles Samuelian (cofondateur d'Alan) et Franck Le Ouay (cofondateur de Criteo), Pixpay effectue un nouveau tour de table : une opération de 8 millions d'euros auprès du fonds Digital Ventures de Bpifrance, mais aussi son investisseur historique, Global Founders.

Avec cette somme, la startup veut renforcer sa place en France *“en investissant dans la croissance, donc l'acquisition, et dans le développement du produit car les fonctionnalités et l'expérience utilisateur sont primordiaux pour nous”* explique Benoit Gassin.

L'entreprise recrutera donc une vingtaine de nouveaux collaborateurs d'ici septembre prochain, à la fois au niveau du commercial, du service client et du développement. Elle doublerait alors ses effectifs en passant de 20 à 40 employés.

Son prochain challenge est également de se tourner vers l'international dans un futur proche. Si aucune pays n'a encore été précisément identifiée, Pixpay déclare cibler, *“dans un premier temps”*, l'Europe occidentale.