

A LA CROISÉE DES CHEMINS

Bulletin du Laboratoire d'observation | Cavokay | Christophe Autrive

Pourquoi avoir choisi une reconversion aussi radicale ? ... p2

D'une Direction dans un grand groupe internationale à la création d'une plateforme. Pourquoi ?

En quoi La Kidzerie vous a redonné du sens a votre action ? ... p3

Une plateforme entre prise de conscience écologique, protection de l'environnement et échange avec la communauté.

Etre une femme a t- il été un handicap pour mener cette aventure ? ... p5

Question traditionnelle mais encore d'actualité.

Et après ... p7

Votre communauté existe depuis longtemps mais LaKidzerie.com vient de démarrer, quels sont les prochaines étapes ?



Johanna Gomel - Fondatrice et CEO de la plate forme de vente d'occasion « www.LaKidzerie.com » - Membre du réseau « Mampreneurs France »

Retour d'expérience sur une start-up de rupture : La Kidzerie !

Avocate puis directrice fiscale dans de grands groupes internationaux, Johanna prend la décision voici 18 mois, d'abandonner une carrière toute tracée pour se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise et imaginer « La Kidzerie », une plate forme dédiée à la vente de biens d'occasion haut de gamme pour enfants de 0 à 10 ans. Nous vous proposons de revenir sur ce parcours inspirant.



Le marché de la seconde main en pleine expansion.

En pleine croissance depuis près d'une dizaine d'années et avec un chiffre d'affaires mondial estimé à plus de 50 milliards d'euros d'ici quelques années, le marché de la seconde main est en pleine forme.

Depuis quelques années, le mobilier, les objets déco ou encore le prêt-à-porter font ainsi partie des achats les plus plébiscités par les consommateurs hexagonaux.

Une étude récente montre que plus des 3/4 des Français achètent régulièrement des meubles d'occasion (au moins deux par an).

Achat économique mais pas que ...

La première raison est bien évidemment économique. Pour des vêtements ou du matériel, les tarifs peuvent baisser de 50 à 70% par rapport au prix du neuf.

Mais plus de la moitié des Français déclarent acheter d'occasion pour protéger l'environnement et éviter le gaspillage.

Entre cette prise de conscience des acheteurs et les modifications des habitudes des consommateurs (renforcées par la crise actuelle du Covid), cette tendance constatée sur le marché de l'occasion est probablement en train de s'installer durablement ... de quoi ravir tous les professionnels du secteur (physique ou en ligne).

Bonjour Johanna, tout d'abord merci de partager votre expérience. Votre trajectoire professionnelle était toute tracée, pourquoi avoir choisi cette reconversion ?

Pour avoir longtemps travaillé dans de grands groupes internationaux cotés, j'ai pu constater que les décisions étaient souvent guidées par la rentabilité et par le profit et qu'ils en avaient parfois oublié leur raison d'être, leur mission initiale.

Avec l'arrivée de mon fils, je me suis posée la question du sens de la vie, de ce que je faisais au quotidien et j'ai constaté que je n'y trouvais pas mon compte dans mon activité professionnelle de ce point de vue là. Cela a été le début de ma démarche personnelle.

Plus concrètement ensuite, lorsque j'ai voulu acheter du mobilier et des objets de décoration d'occasion pour sa chambre, j'ai alors fouillé la planète web sans trouver les perles rares espérées : de beaux objets design, de qualité, durable à des prix abordables et pas loin de chez moi.

Quel a été votre cheminement pour arriver à La Kidzerie ?

Comme toutes les mamans, je me suis posée cette question : comment accueillir leur bébé dans les meilleures conditions possibles en faisant attention à son budget tout en sachant que le matériel sera utilisé sur de courtes durées. Du fait de l'évolution rapide de l'enfant, le taux de





renouvellement du matériel est très élevé et même lorsque l'on projette d'avoir plusieurs enfants, on a tout intérêt à revendre certains types de matériel quitte à racheter d'occasion le moment venu. En effet, il ne faut pas négliger les progrès techniques. Le bon exemple, c'est la poussette qui a connu une réelle révolution en quelques années. Les nouveaux modèles sont plus compacts et donc bien plus pratiques si bien que l'on peut difficilement s'en passer. C'est la même chose concernant les dispositifs de surveillance des bébés ou le matériel de puériculture.

Et puis, il y a un autre élément dont il faut tenir compte, du fait du renouvellement continu du matériel, plusieurs études estiment que l'empreinte carbone d'un bébé est très élevée. Sur le plan environnemental, il est donc aussi préférable d'acheter d'occasion car un bien que l'on ne fabrique pas est toujours ce qu'il y a de plus écologique.

Pour toutes ces raisons, j'ai commencé par créer une communauté d'échanges entre amies et connaissances avec le même besoin d'allier qualité, budget et écologie, et puis petit à petit, l'idée de La Kidzerie s'est imposée car ce type de plateforme permet de changer d'échelle et de ce fait de rendre plus possible encore les relations entre acheteurs et vendeurs.

En quoi être une femme a pu vous aider dans votre projet ?

Même si j'appartiens à une génération qui s'est construite sur l'idée de l'égalité entre les hommes et les femmes, il reste encore ce qu'on pourrait appeler des domaines réservés.

Même dans nos sociétés dites modernes, les mères restent le plus souvent celles qui achètent tout ce qui concerne les enfants : vêtements, matériel de puériculture, jouets etc. Voilà sans doute pourquoi, elles ont plus que les hommes conscience de l'absurdité d'acheter des produits neufs que l'on doit renouveler à chaque étape de l'évolution de l'enfant. Cela peut expliquer en partie ce pourquoi les femmes sont plus écolos, en tous les cas, maintenant j'ai bon espoir que cette prise de conscience se généralise. Le site de la Kidzerie a été pensé pour plaire aux femmes et aux hommes !

S'il est clair que le fait d'être une femme a pu m'aider de ce point de vue là pour identifier les besoins, il n'en demeure pas moins qu'être une maman entrepreneure avec son bureau chez soi présente le danger que la vie de maman empiète sur la vie de l'entrepreneuse et il faut être vigilante.



« Les mères restent souvent celles qui achètent pour les enfants. Voilà pourquoi elles ont pris conscience de l'absurdité d'acheter des produits neufs. »

- JOHANNA GOMEL (CEO DE LA KIDZERIE)

Quels conseils donneriez-vous pour envisager un projet entrepreneurial ?



Cela serait présomptueux de donner des conseils valables pour toutes et tous, mais je peux partager quelques étapes importantes dans mon cheminement.

- Au-delà de l'idée ou de l'intuition, il faut rapidement se confronter à la dure réalité et pour cela rien de tel que d'en passer par une étude de marché sérieuse. Cette étape est véritablement importante car on découvre de nombreux éléments précieux pour son projet. Par exemple, mon projet comportait au départ une part importante de l'activité autour de l'habillement des enfants. Finalement, j'ai compris rapidement que pour les vêtements les mamans se débrouillent déjà très bien avec leurs entourages.

permet de variés.

- Ensuite, il ne faut pas hésiter à discuter de son projet, cela le tester, de le confronter à des points de vue différents et

- Après cela, il faut évidemment en passer par l'étape indispensable du business plan pour évaluer les coûts de développement, de fonctionnement et les financements. Même si c'est toujours un peu théorique, c'est un exercice extrêmement intéressant qui amène à s'interroger en détail sur la valeur ajoutée du modèle et le développement à court et moyen terme. Je pense qu'un projet qui a du sens ne suffit pas il se doit d'être rentable pour être pérenne!

Il y a un point sur lequel j'aimerais insister. Le plus souvent, nous portons notre projet un peu toute seule. Voilà pourquoi, il est important d'être entourée, d'avoir des personnes qui partagent les mêmes interrogations, difficultés. En ce qui me concerne, j'ai rejoint le réseau Mampreneures et j'ai gardé contact avec la communauté de mamans à travers un groupe Facebook. Cela m'a permis de me sentir soutenue, encouragée dans les périodes difficiles où l'on doute et où les aspects administratifs, techniques prennent parfois le dessus sur l'ambition initiale.

Votre communauté existe depuis un certain temps mais LaKidzerie.com vient de démarrer, quels sont les premiers résultats et les prochaines étapes ?

L'existence de la communauté a permis d'avoir des résultats positifs assez rapidement. Dès le lancement, il y a eu un nombre assez important de biens mis à la vente. Nous avons même réalisé notre première transaction le lendemain sans faire appel à la publicité payante.

En ce qui concerne les prochaines étapes, nous réfléchissons à apporter du contenu pertinent pour les parents sur le site. Cela va des conseils de puéricultrices ou pédo-psychologues à chaque étape de la croissance des enfants à la présentation des démarches écologiques des entreprises par certaines marques pour enfants.

Quand le site aura plus de trafic, nous envisageons aussi de créer une liste de naissance et pourquoi pas y associer la différence d'empreinte écologique avec l'achat d'un produit neuf pour avoir une idée de



l'impact du geste d'achat de l'occasion.

Par ailleurs, nous discutons avec des professionnels comme les fabricants qui ont des invendus, des produits légèrement endommagés, ou encore les crèches qui renouvellent régulièrement leur matériel.

Enfin, si le succès de La Kidzerie est au rendez-vous, j'aimerais qu'il agisse comme un révélateur des changements de comportements, que les fabricants en aient

conscience et que d'eux-mêmes ils fassent évoluer leur procédé de fabrication en utilisant notamment des matériaux recyclés.

Comme vous pouvez le constater, les idées ne manquent pas mais à aucun moment je ne veux m'éloigner de ce qui m'a amené à changer de vie professionnelle, à savoir allier qualité, économies et écologie.

Nos enfants méritent le meilleur et aussi une planète vivable.

Johanna GomeI

Johanna@lakidzerie.com

www.lakidzerie.com

- Propos recueillis en Novembre 2020 -

Retrouver toutes nos publications à l'adresse suivante : <http://cavokay-group.com/index.php/colibri-wp/publications/>

Christophe Autrive

christophe.autrive@cavokay-group.com

www.cavokay-group.com

+33 6 89 26 07 27

Cavokay

Equipe de talents constitués d'experts et de consultants en accompagnement des entreprises depuis la quête du sens jusqu'à la déclinaison opérationnelle.



Conception, réalisation et mise en page par Cavokay-Group.