



Acheter de nouveaux vêtements ou de nouveaux jouets à son bambin, ça peut revenir très cher. Surtout si l'on cherche du neuf. Pour réaliser des économies, de plus en plus de parents se tournent vers des articles d'occasion. C'est en devenant elle-même maman qu'Aïcha Lugin a eu l'idée de créer BBchoo, un site internet permettant de mettre en relation vendeurs et acheteurs. « C'est un peu comme le site videdressing.com, mais destiné spécialement aux enfants. » explique-t-elle.

Logée **au cœur de la pépinière éco-créative des Chartrons**, la startup créée par Aïcha en 2013 avec son mari Frédéric commence à prendre forme. Le site, lancé définitivement en janvier, rassemble déjà près de 20 000 personnes.

« J'ai toujours eu l'envie de monter mon entreprise. J'ai eu des expériences dans le web marketing et je me suis rendu compte qu'il manquait un outil sur ce créneau. Les mamans sont de plus en plus connectées et il leur fallait un site comme celui-là ».

Les avantages sont nombreux. D'un côté, les vendeurs peuvent se débarrasser d'articles dont

ils n'ont plus l'utilité et de l'autre, les parents peuvent acheter des produits à un prix très avantageux sur un site spécialisé et sécurisé.

Une affaire de parents

Du pyjama à la poussette en passant par le doudou, tout est à vendre sur BBchoo.com. Si les produits sont variés, les tarifs le sont également. 20 euros pour un lot de biberons, et presque 300 de plus pour une poussette.

« Ce sont les vendeurs qui fixent leurs prix. Mais pour les vêtements par exemple, il faut les vendre au moins deux fois moins cher que le prix du neuf. En moyenne, c'est même 30% du prix de base. Mais les vendeurs comme les acheteurs y trouvent leur compte, c'est une relation gagnant-gagnant » confirme Aïcha.

Sur chaque article vendu, 10% sont commissionnés par l'entreprise. Pour le reste, Aïcha et Frédéric concentrent leurs efforts sur le développement du site, en essayant **de créer des partenariats avec des blogs ou des grandes enseignes**

: « On intervient le moins possible dans les achats. Seulement lorsqu'il faut retirer un article ou signaler à un vendeur qu'il a du mal à se vendre. On sert uniquement de passerelle. » Après un mois et demi, une centaine de transactions ont déjà été effectuées sur BBchoo.com .

Avant la fin de l'année, les deux co-fondateurs aimeraient secrètement approcher la barre des 100 000 clients inscrits sur le site. « Mais si l'on arrive à 60 000 clients, ça nous ira très bien » s'amuse-t-ils. •

T. Baudenaille-Pessotto

www.bbchoo.com/

Photo : © TBP