

# Comment on a vendu notre startup en un an

---

**Bricool, le service de bricolage lancé par Candice Gasperini et Emilie Coudrat fin 2015 vient d'être racheté par son concurrent Enjo, une startup créée au sein de Veolia. Alors que les voyants étaient au vert, les deux fondatrices ont décidé d'un nouvel avenir pour leur société et expliquent leur choix.**

*[Lire le post Medium d'origine](#)*

Si tu espères trouver dans ce post les "10 conseils pour vendre ton business au bout d'un an"... passe ton chemin ;). Ici, point de top 10. Simplement les raisons qui nous ont convaincues de vendre notre entreprise au bout d'un an, malgré la croissance.

Jamais mieux servi que par soi-même, en septembre 2015 nous avons créé Bricool, le service qui allait nous permettre de venir à bout de nos petits bricolages sans avoir à y laisser nos deux mains gauches. Le principe ? Tu nous envoies une photo de tes travaux, nous te donnons un prix fixe en amont et t'envoyons l'un de nos "bricoleurs" de confiance.

Petite entreprise sur un secteur hyper-concurrentiel, nous avons souvent cherché à compenser nos manques de moyens par des idées. Alors pour rappel Bricool c'est aussi ça...



**Monbeaubricoleur**

J'aime la Page

Écrite par Candice Gasperini [?] · 4 décembre, 16:48

Tu ne sais pas bricoler et en plus tu n'as pas un physique facile ? Offre un de nos bricoleurs à ta copine !



**MonBeauBricoleur.com**

On a recruté les plus beaux hommes de Paris pour faire vos travaux. Plombier, électricien, menuiserie...

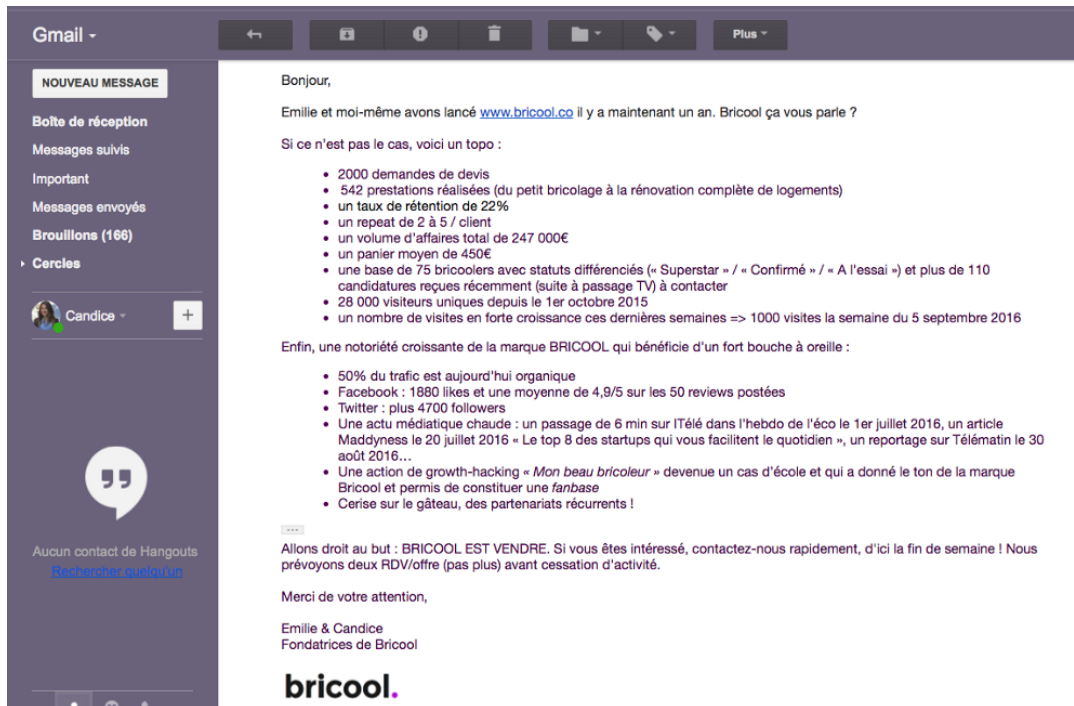
[WWW.MONBEAUBRICOLEUR.COM](http://WWW.MONBEAUBRICOLEUR.COM)

En savoir plus

Et très vite de nombreux phobiques du bricolage ont rejoint nos rangs. Pourtant, un an plus tard nous avons pris une décision radicale.

**“A SAISIR : BRICOOOL A VENDRE”**

Avec ce titre, sous la forme d'une annonce formatée LeBonCoin, pour une deadline plus que rapprochée... nous avons envoyé ce mail à tous nos concurrents en copie CC :



Cela aurait pu être une blague, du moins ce fut certainement leur ressenti. Il faut dire qu'à force d'en jouer, les "coups de com" décalés et à moindres coûts sont devenus notre marque de fabrique. Il était donc logique qu'à réception de ce mail saugrenu, nos compétiteurs aient le petit recul sceptique. "C'est encore une blague à la Bricool ?" dixit nos meilleurs ennemis d'HelloCasa Julien et Mathieu. De bonne guerre.

Le procédé peut au mieux paraître amateur, au pire très mauvais vendeur. Mais c'est ne pas savoir que cette brillante idée nous avait été soufflée par le Geoff Smart français de la négociation □

Plus que surprises, nous avons peu à peu commencé à recevoir de chaleureux retours et soutiens. Dépassant les frontières de la concurrence, le message avait soudainement pris des airs de championnat. Sur un secteur aussi difficile que le BTP, les entrepreneurs toujours en course félicitaient l'outsider que personne n'avait vu venir.

Bonjour Emilie et Candice,  
Cette annonce est une surprise pour nous. Bravo pour tout ce que vous avez accompli en 12 mois ! Je ne doute pas que vous aurez d'autres idées !  
Je sais que ce n'est pas la période, vous devez voir des personnes plus intéressées que nous mais si dans quelques semaines vous en avez envie, on serait heureux de vos inviter à déjeuner avec mon associé.

Bonjour Emilie & Candice,  
Oui, Bricool, ça nous parle ! On suit depuis le début de l'aventure et « chapeau bas » pour ce démarrage, votre stratégie de communication, le process, Facebook, les retours et metrics clients etc. Plein de trucs qui nous impressionnent.

Hello Emilie & Candice,  
Merci pour votre message. Oui, oui, Bricool, ça nous parle. bravo pour tout ce que vous avez fait, une belle réussite.

Mais dès lors, nous avons dû répondre à la question fatidique :

*“Pourquoi vendre alors que les metrics sont au vert et votre coût d'acquisition quasi nul ? ”*

Nous connaissons nos forces : le capital sympathie de notre marque, le problème général auquel nous répondons, notre service client aux petits oignons et surtout l'innovation dans la simplicité d'utilisation de notre service.

Mais nous avons surtout conscience de nos faiblesses, ce sont celles du secteur que nous attaquons. Depuis le début notre vision est de construire le meilleur bataillon de bricoleurs, leur fournir l'outil pro qui va changer leur quotidien et leur développer in fine une formation spéciale service client. Or l'humain est indubitablement le paramètre le plus difficile à gérer...

Top 3 des perles entendues lors de nos recrutements de bricoleurs :

- *“Tu crois vraiment que je vais changer des chiottes pour ce tarif là conna\*\*\*\* ?!”*
- *“Ok. Et sinon vous demandez aussi le casier judiciaire ?”*
- *“C'est ma conseillère d'insertion psychiatrique qui m'a conseillé de me lancer dans le bricolage !”*

Sans compter l'inclassable menace d'intimidation lors d'un litige

*“Je sais pas si tu sais GASPERINI mais je suis corse. Et dis-toi que si je suis encore en vie c'est parce que je ne laisse personne se foutre de ma gueule”.*

Pendant près d'un an, nous avons écumé des dizaines de viviers de potentiels couteaux suisses, parfois les plus improbables. Tandis que les demandes

clients affluaient, nous étions sans cesse en déficit de supermen. Il fallait nous rendre à l'évidence, notre ruche grandissait moins vite que la demande...

*“Mais pourquoi ne pas lever et grandir dans ce cas ?”*

Avec Emilie nous avons construit Bricool sans un sou, à partir de notre seule force de travail. Notre unique capital de départ : les feedbacks acérés mais toujours pertinents de celui qui nous a mis le pied à l'étrier.

Oussama : “Ok ça fait 2 mois que tu codes mais clairement t'es pas dev donc tu me fous tout ton code à la poubelle et dans une semaine t'as lancé ton business !!”.

Chiche...

Chaque centime investi provient de nos bénéfices (raison pour laquelle nous décidons dès le départ de ne pas en allouer à l'acquisition, on n'est jamais aussi créatif que lorsqu'on n'a pas d'argent).

Nos résultats nous permettent de nous lancer dans une première levée, nous avons été approchées et commençons les discussions avec des fonds. Mais même conséquente nous savons que cette levée sera toujours insuffisante pour amorcer les réelles avancées que nous souhaitons, les problèmes se reposeront très vite. Après un an à étudier la question sous tous ses angles, il nous apparaît que la seule solution pour disrupter un domaine aussi compliqué que le BTP, est d'en devenir l'un des acteurs les plus puissants. Or il nous manque la force de frappe nécessaire pour avoir un réel impact sur le marché.

On aurait tôt fait de penser que la décision de vendre Bricool n'était pas très “couillue” et pourtant il nous les aura fallu bien accrochées pour accepter de perdre ce que nous avons mis tant d'énergie à construire. Mais loin d'avoir l'âme kamikaze Filloniste, nous sommes toutes deux convaincues que gérer son entreprise nécessite d'être réaliste au moment opportun.

Grâce à ce mail de vente nous avons eu l'opportunité de rencontrer la majeure partie de nos compétiteurs, d'échanger à coeurs ouverts, de partager nos visions comme nos difficultés. Et nous avons eu confirmation, aucun acteur n'échappe à la problématique. Peut-être n'est-ce pas uniquement celle du secteur mais plutôt de ce type de marketplaces en règle générale...

Certains nous ont proposé de racheter la richesse de Bricool, nos “bricoolers”, et nous avons à coeur de replacer les meilleurs éléments qui nous avaient tant de fois rendu si fières de notre service. Mais nous souhaitons plus pour notre marque.

*Parmi les propositions de rachat complet nous avons eu la chance de trouver le “perfect match”*

Enjo, c'est l'application de dépannage anti-arnaque. Son fondateur Taïsei Miura aime à rappeler que ce nom signifie assistance en japonais, tout un symbole quand on connaît le niveau de qualité de service au pays du soleil levant...

Enjo c'est également le prétendant avec lequel nous partageons la vision et le plus de valeurs : un service honnête, disruptif, aux prix fixes et transparents, attaché comme nous le sommes à la satisfaction client. Et surtout c'est celui qui souhaite faire grandir Bricool et ses "bricoleurs". Aux côtés de son grand frère Enjo du dépannage, Bricool va d'ici peu prendre un nouveau souffle. Comme nous avons commencé à le faire, c'est-à-dire plus tourné que jamais vers la communauté... Une nouvelle aventure commence pour Bricool donc. A suivre ☐

---

Article écrit par ANAIS RICHARDIN