Naboo, le « AirbnB » des managers, lève 7,5 millions d’euros

Fondée il y a seulement deux ans, la marketplace Naboo annonce ce matin sa seconde levée de fonds auprès d'ISAI, Kima, Better Angle, Cap Horn et Maif Avenir. La plateforme de réservation de séminaires d’entreprise va investir dans l’IA et lancer deux nouvelles offres.

Temps de lecture : minute

---

2 février 2024

Déjà plus de cinquante collaborateurs aujourd’hui chez Naboo, dont une vingtaine de « techs ». Avec la levée de fonds annoncée le 5 février, l’équipe ne devrait pas bouger beaucoup. *« Cet argent ne vient pas soutenir une politique de recrutement. Les équipes sont solides. L’idée est maintenant de développer de nouvelles briques d’IA »*, explique Maxime Eduardo, cofondateur.

Et en effet, pour tenir leurs promesses, les quatre fondateurs de Naboo, qui se targue d’avoir séduit 500 clients dont Chanel, Google ou Carrefour, ont besoin de plus d’intelligence artificielle. *« Nous recevons entre deux et trois millions d’euros de demandes par semaine, nous n’arrivons plus à suivre. L’IA va devenir une brique majeure du produit, nos commerciaux la teste déjà en interne. »*

Naboo a pivoté rapidement après la crise

Covid

« Partez en séjour, revenez en équipe » : sur le site, le slogan annonce la couleur. Naboo, qui réalise près de 18 millions d'euros de volume d'affaires annualisé, est là pour aider l'entreprise à fédérer ses collaborateurs. L'acheteur-type n'est pas le DRH, mais plutôt le manager qui organise lui-même, en quelques clics, un séjour au vert ou à la mer pour les 10 ou 15 membres de son équipe.

Naboo permet, *« pour la première fois »*, de réserver un séminaire complet en un clic : un domaine avec le nombre de chambres suffisant, mais aussi les transports, la restauration et les activités à mener sur place. Avec 2.500 lieux et 500 partenaires, la startup s'est particulièrement spécialisée sur les séminaires « sobres », avec des propositions à moins de deux heures des grandes métropoles.

L'équipe a su faire pivoter très vite son positionnement initial, qui s'adressait plutôt aux collaborateurs désireux de changer d'horizon et d'aller télétravailler quelques jours loin de leur appartement.

En l'espace de quelques mois, l'offre a été retaillée pour s'adresser à l'équipe complète. *« Post-Covid, on voit que l'équipe est devenue la maille centrale de l'entreprise. Et plus question de partir à Marrakech,* reprend Maxime Eduardo. *Nos clients préfèrent des voyages à proximité de leur lieu de travail, sans surenchère. »*

La startup va se lancer sur le marché des soirées d'entreprise et team building

Autre objectif de Maxime Eduardo et ses associés : valoriser la transparence. *« Notre clef de voûte, c'est la confiance qu'on nous porte. Il ne faut pas que le client aie peur de sur-payer son séminaire. Chez nous, aucun tarif d'aucun partenaire n'est donc plus cher que si le client*

réservait en direct. Au contraire, il s'agit souvent de tarifs négociés. C'est notre valeur ajoutée, face au marché des agences, souvent opaque. »

Naboo a déjà commencé à élargir son offre, en lançant la « journée au vert » tout récemment : *« Vous partez 9h de chez vous, vous prenez le RER et vous êtes à la campagne 45 min plus tard. »* La plateforme s'apprête à présenter deux nouveaux formats : les soirées d'entreprise et activités de team-building, y compris en ville. Elle prévoit également de s'étendre en Europe, et vise déjà Londres en 2025.

À lire aussi
Comment l'innovation aide à redynamiser le tissu économique local et régional

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Florence Boulenger