

AnyBuddy, une app pour jouer au tennis où vous voulez, quand vous voulez

Martial Guermonprez, CEO de AnyBuddy, répond aujourd'hui à nos questions à propos de son application mobile qui permet de réserver et payer un terrain de tennis en temps réel, sans être membre ou licencié.

Comment l'idée vous est-elle venue ?
Quelle problématique souhaitiez-vous résoudre ?

Le constat c'est qu'une fois rentré dans la vie active, la pratique sportive classique (entraînement, licence, match) est très compliquée. Les habitudes de consommation changent et le sport se pratique de plus en plus à la carte d'où l'apparition de nouveaux sports, le foot en salle, le padel, le basket en salle, fitness...

Nous avons tout simplement inventé le tennis à la carte. Cela peut paraître étrange, mais ce concept n'existait pas. Si on est pas membre ou licencié d'un club, l'accès à des courts de qualité est extrêmement compliqué.

Présentez-nous votre solution

Anybuddy est une application mobile qui permet de réserver et payer son terrain de tennis en temps réel, sans être membre ou licencié. Nous mettons en relation des sportifs et des salles de sport. Nous venons de dupliquer le model sur le padel. Le service Anybuddy est disponible à Lille et à Paris depuis Juin.



Quel est votre business model ?

Nous prenons une commission sur la réservation. Le prix sur l'application sera toujours le plus bas pour le joueur. Nous arrivons même à pratiquer des prix encore moins cher via l'application pour certains clubs.

Qui sont vos concurrents ?

Dans le Fitness, tout le monde connaît Gymlib qui a réussi à créer un business BtoB vraiment inspirant. Il y a également Krank sur le football, et sur les sports de raquettes, il faut aller en Espagne (Playtomic) ou en Allemagne (Eversports) pour voir de très belles réussites.

Racontez-nous votre votre plus grosse galère ? Et votre plus jolie réussite ?

Dans la rubrique galère, on en a eu énormément. Mais s'il en fallait en ressortir une, c'est la décision de pivoter notre concept. Initialement Anybuddy était un whatsapp du sport, orienté communauté. Le choix de devenir une marketplace aura été une très bonne décision.

Dans la rubrique « réussite », pour le lancement de notre service, avec peu de moyen, nous avons réussi à créer un sacré buzz. Nous avons (vraiment bien) caché dans Lille huit balles de tennis. Chaque balle comptait deux places pour aller voir Roland Garros.

Huit bloggeurs avaient la primeur de l'info d'une balle, et avons réussi à toucher 600 000 personnes sur les réseaux sociaux. Les balles ont été trouvées suite à cette incroyable chasse au trésor toute une journée ou certains ont marché 13 kilomètres pour trouver une balle...

Prévoyez-vous de lever des fonds ?

Nous prévoyons effectivement de lever des fonds. Nous avons réussi à prouver le concept sur un bel échantillon. Pour dupliquer le concept sur les autres villes, nous prévoyons de lever 600 000 euros d'ici la fin de l'année.

Article écrit par ANTOINE GRIMAL