

L'entreprise Helvetica Media SA est déjà à l'origine de babybook.ch, une plateforme romande dédiée à la petite enfance. Sise à Carouge, cette société complète aujourd'hui son offre et lance un nouveau site de rencontre destiné aux personnes seules avec des enfants et habitant en Suisse. Parentsolo.ch vise ainsi un marché de niche pour se démarquer de la concurrence.

Une entreprise genevoise choisit la Saint-Valentin pour lancer un nouveau site de rencontre

Le choix de cette date ne doit rien au hasard, évidemment. Le 14 février, à l'occasion de la fête des amoureux, l'entreprise carougeoise Helvetica Media SA lancera parentsolo.ch, un nouveau site de rencontres destiné aux personnes seules avec des enfants et habitant en Suisse.

Ce site complètera l'offre de babybook.ch, première réalisa-

tion de Helvetica Media SA, qui couple un magazine semestriel de haut de gamme et un site internet interactif. Plus globalement, l'entreprise carougeoise, qui compte sept collaborateurs salariés et emploie deux personnes indépendantes, est active dans la conceptualisation de revues, de sites Web et d'événements.

tion de Helvetica Media SA, qui couple un magazine semestriel de haut de gamme et un site internet interactif. Plus globalement, l'entreprise carougeoise, qui compte sept collaborateurs salariés et emploie deux personnes indépendantes, est active dans la conceptualisation de revues, de sites Web et d'événements.

«Parentsolo.ch est le premier site de rencontres réservé aux

familles monoparentales helvétiques. Il y a actuellement quelque 170 000 parents célibataires en Suisse, un chiffre qui augmente chaque année. Pour ces personnes, il est difficile de trouver l'âme sœur. Le manque de temps, le travail, la vie de famille... les obstacles sont nombreux. Nous proposons donc un service sur mesure, de qualité et sécurisé. Par exemple,

de contrôler, en cas de doute, ses motivations», explique Richard Blat, fondateur d'Helvetica Media SA.

La sécurité avant tout

Cette sécurité et cette convivialité souhaitées se traduisent également par la possibilité de mettre en ligne les photos de ses enfants, en ayant la possibilité de les divulguer à tous ou de les montrer seulement à la personne de son choix.

«Notre objectif n'est pas d'être quantitatif, mais qualitatif.» Combien coûte cette qualité? «Le but est de présenter une offre à bon prix, soit dix francs par mois, un tarif qui me paraît raisonnable dans le contexte économique actuel.»

Ce tarif permet-il pour autant de rentabiliser l'investissement initial? Helvetica Media SA n'envisage pas son modèle économique en ces termes. «Parentsolo.ch doit d'abord être une valeur ajoutée à babybook.ch. Nous partons toutefois du principe qu'un paiement, même minime, permet d'augmenter la qualité de notre offre et de limiter les mauvaises surprises», souligne Richard Blat.

L'équilibre financier sera finalement atteint grâce à un trafic substantiel et une notoriété grandissante, qui auront des retombées positives sur babybook.ch, la plateforme-mère (partie commerciale du site: publicités, ventes chez des entreprises partenaires).

Dans un futur proche, Helvetica Media SA souhaite aussi organiser un Salon de la petite enfance et des jeunes parents.

■ Grégory Tesnier

