

Black Friday : 3 startups qui prennent le contrepied de l'hyperconsommation

Alors que de nombreuses marques cassent leurs prix à l'occasion du «Black Friday», certaines entreprises, dont des startups, plaident pour une consommation plus responsable. Focus sur trois d'entre elles qui participent à l'opération «Share Friday».

Temps de lecture : minute

29 novembre 2024

Ce vendredi 29 novembre, c'est le «Black Friday» ! Importée des États-Unis, cette journée de méga-promotions est conçue pour inciter les consommateurs à se lâcher en vue des fêtes d'année. Cependant, cette opération marketing de grande ampleur contribue à des achats forcément nécessaires qui font chauffer violemment la machine logistique mondiale et le gaspillage, contribuant ainsi à polluer une planète qui n'en a vraiment pas besoin à l'heure actuelle.

Dans ce contexte, 20 startups de l'économie circulaire française se sont alliées dans d'une opération baptisée «Share Friday». Le but : montrer que nous pouvons *«consommer autrement»* en proposant des réductions sur des services qui préservent la planète. *«En adoptant ces habitudes, vous participez à construire un monde où partager les ressources devient la norme. Rejoignez dès maintenant le mouvement et soyez l'avant-garde d'une consommation plus humaine et durable»*, affirment les jeunes pousses participantes.

Focus sur trois startups tricolores qui participaient à cette initiative pour prouver qu'il est possible de mieux consommer sans se ruiner.

900.care, la marque qui veut réinventer la cosmétique

Née sous l'impulsion d'Aymeric Grange et Thomas Arnaudo, la startup française 900.care a vu le jour en 2020 en partant du constat que les gels douche, shampoings ou lessive classiques contiennent tous 90 % d'eau. Par conséquent, Aymeric Grange et son équipe se sont mis en tête de commercialiser sous forme d'abonnement des produits rechargeables (gels douche, shampoings, dentifrice, déodorant, lessive, liquide vaisselle...), en se concentrant uniquement sur les 10 % du produit actif nécessaire à leur usage.

Avec son approche, la jeune marque de cosmétiques revendique actuellement 230 000 abonnements actifs dans l'Hexagone et assure avoir évité le gaspillage d'un million de litres d'eau et de 4 millions de déchets plastiques. Elle indique avoir réalisé un chiffre d'affaires de plus de 10 millions d'euros en 2023 et vise la rentabilité d'ici la fin de l'année 2024, mais la société veut voir plus grand rapidement. Et pour cause, 900.care espère franchir le cap des 100 millions d'euros de revenus d'ici trois ans. Dans ce cadre, l'entreprise veut accélérer son expansion en Europe, objectif pour lequel elle a levé 21 millions d'euros en début d'année.

Bene Bono, spécialiste des courses bio anti-gaspi

Aujourd'hui, le gaspillage alimentaire est un fléau qui représente un coût annuel de 16 milliards d'euros et 10 millions de tonnes de produits par an jetées à la poubelle chaque année rien qu'en France. Pour changer la donne, la foodtech Bene Bono a vu le jour au printemps 2020 pour racheter, auprès d'un réseau de 350 producteurs bio et de 150 fabricants, des produits, notamment des fruits et les légumes, qui seraient refusés

par les circuits classiques de distribution, pour des raisons esthétiques ou logistiques, et ainsi les proposer directement aux consommateurs pour leur donner une seconde chance.

Selon la startup, son approche lui a permis d'attirer 30 000 clients actifs en 2023, contre 10 000 un an plus tôt. Il faut dire qu'en période de forte inflation qui asphyxie le pouvoir d'achat des Français, cette solution suscite logiquement de l'intérêt. La société affirme que son service a permis à ses clients d'économiser 200 euros en moyenne sur l'année. Pas négligeable alors que les fêtes de fin d'année se profilent à l'horizon. L'entreprise a levé 10 millions d'euros en mars dernier pour se tester à l'international.

Geev, pour associer consommation responsable et économies

Plutôt que de jeter les objets qui prennent la poussière dans vos placards, autant permettre à d'autres personnes de les récupérer. C'est l'approche de Geev qui veut faciliter le don d'objets entre particuliers. Depuis sa création en 2016, près de 28 millions de dons d'objets et de produits alimentaires ont été réalisés par 5,6 millions d'utilisateurs, toujours au plus près de chez eux.

En début d'année, la société bordelaise a levé 4,5 millions d'euros pour s'ouvrir aux professionnels du retail afin de leur permettre de donner ou de vendre des produits à prix réduits. Après avoir expérimenté le concept auprès d'une vingtaine d'entreprises de sa Gironde d'origine, la startup noue des partenariats avec des acteurs majeurs du secteur de la distribution. La levée permettra de recruter 10 à 15 personnes d'ici 24 mois pour renforcer cet axe de développement.



À lire aussi

Green Friday : véritable moteur de changement ou simple plan marketing ?



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Maxence Fabrion