Le pressing à domicile se déploie partout en France

Si le marché du pressing décélère, celui de la livraison ne cesse de croître et profite aux plateformes de collecte et de lavage de vêtements. Un secteur sur lequel les startups sont nombreuses et ont, parfois, de grandes ambitions.

Temps de lecture : minute

4 avril 2023

" *Le marché du pressing est en perte de vitesse, les points de collecte physiques disparaissent peu à peu. Ce qui profite aux plateformes de collecte et de lavage de vêtements* ", contextualise Alexis LePetit, fondateur de la plateforme My Little Pressing. Si les consommateurs se déplacent moins, ils ont, en effet, toujours besoin de faire nettoyer leurs vêtements. En France, le marché est estimé à 800.000 millions d'euros par an et à près de 26 milliards d'euros en Europe.

Se positionner sur le marché de la blanchisserie industrielle

Dans le même temps, les habitudes de consommation évoluent, et l'engouement pour les plateformes de collecte et de livraison ne cesse de croître. Un contexte qui profite donc aux startups proposant aux particuliers de récupérer leurs vêtements à domicile et de leur livrer une fois lavés. Dans ce secteur, la concurrence s'est d'ailleurs accrue ces dernières années. D'autant que les marges sont faibles et que le volume doit être important pour atteindre l'équilibre. " *Nous sommes dans un business model de récurrence. Il faut fidéliser les clients pour réussir* ", indique Alexis LePetit, le dirigeant de My little pressing. Si certains

acteurs ont disparu du marché, d'autres sont bien implantés, comme Lavoir Moderne, Wast, WashR, Hublo ou My little pressing. Des startups avec parfois de fortes ambitions.

Après avoir levé 3 millions d'euros en 2018, Lavoir Moderne réunissait par exemple 5 millions d'euros l'année suivante pour ouvrir une blanchisserie industrielle et monter en puissance. Cette année, c'est My little pressing qui annonce sa première levée de fonds de 685.000 euros auprès de plusieurs business angels lyonnais, de BPI France, du Crédit Agricole et du Crédit Mutuel. Pour se faire une place sur le marché, la startup née en 2019 se positionne également sur le marché de la blanchisserie industrielle, en plus des particuliers. " *Nous récupérons les petits volumes qui n'intéressent pas les grandes sociétés, et le marché est gigantesque* ", souligne Alexis LePetit, le dirigeant, qui précise que ses concurrents s'adressent surtout aux particuliers.

De 340.000 euros en 2022 à 10 millions dès 2025

Pour accélérer sur ses deux marchés, My little pressing mise notamment sur la technologie. " *Nous voulons optimiser nos tournées grâce à du machine learning. La technologie devrait nous permettre également d'augmenter le panier moyen, de moins dépenser en coût logistique et ainsi d'augmenter les marges* ", précise Alexis LePetit. En parallèle, cette levée de fonds devrait permettre à la société de 10 salariés, présente à Lyon et Annecy, de se déployer dans d'autres villes, en France mais aussi à l'international. " *Notre implantation dans de nouvelles villes ainsi que le développement de notre technologie iront de paire, l'un n'ira pas sans l'autre* ", estime le dirigeant qui cible déjà une ouverture à Genève en 2024 puis une autre à Bruxelles. " *Nous regardons les grandes métropoles européennes qui ont les mêmes habitudes de consommation que les Français* ", poursuit-il.

Grâce à ses ambitions, My little pressing envisage de doubler ses effectifs dans l’année et de grignoter des parts de marchés pour faire passer progressivement son chiffre d’affaire de 340.000 euros en 2022 à près de 10 millions dès 2025.

À lire aussi
Avec CampX Lyon, Renault Trucks fabrique ses futurs partenariats

---

Article écrit par Jeromine Doux