

Lucie Basch investit dans Waro pour agir sur l'impact environnemental des vêtements

EXCLU - Waro a développé un outil pour rendre plus transparent l'impact environnemental des produits d'habillement et d'ameublement. A l'occasion de sa première levée de fonds, la startup à impact a réuni un million d'euros auprès d'une dizaine de business angels dont Lucie Basch, la fondatrice de Too Good To Go France.

Temps de lecture : minute

16 octobre 2023

Waro boucle son premier tour de table avec une levée d'un million d'euros réalisée auprès de business angels comme Lucie Basch de Too Good To Go, Clément Alteresco de Morning ou encore Jean Despax à l'origine de Movinmotion. « *Nous avons réuni une dizaine d'investisseurs qui, je crois, ont été embarqués par l'honnêteté de la démarche et le fait que la transparence sur l'impact environnemental des produits s'inscrive comme un critère de choix pour le consommateur. C'est un groupe cohérent, aligné sur notre vision et nos valeurs* », se réjouit Paul Cappuccio, l'un des quatre cofondateurs de Waro.

Fondée en 2021, la startup accompagne les entreprises de la mode et de l'ameublement en collectant des données sur leurs produits pour mesurer et agir sur leur impact environnemental. Avec cette levée, la jeune pousse prévoit de doubler ses effectifs d'ici douze mois, pour atteindre une vingtaine de collaborateurs au total, afin de renforcer son déploiement sur le marché français et accélérer sa commercialisation. « *Avec la complémentarité de nos investisseurs et du pool de business*

angels, chacun a quelque chose pour faire grandir et avancer Waro et anticiper les prochaines étapes. »

Waro anticipe la future réglementation

Dès 2025, les acteurs du secteur de la mode et de l'habillement, tout comme ceux de l'alimentaire, devront répondre à une réglementation impliquant un affichage environnemental. En 2026, les professionnels de l'ameublement seront concernés à leur tour. « Il s'agit d'apporter la transparence attendue par le client et cela devient un critère décisif d'achat. À la façon du Nutri Score sur lequel une valeur E encourage moins à l'achat, notre indicateur devient un levier. Nous devenons un outil de mise en conformité réglementaire. »

A travers 15 critères allant de la pollution de l'eau à la biodiversité en passant par l'utilisation des sols ou la toxicité, Waro porte l'ambition d'aller plus loin que la simple dimension réglementaire en travaillant sur la réduction de l'impact ou sur de l'écoconception. « La traçabilité du produit et de sa chaîne de valeur sont traduites en données compréhensibles par l'acheteur. »

Tediber ou Maison du Monde ont été séduits par Waro

Maison du monde a récemment rejoint le portefeuille client de Waro qui comptait déjà la Camif, Tediber, Bureau Vallée Emma ou encore Grain de Malice et Bexley. « *Ce sujet réglementaire est un vrai déclencheur d'achat mais il y a un besoin d'aller plus loin pour comprendre comment réduire son impact. Waro se positionne comme une solution pour enclencher la transformation et piloter non seulement le critère économique mais aussi la dimension environnementale avec des résultats précis et chiffrés.* » Espérant conquérir le marché français, Waro rêve à

plus long terme de s'implanter en Europe.



À lire aussi

Impact+ lève 2 millions d'euros pour réduire l'impact environnemental des publicités digitales



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

