

Les t-shirts anti-noyade de Floatee veulent traverser l'Atlantique

Commercialisés depuis 2023 en France, les t-shirts anti UV et anti-noyade de la startup s'exportent déjà. 20 % d'entre eux sont vendus en Europe et Floatee vient de lever 2 millions d'euros pour s'implanter aux US et au Brésil.

Temps de lecture : minute

26 août 2024

« 80 % des noyades surviennent quand les enfants jouent au bord de la mer ou d'une piscine. Et quand ils n'ont pas de brassards ou de gilet de natation. D'autant que la plupart du temps, ils tombent la tête la première dans l'eau et ces équipements ne sont pas conçus pour les retourner. » C'est le constat qu'ont dressé Philippe Rouvier et Thibaut Choulet, dès 2014, en école d'ingénieurs. Mais ce n'est que sept ans après que les deux entrepreneurs ont mis au point un t-shirt anti-noyade et créé leur société Floatee. *« J'ai assisté à la noyade d'une petite fille sur une plage du sud de la France et ça a été le déclic »,* confie Philippe Rouvier.

En 2021, les deux amis ont donc lancé un t-shirt anti UV, qui se gonfle au contact de l'eau et garantit une flottaison sur le dos. Une innovation, qui a demandé la même certification que les gilets de sauvetage pour être commercialisée. *« Nous avons réalisé plus d'une centaine de tests, 50 prototypes, et mis un an et demi à développer le produit »,* précise Philippe Rouvier, qui a pu lancer son t-shirt sur le marché début 2023.

Une médaille d'or au concours Lépine

« Très vite, notre produit a connu un fort engouement », assure-t-il.

Notamment grâce à sa médaille d'or au concours Lépine mais également à son prix de l'innovation au salon Made in France. « Grâce à cela, nous avons atteint la rentabilité dès la première année », souligne le dirigeant, qui a réalisé 800 000 euros de chiffre d'affaires en 2023. Le t-shirt est désormais commercialisé dans des magasins pour enfants comme Bébé neuf ou Vertbaudet, mais aussi chez des piscinistes, et depuis peu dans 50 magasins Monoprix. « En un an et demi, nous sommes passés de 3 à 12 salariés et nous devrions être 15 d'ici la fin de l'année », se satisfait le dirigeant.

En 2023, Floatee avait réuni 450 000 euros pour financer sa commercialisation et la société vient de finaliser une seconde levée de fonds, en juillet 2024, de 2 millions d'euros (auprès de Business Angels (pour 1,3M€) et du Blast club (790k€)). « Nous avons recensé plus de 800 demandes à travers le monde que nous n'avons pas encore pu honorer. L'objectif de ce nouveau tour de table est de financer notre croissance à l'international. »

20 % du chiffre d'affaires à l'étranger

La société, déjà présente en Allemagne, en Suisse, en Belgique et en Espagne, réalise aujourd'hui 20 % de son chiffre d'affaires à l'étranger. Mais son ambition est, à terme, que la moitié de ses revenus proviennent de l'international « pour ne pas être trop dépendant du marché français. »

Pour ce faire, Floatee prévoit, dès l'année prochaine de s'implanter aux Etats-Unis. « C'est le plus grand marché du monde, avec 10 millions de piscines contre 3 millions en France », précise Philippe Rouvier. Seul problème : une autre certification est nécessaire pour être commercialisés sur place. « Nous espérons l'obtenir avant le mois d'avril

prochain», précise le dirigeant. Pour la startup, l'étape suivante est de cibler le Brésil, troisième plus gros marché en nombre de piscines au monde. « *Notre ambition est aussi de lisser notre stock sur l'année, et donc de s'implanter dans l'hémisphère sud pour ne pas avoir une activité trop saisonnière.* »

Et pour étendre sa cible, Floatee a lancé deux produits à destination des adultes. Un t-shirt qui se gonfle automatiquement au contact de l'eau, et un autre, manuellement. « *On cible toutes les personnes qui ont des activités nautiques : le surf, le snorkelling mais aussi la pêche ou la voile* »



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS