

Pili lève 3,6 millions d'euros pour accélérer dans la production de colorants biotechnologiques

La startup créée par Jérémie Blache fabrique des colorants et des pigments biosourcés qui ont vocation à réduire l'impact environnemental de l'industrie textile tout en permettant à ses clients de rester performants et compétitifs.

L'industrie textile est l'une des plus polluantes du monde. Dans le même temps, la production annuelle de colorants dédiés à ce secteur représente un marché annuel de huit milliards d'euros. Il n'en fallait pas plus pour décider Jérémie Blache à créer Pili, la startup qui produit des colorants et des pigments bio-sourcés.

L'avènement de la production en série a poussé les industriels du 19ème siècle à remplacer les pigments naturels utilisés depuis toujours par des produits pétro-sourcés plus performants. Problème : ils sont également beaucoup plus nocifs pour la planète. En développant une solution de fermentation microbienne de ses colorants, Pili permet d'allier performance, bas coûts et empreinte écologique faible. Les procédés de fermentation et de chimie verte développés depuis 2015 par la jeune pousse ont en effet vocation à réduire

drastiquement l'impact environnemental du textile en réduisant l'utilisation d'eau et d'énergie, en éliminant les produits chimiques toxiques et les ressources fossiles trop souvent utilisées dans la production actuelle de colorants.

Une deuxième levée de 3,6 millions d'euros

Afin d'accélérer le développement de son portefeuille de produits, la jeune pousse, créée au cœur du laboratoire de recherche collaboratif [La Paillasse](#) et qui salarie aujourd'hui 15 personnes, vient de boucler une levée de fonds de 3,6 millions d'euros auprès d'[Elaiä](#), de SOSV, d'investisseurs privés, de business angels et de [BPI France](#). Il y a pratiquement un an jour pour jour, Pili clôturait sa première levée d'un montant de 2,5 millions d'euros.

Bien que l'industrie textile soit au cœur du développement de la startup, cette levée de fonds devrait lui permettre d'aller attaquer d'autres marchés comme le plastique, les revêtements ou encore les encres. À l'heure où le développement durable s'affirme de plus en plus dans la stratégie et les préoccupations des entreprises, la solution de Pili devrait intéresser de nombreux prospects.