

Lizee lève 1 million d'euros pour permettre aux retailers de se mettre à l'économie circulaire

La solution développée par Lizee permet aux marques de proposer leurs produits à la location plutôt qu'à l'achat. Et rentabilise ainsi des stocks difficiles à écouler.

Temps de lecture : minute

23 avril 2020

Non, l'économie circulaire n'est pas l'apanage du *peer-to-peer* ! C'est ce que démontre Lizee, qui vient de boucler une levée de fonds d'un million d'euros auprès de Speedinvest, Alante Capital, Fashion For Good et Volta Circle. La startup a imaginé une solution logicielle et logistique en marque blanche permettant aux revendeurs de proposer leurs produits en location plutôt qu'à la vente. Une pratique bien connue des consommateurs et consommatrices, qui ont vu ces dernières années se multiplier des solutions dédiées et souvent thématiques, à l'instar du Closet. C'était d'ailleurs le concept initialement développé par Anna Balez, cofondatrice de Lizee, qui avait auparavant imaginé une solution de location de vêtements pour enfants et femmes enceintes. Mais face à la complexité et au coût de l'acquisition clients en B2C, elle s'est associée à Tanguy Frécon pour investir le créneau moins prisé du B2B.

La location de produits présente en effet plusieurs avantages pour les marques. "C'est un moyen de convaincre de nouveaux consommateurs, notamment les millenials pour qui la propriété n'est plus un impératif mais aussi d'écouler les stocks plutôt que de les brader ou les brûler, comme cela se fait encore dans le luxe", liste Tanguy Frécon, qui se réjouit que la location "crée une valeur nouvelle". En effet, la location permet de "rentabiliser la production", notamment pour des produits qui ont une forte saisonnalité - accessoires de sports d'extérieur, par exemple - ou un rapport coût/fréquence d'usage très élevé - comme des robes de gala.

Devenir une marque 100% technologique

Les marques ont donc tout intérêt à investir ce nouveau créneau. Sauf que "la plupart d'entre elles ne sont technologiquement pas équipées pour faire de la location", note le cofondateur de Lizee. Disponibilité des produits, gestion des retours, remise à neuf du matériel... Autant de contraintes aujourd'hui gérées par Lizee et son logiciel de gestion de la location (ou *rental management software*, RMS). "Nous disposons à la fois d'un actif technologique et d'un actif logistique, avec un entrepôt qui nous permet de prendre en charge tous les process logistiques liés aux locations de nos clients." Lancée il y a moins d'un an, la solution a déjà convaincu une dizaine d'entreprises, dont Decathlon, qui peut ainsi mettre en location du matériel de randonnée et prévoit de diversifier rapidement son offre.

Néanmoins c'est bien sur le logiciel que Lizee veut concentrer sa valeur ajoutée à l'avenir. L'un des objectifs de la levée est justement de rendre le logiciel disponible en SaaS pour les clients qui disposent d'un réseau logistique suffisant pour assurer en interne cette partie du service. La startup mise ainsi sur un dispositif en deux temps : les marques intéressées pourraient d'abord profiter de l'entrepôt de Lizee pour tester la solution et la mettre en oeuvre le plus rapidement possible et ensuite récupérer la partie logistique lorsque le système est déployé à grande échelle. *"De cette manière-là, nous nous concentrerons sur la récolte des données et la gestion des algorithmes afin d'optimiser les locations, tandis que le client se focalisera sur le marketing et l'acquisition clients"* , précise Tanguy Frécon.

Le levée de fonds tombe à pic pour Lizee, qui entrevoit de nouveaux usages se dessiner avec la crise. *"Les marques auront beaucoup de stocks à écouler après le confinement et la récession impliquera une baisse du pouvoir d'achat qui encouragera les consommateurs à utiliser à la demande plutôt que d'acheter."* C'est pourquoi la société a tenu à mixer les expertises parmi ses investisseurs : tandis que Fashion for Good, Volta Circle et Alante Capital ont un ADN "impact", Speedinvest est connu pour son accompagnement de startups spécialistes du SaaS. Il ne reste donc plus à Lizee qu'à transformer l'essai !

Article écrit par Geraldine Russell