

Fairly Made lève 5 millions d'euros pour mesurer l'impact environnemental de l'industrie textile

La pollution de l'industrie textile est au coeur des préoccupations politiques mais aussi des consommateurs, qui souhaiteraient y voir plus clair quant à la composition des produits qu'ils portent au quotidien. Les marques se doivent d'être de plus en plus responsables et transparentes sur leur impact environnemental et social. Fairly Made, avec son offre de traçage du textile, œuvre dans ce sens.

Temps de lecture : minute

11 octobre 2022

De nombreux moyens sont mis en place, tant par le gouvernement français, avec [la loi Agec](#) anti-gaspillage visant une industrie française plus responsable, (et ce même pour la mode) , que par les marques elles-mêmes, comme l'initiative prise par le [Fashion Pact](#), une chaire fondée en 2019 et portée par François Henri Pinault et Emmanuel Macron, approuvée par de nombreux signataires et visant à rendre la mode plus responsable.

Fairly Made, une entreprise à mission

Fondée en 2018 par Laure Betsch et Camille Le Gal et installée à [La Caserne](#), dans le Xème arrondissement de Paris, la startup [Fairly Made](#) fait figure de pionnière dans le domaine. Bien avant tout cet engouement et les obligations autour de la mode responsable, ses fondatrices

sentaient déjà l'urgence climatique autour du textile.

Alors qu'à la création de la startup les questions environnementales émergeaient seulement, les deux fondatrices ont essayé de changer les mentalités au début, en proposant à leur lancement des collections capsules plus responsables aux marques par exemple.

Une levée de 5 millions d'euros qui tombe à pic

A partir du 1er janvier 2023, les marques réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros auront l'obligation légale de partager des informations sur leur chaîne d'approvisionnement, la présence de matériaux dangereux ou au contraire de matériaux recyclés, et des informations sur le recyclage en fin de vie du produit.

L'offre de Fairly Made n'a donc jamais été d'autant d'actualité puisque la startup accompagne les marques vers une transparence totale de la chaîne de valeur, afin d'évaluer chacun de leurs produits sur ces critères: environnement, responsabilité sociale, traçabilité, durabilité et fin de vie (recyclage).

Après un diagnostic complet auprès des fournisseurs, la startup propose un bilan, accessible aux consommateurs via un QR code ou une étiquette lisible, adossée au vêtement concerné.

Le tour de table a été mené par le fonds ETF Partners, qui investit dans la durabilité notamment et Le Fonds by French Founders. Les 5 millions d'euros levés devront permettre de renforcer les équipes et de déployer la solution sur de nouveaux marchés, " *notamment aux États-Unis où les réglementations évoluent* " mais aussi en Italie où " *il y a une place de leader européen à construire* ", déclarait Laure Betsch au media [FashionNetwork.com](https://www.fashionnetwork.com).

La startup, qui travaille avec le géant du luxe LVMH, ou celui du " luxe accessible " SMCP, travaille également avec de jeunes labels, pour les aider à construire leur ADN autour de l'impact environnemental et social.

Article écrit par Maddyness