

KillBills lève 4 millions d'euros pour en finir avec le ticket de caisse papier

Bien que l'impression non systématique du ticket de caisse soit repoussée de quelques mois par le gouvernement, la fin du bout de papier listant les achats reste annoncée. En réponse à cette nouvelle évolution des pratiques, KillBills a fait la preuve de sa solution qui consiste à le dématérialiser et lève 4 millions d'euros pour gagner des parts de marché.

Temps de lecture : minute

31 mars 2023

Plus qu'un clin d'œil au film de Quentin Tarantino, la startup KillBills entend littéralement en venir à bout des reçus de paiement physiques. Si la réglementation s'engage elle aussi dans cette voie en prévoyant d'ici l'automne prochain la fin de l'impression automatique du ticket de caisse pour lutter contre des substances dangereuses pour la santé notamment, la dimension écologique a d'abord motivé les deux fondateurs, Basile Fernandez et Sid-Ahmed Chikh-Bled : " *Les chiffres interpellent. En France, 2,5 millions d'arbres coupés, 1,8 milliard de litres d'eau et 2,2 millions de barils de pétrole utilisés chaque année pour une durée de vie de 3 secondes en moyenne. D'ailleurs, le ticket de caisse passe généralement de la main du commerçant à celle du client pour aller dans la poubelle située non loin* ", détaille le second. Cette pollution induite par un produit éphémère destiné à la poubelle a été, en 2021, le point de départ de la startup qui a planché sur la réglementation.

Facile à consulter

Déjà répandue, la digitalisation du ticket de caisse ne présentait aucune innovation, amenant les deux associés à chercher leur valeur ajoutée.

" L'envoi par mail du ticket ne représente pas une avancée écologique puisque l'empreinte carbone est proche. Nous avons échangé avec les enseignes pour identifier leur besoin. " Il en ressort une volonté d'avoir un outil simple qui ne demande aucune démarche de la part du client et qui soit rapide pour ne pas perdre de temps. Alors que 99 % des Français de plus de 18 ans disposent d'une carte bancaire, la startup a voulu associer le paiement à l'espace bancaire du propriétaire de la carte. L'algorithme de KillBills relie ainsi le logiciel de caisse à l'outil bancaire utilisé afin que les données du premier soient accessibles sur le second. *" Selon le site ou l'application, il suffit de cliquer sur l'opération dans le relevé pour que la liste des dépenses apparaissent. "*

Changer d'échelle

Après avoir démontré l'intérêt de sa solution en s'associant à cinq éditeurs de logiciels de caisse, utilisés dans plus de 1.000 commerçants, et de deux néo-banques ; KillBills achève une levée de fonds de 4 millions d'euros pour accélérer son déploiement. *" Cette levée va nous permettre de recruter des profils commerciaux et techniques pour passer de 8 à une vingtaine de personnes. Nous voulons que notre solution soit disponible chez 7.000 commerçants d'ici la fin d'année 2023. "*

La startup espère également travailler avec deux grandes enseignes bancaires d'ici le début d'année 2024. Pour y parvenir, elle s'est entourée du fonds français Hartwood et de Business Angels *" pertinents pour notre business et notre stratégie "* comme Eric Ibled (Pumpkin, Greenly, Rosaly), Quentin de Chivré (fondateur de Shopmium), Didier Valet (ex-n°2 de la Société Générale) et Justin Ziegler (fondateur de Priceminister).



À lire aussi

La startup Quipo se positionne sur la fin du ticket papier avec une solution écoresponsable

Article écrit par Nadege Hubert