

La Tournée lève 4,5 millions d'euros pour démocratiser la livraison de produits consignés

La Tournée mise sur le retour en force de la consigne pour proposer un service de livraison plus respectueux de l'environnement. Née fin 2021, la société annonce une deuxième levée de fonds pour poursuivre son développement en France.

Temps de lecture : minute

5 septembre 2023

La tournée du laitier fait son grand retour. En effet, ce concept d'autrefois revient en force dans les campagnes françaises pour réduire les déchets sous l'impulsion de plusieurs acteurs qui remettent au goût du jour la consigne. Parmi eux, on retrouve notamment La Tournée, qui développe un supermarché en ligne zéro déchet.

Pour monter en puissance sur son segment d'activité, la société annonce un tour de table de 4,5 millions d'euros, réalisé notamment auprès du fonds Frst Capital, investisseur historique. A cette occasion, la jeune pousse accueille également à son capital Swen Capital via son fonds d'impact Blue Ocean. Cette levée de fonds sera complétée par une opération de crowdfunding visant à récolter 500 000 euros. Auparavant, La Tournée avait conclu une levée d'amorçage de 2 millions d'euros.

10 nouveaux entrepôts à partir de 2024 pour couvrir les grandes villes françaises

Fondée fin 2021 par Juliette Poiret, Camille Perbost et Zaccarie Morel, la société propose une plateforme pour commander en ligne des produits

bio et locaux (laits, fruits, légumes, produits d'épicerie et d'entretien...) qui sont livrés dans des contenants consignés. Pour réduire les déchets, *«les emballages sont repris à la livraison suivante puis lavés et réutilisés par les producteurs et industriels référencés»*, précise l'entreprise.

A ce jour, La Tournée indique que ses camionnettes électriques desservent 172 communes de la région parisienne. Dans celles-ci, ce sont 4 700 personnes qui ont opté pour ce modèle de consigne, avec un taux de rétention de près de 60 % au bout de 12 mois d'activité, assure la société. Positionnée sur un segment occupé par d'autres acteurs, comme Le Fourgon, la startup de Charles Christory (Adictiz) qui se concentre sur la livraison de boissons consignées, La Tournée entend étoffer ses équipes pour atteindre les 50 employés d'ici la fin de l'année.

La jeune pousse prévoit surtout de s'appuyer sur son nouveau financement pour élargir son maillage territorial. Pour l'heure, elle compte deux entrepôts pour couvrir la région parisienne, mais elle vise l'ouverture d'une dizaine d'entrepôts dans les principales agglomérations urbaines de l'Hexagone dès 2024. Une manière de démontrer que l'économie circulaire peut permettre de concilier e-commerce et respect de la planète.



À lire aussi
Ces startups qui tentent de faire revivre la consigne



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabron