

Crowdfunding : Le Drive tout nu collecte 1,2 million d'euros via Crowdcube avant de boucler un nouveau tour de table

Le Drive tout nu mise sur le financement participatif pour impliquer davantage ses clients dans son projet. Un concept qui séduit de plus en plus dans la French Tech.

Temps de lecture : minute

15 mars 2024

Le financement participatif a de plus en plus le vent en poupe dans la French Tech. Ainsi, Qonto, Matera ou encore Vestiaire Collective se sont tournés vers cette option pour lever des fonds. Mais contrairement aux tours de table dans le capital-risque, l'idée n'est pas de lever des montants mirobolants mais plutôt d'engager sa communauté en ouvrant l'actionnariat aux clients.

L'idée a également séduit la startup toulousaine Le Drive tout nu, à l'origine d'une solution de drive zéro déchet, qui annonce avoir collecté environ 1,2 million d'euros auprès de 619 contributeurs sur la plateforme Crowdcube. Avec un tel montant, la cagnotte de la jeune pousse a atteint 141 % de son objectif initial. De quoi conformer les fondateurs dans leur approche en faveur d'une consommation plus responsable.

10 000 clients

Fondée en 2018 par Pierre et Salomé Géraud, mariés dans la vie comme dans l'entrepreneuriat, la société a développé une plateforme e-

commerce permettant de faire ses courses en ligne, puis de les récupérer en drive ou en livraison à domicile. Pour se différencier, Le Drive tout nu mise sur une approche zéro déchet, avec des produits proposés dans des bocaux en verre ou dans du tissu lavable, avec un système de consigne permettent aux consommateurs de récupérer une réduction sur leurs prochaines courses.

Pour couronner le tout, la startup se fournit auprès de producteurs, éleveurs ou transformateurs locaux, de manière à réduire les intermédiaires et ainsi baisser les prix. La société assure que plus de 60 % des produits proposés proviennent de producteurs locaux situés dans un rayon de 100 km autour des drives.

A ce jour, la jeune pousse propose plus de 2 000 références (fruits et légumes, crèmerie, viande, produits secs, produits ménagers et cosmétiques) sur sa plateforme. Elle est opérationnelle à Toulouse, Lille et Bordeaux, avec six points de vente au total pour couvrir ces trois agglomérations. L'entreprise revendique aujourd'hui plus de 10 000 clients.

Un tour de table fin 2024 pour s'étendre à l'international

Le Drive tout nu entend s'appuyer sur sa levée de fonds participative pour ouvrir de nouveaux drives et supermarchés (après l'ouverture du premier ce mois-ci à Labège), et étoffer ses effectifs. *«Cela nous conforte dans notre mission de rendre la consommation responsable accessible à tous et nous donne l'énergie nécessaire pour poursuivre notre développement»*, se réjouit Salomé Géraud, co-fondatrice du Drive tout nu.

Toutefois, cette opération n'est que la première étape d'un plan de développement qui prévoit notamment un tour de table auprès de fonds

institutionnels au dernier trimestre 2024, deux ans après une levée de fonds de 5 millions d'euros. Ce nouveau financement doit permettre à la société de prendre son envol à l'international. Ce serait une nouvelle preuve que les startups positionnées sur le créneau des courses bio en ligne ont le vent en poupe, après les récentes levées de fonds de Bene Bono et La Fourche.



À lire aussi

Bene Bono, le spécialiste des courses bio anti-gaspi, lève 10 millions d'euros



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion