

Hydrao lève 2 millions d'euros pour réduire la consommation d'eau

La startup grenobloise Hydrao a bouclé une levée de fonds de 2 millions d'euros notamment auprès d'Inco. L'opération doit lui permettre d'accélérer la commercialisation de son produit phare, un pommeau de douche connecté, auprès des professionnels de l'immobilier et de l'hôtellerie. Mais aussi de multiplier les projets de R&D.

Temps de lecture : minute

25 septembre 2018

C'est un tournant pour Hydrao ! La startup vient de boucler son deuxième tour de table, d'un montant de 2 millions d'euros, notamment auprès du fonds Inco, spécialisé dans les technologies à impact social et environnemental. La jeune pousse grenobloise avait déjà levé 400 000 euros en janvier 2016, quelques mois à peine après sa création. Cette nouvelle opération témoigne de la confiance des investisseurs, alors que l'entreprise a élargi depuis un peu moins d'un an la commercialisation de ses produits au marché des professionnels.

Si son pommeau de douche connecté a conquis les particuliers - la startup revendique 12 000 produits vendus, Hydrao souhaite désormais également convaincre les professionnels de l'immobilier et de l'hôtellerie. Avec des débuts prometteurs : l'entreprise vient d'équiper de son produit phare 90 hébergements du Village Nature Paris du groupe Pierre Vacances-Center et de signer un partenariat avec Hostelling International USA qui équipera l'ensemble des auberges de jeunesse de son réseau. Côté immobilier, la startup n'est pas en reste puisque 3200 appartements

lyonnais doivent être équipés pour une phase de test avant que la startup ne fasse des débuts remarquables à Singapour dès 2019, où 5000 appartements seront à leur tour équipés.

Maximiser l'impact environnemental

"Le développement durable et les économies d'énergie deviennent une préoccupation majeure pour les groupes hôteliers et nouvelles constructions qui souhaitent disposer de solutions qui les engagent eux et leurs clients dans une attitude responsable", analyse Gabriel Della Monica, CEO d'Hydrao. Ce nouveau positionnement de la marque maximise son impact environnemental, son produit phare permettant de réduire de 50% la consommation d'eau durant une douche en alertant, via un code couleur, l'utilisateur lorsqu'il dépasse un certain seuil.



Et pour faciliter l'adoption de son produit par des professionnels, la

startup a diversifié ses activités en lançant un capteur connecté mais aussi une solution logicielle. "*Nous souhaitons nous développer sur toute la chaîne de valeur de l'eau*", annonce Myriam Foucher, directrice marketing de la marque. La solution présente l'avantage de pouvoir suivre en temps réel l'ensemble de la consommation d'eau d'un bâtiment ou d'un logement. Une offre qui intéresse également les collectivités locales, nouvelle cible d'Hydrao.

Article écrit par Geraldine Russell