

Gifts for Change lève 1 million d'euros pour s'imposer sur le marché des goodies green

Le spécialiste français des goodies engagés, Gifts for Change, vient de lever un million d'euros. Après cinq ans de test and learn, la startup compte bien changer d'échelle.

Temps de lecture : minute

15 mai 2020

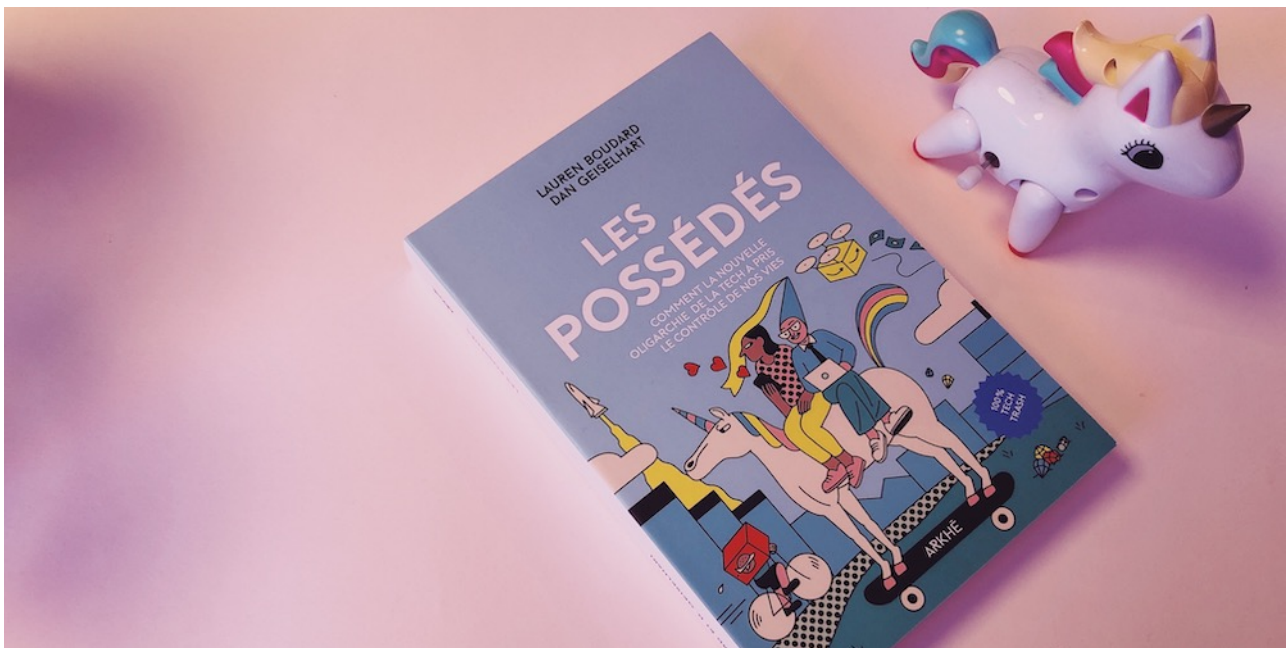
Porte-clés, clés usb, chargeurs de téléphone, pins ou encore jetons de Caddie... les cadeaux distribués lors des salons pour faire la promotion d'une marque s'amoncellent dans nos tiroirs. Pourquoi ? Parce qu'ils sont souvent inutiles et n'ont aucune valeur ou presque à nos yeux. C'est exactement ce que combat Alexis Krycève avec Gifts for Change. Depuis 2014, l'entrepreneur, ancien directeur général d'AlterEco et co-fondateur de Pur Project, propose aux entreprises des goodies responsables et surtout engagés.

Une nouvelle offre qui répond aux besoins de la société (moins de produits inutiles qui polluent les océans par exemple) et qui a su séduire les investisseurs puisque la jeune pousse vient de lever un million d'euros auprès d'INCO Investissement, Aviva Impact Investing France et de ses business angels historiques. Un nouvel investissement qui lui permettra de changer d'échelle, notamment à grâce à une campagne de recrutement pour "*renforcer ses équipes commerciales, marketing et investir dans le numérique*", explique le cofondateur.

Des goodies engagés et engageants

Habituellement, *"les entreprises achètent des milliers de goodies et les distribuent à n'importe qui en espérant réaliser 1 ou 2% de conversion, un peu comme pour le mailing"* , estime Alexis Krycève. Avec ses produits, Gifts for Change veut créer une relation durable entre le client et la marque grâce au partage de valeurs communes.

Le système est simple, une entreprise distribue ou vend des objets (bracelets, tote bags...) à ses clients afin de lutter contre la déforestation, faciliter la scolarisation des enfants ou encore soutenir les enfants malades... En effet, une partie des bénéfices réalisés par les ventes est reversée à une association. À titre d'exemple, Monoprix a mis en place une opération à la rentrée en proposant des *"agendas et des bracelets éco-responsables dont les bénéfices ont été versés à une association pour les enfants qui ne peuvent pas aller à l'école"* . C'est ce que Gifts for Change appelle l'*Engagement par l'Objet*. Les entreprises ajoutent leur logo afin de personnaliser le produit.



À lire aussi

"On sort progressivement d'un imaginaire technophile béat"

Cet engagement va plus loin puisque 80% des articles sont fabriqués en France dans des établissements et services d'aide par le travail (ESATS). Les autres éléments, dont les ressources ne sont pas disponibles sur le territoire, proviennent d'Europe. C'est donc aussi un soutien à la filière bois française qui s'opère via ces achats.

Une première phase de test and learn qui s'achève avec succès

Entre le moment où Alexis Krycève a lancé Gifts for Change et aujourd'hui, il y a tout un monde. Ce "*side project*", qui n'avait d'autre ambition qu'une distribution dans des boutiques pour les particuliers, a pris de l'ampleur grâce à une commande du stade de France. En 2014, ce dernier fait appel à la startup pour une opération spéciale. "*Nous avons créé un bracelet à l'effigie du stade de France pour le tournoi des 6 nations. Nous l'avons vendu aux supporters en leur expliquant que pendant la diffusion du tournoi, l'équivalent de 2000 terrains de rugby seraient frappés par la déforestation*". Le succès est total. Alexis Krycève comprend qu'adapter son projet au monde du B2B a tout son intérêt mais aussi tout son sens.

Pendant cinq ans, l'entrepreneur et son équipe peaufinent leur modèle et font évoluer leur offre vers le B2B. "*Nous avons beaucoup de pièce fabriquées manuellement, nous avons dû travailler sur l'optimisation de nos process pour réduire les coûts*" annonce t-il fièrement. Tout ce travail a porté ses fruits.

Aujourd'hui, l'entreprise compte parmi ses clients des enseignes comme Monoprix, Besson Chaussures, Sushi Shop, la Fnac ou encore Nature & Découvertes. Elle a même dépassé le million d'euros de chiffre d'affaires en 2019. Et son tout nouvel e-shop devrait encore plus booster les ventes. "*Nous travaillons depuis plusieurs mois sur la création d'un site marchand très fortement automatisé*". Le catalogue de produits est

disponible en ligne, de même que la liste des associations à soutenir, ce qui permet de faciliter l'engagement des entreprises.

Avec ce nouvel investissement d'un million d'euros, l'entreprises compte aussi optimiser ses process commerciaux et marketing pour doper les ventes, et au passage "*accroître son impact*".

Article écrit par Anne Taffin