

Mode : Tilli, la start-up de réparation de vêtements prend le virage du BtoB

La jeune pousse réalise un tour de table de 1,2 million d'euros avec le fonds 2050. Sa plateforme de mise en relation de couturiers avec des particuliers propose désormais ses services aux marques de mode.



Environ 500 couturiers sont disponibles sur la plateforme. (Tilli)

Par [Camille Wong](#)

Publié le 18 oct. 2022

Dans la mode à impact, les entrepreneurs créent souvent des marques éthiques ou lancent des plateformes d'économie circulaire. Mais pour donner une seconde vie aux vêtements, d'autres, comme Beryl de Labouchere, arrivent en amont de la revente et misent plutôt sur [la réparabilité](#). Historiquement, [Tilli, sa start-up](#) née en 2017, met en relation des couturiers avec des particuliers pour réparer et retoucher leurs vêtements.

Depuis un an, elle cible les marques de mode pour accompagner leurs clients post-achat. C'est dans le but de prouver ce nouveau modèle que la jeune pousse réalise une levée de fonds de 1,2 million d'euros menée par [le fonds 2050](#), avec la participation des

investisseurs historiques. La jeune pousse avait réalisé une précédente levée du même montant en 2018.

Une cinquantaine de marques ont déjà signé avec la jeune pousse. Elles proposent les services de Tilli directement en boutique, ou bien en e-commerce. Certaines, comme les Galeries Lafayette, ont décidé de mettre sur place un atelier avec un couturier salarié par la start-up.

Rétrocommission avec les marques

« L'idée est de créer un nouveau cycle de vie post-achat, de faire durer le vêtement et de garantir les produits des marques dans le temps », souligne Béryl de Labouchere, qui développe toute la tech en interne. La start-up outille les artisans-couturier d'une application et d'un algorithme qui va créer des devis capables de s'adapter en temps réel.

« Une fois le couturier sur place, il n'est pas rare que les clients changent d'avis sur les retouches ou réparations à faire, changent d'avis... » indique l'entrepreneuse. Environ 500 couturiers sont disponibles sur la plateforme au niveau national, et peuvent être mobilisables en quelques heures.

« L'aspect tech nous a séduits, notamment dans une industrie qui n'a pas connu beaucoup d'innovations. Aussi, avec ce pivot BtoB, le potentiel systémique de transformation est énorme », assure Charly Berthet, investisseur chez 2050.

Le chiffre d'affaires que la start-up ne communique pas reste porté par le BtoC (60 %), mais les partenariats avec les marques, où la start-up perçoit une rétrocommission, ont vocation à prendre de l'ampleur. Sa levée de fonds va permettre d'atteindre une équipe de 16 personnes, notamment des commerciaux pour aller chercher davantage d'enseignes de mode.

Porté par la future réglementation

Le moment est opportun pour Tilli. La start-up arrive en amont du lancement d'un fonds réparation pour les textiles, linge de maison et chaussures permis par la loi Agec (loi antigaspillage pour une économie circulaire). Prévu à partir de début 2023, et doté de « plusieurs dizaine de millions d'euros », indique Beryl de Labouchere, il devrait aider les consommateurs finaux à couvrir une partie de leurs dépenses dans la réparation.

A cela s'ajoute un enjeu de taille pour les marques de mode : toujours selon la loi Agec, elles pourraient être obligées, sans que le calendrier ne soit publié, de prévoir un indice de réparabilité pour l'ensemble des produits et proposer un service de réparation (interne ou

externe). Des marques de fast fashion s'y mettent déjà, comme Jules ou Uniqlo, des marques éthiques aussi comme l'historique Patagonia.

Le secteur de la réparation textile commence à être en ébullition et naturellement des start-up s'y insèrent. C'est le cas des français Les Repérables et Everybody, lancés il y a deux ans. En Europe, le Royaume-Uni se démarque aussi, avec Sojo, The Restory ou encore The Seam.