

Greenweez, le premier site européen de produits bio et responsables, élargit son offre avec le textile

06h24, le 13 mai 2022

Par **Sylvie Andreau**

Greenweez, le premier site européen de produits bio et responsables affiche déjà plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires et va élargir son offre.



Romain Roy, fondateur de Greenweez, en 2021. (THOMAS LAISNE)

Les clients historiques du site Greenweez se souviennent sûrement de cette petite épicerie en ligne bien mieux approvisionnée que n'importe quel magasin bio de quartier. C'était il y a dix ans. Une éternité, dans l'univers de l'e-commerce. Les visiteurs du site Greenweez se retrouvent aujourd'hui face à une vaste place de marché donnant accès à 130 000 produits toujours bio ou responsables. Devenue reine de sa catégorie et unique acteur de taille européenne, l'entreprise d'Annecy affiche déjà plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Elle sait que pour atteindre son objectif, doubler ses ventes d'ici à trois ans, elle doit encore élargir son offre. Elle annoncera demain le lancement d'une première sélection de marques textiles. Ses clients vont avoir accès à des centaines de tee-shirts, pantalons ou sous-vêtements, toujours bio ou éthiques. *« Notre philosophie reste la même quelle que soit la catégorie de produits, commente Romain Roy, fondateur de Greenweez. Nous voulons toujours proposer des alternatives plus responsables aux consommateurs. En matière de textiles, nous travaillons avec des marques dont l'engagement est fort concernant le choix des matières premières, la fabrication ou l'utilisation qu'elles font de leurs bénéfices. »*

Un cahier des charges

Les équipes de Greenweez ont défini un cahier des charges et identifié des dizaines de marques partenaires. Parmi elles, le Girafon bleu, qui reverse une partie de ses ventes à la cause de la préservation des girafes, ou la marque parisienne très chic et made in France Montlimart. Ces articles devraient faire grimper le panier moyen du site, que Greenweez tente de préserver de l'inflation généralisée. « *Nous faisons le pari d'une mode durable qui propose des articles de meilleure qualité que l'on va garder plus longtemps* », justifie Romain Roy, qui veut aller un peu plus loin encore dans la démarche. Il annoncera bientôt le lancement d'une offre de vêtements et d'accessoires vintage.

La seconde main est une tendance de fond qui n'a pas échappé à l'entreprise de Haute-Savoie. La place de marché a déjà ouvert son catalogue à des milliers de produits high-tech reconditionnés. « *Nous avons été surpris par ce succès, remarque le distributeur. Nous avons tablé sur un démarrage plus timide de notre offre non alimentaire.* » La part des produits d'épicerie bio sourcés, stockés et expédiés par Greenweez représente toujours plus de 75 % des ventes du site. Romain Roy assure qu'elles continuent à progresser malgré une stagnation du marché global depuis 2020.

En 2008, quand il fonde Greenweez, Romain Roy, ingénieur de formation spécialisé en physique quantique, est persuadé que l'écologie et le développement durable vont bouleverser la consommation. Il commence à vendre des petits panneaux solaires, des purificateurs d'air et « *des trucs un peu ridicules* ». La petite communauté qui se retrouve dans sa démarche l'incite à s'orienter vers l'épicerie bio, qu'elle a du mal à trouver en ligne.

15 000 références, contre moins de 5 000 en magasin spécialisé

La gamme de Greenweez va vite s'étendre pour atteindre aujourd'hui 15 000 références, contre moins de 5 000 dans un magasin spécialisé. En 2016, la grande distribution commence à s'intéresser de près au phénomène bio. Elle veut aussi se renforcer dans l'e-commerce. Carrefour rachète Greenweez pour un montant resté confidentiel.

Pendant la pandémie, face à la flambée des commandes, qui passent de 3 000 par jour à plus de 10 000, Romain Roy atteint les limites de sa logistique et de son modèle. Il imagine l'ouverture de son site à des centaines de nouveaux fournisseurs. Greenweez devient une place de marché dont les commandes sont traitées et expédiées directement par les prestataires qu'elle référence. La philosophie du site ne change pas.

Devenue entreprise à mission, Greenweez veut continuer à démocratiser l'accès à une consommation responsable. Elle s'est notamment engagée à bloquer les prix de plusieurs centaines de produits alimentaires de base. Elle va aussi lancer des offres de location pour certaines catégories comme les jouets. Un pack d'articles

d'éveil pour les bébés de 0 à 6 mois, mis à disposition pour quelques semaines, est en voie de finalisation. « *Cela nous semble pertinent par les temps qui courent* », pense Romain Roy, qui souhaite que sa plateforme monte à 500 000 références. Sa nouvelle offre textile tombe à pic pour l'y aider.