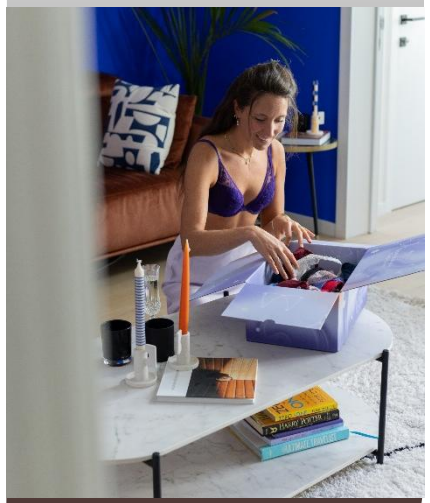
CurveCatch

trividend



Kimia Namadchi, founder & CurveCatch team



www.curvecatch.com

circulaire oplossing

probleem

Lingerie wordt gezien als één van de meest vervuilende textielproducten: door hun complexe maatindeling liggen de retourpercentages tussen de 40% en 80% en door het intieme karakter en compexe samenstelling worden gertourneerde stukken vaak vernietigd.
Veel vrouwen vinden geen BH die écht goed past en comfortabel zit. Vanuit sociale en culturele drempels leggen ze de oorzaak geregeld bij zichzelf., naast fysiek ongemak weegt dit ook op hun zelfvertrouwen.

De waardeketen houdt dit status quo in stand waarin miskopen, beperkt aantal draagbeurten en onnodige ecologische impact elkaar blijven versterken.

oplossing

CurveCatch vernieuwt de online aankoop van lingerie op hun eigen website met een disovery box: "try before you buy". Met een continue feedback- en dataloop verbetert de voorgestelde maat en pasvorm bij elke volgende bestelling. Zo dalen retouren (doel en stijgt het aantal draagbeurten.
Curvecatch kiest voor herbruikbare verzenddozen en waszakjes en zet campagnes op om oude BH's in te zamelen en te verkopen in een kringwinkel.

De sizingsoftware en modules (maatadvies, retourfeedback, loyaliteit) worden aangeboden aan merken en webshops.
De pasvorm- en retourdata bieden merken handvaten om slimmer te produceren.

impact-doelen

CurveCatch wil de ervaring rond intieme lingerie radicaal vernieuwen door elk individu te empoweren met een gepersonaliseerd "paspoort" en perfecte pasvorm.
Met hun datagedreven "één-klik"-ervaring daalt de keuzestress en winnen vrouwen comfort, tijd en zelfvertrouwen.

Merken profiteren van lagere retourkosten, meer loyaliteit en een duurzamer model met minder verspilling en een lagere voetafdruk.

impact-indicatoren 2025

in proces:
definiëren van impact-indicatoren

/ converteerbare lening

trividend kende een lening toe in een ronde samen met bestaande en een aantal nieuwe business angels en Joanna Invest, aangevuld met VLAIO subsidies.

De middelen zullen gebruikt worden om de groei te versnellen door automatisering en aanwerving van growth members.