



PACKTIC POURSUIT SON DÉPLOIEMENT POUR ACCÉLÉRER LA TRANSITION VERS LE VRAC & LE RÉEMPLOI

#StartupImpact #ConsoResponsable #LessIsMore #PackagingDigital
#EtiquetteNumérique #Innovation #Retail #Digitalisation #ConsommerVrac #MonEtagere

Grenoble, juin 2023 – Dès 2030, la loi Climat et Résilience imposera aux commerces de plus de 400m² de proposer à minima 20% de vrac dans leurs linéaires. Mais si le fait de retirer le packaging d'un produit est une démarche vertueuse, cela entraîne inévitablement une perte d'informations pour le consommateur (dates de consommation, n° de lot, mode d'emploi, allergènes...). Pour y remédier, la société PACKTIC a conçu une plateforme qui garantit une parfaite traçabilité et information des produits en vrac. Une innovation d'usage lancée à l'automne 2022 et qui compte déjà plus de 5000 produits référencés et 50 magasins équipés. Focus sur une start-up à impact qui amorce une petite révolution dans les rayons vrac de l'univers retail.

Le packaging digital, clé d'une parfaite traçabilité et information des produits vrac

Depuis quelques années, les Français se sont peu à peu habitués au vrac, à ses balances en libre-service et à ses rangées de silos qui investissent supermarchés, magasins bio et boutiques locavores... et 63% d'entre eux désireraient pouvoir acheter en vrac les produits de grandes marques qu'ils achètent habituellement emballés¹. Si cette démarche ne peut qu'être plébiscitée et encouragée dans la mesure où elle permet de réduire de manière considérable les traditionnels emballages plastique et carton (il se jette en France pas moins de 2.900 emballages jetables chaque seconde !), elle se heurte toutefois à un obstacle majeur : sans packaging, comment garantir une traçabilité irréprochable et offrir au consommateur une information exhaustive sur le produit qu'il souhaite acheter ?

Démocratiser le vrac auprès des commerces tout en assurant une totale transparence pour les consommateurs, depuis les lignes de production des fabricants et jusqu'aux étagères de nos cuisines : tel est le pari que s'est lancé Nadège Court Perrin en 2021. Spécialiste de la communication, passionnée par l'univers food et particulièrement sensible aux enjeux écologiques, la serial entrepreneure pose les premières bases du concept, avant de s'entourer d'associés aux compétences complémentaires pour concrétiser le projet. La force de PACKTIC ? Sa capacité à répondre aux problématiques, aux attentes et aux besoins de trois cibles : les fabricants désireux de proposer leurs produits en vrac sans perdre en niveau d'information ni en image de marque, les commerces souhaitant faciliter la traçabilité et la gestion du rayon pour assurer la conformité réglementaire et l'attractivité du rayon, et les consommateurs engagés dans une démarche responsable de réduction de leurs emballages et de juste quantité.

Améliorer l'expérience client en reconnectant les marques aux consommateurs

« Le constat que nous avons fait est triple : lorsque le consommateur achète ses produits en vrac et les conserve dans un bocal, chez lui, il perd tout un précieux pan d'information produit. Aucune traçabilité, plus d'information sur la DDM ou les consignes de cuisson, par exemple. Quant aux

¹Source : <https://business.yougov.com/fr/content/39813-le-marche-du-vrac-en-france-en-2021>

marques, elles sont parfois partagées entre l'envie de passer au vrac et la peur de se priver d'un espace de communication en s'affranchissant du packaging papier. Enfin, les magasins peinent à assurer leur obligation de traçabilité et l'attractivité de l'offre. », explique Nadège Court Perrin. Ce nouveau business model du vrac constitue en effet un défi de taille pour les magasins et les marques, les obligeant à repenser le parcours d'achat et leur manière d'interagir avec les consommateurs. PACKTIC se pose ainsi comme un solide outil de réassurance et d'engagement pour les consommateurs, puisque toutes les informations dont ces derniers ont besoin leur sont accessibles instantanément sur l'application consommateurs «MonEtagère» : numéro de lot, composition et provenance des ingrédients, liste des allergènes, valeurs nutritionnelles, date limite d'utilisation, mode d'emploi... Pour cela, rien de plus simple : il suffit de scanner le QR code en rayon ou directement son ticket de caisse pour retrouver l'ensemble des éléments dans son étagère virtuelle. Des promotions, récompenses et challenges pour inciter/encourager les consommateurs sur ce nouveau mode d'achat, des alertes signifiant que le produit acheté approche de sa date de péremption, ou même des rappels produit le cas échéant, seront bientôt disponibles.

Mais PACKTIC, c'est aussi un espace illimité de communication pour les marques. Car au-delà des informations obligatoires que celles-ci renseignent gratuitement, elles peuvent également, à travers une version freemium, offrir une expérience produit encore plus aboutie à leurs clients. « Les marques peuvent recréer leur univers, proposer des recettes, ajouter des astuces, des vidéos et des informations complémentaires... Il s'agit d'un tout nouveau territoire de communication à explorer pour les équipes marketing ! », s'enthousiasme la fondatrice. Totalement gratuite pour les utilisateurs et en freemium pour les commerces, la solution PACKTIC repose sur une architecture poussée et l'ensemble des données est hébergé en France.

PACKTIC souhaite devenir leader et ouvre son capital

Suite à son lancement à l'automne 2022, la plateforme de traçabilité et d'engagement consommateurs poursuit le développement de nouvelles fonctionnalités et son déploiement au national. Elle compte déjà plus de 5000 produits référencés de 500 fabricants, plus de 50 magasins équipés (épicerie fines, magasins bio et GMS) et un usage consommateur en hausse constante. Après une levée de fonds en 2022 de 600k€, la start-up grenobloise vient d'ouvrir un nouveau tour d'amorçage auprès de fonds d'investissements. PACKTIC vise un chiffre d'affaires de plus de 1M € à 2025 et prévoit de s'appuyer sur une équipe de 15 personnes pour soutenir sa croissance.

« En France comme à l'international, les consciences et les comportements évoluent... Nous sommes convaincus que PACKTIC est une solution utile, avec une vraie responsabilité sociétale, qui a la capacité de s'imposer comme un standard sur le marché du vrac », explique la fondatrice. Et la PME ne compte pas s'arrêter là, puisque la pure tech actuellement utilisée est potentiellement duplicable sur d'autres marchés. Par ailleurs, elle prévoit de devenir la plateforme de référence : « Il faut aller encore plus loin dans cette démarche de suppression des emballages jetables au profit de contenants réutilisables et d'étiquettes nu mériques. Nous devons marcher main dans la main avec les acteurs de l'écosystème, en développant un langage commun, au service du bien commun», conclut Nadège Court Perrin.



À PROPOS DE LA START-UP À IMPACT PACKTIC

Convaincue que le recyclage ne constitue pas une solution miracle pour lutter contre le gaspillage alimentaire et contribuer efficacement à la réduction des déchets d'emballages, Nadège Court Perrin s'intéresse au vrac et identifie ses principaux irritants : la perte d'information et le manque de traçabilité. Après une incubation réussie au sein du Startup studio Moonshot Labs à Grenoble (38) et l'arrivée de nouveaux associés, la PME à raison d'être PACKTIC est créée en juillet 2021. Une nouvelle solution à forte valeur ajoutée sur le marché du vrac, dont le chiffre d'affaires sur le territoire national est estimé à 1,3 milliard d'euros en 2022. Plus d'infos : <https://packtic.fr/>

CONTACT PRESSE

Audrey GUILLEMAIN - 06 87 37 86 97 - audrey@packtic.fr