

Clothpacency, l'application éco-responsable qui révolutionne le shopping

Paris, le 6/07/2018 - Clothpacency est une jeune entreprise technologique qui a pour objectif d'aider les consommateurs à choisir leurs vêtements en toute connaissance des impacts sociaux et environnementaux. L'algorithme développé agrège les données de multiples sources et calcule une note globale basée sur des critères sociaux et environnementaux. Les statuts ont été déposés à Reims au court du moins de Juin par deux ingénieures Marguerite Dorangeon et Rym Trabelsi. Après une période de développement de 6 mois, la start-up ouvre son capital pour une levée de fonds d'amorçage auprès de business angels et investisseurs privés.

Clothpacency s'adresse à la nouvelle génération des consommateurs

Clothpacency s'adresse aux millennials : nouvelle génération des consommateurs qui souhaitent consommer moins mais mieux, privilégier le bio, le local et qui attachent moins d'importance à la notion de marque. D'après l'étude que Clothpacency a menée sur plus de 1300 personnes, plus de 90% d'entre eux disent manquer d'informations pour faire les bons choix lorsqu'il s'agit d'acheter des vêtements.

Clothpacency développe des solutions technologiques pour guider les consommateurs lors de leurs achats grâce à une information simplifiée sur la performance sociale et environnementale des vêtements. À l'aide d'experts sectoriels et de la communauté de Clothpacency, 8 grands critères ont été définis : Impact Carbone, Pollution de l'eau, Recyclage, Conditions de Travail, Artisanat et Savoir Faire local, Non-toxicité et Qualité des Matériaux, Bien-être animal et Agriculture biologique.

Il s'agit de permettre aux consommateurs de connaître la performance des vêtements selon ces critères. Les utilisateurs ont accès à une note globale et à une note par critère. Des alternatives de vêtements et de marques les mieux notées leur sont proposées.



« Vous choisissez vos vêtements parce qu'ils sont beaux, agréables à porter, parce qu'ils vous rendent élégants ou séduisants. Mais vous faites certainement partie de ces personnes souhaitant également choisir des vêtements qui ont été produits dans de bonnes conditions salariales, en s'assurant du respect de l'environnement, du bien-être animal, et qui vont durer dans le temps. »
Marguerite Dorangeon et Rym Trabelsi, co-fondatrices de Clothpacency

La version mobile en phase d'amélioration pour un lancement en septembre

Une première version de la technologie avait été développée en décembre 2017 : une extension chrome à installer sur son navigateur internet. Une fois sur la page internet d'un vêtement qui vous intéresse, il suffit de cliquer sur l'icône de l'extension pour obtenir une note liée à l'impact du vêtement sur l'environnement ainsi que des alternatives.

Clothpacency est avant tout un agrégateur de données : pour scorer les produits, l'algorithme développé agrège l'ensemble des données disponibles au niveau du vêtement et de la marque souhaitée. Ainsi, plus de 500 marques sont actuellement référencées.

Lors de sa présentation, la technologie a suscité un réel intérêt de la part des consommateurs, mais aussi des marques et des distributeurs, des ONG et de la presse. Clothpacency entend bien bouleverser les usages autour de l'achat des vêtements d'un point de vue économique, social et environnemental.

Clothpacency en quelques mots

Création officielle Juin 2018,

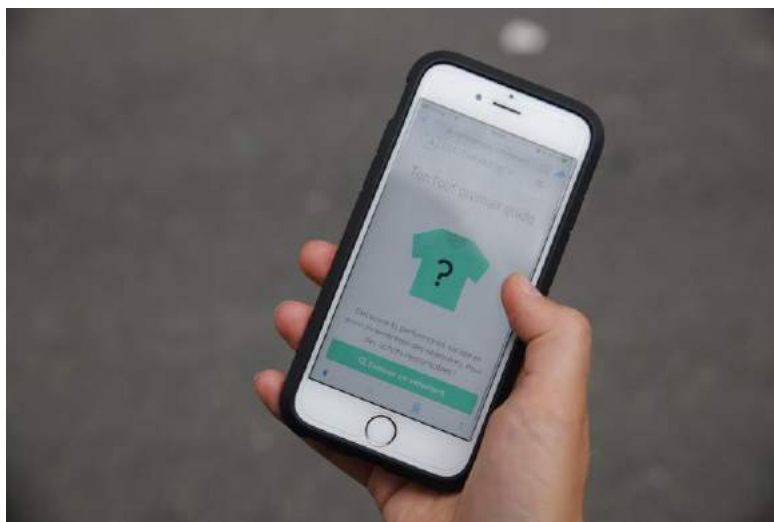
Depuis le lancement de sa première solution,
Une vidéo de démonstration visionnée plus de 40 000 fois en moins de 10 jours,

Une communauté de 2000 personnes avec 13% croissance mensuelle, en croissance 100% organique

Plus de 20 actions de communication (conférences, tables rondes, événements) et de retombées presse (dont RTL et Europe1) en moins de 6 mois d'existence.

Site web : <http://www.clothpacency.com/>

Une nouvelle version de la solution a été développée - intégration de nouveaux critères à la notation, apports de sources de données supplémentaires, développement d'une interface mobile - et est disponible en phase de test depuis vendredi 6 Juillet 2018. Une phase de co-création avec les ambassadeurs de la solution vise à consolider cette version avant son lancement en septembre.



« Avec Clothpacency nous souhaitons permettre à chacun d'acheter des vêtements en pleine conscience de leurs impacts sociaux et environnementaux. Grâce à Clothpacency, les citoyens pourront choisir leurs vêtements pour être beaux, et aussi pour être bons pour la société. » explique Marguerite Dorangeon, CEO de Clothpacency.

Devenir le réflexe d'information lors des achats de vêtements des 18 – 34 ans

Clothpacency souhaite devenir le réflexe d'information lors des achats de vêtements des 18 – 34 ans. En guidant les consommateurs lors de leurs achats, Clothpacency soutient et valorise les marques qui souhaitent se différencier par des actions RSE.

Les marques inscrites parmi les alternatives mieux notées pourront alors bénéficier d'une hausse de leurs chiffres d'affaires, mesurée par Clothpacency afin de bénéficier d'affiliation. Des possibilités de location de licence logiciel en SAAS pour les entreprises souhaitant utiliser les informations directement sur leurs sites ou dans leurs magasins. Des expérimentations avec distributeurs et marques auront lieu en septembre afin de développer un portefeuille d'offres économiques.

Avec une opportunité grandissante sur son marché, la start-up accélère et ouvre son capital auprès de business angels et investisseurs privés pour :

- Diffuser sa solution technologique en France en 2019 afin d'atteindre au plus vite son point d'équilibre
- Développer des modules technologiques supplémentaires afin de fournir un service commercial aux marques et distributeurs
- Développer une interface d'apport de données collaboratives afin d'engager les utilisateurs

CONTACTS PRESSE

Rym Trabelsi : r.trabelsi@clothpacency.com - 06 44 96 64 92

Marguerite Dorangeon : m.dorangeon@clothpacency.com - 06 45 76 10 79