

# LOYAUTÉ : LES PREUVES DE LA TRANSPARENCE



Maxine ROPER, Co-fondatrice de **CONNECTING**  
**€ FOOD**



Seuls **33%** des  
consommateurs  
**ont confiance en leur  
alimentation**  
Vs **47%** il y a 1 an\*

## LES CONSOMMATEURS DEMANDENT PLUS DE TRANSPARENCE

En 2018, **75%** des consommateurs ont déclaré pouvoir **changer de marque si une autre leur fournit des informations sur le produit plus détaillées** que ce qui est indiqué sur l'étiquette (ce que contient le produit et comment il est fabriqué), versus 39% en 2016 \*.

Dans un même temps, la pratique du « scanfood » connaît une **croissance importante** avec plus de 10 millions d'utilisateurs d'apps ScanFood en France



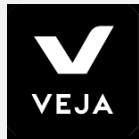
# PLUSIEURS SECTEURS SE METTENT EN ORDRE DE MARCHÉ POUR RELEVER LE DÉFI DE TRANSPARENCE

## PRÊT À PORTER

### MAISON STANDARDS

Matières	Façon	Transport	TVA	Prix d'achat TTC
26.40€	32.20€	1.80€	12.08€	72.48€

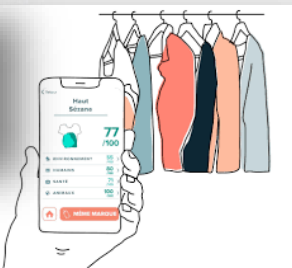
Prix de vente HT : 187,50€



Voir nos documents de certification FLO-CERT

Voir les certificats de labellisation bio

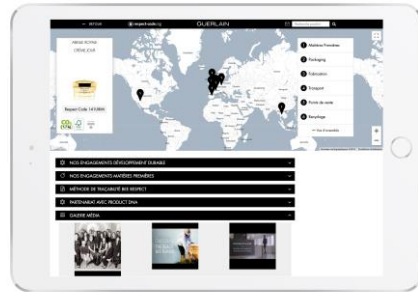
Voir les tests chimic



## COSMETIQUE



### GUERLAIN



## AUTRE CATEGORIES

LVMH

Dior

LOUIS VUITTON



# QUELS ÉLÉMENTS DE RÉASSURANCE DANS LE SECTEUR DE L'ALIMENTATION ?

Les Français déclarent **consommer davantage de produits bons pour la santé (71%)**

ALIMENTATION SAINE

Choisissez les bons produits pour votre santé

Scan de vos produits

Synthèse et évolution de votre alimentation

Yuka

L'**origine géographique et la saisonnalité** sont, avec le prix, les 3 critères auxquels ils accordent de plus en plus d'importance.

ORIGINE GEOGRAPHIQUE & FRAICHEUR

Shepherd's pie with potato mousseline

7,9€ 1c

Lait bio français et équitable / Organic french fairtrade milk

Emmental bio / Organic emmentaler

Boeuf français Label Rouge du Bourbonnais / French labelled Bourbonnais beef

Mousseline maison aux pommes de terre de la Meinau / Homemade farmer potato mousseline

PUR et Co

LA RUCHE QUI DIT OUI!

47% déclarent qu'ils consomment **plus de produits respectueux du bien-être animal** depuis 2 ans

BIEN ETRE ANIMAL

L'œuf qui ne tue pas la poule.

Ethique. Innovant.

De la production à l'assiette.

L'OEUF QUI NE TUE PAS LA POULE poulehouse

6 œufs frais issus de l'agriculture biologique

83% disent ne **pas avoir assez d'information sur l'impact social** des produits (conditions de travail et de rémunération des producteurs)

REMUNERATION EQUITABLE

CE LAIT REMUNERE AU JUSTE PRIX SON PRODUCTEUR

CE LAIT REMUNERE AU JUSTE PRIX SON PRODUCTEUR

CE LAIT REMUNERE AU JUSTE PRIX SON PRODUCTEUR

LA MARQUE DU CONSOMMATEUR

# LA COMMUNICATION AU CONSOMMATEUR ÉVOLUE POUR APPORTER DES INFORMATIONS DE PLUS EN PLUS SPÉCIFIQUES

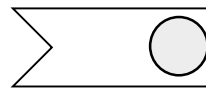
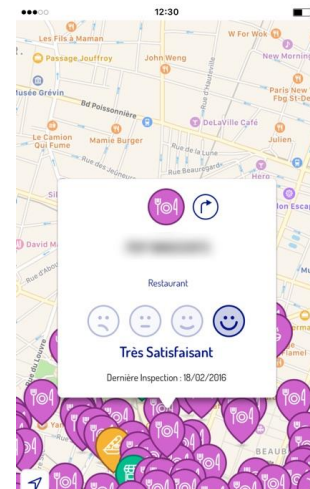
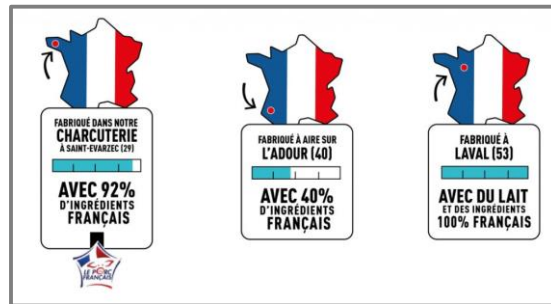
Communication  
marque

Communication sur  
des critères  
spécifiques du  
produit

Evaluation du produit  
d'après des critères  
standardisés

Evaluation du produit  
d'après des critères  
personnalisables

Mise en avant du  
respect des  
promesses produits sur  
un lot spécifique



Communication  
marque

Communication à  
l'échelle d'un produit

Communication  
sur le lot acheté



**NOUS SOMMES UNE ENTREPRISE B2B DE FOODTECH  
UTILISANT LA BLOCKCHAIN**

pour la **traçabilité** continue et temps réel des aliments, de la ferme au magasin,  
en y associant une fonction d'**audit digital** sur 100% des produits, lot par lot

Nos clients peuvent ainsi prouver la transparence de leurs produits à leurs  
consommateurs

# Lait de consommation

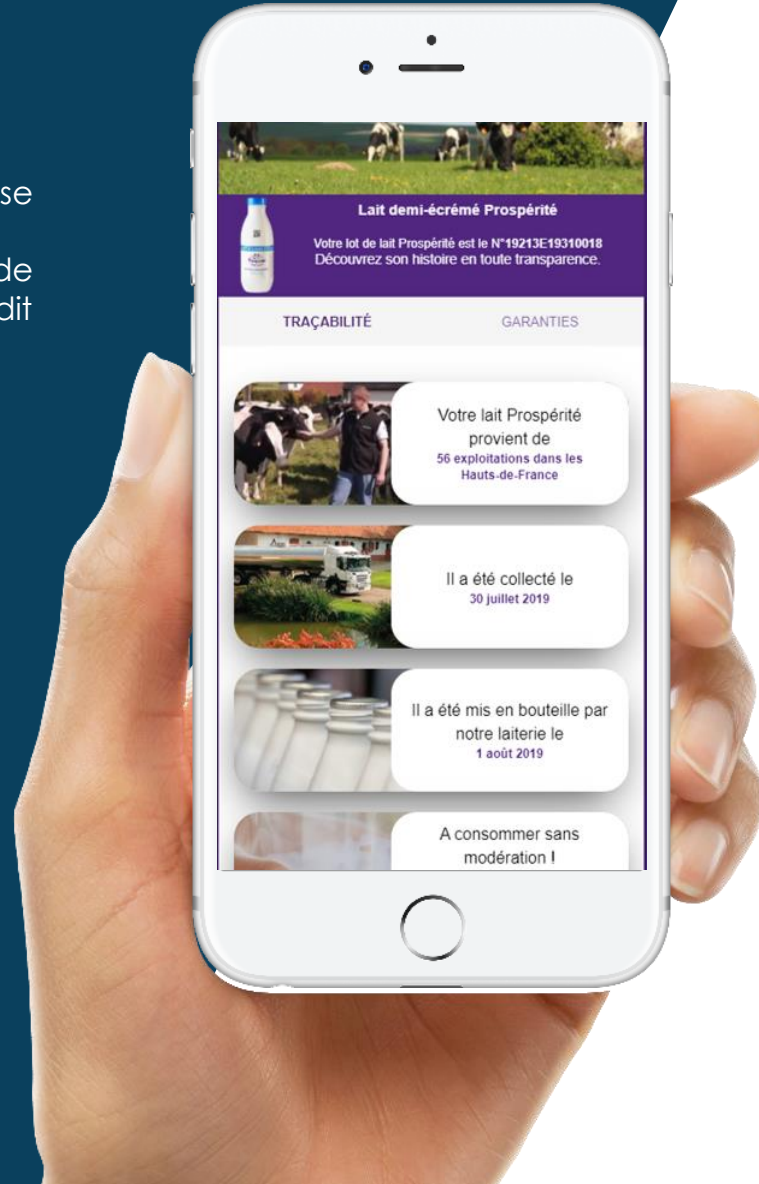
## Objectifs du client :

- Prouver les promesses de leur charte RSE
- Utiliser les nouvelles technologies pour se différencier auprès des distributeurs
- S'inscrire dans une démarche de transparence totale en ajoutant de l'audit



VIA LACTA est la démarche RSE de la Coopérative. C'est un cahier des charges aux critères exigeants que nous auditons :

- Alimentation sans OGM
- 170 jours de pâturage/ an
- 15 ares par vache



# Oeufs bio

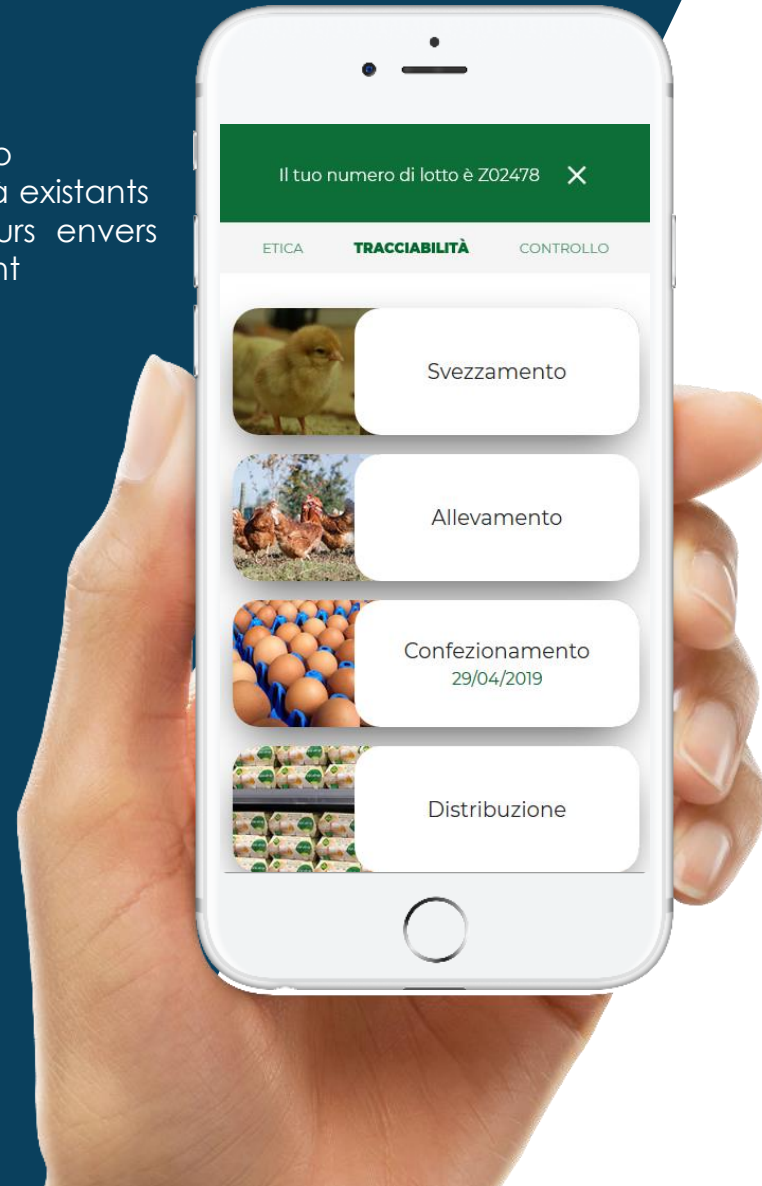
## Objectifs du client :

- Valoriser leur marque de distributeurs
- Prouver que les œufs sont réellement bio
- Renforcer les process de traçabilité déjà existants
- Tester l'appétence des consommateurs envers les dispositifs digitaux d'information client

**CON COOPCHAIN  
HAI LA FILIERA NEL  
TUO SMARTPHONE.**

Scopri il nuovo progetto di Coop, che utilizza l'innovativa tecnologia blockchain per tracciare la filiera delle uova vivi verde Coop, in modo trasparente e certo.

**LA coop SEI TU.**



Lors du scan, le consommateur est invité à rentrer un numéro de lot.

**Par exemple : Z02478**



# Lait de consommation

## Objectifs du client :

- Lancer une nouvelle marque porteuse de valeurs : un lait 100% vendéen qui soit rémunérateur pour les éleveurs.
- Utiliser les nouvelles technologies pour se différencier auprès des consommateurs
- S'inscrire dans une démarche de transparence poussée

## Réalisation :

- Flux de collecte du lait et d'embouteillage enregistrés sur la Blockchain en temps réel
- QR code imprimé sur les bouteilles pour découvrir la traçabilité



Le QR code se trouve au dos de l'étiquette du produit.

Lors du scan, le consommateur est invité à rentrer un numéro de lot.

**Par exemple : 18 200**

**Lancement grand public : 1<sup>er</sup> Juillet 2018**

# Magret de canard

## Objectifs du client :

- Valoriser la marque Delmond l'Originel
- Prouver que les canards sont réellement élevés dans le Périgord
- Renforcer les process de traçabilité déjà existants
- Utiliser la technologie Blockchain sur une première filière pour identifier les opportunités sur le reste du groupe



Delmond commercialise des magrets de canards IGP Périgord.

Nous auditons 2 critères de cahier des charges :

- Alimentation sans OGM
- Origine IGP Périgord



**LANCEMENT SUR LE SALON DE L'AGRICULTURE 2020**

## 4 BÉNÉFICES PRINCIPAUX

Se démarquer des concurrents en apportant aux consommateurs une **traçabilité et un audit de qualité** déjà enregistrés sur la blockchain.

Être alerté en temps réel si des produits ne respectent pas leur cahier des charges. **Améliorer la qualité, évitez le gaspillage.**



Valoriser vos marques, prouver vos promesses aux consommateurs. **Positionner-vous en entreprise innovante et transparente.**

Savoir à tout moment où se trouvent vos produits sur la chaîne de production. **Rappeler facilement un lot.**

# COMMENT TRACER ET AUDITER UN PRODUIT?

#1

## COLLECTER

les données auprès de chaque acteur de la filière en s'appuyant sur les systèmes d'informations existants, des objets connectés ou des interfaces de saisie

#2

## AUDITER DIGITALEMENT

En continu et en temps réel des critères du cahier des charges du produit en vérifiant la conformité de chacune des transactions ou actions de transformation

#3

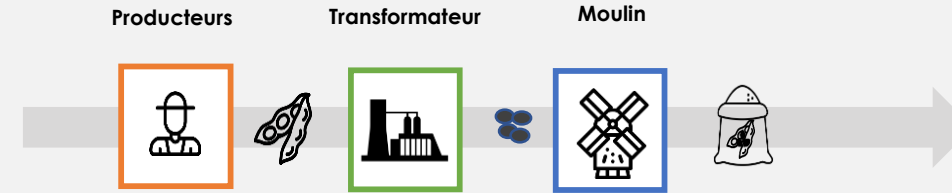
## ENREGISTRER

Les données vérifiées de façon ultra-sécurisée grâce à la Blockchain, le tiers de confiance garantissant des données inaltérables

#4

## RESTITUER

Les données vérifiées avec son écosystème : équipes internes, consommateurs, blockchains et systèmes tierces



Algorithmes mathématiques pour auditer les données

- Ex. de critères :
- ✓ Origine
  - ✓ Label rouge
  - ✓ Bio



Blockchain Hyperledger : blockchain privée à permission permettant de **maîtriser la confidentialité des données**



Tableaux de bord pour les équipes internes



Webapp B2C (si nécessaire)



Interopérabilité de la Blockchain **12**

# CONNECTING € FOOD

## FOOD TRANSPARENCY BLOCKCHAIN

---



Maxine Roper

[maxine.roper@connecting-food.com](mailto:maxine.roper@connecting-food.com)

+33 6 42 20 62 05



Stefano Volpi

[stefano.volpi@connecting-food.com](mailto:stefano.volpi@connecting-food.com)

+33 6 30 49 68 24