

La start-up La Popote Compagnie a utilisé la plate-forme de co-création de l'appli de notation ScanUp pour développer ses recettes de sauces culinaires. Avec succès.

## LA POPOTE COMPAGNIE REVISITE LES LÉGUMES AVEC SCANUP

**COMMUNAUTÉ** « C'est dans nos gènes ! Nous voulons proposer une composition et un goût irréprochables », affirme Sabine Montabroud, responsable marketing de La Popote Compagnie. Créée en avril 2017 par Selma Lazreq, cette jeune société lyonnaise remet les légumes au centre de l'assiette en les rendant attractifs grâce à des recettes originales et des exigences strictes : des légumes bio, des viandes labellisées, un Nutri-Score A ou B, l'absence totale d'additifs, des notes Excellent sur Yuka et des médailles d'or sur ScanUp (Siga).

C'est avec cette appli que la start-up a décidé d'innover en misant sur la co-création. « Après notre première gamme de boulettes, nuggets

et saucisses à poêler, nous voulions lancer une gamme de sauces. Mais nous avons besoin de verrouiller le concept et de tester les qualités organoleptiques (goût, couleur, texture) », indique Sabine Montabroud.

### VERROUILLER UN CONCEPT

Lors du dernier salon MADE, la nouvelle gamme était proposée à la dégustation puis testée en direct via un questionnaire mis en place sur la plate-forme de co-création de l'appli. Résultat, le positionnement a été modifié. « Nous étions partis sur des ketchups sains. Mais nous nous sommes rendu compte que les deux termes étaient antagonistes dans



Les sauces culinaires de La Popote Compagnie se veulent irréprochables : Nutri-Score A, note Excellent sur Yuka et médaille d'Or sur ScanUp (Siga).

l'esprit des consommateurs. D'où le repositionnement sur le segment des sauces culinaires », relate-t-elle. Les trois recettes dont la fabrication est pour l'instant sous-traitée sont à base de tomate pour la principale et de betterave et butternut pour les deux autres.

La gamme est en test dans 50 magasins Franprix et lancée dans 66 magasins Auchan en octobre. Le prochain lancement passera à

nouveau par la plate-forme. « Cela permet de verrouiller un concept, mais aussi d'être suivi par une communauté et de l'impliquer », commente la responsable marketing, qui prévoit de faire vivre le processus à partir de vidéos en ligne sur l'appli de façon à suivre le projet de A à Z. La plate-forme a déjà été testée par Franprix, Biocoop, Michel et Augustin, ABCD Nutrition ou encore André Bazin. **Pierre Christen**