Popee, le papier toilette qui prend autant soin de la planète que de vos fesses

Popee, créé au printemps 2019, est un papier toilette 100% recyclé, sans chlore et Made in France. Audrey Destang, la fondatrice, souhaite faciliter l'adoption de gestes éco-responsables dans le quotidien des Français.

Temps de lecture : minute

---

19 janvier 2022

Mise à jour d'un article initialement publié le 28 septembre 2019

Chaque jour, des dizaines de milliers d'arbres, souvent issus des forêts scandinaves ou d'Amérique Latine, sont coupés pour fabriquer des rouleaux de papier toilette... qui ne serviront qu'une seule fois. Un constat désolant pour Audrey Destang, qui l'a poussée à développer Popee. À l'inverse des produits proposés sur le marché qui mettent en avant la couleur, leur parfum ou leur épaisseur, la marque française lancée en 2019 a fait le pari de l'écologie en créant un papier toilette éco-responsable, 100% recyclé, sans chlore, made in France et même Normandie et dont l'emballage est entièrement recyclable. Il y a deux ans, à l'occasion d'une campagne de financement participatif, la CEO de la jeune pousse avait trouvé un slogan qui ancrait sa promesse dans les esprits : "*petit coin, gros impact : respectez vos fesses et la planète*".

Donner une seconde vie aux corbeilles de

bureau

Livré dans un emballage carton recyclable, le papier hygiénique Popee se compose, en partie, des papiers de corbeilles de bureaux d'entreprises. Son but ? Respecter la forêt et dynamiser l'industrie française. Une tonne de papier recyclé permettrait de sauver 17 arbres, souligne la société sur son site. Popee souhaite également faciliter l'adoption de gestes éco-responsables en proposant un emballage cinq fois plus fin que les plastiques traditionnels de nos papiers toilettes classiques.

De plus, la startup fait appel à des fournisseurs français, notamment bretons et normands. Bref, avec ce projet, Popee porte une ambition : devenir le leader des papiers à usage unique avec le papier toilette, l'essuie-tout et les mouchoirs - trois produits déjà disponibles sur son site.

À lire aussi
3 startups écoresponsables récompensées lors du 14e Grand Prix Commerce d'Unibail-Rodamco-Westfield

Pour se lancer et se faire connaître, la société a lancé une campagne de financement participatif sur Ulule en 2019. Immense succès. En quelques

semaines, plus de 4 500 précommandes sont effectuées contre 150 espérées initialement, soit un taux de réussite de plus de 3 000% qui s'est ensuite traduit par des abonnements. En janvier 2021, Popee comptait plus de 6 000 clients dont la moitié était abonnée, selon l'Info Durable. Plus de 500 professionnels ont également recours à ce produit. Et ce, malgré un prix qui n'est pas à la portée de toutes les bourses. Comptez 16,90 euros pour 12 rouleaux de papier toilette - soit la consommation d'un couple pour un mois.

Le télétravail, frein au business

Si la jeune société connaît plutôt un début prometteur, la pandémie l'a également touchée et la touche encore. Audrey Destang et ses équipes doivent faire face à deux difficultés : la crise du papier qui engendre une hausse des prix. Certains industriels n'ont pas hésité à se tourner vers le papier recyclé pour tenter de résoudre le problème, faisant également monter le cours de ce dernier. Et le télétravail qui réduit la fréquentation des bureaux et donc le remplissage des corbeilles à papier, matière première pour Popee.

Note de la rédaction : Les fondateurs de Maddyness sont actionnaires de Popee.

Article écrit par Maud Petitgars