

Sous embargo jusqu'au 10/09/2024

## Trust-Place lève 4 millions d'euros pour garantir la traçabilité et révolutionner l'expérience client post-achat

Trust-Place, jeune entreprise marseillaise pionnière en matière de certification numérique et d'expérience client post-achat, annonce la clôture de sa première levée de fonds de 4 millions d'euros. Cet investissement permettra l'accélération du développement et de la croissance de la première plateforme garantissant l'authenticité et la propriété des produits, tout en générant une relation et un engagement client post-achat unique.

Trust-Place, c'est tout d'abord l'histoire de Gaëlle Delore et Didier Mattalia, les deux cofondateurs. Depuis plus de 15 ans, ils travaillent à l'authentification et à la traçabilité des articles de Luxe par Radiofréquence (RFID), notamment grâce à la technologie NFC. En déployant des plateformes IoT au sein des plus grandes Maisons françaises et européennes, ils ont également changé le paradigme de la collecte et de l'analyse des données tout au long de la partie amont du circuit de distribution, créant ainsi de nouveaux services pour les marques.

Tous deux ont anticipé les évolutions de comportement, de communication et d'habitude d'achats des consommateurs, notamment l'éco-responsabilité, pour créer Trust-Place et en faire l'outil de référence de la traçabilité de la donnée post-achat.

### **Pour Trust-Place, l'achat n'est pas une fin, mais le début d'une relation durable.**

En à peine 4 ans, Trust-Place s'est rapidement imposé comme un acteur incontournable de la traçabilité post-achat, gagnant la confiance de clients prestigieux comme Chloé, Isabel Marant ou Giambattista Valli, rapidement suivis par d'autres grandes Maisons de luxe et ultra-luxe françaises et italiennes. Très vite, des leaders d'autres secteurs comme Ligne Roset, Monnaie de Paris, Plume ou Nomads Surfing ont également choisi d'adopter la solution Trust-Place.

En effet, le point commun à tous ces univers est que l'achat n'est pas une fin en soi, mais le début d'une aventure extraordinaire. La plateforme Trust-Place réinvente l'expérience post-achat pour créer un lien indéfectible entre les marques et leurs clients, de plus en plus exigeants. Au cœur de cette innovation se trouve un passeport digital unique et innovant, associant les produits avec leurs propriétaires. Pour les marques, cette technologie offre une garantie de conformité environnementale, une connaissance accrue de toutes les données post-achat (clients, produits, usage) et une porte ouverte vers une toute nouvelle relation client enrichie. Pour les clients, le passeport digital Trust-Place de l'article offre une traçabilité totale et peut être transmis de manière dématérialisée et infalsifiable sur le marché de l'occasion. Trust-Place redonne ainsi confiance aux acquéreurs, tout en permettant à la marque de transmettre à tous ses clients - y compris ceux qu'elle ne connaissait pas - la passion autour de son produit, de ses valeurs, ainsi que de nouveaux services personnalisés et exclusifs.

« Trust-Place se distingue par sa maîtrise inégalée de la connaissance client, en particulier dans le domaine crucial du post-achat. Cette expertise unique nous permet de comprendre et d'influencer le parcours client bien au-delà de la simple transaction », explique Gaëlle Delore, CEO de Trust-Place. « Contrairement au pré-achat, qui se concentre sur l'attraction et la conversion, le post-achat est le terrain fertile où se construisent la fidélité et la valeur à long terme. C'est dans ces moments que le client évalue réellement son expérience, forme ses opinions durables et décide de son engagement futur avec la marque. Nous possédons l'expertise de capturer et d'analyser chaque nuance de cette phase critique. Nous décodons les comportements d'utilisation, les niveaux de satisfaction et même les émotions non exprimées des clients après leur achat. Cette compréhension approfondie nous permet d'accompagner nos clients dans l'anticipation des besoins, la prévention des désenchantements pour transformer chaque interaction en une opportunité de renforcer la relation. »

## Trust-Place, une levée de fond pour une croissance maîtrisée.

Le tour de table, mené par RSI (Région Sud Investissement) en collaboration avec Smalt Capital, Caap Création, filiale de Capital Innovation du Crédit Agricole Alpes Provence, WinEquity, Netangels, et le fonds New-Yorkais Reflexive Capital. L'opération a été complétée par des Business Angels (INSEAD BA, Femmes Business Angels, Sophia BA, Rise BA).

« Trust-Place s'inscrit dans un secteur d'avenir qui se digitalise fortement, en liant les produits avec leurs propriétaires. Région Sud Investissement suit ce marché depuis longtemps, a longtemps benchmarké des entreprises et a finalement décidé d'investir dans Trust-Place. Dans ce marché en forte croissance, l'entreprise possède une équipe expérimentée autour de deux fondateurs solides et complémentaires, une technologie robuste qui séduit déjà de nombreux clients prestigieux, ainsi qu'une solide barrière à l'entrée qui rassure sur le potentiel de forte croissance de l'entreprise » déclare Pierre Joubert, Directeur Général de Région Sud Investissement.

« L'équipe de Trust Place est vraiment très expérimentée, et a su développer une plateforme qui répond à tous les enjeux d'avenir en termes de réglementation, de gestion des données, et de relation client post achat. WinEquity est ravie de s'être engagé auprès de Gaëlle Delore et Didier Mattalia, une équipe mixte extrêmement complémentaire et riche de dizaines d'années d'expériences en traçabilité et lutte anti-contrefaçon pour les marques » ajoute Cécile Bassot co-fondatrice de WinEquity.

« Ce financement va nous permettre de poursuivre notre mission et de fournir des solutions d'expérience uniques après l'achat » poursuit Gaëlle Delore. « Nous sommes en train d'élargir et de renforcer nos capacités technologiques, afin de nous permettre de mieux répondre aux attentes des marchés que nous ciblons, renforçant ainsi notre engagement envers la sécurité, l'innovation et la satisfaction de nos clients ».

Le capital soutiendra également les efforts continus de Trust-Place pour améliorer sa plateforme et accroître sa présence à l'international.

« Trust Place répond à un besoin crucial des marques et transforme la façon dont elles gèrent les données post-achat et l'engagement client tout en se conformant aux réglementations modernes en matière de traçabilité. Nous sommes ravis de nous associer à Gaëlle et Didier alors qu'ils s'appuient sur des collaborations fructueuses avec des marques renommées, en soutenant leur expansion sur le marché américain » ajoute Sunny Parikh, co-fondateur et Partner chez Reflexive Capital.

Trust-Place est désormais prêt à poursuivre sa trajectoire de croissance rapide, propulsée par sa capacité à répondre aux besoins changeants des marques et des consommateurs sur des marchés exigeants et toujours plus axés sur le numérique.

Pour plus d'informations sur Trust-Place, veuillez visiter [www.trust-place.com](http://www.trust-place.com).

### A propos de Trust-Place

Expert de la traçabilité post-achat, Trust-Place est le partenaire des marques qui souhaitent authentifier leurs produits, décoder les comportements, les tendances, et la satisfaction des clients tout au long de la vie de l'article.

Grâce à une plateforme SaaS de création et de gestion de passeports digitaux sécurisés, associant les produits à leurs propriétaires, les marques peuvent désormais accéder à un grand nombre de nouvelles données dans le but de maximiser leur connaissance client, comprendre l'usage après la vente, et générer de nouveaux revenus.

Trust-Place permet donc de construire une relation durable et de tisser des liens forts entre les marques et tous leurs clients, quel que soit leur canal d'acquisition, apportant ainsi une solution concrète et innovante aux problématiques de confiance, de transparence et de fidélisation, de plus en plus prégnantes aujourd'hui.

**Contact :**

M. Elly LELLOUM  
Responsable Marketing  
Email : [elelloum@trust-place.com](mailto:elelloum@trust-place.com)  
Tel : +33 6 32 55 13 27