

Impact : la foodtech Ramdam Social s'installe partout en France

EXCLU - Après avoir trouvé leur place dans les magasins d'Ile-de-France, les produits estampillés Ramdam Social s'ouvrent les portes des supermarchés dans tout l'Hexagone grâce à une levée de fonds de 1,3 million d'euros. La startup entend également élargir sa gamme pour lutter plus encore contre la précarité.

Temps de lecture : minute

21 octobre 2024

A chaque startup sa stratégie. Quand certains lèvent des fonds pour se faire connaître du grand public, d'autres, comme Ramdam Social, minimisent leur budget communication. Avec une levée de 1,3 million d'euros, la startup bordelaise souhaite avant tout étendre son activité.

« Nous avons commencé dans 90 magasins Carrefour d'Ile-de-France et d'ici une semaine nous aurons 1 000 points de vente partout en France sous les enseignes Carrefour et Carrefour Market mais aussi Cora, Monop, Franprix, Relay, La Tournée... » détaille Julie Boureau, cofondatrice de Ramdam Social. A travers ce réseau amplifié, la startup pourra proposer plus largement ses produits reconnaissables à leur slogan : « *M'acheter, c'est faire un don* ».

De nouveaux produits pour Ramdam Social

Depuis février 2023, cette entreprise à mission s'applique à lutter contre la précarité alimentaire. Elle fabrique des encas alimentaires, dont les fonds sont destinés à financer une association ou un repas. « Une

personne sur trois ne peut pas se nourrir correctement. En face, 67 % des Français veulent lutter contre la précarité mais ne le font pas par manque de temps ou d'information. Nous avons donc décidé d'utiliser leurs courses en supermarché pour qu'ils le fassent. » Ramdam Social s'est associé à des producteurs français pour commercialiser six produits sous son nom. Des chips, des biscuits apéritifs et des cookies deviennent ainsi des achats solidaires sans coûter plus cher. *« Un paquet de chips cofinance une soupe ou une boisson chaude distribuée par le Samu à une personne à la rue. Nous prenons le don à notre charge pour que ni le producteur, ni le distributeur ni le consommateur ne le supporte. »*

Avec cette levée de fonds, la jeune pousse prévoit de lancer neuf nouveaux produits, tous fabriqués en France. *« Nous voulons agir contre toutes les précarités ; alimentaires mais aussi hygiéniques, menstruelles, numériques... »* Si pour l'instant la startup reverse 7 à 10 % du chiffre d'affaires d'un produit à des associations, elle espère devenir rentable pour faire perdurer son activité. *« Le modèle doit changer pour intégrer le capital social dans l'équation du business car sinon on est vite limité. »*

Une communication au plus près des consommateurs

La stratégie de Ramdam Social consiste à faire un maximum d'économies pour réemployer les fonds ailleurs. *« On s'appuie sur des produits qui ont fait leur preuve et des producteurs qui ont un savoir-faire pour ne pas apporter de complexité sur les lignes de production et ne pas engager de budget en R&D. »* En parallèle, la startup limite ses actions de communication et marketing. *« On met l'accent sur les points de vente avec une stratégie des derniers mètres. »*

Pour accompagner sa façon de faire, Ramdam Social a souhaité s'entourer d'experts par le biais de business angels. *« Nous avons voulu un projet collaboratif avec un ancien de Médecins sans frontière, d'autres*

de Danone et Redbull mais aussi de chez Deezer pour un soutien sur le volet communication. Des PME nous ont aussi rejoint. En cherchant des expertises, nous sommes peu à peu arrivés à Asterion qui nous apporte un financement et un carnet d'adresse qui s'est déjà révélé capable de débloquer des situations. ».

L'entreprise continue donc de grandir. Après avoir remporté l'étape de la région Nouvelle-Aquitaine, on la retrouvera à la grande finale du Fundtruck Maddynews, le 3 décembre prochain à Paris.



À lire aussi

Les startups qui luttent contre le gaspillage alimentaire en plein essor



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Nadege Hubert