

2017

FreeGo : Business Plan



Mia Elrakka
Cécile Treboit
Océane Garnier
Diane Vignalou
Thibault Courqueux
Gravina Soumboud
Alexis Nurdin
Théo Depierre
Fiona Macedo Barros
Nina Nikolic

- **Executive summary**

Nous développons une application et un site web permettant de distribuer de la nourriture non consommée à d'autres particuliers. Un système de don est inclus sur la plateforme, servant à entretenir l'application et à financer des projets collaboratifs.

- **Le problème identifié**

Chaque français jette en moyenne 149 kg de nourriture chaque année en France. Aucune solution convenable n'a été développée pour l'instant alors que le monde digital soulève d'immenses potentialités. Des individus gèrent mal leurs achats alimentaires, des individus ont du mal à boucler leurs fins de mois: il existe une opportunité sur ce créneau.

- **Notre solution**

Pour répondre à ce problème, nous souhaitons développer une application mobile (android et ios) ainsi qu'un site internet servant de plate-forme pour l'échange volontaire de denrées alimentaires qui servira également à financer des projets collaboratifs via des dons volontaires. C'est une plateforme à but non lucratif visant à diminuer le gaspillage, créer du lien social et soutenir des projets d'utilité publique.

- **Proposition de valeur**

Jusqu'à aujourd'hui l'échange de denrées alimentaires est un processus laborieux et rigide, géré par de grandes organisations qui souffrent de déficits organisationnels forts. Notre proposition de valeur est assez simple: supprimer le middleman -le tiers de confiance- pour permettre un échange directement de particulier à particulier, fluide, simple et efficace. Toutefois, le site propose un système de notations des donateurs pour assurer une plus grande confiance dans l'échange de nourriture, un produit sensible.

- **Objectifs**

Sur une fenêtre de trois ans (36 mois), l'objectif de l'application est d'atteindre le break even point, en d'autres termes être soutenable financièrement. Partant du principe que les coûts de maintenance de la plate-forme sont faibles, le système de dons permettra d'assurer la pérennité de notre solution. (cf. fiche excel) L'objectif à plus long terme (>36 mois) est de parvenir à représenter un véritable moteur de financement de projets collaboratifs de par l'utilisation démocratisée de l'application et de son système de financement interne. C'est l'objectif assumé de la solution : limiter le gaspillage alimentaire tout en finançant des projets collaboratifs.

- **Statut légal de l'organisation**

De par son aspect éminemment non lucratif (objectif de financement maximal de projets collaboratifs) l'organisation est déclarée sous la loi 1901 et dispose donc d'un statut associatif.

- **Organisation**

de l'équipe 29 Équipe restreinte d'employés divisée en deux catégories principalement:
-Développement informatique: création et maintenance de l'application et du site internet
-Business Development: Le succès de la plateforme dépend de son utilisation massive. Par conséquent une équipe doit être entièrement dédiée à l'acquisition de nouveaux utilisateurs et au développement dans différentes villes de France.

- **Marché**

Le marché que nous visons est large et dépend avant tout de notre capacité à communiquer sur l'existence de notre plate-forme. Il vise principalement des personnes connectées à un niveau très local (confiance et logistique obligeant). Les ménages nombreux sont les plus susceptibles d'avoir des surplus de nourriture alors que les personnes seules sont plus susceptibles d'être flexible sur leurs courses, et donc de profiter des dons. Toutefois, tous les ménages sont potentiellement ciblés et intéressés par cette initiative. Nous ciblons ainsi une frange de la société qui revendique son engagement citoyen et est intéressée par les projets de solidarité locale.

- **Concurrence sur notre secteur**

Nos principaux concurrents ciblent des marchés plus larges. La plateforme de vente en ligne Leboncoin est notre principal concurrent, même si la part d'alimentaire est résiduelle et que le don y est à peu de choses près absent. Nos concurrents sont axés sur une logique lucrative qui n'est pas la nôtre, ce qui nous donne une popularité plus grande sur certains segments de marché. Les sites de partage entre voisins du type sharevoisins.fr représentent une menace forte également. Même si leur taux d'adoption est plus faible, et que ces sites se limitent pour l'instant à du prêt d'objets matériels et de services, ils représentent un véritable challenge pour le développement de notre projet.

- **Customer acquisition strategy (CAS)**

Nous nous basons sur trois axes de développement marketing: Le bouche à oreille : les communautés associatives sont bien organisées et structurées, les initiatives de ce type se répandent assez rapidement au sein d'un milieu généralement très connecté.

- Partenariat avec Marmiton
- Les réseaux sociaux
- Évènements ponctuels de type course solidaire

- **Plan financier**

- Stratégie de monétisation

Le site et l'application auront deux sources principales de financement. Nous allons créer un chatbot en partenariat avec Marmiton, qui enverra des recettes marmiton en accord avec les aliments échangés, afin de conseiller les utilisateurs au mieux et les encourager au don. Par ce biais, Marmiton nous versera des fonds proportionnels car nous augmentons leur visibilité. La seconde source est un système mixte de don qui évoluera au fil du temps: les dons sur le site seront orientés dans un premier temps sur une base 50% pour la maintenance du site et 50% pour des projets collaboratifs, puis dans un second temps ce ratio s'orientera sur du 25/75 en fonction de la soutenabilité financière de l'application.

- Startup costs et obtention des fonds

Coûts fixes: développement application et site internet. Nous avons besoin de 10000€ pour le développement de l'application et du site internet environ. Nous demanderons des fonds de 15000€ pour le crowdfunding, un montant à déterminer pour le partenariat avec marmiton, et les revenus potentiels rapportés par les événements locaux. Coûts variables: entretien application (frais serveurs, frais host), communication Si l'on estime que l'on réussit à capter 0,01% du gaspillage en France, et que notre financement se fait à 50% pour l'application (le reste allant aux donations associations) sur le court terme, on peut espérer capter 80000€/an. A long terme, il s'agirait de 2000000€/an. A cela s'ajoutera le pourcentage de Marmiton donné pour l'augmentation de visibilité et de bassin clients.

- Funding required

De par la nature non lucrative de l'application il est difficile de faire appel à des investisseurs privés. Nous avons donc défini que le meilleur moyen de lever des fonds pour le lancement de l'application serait réalisé grâce à deux moyens : d'une part un crowdfunding sur le site Ecobole (spécialisé dans la levée de fonds pour projets à fort impact environnemental), qui permettrait de lever des sommes conséquentes pour structurer le début du projet et concevoir un MVP, et d'autre part des événements lucratifs dans la double optique de faire connaître le projet et lever des fonds pour le mener à bien. Nous pensons ici à des événements du type cross caritatif ou tombola.

- Partenariat avec Marmiton

Après chaque échange, le receveur reçoit un lien de Marmiton lui proposant une recette correspondant aux produits reçus. Marmiton touche des revenus publicitaires pour chaque visite sur son site et peut contribuer à notre projet proportionnellement aux visiteurs qu'on leur apporte.

FINANCEMENT FREEGO

| Chiffres du gaspillage alimentaire en France | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| Gaspillage alimentaire ¹ | 16 000 000 000,00 € | | |
| Part de la consommation des ménages dans le gaspillage alimentaire ² | 33% | | |
| Gâchis alimentaire dû aux ménages et à leur consommation | 5 280 000 000,00 € | | |
| Nombre de ménages ³ | 28 000 000,00 | | |
| Gaspillage moyen par ménage | 188,57 € | | |
| Revenus potentiels de l'appli | Court terme (2 ans) | Moyen terme (5 ans) | Long terme (10 ans) |
| Part de ménages utilisant par l'appli ⁴ | 0,010% | 0,015% | 0,020% |
| Nombre de ménages utilisant l'appli | 2 800 | 4 200 | 5 600 |
| Nombre d'utilisations de Freego par an par ménage ⁵ | 10 | 15 | 20 |
| Gaspillage pouvant être évité car échangé au sein de notre appli (légumes, fruits, céréales, viande, poisson) ⁶ | 30% | 30% | 30% |
| Gaspillage évité capté | 10% | 20% | 25% |
| Valeur de la nourriture reçue en dons ⁷ | 15% | 15% | 15% |
| Part des personnes recevant de la nourriture, susceptibles de faire des dons | 50% | 50% | 50% |
| Allocation au financement de l'appli ⁸ | 75% | 50% | 25% |
| Revenus annuels finançant le fonctionnement de l'appli | 8 910 € | 26 730 € | 29 700 € |
| Revenus annuels finançant des projets environnementaux au sein de l'appli | 2 970 € | 26 730 € | 89 100 € |
| Notes et méthodologies | | | |
| ¹ Données de l'ADEME, 2016 | | | |
| ² Données de l'ADEME, 2016 | | | |
| ³ Données de l'INED, 2014 | | | |
| ⁴ Données issues d'un sondage réalisé par nos soins sur 101 personnes, avec des projections conservatrices sur le nombre de ménages acquis grâce à la communication et au nombre croissant de personnes sensibilisées au gaspillage alimentaire | | | |
| ⁵ Estimation du nombre d'utilisations par chaque ménage. Prévision d'une hausse d' utilisation due à la popularisation du concept et de l'économie collaborative | | | |

| | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| ⁶Données de l'ADEME et les conditions générales d'utilisation de Freego | | | |
| ⁷Pourcentage de la valeur donnée par les receveurs | | | |
| ⁸Pourcentage alloué au financement de l'appli et de la communication | | | |
| | | | |
| | | | |
| Partenariat avec Marmiton | Court terme (2 ans) | Moyen terme (5 ans) | Long terme (10 ans) |
| Revenus de la publicité Marmiton¹ | 35 000 000,00 € | 40 516 875,00 € | 51 710 940,53 € |
| Visiteurs annuels de Marmiton² | 72 000 000,00 | 83 349 000,00 | 106 376 791,95 |
| Revenus de Marmiton par visite³ | 0,49 € | 0,49 € | 0,49 € |
| Nombre de ménages utilisant l'appli⁴ | 2 800 | 4 200 | 5 600 |
| Nombre d'utilisations de Freego par an⁵ | 28 000 | 63 000 | 112 000 |
| Nombre de fois où nos utilisateurs cliquent sur le lien Marmiton⁶ | 60% | 60% | 60% |
| Revenus pour Marmiton découlant de notre partenariat | 8 167 € | 18 375 € | 32 667 € |
| Revenus issus de notre partenariat distribués à Freego | 4 083 € | 9 188 € | 16 333 € |
| | | | |
| Notes et méthodologies | | | |
| ¹Données issues des états financiers de auFeminin.com. Taux de croissance estimé à 5% par an sur la période | | | |
| ²Données issues des états financiers de auFeminin.com. Taux de croissance estimé à 5% par an sur la période | | | |
| ³Estimation issue des états financiers | | | |
| ⁴Données issues d'un sondage réalisé par nos soins sur 101 personnes, avec des projections conservatrices sur le nombre de ménages acquis grâce à la communication et au nombre croissant de personnes sensibilisées au gaspillage alimentaire | | | |
| ⁵Estimation du nombre d'utilisations par chaque ménage. Prévision d'une hausse d'utilisation due à la popularisation du concept et de l'économie collaborative | | | |
| ⁶Données issues d'une sondage réalisé par nos soins sur 101 personnes. | | | |