

## Concept & Démarche

Nous, c'est FreeGo, le projet de dix étudiants de SciencesPo soucieux de l'environnement. FreeGo, c'est un site, et bientôt une appli mobile, de foodsharing française. FreeGo, c'est aussi et surtout une plateforme d'économie collaborative de lutte contre le gaspillage alimentaire. Notre idée ? Permettre aux gens de donner gratuitement les aliments de leur frigo (et plus généralement de leur cuisine) encore consommables, avant qu'ils ne soient perdus. Nous avons tous pris conscience, à un moment où à un autre, que nous jetions régulièrement de la nourriture, en dépit de nos convictions écologiques, en raison d'un oubli dans le fond du frigo, d'un départ en week-end ou en vacances... L'alarmant constat du gaspillage alimentaire nous a réunis, et lorsque nous nous sommes penchés sur les chiffres, il n'y avait plus de doutes : nous devons agir ! FreeGo a ainsi été une évidence.

Les problèmes sont multiples et, par conséquent, les raisons d'agir le sont aussi ! Nous avons pris le parti de nous engager dans la lutte contre le gaspillage alimentaire car il nous semblait que nous pouvions, dans ce domaine, avoir une action immédiate et non culpabilisante. FreeGo répond à un double enjeu : la volonté de réduire les considérables pertes alimentaires des foyers français, mais également le souhait d'intégrer nos utilisateurs dans un réseau de solidarité. Dans une société où l'on ne cesse de déplorer un individualisme croissant, il nous fallait trouver un moyen de rassembler les gens au sein d'un projet qui prônerait des valeurs de partage et d'ouverture sur l'autre.

Notre propre utilisation des plateformes d'économies collaboratives, telles que Airbnb, Blablacar ou KissKissBankBank, nous a beaucoup inspiré dans la recherche et le développement de FreeGo. Nous voulions offrir tout à la fois la possibilité d'un partage et celle du rencontre, conjuguée à l'idée d'un soutien de nouveaux projets comme le nôtre. Nous est ainsi venue l'idée d'une plateforme de crowdfunding, intégrée à FreeGo, pour permettre à nos utilisateurs de découvrir et soutenir des idées innovantes et écologiques, défendant les valeurs qui nous tiennent à cœur. Cette dimension nous a également permis de penser une identité propre à FreeGo afin de ne pas reproduire des schémas déjà existants (– Nous nous sommes également confrontés, au cours de notre phase d'idéation, à cette impression que tout a déjà été fait –).

Une fois notre idée déployée et explorée, sondée, rediscutée, remodifiée à de multiples reprises, l'enjeu principal a été de rendre notre projet viable. Aussi partisane de l'économie collaborative que soit notre application, pour lui permettre d'avoir un quelconque impact, il nous fallait respecter les dures lois du business, à savoir l'obligation de rentabilité. Nous avons ainsi pensé des partenariats, d'abord avec Marmiton, puis avec les Accorderies, dans l'idée d'avoir un ancrage local plus fort. La difficulté première a donc été de toujours garder à l'esprit cet horizon de la viabilité à long terme afin de ne pas se perdre dans l'effervescence de l'idée nouvelle et innovante.

### La division du travail

Une seconde difficulté a été de se répartir les tâches pour ne pas s'égarer dans l'étape d'approfondissement de notre projet.

Trois pôles principaux ont ainsi été décidés :

- Un pôle financement, pour penser nos partenariats et le financement à court et moyen terme de FreeGo
- Un pôle marketing, pour penser le fonctionnement même de l'application
- Un pôle communication pour développer le site et l'identité de FreeGo

Ces deux derniers pôles ont finalement fusionné pour plus d'efficacité, tout en réfléchissant en étroit partenariat avec le pôle financement ; la bonne circulation des idées et la communication d'un pôle à l'autre ayant été des enjeux fondamentaux.