

PARTIE 1 : YAM, UNE SOLUTION AU GASPILLAGE ALIMENTAIRE

A) Le gaspillage alimentaire, un problème pour chaque consommateur

Le problème :

Un consommateur jette 30 kg par an d'aliments encore consommables, dont 7kg encore emballés. C'est, selon l'Ademe, 108€ par an par personne qui partent ainsi à la poubelle (Ademe 2016). Un coût qui peut donc monter à plus de 400€ par an pour une famille de quatre personnes.

Quelles sont les raisons du gaspillage alimentaire à l'échelle du consommateur ?

- Il existe tout d'abord une confusion entre DLC (Date Limite de Consommation) et DDM (Date de Durabilité Minimale). A Date Limite de Consommation, le produit ne peut plus être vendu ou consommé, car il pourrait provoquer une intoxication alimentaire. La Date de Durabilité Minimale (à consommer de préférence avant le...) signifie que le produit reste consommable, bien que les qualités gustatives et nutritionnelles du produit peuvent s'altérer.
- Un problème majeur est celui de la gestion des courses : la planification de celles-ci, et donc des repas, est une tâche chronophage.
- La gestion du réfrigérateur et des DLC des produits est aussi une composante du gaspillage alimentaire.
- Enfin, les restes sont trop peu réutilisés, par oubli ou par manque d'idées.

En plus de peser fortement sur le pouvoir d'achat des ménages, le gaspillage alimentaire à l'échelle du consommateur contribue à une surconsommation qui tend à épuiser les ressources naturelles. Mieux gérer ses achats alimentaires, c'est contribuer à lutter contre le changement climatique. Des volumes gigantesques d'eau (250km cube, trois fois le Lac Léman), et d'énormes superficies agricoles (28% des surfaces agricoles mondiales) servent à produire de la nourriture perdue ou gaspillée (FAO). Réduire le problème du portefeuille individuel pourrait donc dans le même temps contribuer à lutter contre le changement climatique.

Le consommateur a donc besoin d'aide dans sa gestion du réfrigérateur et des courses avec une plus grande simplicité d'accès aux informations clés, tout en étant informé sur la confusion entre DLC et DDM. La contrainte majeure étant la nécessité de simplicité et de rapidité d'utilisation de la solution.

B) Le projet YAM

Le concept :

Yam : Application mobile multifonction aidant le Yamer à réduire son gaspillage alimentaire, et donc à maîtriser ses courses et son budget alimentaire. Donner un nom aux utilisateurs de l'appli permet également de créer une communauté forte.

La fonction première de l'application est de recenser les aliments achetés par le consommateur ainsi que leur date de péremption, et donc informer le consommateur via des jauges, sur la durée restante de consommabilité du produit (qui est constituée de la date limite de consommation, ainsi que de la DDM et surtout d'un appel à l'appréciation de la comestibilité par le consommateur).

Fonctions annexes :

- ° Rappels sur ces dates de fin de consommation via des notifications
- ° Espace d'échange : une famille peut échanger autour de son garde-manger virtuel; on peut également échanger avec d'autres Yamers pour échanger des produits ou se partager des recettes.
- ° Espace recettes, qui permet de combiner les différents produits présents dans le garde-manger du consommateur qui ne vont bientôt plus être consommables, en une recette gourmande. Cette fonctionnalité pourrait fonctionner en "User-Generated Content", ou en partenariat avec des sites de recettes tels que Marmiton.

Comment fonctionne l'application ?

Il existe différents niveaux de faisabilité du projet.

Le plus basique : les Yamers rentrent eux même les DLC ou les DDM indiquées en photographiant ces dernières, pendant le passage en caisse ou la mise dans le garde-manger, et l'application les recense, et ajoute également des dates moyennes de consommabilité pour des produits sans DLC ou DDM : fruits et légumes, viandes, fromages etc... achetés sans emballages.

Plus développé : Un QR code sur les produits remplace les codes-barres afin de permettre plus de traçabilité des produits. C'est déjà le cas par exemple des volailles Carrefour, à travers un système de blockchain restituant à travers un QR de nombreuses données sur l'origine du produit. Le Yamer a alors uniquement à scanner les différents QR codes, et l'application recherche alors les informations sur la consommabilité du produit. Pour les produits sans emballages, la technique manuelle est encore utilisée.

Projet idéal : Les caisses des commerçants restituent sur le ticket de caisse un seul QR code, permettant d'agrèger les différentes informations sur tous les produits. Le Yamer a donc un seul geste à accomplir pour retranscrire sur l'application l'intégralité de son panier de courses.

Vision à long terme du projet : Sur le long terme, et si l'utilisation du QR code se généralise, l'application pourrait avoir d'autres fonctionnalités intéressantes. Par exemple, offrir une "carte d'identité" et des renseignements utiles sur chaque produit. Un utilisateur allergique au gluten pourrait être mis en garde par l'appli sur un produit acheté contenant du gluten. Également, il serait possible de décliner cette application à d'autres types de gaspillage comme celui des médicaments par exemple.

Au fur et à mesure de sa consommation, le Yamer enlève les produits de son garde-manger virtuel.

Yam est une solution efficace car elle permet aux Yamers de gérer facilement et pudiquement leur garde-manger, et donc leur consommation alimentaire et leurs courses. Si des applications renseignant sur les dates de péremption existent, Yam permet d'y intégrer un espace de recettes permettant de maximiser l'utilisation de ses produits, et un espace d'échange qui peut être pratique pour organiser ses courses, notamment pour les familles.

L'effet principal de Yam est de réduire le gaspillage alimentaire des consommateurs, en éduquant sur les dates de péremption, et en permettant une gestion plus efficace des courses et des repas. Nous voyons en Yam une solution concrète pour réduire au maximum ces 7 kg, par consommateur et par an, de nourriture jetée encore emballée en France.

PARTIE 2 : LA MISE EN PLACE DE L'APPLICATION YAM

L'application Yam répond donc à un réel besoin en matière de gaspillage alimentaire mais également en terme de gestion des courses pour les utilisateurs. Une bonne idée doit tout de même pouvoir être développée correctement pour se transformer en succès. Ainsi, concernant la mise en place du projet, cela se fera en plusieurs étapes énumérées ci-dessous.

A) Les différentes étapes du projet

1. Le développement de l'application sera sous-traité à un développeur spécialisé et expérimenté.

Nous développerons également une version d'essai pour pouvoir tester le produit par la suite avant le lancement de la version finale. L'analytics sera implanté dans l'application afin de comprendre l'utilisation de Yam par les utilisateurs. Cela permettra d'améliorer l'expérience utilisateur.

2. Pour le plan de financement, plusieurs solutions sont envisagées.

Tout d'abord, l'utilisation du **crowdfunding** via des plateformes dédiées est intéressante. Les internautes pourront aider au financement du projet. Dans la mesure où notre application s'inscrit dans une démarche de protection de l'environnement, le financement

participatif pourrait bien fonctionner. C'est également un moyen de faire parler de l'application avant le lancement, de recueillir des avis et de juger de l'engouement des internautes.

Ensuite, le **sponsoring** nous permettrait d'être financé par des entreprises qui souhaiteraient utiliser Yam comme support de communication.

Enfin, nous élaborerons un dossier de demande de **subventions** afin d'en bénéficier. Ces moyens de financement nous permettront de proposer aux utilisateurs une application gratuite, ce qui séduit les consommateurs.

3. Le développement du plan marketing est également une étape important dans notre projet. En effet, énormément d'applications sont présentes sur le Google Play Store ou bien sur l'App Store. Il faut donc pouvoir sortir du lot.

Tout d'abord, nous commencerons par **découvrir et tester les applications concurrentes**. Il semble que plusieurs applications existent déjà sur le marché pour tenir au courant le consommateur concernant les dates de péremption des produits (à l'image de *Dans mon Frigo* ou bien *Check Food*). Également, l'application *Frigo Magic* propose aux consommateurs des recettes avec ce qu'ils ont dans leur frigo. Mais aucune application ne combine les deux services. C'est donc là que se trouve notre valeur ajoutée, nous offrons une complémentarité des deux services. Il faut donc que cette combinaison soit un avantage et non pas qu'elle alourdisse l'application. Celle-ci doit pouvoir offrir une facilité d'utilisation au consommateur et l'accompagner de manière ludique.

Ensuite, nous **mettrons en place une version bêta afin de tester Yam** à des échantillons de testeurs correspondant aux profils cibles. Cela permettra de déceler d'éventuels dysfonctionnements de l'application mais également d'avoir un retour sur des points que l'on pourrait améliorer et offrir une version finale optimale. Ce procédé peut aussi les amener à parler de l'application à leur entourage.

L'application doit être facilement trouvable par l'utilisateur. Pour la promouvoir avec succès, il faut être présent partout où les utilisateurs effectuent des recherches. La **combinaison des stratégies d'ASO et de SEO** est importante pour générer plus de visibilité et augmenter le nombre de téléchargement. L'ASO optimisera l'application mobile afin qu'elle soit bien positionnée dans les résultats de recherche des stores d'applications. Concernant le SEO, une personne sur quatre découvre les applications grâce au moteur de recherche. Il faut donc aussi être présent sur le Web. Ceci pourrait être via une **landing page** qui serait créée avant même le lancement de l'application. Elle expliquera comment utiliser l'application à travers une vidéo démo. Les individus pourraient également s'inscrire sur cette page et recevoir une alerte par mail lors du lancement de l'application.

Des comptes pour l'application seront également créés sur les **réseaux sociaux**.

Afin de faciliter notre visibilité, il faudra **mettre en place certaines fonctionnalités** pour fidéliser nos clients et suivre l'évolution de l'application : fonctionnalités permettant de noter et donner son avis, signaler les bugs et donner des suggestions, partager du contenu avec les Yamers mais également avec des individus qui n'ont pas l'application (des recettes par exemple), recevoir des notifications push.

Enfin, vient le **moment du lancement**. A cet instant, il vaut mieux préconiser un seul app store afin de gagner en efficacité et avoir la plus forte concentration d'utilisateurs possible. L'App store d'Apple est la plus courante.

Après le lancement, il ne faut pas oublier de récompenser les premiers utilisateurs en leur envoyant un message de remerciement, des remises. Nous investirons dans des publicités payantes les premiers jours afin d'avoir plus de visibilité. Pour cela, nous pourrons aussi pitcher le produit à des journalistes spécialisés. La configuration de Google Alerte avec le nom de l'application nous permettra de savoir qui parle de nous.

Enfin, nous resterons toujours rester dans une optique d'**amélioration et de promotion de l'application**.

B) Les risques et contraintes

Bien évidemment, il est important de prendre en compte certains risques dans le développement du projet et de les anticiper pour pouvoir mieux y faire face.

Beaucoup de développeurs s'empressent de lancer rapidement leur application au risque de devoir faire face à d'énormes dysfonctionnements. C'est pour cela que l'on a choisi de tester le produit avec une version bêta sur un petit segment de personnes. Cela crée un sentiment d'exclusivité pour l'utilisateur, ce qui nous permet de générer du buzz sur l'application et de recueillir des critiques pertinentes. Egalement, dans cette optique de limitation des risques, nous lancerons la version finale en premier lieu dans le cadre d'un "soft launch". Autrement dit, nous lancerons d'abord notre version finale sur un marché restreint avant de le déployer sur un marché plus large. Cela permettra de s'assurer du bon fonctionnement de l'appli en limitant les risques.

En terme de risques liés à la réglementation et avec le boom des applications développées sur mobile, le droit a encadré leur développement et leur utilisation. Nous devons donc nous informer des obligations imposées par la loi notamment concernant la collecte de données. Mais également lire attentivement les directives officielles de l'App Store avant de lancer l'application Yam.

Les risques liés à la concurrence sont également à prendre en compte. Au-delà de l'idée novatrice, il faut pouvoir faire face à la concurrence grandissante sur les stores. Pour cela, nous offrirons une bonne expérience utilisateur aux Yamers. Nous nous attacherons à satisfaire des critères importants, à savoir le design, l'utilité, la rapidité, la simplicité ainsi que la qualité du service. Un travail continu de mises à jour, d'amélioration du contenu et une bonne gestion des erreurs est primordial.

Enfin, une contrainte importante à soulever est que le développement de notre application à long terme dépend du développement des QR code dans les enseignes de grande distribution.

C) Organisation des ressources

_____ Concernant les coûts liés au projet, cela prendra à compte les différentes phases du développement de l'application. Autrement dit la conception, le développement, les tests et corrections ainsi que la maintenance. Une application mobile bien pensée nécessite également une bonne équipe. Il faut donc prendre en compte son extension avec notamment un designer, un développeur, mais aussi une personne chargée du marketing. Les coûts liés à la stratégie marketing ne sont pas à négliger.

Néanmoins, ces coûts seront rentabilisés grâce aux abonnements mensuels de nos clients, les distributeurs mais également les subventions que l'on aura réussi à décrocher ainsi que la vente de données.

En terme d'organisation, nous aurons donc besoin de talents notamment un designer, un marketeur et un développeur. Nous élaborerons divers partenariats. Tout d'abord avec des influenceurs, autrement dit des personnes influentes sur le marché que nous allons convaincre afin qu'ils testent l'application et en parlent. Nous créerons aussi des partenariats avec d'autres développeurs ayant développés des applications qui pourraient être complémentaires avec la nôtre. Contacter des associations pourrait être intéressant également pour faire un don des produits non utilisés, si les Yamers savent d'avance qu'ils ne consommeront pas certains produits arrivant bientôt en date d'expiration. Enfin, des partenariats seront pensés avec des plateformes comme Marmitons pour le partage de recettes, notamment au début. Par la suite, les Yamers eux même pourront partager leur recette une fois qu'ils se seront familiarisés avec l'appli.

Sources :

https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/03/06/carrefour-met-en-place-un-systeme-de-tracabilite-des-aliments_5266182_3234.html

https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/ademe_mag96-p12_gaspillage_alimentaire.pdf

<https://www.ademe.fr/particuliers-eco-citoyens/dechets/reduire-dechets/eviter-gaspillage-alimentaire>

<http://www.fao.org/news/story/fr/item/196443/icode/>