



WWW.FRESHMEUP.FR



PLATEFORME DE MISE EN RELATION
POUR LES PROFESSIONNELS CONTRE
LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE



QU'EST-CE QUE FRESH ME UP ?



Vous rêviez d'une solution pour diminuer les invendus et réduire le gaspillage alimentaire, *Fresh Me Up* l'a trouvée. Une communauté regroupant commerçants, restaurateurs et associations est en train de gagner tous les quartiers de Paris. Suivez le guide.

UN JOUR, QUELQUE PART...

À 16h30, le portable du Chef vibre. Une notification de son appli *Fresh Me Up* s'affiche sur l'écran, en provenance du compte du Commerçant : « 10 kg d'asperges à saisir ». Le visage du cuisinier s'illumine.

Il cherchait une idée pour sa carte du soir, une entrée de saison, gourmande et terrienne. Avec un sabayon à l'asperge fumée et quelques chips d'échalotes, ses habitués vont se régaler. Marché conclu, il ira chercher son colis chez le Commerçant, qui lui cèdera à prix coûtant des asperges invendues qu'il aurait dû jeter.

Des produits de qualité, moins chers, pour moins de pertes et un faible impact sur l'environnement, c'est ce que l'on appelle un cercle vertueux.

L'ANTI-GASPI DES QUARTIERS

Cette petite scène de la vie de quartier se reproduit quotidiennement grâce à *Fresh Me Up*, première plateforme 2.0 de mise en relation entre les distributeurs de denrées alimentaires et ceux qui les transforment, restaurateurs ou associations, et pourquoi pas cantines, hôpitaux ou tout pôle de restauration collective.

Le terme de réseau, créateur de lien social, aura rarement si bien porté son nom. Non seulement *Fresh Me Up* lutte contre le gaspillage, son idée fondatrice, mais il crée aussi du lien entre des professionnels qui se croisaient jusque-là dans la rue sans jamais se rencontrer, chacun ses fournisseurs, chacun sa clientèle. Une belle cagette de chanterelles à vil prix, un chariot de gâteaux de pâtissier bon marché, un plateau de pâtes molles de fromager, ou même des vases remplis de bouquets de fleuristes.

Les transactions sont aussi joyeuses qu'infinies, économiquement vertueuses pour les deux parties, et toujours porteuses d'une bonne action environnementale et sociétale.



LES PIONNIERS DE LA RIVE GAUCHE

L'expérience a débuté en décembre 2015 dans les 13^e et 14^e arrondissements de Paris. Le réseau *Fresh Me Up* est en train de s'étendre au 16^e arrondissement, mais aussi, par capillarité, aux 5^e, 6^e et 7^e. Les commerçants, restaurateurs et associations se sont inscrits pour mailler leurs quartiers.

Les mairies regardent l'expérience de près, elle permet en effet de réduire les tournées de ramassage des déchets et ainsi de faire des économies à la collectivité. La révolution du bien manger sans gâcher est en marche.

DU LIEN BIEN PENSÉ

Pour faciliter la mise en relation, les commerçants indiquent le type de produit qu'ils vendent, les restaurants définissent leur profil (bistrot, restaurant, vente à emporter), et tous précisent leur rayon d'action. Le commerçant saisit les produits qu'il a en surstock en indiquant un maximum d'informations et une photo du produit. Une fois la notification envoyée, le bénéficiaire pourra indiquer ce qui l'intéresse et débiter une conversation avec le commerçant. Ensuite, les modalités de règlement et de livraison incombent aux acteurs de terrain.

Mais *Fresh Me Up* leur fournit des outils précieux pour une bonne gestion. Une jauge permet ainsi au commerçant de savoir où il en est de son chiffre d'affaires (au-delà d'un certain plafond, il devra obtenir un agrément spécifique).

Quant aux démarches administratives, la génération automatique des formulaires Cerfa, dont le commerçant a besoin, facilite la défiscalisation en cas de don à une association.

SIMPLE COMME BONJOUR

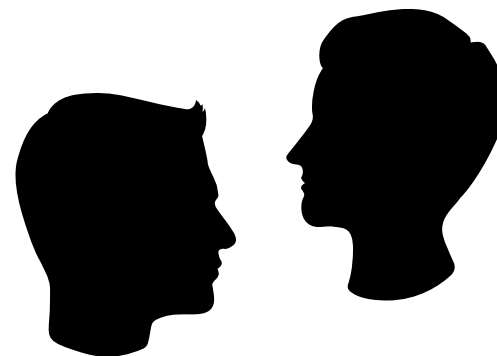


L'inscription à la plateforme est gratuite sur le site ou l'appli *Fresh Me Up*.

Elle s'accompagne de la signature d'une charte selon laquelle chacun s'engage à respecter les valeurs de *Fresh Me Up*. L'abonnement mensuel se monte à 30 € par mois pour tous, fournisseurs et acheteurs, sauf pour les associations d'aide alimentaire reconnues d'utilité publique, à qui l'on offre les frais de cotisation.

Un supplément de 10 € par mois et par famille de produits est appliqué aux commerces généralistes. En revanche, pas la moindre commission susceptible de refroidir les ardeurs. La lutte contre le gaspillage ne souffre d'aucune contrainte.

LES FONDATEURS



BENOIT JAUGEY

Né à Paris mais élevé en Bourgogne, terre de gastronomie, il est le technicien du duo. Après des études pour devenir Développeur web, il est au commencement de l'aventure *Equinoa*, agence web parisienne qui a depuis fait ses preuves. Il débute comme Développeur web puis devient rapidement Responsable de contrat de maintenance, avec une quinzaine de beaux clients, tels que la *Fondation des Hôpitaux de Paris* et *Porsche*. Puis il accède au poste de Chef de Projet. En 2014, il rejoint *ZenSoon* en tant que Directeur technique, startup spécialisée dans la réservation en ligne de soins et beauté où il travaille avec Denis Fayolle fondateur de *La Fourchette*. La jeune pousse est rachetée quelques temps plus tard par le mastodonte du secteur, *Wahanda*, pour devenir le leader européen *Treatwell*. Le voilà prêt pour le défi *Fresh Me Up* avec Thibault Merendon.

Les deux compères ont été rejoints en 2016 par Nicolas Tétard, ancien de l'enseigne Monoprix et oenologue de son état, qui s'occupe de la partie commerciale et du développement de la plateforme *Fresh Me Up*.

UNE RENCONTRE

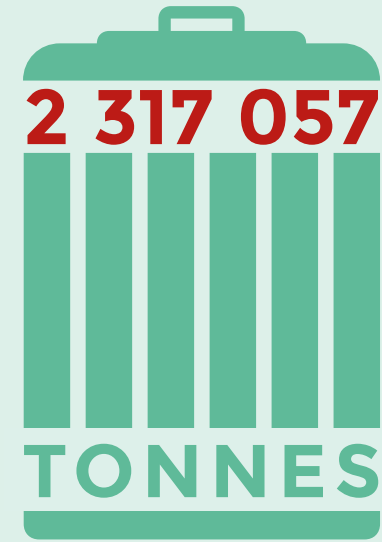
Amis depuis plusieurs années, Thibault et Benoit avaient déjà dans l'esprit de s'associer autour de concepts révolutionnaires. Il a fallu attendre le printemps 2015 pour qu'une idée éclore : *Fresh Me Up*. Puis c'est à partir de l'automne 2015 que leurs visions et valeurs se sont rejointes et ont entraîné la naissance de ce projet phare. A coup sûr, cette nouvelle plateforme inédite bousculera les habitudes de consommation et sera la révolution que l'on attendait dans de nombreux domaines.

THIBAUT MERENDON

Originaire de Paris, il a passé une bonne partie de ses vacances dans le restaurant de sa famille en Corse. Un atavisme qu'il n'a jamais renié. Après avoir créé une société d'événementiel durant ses études, *Ze People*, il intègre l'Institut Paul Bocuse, à Ecully. Durant sa formation, il participe à la création du « *Comptoir Maréchal* », bar à fromages d'Etienne Boissy, Meilleur Ouvrier de France 2004 et des frères Laurent et Hervé Mons Meilleur Ouvrier de France en 2000, dans les Halles Bocuse, à Lyon. À sa sortie, il file à New York pour le compte du Groupe Ducasse, où il oeuvre au lancement du restaurant « *Adour* ». Après un passage dans le groupe Bertrand, il est l'un des pionniers du groupe créé par Yannick Alléno. Il y est en charge du projet *Terroir Parisien*.

En 2012, il se lance dans une aventure personnelle et crée *Mozza&Co*, premier vendeur itinérant de mozzarella, qu'il revend en 2014. Mais le souvenir d'avoir dû courir tout Paris pour trouver de la roquette en plein coup de feu chez des commerçants de quartier reste gravé dans sa mémoire. *Fresh Me Up* n'était pas très loin.

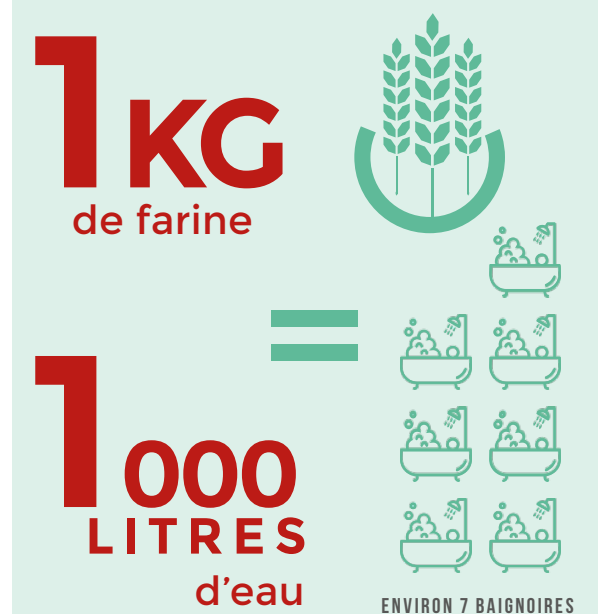
LE GASPILLAGE EN CHIFFRES



DE NOURRITURES SONT JETÉES PAR AN.



DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE PROVIENT
DES PROFESSIONNELS DE L'ALIMENTAIRE



DE LA NOURRITURE MONDIALE
EST JETÉE



CONTACT PRESSE

Agence Melchior

23, rue Chevert – 75007 Paris

Clémentine Bousquet

06 45 60 92 07

clementine@agencemelchior.com

Marine Mercier

01 45 51 22 40

marine@agencemelchior.com

WWW.FRESHMEUP.FR