

> IDÉES CONSO DES APPLIS SPÉCIALES CIRCUIT COURT

MEAL CANTEEN
propose aux restaurations d'entreprises, de collectivités ou d'écoles, une solution anti-gaspi. L'idée est simple : les utilisateurs réservent la veille leur menu sur l'appli, ce qui permet au chef de savoir quelle quantité préparer.

TOO GOOD TO GO
permet aux commerçants de céder leurs invendus de la journée à de petits prix. L'utilisateur a accès aux offres disponibles dans un rayon de quelques kilomètres, il réserve ses produits et va les chercher selon un créneau fixé.

15% des fruits et légumes sont écartés de la vente car abîmés, hors-calibre ou en surplus.
PEPINO, créée en 2017 à Nice, permet aux agriculteurs et distributeurs de trouver des acheteurs (particulier, restaurateurs, associations, etc.). Jusqu'à 50% de réduction.

LA RUCHE QUI DIT OUI !
Il s'agit d'une des nombreuses façons d'acheter directement aux producteurs locaux. L'utilisateur sélectionne fruits, légumes, pains, fromages, viandes... sur la plateforme et les retire dans un point près de chez lui. Le réseau comprend 900 ruches actives.

BEESHARY : À LA DÉCOUVERTE DES ARTISANS DE NOTRE TERROIR EN UN CLIC

Épicerie fine, gourmandises sucrées, alcool, jus de fruit mais aussi sacs, bijoux, lampes, cosmétiques, huiles essentielles... Le catalogue des artisans locaux de la plateforme Beeshary ne cesse de s'étoffer ! « On a aujourd'hui mille références de super produits et 250 artisans sur la région Provence-Alpes-Côte d'Azur », estime Houda Behidji, cofondatrice de la start-up avec Clara Baglione.

Les deux jeunes femmes, diplômées de l'école de commerce Edhec, ont lancé leur start-up en 2015 et font partie de la première promotion du Mas, l'incubateur du groupe Nice-Matin. L'idée est simple : une marketplace où les artisans locaux proposent leurs produits. Ici, pas de commission, le prix payé par l'utilisateur est reversé entièrement à l'artisan.

Et la qualité prime. « On assure un contrôle des artisans que nous référençons, explique Houda. Il faut que plus de 90 % des produits vendus par l'artisan soient produits ou transformés par ses propres soins, pas d'import de l'extérieur ! L'approvisionnement en matière première doit être fait en France, de préférence auprès de producteurs locaux. Et enfin, nos artisans doivent avoir cette envie de partager et transmettre leur savoir car ils s'engagent à réaliser des ateliers au moins douze fois par an. Certains le font une fois par mois mais d'autres sont contraints par les saisons, comme les vendanges dans un vignoble. En revanche, c'est à eux de décider s'ils veulent faire payer ces événements ou non. »

AUX PETITS SOINS

Derrière l'écran, Houda et Clara assurent un service client irréprochable. A chaque commande passée par l'un des 35 000 utilisateurs, elles contactent l'artisan pour le prévenir de la commande – « car ils

ne sont pas connectés toute la journée » – mais aussi le client – « pour s'assurer qu'il n'y a pas de problème dans sa commande et pour avoir son retour sur l'utilisation de la plateforme ». Et elles contrôlent, évidemment, que chaque commande est bien envoyée et reçue.

C'est ce lien humain privilégié qui est au cœur de l'expérience Beeshary. L'occasion de découvrir un terroir et ses richesses. Certains artisans proposent par exemple au public de visiter leurs ateliers de fabrication, de découvrir leurs élevages, de participer à une dégustation de produits, d'assister à une récolte ou des vendanges...

DES COFFRETS MADE IN TERROIR

Ce souci du client est donc logiquement au centre du développement stratégique de Beeshary. Houda et Clara se sont ainsi lancées dans la confection de coffrets à destination des comités d'entreprise. « On court les salons, on a fait Antibes et Marseille. Et ça marche bien, les entreprises sont vraiment intéressées », explique la cofondatrice.

Finis les gadgets high-tech inutiles, aujourd'hui, les gens veulent de l'authentique et de la qualité. « Aucun coffret n'est identique, on réalise une sélection sur mesure selon le budget et l'envie du client. Certains ne veulent pas d'alcool, par exemple, ou pas de porc. Un autre nous a demandé un

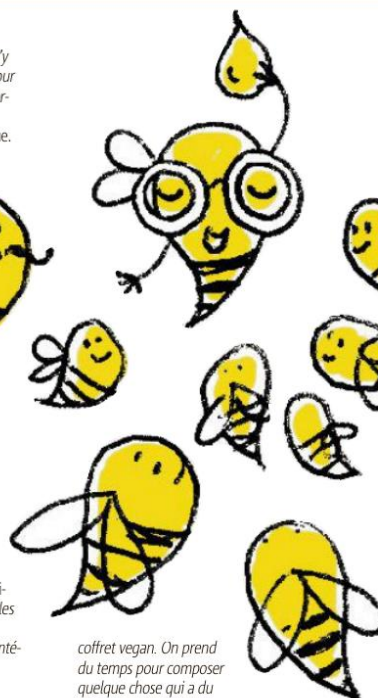
donc on propose plutôt une liqueur avec du citron de Menton ou un pâté. Et pour les enfants, on met de la guimauve artisanale réalisée à Vence ou une confiture de l'Ubaye. »

Étant donné le succès de ces coffrets – qui sont aussi demandés pour des cadeaux clients –, Houda et Clara ont d'ailleurs revu leurs projets pour 2020. « Au printemps, on va lancer notre première box sur le site. On en fera cinq dans l'année : une par

saison et une spéciale pour Noël. Cela permet aux gens de découvrir plusieurs artisans en même temps. Et cela peut faire un cadeau sympa made in terroir. »

ARTIBOUTIK AVEC LES ARTISANS DE LA CHAMBRE DES MÉTIERS

Houda et Clara s'apprennent également à voir l'aboutissement d'une belle collaboration avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA) de la région. L'an dernier, les deux jeunes femmes ont remporté un appel d'offres pour développer une interface avec la CMA. Concrètement, ses 300 artisans affiliés ont désormais la possibilité de rejoindre l'interface « Artiboutik », ce qui les « bascule » automatiquement et gratuitement sur Beeshary. « Cela a étendu notre réseau même si on doit s'assurer que tous ces artisans correspondent à nos critères. » Car l'exigence et la qualité restent la priorité pour ces jeunes femmes passionnées.



coffret vegan. On prend du temps pour composer quelque chose qui a du sens, tout en essayant de faire travailler tous nos artisans. »

Et toujours en misant sur les richesses du terroir. « Par exemple, il s'agit d'un coffret pour Noël mais les foies gras et champagnes ne sont pas faits ici