

L'application de cette startup a été déployée dans 257 Monoprix en un temps record

La startup CodaBene a récemment été rachetée par Too Good To Go, l'application anti-gaspi. Nul doute que le déploiement en 3 mois de son application de gestion des dates de péremption dans 257 Monoprix et 64 Monop' a facilité les discussions. Retour sur ce déploiement éclair.

Temps de lecture : minute

7 décembre 2022

CodaBene a développé la plateforme DLC Memo, un logiciel pour une gestion digitalisée des dates de péremption dans le but de réduire les invendus alimentaires en magasin, tout en optimisant la marge des distributeurs. Si Too Good To Go ou son concurrent Phénix ont su séduire les enseignes avec des arguments RSE - la lutte contre le gaspillage alimentaire - CodaBene a choisi de parler aux directeurs financiers en mettant en avant des gains opérationnels.

Un alignement d'intérêts

"C'est la direction financière qui s'est emparée du sujet, ce qui montre bien que les sujets de développement durable et d'excellence opérationnelle se rejoignent", explique Karine Viel, directrice développement durable de Monoprix. Cet alignement des intérêts explique sans doute la rapidité de déploiement de la solution : après un test dans un premier magasin Monoprix en 2020, puis dans quatre, DLC Memo a été implémenté dans 257 points de vente de l'enseigne l'année d'après.

"En trois mois, il a fallu former tous les collaborateurs en visio. C'était d'ailleurs la principale difficulté : déployer aussi massivement et rapidement, mais cela nous a permis de mettre en place des processus qui nous servent encore aujourd'hui", explique Margaux Cornu, la cofondatrice et directrice communication & relation clients de CodaBene. Depuis, 64 magasins Monop' alimentaires ont aussi adopté l'outil. "Nous avons mené d'autres projets pour lesquels le déploiement a été beaucoup plus lent : là, l'outil simplifie vraiment le quotidien des collaborateurs et chacun y a vu son intérêt", explique Karine Viel.

Un outil pensé pour le terrain

Pour susciter l'adoption par les collaborateurs, la startup n'a pas eu beaucoup d'efforts à faire : en moyenne, son application fait gagner une heure par jour à chaque employé utilisateur de l'outil, qui n'ont plus besoin de vérifier tous les produits en rayon pour traquer les dates de péremption proches. L'application les oriente en effet directement vers les produits concernés, avant de leur proposer la meilleure solution pour les sauver de la poubelle : offre de réduction, don à une association ou intégration à un panier anti-gaspi Too Good ToGo ou Phénix.

"Notre solution a été pensée par le terrain, pour le terrain. L'un de nos cofondateurs, Laurent Bacot, a commencé sa carrière en tant que chef de rayon chez Auchan", souligne Margaux Cornu, qui explique que les algorithmes de recommandation prennent en compte un maximum de contraintes de chaque magasin afin d'identifier la solution la plus adaptée pour chaque produit.

Un rapprochement des acteurs

Depuis début 2021, Monoprix estime avoir ainsi sauvé 13 millions de produits de la poubelle, soit l'équivalent de 5.200 tonnes. L'outil pourrait ensuite être déployé dans les autres enseignes du Groupe Monoprix,

comme Naturalia - qui compte déjà plusieurs magasins utilisateurs - alors que le rachat de CodaBene par Too Good To Go pourrait faciliter les choses. *"Le rapprochement des acteurs de l'anti-gaspi va aider à désiloter les solutions, car lorsqu'on raisonne chacun en silos, on n'optimise pas forcément les choses"*, reconnaît Karine Viel.

Celle-ci envisage d'ailleurs d'autres gains pour l'enseigne à la fois en termes de RSE et de gestion des coûts : *"demain, grâce aux outils de CodaBene, nous allons pouvoir avoir beaucoup plus de données et mettre en place de nouveaux indicateurs au niveau du magasin, par exemple pour optimiser les approvisionnements et ainsi remonter bien plus en amont sur les causes du gaspillage"*.



À lire aussi

Too good To Go part à la conquête des écoles

Article écrit par Benoit Zante