

FoodChéri, la cantine en livraison qui ne met jamais d'avocat dans ses plats

FoodChéri se donne pour mission d'offrir une alimentation savoureuse, saine et durable aux travailleurs à Paris. Que devient l'entreprise depuis son rachat par Sodexo ?

Temps de lecture : minute

7 novembre 2023

25 %. C'est la part que représente l'alimentation dans notre impact environnemental. Parce que l'avenir de la planète se joue aussi dans l'assiette, la foodtech FoodChéri tente de conjuguer livraison de repas et écoresponsabilité. Tout a commencé en 2015 lorsque Patrick Asdaghi, fondateur de la startup, crée une application de livraison à domicile de plats frais et faits maison, à Paris, qui évolue ensuite vers la livraison aux travailleurs. Rejoint en 2016 par la cheffe Caroline Vigneau, qui porte la double casquette food et RSE, il se donne pour mission de faire de FoodChéri le restaurateur le plus engagé de la Foodtech.

« *Ce n'est pas du marketing*, assure Jérôme Lemouchoux, CEO de FoodChéri depuis 2020. *Cette mission nous porte dans tout ce que nous mettons en place : à la fois la préparation des plats, le sourcing, le packaging, la livraison...* ». Rachetée par le groupe Sodexo en 2018, la société se compose aujourd'hui de deux marques : FoodChéri qui compte plus de 1.000 entreprises clientes, à Paris, Lyon et Bordeaux et Seazon, qui livre 10.000 abonnés particuliers dans toute la France.

FoodChéri affiche le Nutri-Score et l'Eco-Score de tous ses plats

Alors que le secteur de la foodtech rencontre des difficultés, ces deux pépites alterfoodistes connaissent une croissance soutenue depuis le début de l'année. En huit mois, FoodChéri a doublé le nombre de ses comptoirs animés, des espaces de restauration installés dans les entreprises, où les employés viennent chercher leur commande en click and collect.

La recette du succès ? Une fidélité sans faille à sa mission et à ses engagements. « *Nous sommes des cuisiniers avant tout, explique Jérôme Lemouchoux. Ce qui signifie que nous créons nos propres recettes et les préparons, comme à la maison, dans une grande cuisine installée à Sucy-en-Brie, à l'est de Paris. Nos produits sont sourcés, de saison, à majorité bio, labellisés et en circuit court. Nous sourçons intelligent : nous préférons parfois opter pour un produit en agriculture raisonnée plutôt que bio, afin de maintenir un prix acceptable pour les consommateurs. Aujourd'hui, près de 40 % de nos ingrédients sont bios, contre 5 %, en moyenne dans la restauration à domicile.* »

Consciente qu'une assiette moins polluante est une assiette plus végétale, FoodChéri propose depuis ses débuts une carte à 50 % végétarienne et affiche l'empreinte carbone de tous ses plats. En commandant son menu du jour sur le site, le client a accès à un grand nombre d'informations : le nombre de calories, la part de bio utilisée, le Nutri-Score et l'Éco-Score (l'empreinte environnementale du plat).

« *La personne choisit ainsi en pleine conscience son menu, sachant que 87 % de nos plats affichent un Nutri-Score A ou B et 9 plats sur 10 un Éco-Score A ou B. Pour réduire l'empreinte environnementale de nos menus, nous avons décidé d'arrêter de cuisiner le bœuf, car un plat contenant du bœuf émet 5 kg de CO₂, contre 1 kg pour un autre produit carné et 250*

grammes pour un plat végétarien. Nous avons également supprimé l'avocat de notre carte car il est très énergivore en eau, et le cabillaud, qui est une espèce en danger. »

"Accompagner la transition alimentaire sans être moralisateur"

En tant qu'entreprise à mission, FoodChéri entend également jouer un rôle de pédagogue et éveiller les consciences des consommateurs. *« Il est possible, trois fois par jour, de changer la donne et de réduire son impact environnemental, souligne Jérôme Lemouchoux. Nous voulons aider les Français dans cette démarche, les accompagner dans la transition alimentaire, sans être moralisateur. Leur montrer qu'un plat végétarien est super bon. A travers une newsletter et notre blog, nous leur expliquons notre démarche et comment leur mode de consommation a un impact très fort sur la biodiversité. »*

Dans sa feuille de route pour 2030, l'entreprise de 220 collaborateurs veut pousser cet engagement encore plus loin. Ainsi, elle ambitionne de cuisiner 50 % de produits bio ou issus d'une agriculture régénératrice, de remplacer 100 % des contenants par du réutilisable pour les livraisons en entreprise et 50 % pour les plats livrés chez les particuliers et de basculer les livraisons thermiques dans les grandes villes à 100 % de livraisons décarbonées.

Côté menus, FoodChéri travaille sur des menus hybrides comme les aiguillettes ou nuggets végétaux, et sur des burgers streetfood avec des options végétales. Une alimentation engagée, qu'elle détaille dans son livre *« Et si on mangeait mieux demain ? »* pour convertir tout le monde à l'alterfoodisme.



À lire aussi
Foodtech : où en est-on ? Focus sur un secteur chahuté



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Rozenn Gourvenec