

En bref, les actus de Foodchéri, Datafarm et Wedoogift

Chaque jour, retrouvez dans notre article EnBref les informations startup à côté desquelles il ne faut pas passer. Aujourd'hui : Foodchéri, Datafarm et Wedoogift.

Temps de lecture : minute

6 juillet 2020

Foodchéri propose aux entreprises des packagings consignés

FoodChéri avait déjà mis en place des contenants éco-responsables, la startup va plus loin en proposant aux entreprises une offre zéro déchet. Après plus d'un an de recherche et développement, FoodChéri lance la première solution de livraison de repas en entreprise avec des contenants 100% consignés, en plastique réutilisable, résistant à plus de 300 lavages. *"L'enjeu est maintenant de déployer progressivement cette solution pour nos clients B2B, et de la rendre accessible le plus vite possible pour tous nos clients B2C"* , souligne Julia Vernin, COO de FoodChéri.

Datafarm commence les travaux de ses deux premiers data-centers décarbonés

Datafarm a débuté jeudi les travaux d'installation de ses deux premiers data containers, en Bretagne et dans les Hauts-de-France. Ces deux modules de 12 racks chacun (jusqu'à 15kW/rack) sont directement connectés aux installations de méthanisation d'agriculteurs partenaires

pour garantir une alimentation 100% décarbonée, constante et directe en énergie 100% verte (2mW de puissance et plus de 10 000 tonnes de CO2 évitées par rapport à des installations traditionnelles). " *Nous réglons le plus grand problème sur le marché du data center, celui des besoins en électricité, souligne Stéphane Petibon, président de Datafarm. Nous aidons les agriculteurs à développer de nouvelles sources de revenus. Nous travaillons à accompagner d'autres agriculteurs sur d'autres territoires à s'équiper de méthaniseurs, pourquoi pas sous forme de coopérative.*"

Wedoogift lance le chèque cadeau responsable afin de soutenir la reprise économique

La startup Wedoogift lance le chèque cadeau "Wedoogift Responsable" , qui se présente comme un chèque cadeau classique mais qui ne peut être utilisé que dans des enseignes made in France et responsables, locales ou nationales. Son objectif est de relancer l'économie française à travers une consommation responsable et solidaire et soutenir les enseignes françaises en difficultés, tout en dopant le pouvoir d'achat des salariés.

Article écrit par Geraldine Russell