

ANALYSE CONCURRENTIELLE – JUSTECOBBOBOX

1. Analyse du Marché et des Acteurs

Too Good To Go (TGTG) & Phenix

- **Modèle :** Plateformes tierces de mise en relation.
- **Forces :** Très forte notoriété, base d'utilisateurs immense.
- **Faiblesses pour HyperFresh :** Prélèvement d'une commission importante (15-20 %), **perte de la donnée client** (appartenant à la plateforme) et manque de fidélisation envers l'enseigne spécifique.

Discounters (Lidl, Aldi, Carrefour Discount)

- **Modèle :** Prix bas permanents sur l'ensemble des rayons.
- **Forces :** Premier choix naturel pour les étudiants à petit budget.
- **Faiblesses :** Pas de solution digitale dédiée à l'anti-gaspillage, image RSE moins marquée que celle d'un projet "sauvetage d'invendus".

2. Tableau Comparatif des Solutions

Critères	Too Good To Go / Phenix	Discounters	JustEcoBox (JEB)
Type d'offre	App anti-gaspi multi-enseignes	Magasins bas prix généralistes	App propriétaire HyperFresh
Cible	Grand public / Familles	Clients sensibles au prix	Étudiants (18-25 ans)
Données Clients	Détenues par le tiers	Interne magasin	100 % maîtrisées par l'enseigne
Modèle Éco	Commission élevée par panier	Marges sur le volume	Réduction des pertes + Trafic
Image RSE	Partagée avec la plateforme	Peu visible	Directement liée à HyperFresh
Fidélisation	Faible (fidélité à l'app)	Basée sur le prix	Écosystème HyperFresh (Points)

3. Nos Avantages Compétitifs (La Différenciation)

1. **Solution 100 % Propriétaire** : HyperFresh garde le contrôle total de son image, de ses revenus et surtout de la relation directe avec ses clients.
2. **Ciblage Génération Z** : Une interface mobile-first, une communication sur les campus (BDE) et des paniers adaptés aux besoins nutritionnels des étudiants.
3. **Optimisation par l'IA** : Contrairement aux concurrents, notre IA prédit les stocks pour anticiper la création des box, maximisant ainsi le taux de revente des produits frais.
4. **Rentabilité (ROI)** : En transformant les pertes sèches (2 tonnes/mois) en opportunités de vente, le projet devient rentable dès le 18ème mois.

4. Gestion des Risques

Risque Identifié	Stratégie de Réponse
Inertie des utilisateurs	Lancement d'un pilote sur 10 magasins avec des offres de bienvenue agressives.
Adoption par les étudiants	Partenariats directs avec les BDE et ambassadeurs campus pour créer une communauté.
Complexité logistique	Automatisation des flux d'inventaire via l'algorithme JEB pour limiter le travail du personnel.

Conclusion

JustEcoBox ne se contente pas de vendre des invendus : elle crée une **habitude de consommation durable** chez les futurs clients fidèles de l'enseigne, tout en réglant un problème financier et éthique majeur pour HyperFresh.