

BUSINESS MODEL CANVAS

Partenaires Stratégiques

Fournisseurs clés :

- Fournisseurs tech : hébergeur cloud, prestataire de paiement en ligne, solution de notifications.
- Éventuels prestataires marketing (création de contenus, influenceurs).

Partenaires commerciaux :

- Marques alimentaires présentes chez HyperFresh pouvant sponsoriser certains paniers ou campagnes spéciales "marque x anti-gaspi".

Plateformes, distributeurs, sous-traitants :

- Prestataires de paiement, services de notifications, éventuels partenaires IA / data pour optimiser les stocks et les prix.
- Agences de communication ou influenceurs spécialisés "étudiants / éco-responsable".

Alliances stratégiques :

- Réseau HyperFresh (magasins, siège) comme partenaire et premier client.
- Partenariats avec universités, BDE, résidences étudiantes, associations anti-gaspi.

Activités clés

Production, communication :

- Gestion du catalogue d'inventus (création de paniers, tarifs, règles de composition) et mise à jour quotidienne.
- Communication et campagnes marketing (lancements locaux, opérations spéciales étudiants, mise en avant RSE).

Vente, gestion :

- Pilotage des ventes de paniers, suivi des taux de remplissage, gestion des créneaux de retrait.
- Analyse des données (paniers vendus, réduction du gaspillage, trafic étudiant en magasin) pour améliorer l'offre.

Ressources clés

Outils, compétences :

- Équipe produit / tech pour la plateforme (app, API, back-office).
- Compétences data pour suivre les inventus, les paniers et les KPIs (TAM/SAM/SOM, ROI, LTV).
- Compétences marketing étudiant (social media, partenariats campus).

Financement, équipe :

- Investissement initial estimé autour de 300k€ pour développer le MVP et déployer 10 magasins pilotes.
- Équipe projet inter-fonctionnelle : Product Owner, Business Analyst, UX/UI, Tech Lead, Marketing/Communication.

Proposition de valeurs

Produit innovant ou utile :

- Application JustEcoBox permettant de réserver des paniers anti-gaspi issus des inventus encore consommables, à prix réduits, avec retrait simple en magasin.

Gain de temps ou d'argent :

- Étudiants : repas complets à prix très réduit, sans passer du temps à chasser les promos.
- Magasins : réduction des pertes financières liées aux inventus, processus de revente simplifié.

Design, expérience, accessibilité :

- App mobile pensée pour la génération Z, interface simple, parcours de réservation en quelques clics, communication claire sur les économies et l'impact écologique.

Valeurs fortes :

- Lutte concrète contre le gaspillage alimentaire, amélioration de l'accès à une alimentation correcte pour les étudiants, renforcement de l'image RSE d'HyperFresh.

Relation clients

Service client, crm, automatisation :

- Support in-app (FAQ, chatbot simple, contact).
- CRM pour suivre l'usage, envoyer des notifications personnalisées (rappel paniers, niveaux de fidélité, impact CO₂ évité).

Réseaux sociaux... :

- Contenus vidéos courts, témoignages étudiants, challenges anti-gaspi, codes parrainage.

Canaux de distribution

Site web, réseaux sociaux, marketplaces, magasins, événements.:

- App mobile / web JustEcoBox (canal principal).
- Communication en magasin HyperFresh (affichages, PLV, tickets de caisse, QR codes).
- Réseaux sociaux : Instagram, TikTok, campagnes ciblées étudiants.
- Partenariats avec campus, BDE, associations étudiantes, événements de rentrée.

Segments clients

Un ou plusieurs types de clients :

- B2C : étudiants utilisateurs de l'app pour réserver des paniers.
- B2B : hypermarchés HyperFresh qui intègrent la solution pour valoriser leurs inventus.

Grand public, niche, entreprises, jeunes :

- Niche "jeunes" : étudiants et jeunes actifs à petit budget.

Personae cibles :

- Étudiants 18-25 ans, budget alimentaire serré, sensibles au prix et à l'écologie.
- Responsables / directions de magasins HyperFresh (pilotage rentabilité, gaspillage, image RSE).

Structure de coûts

Matériel / production:

- Coûts d'infrastructure technique (serveurs, stockage, sécurité, sauvegardes) et éventuels équipements en magasin (tablettes, scanners pour les retraits).

Prestataires / salaires:

- Salaires de l'équipe projet (produit, tech, data, marketing) et prestataires externes (design, vidéo, communication).

Marketing / pub:

- Budget réseaux sociaux, partenariats campus, supports physiques en magasin, influenceurs.

Plateformes / abonnements:

- Outils SaaS (CRM, tracking analytics, outils de campagne marketing, outils de prototypage).

Sources de revenus

Vente directe de produits ou services:

- Pour HyperFresh : revenus issus de la vente de paniers anti-gaspi (recettes sur des produits qui auraient été perdus).

Abonnements:

- Possibles offres B2B "pro" à terme : accès à des dashboards avancés, modules d'optimisation des stocks et de pricing.

Commissions ou affiliations:

- Commission fixe ou variable payée par les magasins sur chaque panier vendu via JustEcoBox.

Prestations personnalisées:

- Accompagnement personnalisé de certains magasins ou d'autres enseignes (déploiement, formation, consulting anti-gaspi).