

Shop Ethically

Vous permet de soutenir les entreprises que vous jugez responsables.

Dans le monde actuel, de plus en plus de personnes cherchent à consommer de manière éthique, mais ont encore du mal à le faire en raison de l'opacité des liens et des relations entre les entreprises/marques, ainsi que de leurs actions réelles.

Nous résolvons ce problème en centralisant les informations disponibles sur les marques et entreprises agro-alimentaires.

Félix Saint-Jore

Laurent Guiddir

2. Sommaire

1. Situation et problème
2. Solution et proposition de valeur
3. Fonctionnalités et écrans
4. CR : acquisition et rétention
5. Market study: utilisateurs/clients
6. Market study: compétiteurs
7. Analyse détaillée du comportement utilisateur par rapport au problème
8. Problème utilisateur et application : conclusion et décision concernant la suite du projet

3. Situation and problem

Situation/User :

- Bob, un consommateur sensible aux faits de société, doit faire ses courses une fois par semaine. Il souhaite soutenir certaines entreprises responsables et éviter d'autres entreprises et marques ayant des actions peu éthiques ou dangereuses et dont il est parfois difficile de retracer les actions et les relations.

L'objectif est de permettre à des consommateurs engagés et responsables, de s'informer et de consommer de manière responsable (qui soutiennent des causes et qui souhaitent adapter leur consommation en fonction).

Problème :

- Bob n'a pas forcément connaissance de toutes les filiales / marques / scandales liés à ces entreprises.

4. Solution and value proposition

solution:

- Proposer une application pour reconnaître la maison mère des produits via leur marque/entreprise ainsi que les scandales dans lesquels elles sont impliquées afin de fournir ces informations aux utilisateurs.

Proposition de valeur (VP):

- Réduire la difficulté et le temps nécessaire afin de s'informer sur les liens et actions des sociétés/marques en centralisant ces informations sur une même application.
- Gain : temps de recherche des informations sur internet (~2:30 min) + Gain de confort en centralisant cela pour plusieurs entreprises sur une même page (pas besoin multiplier systématiquement les recherches sur le net pour chaque entreprise)

5. Fonctionnalités et écrans

Quand l'utilisateur accède au site:

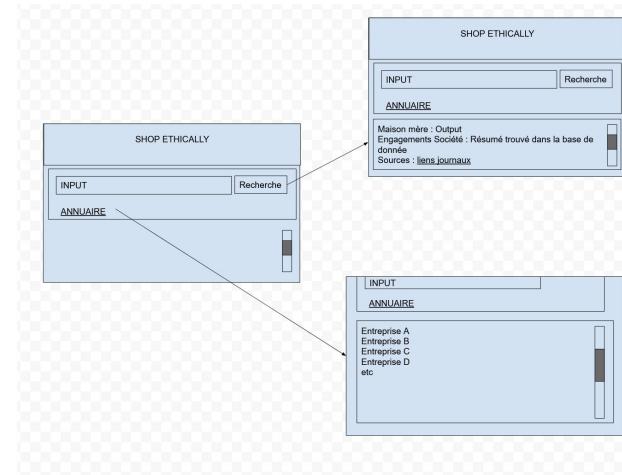
- La page d'accueil affiche une barre de recherche pour entrer un nom de marque/entreprise
- Le nombre d'entreprises référencées
- Un lien vers annuaire qui liste les entreprises référencées par ordre alphabétique

Lorsqu'une entrée valide est effectuée:

- L'application recherche la société mère dans notre base de données
- Si elle est référencée, affiche la société mère ainsi que des articles de journaux la concernant.

Fonctionnalités abandonnées par manque de temps:

- La liste des entreprises dans l'annuaire doit être cliquable pour améliorer l'expérience utilisateur (UX)
- Étendre à d'autres secteurs



6. CR : acquisition and retention

Acquisition:

- Cercles d'amis et consommateurs engagés
- Accès sans inscription
- Bouche à oreille

Rétention:

- Enrichissement constant de la base de données avec de nouveaux articles et entreprises
- Pas d'inscription requises -> pas d'inconfort/friction pour l'utilisateur

7. Market study: users/customers

- marché de masse (millions d'utilisateurs potentiels)
- utilisateurs engagés ou sensibles aux enjeux environnementaux et sociaux / ou simplement curieux
- “Jeunes” habitués à utiliser des applications/sites pour comparer/s'informer sur des produits (ex: Yuka 25m utilisateurs , Nutri-score)
- 55% des français utilisent au moins une app mobile pour optimiser leurs courses alimentaires [2]
- Instabilité mondiale : stimule l'engagement du public/consommateurs

ADEME-GreenFlex[1]: 78% des français déclarent se mobiliser pour consommer responsable. Cela montre qu'il existe un large public potentiel pour l'app.

8. Market study: competitors

compétition : *Boycott* apps, wikipedia, google, IAs génératives, bouche à oreille

Fonctionnalités	INPI	WIPO	Boycott X	No thanks	CSR education	Wikipedia	Bloomberg	Chat GPT
Centraliser les informations sur la gouvernance des entreprises	X	X						
Sensibiliser sur l'éthique des dites entreprises			X	X	X		X	
Faciliter l'accès aux sources						X		X

Boycott.X app : 100k téléchargement sur google play.

No thanks : (5 millions de téléchargements sur google store, autodéclaré 12 millions de téléchargement total dans le monde) vise à boycotter les marques ayant des liens avec Israël)

CRS HUB, Bloomberg ESG... : Pas user-friendly (BDD académiques/business oriented, paywalled, Score ESG sans articles pour sourcer)

9. Detailed analysis of users behavior w.r.t. the problem

une semaine après le déploiement :

- s'informe à travers les réseaux sociaux / notamment à l'aide de campagne d'influenceurs
- utilise l'app (Boycott.x) → 0 personnes dans notre entourage ne l'utilise
- Recherche Google / Wikipedia

Deux mois après le déploiement :

10. Users problem and app: conclusion and decision regarding the following of the project

Une semaine après le déploiement :

- Il est nécessaire de continuer d'enrichir la BDD pour garder l'intérêt des utilisateurs

Deux mois après le déploiement :

2b Appendix overview

4b. BMC

5b. Java code + démonstration

5c. manual prototype: detailed design

5d. application (or website)

6b. CR : acquisition et rétention : users list

7b. interviews : questions, results (example of a tool: questionnaire within the application)

7c. questionnaire : questions, results

7d. market study (users/customers) : sources, other elements if necessary

8b. market study (competitors) sources, other elements if necessary

9b. users behavior and feedback and analysis: manual prototype:

9c. users behavior and feedback and analysis: application:

10b. financial plan multi-annual (limited): expenses, breakeven point (arguments)

3b. BMC, including revenue streams, price

Key Partners - Hebergeur gratuit du site web (alwasdata.com)	Key activities - Recherche de lien entre la maison mère et les filiales. - Enregistrement d'informations concernant les scandales des entreprises enregistrées (articles). - Création du site web centralisant toutes ces informations.	Value Propositions - Réduire la difficulté et le temps nécessaire afin de s'informer sur les liens et actions des entreprises et des marques en centralisant ces informations sur une même application.	Customer Relationships - Basée sur la confiance (fiabilité des informations que l'on partage). - Sur la réactivité face à l'actualité. - Et sur le fait de continuellement enrichir notre base de donnée.	Customer Segments - marché de masse - utilisateurs socialement engagés (sur l'écologie ou les conflits mondiaux) et souhaitant s'informer ou boycotter des marques.	
	Key Resources - Base de donnée de l'INPI / Wikipedia - Articles de journaux pour les sources (Google) - Hebergeur gratuit du site web (alwasdata.com)	Channels à travers un site web responsive consultable depuis son smartphone ou un ordinateur			
Cost Structure Aucun (développement + hébergement gratuits)	Revenue Streams Aucun				

5b. Java code + démonstration

Néant

5c. manual prototype: detailed design

(V.0 de l'application)

5d. application (of web site)

Technologies choisies :

- Frontend: (HTML + CSS)
- Backend: Node.js (+ Express framework)
- BDD: relationnelle pour les tracking tables
- Data source:
 - Manuelles
 - à l'aide d'une API (Open food fact) : pas le temps on abandonne

6b. CR : acquisition et rétention : users list

Acquisition utilisateurs :

Houria

Rafik

Clément

Alexandre

Sergio

Gabriel

7b. interviews : questions, résultats (example of a tool: questionnaire within the application)

- **Quel intérêt pour le site ?** Aide pour supporter ses causes. curiosité .
- **Avis sur le site ?** Bien mais il faut changer la couleur du text pour les descriptions (ancien: text gris sur fond bleu, maintenant: blanc).

Plus de sources(illimité) et un annuaire cliquable pour les entreprises serait un plus. Recherche par photo ET/OU code barre. Raffiner les description des entreprises.

- **Suggestion d'amélioration ?** Réponses “avis site” + Pouvoir participer en ajoutant des informations serait une bonne fonctionnalité à ajouter.

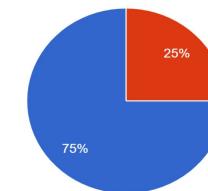
Ajouter un organigramme des entreprises et de leurs liens, les pourcentages de participations. Mettre l'annuaire sur une autre page. Mentions légales + qui sommes-nous (transparence).

7c. questionnaire : questions, résultats

- Est-tu intéressé par le concept du site ? [OUI/NON]
- Tu consulte le site pour ? [curiosité / intérêt au sujet de la cause CONFLITS MONDIAUX / intérêt au sujet de la cause ÉCOLOGIQUE / Toutes les réponses précédentes / AUTRE].
- As-tu déjà boycotté une marque ou un produit ? [OUI/NON]
- Pensez-vous continuer à utiliser le site si celui-ci est fiable, maintenu et enrichi avec plus de sources et entreprises ? [Oui, régulièrement / Oui, ponctuellement (de temps en temps) / Non]

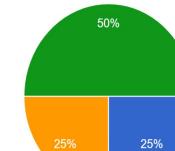
Es-tu intéressé par le concept du site ?

4 réponses



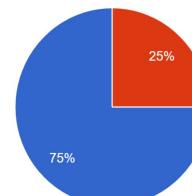
Tu consulte le site pour ?

4 réponses



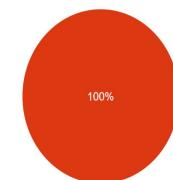
As-tu déjà boycotté une marque ou un produit ?

4 réponses



Pensez-vous continuer à utiliser le site si celui-ci est fiable, maintenu et enrichi avec plus de sources et entreprises ?

4 réponses



7d. market study (users/customers) : sources, other elements if necessary

[1] GreenFlex-ADEME :

16eme baromètre GreenFlex-ADEME de la consommation responsable 2023

[2] Institut Nielsen/LesEchos Etudes :

un français sur 2 utilise une appli pour faire ses courses

8b. market study (competitors) sources, other elements if necessary

IINPI : <https://data.inpi.fr/> et WIPO : <https://branddb.wipo.int/en/similarname> sont des bases de données regroupant les entreprises et les liens qu'elles possèdent entre elles

No Thanks : [playstore](#) et Boycott.X: [playstore](#)

BDD de notes ESG :

- CRS HUB(<https://csr.education/csr-implementation/corporate-sustainability-ratings-database/>)
- Bloomberg ESG(<https://www.bloomberg.com/professional/products/data/enterprise-catalog/sustainable-finance/#overview>)

9b. users behavior and feedback and analysis: manual prototype:

Team :

- la base de donnée était encore trop petite (pas assez d'entreprises/marques référencées)
- Couleur de police inconfortable (gris sur blanc pour les descriptions)

External users (and interview) :

- Même avis que la team concernant les couleurs et la taille de la BDD.
- Intérêt pour des domaines spécifiques (environnement, conflits internationaux)

9c. users behavior and feedback and analysis: application: team external users (and interviews) contents of tracking of the history of users actions in the app

Team:

External users:

1. intéressés par certaines thématiques en particulier (environnement / conflits internationaux)
2. Consultent le site de manière occasionnelle s'il est mis à jour.

History of users action (tracking table):

10b. financial plan multi-annual (limited): expenses, breakeven point (arguments)

inutile