
Des solutions connectées et innovantes pour lutter contre le gaspillage alimentaire : Application Too good to go

SIRTOMAD



Rue de l'Hôtel de Ville

BP 764

82013 Montauban

[Voir le site internet](#)

Ludovic Martin

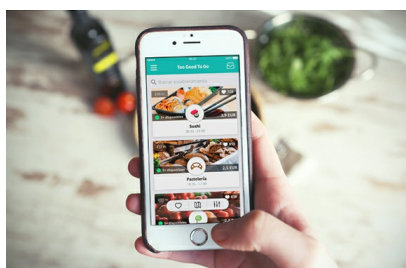
lmartin@ville-montauban.fr

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



Auteur :

CONTEXTE



Le SIRTOMAD a souhaité renforcer la lutte contre le gaspillage alimentaire via différents acteurs de son territoire (restaurateurs, restauration collective scolaire, commerçants notamment).

Lancée en septembre 2017 sur le territoire du SIRTOMAD, l'application mobile « Too Good To Go » permet de **mettre les utilisateurs en relation avec des commerçants pour lutter contre le gaspillage en leur permettant d'acheter, à prix très réduits, leurs invendus du jour.**

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

réduire le gaspillage alimentaire du territoire en déployant des solutions innovantes pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

Résultats quantitatifs

- Nouveaux utilisateurs 2019 application sur le territoire SIRTOMAD : 3 200
- Nombre d'utilisateurs de l'application depuis son lancement : 4 700
- Nombre de transactions réalisées en 2019 : 18 000
- Nombre de commerces partenaires à ce jour : 45
- Nouveaux partenaires 2019 : 20

Évolution 2018/2019 :

- Nouveaux utilisateurs application sur le territoire SIRTOMAD en 2019 : **+ 66 %**
- Nombre de transactions réalisées en 2019 : **+ 60 %**
- Nouveaux partenaires 2019 : **+ 44 %**

Résultats qualitatifs

bonne image des restaurateurs partenaires

MISE EN OEUVRE

Description de l'action

Cette application ingénieuse lutte contre le gaspillage alimentaire en offrant **une solution gagnant-gagnant aux commerçants et aux utilisateurs** : à la fermeture, les invendus sont récupérés à petit prix par les utilisateurs, ce qui leur évite la poubelle !

En téléchargeant l'application « *Too Good To Go* » et grâce à la géolocalisation, les utilisateurs repèrent les commerçants engagés autour d'eux (boulangeries, pâtisseries, restaurants, sandwicheries, traiteurs). Ils sélectionnent le commerce de leur choix et préparent en ligne. Ils passent récupérer leur achat à l'heure de collecte définie et découvrent de bons produits en les sauvant de la poubelle !

Une communication importante au sujet de l'application a été réalisée via divers réseaux : site Internet du SIRTOMAD, journaux communaux, affiche MUPI, page Facebook...etc. afin de sensibiliser les habitants et de leur faire connaître cette application !

Après les 4 premiers mois d'utilisation, 40 % des produits proposés ont été achetés via l'application et ont évité la poubelle.

Le nombre de partenaires au lancement n'était que de 5.

Planning

Juin 2016 : lancement de l'application sur le SIRTOMAD

multiplication de la communication annuelle réalisée pour faire connaître l'outil

Moyens humains

manager commerçant centre ville

animateur ZDZG

Moyens financiers

0 €

Moyens techniques

aucun

Partenaires mobilisés

association de commerçants du centre ville

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

communication régulière pour faire connaître l'existence de l'application

Difficultés rencontrées

engagement des partenaires au lancement par peur que les clients ne viennent que pour ces offres à prix réduits

Recommandations éventuelles

déployer l'usage de l'application en partenariat avec des associations de commerçants et manager centre ville

Mots clés

Dernière actualisation

Janvier 2021

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

veronique Tatry

veronique.tatry@ademe.fr

Direction régionale Occitanie