



Pepino: il faut sauver les produits moches!

Ingénieur des Mines, Enzo Giusti passe quatre ans à Londres dans une Start-up informatique avant de démissionner et de rentrer en France en 2016.

Un jour, il remarque chez l'épicier une cagette de poires promises à la poubelle pour cause de look

improbable. Il a l'idée de les prendre en photo et de les montrer à un bar à jus, qui, aussitôt, se dit prêt à les utiliser.

Le constat était fait: Quel que soit le produit, quel que soit son aspect, il a une valeur pour au moins un acteur de la filière... et ce fut la naissance de Pepino, qui a commencé son aventure dans les Alpes Maritimes.

Une démarche vertueuse et compatible avec l'initiative « Alpes Maritimes - Terroir Gourmand » lancée hier par les Nouvelles Gastronomiques Côte d'Azur et Monaco.

Depuis février 2018, **Pepino**, une application sous Android et iOS met en relation 20 producteurs avec 40 restaurateurs et environ 1300 particuliers pour trouver un usage à des fruits ou des légumes littéralement « hors normes », et contribuer à réduire le gaspillage dans notre société de sur-consommation.

A titre d'exemple, Jean-Paul, un maraicher, s'inscrit sur la plate-forme où il est géo-localisé. Si un jour il cueille trois kilos de carottes aux formes et au calibre bizarres, qui ne lui permettent pas de les commercialiser dans les circuits habituels, il le déclare sur **Pepino**.

A l'autre bout de la chaîne, un restaurateur a renseigné sur l'application une liste de ses besoins potentiels et sa situation géographique. Si les carottes de notre producteur et son emplacement correspondent aux critères du restaurateur, celui-ci reçoit une alerte: trois kilos de carottes sont disponibles chez Jean-Paul. Si les conditions conviennent, un clic sur l'écran et le paiement sécurisé intervient. Il ne reste plus qu'à aller chercher le produit.

Le différentiel de prix entre produits moches et produits normaux est inversement proportionnel à leur espérance de vie et doit être au minimum de 25%. Les inscriptions sont gratuites et **Pepino** ne se rémunère qu'une fois la vente réalisée, en prélevant 25% du chiffre d'affaires hors taxes de chaque transaction.

Selon **Enzo Giusti**, la différenciation de Pepino se fait par le découplage et la mobilisation de tous les acteurs de la chaîne et prend en compte les produits dès l'amont, quel qu'en soit le volume. Enzo estime qu'au niveau d'un producteur, entre 15% et 40% des produits peuvent être perdus pour cause de laideur ou de défauts mineurs.

Outre la valorisation de leurs invendus, **Pepino** procure également aux producteurs un moyen de communication et permet aux particuliers inscrits, qui ont des revenus modestes, d'avoir accès eux aussi à la consommation régulière de légumes.

Pepino

Oui! Greens

Application disponible sous Google Android ou Apple iOS

www.ouigreens.com

coucou@ouigreens.com