

Frigo Magic, l'histoire des deux entrepreneurs qui voulaient sublimer les restes de frigo des Français

Frigo Magic est un assistant de cuisine qui suggère des recettes simples et originales en fonction des aliments possédés par l'utilisateur. Lancée il y a un an et demi par Christophe Boisselier et Sébastien Burel, l'application a dépassé les 200 000 téléchargements.

Tout commence il y a cinq ans lors d'un apéro entre amis qui s'éternise jusqu'à la fermeture des restaurants. Christophe Boisselier, restaurateur aguerri et créateur de plusieurs restaurants renommés à Rennes, s'empare alors des restes du frigo et des placards pour improviser un plat de gourmet qui sauvera la soirée. C'est le déclic ! Avec Sébastien Burel, un autre serial-entrepreneur présent à la soirée, ils en sont sûrs : arriver à faire un plat innovant et délicieux avec les restes est un concept viable !

À l'époque, tous les deux sont sur d'autres projets, Christophe Boisselier travaille encore en restauration ainsi que sur le lancement de l'application iWineResto, une carte de vins digitale à destination des restaurateurs. Sébastien Burel est, de son côté, en plein développement du site de soutien scolaire Bordas.com. Trois ans s'écoulent, et constatant que personne n'a encore créé l'application dont ils avaient rêvé, les deux entrepreneurs décident de s'associer pour lancer Frigo Magic, tout en convainquant Olivier Clanchin, industriel de l'agroalimentaire et président de l'entreprise Triballat, de les suivre dans l'aventure.

Une application pour réveiller la cuisine du quotidien

Après avoir téléchargé l'application Frigo Magic, l'utilisateur commence par indiquer les produits qu'il a « toujours », « parfois » ou « jamais » en sa possession. Il choisit l'ingrédient qu'il souhaite cuisiner, une liste de recettes possibles à partir des ingrédients qu'il possède « toujours » apparaît. Il peut ensuite encore ajuster les ingrédients « parfois » pour faire évoluer la recette.

Mais pas question de proposer des plats vus et revus car Christophe, qui conçoit lui-même toutes les recettes, déborde de créativité et d'humour. Il est notamment l'inventeur du « chaudron magique de légumes », ou encore de la « patza » l'un des plats les plus populaires de l'application qui permet de réaliser une pizza avec des pâtes !

« L'objectif est de permettre à l'utilisateur de cuisiner des plats toujours différents tout en utilisant des produits du quotidien. Aujourd'hui nous avons près de 2 000 bases qui se déclinent en 2 millions de recettes suivant les ingrédients utilisés. Ces recettes sont toutes réalisables en 30 min maximum. » explique Christophe Boisselier.

Plus de 200 000 téléchargements de l'application

Grâce à une communication décalée et un teasing efficace en amont de la sortie sur les stores, l'application se fait vite remarquer. Christophe Boisselier sera ainsi invité à la présenter au TEDxRENNES en juin 2015. Depuis l'équipe multiplie les passages TV et les interviews presse.

Une campagne de crowdfunding organisée cette année sur la plateforme [Gwenneg](#) a également permis de renforcer la communauté de Frigo Magic et d'étendre sa notoriété auprès des consommateurs comme des potentielles marques partenaires. Elle atteint aujourd'hui plus de 200 000 téléchargements naturels et devrait atteindre les 300 000 téléchargements avant la fin de l'année.

Placement de produits et exploitation des données

Aujourd'hui Frigo Magic a signé six partenaires dont Triballat, les Poulets de Janzé ou encore La Trinitaine pour un service de placement de produit. Un créneau que Christophe et Sébastien vont continuer à développer, même si le créneau dans lequel ils voient le plus de potentiel reste l'utilisation de la data collectée dans l'application.

En effet, Frigo Magic permet de connaître les modes de consommation des

produits par les consommateurs ainsi que leurs associations préférées, données très utiles par exemple pour développer de nouveaux produits alimentaires. Cependant, il faudra encore évangéliser les acteurs de l'agroalimentaire à l'utilisation de ces données et les accompagner sur cette nouvelle manière d'aborder le client.

Devenir le point d'entrée de la cuisine chez les particuliers

Avec 75 000 sessions par mois, l'application est utilisée très régulièrement comme un assistant du quotidien. Certains l'utilisent aussi de manière détournée pour choisir leurs produits quand ils font leurs courses. « Nous voyons que l'application plaît beaucoup et qu'elle est un vrai point d'entrée pour nos utilisateurs. Nous recevons régulièrement des emails pour nous remercier du service que nous délivrons ! C'est pourquoi nous envisageons d'intégrer d'autres services comme des liens vers les sites d'achats en ligne, des recettes en amont pour faire ses courses, etc. » indique Sébastien Burel.

Une association avec Triballat pour comprendre les besoins des marques

En s'associant dès le départ avec Triballat (marques Sojasun, Vrai, Petit Breton, etc.), Christophe et Sébastien ont été au plus près des besoins d'une marque de l'agroalimentaire. Ils ont également pu accéder aux équipes marketing de la société et à d'autres ressources pour se développer. Une association gagnant-gagnant pour Triballat qui a pu se rapprocher de ses consommateurs via un canal innovant.

Pour l'instant la société fonctionne en autofinancement et avec les contrats de ses premiers clients B2B. « Nous n'avons pas souhaité nous tourner vers la levée de fonds à ce jour. C'est un processus très long et nous avons peur que ça nous éloigne de notre marché et de nos clients pendant plusieurs mois » explique Christophe. Notre rythme de croissance est plutôt rapide et les marques commencent à s'intéresser fortement à nous. »