

Fullsoon, la solution antigaspillage pour les restaurants, est en pleine levée de fonds

Fondée en 2022 par Hassan-Ali Chaudhary et ses sœurs, Misba et Tayeba, Fullsoon utilise l'intelligence artificielle pour aider les restaurants à réduire le gaspillage alimentaire. Après une première levée de fonds en preseed, la startup réalise un nouveau tour de table.

Temps de lecture : minute

12 juillet 2023

Le gaspillage alimentaire est devenu l'un des plus grands problèmes environnementaux de la planète. La nourriture jetée libère d'énormes quantités de méthane, 25 fois plus puissant que le dioxyde de carbone. Non seulement la perte de nourriture contribue au changement climatique, mais c'est également un gaspillage des ressources naturelles (eau, énergie et carburant) utilisées pour la produire. Selon l'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), environ un tiers de l'approvisionnement alimentaire mondial est gaspillé ou perdu.

C'est en travaillant au sein d'un groupe hôtelier en tant que data scientist qu'Hassan-Ali Chaudhary a réalisé l'énorme quantité de nourriture jetée chaque matin au buffet du petit-déjeuner. Avec ses sœurs Misba et Tayeba, il décide de créer une solution innovante pour réduire le gaspillage alimentaire. Misba vend son cabinet notarial pour financer les débuts de la startup, Tayeba quitte son emploi aux États-Unis pour rejoindre l'aventure familiale, et ensemble, ils créent Fullsoon en février

2022.

" L'idée de Fullsoon est de permettre aux restaurants de savoir à l'avance leur taux d'occupation, les types de repas qui seront commandés et les ingrédients nécessaires à la préparation des plats, explique Tayeba Chaudhary, CCO de Fullsoon. Cela permet au restaurateur d'anticiper son niveau de stock, d'automatiser les commandes fournisseurs et ainsi de limiter les pertes en amont. "

Optimiser le coût matière et la gestion des stocks

Pour ce faire, la fratrie a créé une plateforme SaaS qui se connecte au logiciel de caisse et analyse l'information détenue dans le ticket de caisse. Les données internes telles que l'historique des ventes sont combinées à des paramètres externes comme les prévisions météorologiques, les événements culturels et sportifs, les grèves, les vacances scolaires et autres facteurs pouvant impacter l'activité d'un restaurant.

Résultat : depuis la commercialisation de Fullsoon en janvier 2023, les 23 enseignes accompagnées ont constaté un gain de 6 points de marge sur leur coût matière et une réduction de 20 heures par mois sur le temps alloué à la gestion des stocks et aux commande fournisseurs.

Incubée par L'Escalator, Fullsoon a clôturé cette semaine une levée pre-seed auprès d'Accor Group, Publicis Groupe et Satgana, et entame un nouveau tour de table en seed. *" Cette levée de fonds nous permettra de renforcer l'équipe data pour améliorer le niveau de précision de nos prévisions qui est aujourd'hui à 94 %. Nous passerons ainsi de 12 à 30 personnes dans l'équipe, en recrutant également sur les services clients. Nos 23 clients sont les chaînes et les grands groupes comme Accor et McDonald's. Notre objectif pour 2024 est de doubler le nombre*

d'enseignes, ce qui représenterait 2.000 points de vente. Nous aimerions également étendre nos cibles vers la restauration collective, les dark kitchen et les corners thématiques ", conclut Tayeba.



À lire aussi

De plus en plus populaire, le label B Corp ne veut pas être un simple phénomène de mode

Article écrit par Rozenn Gourvennec