



SAUVEGARDE : Sauver notre planète une bouchée à la fois

MÉMOIRE

Présenté à la Ville de Montréal

Consultation sur la cessation du gaspillage alimentaire

Johny Saliby
info@sauvegarde.app

31 janvier 2021

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION.....	4
2. LE BESOIN DU MARCHÉ.....	6
3. SOLUTION PROPOSÉE PAR SAUVEGARDE	7
4. DESCRIPTION DE LA TECHNOLOGIE	9
5. POLYCARBONE.....	10
6. ORGANISMES DE CHARITÉ	11
7. NOS IMPACTS POSITIFS SUR L'ENVIRONNEMENT.....	12
8. NOS IMPACTS POSITIFS SUR L'ÉCONOMIE ET LA COMMUNAUTÉ.....	13
9. PLAN D'EXPANSION	14
10. DEFIS À L'ADOPTION DE SAUVEGARDE PAR LES MONTRÉALAIS.....	15
11. MITIGATION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX SECONDAIRES	16
12. SUPPORT DEMANDÉ À LA VILLE DE MONTREAL.....	17
13. CONSIDÉRATIONS RÉGLEMENTAIRES.....	18
14. CONCLUSION.....	19
15. ÉQUIPE DE DIRECTION.....	20

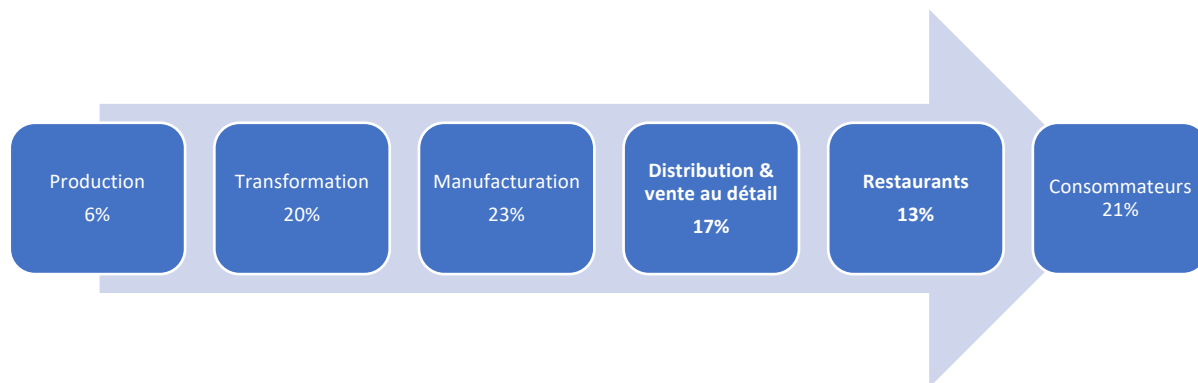
RÉSUMÉ

L'industrie alimentaire n'est pas viable dans son attitude à l'égard des déchets alimentaires. Sauvegarde est une nouvelle entreprise montréalaise visant à réduire l'emprunte carbone en transformant le surplus alimentaire en opportunité commerciale. Sauvegarde propose des applications mobiles gratuites se composant d'une plateforme numérique bilatérale qui permet aux restaurants, cafés, boulangeries et épiceries de télécharger l'inventaire de leurs surplus alimentaires afin de les vendre aux consommateurs à prix réduit. Les consommateurs ont ainsi une visibilité sur les surplus disponibles, et peuvent commander et payer les articles à travers l'application. L'application permettra de mesurer la réduction de l'emprunte carbone associée aux aliments récupérés. De plus, Sauvegarde s'alliera avec des organismes de charité dans le but de digitaliser et faciliter les dons de denrées alimentaires par les détaillants. Les impacts positifs de la solution proposée sont multiples et incluent une réduction du gaspillage alimentaire et de l'emprunte carbone, un accès à des produits à prix réduit à des familles à faible ou moyen revenu, de même qu'une opportunité économique aux détaillants. L'application est présentement en phase pilote.

1. INTRODUCTION

Selon le groupe d'aide alimentaire « Second Harvest », les Canadiens gaspillent près de 60 % de la nourriture produite au pays chaque année, ce qui représente près de 35,5 millions de tonnes métriques de nourriture jetées et perdues. De cela, 32 % (soit 11,2 millions de tonnes) sont évitables et représentent des aliments comestibles qui sont jettes chaque année au Canada¹.

La figure ci-dessous représente le gaspillage alimentaire allant de la production jusqu'à la consommation :



Les aliments produits, mais non consommés, finissent dans les sites d'enfouissement et produisent du méthane, un puissant gaz à effet de serre. Le gaspillage alimentaire entraîne également d'autres coûts environnementaux énormes. Par exemple, de l'eau est utilisée à chaque étape du processus de production alimentaire. De plus, l'emballage et le transport des aliments ont d'autres répercussions négatives sur l'environnement.

Équivalent CO2 produits par le gaspillage alimentaire au Canada à chaque année :

	Équivalent CO2 (Millions de tonnes)
Potentiellement évitable	22.2
Probablement inévitable	34.3
Total	56.5

À l'échelle mondiale, plusieurs solutions sont actuellement déployées pour réduire le gaspillage alimentaire. Parmi celles-ci, voici quelques exemples de solutions visant à réduire les pertes alimentaires au niveau des détaillants et des restaurateurs :

- France : En 2016, le gouvernement français a essentiellement interdit le gaspillage alimentaire dans les épiceries. La France a créé une loi² obligeant les épiceries à donner leurs aliments comestibles au lieu de les jeter.

¹ Gooch et al., 2019. The avoidable crisis of food waste: technical report.
<https://secondharvest.ca/wpcontent/uploads/2019/01/Avoidable-Crisis-of-Food-Waste-Technical-Report-January-17-2019.pdf>

² Loi n° 2016-138 du 11/02/2016

- Japon : Le pays dispose d'une organisation nationale de banques alimentaires qui se consacre à la récupération des aliments comestibles des épiceries et à leur redistribution rapide aux personnes dans le besoin.
- Norvège : À Oslo, il existe une épicerie entièrement dédiée à la vente de nourriture qui se rapproche ou ayant dépassé la date d'expiration.
- De plus, une variété d'applications et de technologies visant à réduire le gaspillage alimentaire sont en train d'émerger. Quelques compagnies en Europe ont proposé des applications mobiles pour commercialiser le surplus alimentaire, notamment Karma en Suède et TooGoodToGo au Danemark.

Dans ce mémoire, nous proposons une solution permettant de transformer le surplus alimentaire en opportunité commerciale. Sauvegarde³ est une nouvelle entreprise qui s'engage à réduire les coûts économiques et environnementaux causés par le gaspillage alimentaire. Nos applications mobiles gratuites se composent d'une plateforme numérique bilatérale qui permet aux restaurants, cafés, boulangeries et épiceries de télécharger l'inventaire de leurs surplus alimentaires afin de les vendre aux consommateurs à prix réduit. Les consommateurs ont ainsi une visibilité sur les surplus disponibles et peuvent récupérer les articles sur place. Il suffit alors de les commander et de les payer avec l'application, puis de les récupérer au détaillant choisi.

³ Le nom Sauvegarde a émergé en hommage à l'ancienne compagnie d'assurance vie montréalaise ayant existé entre les années 1905-1962 (La Sauvegarde).

2. LE BESOIN DU MARCHÉ

Dans la phase d'évaluation du marché pour notre projet, nous avons mis en évidence les besoins suivants, auxquels la solution que nous proposons répond de façon innovante :

- 1) La quantité alimentaire consommée et/ou vendue est impossible à prédire par les commerçants ;
- 2) Les consommateurs ont une préférence pour les articles frais et en bon état ;
- 3) Le marché du surplus alimentaire est inefficace et non-exposé aux consommateurs (non numérisé).

Ces trois éléments font en sorte que des quantités importantes de surplus alimentaire sont gaspillées, alors qu'elles pourraient être « *sauvegardées* ». Majoritairement, ces détaillants étaient intéressés à une solution pour cette problématique.

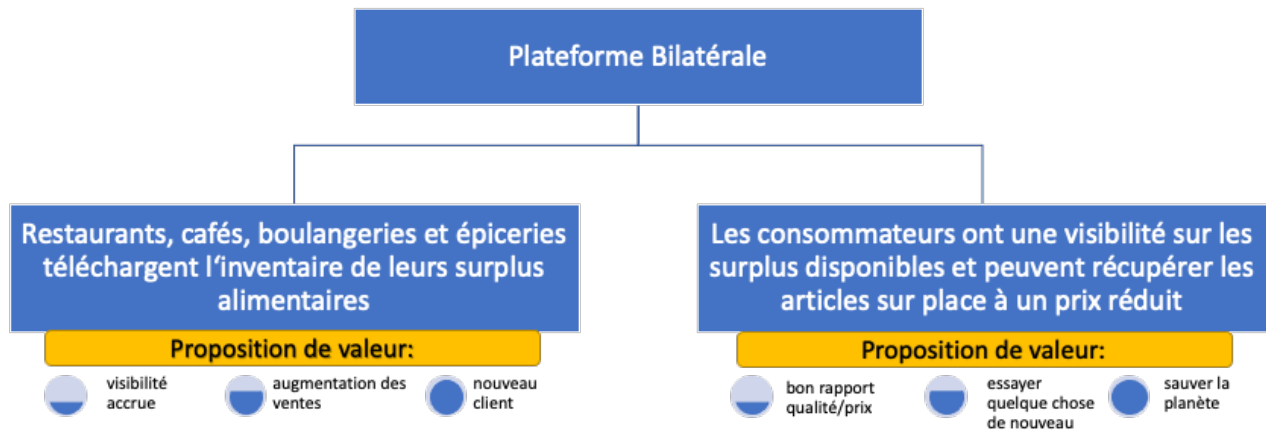
De plus, la pandémie de la COVID-19 a eu d'importantes répercussions sur la stabilité financière des Canadiens, entraînant de lourdes pertes d'emplois et une réduction des heures de travail. D'après une étude récente de Statistique Canada (publiée en juin 2020⁴), près d'un Canadien sur sept déclare vivre une situation d'insécurité alimentaire. Les experts en insécurité alimentaire estiment que les répercussions financières de la pandémie du COVID-19 pourraient se traduire par une croissance du nombre de Canadiens en situation d'insécurité alimentaire.

⁴ L'insécurité alimentaire pendant la pandémie COVID-19, mai 2020
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2020001/article/00039-fra.htm>

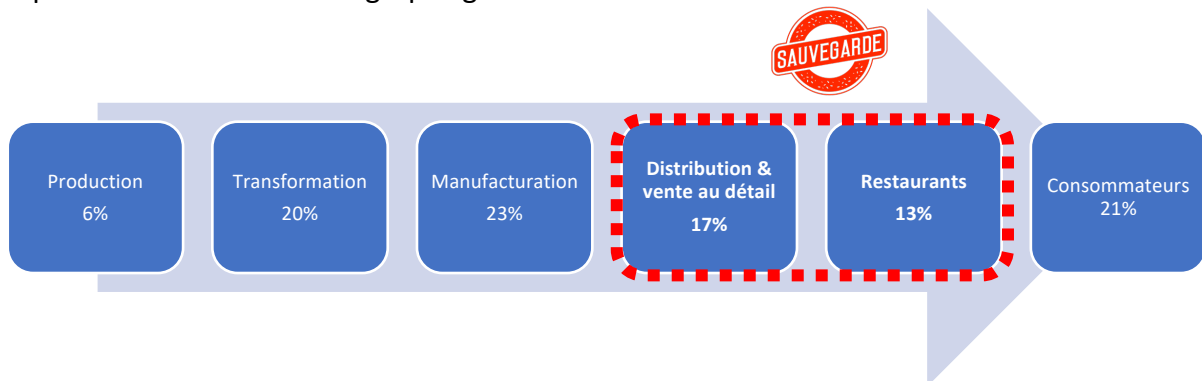
3. SOLUTION PROPOSÉE PAR SAUVEGARDE

Pour répondre aux besoins du marché, Sauvegarde offre une application numérique qui fonctionne de manière universelle avec les différents fournisseurs (cafés, restaurants, boulangeries, épicerie) malgré des points de vente hétérogènes. Cette solution pratique et à impact immédiat est une innovation qui émerge d'un réel besoin chez les commerçants actuellement, tel que mis en évidence par notre étude de marché en mars 2020, qui a consisté à sonder les cafés, restaurants, boulangeries, épicerie à Montréal.

Schéma de la plateforme bilatérale proposée par Sauvegarde :



Tel que démontré dans la figure ci-dessous, Sauvegarde se concentrera sur le gaspillage alimentaire qui se produit dans la distribution, la vente au détail et les restaurants. Cela représente environ 30% du gaspillage alimentaire total.



Les principaux partenaires de Sauvegarde seront : les restaurants, les cafés, les boulangeries, les épicerie et les centres de distribution alimentaire.

Du côté des consommateurs, nous viserons :

- Les familles avec un niveau socio-économique faible à moyen (soit un revenu annuel de 25 000 \$ à 100 000 \$) ;

- Tous consommateurs recherchant des offres d'économies liées à l'alimentation ;
- Toute personne ayant à cœur la protection de l'environnement.

Notre vision est celle d'un modèle gagnant à multi-niveaux (pour le consommateur, le commerçant de même que pour l'environnement) qui se traduit en un gain des profits autrement perdus pour le commerçant, des prix concurrentiels pour le consommateur et surtout, un impact tangible sur l'environnement en réduisant de façon mesurable l'emprunte carbone de notre consommation. Enfin, Sauvegarde prévoit s'allier avec des organismes de charité dans le but de numériser et faciliter les dons de denrées alimentaires par les détaillants (cf. section 6).

4. DESCRIPTION DE LA TECHNOLOGIE

Sauvegarde a créé une application numérique qui fonctionne de manière universelle avec les différents fournisseurs (cafés, restaurants, boulangeries, épiceries) malgré des points de vente hétérogènes. La faisabilité technique du projet est démontrée par la mise en place d'un prototype mature et fonctionnel qui est actuellement testé avec différents utilisateurs. L'application mobile est construite à l'aide de Flutter, un cadre de travail de Google permettant de concevoir des applications pour Android et iOS. De plus, notre solution de panneau Web utilise un cadre de travail PHP appelé Laravel. Ce dernier est utilisé par les gérants des commerces pour mettre à jour les articles à vendre.

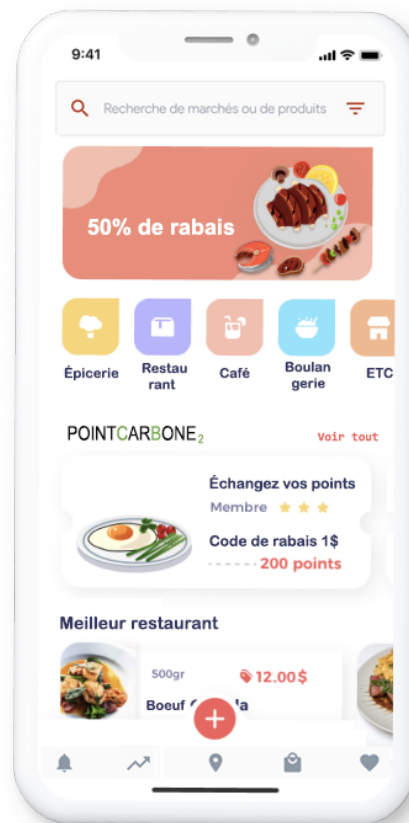
Nous avons développé nos applications et notre site web, qui sont actuellement en phase de test beta et prêts au lancement sous peu. La faisabilité technique du projet est démontrée par la mise en place d'un prototype mature et fonctionnel qui est actuellement testé avec différents utilisateurs.

Caractéristiques de l'application :

- Filtre de recherche par catégorie de détaillant (ex : restaurant, boulangerie, café, épicerie, etc.) et par mots clés (exemple : type de produit)
- Intégration de Google Maps (montrant les restaurants sur les cartes avec leur direction)
- Suivi des commandes avec notification
- Tendances de la semaine
- Notes et avis des clients sur les détaillants
- Notifications des articles disponibles chez les détaillants à proximité
- Support aux consommateurs
- Application bilingue (disponible en Anglais et Français)
- Calcul des économies financières cumulées par les consommateurs

Caractéristique de l'application *en développement* :

- Calcul de la réduction de l'empreinte de carbone pour les consommateurs (cf. section 5).



5. POLYCARBONE

L'un des objectifs principaux de Sauvegarde est la réduction de l'empreinte carbone induite par le gaspillage alimentaire. À cet effet, nous désirons mesurer l'impact environnemental de Sauvegarde en utilisant une méthodologie scientifique rigoureuse. Notre équipe travaille actuellement à intégrer une méthode de calcul de la réduction de l'empreinte carbone induite par l'utilisation de l'application.

Une collaboration avec le groupe experts PolyCarbone est en cours d'évaluation. PolyCarbone est un organisme à but non lucratif fondé par des étudiants en génie aux cycles supérieurs de Polytechnique Montréal et partenaire du Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services (CIRAIG). PolyCarbone met à disposition des outils intégrant des calculs de l'empreinte carbone basés sur des données québécoises mesurées selon l'approche d'analyse du cycle de vie. Une base de données d'inventaire du cycle de vie complète modélisée par CIRAIG sera utilisée pour déterminer l'empreinte carbone de chaque produit vendu ou donné.



Ultimement, nous voulons inciter la communauté à adopter des comportements plus durables afin de réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Nous allons mettre en place un système de pointage, nommé « Point Carbone », où les utilisateurs peuvent mesurer la réduction de CO₂. En plus d'être informatifs, ces points pourraient être échangés pour diverses formes de récompenses. Cette statistique serait également disponible aux commerçants et comme donnée publique afin de mesurer concrètement l'impact de Sauvegarde de même qu'à des fins de recherche et développement.

POINTCARBONE₂

6. ORGANISMES DE CHARITÉ

Depuis le début de la pandémie, un Canadien sur sept souffre d'insécurité alimentaire, selon un récent sondage de Statistique Canada remontant à la semaine du 4 au 10 mai 2020⁵. Les résultats obtenus par Statistique Canada concordent avec ce qui est observé sur le terrain par les banques alimentaires. En effet, Moisson Montréal indique avoir dû augmenter ses services de dons alimentaires de 30 % depuis le 6 avril⁶.

Sauvegarde souhaite s'associer avec des organismes de charité dans le but de faciliter et ainsi augmenter les dons de denrées alimentaires par les commerçants. Dans une première phase pilote, nous prévoyons nous associer à plusieurs organismes de charité dont Mission Old Brewery, un refuge pour sans-abris à Montréal. Sauvegarde offrira aux détaillants la possibilité de remettre ces surplus de nourriture sous forme de dons. Pour les quantités de surplus importantes, ces détaillants pourront se voir offrir un reçu d'impôt. Afin de faciliter cette tâche, Sauvegarde se chargera de récupérer ces denrées alimentaires des détaillants et de les transporter directement à l'organisme de charité. Ultimement, Sauvegarde souhaiterait s'associer à plusieurs organismes de charité et ainsi digitaliser les dons de denrées alimentaires dans la Ville de Montréal.

⁵ L'insécurité alimentaire pendant la pandémie COVID-19, mai 2020
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2020001/article/00039-fra.htm>

⁶ Moisson Montréal a distribué 29 millions de dollars de nourriture depuis le début de la crise, juillet 2020
<https://www.newswire.ca/fr/news-releases/moisson-montreal-a-distribue-29-millions-de-dollars-de-nourriture-depuis-le-debut-de-la-crise-865155280.html>

7. NOS IMPACTS POSITIFS SUR L'ENVIRONNEMENT

Notre entreprise a d'abord un impact positif sur l'environnement par l'entremise d'une réduction du gaspillage alimentaire. Pour notre modélisation du gaspillage alimentaire qui serait évité grâce à Sauvegarde, nous avons choisi de concentrer nos calculs sur le pourcentage de population possédant un téléphone intelligent (86%), ayant un revenu annuel entre 25 000 \$ et 100 000 \$ et étant âgé entre 20 et 54 ans, basé sur les chiffres de Statistiques Canada. De plus, nous avons estimé, de manière conservatrice, que 6% de cette population téléchargera l'application avec un taux de conversion de seulement 6%⁷ ainsi qu'un taux de désinstallation de 25%⁸. Finalement, nous estimons que chaque consommateur dépensera 5 \$ en moyenne par achat par semaine (ou approximative 300 g par achat).

Nous estimons « sauvegarder » :

- Année 1 – 19 425 kg ou 323 758 \$
- Année 2 – 55 288 kg ou 921 465 \$
- Année 3 – 91 150 kg ou 1 519 171 \$

Selon notre modèle, nous prévoyons avoir un impact significatif à travers Montréal avec une réduction cumulative du gaspillage alimentaire de 342 tonnes métriques en 10 ans.

⁷ www.apptweak.com

⁸ www.businessofapps.com

8. NOS IMPACTS POSITIFS SUR L'ÉCONOMIE ET LA COMMUNAUTÉ

La lutte contre le gaspillage alimentaire représente aussi une opportunité économique aux détaillants. Sauvegarde aidera les commerçants à liquider dans un marché secondaire des aliments qu'ils ne parviennent pas à vendre et jettent en trop fort volume. Notre outil va augmenter les ventes aux détaillants en maximisant leur visibilité et en attirant un marché de nouveaux consommateurs, dont le marché grandissant de consommateurs ayant à cœur la protection de l'environnement. Secondairement, Sauvegarde contribuera au support ou à la création d'emplois. Selon Statistiques Canada, depuis février 2020, 260 000 emplois dans le secteur de la restauration été perdus⁹. Sauvegarde contribuera à la création et/ou au maintien d'emplois en supportant les commerces locaux en réduisant leurs pertes économiques reliées au surplus alimentaire et en augmentant leurs ventes en général par un marketing augmenté. Finalement, nous envisageons que l'expansion de Sauvegarde contribuera à la création d'emplois à Montréal avec des besoins spécifiques de développeurs informatiques, experts en marketing, et service à la clientèle.

Notre entreprise aura également des répercussions directes sur la sécurité alimentaire en rendant disponibles des aliments à prix fortement réduits pour les consommateurs. Les groupes de population ciblés par Sauvegarde incluent les familles à faible ou moyen revenus, les étudiants (la moitié des étudiants se situe sous le seuil de faible revenu établi par Statistique Canada) et tout citoyen ayant à cœur les enjeux environnementaux. De plus, Sauvegarde bénéficiera directement à la population vulnérable des sans-abris à travers les dons de denrées alimentaires par les commerçants auprès d'organismes de charité. L'impact de Sauvegarde sur la sécurité alimentaire est particulièrement pertinent dans le contexte de la pandémie du COVID-19, qui a eu d'importantes répercussions sur la stabilité financière des Canadiens, avec un Canadien sur sept qui souffre d'insécurité alimentaire, selon un sondage de Statistique Canada de mai 2020. On s'attend à ce que cette problématique s'aggrave significativement dans le contexte de l'épidémie de la COVID-19.

⁹ « Canadians asked to 'picture life without restaurants' as industry hits grim milestone », décembre 2020
<https://www.bnnbloomberg.ca/canadians-asked-to-picture-life-without-restaurants-as-industry-hits-grim-milestone-1.1537507>

9. PLAN D'EXPANSION

Dans la première année, Sauvegarde ciblera tous les détaillants dans les arrondissements de Ville-Marie, du Plateau, du Sud-Ouest et de Ville St-Laurent. Notre modèle conservateur prévoit la couverture de toute l'île de Montréal d'ici 2024, avec un estimé conservateur de près de 200 000 d'utilisateurs potentiels. Selon nos projections, plus de 500 000 utilisateurs pourraient être des utilisateurs de l'application Sauvegarde à travers l'île de Montréal d'ici 2030.

De plus, bien que dans notre prototype initial, seuls les restaurants, boulangeries, cafés, épiceries et centres de distribution alimentaire peuvent vendre aux consommateurs ou donner aux organismes leur surplus alimentaire, nous prévoyons dans un deuxième temps élargir ce service en incluant les fermes, hôtels et le domaine de l'événementiel.

Enfin, Sauvegarde se veut un outil de sensibilisation sur les enjeux du surplus alimentaire auprès des citoyens. À cet effet, nous ferons la promotion de matériel éducatif auprès des utilisateurs sur nos réseaux sociaux sur les thématiques de dons de denrées alimentaire, réduction de la consommation, transformations et recyclage des aliments en fin de vie, et compostage. Cette extension à l'échelle du consommateur représente 21 % du gaspillage alimentaire total et permettra d'élargir notre couverture de la chaîne d'approvisionnement (cf. section 1).

10. DEFIS À L'ADOPTION DE SAUVEGARDE PAR LES MONTRÉLAIS

- **Consommateurs**

L'un des défis à l'adoption de notre solution par les consommateurs est l'aspect éphémère de la disponibilité des produits. En effet, les détaillants peuvent se servir de la plateforme pour vendre des aliments sur le point d'être jetés à toute heure ou tout moment de la journée. Il n'y a donc pas un inventaire stable et les consommateurs doivent être à la bonne place au bon moment. De plus, la variété de produits disponibles pourrait être limitée ou redondante. Ce défi sera naturellement mitigé par la croissance de notre application et l'augmentation de la densité des détaillants participants, ce qui augmentera organiquement l'éventail de produits disponibles à un site géographique donné.

Un autre défi est celui de la présence d'autres applications mobiles alimentaires de géants corporatifs externes tels que *UberEats* ou *DoorDash*, qui se spécialisent dans la livraison de repas ou d'épicerie et ne ciblent pas le surplus alimentaire. Nous mitigerons ceci par une campagne de marketing centrée sur le gaspillage alimentaire, des coûts ultra-compétitifs des produits et l'engagement des utilisateurs par la mesure de leur réduction individuelle de l'emprunte carbone.

- **Détaillants**

Pour les détaillants, Sauvegarde n'offre en réalité que des avantages puisqu'elle permet la vente d'aliments habituellement jetés, de même que la promotion gratuite de leurs commerces sur nos plateformes. Toutefois, l'un des défis qui peut être envisagé à l'adoption de Sauvegarde est la nécessité de mettre à jour régulièrement l'éventail de produits disponibles sur notre application. Pour mitiger ceci, notre équipe simplifie ce processus en pré-téléchargeant l'inventaire complet des détaillants sur notre plateforme, afin que les commerçants n'aient qu'à sélectionner en quelques clics les produits disponibles sur leur téléphone intelligent ou autre appareil de leur choix.

11. MITIGATION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX SECONDAIRES

Sauvegarde s'engage à mitiger les risques environnementaux secondaires induits par l'utilisation de ses plateformes en encourageant des comportements « verts » autant que possible, tel que détaillé ci-dessous :

- **Utilisation de contenants et sacs réutilisables :**

Nous ne souhaitons pas que les effets positifs de la réduction du gaspillage alimentaire par l'utilisation de notre solution induisent en parallèle une augmentation de l'utilisation de contenants jetables et sacs en plastiques. Pour mitiger ceci, nous prévoyons limiter ce risque en encourageant à ce que les consommateurs viennent récupérer leurs commandes auprès des détaillants avec leurs propres boîtes/contenants et/ou sacs réutilisables afin de réduire au maximum le gaspillage de sacs et emballages.

- **Déplacement automobile**

De la même manière, pour réduire les émissions de gaz à effet de serre produites par la conduite de véhicules automobiles, notre campagne de sensibilisation aux enjeux de l'environnement encouragera les consommateurs à se déplacer à pied ou à vélo pour la récupération de leurs aliments. Pour encourager ceci, il est prévu que les notifications de produits disponibles mis en ligne par les détaillants soient limitées à un périmètre de distance qui puisse être parcouru à pied ou à vélo.

12. SUPPORT DEMANDÉ À LA VILLE DE MONTREAL

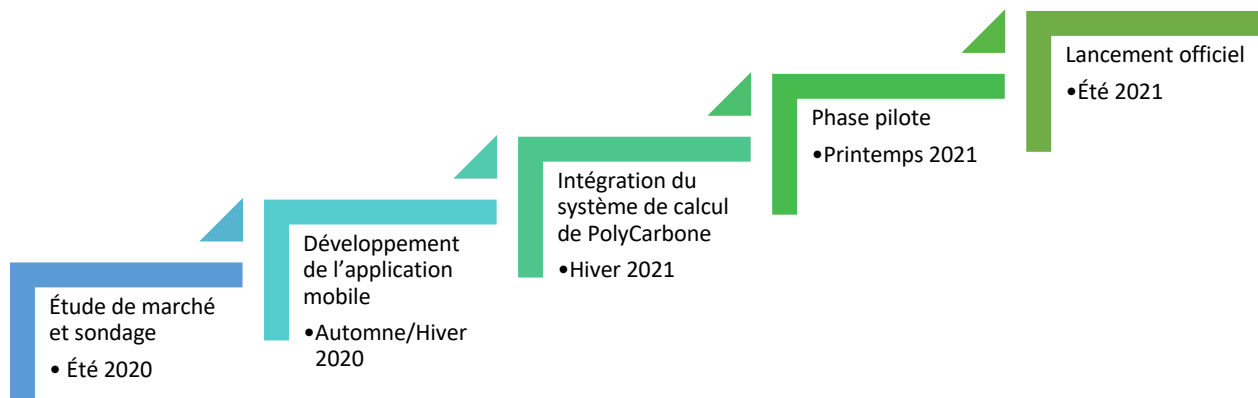


L'initiative de Sauvegarde s'aligne harmonieusement au projet de lutte contre le gaspillage alimentaire de la Ville de Montréal. Nous croyons que notre outil serait un levier efficace pour aider la Ville de Montréal à atteindre l'objectif de zéro gaspillage alimentaire d'ici 2030, tout en contribuant à l'économie locale.

Pour soutenir notre projet et garantir le succès de Sauvegarde, nous demandons le support de la Ville de Montréal. Plus spécifiquement, nous demandons :

- Un partenariat direct et/ou un endossement par la Ville de Montréal du projet de Sauvegarde. La reconnaissance et la promotion de notre plateforme par la ville permettra d'augmenter la visibilité et l'adhérence de cette initiative par les citoyens montréalais et ultimement de réduire davantage le gaspillage alimentaire et d'amplifier les impacts environnementaux et économiques positifs de Sauvegarde ; et/ou
- Une aide financière pour supporter l'expansion du projet sur toute l'île de Montréal.

La figure ci-dessous détaille les étapes du développement du projet Sauvegarde jusqu'au lancement officiel, prévu à l'été 2021 :



13. CONSIDÉRATIONS RÉGLEMENTAIRES

Nous avons consulté le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) concernant les considérations réglementaires associées à notre solution. Les détaillants de produits alimentaires détiennent des licences alimentaires individuelles et ont la responsabilité d'adhérer aux lois provinciales sur la sécurité alimentaire. Sauvegarde, agissant comme un courtier dans les transactions, n'est pas responsable des incidents alimentaires.

Toutefois, Sauvegarde s'assurera d'optimiser la sécurité alimentaire en :

- 1) Vérifiant les licences et le statut en règle des commerces auprès du MAPAQ,
- 2) Excluant la vente de produits périmés,
- 3) Faisant signer aux détaillants une entente d'adhérence aux lois provinciales sur la sécurité alimentaire et d'exclusion des produits périmés,
- 4) Excluant de la plateforme les commerces qui n'adhèrent pas à l'entente.

14. CONCLUSION

Sauvegarde est une nouvelle entreprise proposant une solution innovante au gaspillage alimentaire et ayant pour objectif de transformer en une opportunité économique les pertes qui se produisent dans la distribution, la vente au détail et les restaurants. Sauvegarde se distingue par son modèle gagnant à multi-niveaux : pour le consommateur, le commerçant, la société en supportant les organismes de charité et en ciblant l'insécurité alimentaire, et l'environnement en réduisant le gaspillage et l'emprunte carbone. Un aspect novateur de Sauvegarde est la mesure rigoureuse de la réduction de l'emprunte carbone pour chaque aliment sauvé, en partenariat avec le groupe d'experts scientifiques PolyCarbone pour mesurer concrètement l'impact de notre solution. À notre connaissance, la versatilité de Sauvegarde, qui permet à la fois des ventes, mais aussi le don de denrées alimentaires contre des reçus d'impôts, est unique et permettra de maximiser la réduction du gaspillage et de combattre l'insécurité alimentaire.

Ultimement, la mission de Sauvegarde est d'inspirer la société et de donner le pouvoir à chacun de lutter contre le gaspillage alimentaire. Ce n'est qu'en rassemblant nos forces et en agissant ensemble contre le gaspillage alimentaire que l'on parviendra à générer un changement positif. La vision de Sauvegarde s'aligne parfaitement avec celle de la Ville de Montréal dans son objectif de « *Réduire le gaspillage alimentaire de 50% d'ici 2025 et tendre vers le zéro déchet d'ici 2030* », et nous espérons pouvoir faire partie de cette initiative qui nous tient fort à cœur.

15. ÉQUIPE DE DIRECTION

Johny Saliby, PDG et fondateur, détient un baccalauréat en finance et une expérience de près de sept ans dans l'industrie aérospatiale chez Air Canada. Plus récemment, il a pris part au programme de District 3, un incubateur de startup à l'Université de Concordia dans l'optique d'effectuer des études de marché efficaces et de valider le modèle d'affaires proposé. Sa créativité et ses capacités analytiques, associées à sa personnalité charismatique et ses habiletés de communication, font de lui un excellent PDG qui peut aider à construire, gérer et développer cette entreprise.

George Michopoulos, Chef de l'exploitation, est présentement partenaire au Groupe Alimentaire Miron, le principal importateur et distributeur de produits alimentaires de variété grecs au Canada et parmi les trois plus grandes entreprises de ce type en Amérique du Nord. Cette entreprise est présente dans le secteur de la distribution alimentaire au Canada depuis 20 ans, avec son entrepôt et ses bureaux situés à Montréal.

Eric Namour, Chef de la direction financière, est responsable de toutes les fonctions financières, y compris la planification financière, la trésorerie et les finances de l'entreprise. Sa carrière s'étend sur plus de 10 ans d'expérience en investissement de portefeuille et en gestion financière. Il a occupé des postes de haute direction dans les domaines des régimes de retraite, des placements et de la gestion de portefeuille, notamment chez PSP Investments et à la Caisse de dépôt et placement du Québec.

Yusuf Yigit Aydemir, Consultant et développeur principal de logiciels, est un ingénieur en informatique spécialisé dans le développement « full stack ». Il possède une vaste expérience sur un large éventail de projets, notamment les réseaux sociaux, le commerce électronique, la gestion de la relation client (CRM) et les solutions SAAS. Yusuf s'intéresse également aux domaines de l'intelligence artificielle, de l'apprentissage automatique et de l'agrégation et de l'analyse de grands ensembles de données.