



TOO GOOD TO GO CÉLÈBRE UNE NOUVELLE ÉTAPE DE FRANCHIE : 200 MILLIONS DE PANIERS SAUVÉS DANS 17 PAYS grâce à ses 75 millions d'utilisateurs et 134 000 commerces partenaires

- Au cours des 18 derniers mois, Too Good To Go a fortement accéléré son impact en sauvant 5 fois plus vite des paniers que les années précédentes. Elle a également augmenté de 50 % le nombre de ses utilisateurs et de 30 % le nombre de ses commerçants partenaires sur les 18 derniers mois.
- Cette croissance s'explique en grande partie par sa collaboration avec des marques de renommée mondiale. Depuis 2016 en France, des partenaires tels que Carrefour, Paul, le groupe Casino, Marie Blachère, E. Leclerc, Système U, Intermarché..... ont rejoint l'application aux côtés de nombreux commerces indépendants qui chaque jour luttent contre le gaspillage alimentaire.
- En France, Too Good To Go a aidé 14 millions d'utilisateurs à éviter le gaspillage de plus de 50 millions de paniers.

Paris, le 14 mars 2023 - Too Good To Go, l'entreprise à impact à l'origine de l'application leader mondiale de revalorisation des invendus, est heureuse d'annoncer qu'elle a franchi une étape extraordinaire en évitant le gaspillage de 200 millions de repas. Cette réalisation témoigne de l'engagement de la communauté Too Good To Go, qui compte plus de 75 millions d'utilisateurs et 134 000 commerçants partenaires dans 17 pays.

- **UN PROBLÈME MAJEUR, UN MOYEN SIMPLE D'AGIR**

Avec 40 % de la nourriture gaspillée, le gaspillage alimentaire a un impact considérable sur l'environnement. En donnant aux particuliers et aux entreprises les moyens de lutter ensemble contre le gaspillage alimentaire, Too Good To Go leur permet également d'avoir un impact positif sur la planète, en sachant que le gaspillage alimentaire représente 10 % des émissions de gaz à effet de serre mondiales. Ce gaspillage est d'autant plus une aberration dans un monde où 828 millions de personnes souffrent de la faim chaque jour et où le gaspillage alimentaire est évalué à plus de 1,3 milliards de dollars par an à l'échelle planétaire. C'est pourquoi la lutte contre le gaspillage alimentaire est un enjeu crucial qui a un impact positif à de multiples niveaux : sur l'environnement, l'économie et la société.

- **UNE CROISSANCE EXPONENTIELLE EXCEPTIONNELLE CES 18 DERNIERS MOIS DANS LE MONDE**

Lancée en 2016, Too Good To Go a mis six ans pour atteindre les 100 premiers millions de repas sauvés (novembre 2021). Les 100 millions de repas suivants ont été quant à eux sauvés 5 fois plus rapidement, en moins d'un an et demi, ce qui témoigne clairement de la croissance exponentielle de l'entreprise et de son leadership mondial dans le secteur. Au cours des 18 derniers mois, Too Good To Go a augmenté de 50 % le nombre de ses utilisateurs et a accueilli environ 30 % de nouveaux partenaires commerciaux.

"Notre équipe est absolument ravie de célébrer cette étape incroyable de 200 millions de repas sauvés du gaspillage", a déclaré Mette Lykke, PDG de Too Good To Go. "Cette réussite témoigne également des partenariats stratégiques que nous avons noués avec certains des plus grands noms de l'industrie alimentaire, notamment Carrefour, Starbucks, le groupe Casino, le groupe PAUL et bien d'autres, qui ont permis à Too Good To Go d'étendre sa mission et sa proposition de valeur à des millions d'utilisateurs dans le monde entier.

Lykke a ajouté : ***"Too Good To Go est devenu un partenaire de confiance pour des marques internationales qui partagent notre vision selon laquelle les entreprises peuvent et doivent jouer un rôle dans la résolution de certains des plus grands défis mondiaux. En aidant les entreprises à comprendre qu'œuvrer pour un impact positif peut aller de paire avec un intérêt économique, Too Good To Go aide des milliers d'entre elles à avoir un impact encore plus positif sur la planète"***.

- **UN MARCHÉ FRANÇAIS DYNAMIQUE POUR LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE**

Le marché français a toujours été avant-gardiste pour accélérer la lutte contre le gaspillage alimentaire. Avec une législation incitative et ambitieuse depuis la loi Garrot en 2016, c'est tout un écosystème qui s'est mis en marche pour s'engager concrètement afin de réduire de 50% le gaspillage alimentaire.

Avec une prise de conscience des enjeux environnementaux et un contexte inflationniste, la croissance de Too Good To Go est également soutenue en France ces derniers mois. L'application compte désormais 14 millions d'utilisateurs soit 1 français sur 5 et plus de 35 000 partenaires commerçants.

Pour soutenir l'ambition de Too Good To Go en France, l'entreprise a ainsi réalisé l'acquisition de la start-up française de la RetailTech CodaBene afin d'accompagner la gestion des dates courtes directement en magasin. Par cette acquisition, Too Good To Go a ouvert une nouvelle page de son histoire pour accélérer dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et ainsi mieux accompagner ses partenaires.

- **CE SONT NOS PARTENAIRES QUI EN PARLENT LE MIEUX**

La croissance de Too Good To Go s'explique en grande partie par ses alliances avec des marques de renommée mondiale telles que Carrefour, Starbucks, le groupe Casino, le groupe PAUL et d'autres, qui ont rejoint la communauté d'utilisateurs et commerçants indépendants luttant contre le gaspillage alimentaire. Ces partenariats ont permis à Too Good To Go d'étendre sa mission et sa proposition de valeur à des millions d'utilisateurs dans le monde entier.

CARREFOUR *"Too Good To Go et Carrefour ont prouvé qu'ensemble, une start-up et un grand distributeur ont les clés pour aller plus loin et engager les clients bien au-delà des Paniers Surprise. En fait, nous avons récemment franchi une étape importante en sauvant 10 millions de repas dans cinq pays, à savoir la France, la Belgique, la Pologne, l'Italie et l'Espagne. Rien qu'en 2022, en France, nous avons sauvé 2,3 millions de repas avec 1 896 magasins actifs, et nous avons ajouté 499 nouveaux magasins actifs au cours de cette année. Dans toute l'Europe, en 2022, nous avons économisé 3,4 millions de repas avec 4 094 magasins actifs",* a déclaré Bertrand Swiderski, directeur de la RSE du groupe Carrefour.

GROUPE CASINO Matthieu Riché, Directeur de l'engagement et de la RSE : *"Too Good To Go a démontré en peu de temps son efficacité pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Grâce à ce partenariat, nous avons sauvé 4,6 millions de paniers dans 1 300 magasins du groupe Casino (les enseignes Casino, Monoprix, Franprix, Naturalia) en France en 5 ans, tout en permettant à des millions de Français d'acheter des paniers alimentaires à prix réduit. Ce partenariat démontre aussi la capacité d'innovation et d'engagement de Too Good To Go et de nos équipes en magasins au quotidien pour apporter de nouvelles solutions afin de lutter contre le gaspillage alimentaire".*

GROUPE PAUL *"Très tôt, Too Good To Go a convaincu notre enseigne PAUL de sa capacité à avoir un impact réel sur le gaspillage alimentaire. C'est pourquoi, depuis 2017, c'est plus de 220 de nos magasins (succursales et franchisés) qui utilisent l'application de manière quotidienne. En 2022, en 5 ans, nous franchissons la barre du million de paniers sauvés. Aujourd'hui, c'est plus de 1,4 millions de paniers PAUL qui ont été sauvés de la poubelle. Mais notre engagement commun ne se limite pas seulement aux paniers. La force de ce partenariat se définit par l'envie et l'engagement des équipes Too Good To Go et des équipes PAUL (au siège et dans nos magasins) à aller encore plus loin dans la réduction du gaspillage via la réflexion, la définition et la mise en place de nouveaux projets communs innovants et à fort impact."*

SYSTÈME U *"Très heureux que les Magasins U contribuent aux millions de paniers Too Good To Go sauvés partout en France. Depuis le lancement du partenariat en 2019, Système U a par ailleurs signé le Pacte sur les dates de consommation initié par TGTG en 2020. Mais nous ne nous arrêtons pas là, car des projets de sensibilisation des clients et des collaborateurs (ateliers, formations terrain, en magasin...) sont aussi menés en*

commun, afin de faire progresser l'anti-gaspi. Ce partenariat illustre parfaitement le combat pour "des valeurs fortes et des prix bas" de notre enseigne !" Dominique SCHELCHER, Président Directeur Général de Système U

À PROPOS DE TOO GOOD TO GO

Too Good To Go est une entreprise à impact social certifiée B Corp, dont la mission est d'inspirer et d'engager chacun dans la réduction du gaspillage alimentaire. Too Good To Go est l'application leader de revalorisation d'invendus dans le monde.

Grâce à son application, Too Good To Go met en relation plus de 75 millions d'utilisateurs avec 134 000 commerces dans le monde pour sauver les invendus alimentaires dans les commerces de proximité, les restaurants, les boulangeries, les supermarchés et plus encore.

Lancée en 2016, Too Good To Go a désormais sauvé plus de 200 millions de repas du gaspillage, soit l'équivalent de 500 000 tonnes de CO₂e. Elle opère actuellement en Europe (Royaume-Uni, Irlande, France, Allemagne, Danemark, Espagne, Italie, Portugal, Suisse, Suède, Belgique, Pologne, Pays-Bas, Autriche et Norvège) ; et en Amérique (Canada et États-Unis). Elle est la 7^e application restauration la plus téléchargée au monde selon le classement Apptopia de 2022.

Visitez le site toogoodtogo.com ou le profil de [Too Good To Go B Corp](#) pour plus d'informations et suivez Too Good To Go sur Instagram, Facebook, Twitter et LinkedIn.