

## Case study \_ mia & noa : repenser le café

**mia&noa : une approche inédite du café qui s'appuie sur un algorithme de type machine learning développé avec la Haute Ecole de Gestion pour conjuguer fraîcheur et durabilité. Rencontre avec ses fondateurs, Maren Knief Clerc et Sebastian Clerc, deux cousins fous d'arabica et de robusta.**

**Des automates à café, ce n'est pas nouveau. Comment vous différenciez-vous ?**

Maren Knief Clerc : En proposant des « bars à café » zero contact et zero déchet et non pas des machines à café... Le point de départ de mia&noa, c'est une expérience consommateur digitale et gustative supérieure doublée d'une approche durable supérieure.

Concrètement, nous n'utilisons que des produits frais. Pas de lait en poudre mais du vrai lait frais. Vous préférez le lait d'avoine ? Nous le proposons aussi. Le choix est immense avec plus de 500 possibilités. Quant au café bio issu du marché équitable, il est torréfié en Suisse selon nos propres spécifications.

**Une fraîcheur qui complexifie la gestion de la chaîne de valeur...**

MKC : Oui, c'est le nœud du problème. Parce que nous travaillons avec des denrées périssables, chaque bar à café doit être contrôlé et réapprovisionné chaque jour tout en restant au plus proche de la demande réelle. Nous voulons minimiser le gaspillage alimentaire !

**Et c'est là qu'intervient l'étude de faisabilité et le subside de l'OPI...**

Sebastian Clerc : Absolument ! Notre concept prend vie au travers d'un algorithme développé par le Prof. Michel Deriaz de la filière Informatique de gestion de la HEG.

Chaque bar à café a son propre public : l'algorithme est là pour gérer ses besoins. Il intègre dans ses prédictions le jour de la semaine, la période de l'année, la météo, etc. Lors de notre tournée quotidienne, l'objectif est de remplir les réserves au plus juste afin de minimiser le gaspillage, tout en assurant que le consommateur pourra à tout moment déguster sa spécialité préférée.

**Le soutien de l'OPI vous était indispensable ?**

MKC : En tant que jeune société nos moyens sont limités, nous n'aurions pas pu nous permettre cet investissement – d'autant que l'on ne savait pas si ça allait marcher. Mais aujourd'hui, le résultat est très concluant, aussi parce que le modèle numérique offre des outils de fidélisation personnalisables.

**Quelle sera la prochaine étape pour mia&noa ?**

SC : Sur le plan commercial, nous visons l'implantation de nouveaux bars à café par le biais de franchises. Mais avant tout, nous allons poursuivre notre développement avec Innosuisse. Sur le plan IT, l'algorithme va accroître sa fiabilité avec le temps mais il doit aussi être enrichi de variables supplémentaires. D'ailleurs, il pourra être appliqué à la gestion d'autres denrées alimentaires pour lutter contre le gaspillage.

Site web: [miaetnoa.ch](http://miaetnoa.ch)

