

# L'appli qui aide à combattre l'obésité

**SUCCESS STORY** Fedmind, start-up installée au Lab'o, l'incubateur d'Orléans (Loiret), a développé une plate-forme pour aider au quotidien les personnes obèses et en surpoids.

PAR RÉGÉDELANCE

L'obésité est un enjeu de santé majeur et la France n'est pas épargnée par le phénomène. Elle toucherait plus de 15 % de la population et c'est même près d'un Français sur deux qui se trouverait en surpoids, avec un indice de masse corporelle (IMC) supérieur à 25 (l'obésité commence à 30). Maïwen Janovet, 33 ans, faisait partie de ces personnes souffrant de ce que l'Organisation mondiale de la santé (OMS) reconnaît officiellement comme une maladie. « J'étais obèse et il m'a fallu du temps et de l'aide pour m'en sortir », témoigne-t-elle. De l'aide, elle en a trouvée auprès des professionnels de santé mais leurs conseils ne suffisaient pas toujours au quotidien. « Entre deux rendez-vous chez un médecin, on est confronté à soi-même et c'est parfois difficile de se sortir seul. »

En plus de se soigner elle-même, la jeune femme s'est passionnée pour le sujet au point d'entreprendre des études de médecine spécialisées dans les troubles du comportement. Originnaire de La Rochelle (Charente-Maritime), elle a posé ses valises à Orléans (Loiret) et a lancé il y a un peu plus d'un an,



Orléans (Loiret).  
Maïwen Janovet a

**IL S'AGIT D'UN OUTIL PÉDAGOGIQUE THÉRAPEUTIQUE ACCESSIBLE SUR INTERNET ET SUR SMARTPHONE**

dans les locaux de l'incubateur le Lab'o, un projet entrepreneurial dédié à la lutte contre l'obésité baptisé Fedmind (« esprit nourri »). « Il s'agit d'un outil pédagogique thérapeutique pour personnes obèses et en surpoids, présente-t-elle. Accessible sur Internet et sur smartphone, c'est une application d'accompagnement à la perte de poids. »

Concrètement, Fedmind se présente sous la forme d'une plate-forme en ligne proposant plusieurs services d'aide pour nourris (« Il s'agit d'un outil pédagogique thérapeutique pour personnes obèses et en surpoids, présente-t-elle. Accessible sur Internet et sur smartphone, c'est une application d'accompagnement à la perte de poids. »)

Créé Fedmind avec deux associés et trois salariés.

Commercialisé depuis fin 2018 à 29,90 € par mois, Fedmind compte 800 utilisateurs. La plate-forme est actuellement en expérimentation clinique et poursuit l'objectif d'obtenir un agrément médical permettant une prise en charge par la Sécurité sociale (avec un reste à charge de 1 € pour le patient). « Nous sommes également en discussion avec des mutuelles. Le but

est de pouvoir mettre définitivement au point la plate-forme à l'horizon 2021 », précise Maïwen Janovet, qui se félicite des retours positifs du monde médical quant à son projet. Autres soutiens importants : son équipe de deux associés et trois salariés ainsi qu'une levée de fonds en cours qui pourrait permettre de réunir 1,65 M€ de aides privées et publiques.

...  
**Tout ce qu'il faut savoir avant d'ouvrir une concession**  
**Olivier Boulanger, avocat à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine), apporte son éclairage sur les différents types de concessions, leurs avantages, inconvénients et spécificités.**  
...

PROPOS RECUEILLIS PAR R.D.

**LOIS DE LA CRÉATION** d'une entreprise, il faut choisir entre l'indépendance et l'intégration à un réseau. Dans le second cas de figure, il s'agit d'une concession. Un mode de commerce plus qu'une réalité juridique précise, comme l'explique l'avocat installé à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine) Olivier Boulanger.

**Qu'est-ce qu'une concession ?**  
La concession est un partenariat par lequel une entreprise, appelée le concédant, accorde à un tiers, appelé le concessionnaire, le droit d'utiliser totalement ou partiellement sa

marque et de distribuer une gamme de produits sur une zone géographique définie. C'est une démarche plus qu'une réalité juridique : celle d'intégrer un réseau pour s'appuyer sur une image de marque, un savoir-faire et des produits ou services. C'est un mode de commerce recouvrant différentes formes de contrat : la franchise, la licence, le contrat d'adhésion à une centrale d'achat et le mandat commercial.

**Quelles sont les différences**

**entre ces contrats ?**  
Ce ne sont pas les mêmes droits, ni les mêmes obligations qui s'appliquent. Par exemple, dans le cas de la franchise, la responsabilité du fran-



Olivier Boulanger.

chiseur peut être engagée, tandis que la licence est un contrat plus risqué puisqu'il engage la responsabilité du licencié. S'agissant de l'adhésion à une centrale d'achat, elle vous

engage en premier lieu à passer par cette centrale pour les produits que vous allez vendre en magasin. C'est une obligation d'achat. Le mandat commercial est, lui, un droit de vente que vous acquérez en intégrant le réseau. C'est une obligation de vente.

**Comment faire son choix ?**

Il est indispensable de bien étudier le document d'information précontractuel (DIP) de chacun des réseaux. Cinq points clés sont à étudier : s'agit-il d'une activité réglementée (exemple : une agence de voyage, une agence immobilière, etc.), quelle est la nature juridique réelle du contrat (franchise, licence,

adhésion à une centrale d'achat ou mandat commercial), comment le territoire géographique est-il défini, quelles sont les obligations en matière d'achat et de prix de vente. L'examen de ces points permet de se faire une idée lucide sur les obligations réelles des parties, concédant et concessionnaire.

**Quels points de vigilance ?**

La question du territoire géographique est capitale. Certains territoires sont exclusifs et d'autres non. L'idéal est d'ouvrir une concession avec un territoire exclusif suffisamment large pour éviter toute création à l'avenir d'une autre concession du même réseau à proximité.