

FOODTECH EN EUROPE

INVESTISSEMENTS DANS LA FOODTECH
EUROPÉENNE DE 2014 À 2018

 DigitalFoodLab avec



LA FOODTECH : UNE OPPORTUNITÉ POUR L'EUROPE

« Ce qui ne se mesure pas n'existe pas. » C'est avec cette citation de Niels Bohr que nous avons introduit notre rapport de 2017 sur la FoodTech française. Ce rapport est le reflet de notre ambition : fournir aux investisseurs, entrepreneurs et industriels, les données et les insights les plus pertinents pour accélérer le développement de la FoodTech.

C'est le succès de ce premier rapport avec plus de 10 000 téléchargements, la confiance des sponsors - Sopexa et Vitagora - ainsi que l'intérêt manifesté par de nouveaux partenaires - la CCI Paris Île-De-France et Eutopia - qui permettent aujourd'hui de vous rendre accessible cette étude sur la FoodTech européenne. Vous y découvrirez les informations sur l'ensemble des investissements réalisés sur le continent européen depuis 2014 avec un traitement géographique, par catégories et par types d'investissements.

Nous sommes convaincus que la FoodTech est un enjeu et une opportunité pour l'Europe : un enjeu de souveraineté alimentaire et une opportunité de développement économique dans un écosystème mêlant technologie et savoir-faire.



avec



SOMMAIRE

Introduction

Auteurs et sponsors du rapport

Méthode et sources

Définition de la FoodTech

1. Investissements dans la FoodTech en Europe entre 2014 et 2018 (S1)

2. Répartition géographique

3. Investisseurs et types de levées

4. Les catégories de la FoodTech

AgTech

Foodscience

Foodservice

Delivery&Retail

Media

Coaching

LA FOODTECH EN EUROPE : 2014-2018

La FoodTech européenne est en plein développement depuis 2014 avec une croissance du nombre de startups et du nombre d'investissements réalisés. Trois licornes de la livraison, à la portée internationale, représentent 60% des montants totaux investis.

Derrière elles, un écosystème riche et diversifié est en train de se constituer. Il est encore très hétérogène. La FoodTech en Europe se concentre dans quelques pays et quelques villes : Berlin avec un petit nombre de startups très bien financées, Paris avec beaucoup de startups mais sans leader et Londres avec un écosystème dynamique et équilibré.

4.2 Mds€

Investissements dans la FoodTech européenne entre 2014 et 2018 (S1)

16%

Investissements dans les startups FoodTech européennes par rapport aux investissements mondiaux entre 2014 et 2018 (S1)



Paris, Londres et Berlin, écosystèmes leaders de la FoodTech en Europe

DIGITALFOODLAB



DigitalFoodLab

DigitalFoodLab aide les entreprises de l'agroalimentaire à identifier et agir sur les opportunités FoodTech.

DigitalFoodLab intervient sur des conférences, des mapping et du conseil.



DigitalFoodLab est né de notre expérience d'entrepreneurs. A la tête d'une startup FoodTech de 2010 à 2016, nous avons vu l'intérêt grandissant pour l'innovation disruptive dans l'alimentaire de la part de grands groupes, investisseurs et médias.

Pour y répondre, nous avons créé en 2014 les premiers événements dédiés à la FoodTech. Aujourd'hui, DigitalFoodLab étudie les startups et investissements de la FoodTech au niveau mondial pour permettre aux industriels et investisseurs de détecter et agir sur les prochaines opportunités. Nous sommes convaincus du potentiel gigantesque de la FoodTech, tant économique, écologique, qu'humain, pour proposer un nouveau modèle alimentaire.



Matthieu VINCENT

Co-fondateur - DigitalFoodLab

SPONSORS



La CCI Paris Île-de-France informe, conseille et accompagne les entreprises de la filière agroalimentaire qui souhaitent démarrer une activité, financer un projet innovant, s'adapter aux nouvelles réglementations, bâtir une stratégie digitale, partager leurs expériences et développer leur réseaux.

CCI PARIS ÎLE DE FRANCE

Premier réseau entrepreneurial francilien, la CCI Paris Île-de-France accompagne 100 000 porteurs de projet et 200 000 entreprises dont près de 10 000 à l'international.

Deuxième formateur en France, elle forme au sein de ses 24 écoles (Ferrandi, ESSEC, ISIPCA, ESCP...), près de 32 000 jeunes dont plus de 14 000 en apprentissage et 30 000 adultes en formation continue.

Première place européenne de congrès et salons, elle concourt à plus de 1 000 événements (SIAL, Gourmet Food&Wine...) rassemblant plus de 9 millions de visiteurs en Île-de-France.

La CCI Paris Île-de-France participe à la structuration de la filière avec les territoires en lien avec de grands projets tels que la Cité de la Gastronomie Paris-Rungis. Elle est un acteur fédérateur de la filière agroalimentaire au niveau régional. Elle accompagne, anime et participe au développement de la filière, en particulier auprès des jeunes entreprises de la FoodTech à travers :

- le Club régional AgroAlia qui fédère start-ups et partenaires spécialisés dans la filière
- l'incubateur-pépinière Rungis&Co qui héberge et accompagne porteurs de projets et jeunes entreprises dans leur développement, implanté au cœur du MIN de Rungis, le plus grand marché de produits frais au monde.



Gérard DELMAS

Vice-président de la CCI Paris Île-de-France

Président de la CCI Val-de-Marne

SPONSORS

EUTOPIA

EUTOPIA

Eutopia est un fonds VC européen spécialisé dans les startups consumer. Eutopia fonde sa thèse d'investissement sur les transformations de la société de consommation qui ont fait émerger une nouvelle vague de marques qui réinventent et améliorent notre quotidien : la façon dont on mange, boit, dort, s'habille, fait du sport et prend soin de soi. Lancé initialement sous le nom Otium Brands, le fonds a déjà investi plus de 40 millions d'euros dans 15 entreprises dont Feed, Oh My Cream, Même Cosmetics, Polène et Dynamo.



Le secteur food symbolise parfaitement la thèse d'investissement d'Eutopia qui vise à accompagner les startups les plus à même de répondre à l'évolution rapide des attentes des consommateurs. Animées par la vision d'un monde meilleur, ces nouvelles marques tirent partie de la technologie pour proposer des produits et services qui replacent traçabilité, authenticité, expérience et impact sociétal au cœur de leur proposition de valeur.



Antoine FINE

Founding Partner Eutopia

SPONSORS

The logo for Sopexa, featuring the word "sopexa" in a lowercase, white, sans-serif font on a red rectangular background.

*Sopexa c'est près de 60 ans
d'expérience en communication*

*Food & Drink au service des
marques et collectivités dans le
monde entier.*

SOPEXA

Agence de Communication Internationale 100% Food, Drink & Lifestyle, Sopexa est convaincue que l'innovation est un facteur essentiel de réussite et de différenciation. La Foodtech est une formidable opportunité pour créer des offres inédites adaptées aux nouveaux modes de consommation. C'est pourquoi Sopexa continue à évoluer pour pouvoir anticiper les innovations, comprendre les tendances et co-élaborer avec ses clients des stratégies percutantes & créatives.

Sopexa c'est une *agence de communication 100% internationale*, présente dans 24 pays pouvant accompagner marques et collectivités dans leur communication et promotion dans le monde entier.

Au-delà du planning stratégique Sopexa met en place une veille globale enrichie d'études menées par son équipe Market Intelligence. Des experts qui nourrissent les équipes en charge des actions d'Influence, de Branding ou encore de Shopper Marketing.

[Pour plus d'information](#)



Jean-René BUISSON

Président du Directoire de Sopexa

SPONSORS



Vitagora – le pôle de compétitivité agroalimentaire de 370 membres actifs. L'innovation agroalimentaire – plus vite, plus loin, ensemble.

VITAGORA



Créé en 2005, Vitagora est le pôle de compétitivité agroalimentaire des régions Bourgogne-Franche-Comté et Île-de-France. Sa mission : faire de l'innovation un levier de croissance pour attaquer des marchés alimentaires à haute valeur ajoutée. En France et à l'international. Afin de contribuer au renforcement de son écosystème innovation de 370 membres actifs, Vitagora a lancé en 2017 son programme d'accélération, ToasterLAB. Ce programme unique en son genre permet aux startups et PME de la FoodTech d'accéder plus rapidement à la mise en marché et à l'industrialisation.



[Pour plus d'information](#)



Christophe BREUILLET
Directeur de Vitagora

AUTEURS



Matthieu
Vincent



Jérémie
Prouteau

- co-fondateurs de  **DigitalFoodLab**
- coachs de startups à Paris&Co, Euralimentaire et FoodForward
- co-fondateurs de WeCook (créé en 2010, revendu en 2016)
- ingénieurs Telecom SudParis / DCU (Dublin)

CONTRIBUTEURS

La base de données de startups a été constituée par Alexandre Grimault et Quentin Arnoult de DigitalFoodLab. Nous remercions la CCI Paris Île-De-France, Eutopia, Sopexa et Vitagora, pour leur soutien et contribution à ce rapport.

SOURCES & MÉTHODE

ORIGINE & COLLECTE DES DONNÉES

Les informations utilisées dans le rapport proviennent des entreprises, des investisseurs ainsi que d'informations librement disponibles (communiqués, articles de presse,...). Une partie est disponible dans l'annuaire FoodTech de DigitalFoodLab accessible [ici](#).

USAGE DES DONNÉES DE CE RAPPORT

Les informations de ce rapport peuvent être utilisées dans des communications publiques en mentionnant leur origine.

PRÉSENTATION DES DONNÉES

Les montants des levées de fonds sont utilisés de manière agrégée. Les classements des levées de fonds les plus importantes ne révèlent que les informations sur les levées publiques.

PRÉSENTATION GÉOGRAPHIQUE

Cette étude présente les investissements dans la FoodTech au niveau européen, hors Russie.



SOURCES & MÉTHODE

PÉRIMÈTRE 2014-2018 (S1) ET PROJECTIONS 2018

Ce rapport présente les informations pour la période allant de 2014 à la fin du premier semestre 2018. Cette comparaison sur quatre années permet de mesurer les évolutions de la FoodTech et les tendances à venir.

CLASSEMENT DES STARTUPS ET DES LEVÉES DE FONDS

Afin de rendre plus lisible la FoodTech, nous l'avons découpée en six domaines et trente-quatre sous-domaines (définis dans la partie IV). Ce rapport ne considère que les levées de fonds et l'investissement privé. Nous incluons les levées de fonds en crypto-monnaies (ICO) et excluons les fonds levés lors d'introduction en bourse (IPO).

FINANCEMENTS NON DÉVOILÉS

Sur les levées de fonds identifiées pour ce rapport, 132 n'ont pas de montant associé ; nous n'avons pas été en mesure de les identifier lors nos recherches.

CONVERSIONS ET MONNAIES

Le rapport présente les informations en euros. Les données ont été recueillies dans les monnaies d'origine des levées et ont été converties selon les taux en vigueur à date.

FOODTECH

Nous avons identifié 6 grands domaines (AgTech, FoodScience, Foodservice, Coaching, Media et Delivery & retail).

DÉFINITION

La FoodTech est l'ensemble des entrepreneurs et des startups du domaine alimentaire (de la production au consommateur final) qui innovent sur les produits, la distribution, le marché ou le modèle économique.



AGTECH

Startups qui inventent l'agriculture du futur. Cela se traduit par des solutions pour améliorer la qualité et le rendement des productions agricoles avec des drones, des capteurs et des logiciels de gestion de la ferme. L'AgTech concerne également la production de nouveaux produits ainsi que la réflexion sur les fermes urbaines et la ferme du futur.



FOODSCIENCE

Startups qui répondent à l'envie de nouveaux produits alimentaires plus transparents, plus sains et meilleurs pour l'environnement. Ces produits vont de l'innovation de marché à la rupture radicale avec des ingrédients révolutionnaires.



DELIVERY & RETAIL

Startups qui accompagnent ou proposent de nouveaux modes de distribution pour l'alimentation. Cela couvre l'amélioration de l'expérience dans les magasins actuels, la livraison des courses et de repas à domicile.

FOODTECH

Les 6 domaines et leurs sous-domaines respectifs sont présentés en détails dans la partie 4.



FOODSERVICE

Startups qui réinventent la restauration. Il s'agit à la fois de services pour améliorer la gestion des lieux de restauration individuelle ou collective, ainsi que d'entreprises connectant les clients avec des chefs amateurs ou professionnels pour de nouvelles expériences culinaires.



MEDIA

Startups qui répondent aux questions des consommateurs sur les produits alimentaires et leur permettent d'en découvrir de nouveaux. Ces entreprises agrègent et diffusent des recettes et des informations nutritionnelles de façon plus divertissante et plus accessible pour le consommateur final.



COACHING

Startups qui répondent aux questions « Ce que je mange est-il bien/bon pour moi ? » et « que dois-je manger ? ». Ces services s'adressent au consommateur final pour lui permettre de mieux gérer ses achats et son alimentation selon ses objectifs personnels.

L'AMBITION DE LA FOODTECH

Depuis huit ans que nous évoluons dans la Foodtech, nous avons rencontré de nombreux entrepreneurs.

Nous avons pu constater que beaucoup d'entre eux partagent les mêmes ambitions :

- 1 - rendre accessible au plus grand nombre une alimentation de qualité,
- 2 - développer des produits ou services qui rendent l'alimentation plus durable sur le long terme,
- 3 - permettre à chacun d'optimiser son alimentation pour une meilleure santé.

Les grands acteurs de l'alimentaire et de la distribution n'ont pas encore pris en compte l'ampleur de la disruption en cours. Les startups n'ambitionnent pas de créer de « petites entreprises » qui vont collaborer avec eux, mais de les dépasser ou de les remplacer.

S'il est difficile de prédire l'évolution de l'agriculture, de l'industrie agroalimentaire et de la distribution, on peut néanmoins être certain que les startups FoodTech vont fortement perturber les acteurs établis.



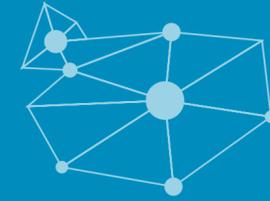
INVESTISSEMENTS DANS LA FOODTECH EUROPÉENNE

4.2 Mds€

Investissements dans la FoodTech
européenne entre 2014 et 2018 (S1)

60 %

Part des montants investis dans trois startups :
Delivery Hero, HelloFresh et Deliveroo

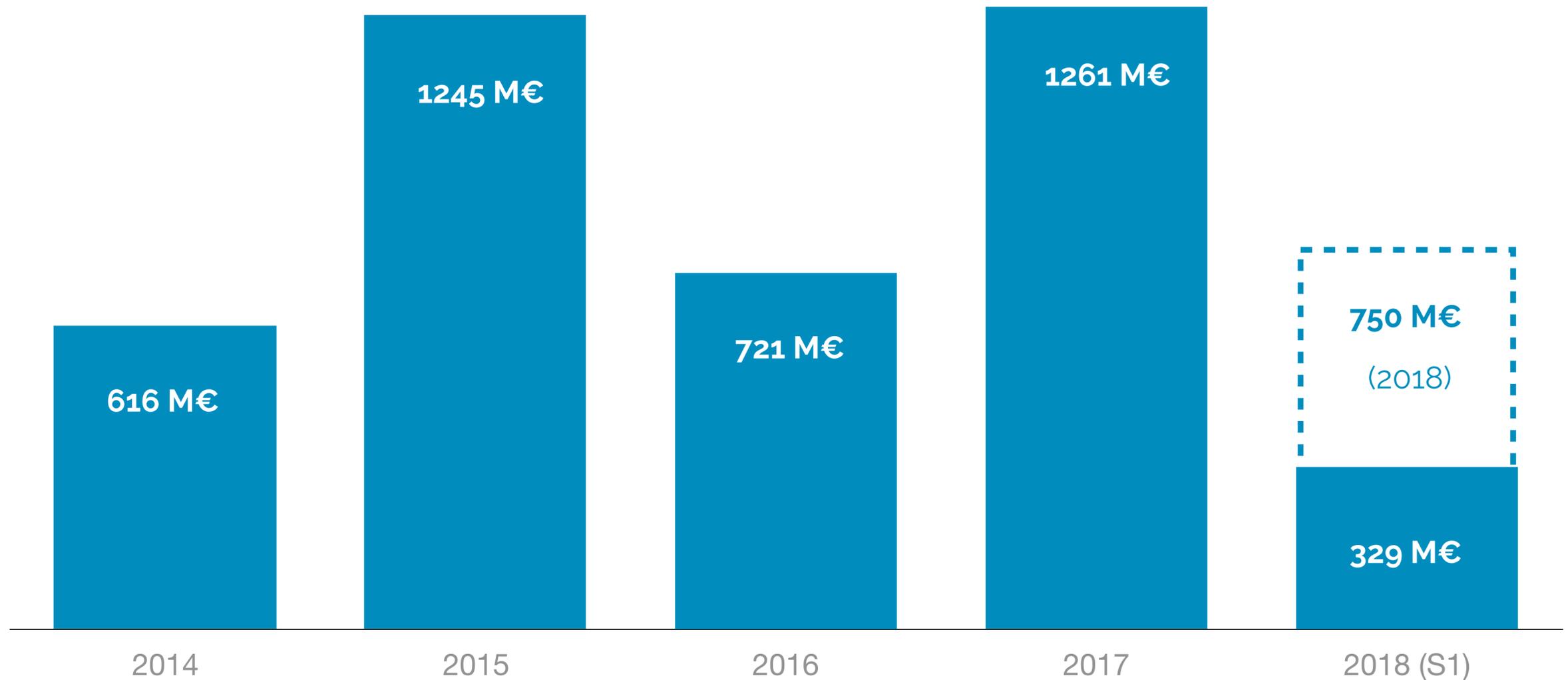


1

INVESTISSEMENTS

INVESTISSEMENTS DANS LA FOODTECH EN EUROPE : 2014-2018

LES INVESTISSEMENTS DANS LA FOODTECH EUROPÉENNE EN M€



Nos projections pour la fin d'année sont de 750 millions d'euros. Les principaux deals se concentrent généralement sur la seconde partie de l'année.

1

INVESTISSEMENTS

TROIS STARTUPS REPRÉSENTENT 60% DES INVESTISSEMENTS

4.2 Mds € - 2.5 Mds € = 1.7 Mds €

Investissements dans la FoodTech
européenne entre 2014 et 2018 (S1)

Investissements dans Delivery
Hero, Deliveroo & HelloFresh

Investissements dans la FoodTech
européenne en dehors des 3 leaders

Les trois leaders concentrent 60% des investissements avec 2,5 milliards d'euros (avant introduction en bourse pour HelloFresh et Delivery Hero). Le domaine de la livraison est clairement un marché où les leaders sont les grands gagnants.



Les trois champions anglais (Deliveroo) et allemands (Delivery Hero & HelloFresh) concentrent à eux seuls 60% des investissements de la FoodTech.

UNE EUROPE QUI GAGNE EN COPIANT ?

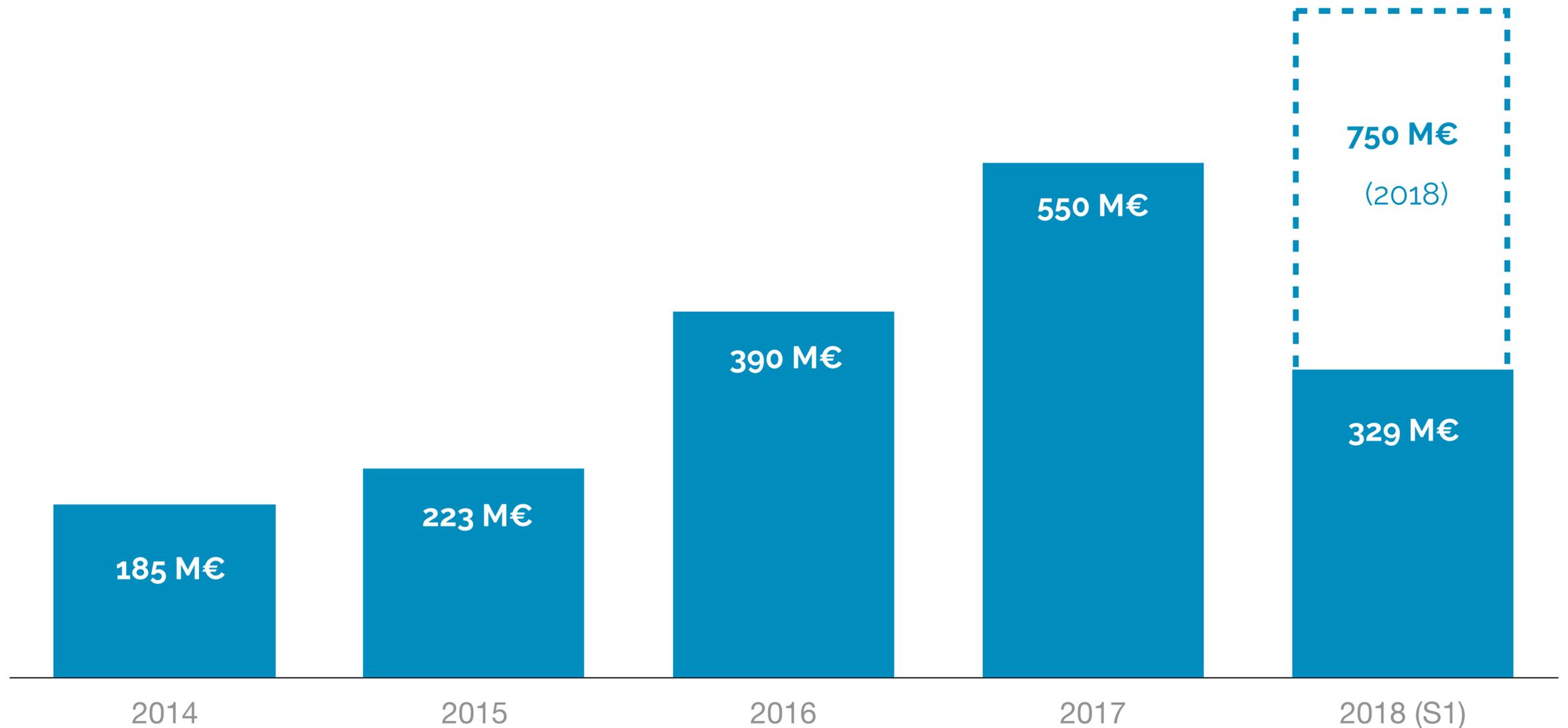
Les trois géants européens figurent parmi les leaders mondiaux. Il est intéressant de remarquer qu'il ne s'agit pas de startups ayant inventé leur modèle. Delivery Hero et HelloFresh sont issues du startup studio allemand Rocket Internet, spécialisé dans les copycat de startups à succès. Alors que Delivery Hero s'est développée rapidement par le rachat de marques (Foodora, FoodPanda, etc), HelloFresh est devenu le leader mondial via le marché américain où la startup a détrôné les initiateurs des meals kits.

1

INVESTISSEMENTS

On observe des investissements quasiment cycliques dans la FoodTech européenne, suivant d'assez près la courbe des investissements mondiaux (p.22). Cependant, en retirant les investissements dans les trois leaders de la FoodTech européenne, on obtient une tendance plus linéaire (ci-dessous).

LA FOODTECH HORS DELIVEROO, HELLOFRESH & DELIVERY HERO (EN M€)



Ce retraitement permet d'observer la croissance de l'écosystème constitué des startups moins matures qui constituent le futur de la FoodTech européenne.

1

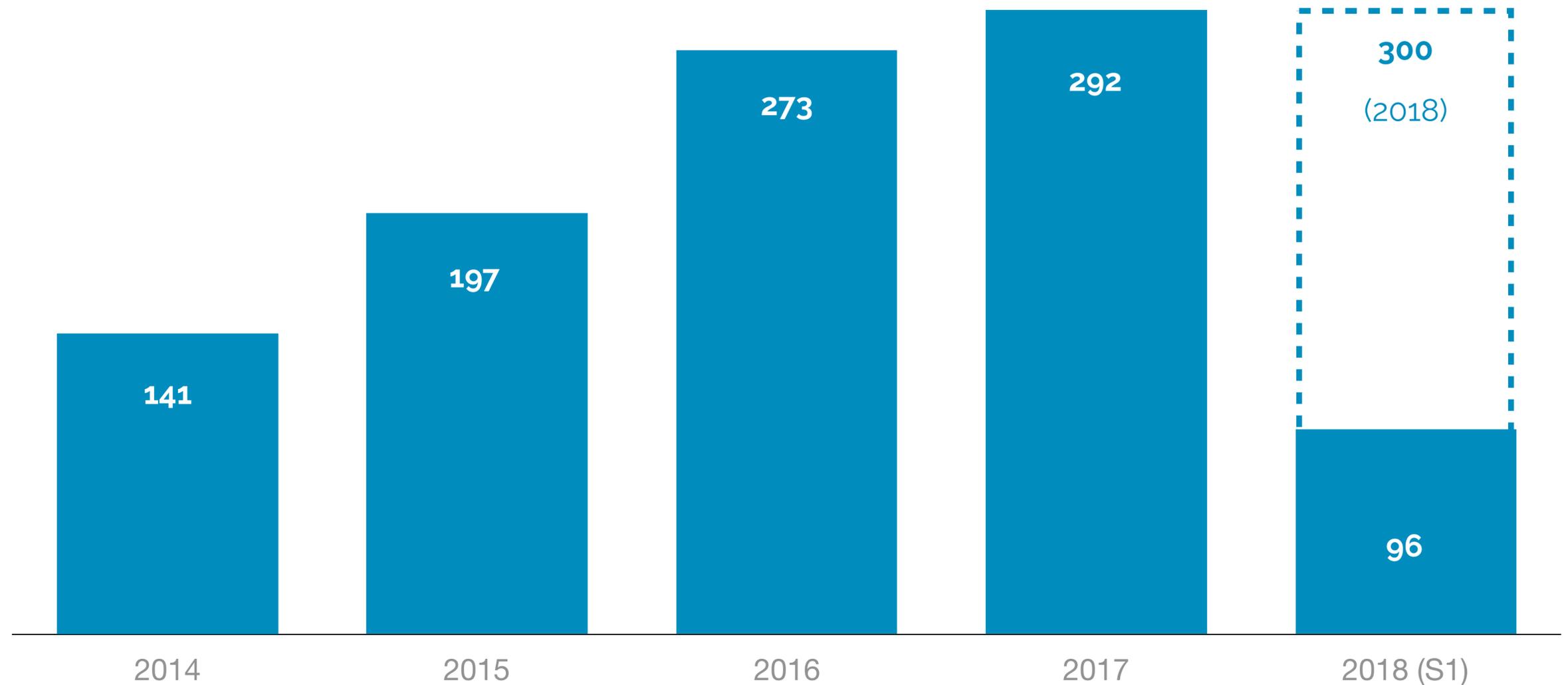
INVESTISSEMENTS

999

Levées de fonds dans la FoodTech européenne entre 2014 et 2018 (S1)

NOMBRE DE LEVÉES DE FONDS EN EUROPE DEPUIS 2014

On remarque que le nombre d'investissements dans les startups FoodTech ne suit pas les montants investis. La croissance continue du nombre d'investissements les années où les montants se réduisent peut être (au moins partiellement expliquée) par l'apparition des premiers accélérateurs dédiés à la FoodTech et la croissance du nombre de deals en seed.



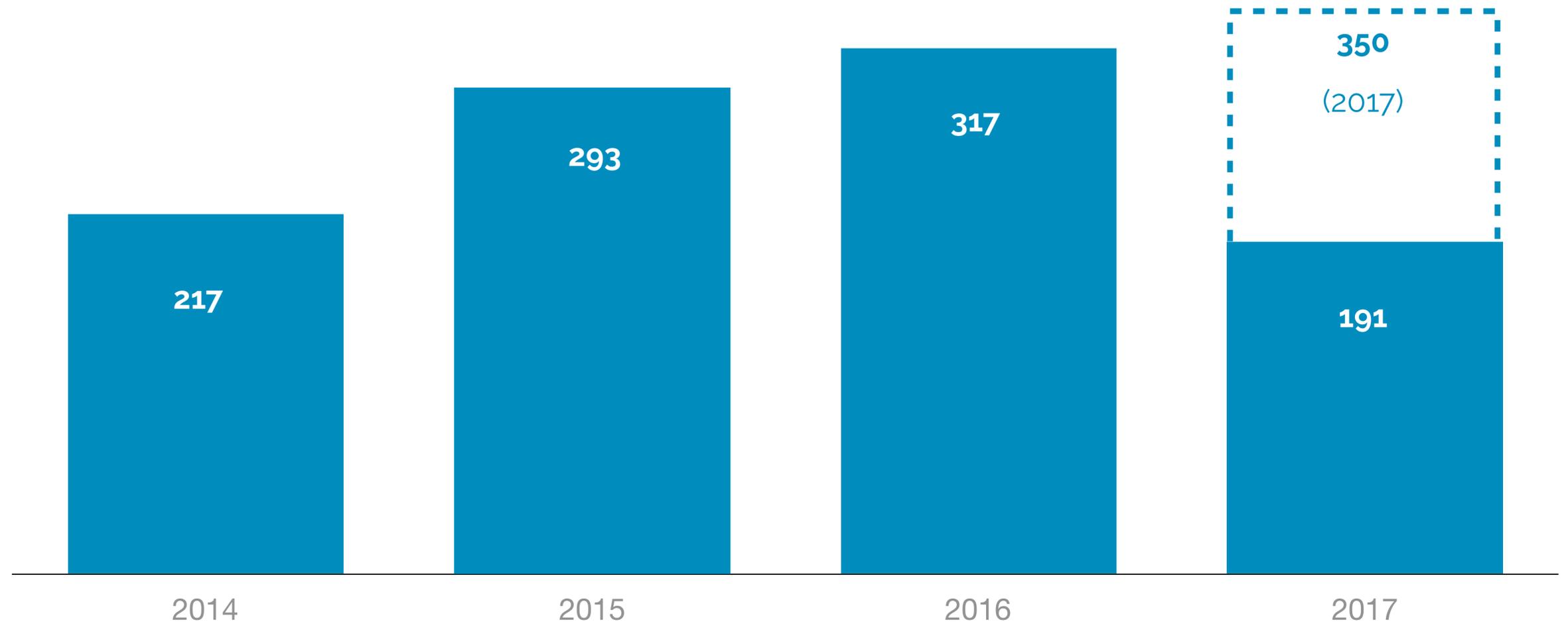
1

INVESTISSEMENTS

CRÉATION DE STARTUPS FOODTECH EN EUROPE DEPUIS 2014

La création de startups (ayant effectué une levée de fonds, rejoint un incubateur ou avec un prototype/produit/service sur le marché) est en croissance constante depuis 2014. L'écosystème FoodTech continue d'attirer de plus en plus d'entrepreneurs.

Pour 2017, les informations évolueront au cours des 12 prochains mois. Nous ne comptons pas les startups encore au stade de projets. Notre projection se base sur l'historique des créations des années précédentes.

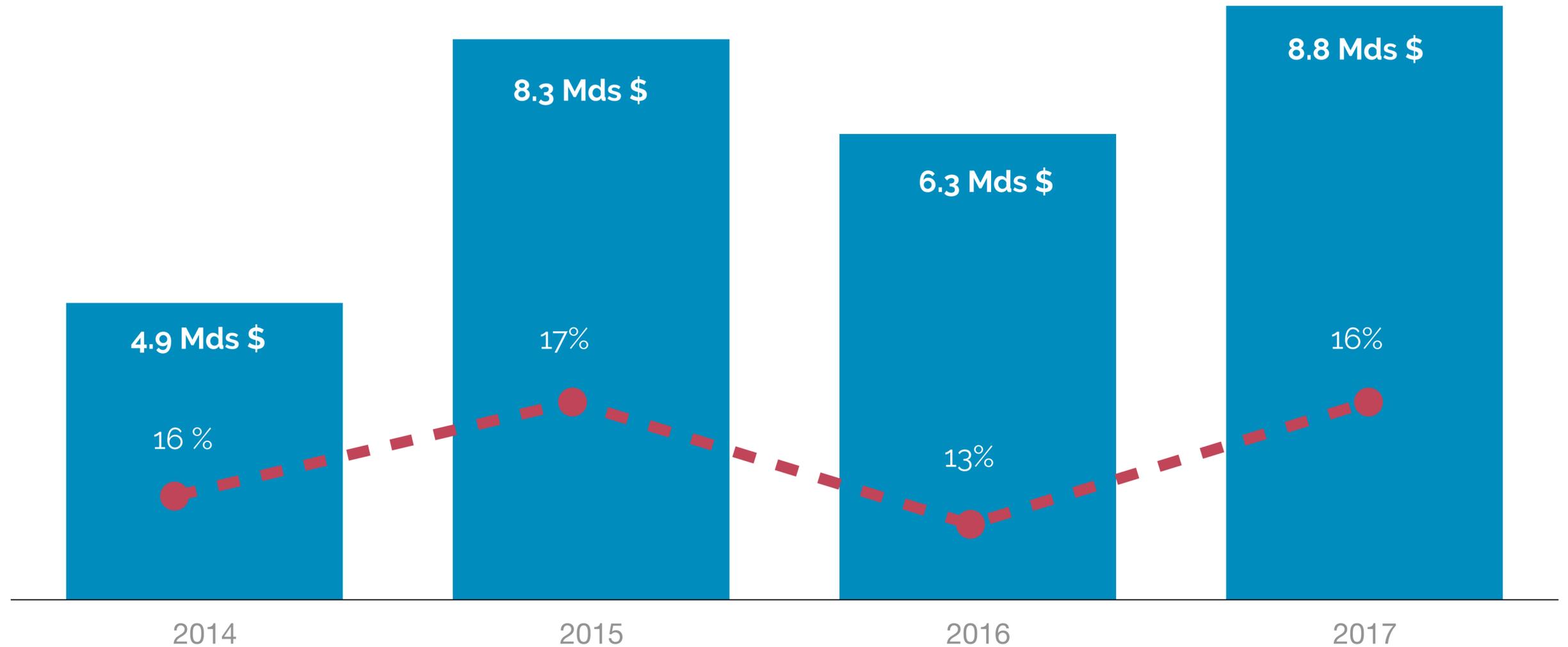
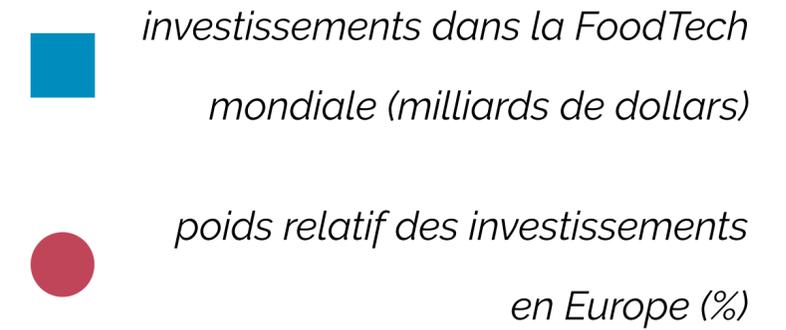


1

INVESTISSEMENTS

L'EUROPE FACE AU MONDE

Ce graphique permet de comparer la position relative des investissements de la FoodTech européenne par rapport aux investissements globaux dans le domaine.



Pour ce graphique, nous utilisons les données du rapport d'AgFunder sur les investissements mondiaux dans la FoodTech.

1

INVESTISSEMENTS

L'URGENCE D'INVESTIR PLUS EN EUROPE

Le graphique précédent montre que **l'Europe représente 13 à 17% des investissements mondiaux dans la FoodTech**. Si ce ratio correspond à celui de la population européenne (un peu moins de 10% de la population mondiale en 2015), il n'est pas à la hauteur de l'importance des industries agroalimentaires européennes dans l'économie mondiale : la part de l'agroalimentaire européen dans le marché mondial est de 25%*.

16%

Part de l'Europe dans les investissements mondiaux dans la FoodTech entre 2014 et 2017

25%

Part de l'agroalimentaire européen (UE) dans le marché mondial.



L'avis de DigitalFoodLab :

L'innovation de rupture est aujourd'hui largement portée par les startups de la FoodTech. Si des investissements plus conséquents ne sont pas réalisés dans les startups FoodTech européennes, le poids de l'Europe sur le marché mondial pourrait diminuer.

* source : FoodDrinkEurope

1

INVESTISSEMENTS

INVESTISSEMENTS DANS LA FOODTECH EUROPÉENNE : QUE RETENIR ?

La FoodTech européenne a su construire des géants internationaux (des licornes valorisées plus d'un milliard d'euros), ce qui en soit constitue un succès. Si ceux-ci ont absorbé une part importante des capitaux investis, un grand nombre d'entreprises sont en train de se constituer pour « prendre le relai ». Cela s'observe par une augmentation des investissements en dehors de ces leaders, à la fois en nombre de deals et en montants levés.

4.2 Mds€

Investissements dans la FoodTech Européenne entre 2014 et 2018 (S1)

~ 300

Nombre d'investissements annuels dans la FoodTech européenne en 2016 et 2017

60 %

Part des montants investis dans trois startups : Delivery Hero, HelloFresh et Deliveroo

16 %

Part de l'Europe dans les investissements mondiaux dans la FoodTech entre 2014 et 2017



GÉOGRAPHIE DE LA FOODTECH EN EUROPE

33

Levées de fonds supérieures à 20 M€
depuis 2014, dont 14 en Allemagne

63 %

Part des montants investis en Allemagne et
au Royaume-Uni en 2017

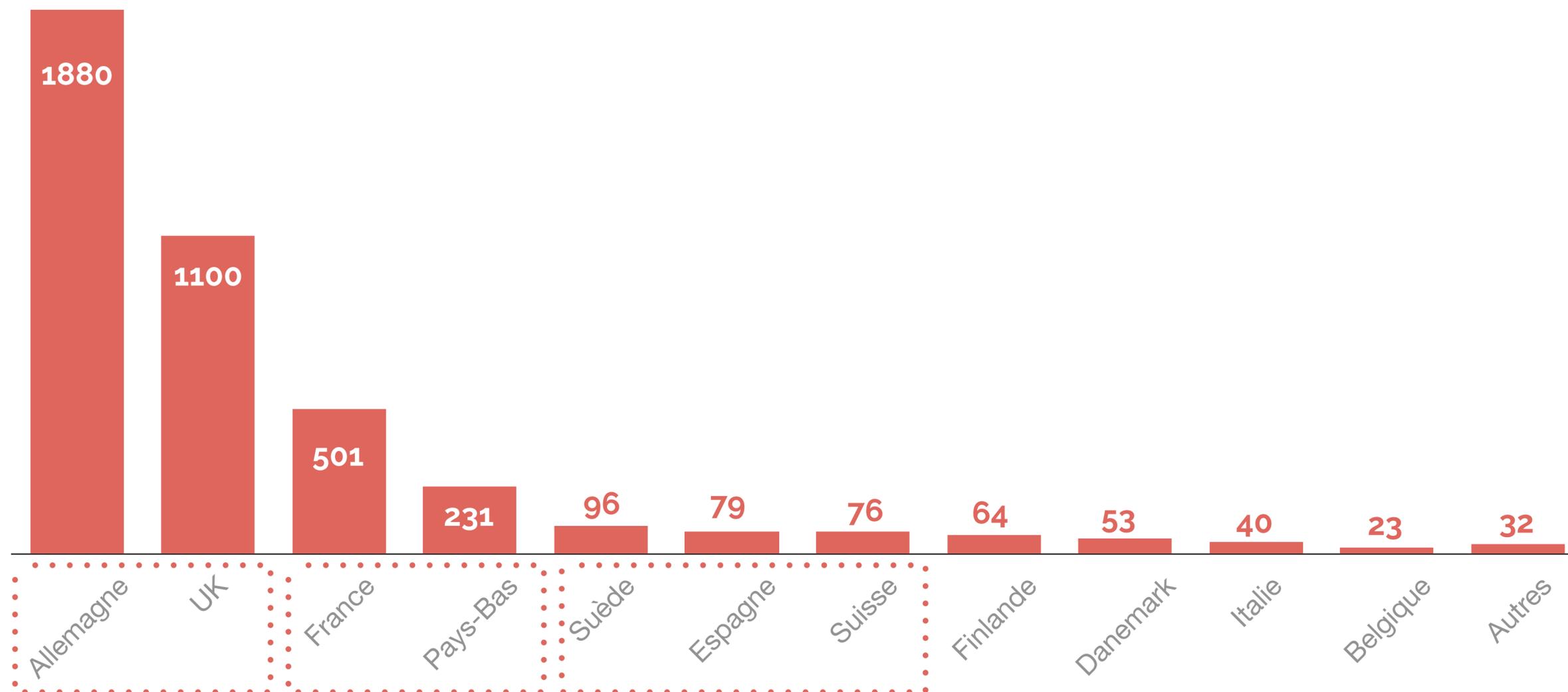


2

GÉOGRAPHIE

DES ÉCOSYSTÈMES LOCAUX MAIS PAS ENCORE D'ECOSYSTEME EUROPÉEN

MONTANTS INVESTIS DANS LA FOODTECH PAR PAYS EN M€ ENTRE 2014 ET 2018 (S1)



Le classement des trois premiers pays est assez logique au regard de la population et du PIB.

2

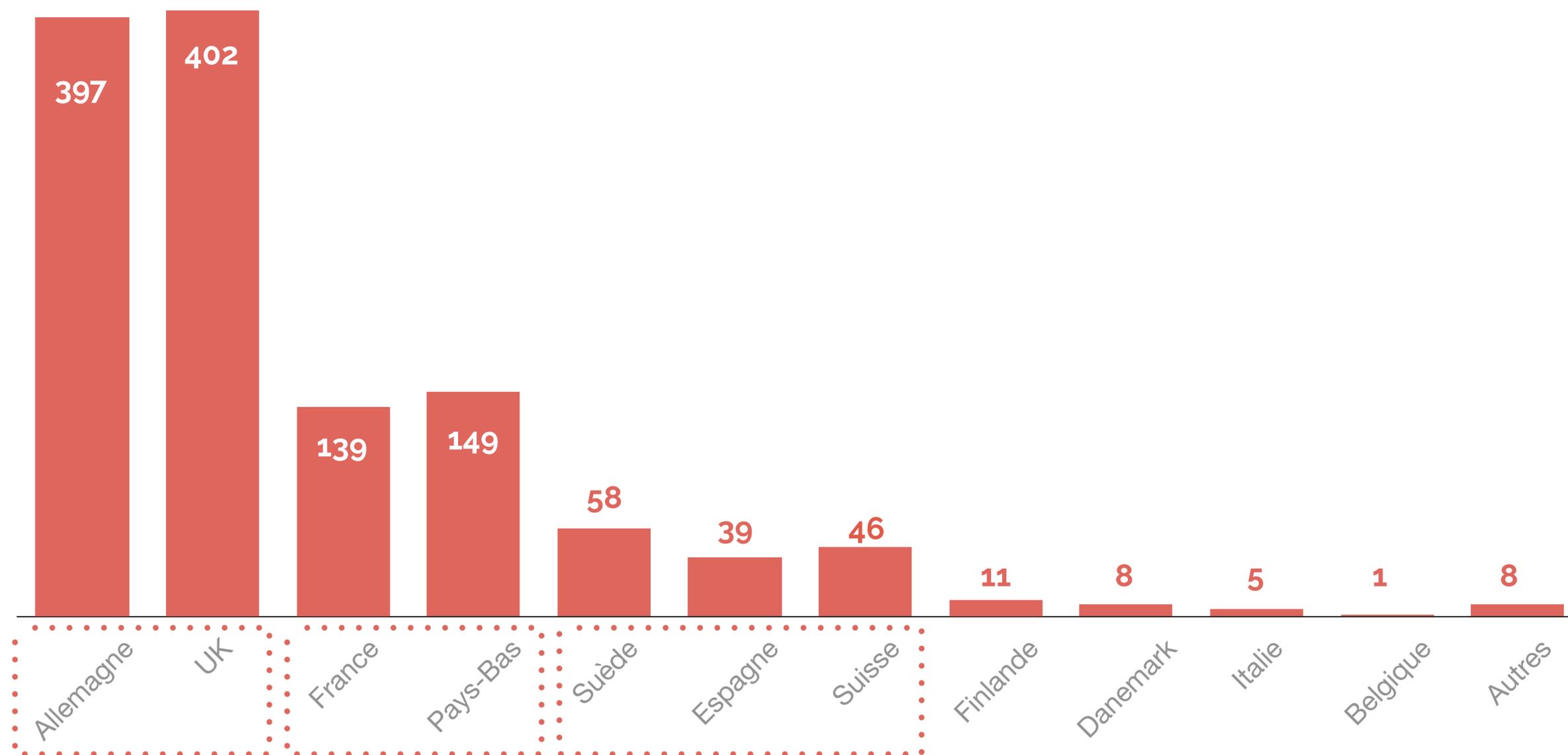
GÉOGRAPHIE

63 %

des montants ont été investis dans
seulement 2 pays (en 2017)

MONTANTS INVESTIS DANS LA FOODTECH PAR PAYS EN M€ EN 2017

En 2017, on observe trois clusters de pays : l'Allemagne et le Royaume-Uni, leaders ; la France et les Pays-Bas en deuxième place, suivis d'un groupe de trois pays (Suède, Espagne, Suisse). Pour les pays suivants, un seul investissement significatif permettrait de modifier le classement tant les différences sont faibles.



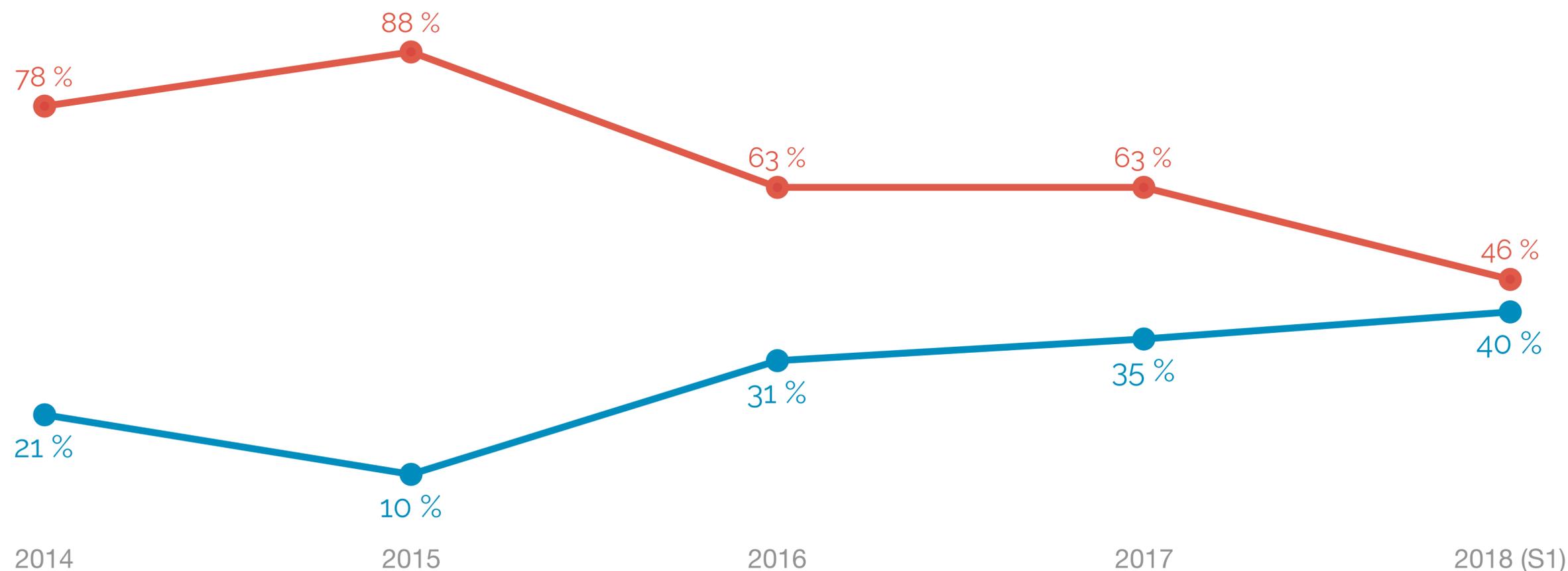
2

GÉOGRAPHIE

PART DE L'ALLEMAGNE & DU ROYAUME-UNI DANS LA FOODTECH

Ce graphique permet de souligner la position de l'Allemagne et du Royaume-Uni comme leaders de la FoodTech européenne dont leurs startups ont représenté jusqu'à 88% des montants investis en 2015.

Un nouveau groupe de pays prend de plus en plus d'importance, composé principalement des Pays-Bas et de la France puis de l'Espagne, de la Suisse, de la Finlande et de la Suède.



● Part des investissements en Allemagne et au Royaume-Uni dans la FoodTech européenne.

● Part des investissements en France, Pays-Bas, Finlande, Suède, Espagne et Suisse dans la FoodTech européenne.

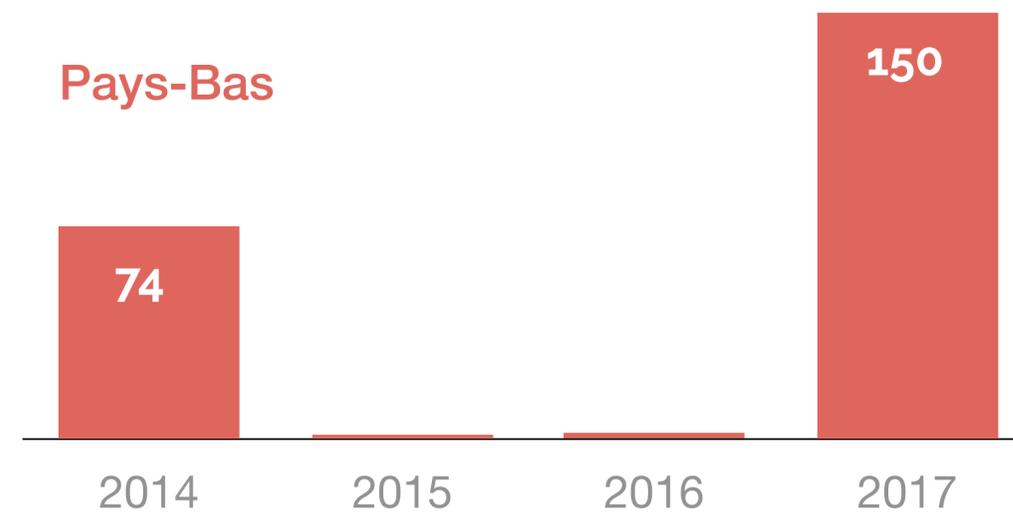
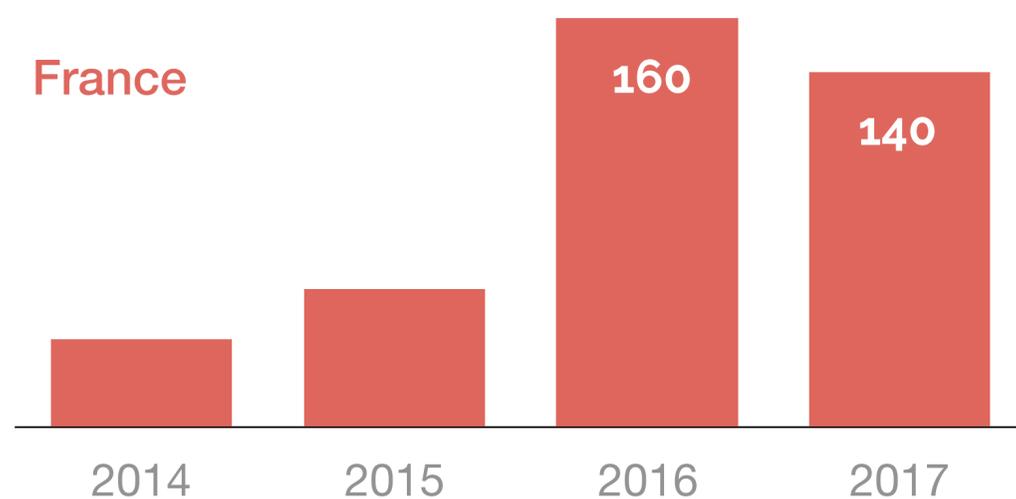
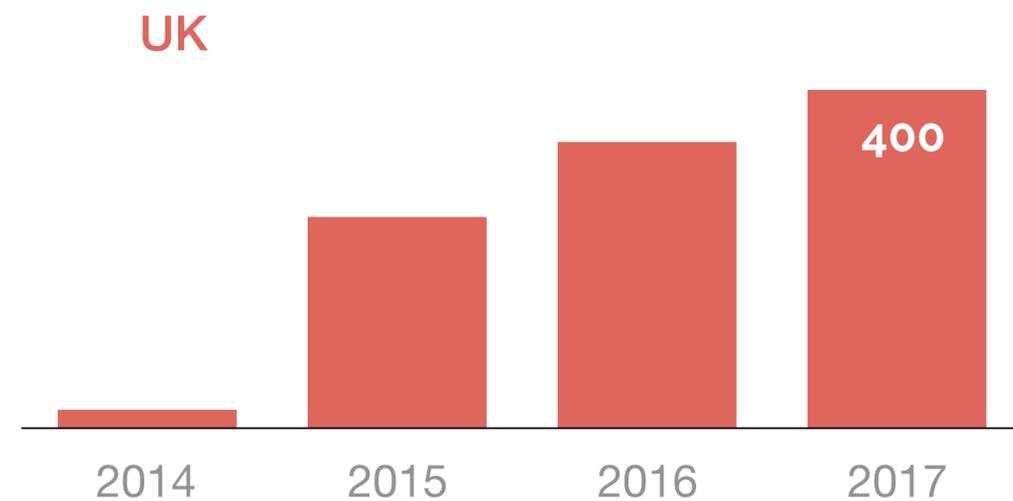
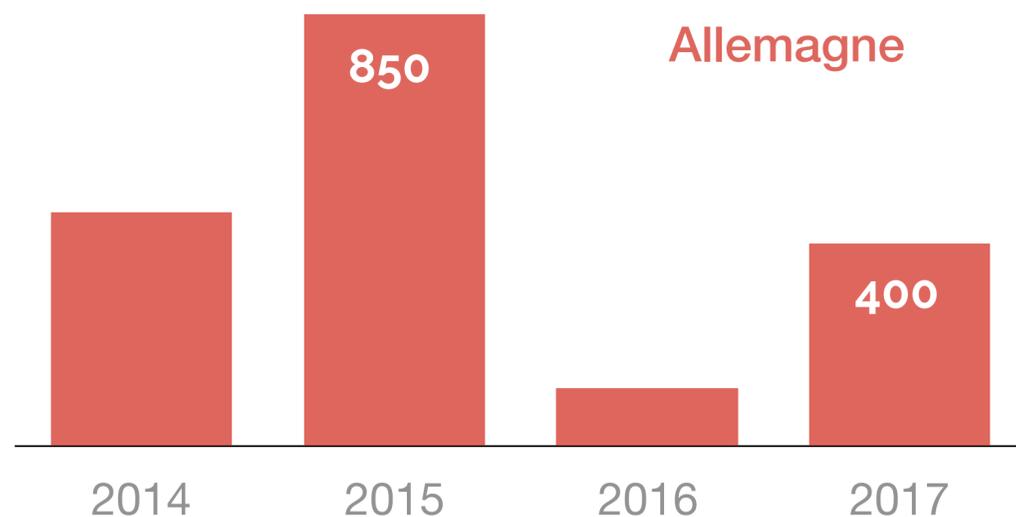


2

GÉOGRAPHIE

L'ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS SUR LES PRINCIPAUX MARCHÉS EN M€

Les graphiques ci-dessous représentent l'évolution des quatre principaux écosystèmes européens.



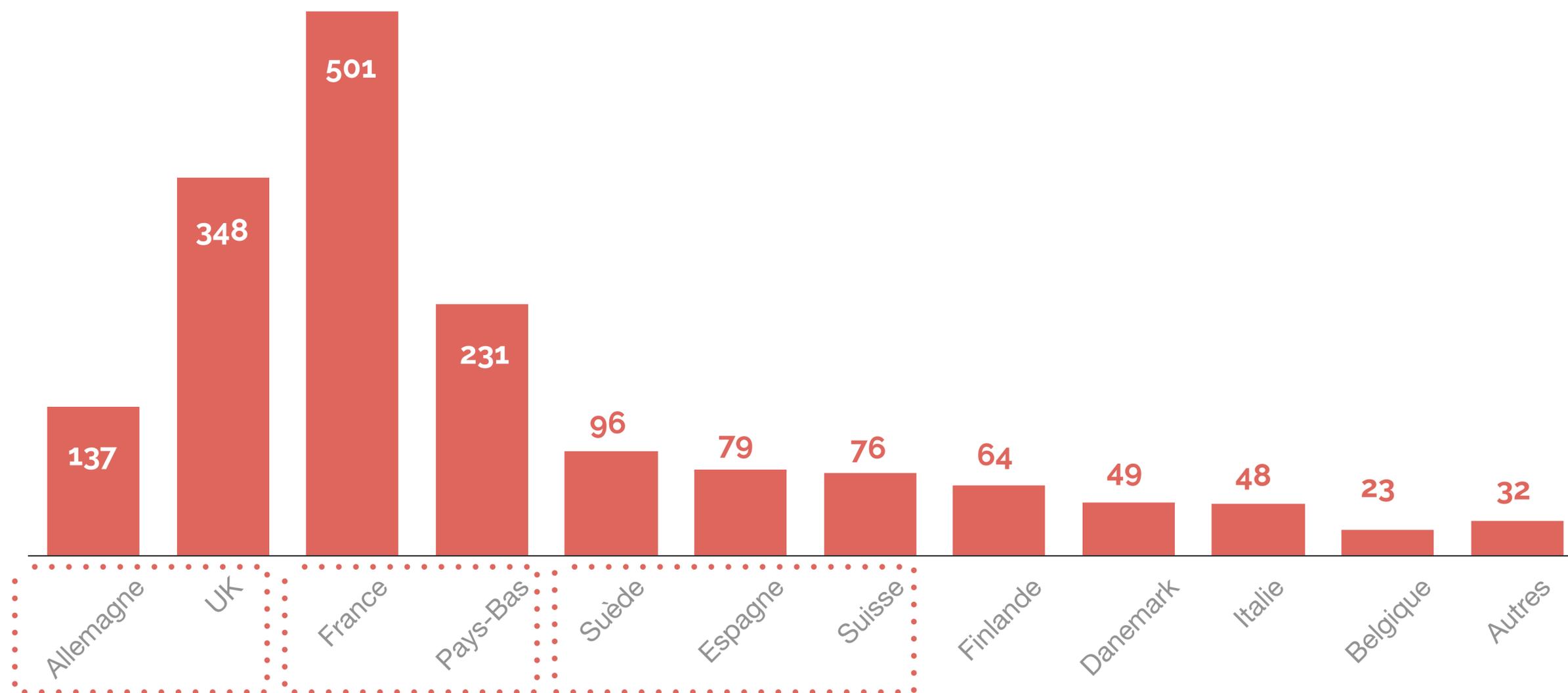
Les investissements dans la FoodTech aux Pays-Bas sont très liés à une levée massive de Picnic en 2017.

2

GÉOGRAPHIE

MONTANTS INVESTIS EN M€ HORS DELIVEROO, HELLOFRESH & DELIVERY HERO (2014-2018 (S1))

Analyser les données des investissements par pays en excluant les trois principaux « bénéficiaires » permet de donner une autre image de l'écosystème FoodTech européen (à eux seuls ils représentent 60% des montants investis).



2

GÉOGRAPHIE

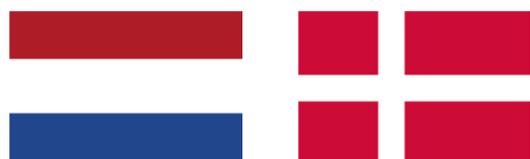


Les Pays-Bas et le Danemark constituent des cas particuliers : pour chaque pays, une seule startup concentre une grande partie des investissements.

Picnic est une startup hollandaise créée en 2015 qui propose une nouvelle offre sur le marché des courses en lignes avec deux éléments de différenciation :

- la gratuité de la commande et de la livraison pour le consommateur,
- l'utilisation d'une flotte de véhicules électriques dédiés à la livraison.

La startup a levé **100 millions** d'euros en 2017 pour se déployer au niveau national. Cet investissement correspond aux 2/3 des montants totaux investis dans la FoodTech hollandaise entre 2014 et 2018.



Picnic aux Pays-Bas et Vivino au Danemark sont des leaders locaux qui dominent leur écosystème.

Vivino est une startup danoise créée en 2010 et qui se définit aujourd'hui comme la plus grande marketplace pour découvrir et acheter du vin avec plus de 30 millions d'utilisateurs. Vivino a levé plus de **56 millions** de dollars (auprès d'investisseurs américains) dont 25 millions en 2016 et 20 millions début 2018.

Vivino illustre la difficulté pour une startup européenne non localisée (les startups de services notamment) d'attirer les fonds et les talents nécessaires à son développement. Cela se conclut généralement par une expatriation (ici à San Francisco) d'une partie ou de la totalité de l'équipe.

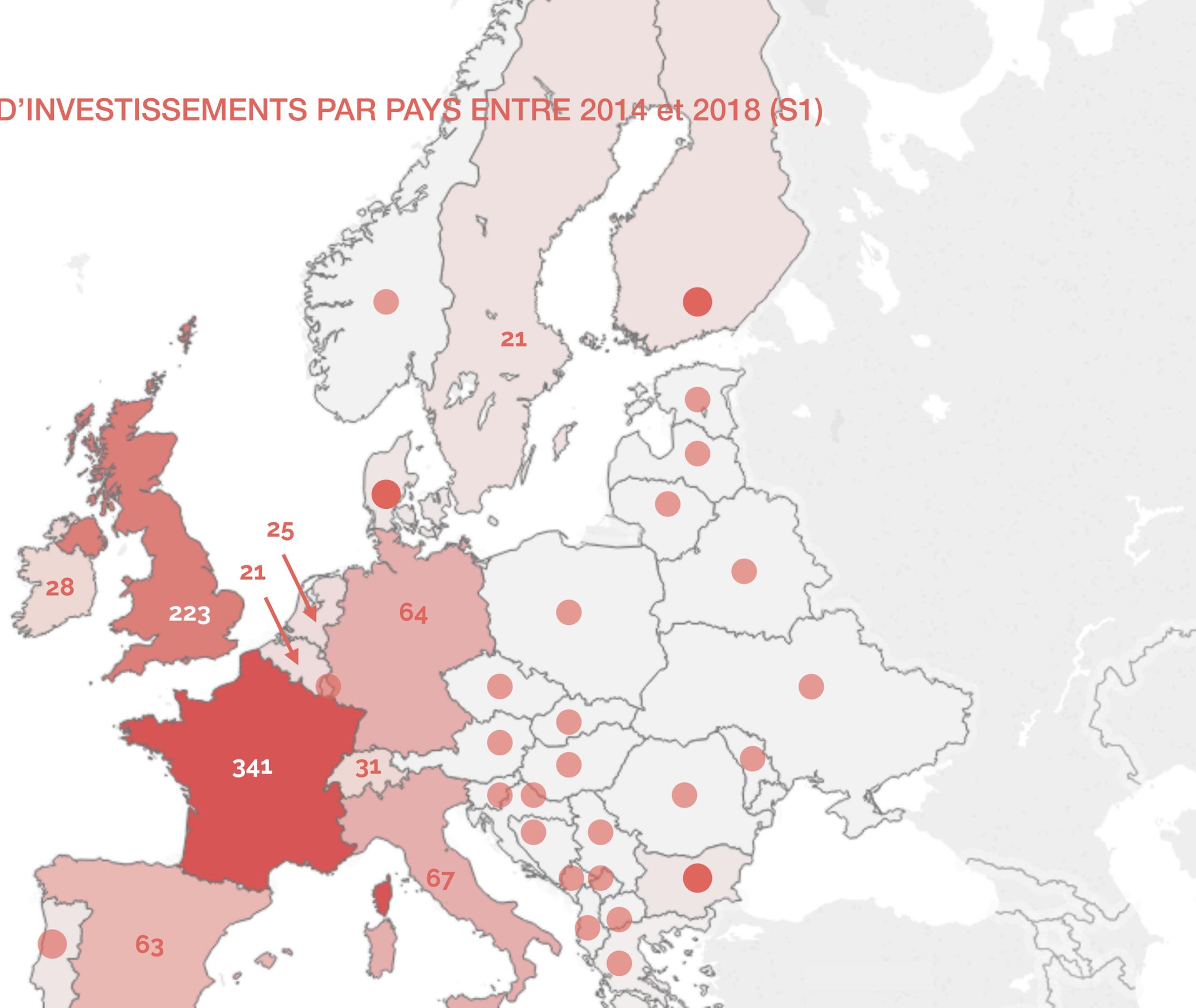
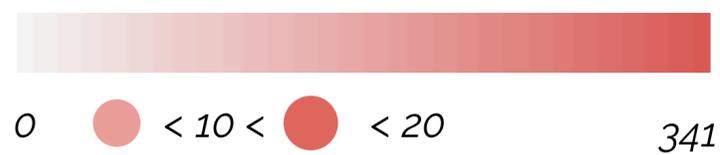


2

GÉOGRAPHIE

NOMBRE D'INVESTISSEMENTS PAR PAYS ENTRE 2014 et 2018 (S1)

Cette carte représente le nombre d'investissements par pays : plus la couleur est foncée, plus nombreux sont les investissements recensés. (La Russie et la Turquie ne font pas partie de cette étude.)



2

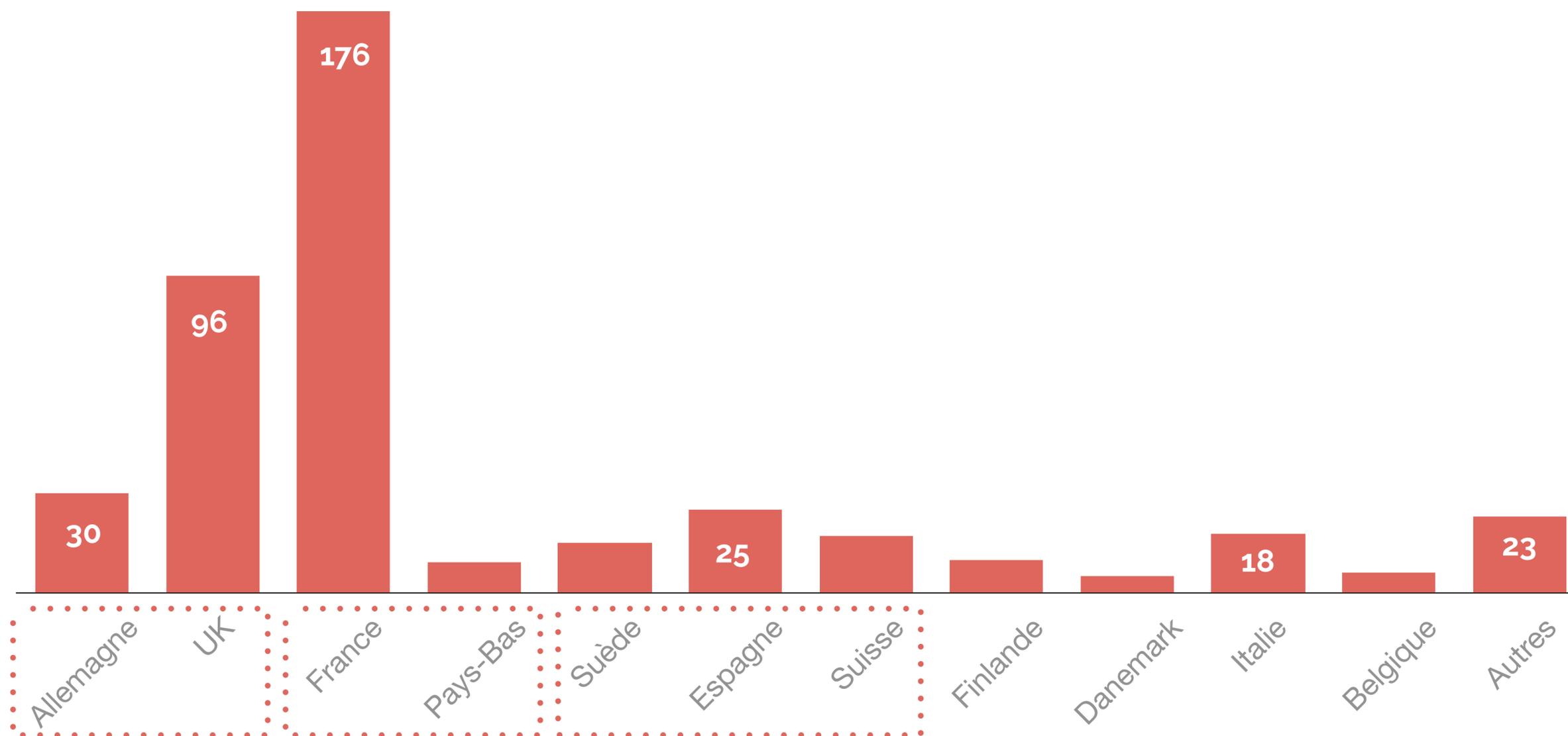
GÉOGRAPHIE

434

Investissements dans la FoodTech européenne supérieurs à 500k€ entre 2014 et 2018 (S1)

NOMBRE D'INVESTISSEMENTS >500k€ PAR PAYS ENTRE 2014 ET 2018 (S1)

De nombreux pays comptent un écosystème capable de soutenir leurs startups FoodTech avec des levées d'amorçage (quelques centaines de milliers d'euros) sans pour autant assurer de nombreuses levées plus importantes (cf. page suivante). C'est particulièrement le cas de la France, de l'Espagne et de l'Italie. À l'inverse, on constate un faible nombre de levées en Allemagne.



2

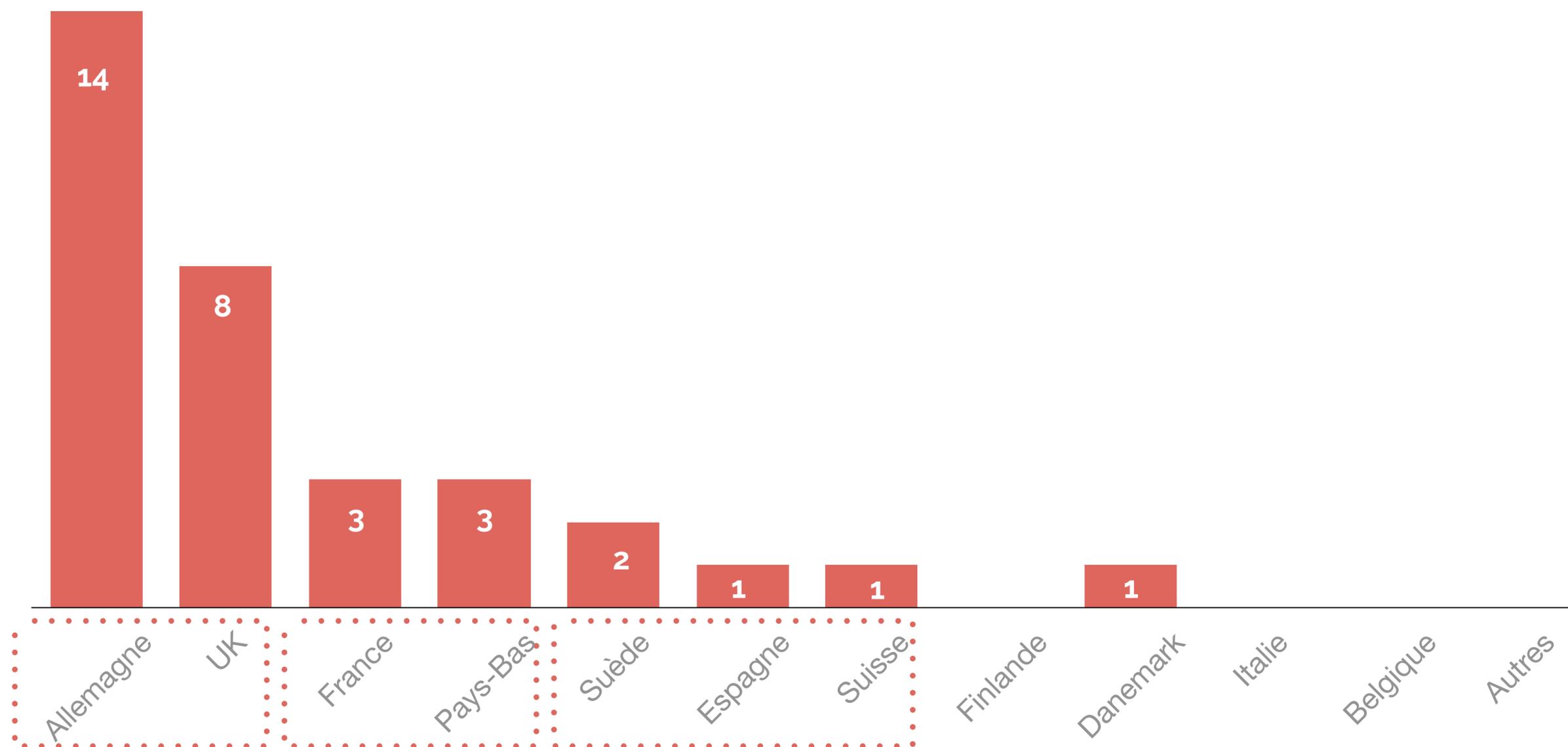
GÉOGRAPHIE

33

Investissements dans la FoodTech
européenne supérieurs à 20 M€
d'euros entre 2014 et 2018 (S1)

NOMBRE D'INVESTISSEMENTS >20M€ PAR PAYS ENTRE 2014 ET 2018 (S1)

À l'inverse du graphique précédent, celui-ci avec le nombre de levées supérieures à 20 millions d'euros rétablit le graphique initial (cf. page 26) des pays classés en fonction des montants totaux levés.



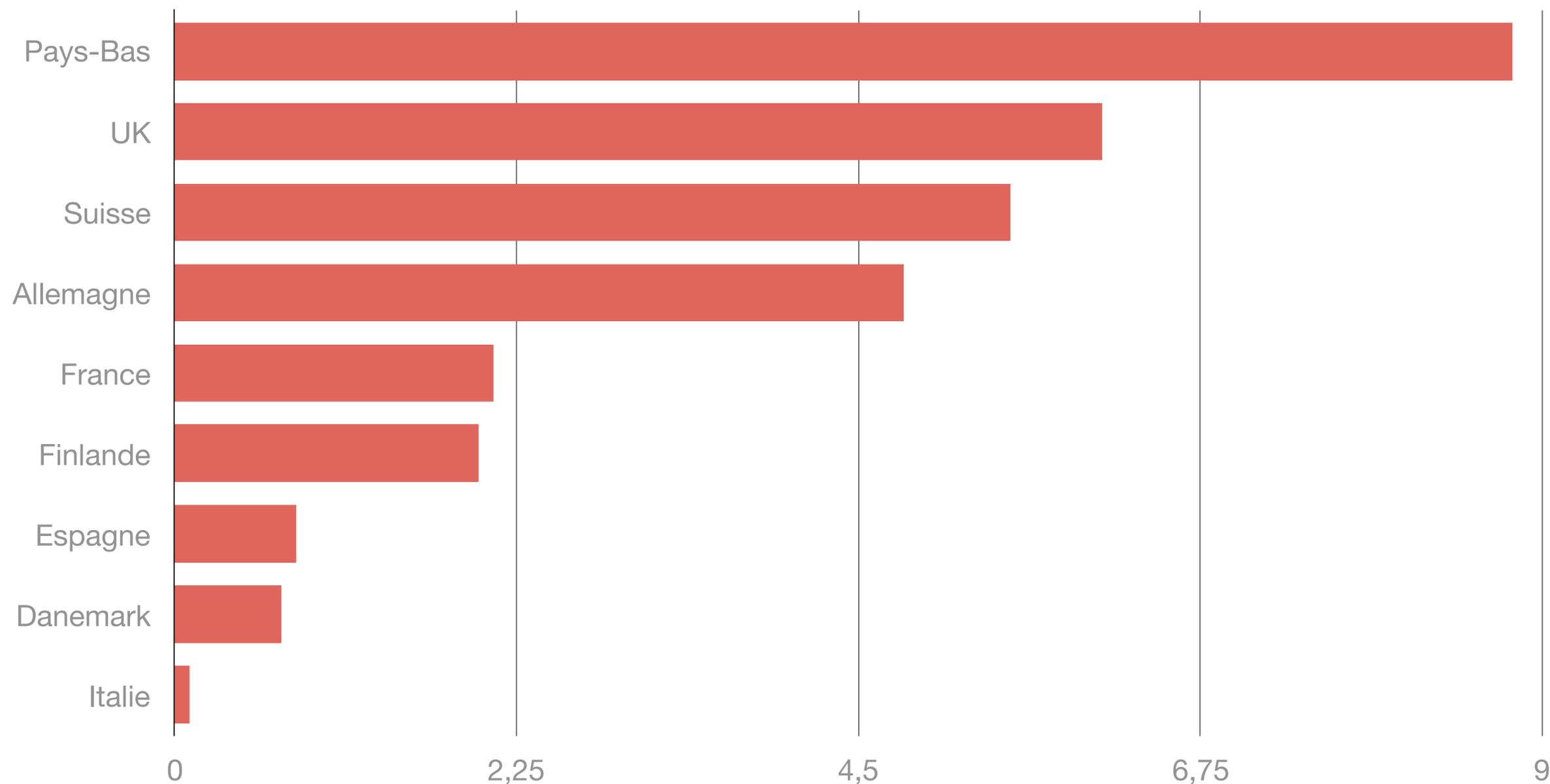
2

GÉOGRAPHIE

Pour ce graphique, nous avons utilisé les données de population d'Eurostat pour 2017 et les montants investis dans la FoodTech dans chacun des pays.

REPARTITION DES MONTANTS INVESTIS SELON LA POPULATION EN 2017

Ce graphique présente les investissements dans la FoodTech en euros par habitant et par pays.



2

GÉOGRAPHIE



*Glovo est une startup
proposant de "tout" vous livrer
en moins de 60 minutes.*

Les graphiques précédents permettent d'illustrer quatre tendances :

- il y a relativement peu de levées en Allemagne (cf. page 33), mais les montants levés y sont importants (l'Allemagne compte pour moins de 7% des levées de plus de 500k€ et 42% des investissements de plus de 20 millions d'euros),
- la France apparaît comme le leader du nombre de levées. En revanche, le pays se retrouve largement distancé en termes de montants levés (avec seulement 3 investissements de plus de 20 millions d'euros),
- les startups britanniques font beaucoup de levées à tous les stades, constituant ainsi l'écosystème le plus équilibré de la FoodTech européenne,
- les autres écosystèmes nationaux n'arrivent pas à constituer des pôles d'investissements, que cela soit en nombre ou en montants investis.

On peut noter une exception pour l'Espagne et plus particulièrement Barcelone. On y voit en effet un écosystème local dynamique (en terme de créations et d'investissements) et un leader (Glovo).

2

GÉOGRAPHIE

Le nombre limité d'investissements recensés en Allemagne et dans une moindre mesure au Royaume-Uni, par rapport à la France, peut s'expliquer par des phénomènes locaux et par le vide créé autour des leaders :

- pour un investisseur allemand ou britannique, il est difficile d'y financer une startup de livraison de restaurants ou de meal kits étant donné la présence de leaders incontestables.
- En Allemagne, beaucoup d'investissements early-stage sont réalisés par des PME ou ETI (par exemple Vorwerk, la maison mère du Thermomix) ayant moins vocation à communiquer sur leurs investissements que les fonds traditionnels. En dehors de Berlin, le nombre de startups y est aussi plus faible.
- Le Royaume-Uni dispose d'un large écosystème de startups concentrées sur l'innovation produit, mais peu sont financées de manière significative (la barre des 500k€).



L'avis de DigitalFoodLab :

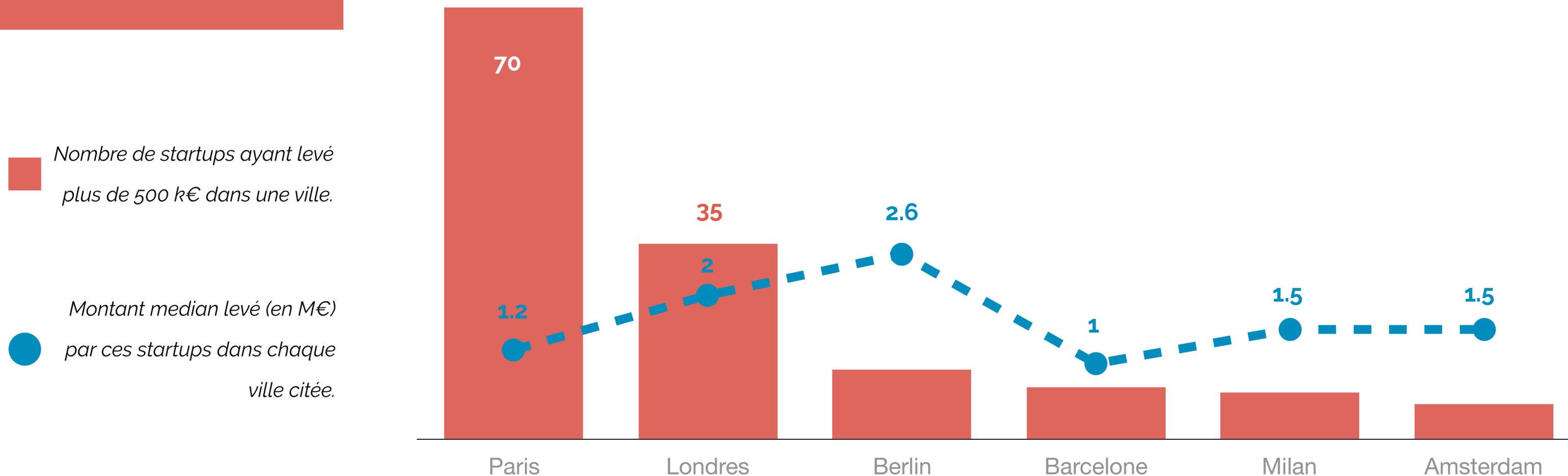
En dehors des startups B2B ou des startups de livraison, les startups européennes ont du mal à sortir de leur marché national. Le manque d'interlocuteurs pour distribuer des produits innovants à l'échelle européenne rend difficile le développement des startups B2C. Ce secteur pourrait évoluer avec l'arrivée d'Amazon ou des startups du delivery sur le marché de la livraison des courses.

2

GÉOGRAPHIE

UNE FOODTECH CONCENTRÉE DANS LES VILLES (1/2)

Les écosystèmes startups sont la combinaison d'un certain nombre d'ingrédients sur un territoire donné : des entrepreneurs, des talents, du financement et un environnement propice à l'innovation. Nous nous sommes demandé quelles villes en Europe avaient la meilleure recette pour la FoodTech.



2

GÉOGRAPHIE

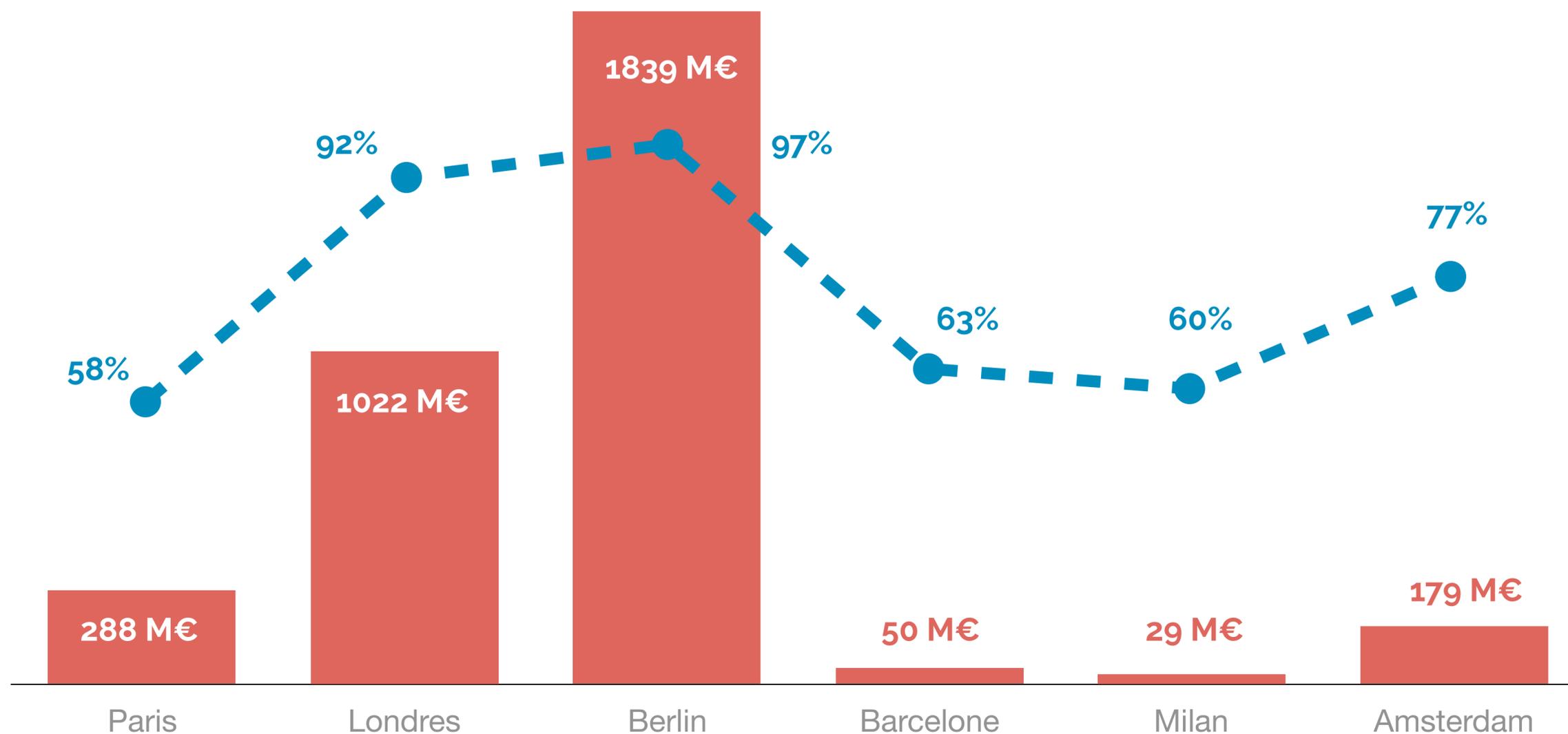
UNE FOODTECH CONCENTRÉE DANS LES VILLES (2/2)

Les villes leaders prennent une place importante dans leurs écosystèmes nationaux respectifs. Cela peut être amplifié en prenant en compte les villes et leur région. Par exemple, la part des investissements dans la région de Paris monte quand à elle à 80%.

Montants totaux investis dans les startups localisées dans ces villes (en M€).



% de ces villes par rapport aux investissements nationaux dans la FoodTech.



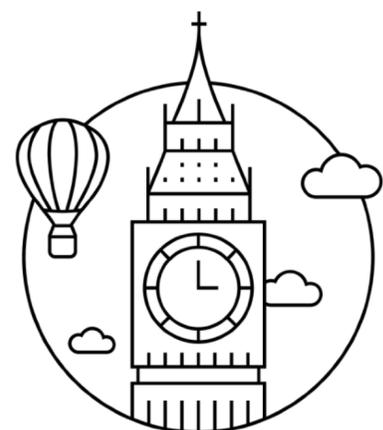
2

GÉOGRAPHIE



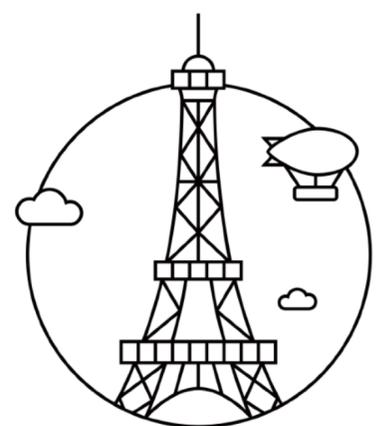
BERLIN

L'écosystème berlinois est très orienté vers le delivery & retail (cf. partie IV), avec des startups à dimension internationale. Basé sur peu de startups (elles-mêmes souvent issues de Rocket Internet), il concentre un grand nombre d'emplois et d'investissements.



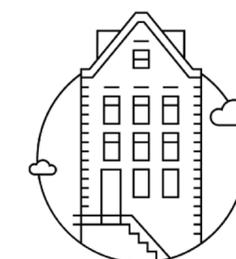
LONDRES

Londres dispose d'un écosystème à dimension internationale, riche avec un focus fort sur le Delivery & Retail.

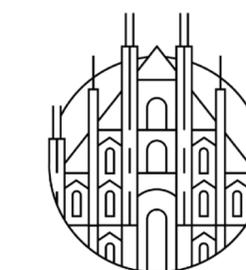


PARIS

Paris dispose d'un écosystème avec de nombreux acteurs mais relativement peu financé, et donc peu international. On y trouve des leaders dans le Foodservice et dans le Delivery & Retail.



AMSTERDAM, BARCELONE ET MILAN



Ces trois villes sont des relais de la FoodTech européenne avec chacune le potentiel de développer un écosystème à dimension continentale.

2

GÉOGRAPHIE

LA GÉOGRAPHIE DE LA FOODTECH EUROPÉENNE : QUE RETENIR ?

Cette étude de la FoodTech européenne permet de faire ressortir de larges disparités entre les pays :

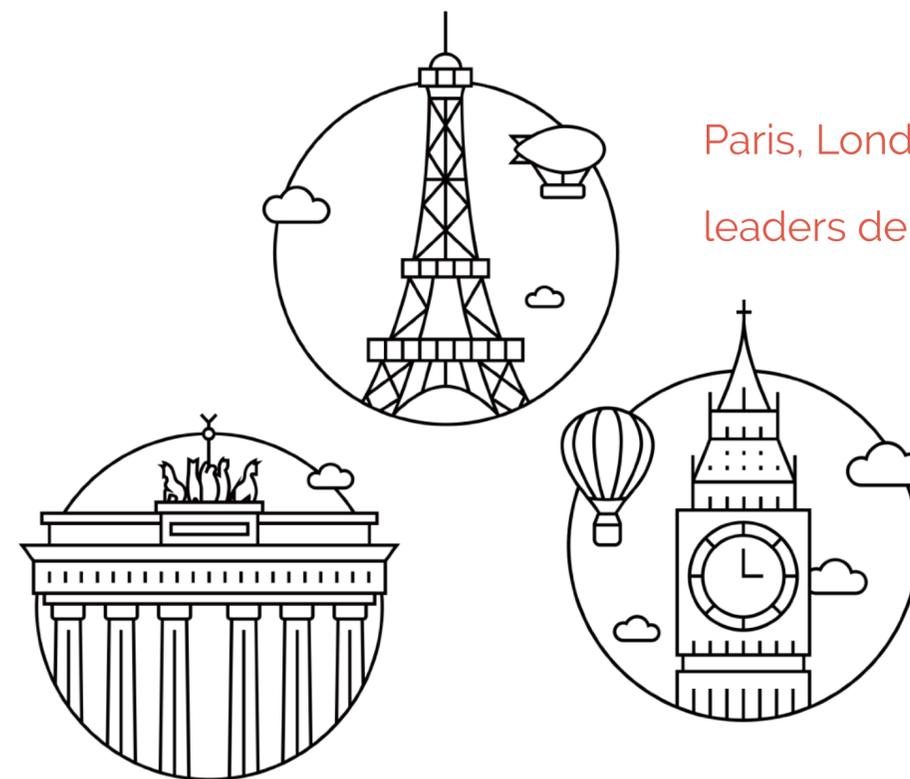
- l'Allemagne concentre peu de startups mais des géants ayant réussi à s'internationaliser
- le Royaume-Uni a le profil le plus équilibré avec des nombreuses startups à tous les stades, même aux plus avancés
- la France, leader sur le nombre de levées de fonds, possède un très grand nombre de « petites » startups mais connaît une difficulté à les faire grandir
- La Suisse, les Pays-Bas, l'Espagne et la Suède peuvent devenir des relais de la FoodTech Européenne.

33

Levées de fonds supérieures à 20 M€ depuis 2014, dont 14 en Allemagne

63 %

Part des montants investis (FoodTech européenne) en Allemagne et au Royaume-Uni en 2017



Paris, Londres et Berlin, écosystèmes leaders de la FoodTech en Europe.



INVESTISSEURS, TYPES DE LEVÉES ET SORTIES

75 %

des 15 plus grosses levées de fonds
sont sur la thématique "Delivery & Retail"

4 %

Rapport entre les startups financées en seed
et celles atteignant le stade de la série C



3

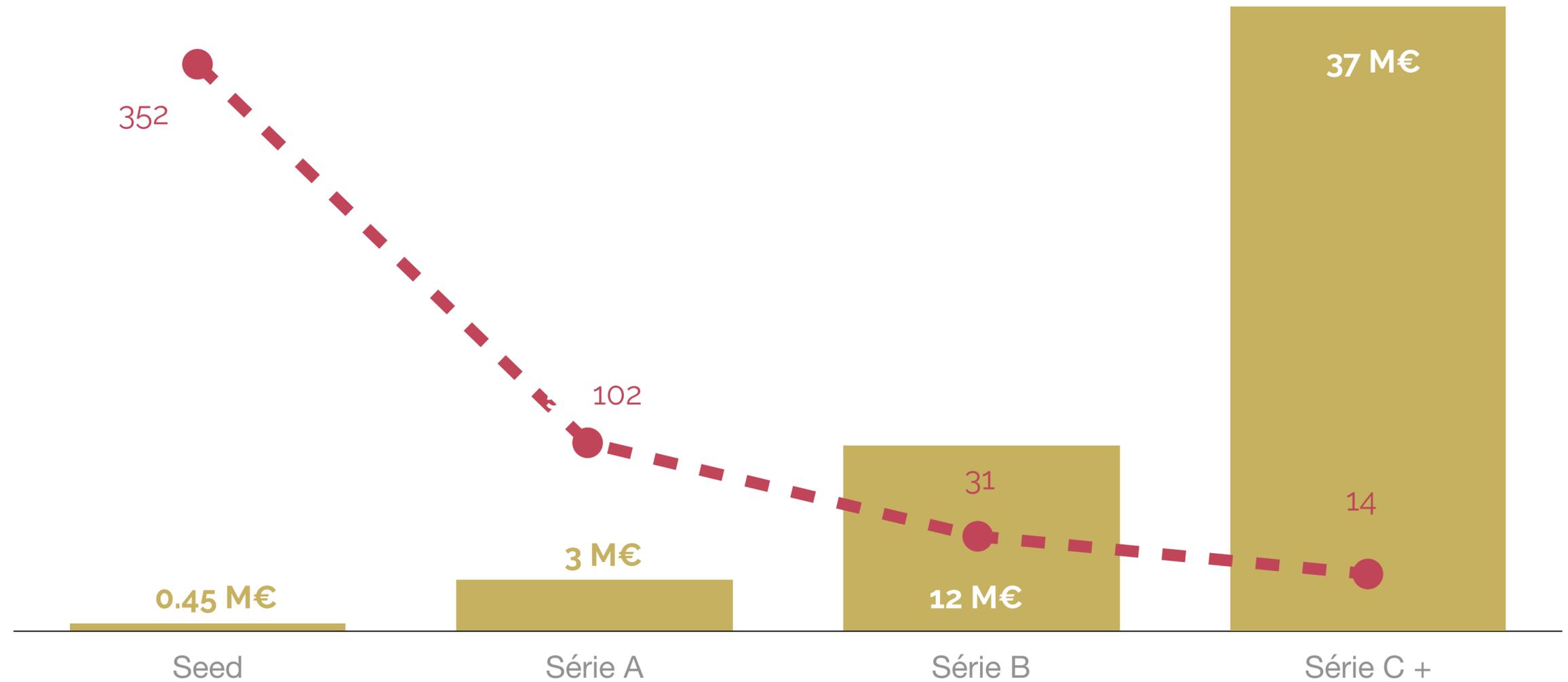
INVESTISSEURS,
LEVÉES ET SORTIES

DIFFÉRENTS INVESTISSEURS, DIFFÉRENTES LEVÉES

RÉPARTITION DES LEVÉES DE FONDS PAR TYPE ENTRE 2014 ET 2018 (S1)

Montant médian investi (en M€)
par type de levée de fonds. ■

Nombre de startups ayant
passé ce stade de levée de
fonds. ●



3

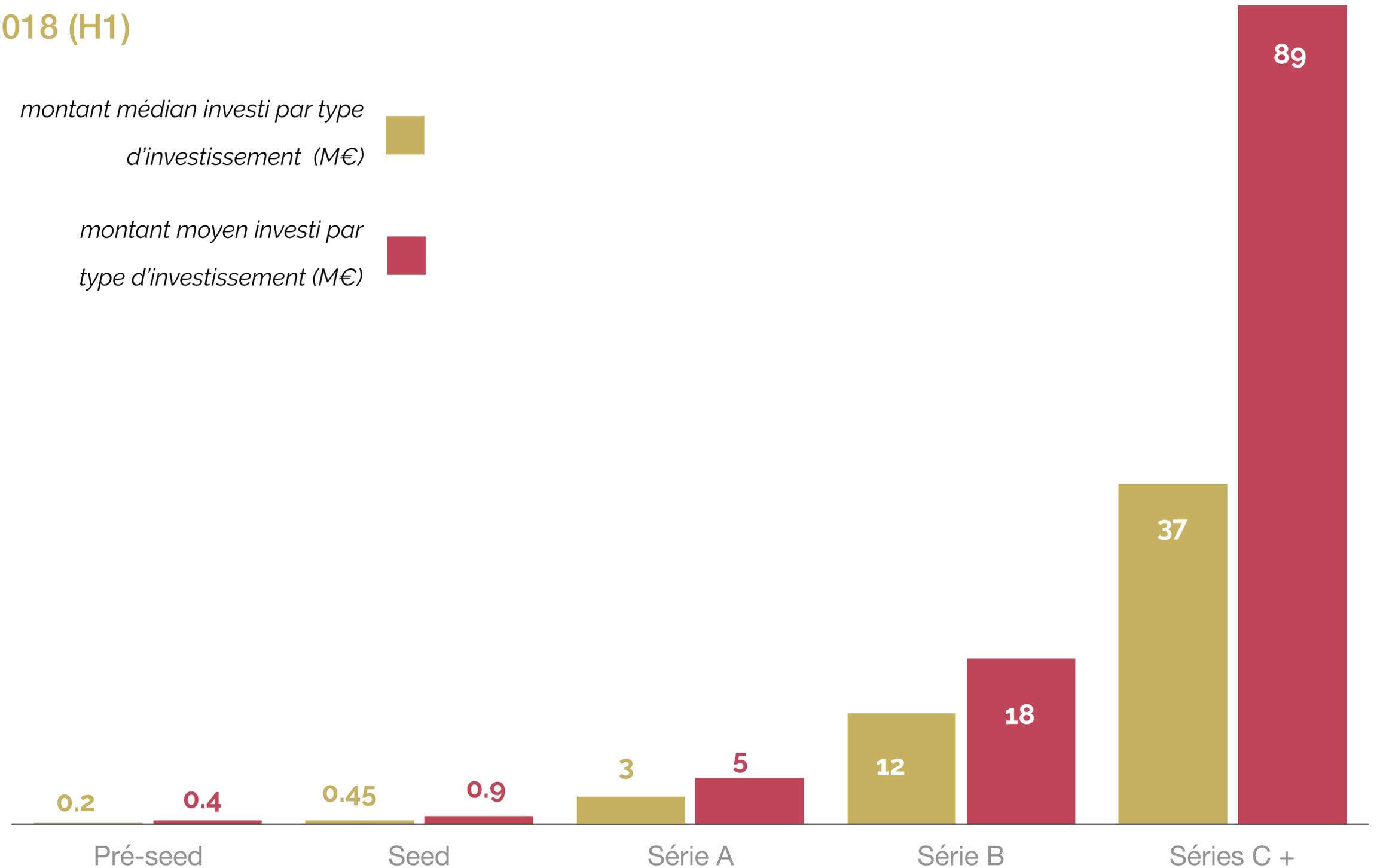
INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

LEVÉE MÉDIANE & MOYENNE PAR CATÉGORIE D'INVESTISSEMENT ENTRE 2014 et 2018 (H1)

montant médian investi par type
d'investissement (M€)



montant moyen investi par
type d'investissement (M€)



Afin de faciliter la lecture des informations, nous avons regroupé les séries C et suivantes en une seule catégorie : séries C+.

Les fonds levés en IPO et les rachats d'actions sur le second marché ne sont pas pris en compte.

3

INVESTISSEURS,
LEVÉES ET SORTIES

COMPARAISON ENTRE LES INVESTISSEMENTS MEDIANS EN EUROPE ET DANS LE MONDE (EN MILLIONS €) EN 2017

Par rapport au niveau mondial (et donc principalement par rapport aux États-Unis), les startups européennes sont financées de manière équivalente, L'écart est cependant important sur séries A. Les investisseurs semblent faire moins facilement confiance aux jeunes startups eu Europe.

Montant médian investi (en M€)

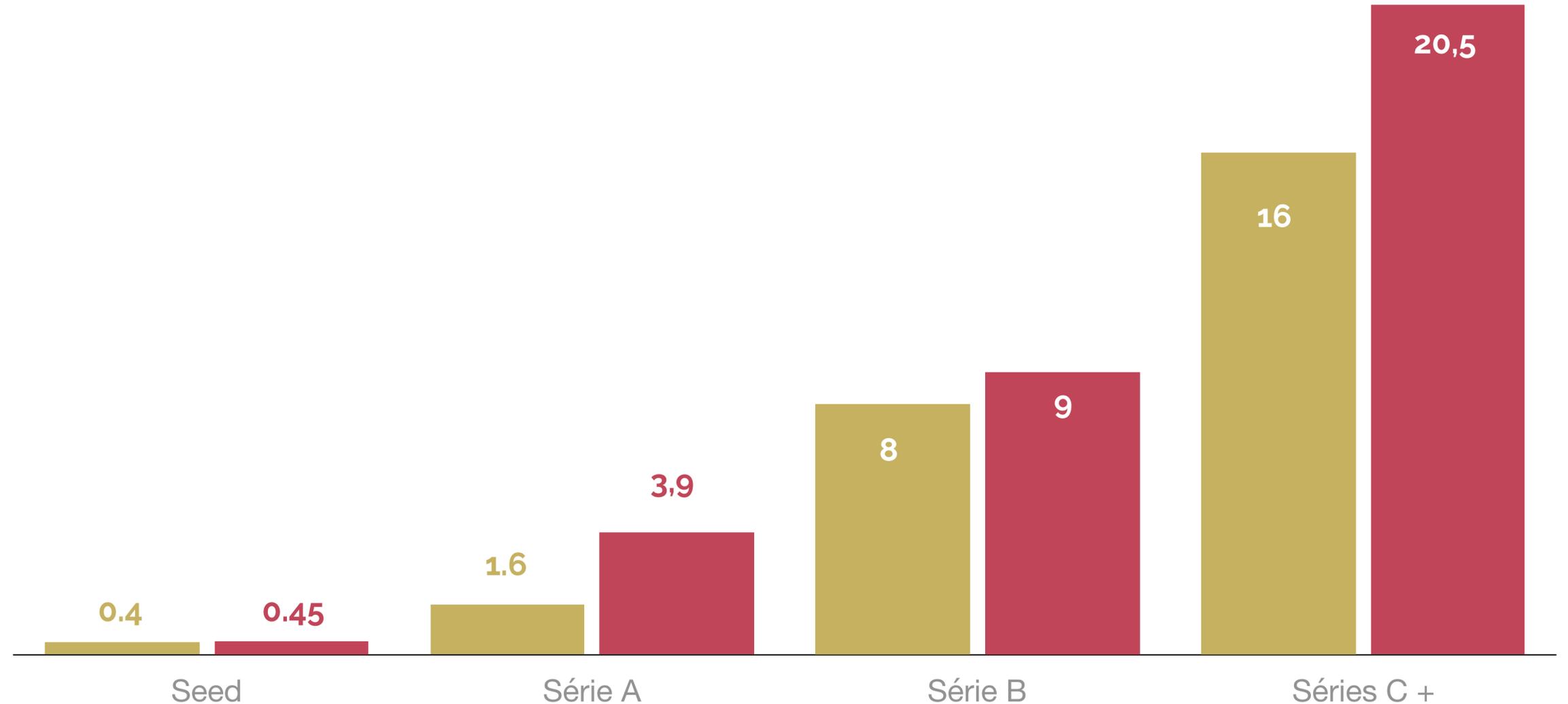
par type de levée de fonds en

Europe

Montant médian investi (en M€)

par type de levée de fonds dans

le monde



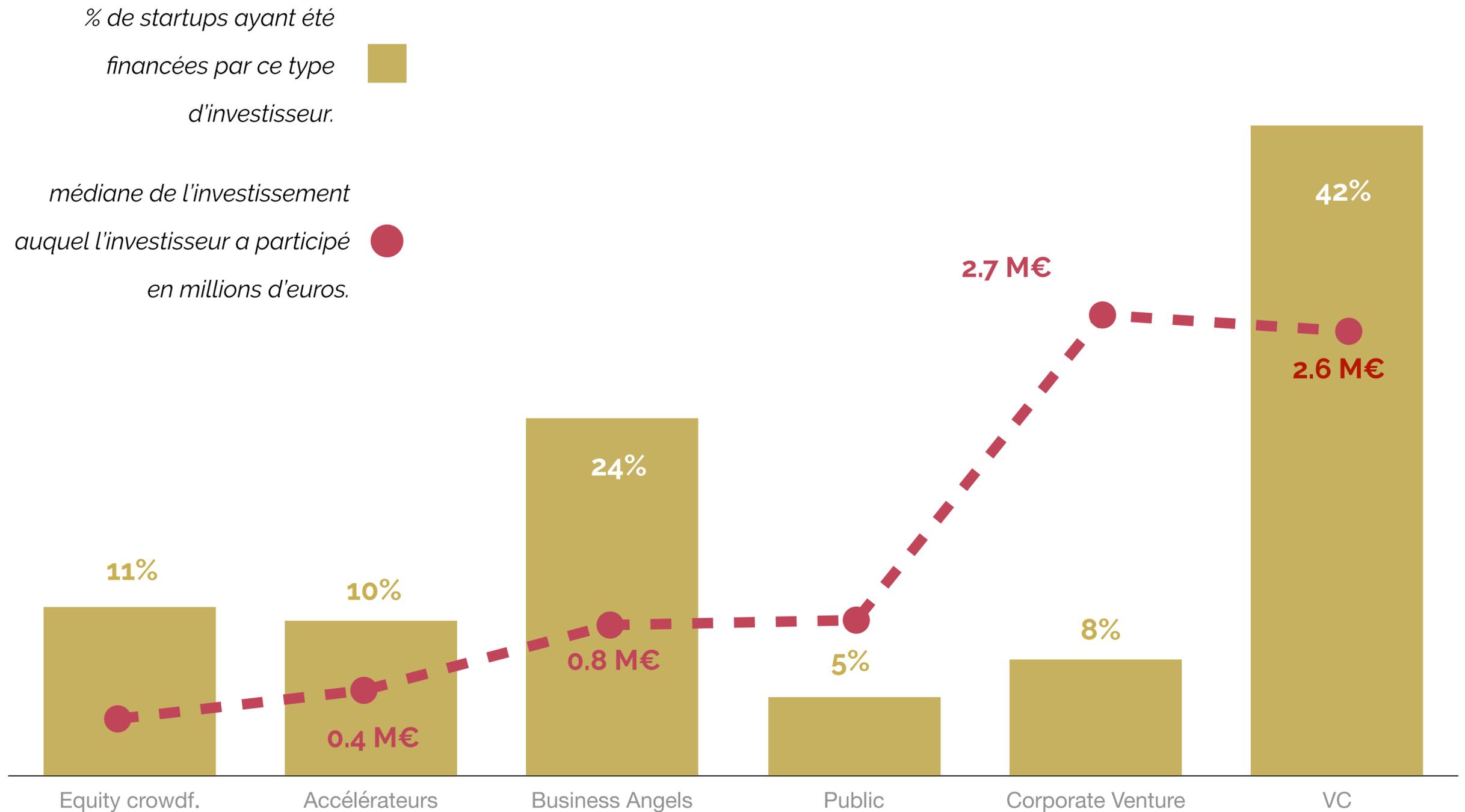
3

INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

4%

rapport entre les startups
financées en seed et celles
atteignant le stade de la série C

LEVÉES DE FONDS ET TYPES D'INVESTISSEURS (ENTRE 2014 ET 2018 (S1))



3

INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

Sur le premier graphique, il est important de souligner que les startups atteignant les séries C (et au-delà) correspondent à des startups qui sont passées pour la plupart par du seed, des séries A, puis B dans les années précédentes. On déduit alors un **rapport de 4% entre le nombre de startups financées en seed et celles qui atteignent le stade série C.**

Le décalage de plus en plus important entre médiane et moyenne permet de mesurer une **dispersion qui s'accélère le long de la chaîne de financement.** Concrètement, cela signifie que la différence de montant levé entre les startups levant le plus de capital et celles en levant le moins tend à augmenter.

L'avis de DigitalFoodLab :

Après un premier financement, les startups se divisent en trois groupes :

- les startups de service (par exemple dans le Foodservice : les startups fournissant aux restaurant leurs solutions de caisse) qui continuent à croître et à lever de l'argent pour financer leurs développements informatiques et le marketing ;
- les startups du Delivery & Retail (comme Deliveroo ou HelloFresh) qui lèvent des sommes très importantes pour soutenir leur croissance dans une course à la position de leader ;
- des startups intermédiaires, notamment dans les nouveaux produits, qui s'arrêtent au milieu du tunnel de financement, ne trouvant pas les ressources pour grandir et s'internationaliser.

3

INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

LES INTRODUCTIONS EN BOURSE DANS LA FOODTECH

L'introduction en bourse (IPO ou Initial Public Offering) constitue un changement radical pour une startup :

- elle devient soumise à la régulation financière avec des publications trimestrielles de ses résultats,
- les nouveaux investisseurs agissent de manière plus impulsive et plus orientée sur le court terme.

Une introduction en bourse donne aux sociétés des moyens financiers uniques, une forte visibilité ainsi que l'occasion pour les fondateurs et les fonds de valoriser leur investissement.



Just Eat : depuis son introduction en bourse en 2014, la société a vu son cours multiplié par 2,5.



Delivery Hero, créé par Rocket Internet propose de la livraison de plats de restaurants. Elle est active en Europe, en Asie et en Amérique du sud.

Delivery Hero a été introduit en bourse en juin 2017. Depuis, sa valorisation a quasiment doublé à 8 milliards d'euros.



HelloFresh, créée (aussi) par Rocket Internet propose des meal kits : le client reçoit chez lui toutes les semaines tous les ingrédients prêts à cuisiner pour les recettes de son quotidien.

HelloFresh a été introduit en bourse en novembre 2017. Sa valorisation atteint aujourd'hui 2 milliards d'euros.



Marley Spoon, concurrent allemand de HelloFresh, va bientôt être introduit sur le marché (en Australie, là où ses meal kits sont leaders).

3

INVESTISSEURS,
LEVÉES ET SORTIES

Ces 15 levées de fonds
représentent **62% des montants**
levés entre 2016 et le 2018 (S1).

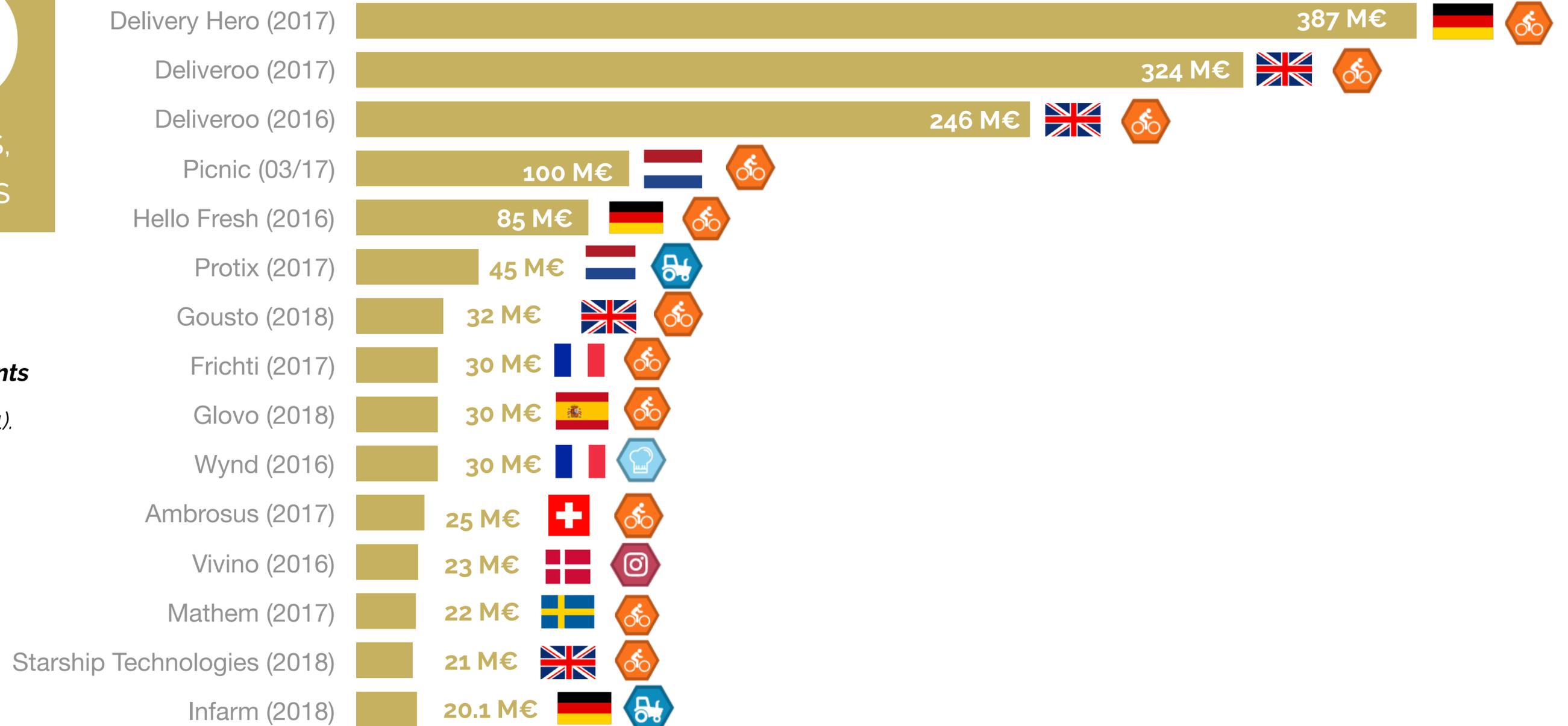
 Delivery & retail

 Foodservice

 Media

 AgTech

TOP 15 DEALS ENTRE 2016 ET 2018

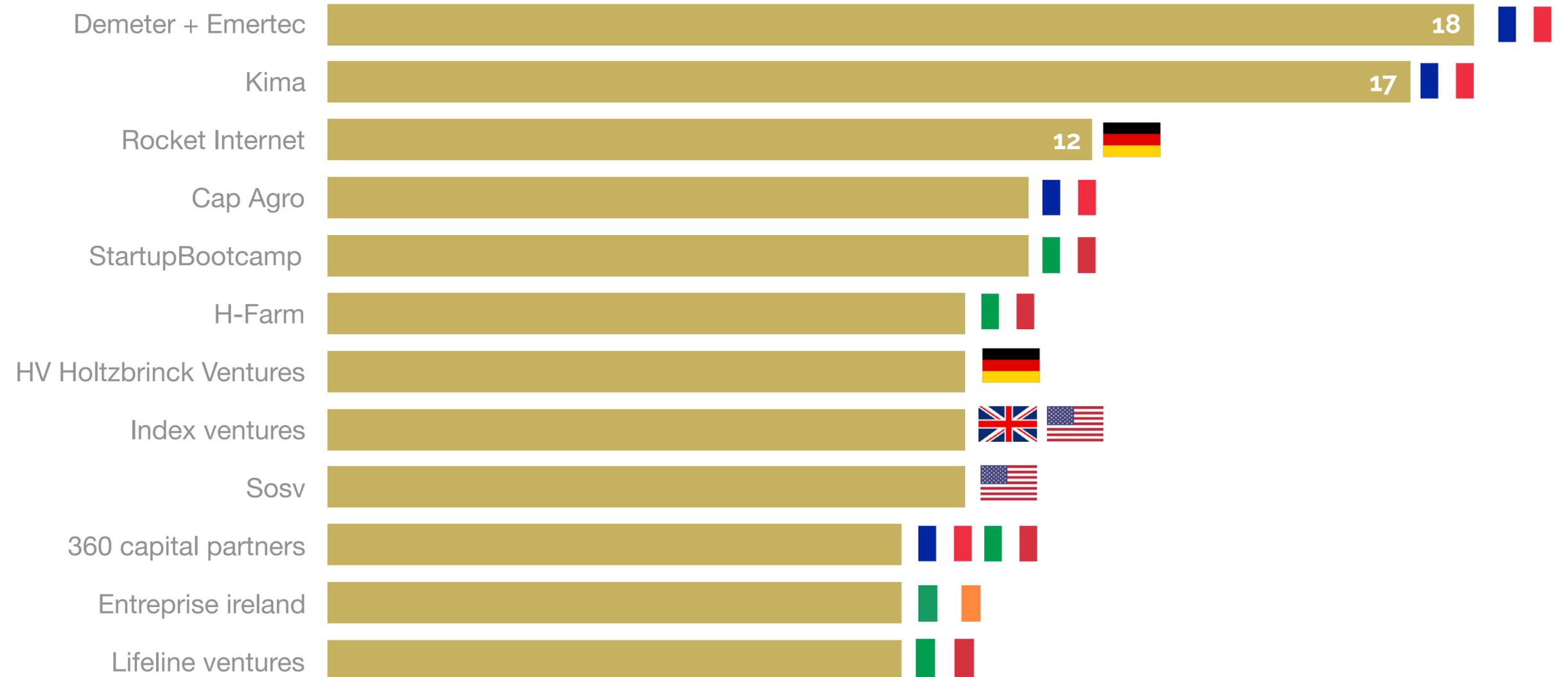


3

INVESTISSEURS,
LEVÉES ET SORTIES

TOP INVESTISSEURS DE 2014 à 2018 (S1)

Nous avons exclu de ce calcul les plateformes de crowdfunding for equity ou de product equity. En les incluant, Crowdcube, Seedrs, Ulule, Wiseed et KissKissBankBank ressortiraient parmi les premiers.



Pour ce graphique, nous avons réuni les investissements de Demeter et Emertec, les deux fonds ayant fusionné en 2018

3

INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

FONDS FOODTECH EUROPÉENS : AGTECH, ACCÉLÉRATEURS OU SEED GÉNÉRALISTES

Les investisseurs dédiés à l'AgTech sont historiquement très présents en Europe et continuent à se renforcer en levant de nouveaux fonds (Anterra Capital, Cap Agro, Demeter...). On remarque aussi la présence, parmi les investisseurs les plus actifs, de nombreux fonds généralistes et des accélérateurs investissant de faibles montants sur un grand nombre de startups comme Kima ventures et Startup Bootcamp.

Ces données nous permettent également de remarquer :

- une faible présence des acteurs de l'agroalimentaire et de la distribution (CVC : Corporate VC),
- un écosystème de financement early-stage structuré et prêt à investir dans des projets FoodTech,
- peu de fonds d'investissements dédiés à la foodscience (notamment par rapport à d'autres zones géographiques comme les États-Unis).



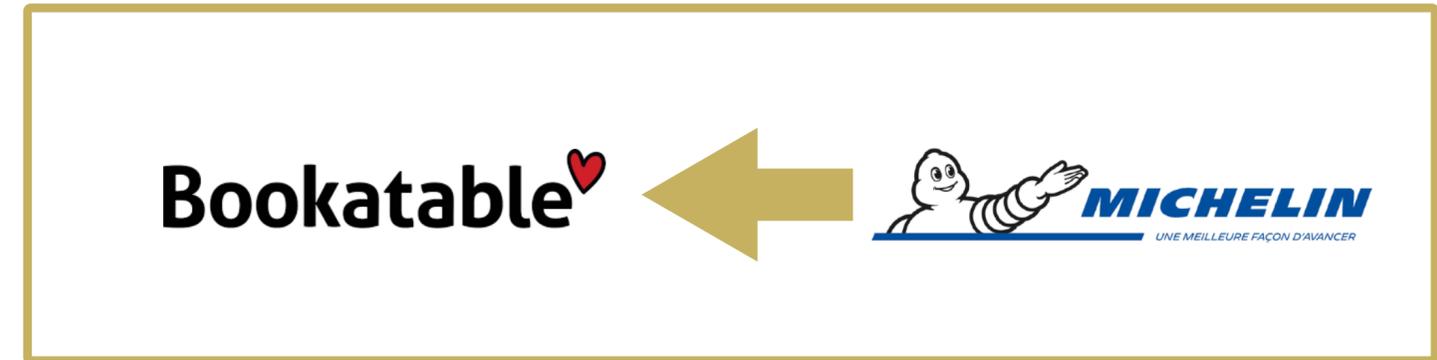
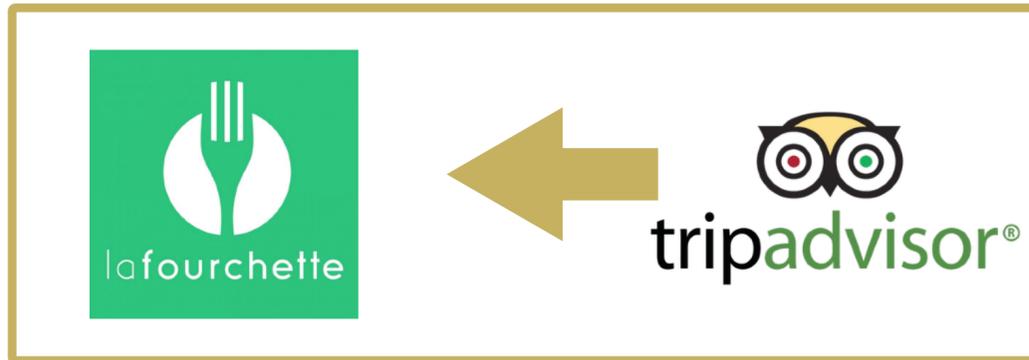
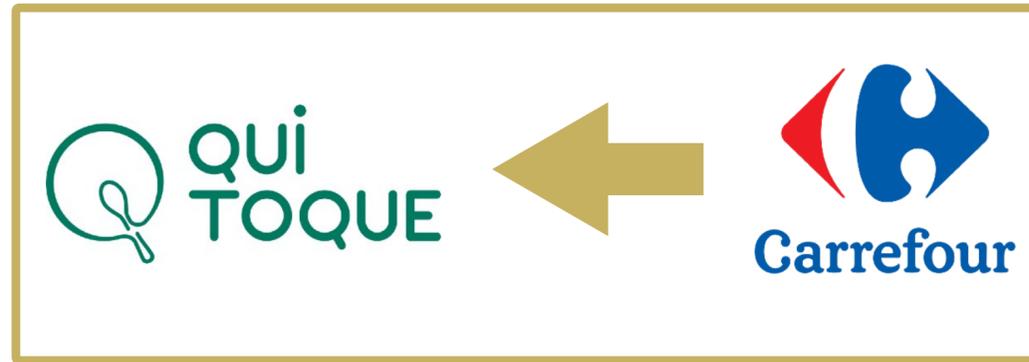
L'avis de DigitalFoodLab :

De plus en plus d'industriels investissent directement ou via la création de fonds dédiés. Par exemple, Nestlé participe à 5 Seasons Ventures, un fonds dédié à la FoodTech. De la même manière, des fonds intéressés par les marques B2C comme Eutopia se développent et sont de plus en plus actifs. On peut penser que les startups les plus jeunes trouveront le capital nécessaire pour accélérer leur développement dans les prochaines années.

3

INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

M&A : UNE ACCÉLÉRATION DES ACQUISITIONS



foodpanda foodora

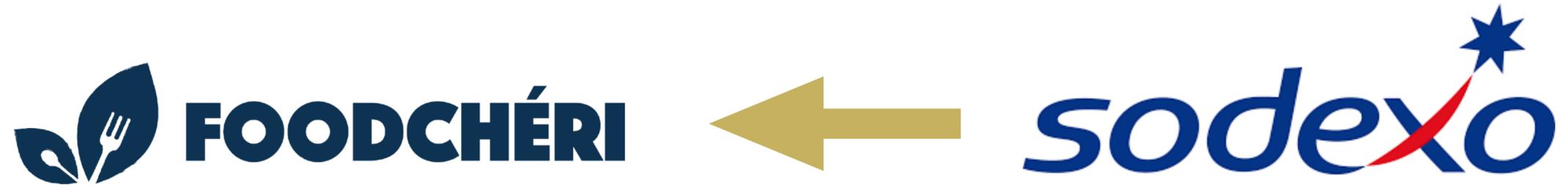
Delivery Hero présente un profil particulier. La startup s'est développée sur de nouveaux marchés par de nombreuses acquisitions de startups

Ces 4 exemples sont parmi les acquisitions les plus notables de startups FoodTech par des géants. Les nombreux rachats de startups françaises avant qu'elles ne soient matures donne une partie de l'explication du paradoxe français : beaucoup de levées sur des montants moyens mais une absence de champion de dimension internationale.

3

INVESTISSEURS,
LEVÉES & SORTIES

Lancé en 2015, FoodChéri est un service de restauration verticalement intégré ("full stack"), de la conception et préparation des plats jusqu'à leur livraison, qui propose au quotidien une offre de repas frais, sains, équilibrés, bons et variés, au bureau ou au domicile, à prix abordables.



Début 2018, FoodChéri annonce une prise de participation majoritaire de Sodexo et lance Seazon, premier abonnement à des plats ultra-frais, disponible partout en France.



Pour Sodexo, ce rapprochement témoigne de l'importance de s'équiper d'une équipe et d'actifs dans le food delivery en phase avec le segment des 'health conscious' et des millenials. Pour FoodChéri la participation majoritaire de Sodexo permet de nous adosser à une force commerciale plus importante pour gagner de nouveaux marchés et réduire nos coûts d'acquisition, tout en jouissant d'une grande autonomie.



Patrick ASDAGHI
Fondateur de FoodChéri

3

INVESTISSEURS, LEVÉES ET SORTIES

INVESTISSEURS, LEVÉES ET SORTIES, QUE RETENIR ?

La répartition des levées de fonds sur le long de la chaîne de financement permet plusieurs analyses :

- si les montants sont concentrés sur quelques startups avancées (comme nous l'avons vu précédemment), un grand nombre de levées de fonds ont lieu en amont de la chaîne,
- la présence d'investissements de la part d'acteurs de l'agroalimentaire est encore faible mais ils interviennent de plus en plus et sur des tickets parmi les plus importants,
- à l'opposé, plusieurs agences gouvernementales (comme Entreprise Ireland), des fonds spécialisés dans l'investissement early stage (comme Kima) et des accélérateurs (comme le Startup Bootcamp et H-Farm, tous deux italiens) sont parmi les principaux investisseurs avec de petits tickets.

Cela donne l'image d'**un écosystème jeune et en devenir** et principalement constitué de startups early-stage en accélération avec le potentiel de devenir nouvelles licornes.

42 %

Des levées de fonds se font auprès de VC (fond d'investissement en capital risque)

4 %

Rapport entre les startups financées en seed et celles atteignant le stade de la série C



11 des 15 plus grosses levées de fonds se concentrent sur le delivery & retail



LES DOMAINES DE LA FOODTECH

37 %

des deals dans des startups du
domaine Delivery & retail

80 %

Part des montants investis dans le
domaine Delivery & retail



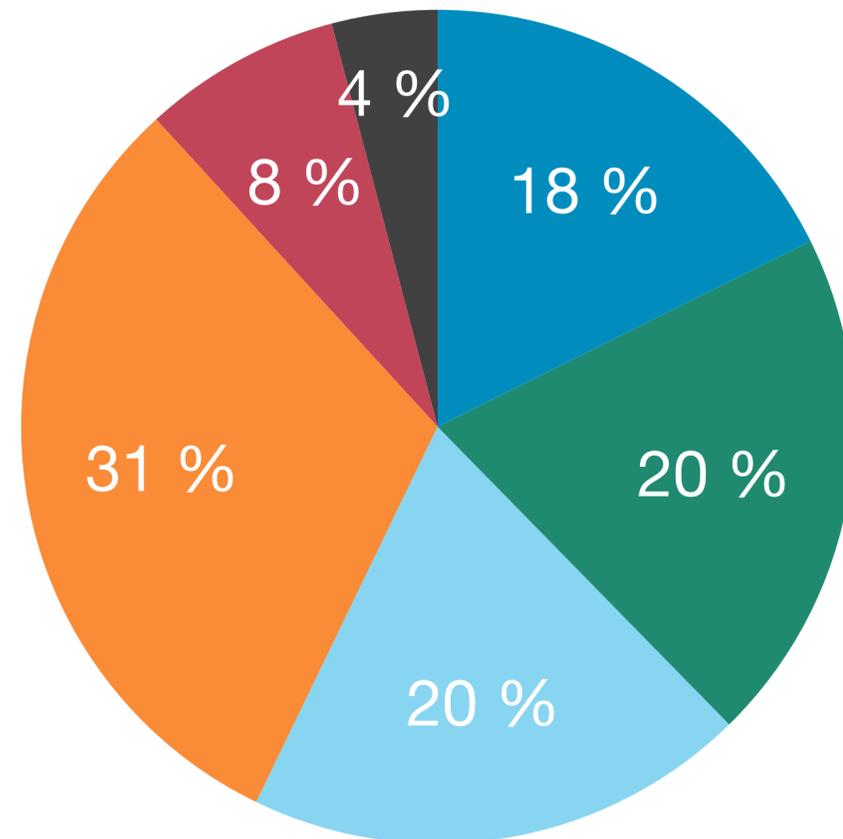
4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

SIX DOMAINES, SIX APPROCHES ET ÉVOLUTIONS DIFFÉRENTES

RÉPARTITION DES STARTUPS ACTIVES PAR DOMAINE (S1 2018)

Un tiers des startups se concentrent sur le Delivery & Retail, suivi du Foodservice, de la Foodscience et de l'AgTech.



Cette répartition ainsi que celle des pages suivantes permet d'évaluer l'importance respective des domaines de la FoodTech notamment via l'appétence des investisseurs.



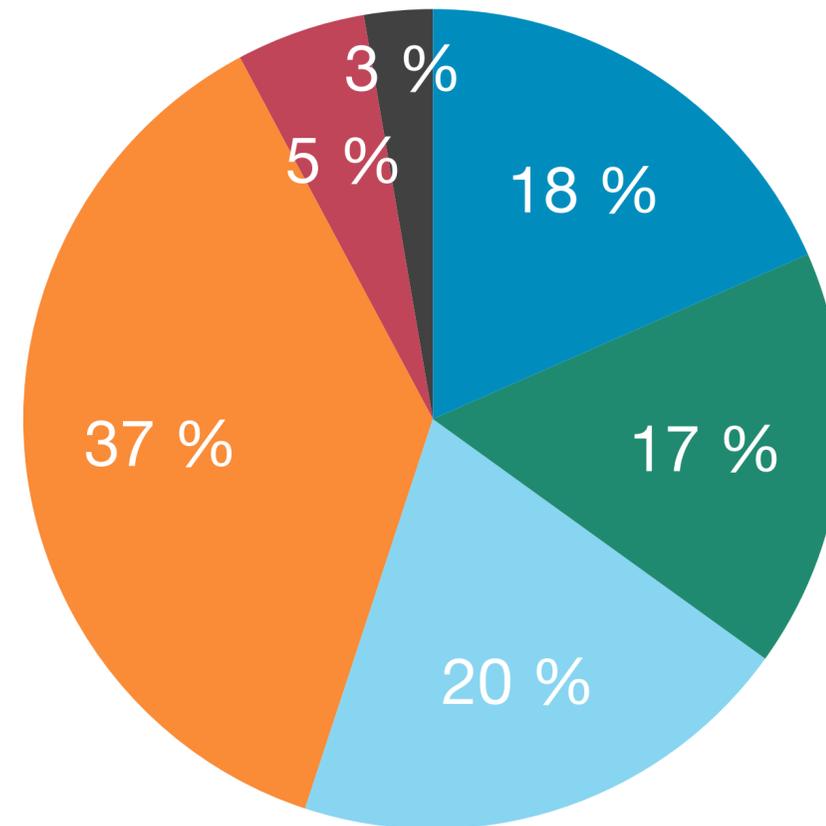
4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

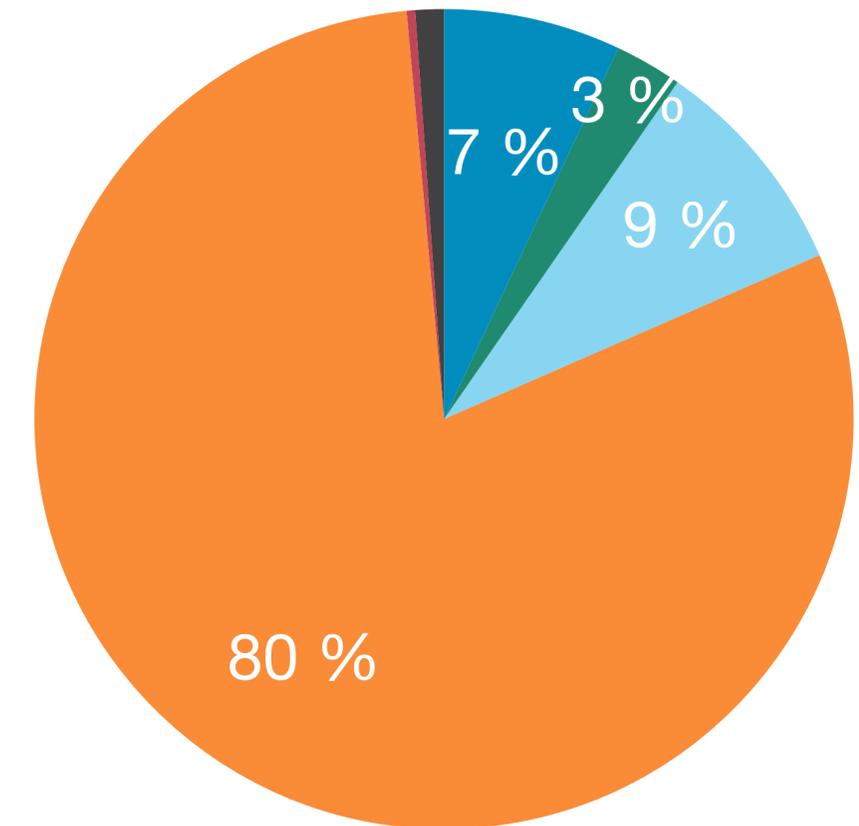
RÉPARTITION PAR NOMBRE D'INVESTISSEMENTS ET MONTANTS

Les montants levés sont révélateurs de l'importance qu'a pris le domaine de la livraison dans la FoodTech européenne.

Répartition par nombre
d'investissements (2014-2018 (S1))



Répartition selon les montants
investis (2014-2018 (S1))



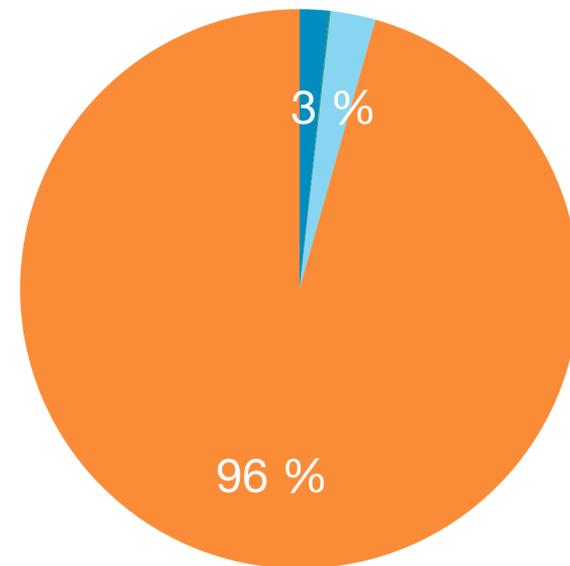
- AgTech
- FoodScience
- Foodservice
- Delivery & Retail
- Media
- Coaching

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

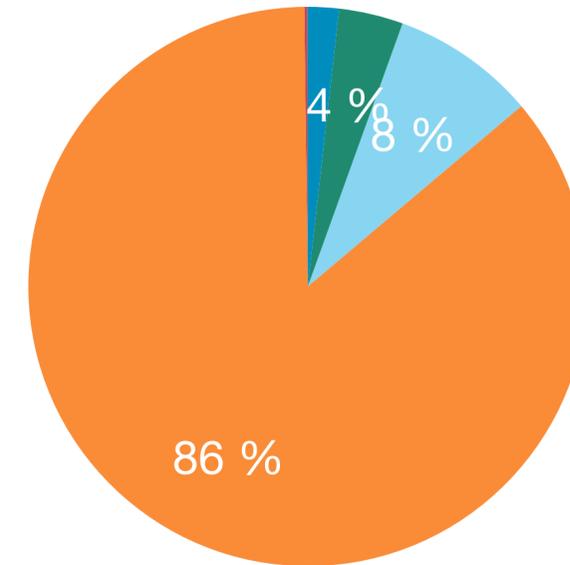
- AgTech
- FoodScience
- Foodservice
- Delivery & Retail
- Media
- Coaching

RÉPARTITION DES MONTANTS INVESTIS PAR PAYS SUR LA PÉRIODE 2014-2018 (S1)



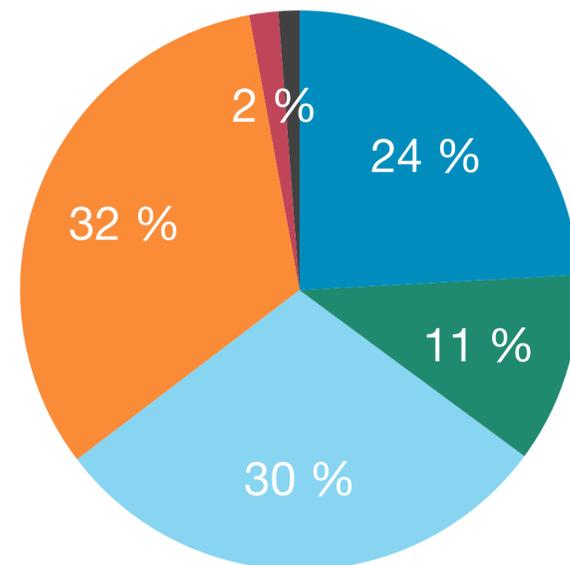
ALLEMAGNE

Ce graphique fait ressortir la sur-représentation des investissements en Delivery & Retail en Allemagne.



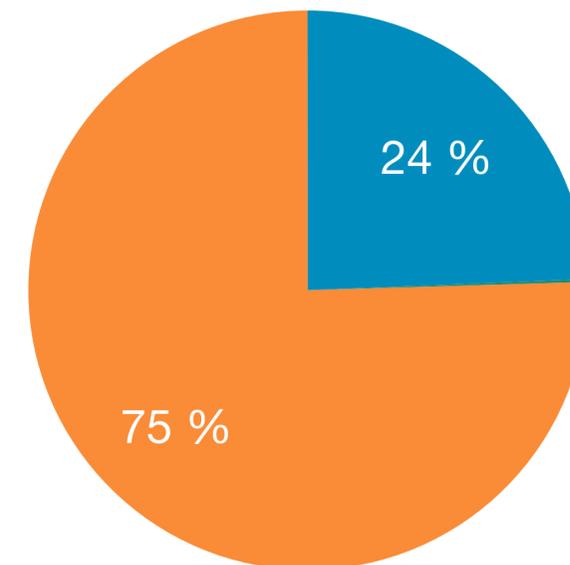
ROYAUME-UNI

Les investissements britanniques sont également fléchés vers les startups de livraison.



FRANCE

L'écosystème français présente un profil plus diversifié avec des investissements équilibrés entre Delivery, AgTech et Foodservice.



PAYS-BAS

L'écosystème hollandais est lui aussi très concentré sur le delivery & retail avec notamment la levée de Picnic.

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

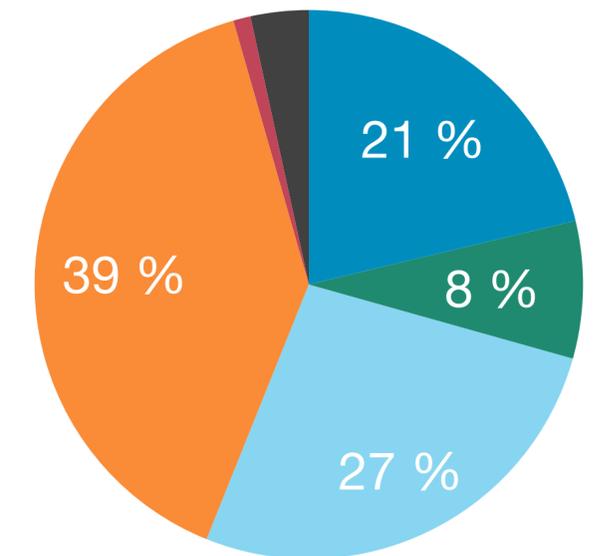
MONTANTS INVESTIS PAR CATÉGORIES : CONCENTRATION SUR LA LIVRAISON

La répartition des startups actives par domaines est assez équilibrée, avec deux domaines mineurs (coaching et media) et quatre domaines majeurs (delivery & retail, foodservice, foodscience et agTech).

La répartition du nombre d'investissements réalisés est en accord avec le nombre de startups. Les investisseurs n'ont pas une préférence naturelle pour un domaine particulier de la FoodTech.

Tout entrepreneur de la FoodTech, quelque soit son domaine, a donc des « chances égales » d'être financé.

Cependant, pour la répartition des montants investis, l'équilibre n'est plus du tout présent. Le seul domaine du delivery & retail concentre 80% des montants. Cette importance est (encore une fois) liée à trois entreprises. Le graphique ci-contre présente un état des lieux quand on exclut les trois leaders du domaine.



Répartition selon les montants investis (2014-2018 (S1)) hors Delivery Hero, Deliveroo et HelloFresh

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

AGTECH : DÉFINITION & SOUS-DOMAINES

Startups qui inventent l'agriculture du futur. Cela se traduit par des solutions pour améliorer la qualité et le rendement des productions agricoles avec des drones, des capteurs et des logiciels de gestion de la ferme. L'AgTech concerne également la production de nouveaux produits ainsi que la réflexion sur les fermes urbaines et la ferme du futur.

Agriculture de précision : startups augmentant la rentabilité des surfaces agricoles à partir de l'analyse prédictive des données issues des surfaces agricoles. Ces services permettent d'optimiser les rendements tout en diminuant la quantité de produits utilisés.

Drones & Robots : startups mettant à disposition des agriculteurs des robots et des drones. Ces outils sont utilisés pour collecter des données ou directement pour remplacer des tâches humaines.

Protéines alternatives : startups répondant au défi de la demande mondiale en protéines pour l'alimentation humaine ou animale avec des insectes, algues ou à base de légumineuses.

Marketplaces agricoles : startups développant le e-commerce de matériel agricole ou l'économie collaborative entre agriculteurs.

Logiciels de gestion agricole : startups accompagnant l'agriculteur dans la gestion, l'organisation et l'optimisation de l'ensemble des tâches de son exploitation.

Nous excluons de l'AgTech les startups qualifiées de BioTech qui font de la R&D en biologie ou chimie

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

Fermes du futur & Fermes urbaines : startups développant des solutions pour produire en milieu urbain ou pour augmenter les rendements en augmentant la qualité et en préservant l'environnement dans des fermes de nouvelle génération.

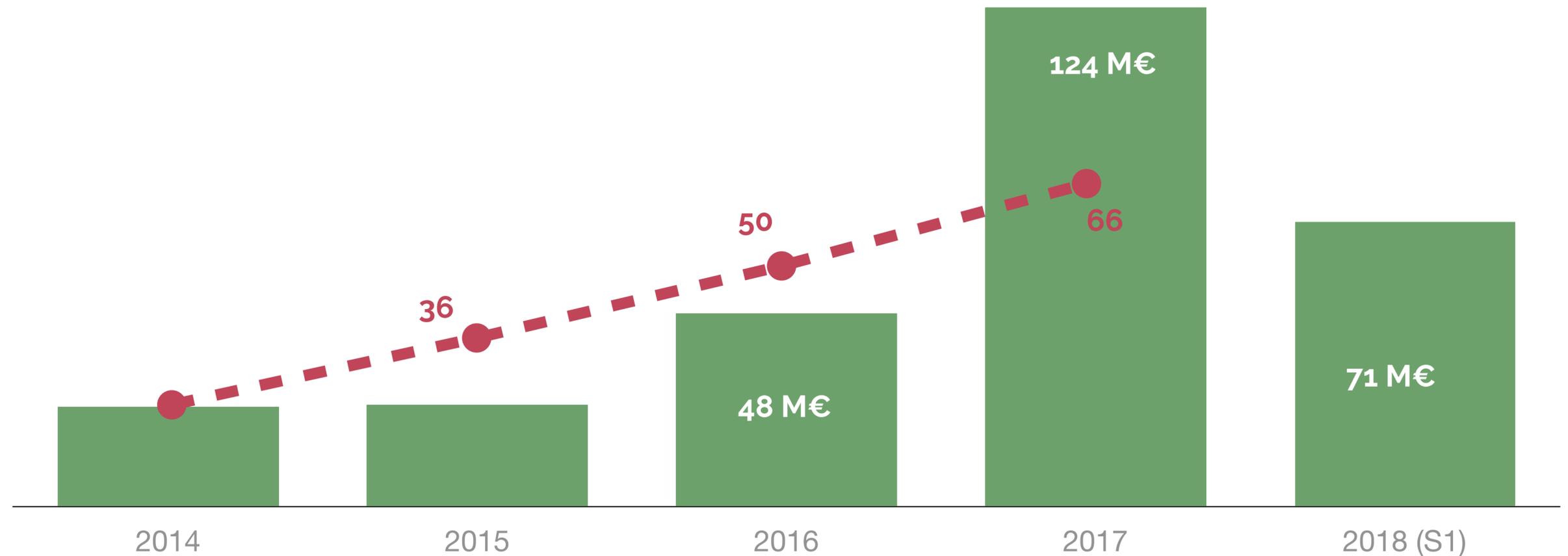
Micro-farming : startups permettant à chacun de cultiver chez soi des aliments frais dans de nouveaux contenants ou via des appareils connectés. Ces startups facilitent la production agricole domestique en créant des potagers et autres outils adaptés à la culture d'intérieur.

AGTECH : ÉVOLUTION DES LEVÉES DE FONDS EN M€

Montants levés en millions
d'euros



Nombre de levées de fonds



4

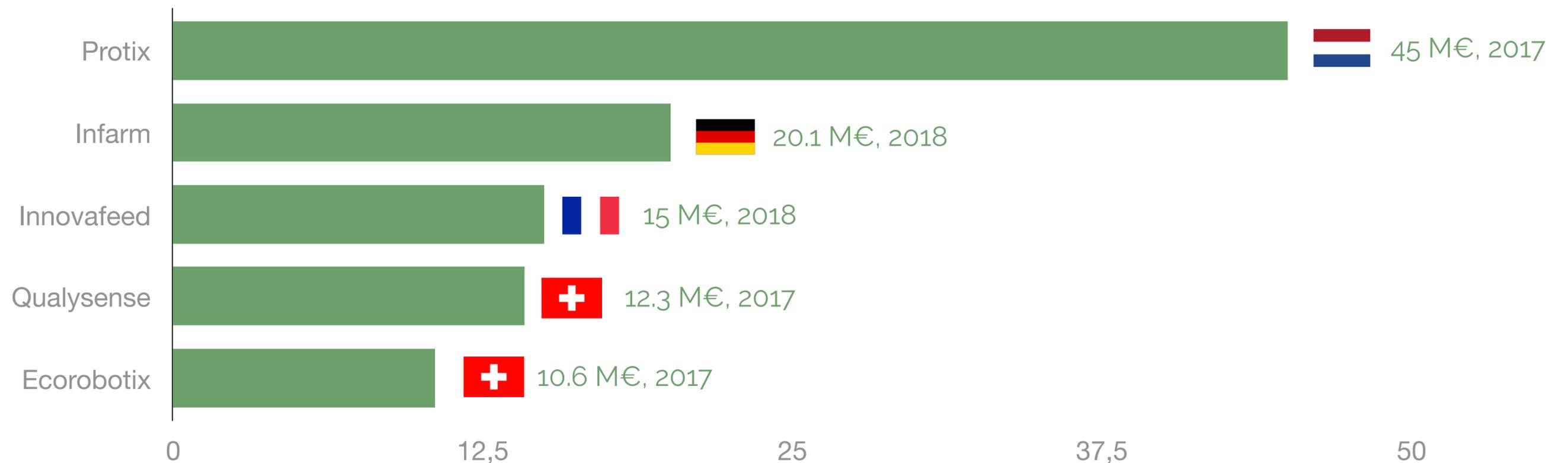
LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

AGTECH : RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

La France, la Suisse et les Pays-Bas sont les leaders pour l'AgTech européenne rassemblant à eux trois 73% des montants totaux investis en 2017 et 2018 (S1).

Ce secteur est particulièrement bien financé en Europe grâce à la présence de fonds dédiés qui figurent parmi les principaux contributeurs à la FoodTech (cf. partie 3).

TOP 5 DEALS 2017-2018 (S1) (EN M€)



4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH



Peas&Love est une startup belge qui vous permet de créer votre potager en plein centre ville.

PEAS & LOVE : DES FERMES SUR LES TOITS DES VILLES

Peas&Love crée la nouvelle génération de fermes urbaines : les fermes potagères. Le concept : rassembler au sein de fermes urbaines des parcelles de potager individuels sur lesquels sont cultivés par un Community Farmer des produits locaux, ultra frais, de saison, en mode de production bio, pour des abonnés en quête de découvertes culinaires et d'expériences liées à la nature en ville.



Développé à Bruxelles de 2013 à 2016, le projet s'est déployé dès 2017 à Paris pour ensuite se lancer dans les grandes agglomérations urbaines européennes. Nos clients : les urbains désireux de mieux s'alimenter et de se reconnecter avec la nature mais aussi les bailleurs, institutionnels et promoteurs immobiliers qui souhaitent valoriser leur patrimoine et/ou créer du lien pour leurs salariés.



Jean-Patrick SCHEEPERS
Fondateur de Peas&Love

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

FOODSCIENCE : DÉFINITION & SOUS-DOMAINES

Startups qui répondent à l'envie de nouveaux produits alimentaires plus transparents, plus sains et meilleurs pour l'environnement. Ces produits vont de l'innovation de marché à la rupture radicale avec des ingrédients révolutionnaires.

Future Food : startups inventant des produits alimentaires de rupture remplaçant ceux actuellement en usage. Ces nouveaux aliments s'insèrent à tous les moments de consommation (insectes apéritifs, viandes non issues de l'élevage animal, sauces sans oeufs, ...).

Innovation produit : startups proposant un nouveau regard sur un ingrédient ou un marché déjà bien installé (comme le chocolat ou le marché de l'alimentation infantile). L'innovation porte sur le produit lui-même, la transparence de sa composition, la distribution ou sur une personnalisation plus grande des produits.

Boissons : startups proposant de nouvelles formes de boissons pour faire découvrir de nouveaux ingrédients ou qui facilitent une vie plus saine, notamment par la consommation de fruits et légumes pressés à froid pour en récupérer les vitamines.

Substituts de repas : startups proposant des boissons, barres ou poudres se substituant à une alimentation traditionnelle. Ces produits peuvent remplacer un repas, un goûter ou un petit-déjeuner avec un aliment aux exigences nutritionnelles élevées.

Packaging : startups travaillant sur le packaging pour le rendre plus intelligent ou plus durable.

4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

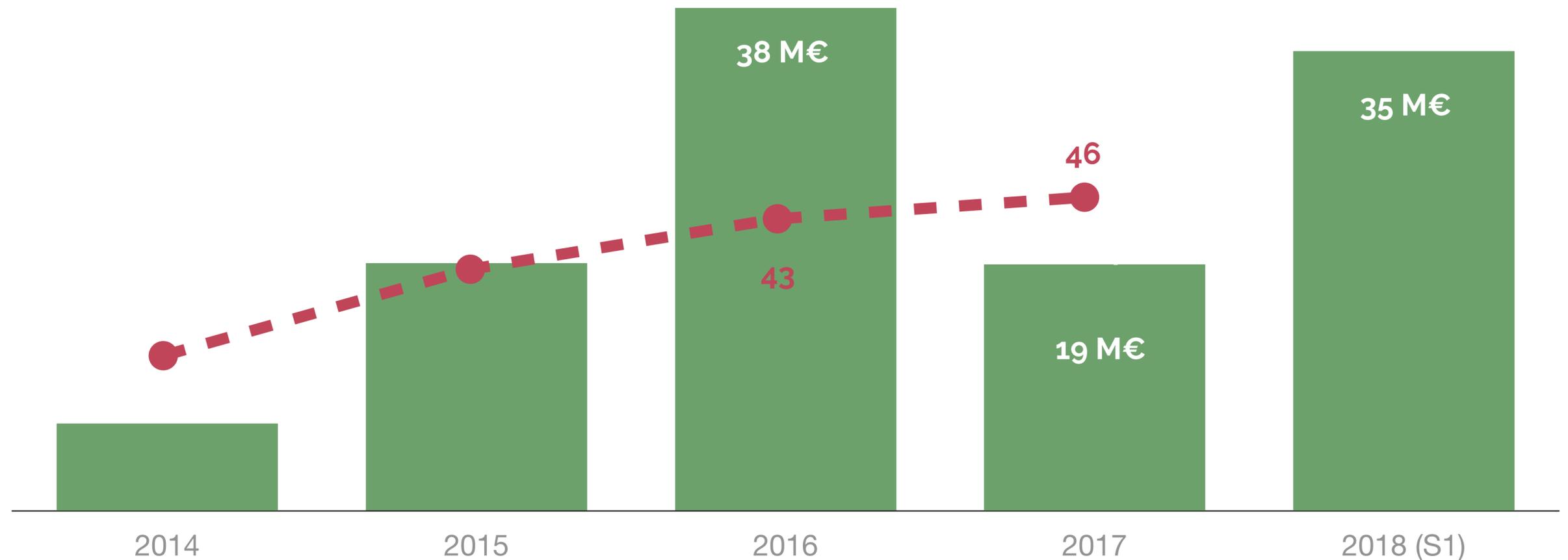
FOODSCIENCE : MONTANTS LEVÉS ET NOMBRE D'INVESTISSEMENTS

Les levées de fonds en FoodScience sont en hausse depuis plusieurs années, sans pourtant réussir à réunir des montants conséquents. En comparaison, les startups américaines lèvent des sommes très conséquentes : certaines lèvent plus de 50 M\$ pour travailler sur le développement de produits utilisant des protéines végétales.

Montants levés en millions
d'euros



Nombre de levées de fonds



4

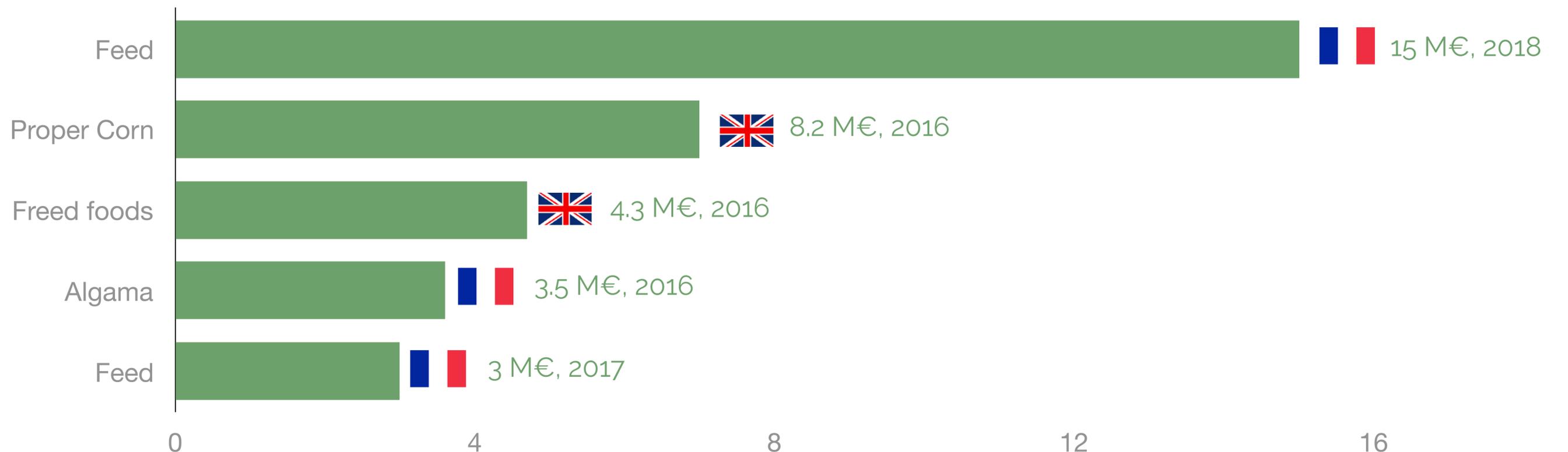
LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

FOODSCIENCE : RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Les startups Foodscience se trouvent sur tout le continent et particulièrement en France et au Royaume-Uni. Nous identifions beaucoup d'entrepreneurs européens qui lancent de nouveaux produits alimentaires, faisant parfois de petites levées de fonds mais sans pour autant dépasser l'échelle nationale.

Une des principales barrières identifiées dans nos échanges avec ces entrepreneurs est la difficulté d'accéder à des distributeurs au delà de leur pays d'origine.

TOP 5 DEALS 2016-2018 (S1) (EN M€)



4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

Feed.

Feed conçoit des repas complets avec des ingrédients naturels et fournissant 100% des apports nécessaires d'un repas équilibré.

FEED : SUBSTITUTS DE REPAS AU PAYS DE LA GASTRONOMIE

Feed est une startup FoodTech française qui conçoit et vend des substituts de repas complets sous forme de boissons, poudres et barres. Feed a levé 18,5 millions d'euros pour accélérer sa croissance.

“ C'était intéressant de commencer par la France, qui est le pays le plus traditionaliste en terme d'habitudes alimentaires. Cela nous a permis d'accumuler un très grand nombre de feedback exigeants, pour améliorer très rapidement les recettes.

Nous lançons en ce moment même de nouveaux pays qui seront beaucoup plus faciles à convaincre, en nous servant de tous les learnings accumulés en France.

Nous pouvons également mettre en avant une grande légitimité en travaillant avec des grands chefs français étoilés, ainsi que la plus grande diversité de recettes et formats dans le monde. ”



Anthony BOURBON
Fondateur et CEO de Feed

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

FOODSERVICE : DÉFINITION & SOUS-DOMAINES

Startups qui réinventent la restauration. Il s'agit de services pour améliorer la gestion des lieux de restauration individuelle ou collective ainsi que d'entreprises connectant les clients avec des chefs amateurs ou professionnels pour de nouvelles expériences culinaires.

Plateforme de réservation : startups permettant de réserver une table de restaurant, notamment en bénéficiant de réductions. Les startups travaillant sur ce domaine spécialisent leurs offres en s'attachant par exemple aux invendus alimentaires, ou en ayant une approche haut de gamme, etc...

Foodservice Management : startups proposant des services pour faciliter et améliorer la gestion du restaurant. Il s'agit de services aidant à la présence en ligne, à la gestion de la caisse, du marketing et des retours clients ou de services aidant à la prise de commande, la gestion des stocks, la traçabilité, les recettes, etc...

Chef as a service : startups proposant à des particuliers ou à des entreprises de louer les services d'un chef pour l'organisation d'un dîner ou d'un buffet selon leurs goûts et budgets. Ces startups s'appuient notamment sur un réseau de chefs et de producteurs locaux.

Foodservice robots : startups développant des robots remplaçant tout ou partie de la production des plats. Ces startups peuvent bâtir elles-mêmes leurs robots ou exploiter des robots tiers en se concentrant sur l'intelligence artificielle.

Nouveaux restaurants : startups qui réinventent la restauration telle qu'on la connaît autour de nouvelles expériences pouvant aller de la rencontre d'inconnus autour d'un repas à un dîner chez des étrangers.

4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

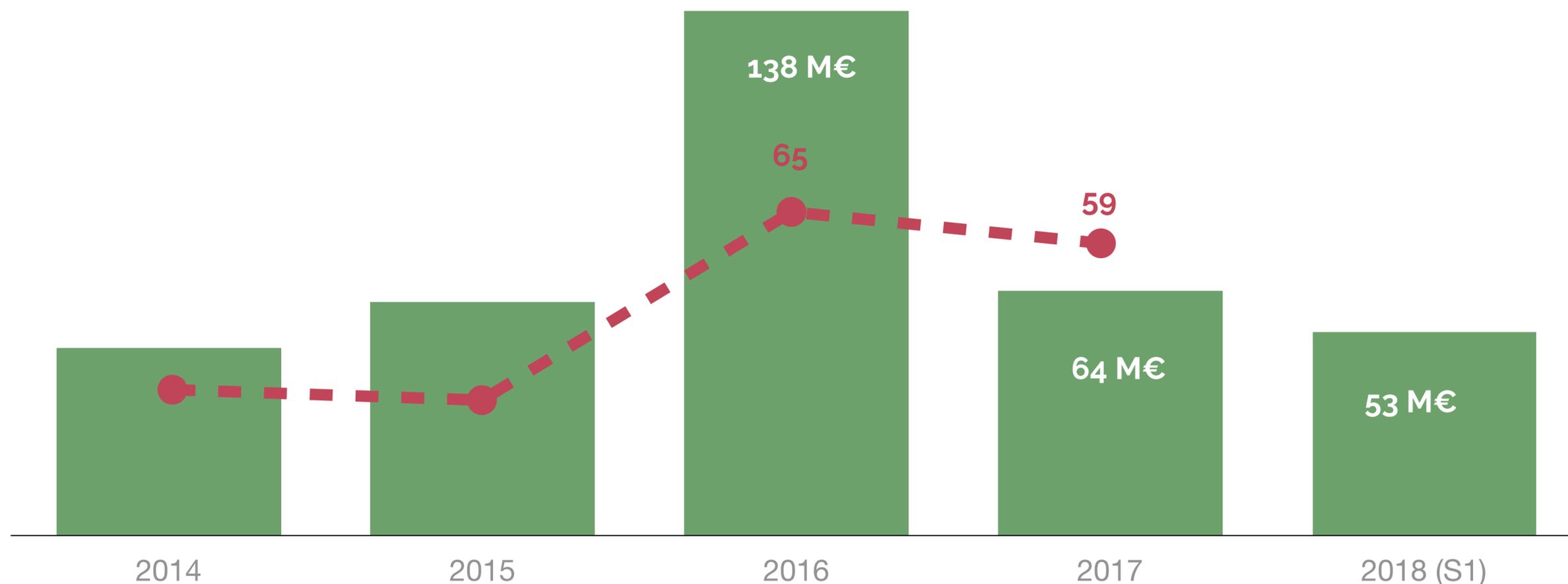
Plateformes d'extras : startups répondant aux questions des restaurateurs sur l'embauche d'extras. Ces plateformes d'intermédiation permettent de réserver en quelques clics des extras et intègrent la gestion des démarches administratives.

FOODSERVICE : MONTANTS LEVÉS ET NOMBRE D'INVESTISSEMENTS

Montants levés en millions
d'euros



Nombre de levées de fonds



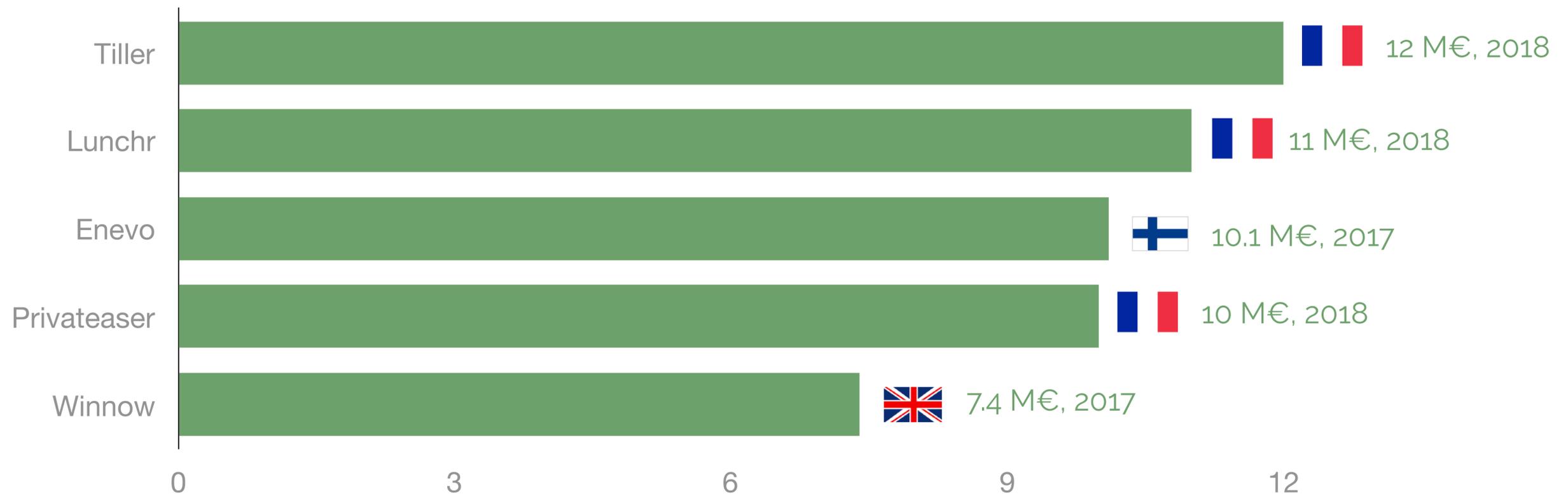
4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

FOODSERVICE : UN DOMAINE HISTORIQUE ET CLEF DE LA FOODTECH EUROPÉENNE

L'accompagnement des restaurateurs, notamment avec les caisses connectées et les plateformes de réservation sont des secteurs historiquement bien représentés dans la FoodTech européenne. Après des levées de fonds nombreuses et conséquentes en 2016 (Wynd, 30m€), une nouvelle génération de startups prend la relève en 2018.

TOP 5 DEALS 2017-2018 (S1) (EN M€)



4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

E K I M

Robots in the city

*Ekim propose un robot
pizzaïolo qui cuisine
devant les clients.*

FOODSERVICE : STARTUP À SUIVRE

EKIM lance PAZZI, des robots pizzaïolos qui cuisinent à la demande devant les clients.

Un concept de restauration rapide autonome imaginé par deux jeunes ingénieurs, fan de robotique et d'électronique qui sera lancé à Paris début 2019. Leur leitmotiv : « We love food, even more than robots ».

“

Nous comptons rassurer nos clients qui auraient peur d'un robot la quête du goût, la qualité de sourcing de nos ingrédients et la qualité de service (temps de service) et avant tout, nous avons développé des machines robotisées au service des clients pour fabriquer les meilleures pizzas possibles

”



Philippe GOLDMAN

CEO EKIM

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

DELIVERY & RETAIL : DÉFINITION & SOUS-DOMAINES

Startups qui accompagnent ou proposent de nouveaux modes de distribution pour l'alimentation. Cela couvre l'amélioration de l'expérience dans les magasins actuels, la livraison des courses et de repas à domicile.

Meal kits : startups livrant régulièrement à leurs clients tous les ingrédients pour réaliser des repas en adaptant les quantités au foyer. Ce concept répond à plusieurs attentes dont l'envie de mieux manger, d'avoir des conseils sur les produits, ou des idées de recettes.

Livraison de proximité : startups répondant au défi de la dynamisation des commerces de centre ville en les intégrant à des plateformes e-commerce sur lesquelles les clients peuvent acheter parmi plusieurs magasins avant de se faire livrer.

Delivery Robots : startups proposant des drones ou robots pour assurer la livraison de courses.

Retail Robots : startups proposant des robots pour guider les clients et/ou contrôler les produits en magasin.

Box découverte : startups proposant de recevoir chaque mois des produits sélectionnés par des experts. Le vin, le thé, le café et la découverte de produits du monde sont parmi les thèmes les plus abordés.

Livraison de restaurants : startups permettant de se faire livrer des plats de restaurants situés dans un périmètre proche par l'intermédiaire de livreurs.

Full stack delivery : startups proposant la livraison de plats élaborés dans leurs propres cuisines.

4

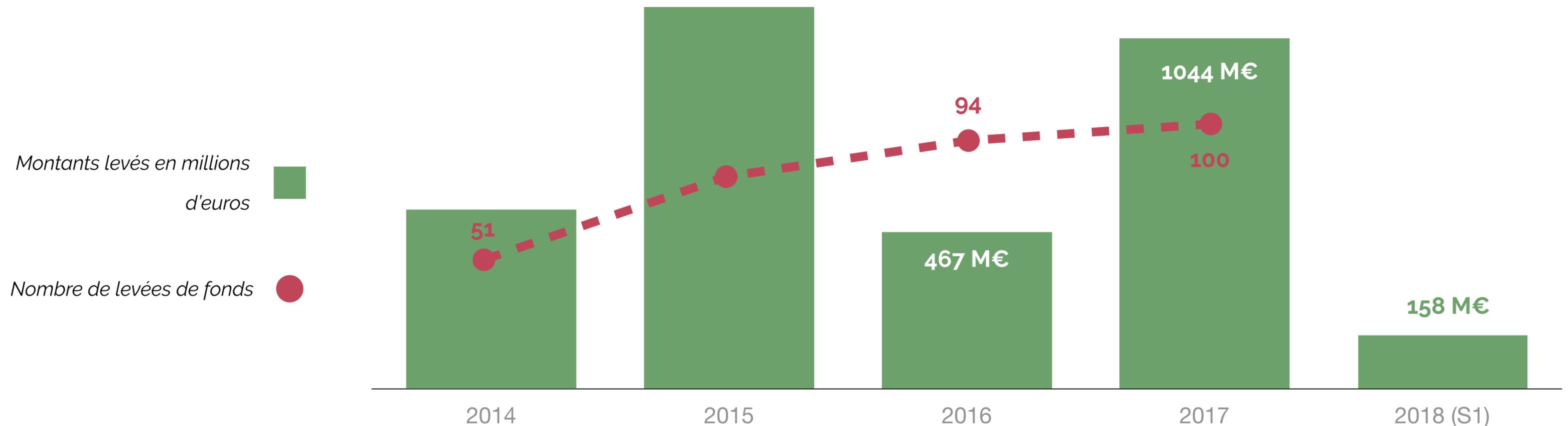
LES DOMAINES DE LA FOODTECH

Data for supplychain : startups répondant aux problématiques des acteurs de la supply chain avec des outils facilitant la gestion, la transmission, l'enrichissement ou la certification des données.

Expérience shopper : startups travaillant à (re)créer le lien entre les marques et le consommateur final et à fournir des informations aux industriels sur les comportements du client en magasin ou en restaurant.

Marketplaces : startups se positionnant sur le créneau du e-commerce alimentaire don't des offres « farm to home ».

DELIVERY & RETAIL : MONTANTS LEVÉS ET NOMBRE D'INVESTISSEMENTS

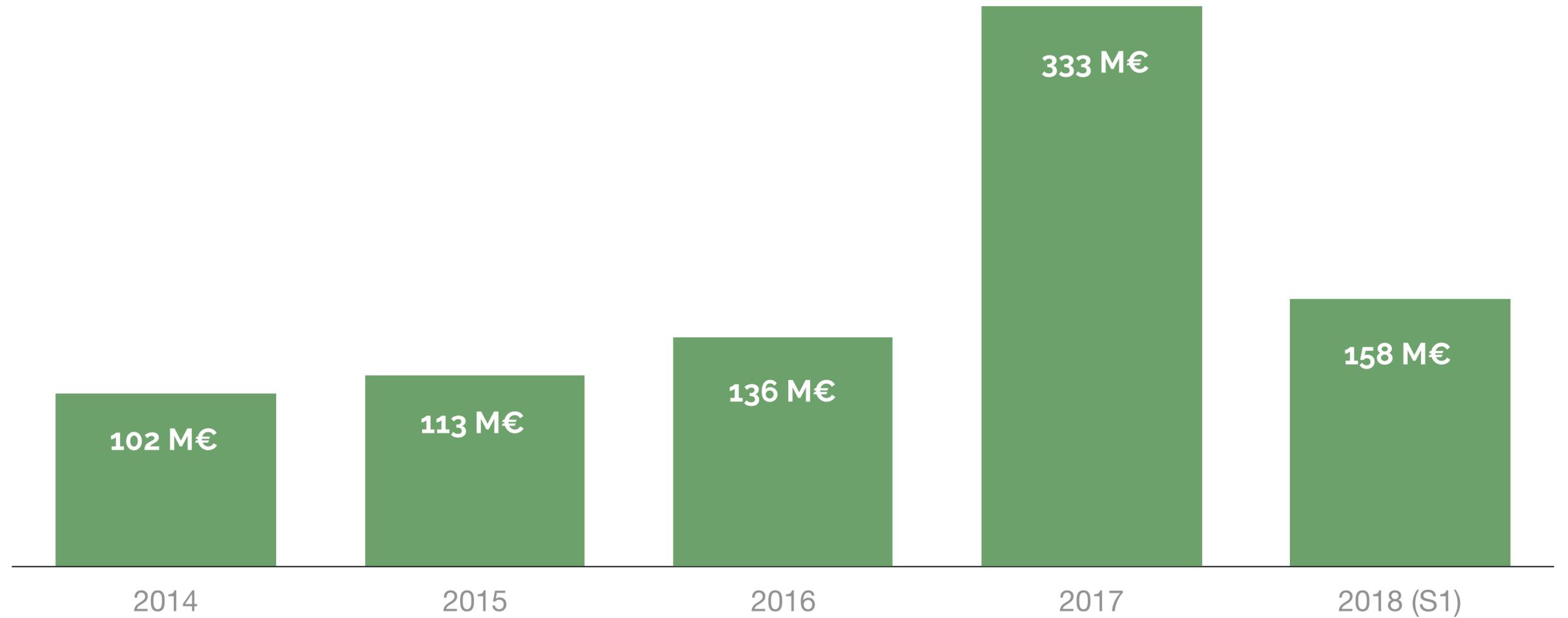


4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

DELIVERY & RETAIL : MONTANTS LEVÉS (EN EXCLUANT DELIVERY HERO, DELIVEROO & HELLOFRESH)

Montants levés en millions
d'euros



4

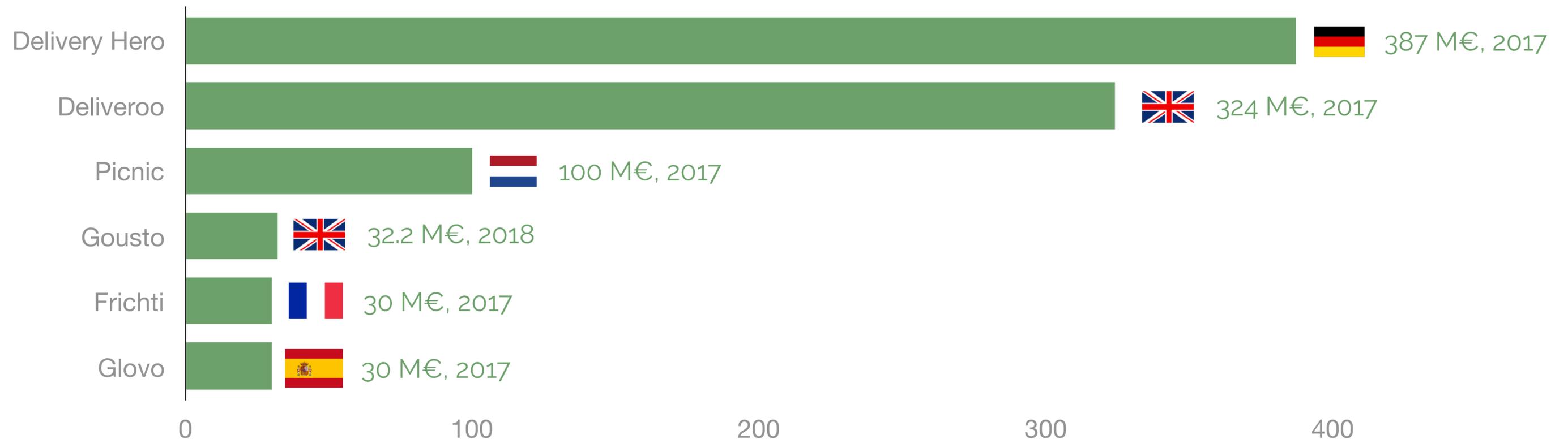
LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

DELIVERY & RETAIL : RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Peu de levées importantes ont été réalisées pour le premier semestre 2018 (à l'exception de celle de Gousto pour 28,5 millions de livres au Royaume-Uni). En effet Delivery Hero et HelloFresh sont déjà cotés en bourse et Deliveroo pourrait les rejoindre rapidement.

Des levées plus importantes (dont celle de Glovo sur le second semestre) sont à attendre.

TOP 6 DEALS 2017-2018 (\$1) (EN M€)



4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

MEDIA : DÉFINITION & SOUS-DOMAINES

Startups qui répondent aux questions des consommateurs sur les produits alimentaires et qui leur permettent d'en découvrir de nouveaux. Ces entreprises agrègent et diffusent des recettes et des informations nutritionnelles de façon divertissante et accessible pour le consommateur final.

Infotainment : startups proposant de réinventer la recette en ligne. À la place de la fiche recette, il s'agit de jeux interactifs ou de vidéos addictives diffusées sur les réseaux sociaux.

Internet of food : startups répondant à la question de l'accès par le consommateur final à une information de qualité sur les produits alimentaires. L'objectif est de créer un contenu normé, de qualité, facilement accessible par tous et potentiellement échangeable entre différents services.

Expériences culinaires : startups créant des expériences touristiques autour de lieux de production (brasserie, vignoble...) ou réinventant l'accès à des cours de cuisine.

4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

MEDIA : MONTANTS LEVÉS ET NOMBRE D'INVESTISSEMENTS

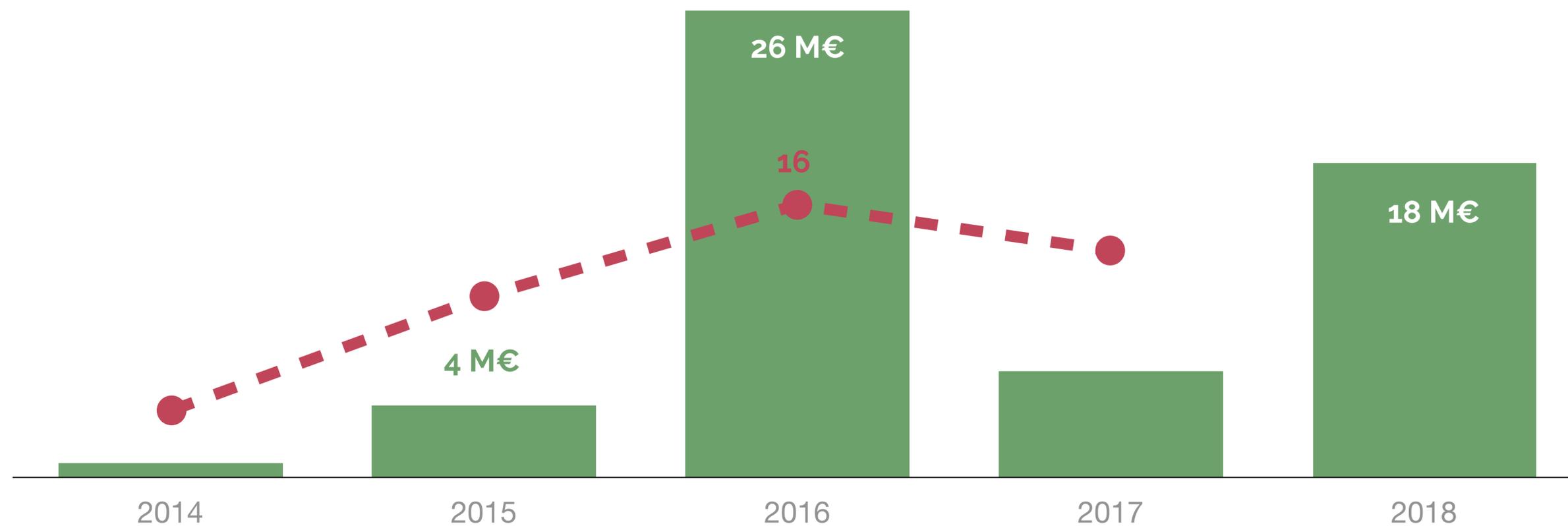
Le domaine des médias qui représente 8% des startups actives compte pour moins de 1% des sommes investies.

Parmi les principales levées de fonds dans ce domaine, on peut citer Vivino et Chefclub (vidéos de recettes dédiées aux réseaux sociaux - France).

Montants levés en millions
d'euros



Nombre de levées de fonds



4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

COACHING : DÉFINITION & SOUS-DOMAINES

Startups qui répondent aux questions « Ce que je mange est-il bien/bon pour moi ? » et « que manger ? ». Ces services s'adressent au consommateur final pour lui permettre de mieux gérer son alimentation et ses achats selon ses objectifs personnels.

Food Logging : services proposant à leurs utilisateurs d'entrer l'ensemble des ingrédients consommés dans une journée pour obtenir un avis nutritionnel. La saisie des informations peut se faire textuellement (ingrédients individuels, plats, codes-barres pour les produits emballés) ou par de la reconnaissance photo.

Nutrition personnalisée : startups proposant d'établir les besoins nutritionnels personnalisés de chaque consommateur à partir de tests basés sur le génome ou le microbiote.

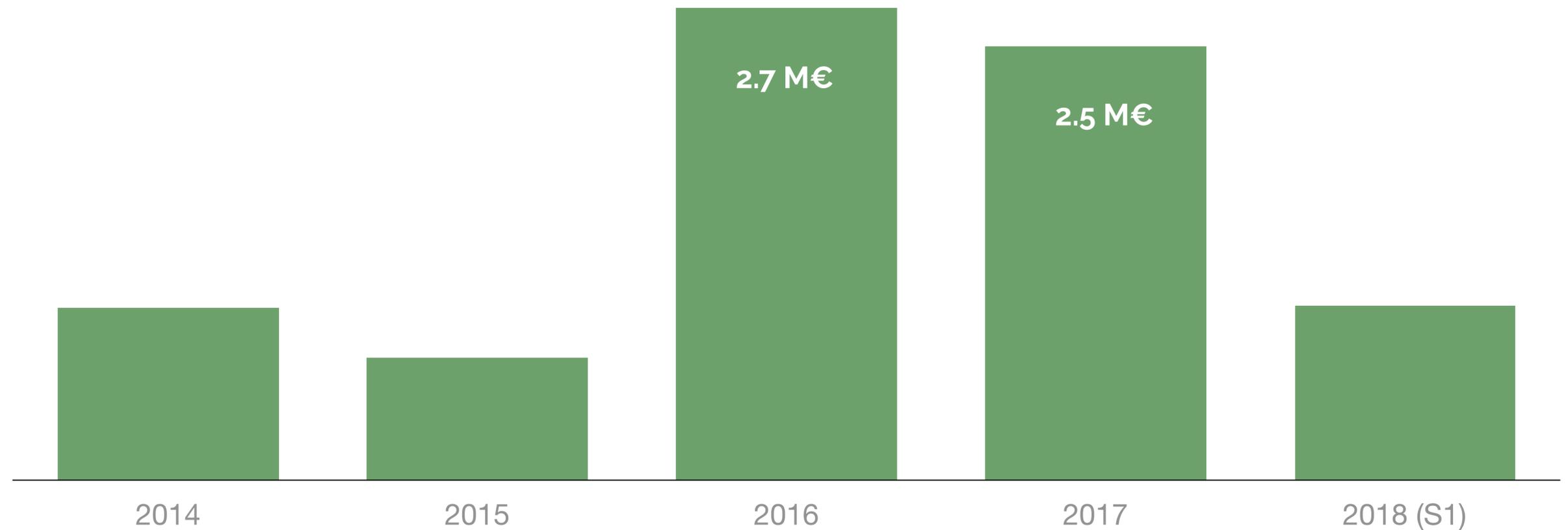
Recommandation / IA : startups apportant une réponse à la question « qu'est-ce que je dois manger (ou boire) ? » avec des recommandations de repas, recettes, listes de courses ou vins en fonction des attentes des consommateurs. Ces startups utilisent des recommandations manuelles de spécialistes ou des algorithmes basés sur de l'intelligence artificielle.

4

LES DOMAINES DE LA
FOODTECH

COACHING : MONTANTS LEVÉS ET NOMBRE D'INVESTISSEMENTS

Avec 4% des startups actives, les montants levés par les startups de coaching FoodTech sont proportionnellement faibles. Une explication tient au fait que ce domaine, basé sur des développements logiciels, nécessite moins de capitaux que les autres. Egalement, il est difficile pour les startups d'internationaliser des outils de conseils nutritionnels dans des pays ayant chacun leurs particularités (habitudes alimentaires, contraintes d'affichage nutritionnel, etc.)



4

LES DOMAINES DE LA FOODTECH

LES DOMAINES DE LA FOODTECH : QUE RETENIR ?

Une première lecture des investissements dans la FoodTech donne l'impression d'un secteur réduit à la livraison (80% des fonds investis). On peut cependant aller plus loin :

- en considérant les startups actives et le nombre d'investissements, l'écosystème est beaucoup plus équilibré
- la Foodscience est encore assez faible en Europe. Ce domaine qui invente les produits du futur est peu financé avec 17% des startups actives et seulement 3% des fonds. Cela s'explique notamment par une réticence des investisseurs européens à financer des étapes de recherche et de formulation indispensables pour l'élaboration de ces produits, par exemple pour ceux à base de protéines végétales ou de synthèse.
- les secteurs de l'AgTech et du Foodservice sont bien développés et financés, sans cependant avoir l'accès au capital pouvant les transformer en leaders mondiaux.

31 %

Part du secteur delivery & retail dans les startups actives

37 %

Part du secteur delivery & retail dans le nombre de levées

80 %

Part du secteur delivery & retail dans les montants investis



Contactez nous : rapport@digitalfoodlab.com

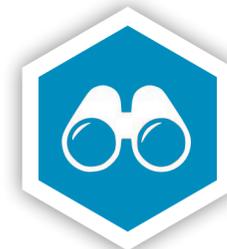
DigitalFoodLab transforme les acteurs traditionnels de l'agro-alimentaire avec la FoodTech

SERVICES



Éclairage

Conférences pour découvrir comment la FoodTech peut transformer votre entreprise



Intelligence

Workshops

Rapports sur mesure (sourcing & recommandations)

Veille



Conseil

Accompagnement de projets FoodTech en amorçage ou accélération

Conseil stratégique aux dirigeants

VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?
VOUS AVEZ UNE QUESTION ?
CONTACTEZ-NOUS !



Matthieu VINCENT

matthieu@digitalfoodlab.com

06 82 48 92 91



avec

