

2021 INVESTISSEMENTS, TENDANCES ET HUBS D'INNOVATION

LA FOODTECH EN EUROPE



 DigitalFoodLab avec

 Google Cloud  Nestlé

DIGITALFOODLAB

est une **agence de conseil spécialisée sur la FoodTech et la stratégie de long terme.**

Nous sommes une équipe d'entrepreneurs (nous avons créé, développé et revendu une des premières startups FoodTech françaises). Notre mission est d'aider nos clients à devenir, ou rester, les leaders de l'alimentation de demain.

Nous les aidons à :

- 1 - Comprendre ce qu'il se passe dans l'écosystème FoodTech
- 2 - Anticiper le futur de l'alimentation
- 3 - Bénéficier de ces nouvelles tendances avec les meilleures stratégies d'innovation, d'investissement ou d'acquisition.



SPONSORS

Nous sommes reconnaissants de l'aide fournie par nos sponsors, **Google Cloud** et **Nestlé**, qui soutiennent tous deux l'avenir de l'alimentation.



Google Cloud fournit aux organisations une infrastructure, une plate-forme et des solutions métiers de pointe. Nous proposons des solutions de cloud computing conçues pour les entreprises qui s'appuient sur les technologies innovantes de Google, et les aident à gagner en efficacité opérationnelle et à s'adapter à l'évolution des besoins, leur offrant ainsi des bases solides pour leur avenir. Dans plus de 150 pays, des organisations font de Google Cloud leur partenaire de confiance pour résoudre leurs problèmes les plus critiques.



Nestlé est la plus grande entreprise agroalimentaire du monde. Nous avons plus de 2 000 marques allant des icônes mondiales, aux marques favorites locales, et nous sommes présents dans 189 pays autour du monde. Inspirés par la découverte scientifique de notre fondateur Henri Nestlé, guidés par nos valeurs, et avec la nutrition au cœur de nos activités, nous travaillons avec nos partenaires pour améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain.

La France est le 1er marché européen de Nestlé, le 3e dans le monde et 70% des matières premières utilisées dans ces usines sont françaises.

HELLO,

Bienvenue dans la troisième vague de disruption FoodTech.

Nous vous remercions d'avoir téléchargé ce rapport. Il s'agit de la quatrième édition de notre analyse annuelle de la FoodTech européenne, avec à chaque fois son lot de surprises. Le rapport de cette année contient cinq éléments clés.

En 2020, **les startups FoodTech européennes ont levé 2,7 milliards d'euros, soit le même montant qu'en 2019.** Ce maintien à un niveau d'investissement aussi élevé est une bonne nouvelle dans une année aussi compliquée.

Malgré la pandémie, le montant total investi dans les startups FoodTech a fortement augmenté au niveau mondial. Ainsi, **la part de l'écosystème européen est tombée à seulement 12% des investissements mondiaux.**

Nous assistons à l'apparition d'**une troisième vague de startups FoodTech européennes** qui se caractérise par des **levées importantes, à un stade très précoce** (parfois avant même d'avoir un produit), et qui représentent un **pari sur le long terme.** Cela montre la confiance des investisseurs dans les startups FoodTech européennes pour être des moteurs du changement.

L'Europe a les atouts nécessaires pour devenir un leader de la FoodTech.

L'écosystème FoodTech européen se concentre sur l'agriculture et la distribution (notamment la livraison) depuis des années. **2020 a été un point de bascule avec une augmentation de 245% des investissements dans la transformation** (au milieu de la chaîne de valeur, des innovations produits aux cloud kitchens en passant par les aliments du futurs comme l'agriculture cellulaire). Cette croissance est d'autant plus notable dans les startups travaillant dans les protéines alternatives (pour l'alimentation humaine), elles ont vu leurs investissements multipliés par trois.

L'écosystème FoodTech européen est toujours fortement concentré autour **de cinq hubs : le Royaume-Uni (leader), la France, les pays nordiques, la région DACH (Allemagne, Autriche, Suisse) et les Pays-Bas**. Les pays nordiques, l'une des surprises de l'année dernière, pourraient devenir une puissance mondiale en matière de protéines alternatives et de durabilité.

Enfin, même dans des circonstances difficiles, **les grandes entreprises investissent toujours plus dans l'écosystème**. Elles parient (en investissant et en rachetant) sur des startups qui peuvent les aider à se transformer et à se préparer aux disruptions futures.

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME FOODTECH EN EUROPE

CHIFFRES CLÉS DU RAPPORT

€2.7B

Montant prévu des investissements dans les startups FoodTech européennes en 2020. Le même montant qu'en 2019.

€1B

Montant payé par Dr Oetker pour acquérir Flaschenpost.
La plus grosse acquisition de 2020.

178%

Augmentation des investissements dans les startups de protéines alternatives (agriculture cellulaire et plant-based).

2

Nouvelles licornes (startups valorisées plus de 1 Md€) en Europe: Gousto (kits repas) et Oatly (lait végétal).

€290M

Plus gros investissement de 2020, dans Karma Kitchen, une cloud kitchen britannique.

94%

des investissements en 2020 ont été réalisés dans cinq hubs: le Royaume-Uni, la France, les pays nordiques, la région DACH et le Benelux.

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME FOODTECH EN EUROPE

PÉRIMÈTRE DU RAPPORT

Avant d'entrer plus en détails dans l'écosystème FoodTech européen, voici les réponses à quelques questions de base :

QU'EST-CE QUE LA FOODTECH ?

La définition de DigitalFoodLab est : *“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.”*



La FoodTech est composée de 6 catégories: AgTech, Foodscience, Foodservice, Delivery, Retail et Coaching. Leurs définitions (et celles des 30 sous-catégories) se trouvent dans la troisième partie de ce rapport.

QUEL PÉRIMÈTRE GÉOGRAPHIQUE ?

Pour ce rapport, nous avons inclus toute l'Europe continentale, les îles britanniques et l'Islande, tout en excluant la Russie et la Turquie.

D'OÙ PROVIENNENT LES DONNÉES ?

Ce rapport exploite la base de données propriétaire de DigitalFoodLab. Il contient les données les plus complètes sur les startups et les investisseurs européens de la FoodTech. Nous recueillons des données tout au long de l'année avec nos outils et notre réseau de partenaires sur tout le continent. Ce rapport indique les investissements en euros avec les conversions de devises effectuées au moment des annonces des levées de fonds.

LA FOODTECH EN EUROPE

I - ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

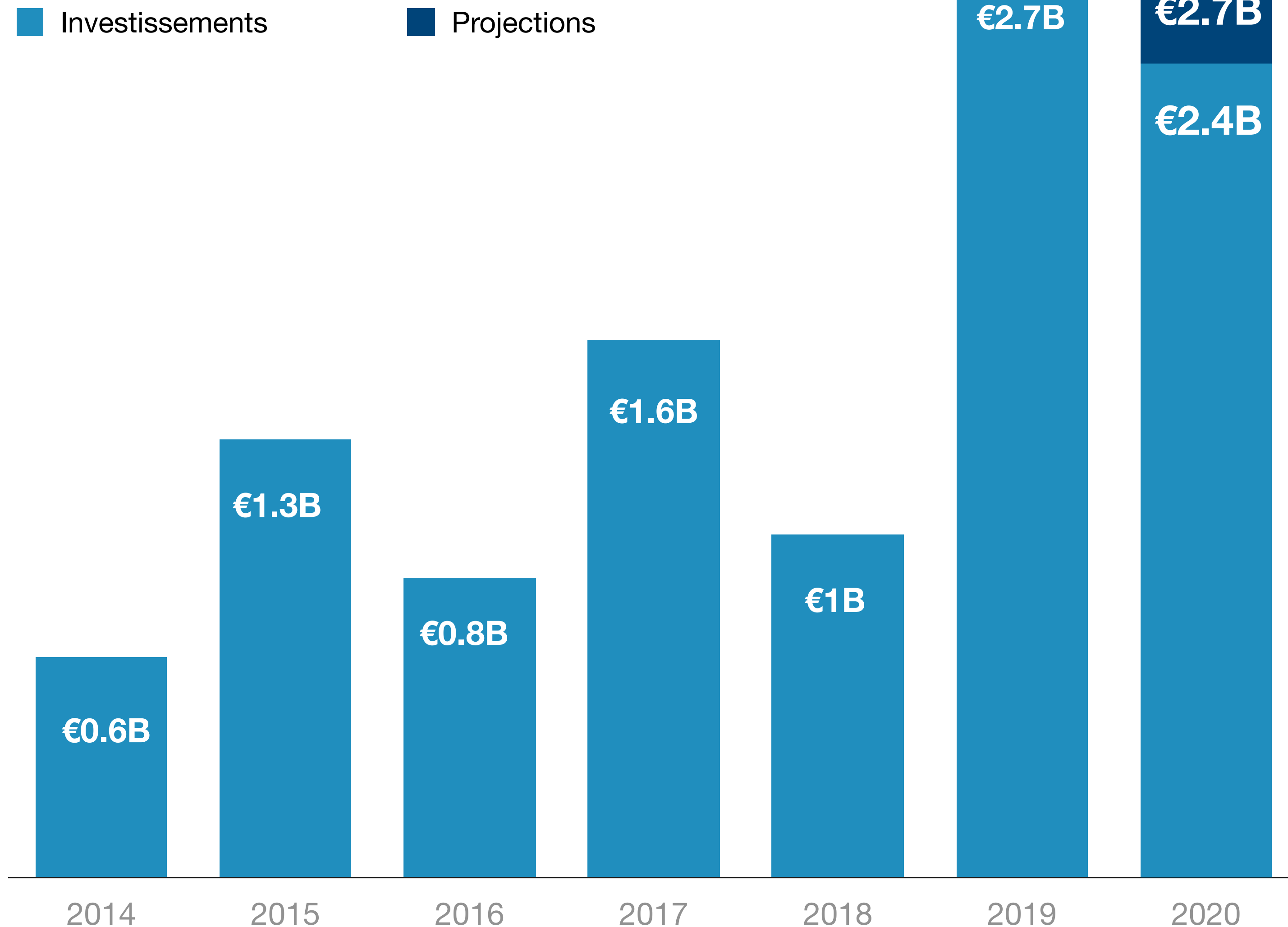
€2.7 B Montant prévu des investissements dans les startups FoodTech européennes en 2020. Le montant est identique à celui de 2019.

Née en Finlande, Wolt a levé plus de 720 M€ et s'est fortement développée dans les pays nordiques et en Europe de l'Est. Initialement axée sur la livraison au restaurant, la startup construit désormais un réseau de dark stores.



ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

INVESTISSEMENTS



STAGNATION, À UN NIVEAU ÉLEVÉ

2020 fut une année pas comme les autres. Que les investissements se maintiennent au niveau record de 2,7 milliards d'euros en pleine pandémie est un exploit. Les tours de table n'ont pas été répartis uniformément : après un ralentissement au deuxième trimestre nous avons connu une forte augmentation du nombre de deals. Les données concernant le premier trimestre de 2021 indiquent que cette tendance se poursuit.

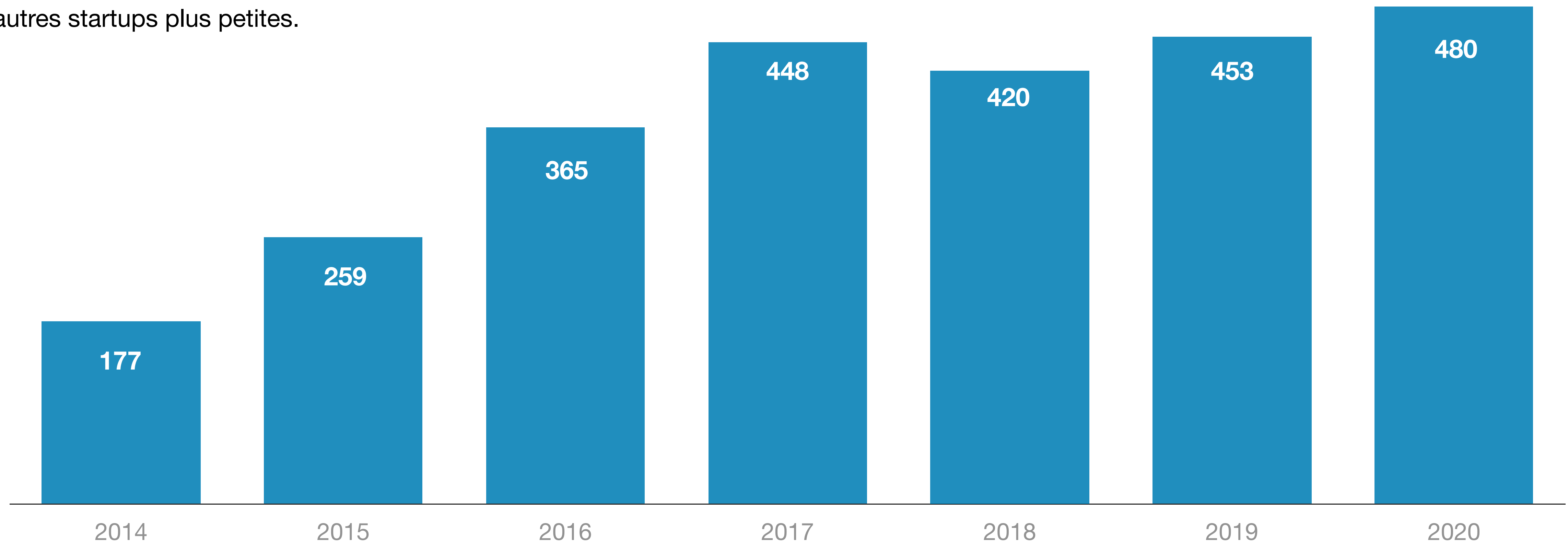
EMBOUEILLAGE

De nombreux tours de table conclus fin 2020 n'ont pas encore été annoncés. Sur la base de l'expérience des rapports précédents, nous nous attendons à une augmentation de 10 à 15% du montant final.

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

NOMBRE D'OPÉRATIONS

Nous avons observé **une forte augmentation du nombre de transactions entre 2014 et 2017** (coïncidant avec «l'émergence» de l'écosystème FoodTech). **Ensuite, l'écosystème a atteint un plateau.** Cependant, comme les montants investis augmentent, cela reste positif pour les startups qui sont financées (car elles lèvent plus). Comme nous le verrons plus loin, la force de l'écosystème européen dépendra de sa capacité à faire émerger dans le futur non seulement un petit nombre de leaders bien financés, mais aussi de nombreuses autres startups plus petites.



ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

TUNNEL D'INVESTISSEMENT

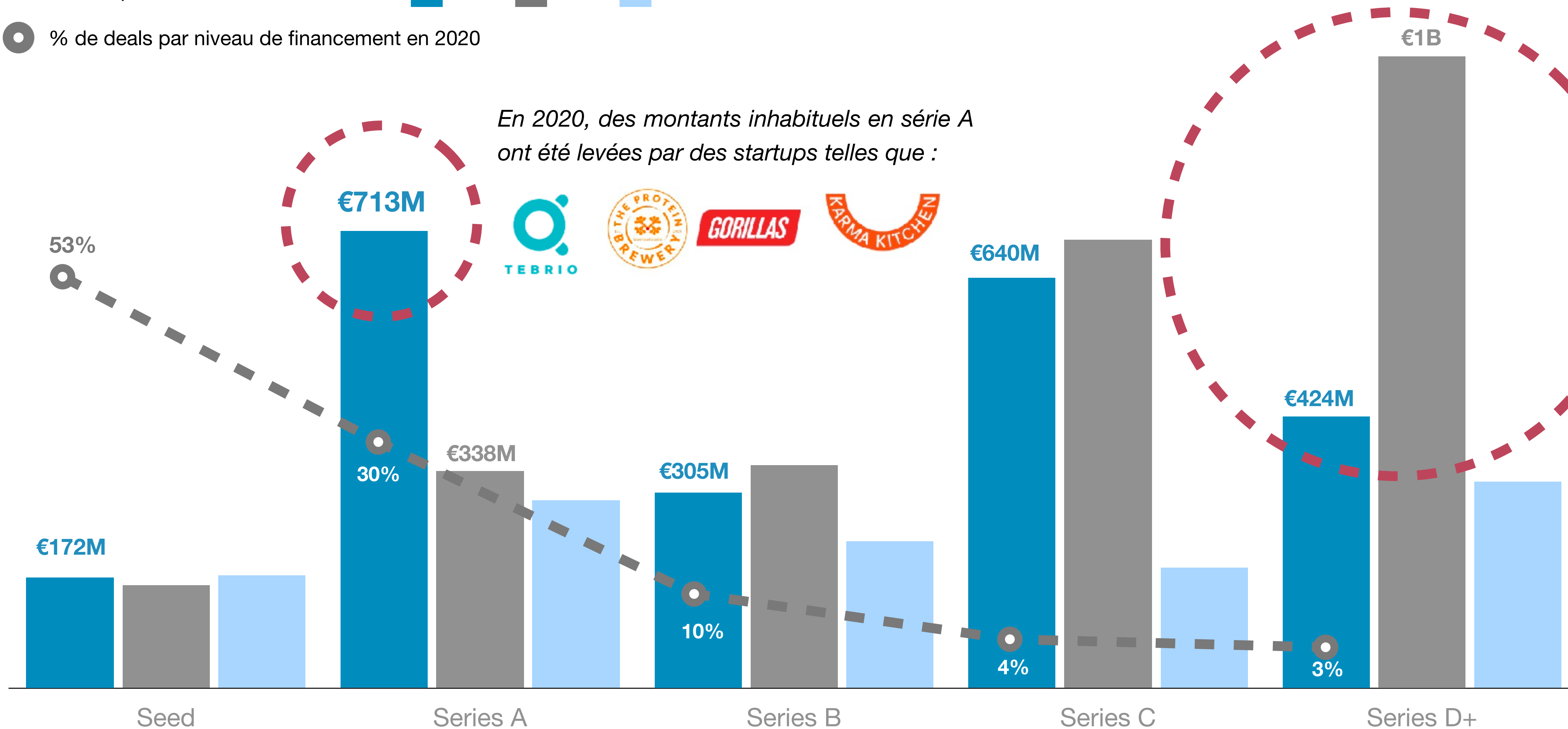
En 2019, les investissements se sont concentrés dans une poignée de startups de livraison telles que :



Fonds levés par niveau de financement en : 2020 2019 2018

○ % de deals par niveau de financement en 2020

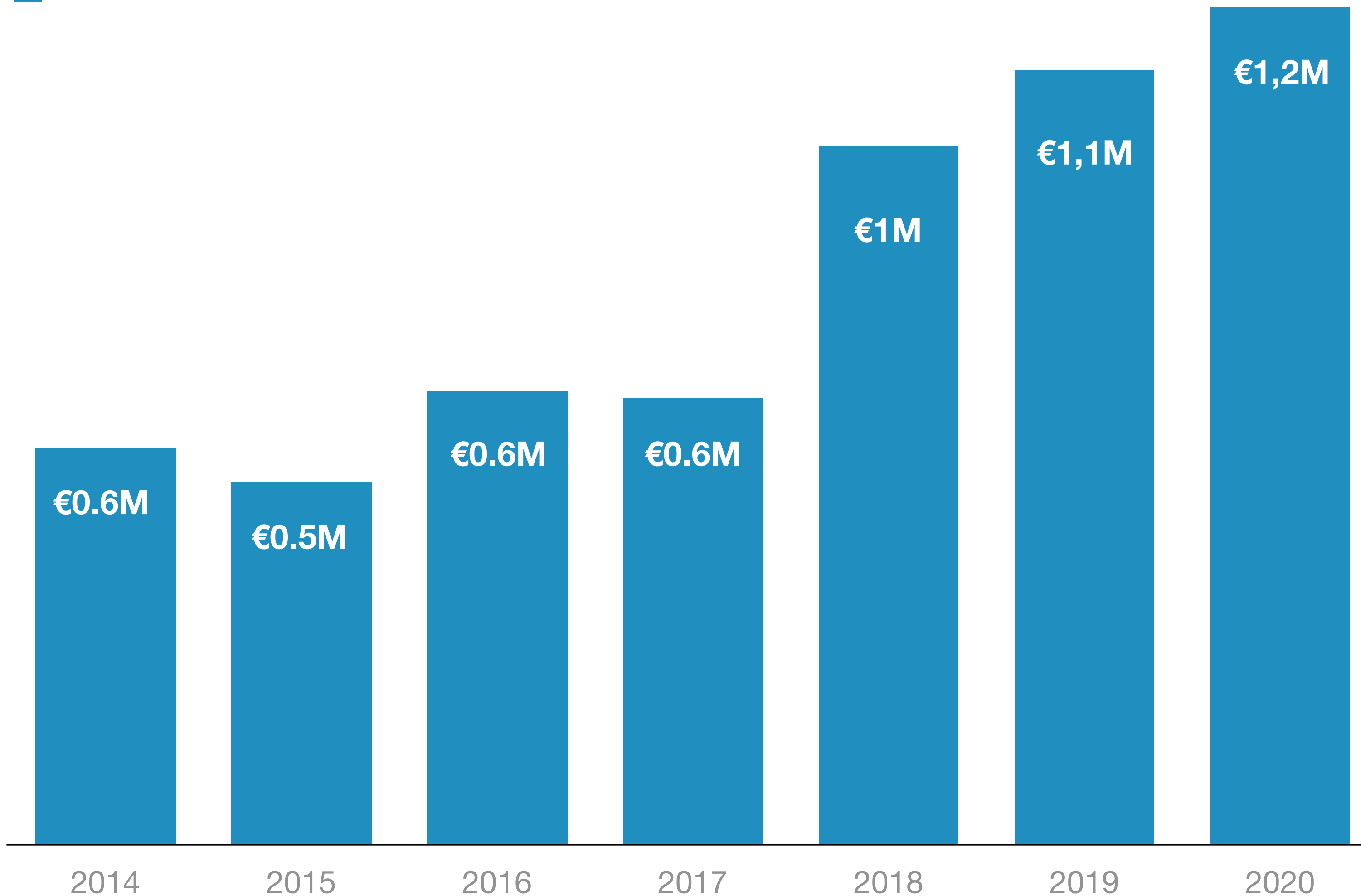
En 2020, des montants inhabituels en série A ont été levés par des startups telles que :



ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

ÉVOLUTION DE L'INVESTISSEMENT MÉDIAN

■ Investissement médian



DES PARIS PLUS IMPORTANTS ET PLUS RISQUÉS SUR DE PLUS JEUNES STARTUPS

Un phénomène nouveau est **l'apparition de séries A exceptionnellement élevées en Europe** (phénomène courant ailleurs depuis des années).

Il s'agit d'une **bonne nouvelle pour la FoodTech européenne** car il semble que les investisseurs sont désormais prêts à prendre plus de risques en pariant fortement sur des entreprises plus jeunes.

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

TROIS GÉNÉRATIONS DE STARTUPS

Une analyse détaillée des données permet de distinguer trois vagues de startups, chacune débutant par de petits tours de table, puis levant des sommes plus importantes et sortant de l'écosystème startup via des acquisitions ou introductions en bourse.

GEN#1 : LIVRAISON



Cette première génération était principalement axée sur la livraison de plats de restaurant. Presque toutes ces entreprises sont cotées en bourse.

GEN#2 : DE LA LIVRAISON DE PLATS AUX COURSES DU QUOTIDIEN



L'intérêt pour la livraison est resté fort avec cette deuxième vague qui a vu une évolution vers les courses du quotidien. D'autres domaines ont commencé à recevoir un financement important.

GEN#3 : FUTUR DE L'ALIMENTATION



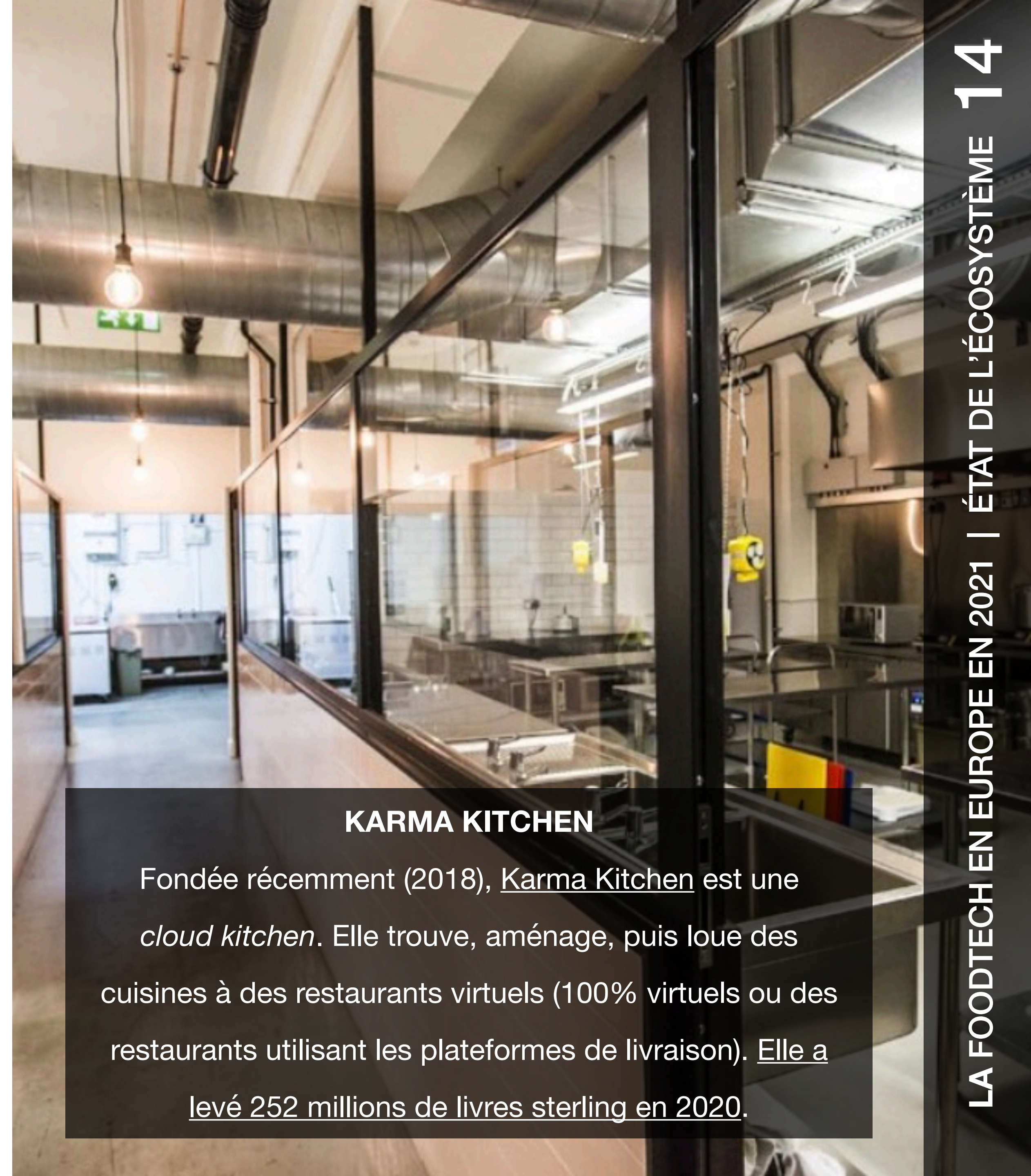
La dernière vague de startups FoodTech européennes est plus diversifiée avec des leaders potentiels dans le futur de l'alimentation et de la robotique.

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

3ÈME VAGUE DE LEADERS

Comme le montrent les pages précédentes, **la troisième vague** de startups européennes FoodTech **est très différente** des précédentes :

- Elle est plus **diversifiée**. Même si la livraison est toujours un sujet majeur (livraison de courses plutôt que livraison de plats de restaurant), de nouvelles catégories telles que les protéines alternatives, les cloud kitchens et la robotique entrent en scène.
- **Les startups lèvent plus d'argent, plus tôt** (les séries A géantes de Karma Kitchen et Gorillas en sont la preuve). Cela montre une plus grande confiance des investisseurs dans l'avenir des entreprises sur lesquelles ils parient. C'est aussi le signe d'une concurrence accrue entre les investisseurs pour parier sur les meilleures startups.
- **Les projets de long terme** qui ne généreront pas de revenus significatifs dans un proche avenir **peuvent recevoir un financement massif**. C'est une nouveauté bienvenue pour l'écosystème européen pour son positionnement dans la compétition mondiale.

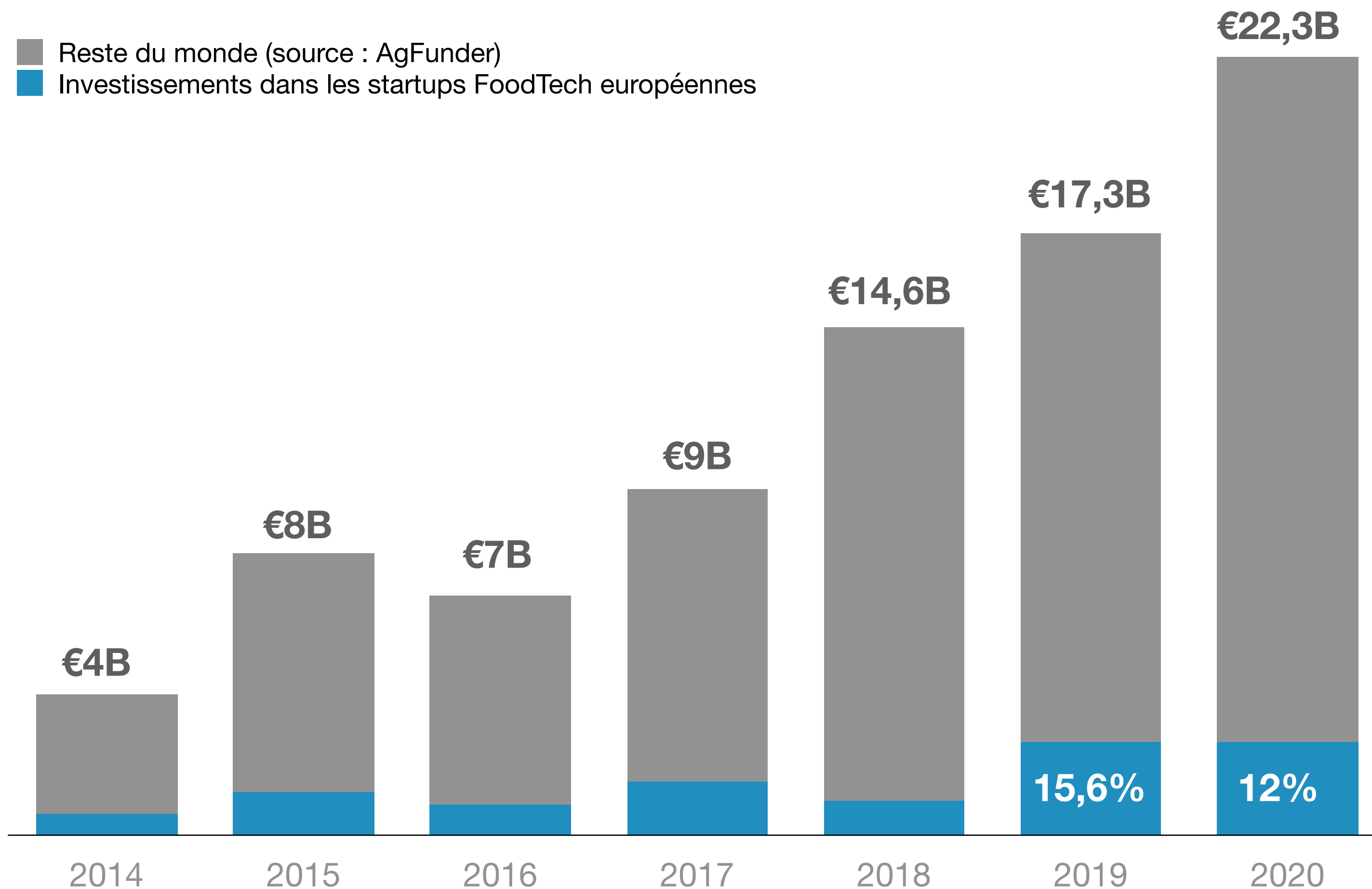


KARMA KITCHEN

Fondée récemment (2018), Karma Kitchen est une *cloud kitchen*. Elle trouve, aménage, puis loue des cuisines à des restaurants virtuels (100% virtuels ou des restaurants utilisant les plateformes de livraison). Elle a levé 252 millions de livres sterling en 2020.

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

L'EUROPE EN RETRAIT PAR RAPPORT AU RESTE DU MONDE



À l'échelle mondiale, la tendance à davantage d'investissements dans l'écosystème FoodTech reste forte, avec une augmentation de 137% entre 2017 et 2020.

En comparaison, les investissements en Europe ont moitié moins augmenté (69% de hausse).

Le plus frappant est l'augmentation de 28% des investissements dans le monde en 2020, alors que l'Europe stagne sur cette même année.

Ainsi, **la part de l'Europe n'est plus que de 12%** du montant total investi dans la FoodTech. Les États-Unis sont toujours en tête avec environ la moitié des investissements, suivis de l'Asie (notamment la Chine et l'Inde).

ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

L'EUROPE PEUT-ELLE

DEVENIR LE LEADER

MONDIAL DE LA FOODTECH?

Selon les données présentées, une réponse rapide serait «non». Cependant, la FoodTech est en constante évolution, et l'Europe pourrait rester «un» leader et même devenir «le» leader si:

1- **les tendances de moyen et long terme sont soutenues** par les gouvernements. Cela obligerait à considérer l'avenir des entreprises agroalimentaires actuelles et à venir comme stratégique. De plus, les régulateurs devraient être un peu plus avant-gardistes et moins dans un esprit «interdisons et voyons ce qui se passe ailleurs».

2- **il y a plus de collaboration entre la recherche, les entreprises et les entrepreneurs** (par exemple plus de lieux comme Wageningen).

3- **l'internationalisation** des produits alimentaires en Europe s'améliore (notamment dans la distribution).



STARSHIP TECHNOLOGIES

Fondée en 2014 en Estonie et désormais basée au Royaume-Uni, Starship développe de petits robots de livraison. Ils sont présents sur de nombreux campus américains, en partenariat avec de grandes entreprises (Sodexo, PepsiCo) et ont réalisé leur millionième livraison en 2020.

GOOGLE CLOUD & LA FOODTECH



Stéphane GODARD

Sales Manager CPG & Luxury Google
Cloud France

Pourquoi Google Cloud s'intéresse au sujet de l'alimentaire et en particulier de l'innovation FoodTech ?

Le secteur de l'alimentaire (agri-agro) est essentiel et, qu'ils soient historiques ou nouveaux entrants, nous avons plus que jamais conscience de l'importance des acteurs qui produisent et distribuent l'alimentation. On voit par ailleurs clairement que l'ensemble de la filière se voit contraint de s'adapter afin de faire face à de nombreux enjeux.

Pour que tout le monde puisse se nourrir en 2050, il faudra doubler la production agricole **mondiale**, voire la tripler en Afrique. En effet, selon les prévisions des Nations Unies, la **population mondiale** devrait atteindre près de 10 milliards d'individus d'ici là, dont **un quart en ville**, ... au détriment des terres agricoles. A cela vient s'ajouter les effets du dérèglement climatique entraînant une **raréfaction des ressources naturelles**, à l'image de l'eau.

Ces défis amènent les consommateurs à bousculer leurs comportements d'achat : **consommer moins, mais mieux et plus responsable**.

Augmenter les rendements des cultures et augmenter les revenus des petits agriculteurs



«Aujourd'hui, en cliquant simplement sur notre application Android, les agriculteurs découvrent de nouvelles pratiques agricoles efficaces et reçoivent des conseils adaptés à leur culture et à leur sol.»

Pritesh Gudge, ingénieur logiciel, AgroStar

AgroStar a lancé une application mobile multilingue utilisant Google Cloud Platform qui contribue à augmenter les rendements des cultures et à augmenter les revenus des petits agriculteurs en Inde.

De la question de l'autonomie **alimentaire**, en passant par l'émergence de **nouveaux modes de consommation**, ou encore des tensions liées à l'**accélération de la transition agricole**, il devient vital pour l'ensemble du réseau de Repenser ses pratiques agricoles, ses modèles de production, de transformation et de distribution.

Pour cela, les acteurs traditionnels doivent résoudre la quadrature du cercle:

- augmenter les rendements et l'efficacité opérationnelle pour répondre à une demande volatile,
- maintenir la croissance tout en dégageant plus de marge pour financer des innovations de ruptures sur l'ensemble de la chaîne de valeur,

- et garantir une alimentation plus saine pour tous, des approches écologiquement responsables et humainement équitables.

Dans ce marché ultra-concurrentiel, les nouveaux entrants nous emmènent sur des terrains inexplorés et, ce faisant, ils captent de plus en plus de parts de marché. Cependant, ils sont confrontés à leur capacité à trouver des financements et des partenaires technologiques pour passer à l'échelle, soutenir leur développement, leur indépendance et maintenir leur agilité.

Offrir des repas délicieux

et respectueux de

FRICHTI

l'environnement avec la plate-forme Google Maps

"Frichti cuisine sa propre nourriture, et par conséquent la qualité est celle d'un restaurant, mais à un prix beaucoup plus bas. C'est possible parce que nous contrôlons toute notre chaîne d'approvisionnement, de la production de la cuisson à la livraison", explique Damien Leroux, CTO chez Frichti . "Avec Google Maps Platform et Google Cloud, nous disposons des outils nécessaires pour faire de notre modèle commercial une réalité."

Chez Google Cloud, nous sommes persuadés que la technologie en général, et le Cloud en particulier, est l'une des composantes essentielles pour permettre aux entreprises d'atteindre leurs objectifs de flexibilité et d'efficacité opérationnelle, tout en répondant à ces enjeux de société et notamment en termes de développement durable. Selon une étude de TechValidate, 86 % des clients de Google Cloud estiment que Google Cloud leur a permis d'améliorer leur efficacité opérationnelle et d'optimiser leurs dépenses informatiques. Nos clients économisent jusqu'à 32 % en migrant leurs applications vers Google Cloud plutôt qu'en les exécutant sur site.

L'approche technologique ouverte telle que proposée par Google Cloud permet alors de créer un cercle vertueux de valeur ajoutée et d'innovations à partir des données.

Enfin, Google Cloud est le seul grand fournisseur cloud à acheter suffisamment d'énergies renouvelables pour couvrir l'ensemble de ses opérations et aide ainsi les entreprises à devenir plus respectueuses de l'environnement.

Chez Google, nous sommes neutres en carbone depuis 2007. Depuis 2017, nous compensons également 100 % de notre consommation électrique en achetant l'équivalent en énergies renouvelables, y compris l'électricité utilisée pour alimenter nos infrastructures cloud. Notre objectif est désormais le 0 carbone, pour l'ensemble de nos opérations, 24h/24, 7j/7 dans toutes les régions d'ici 2030. Par ailleurs, notre machine learning et nos recommandations nous ont permis de réduire de 30 % l'électricité nécessaire au refroidissement des serveurs.



Et au-delà de "pourquoi", comment regardez vous ou accompagnez-vous la transformation de ce secteur ?

Depuis plusieurs mois, le secteur de l'alimentaire fait face à des perturbations de la chaîne d'approvisionnement et à une volatilité sans précédent de la demande.

D'après une étude du cabinet McKinsey menée fin 2020 auprès de dirigeants de sociétés de Produits de Grande Consommation (PGC), 79% des interrogés pensent que la crise du COVID-19 aura un impact durable sur les besoins de

leurs clients au cours des cinq prochaines années. Mais moins de 30% ont estimé que leur entreprise était bien équipée pour faire face à de tels changements et seulement 10% estiment être outillés pour renouer avec la croissance qu'elle soit organique ou qu'elle se fasse via des fusions et acquisitions.

Le comportement des consommateurs et leur engagement envers les produits, les marques et les canaux ont tellement changé que l'innovation doit maintenant être une priorité. Notre mission consiste à accélérer la capacité des organisations à se transformer et à réinventer leur activité grâce, notamment, à l'innovation basée sur les données.

AB InBev Cuts Its Manufacturing Costs and Improves the Quality of Its Beer Using the Google Cloud Platform and Its Machine Learning Solutions

AB InBev optimizes the beer filtration process with increased precision—reducing costs, increasing efficiency, and, perhaps even more importantly for beer lovers, guaranteeing the taste.



In particular, our "serverless" data analysis and machine learning platform allow our customers to automate their processes, make intelligent forecasts, and streamline their management as well as their operations.

Rémy Cointreau met les clients au cœur de son activité grâce à SAP sur Google Cloud



RÉMY COINTREAU

«Rémy Cointreau accordait une grande importance à l'évolutivité, à la flexibilité et aux économies, mais l'entreprise souhaitait aussi fortement mettre l'accent sur l'analyse de données hors du cadre de SAP. Google Cloud, grâce à ses outils spécifiques d'analyse et de gestion des données, remplissait parfaitement cet objectif. Il permet l'intégration de SAP à BigQuery et à des services d'intelligence artificielle, ce qui apporte plus de valeur à la solution SAP ».

Toujours selon le cabinet McKinsey, les entreprises qui, comme Google, adoptent l'Intelligence Artificielle en l'intégrant au cœur de tout ce qu'elles font, pourraient doubler leurs revenus au cours de la prochaine décennie. Les autres, par contre, pourraient enregistrer une baisse de 20 %.

En plus de mettre à disposition de nos clients des technologies éprouvées en termes de capacité de stockage, de puissance de calculs et de sécurité, nous proposons notre expertise et des solutions sectorielles pour:

- Libérer le potentiel des consommateurs et réinventer les activités marketing grâce à de l'information basée sur l'analyse des données;
- Outiller leur écosystème omnicanal pour leur permettre d'accélérer leur stratégie Direct to Consumer (D2C);
- Rendre les opérations plus efficaces et en réduire l'impact écologique notamment au travers de l'utilisation de l'IA pour anticiper les changements dans les chaînes d'approvisionnement et fournir de meilleures prévisions.

Est-ce que vos clients, acteurs du secteur agri-agro vous questionnent sur ces sujets d'innovation ?

Il faut bien comprendre que **l'innovation est au cœur de l'histoire de Google**. Cette innovation doit être au service des utilisateurs.

Les acteurs du secteur de l'agri-agro, pour qui le triptyque Produit-Prix-Promotion ne suffit plus, ne sont pas en reste. Ils souhaitent comprendre comment Google appréhende l'innovation, qui doit infuser et se diffuser dans la **culture d'entreprise**.

Alors, comment créer une culture d'entreprise ? Google n'a pas de formule magique à leur proposer, mais nous avons tiré de nos réflexions une série de principes fondateurs qui, selon nous, sont adaptables et applicables à toutes les organisations, indépendamment de la taille et du secteur d'activité.

Nous sommes notamment persuadés qu'il faut **avoir une vision** et qu'elle doit répondre à un besoin important ou à une mutation du marché.

Par ailleurs, les faits et les données doivent guider les décisions. Nous testons et évaluons pratiquement tout ce que nous réalisons et nous nous appuyons sur ce flux continu de données pour prendre nos décisions.

Nous pensons aussi que pour innover, il faut faire tomber ses barrières mentales, rêver très grand, chercher à résoudre des problèmes insolubles. **Un objectif "10x"**, soit dix fois plus ambitieux, vous oblige à repenser entièrement le concept. Vous devez oublier les modèles existants et aborder le problème sous un angle totalement nouveau.



Carrefour et Google imaginent ensemble de nouveaux modèles de distribution et expériences d'achat pour les consommateurs français

Depuis 2018, Google et Carrefour travaillent ensemble autour de trois piliers : le déploiement de l'offre Carrefour sur une nouvelle interface du site de Google Shopping et sur l'Assistant Google en France, un Lab Carrefour-Google autour duquel les ingénieurs de Carrefour et les experts en intelligence artificielle de Google Cloud développent de nouveaux services à destination des consommateurs et l'accélération de la digitalisation du groupe Carrefour avec notamment le déploiement de la suite collaboratives Workspace (Gmail, Calendrier, Drive, Docs. etc.) auprès de 160,000 collaborateurs.

LA FOODTECH EN EUROPE

II - HUBS D'INNOVATION

94% des investissements en 2020 ont été réalisés dans cinq hubs: le Royaume-Uni, la France, les pays nordiques, la région DACH et le Benelux.

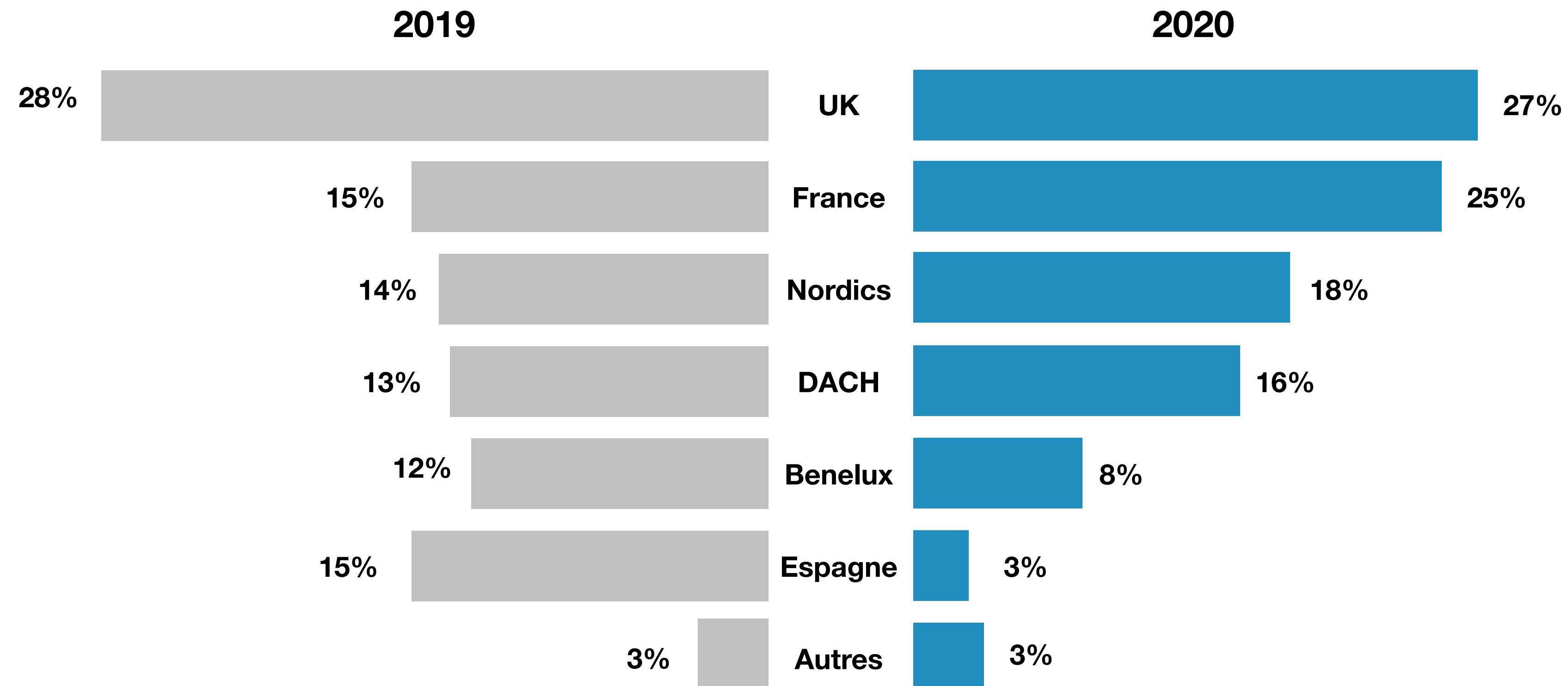
Fondée en 1994, Oatly est connue pour ses laits végétaux. Avec 220M\$ levés en 2020, la startup prépare maintenant son introduction en bourse.



HUBS D'INNOVATION

5+1 HUBS

Nous avons regroupé certains pays pour mieux identifier des “zones d’investissement”. En effet, certaines régions, comme les pays nordiques (Norvège, Suède, Finlande et Danemark), la région DACH (Allemagne, Autriche et Suisse) et le Benelux (Pays-Bas, Belgique et Luxembourg), ont des VC dédiés à la région plutôt qu'à un pays spécifique. Le graphique ci-dessous montre ainsi comment l'Europe peut être divisée en cinq zones comparables (plus l'Espagne, dépendante des levées de fonds d'une seule startup, Glovo).



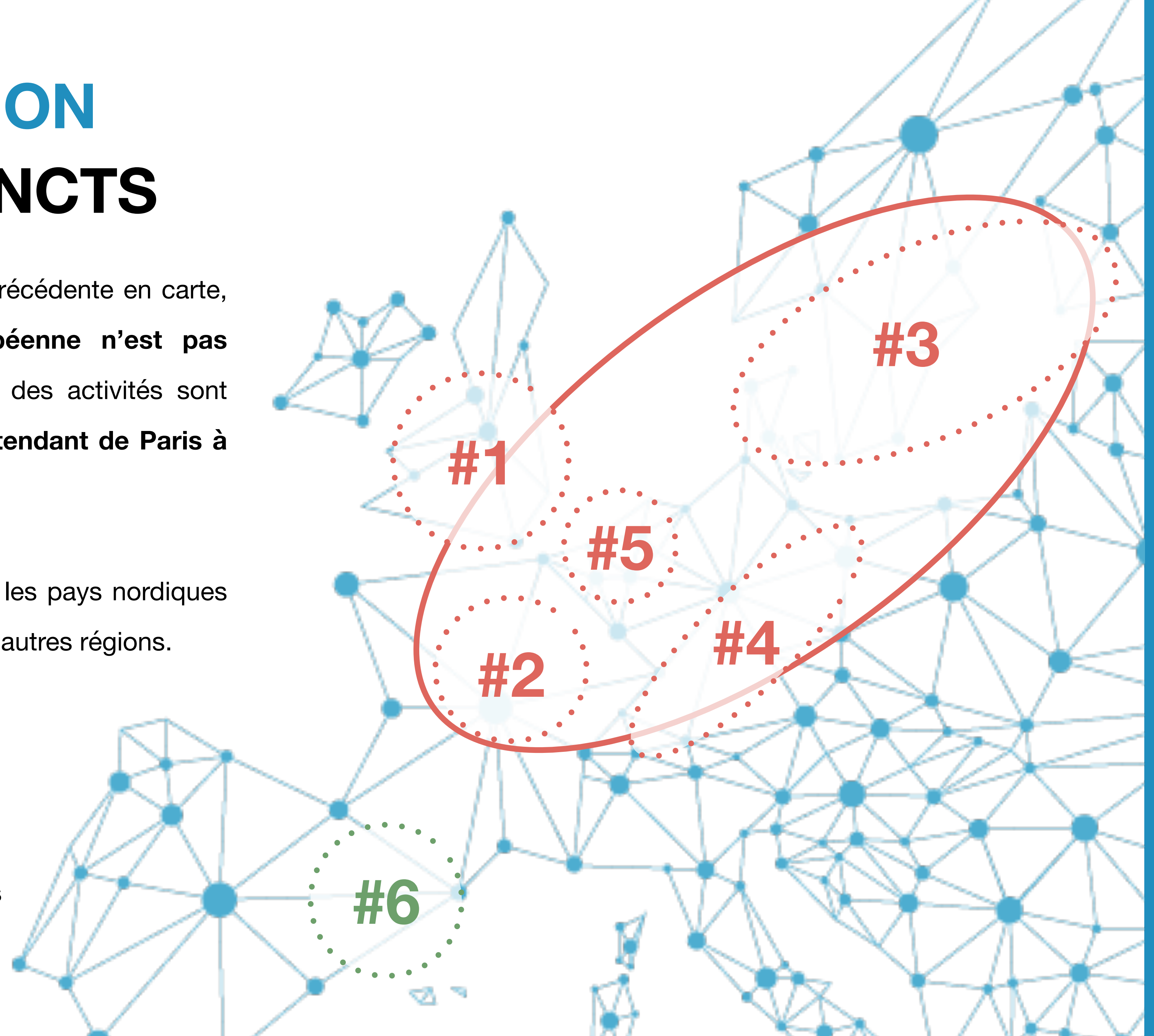
HUBS D'INNOVATION

CINQ HUBS DISTINCTS

Si nous traduisons le graphique de la page précédente en carte, nous constatons que la **FoodTech européenne n'est pas uniformément répartie**. En effet, la plupart des activités sont concentrées dans une **“zone FoodTech” s'étendant de Paris à Helsinki, incluant Berlin et Londres.**

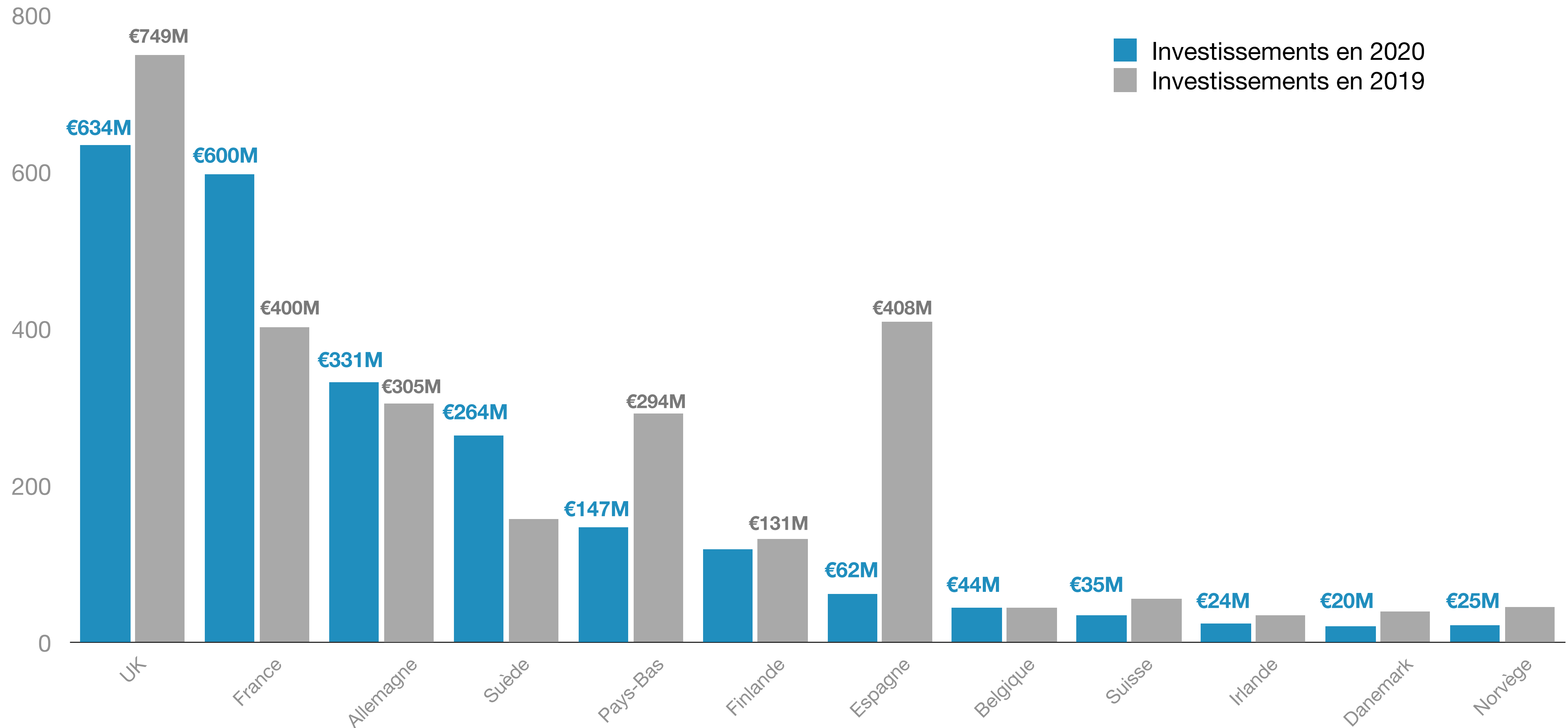
En termes “d'investissement par population”, les pays nordiques et les Pays-Bas se situent bien au-dessus des autres régions.

L'écosystème espagnol est très dépendant de Glovo. Par conséquent, lorsque la startup de livraison n'annonce pas de nouveau tour de table, la position de l'Espagne dans les classements s'en ressent.



HUBS D'INNOVATION

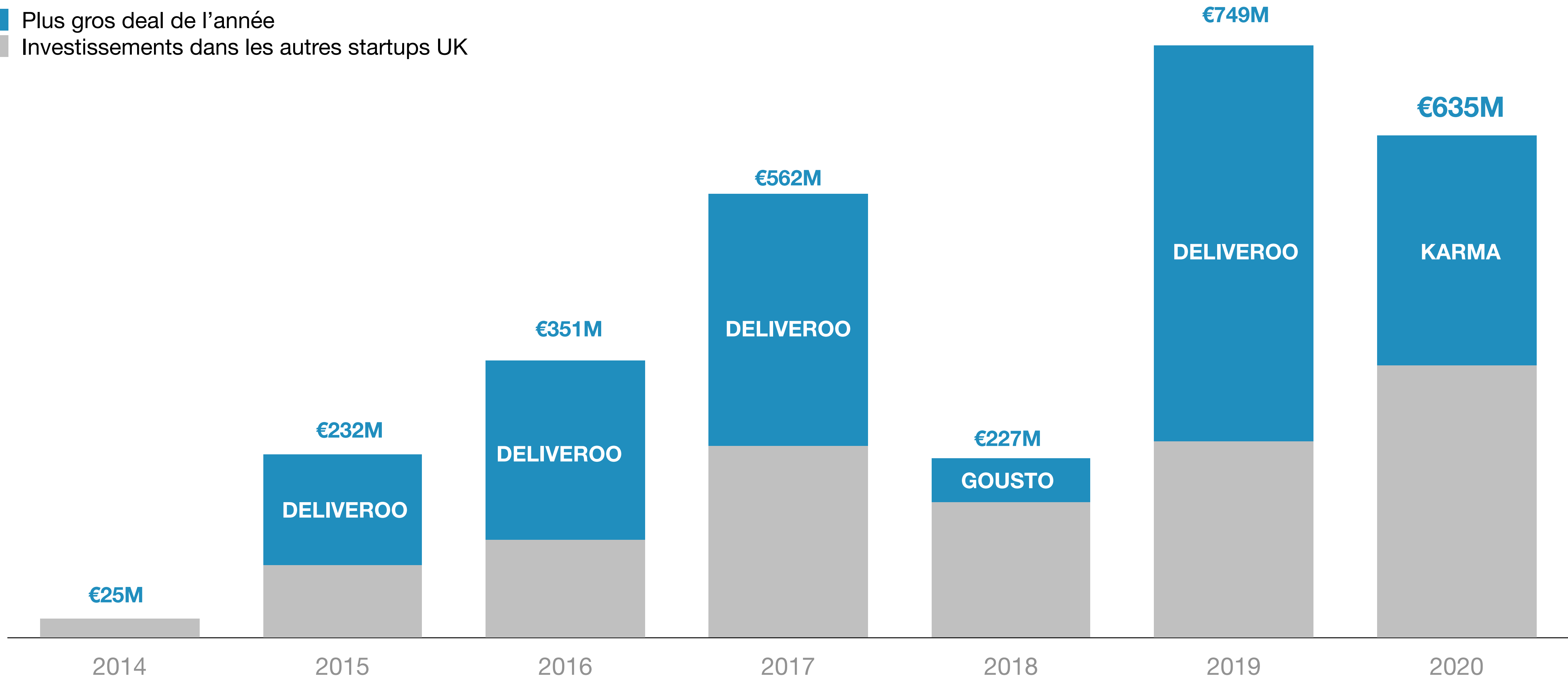
RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE





HUBS D'INNOVATION LEADER EUROPÉEN DE LA FOODTECH

■ Plus gros deal de l'année
■ Investissements dans les autres startups UK





HUBS D'INNOVATION TERRE DE LICORNES

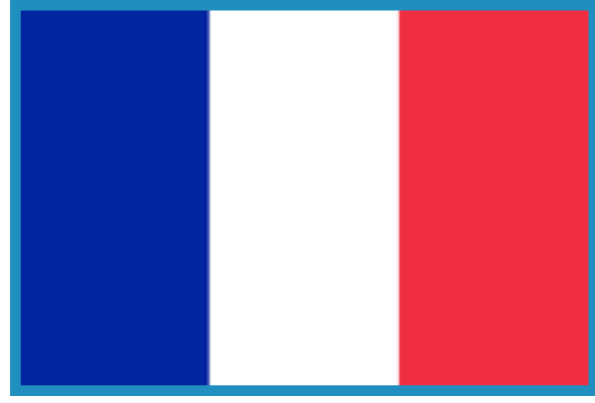
Année après année, la FoodTech britannique conserve son avance sur l'écosystème européen.

- **2020 reste une très bonne année.** C'est d'autant plus remarquable que c'est la première fois qu'aucune des licornes du pays, issues de la "1ère vague", ne lève d'argent (en 2019, Deliveroo seul avait levé 575 millions d'euros).
- En 2020, les **plus gros deals ont été réalisés par Karma Kitchen** (cloud kitchens, foodservice), **Gousto** (kits de repas, livraison), Hungry Panda (livraison de restaurant) et Tropic Biosciences (AgBiotech).
- Cette diversité illustre **la capacité du Royaume-Uni à favoriser l'émergence de nouveaux leaders FoodTech dans toutes les catégories.**
- Le prochain défi pour l'écosystème FoodTech britannique est de savoir s'il pourra faire croître des startups qui ne sont pas du secteur de la livraison en dehors de ses frontières. Pour cela, le nouveau programme d'investissement gouvernemental pourrait jouer un rôle et donner aux startups locales un avantage sur celles du continent.



GOUSTO

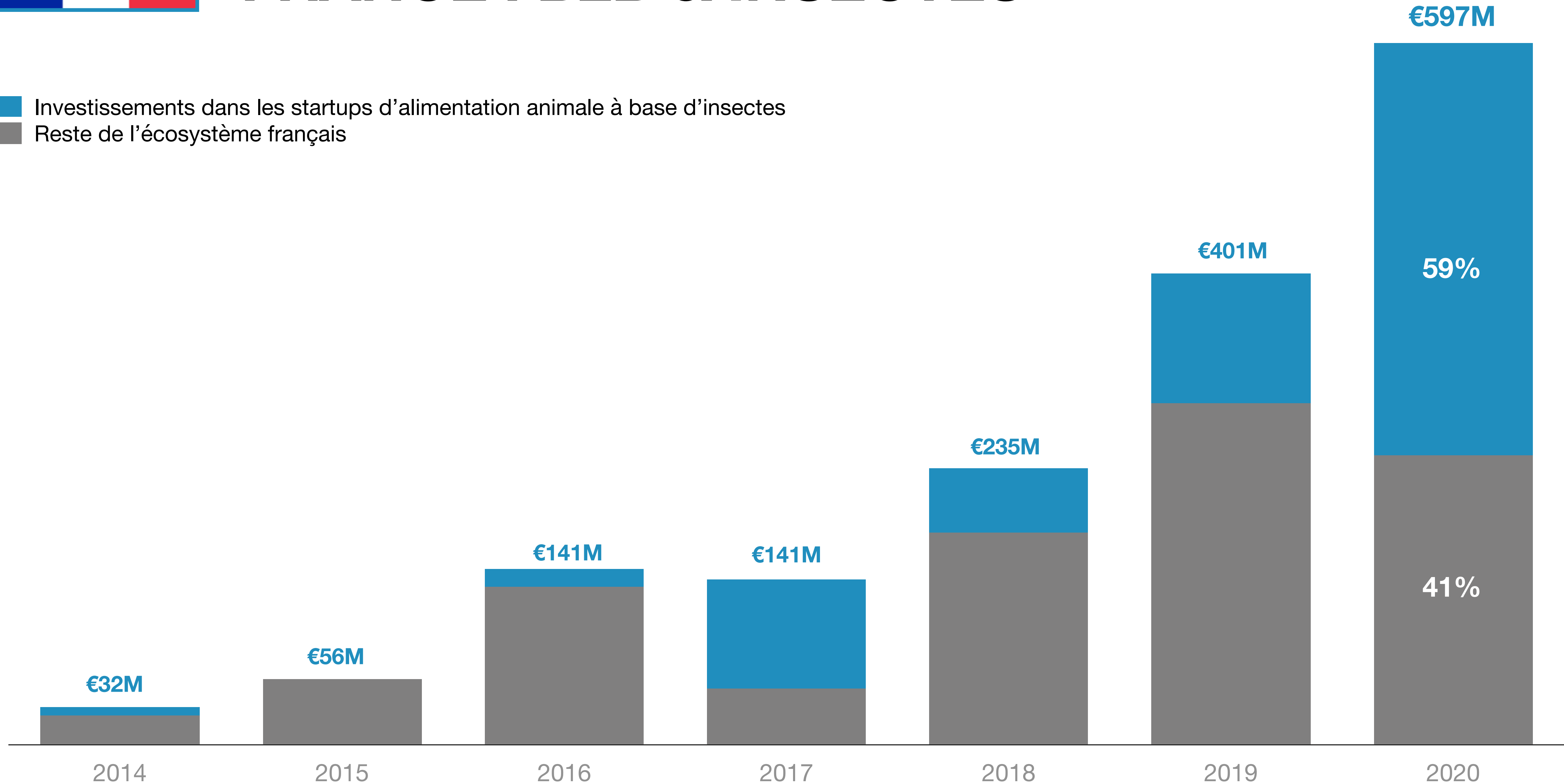
Gousto a développé avec succès un business model de meal kits. Elle a levé plus de 65M€ en 2020 et est désormais valorisée à plus de 1Mrd€.

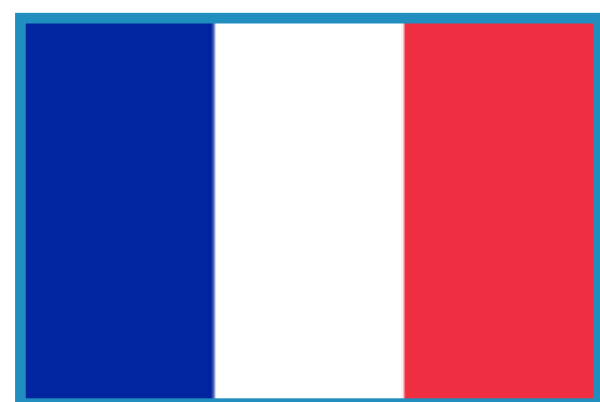


HUBS D'INNOVATION

FRANCE : B2B & INSECTES

- Investissements dans les startups d'alimentation animale à base d'insectes
- Reste de l'écosystème français





HUBS D'INNOVATION

LE PAYS DES INSECTES

Comme dans les autres écosystèmes “tech”, la FoodTech française est portée par des startups B2B.

- En 2020, l'écosystème était dominé par deux startups d'insectes pour l'alimentation animale, Ynsect et InnovaFeed. Sur les quatre dernières années (2016 à 2020), les startups travaillant sur les insectes, que ce soit pour l'alimentation animale ou la consommation humaine ont représenté 44% de l'ensemble des fonds levés par la FoodTech française. Les autres gros deals ont été réalisés par des startups du foodservice (Swile, Innovorder, Wynd, Pazzi) et de l'AgTech (Naïo Technologies, VitiBot, Microphyt).
- **En 2021 l'écosystème français sera confronté à deux défis majeurs :**
 - L'internationalisation : ces startups B2B ont désormais atteint un stade où elles doivent se développer en dehors de France (et même d'Europe).
 - La prochaine vague B2C. L'écosystème français a raté la vague des startups de livraison. Alors que de nombreux acteurs européens visent Paris pour étendre leurs opérations de livraison de courses, des startups locales vont-elles émerger? De même, comment les acteurs français plant-based vont-ils faire face à l'intensification de la concurrence?



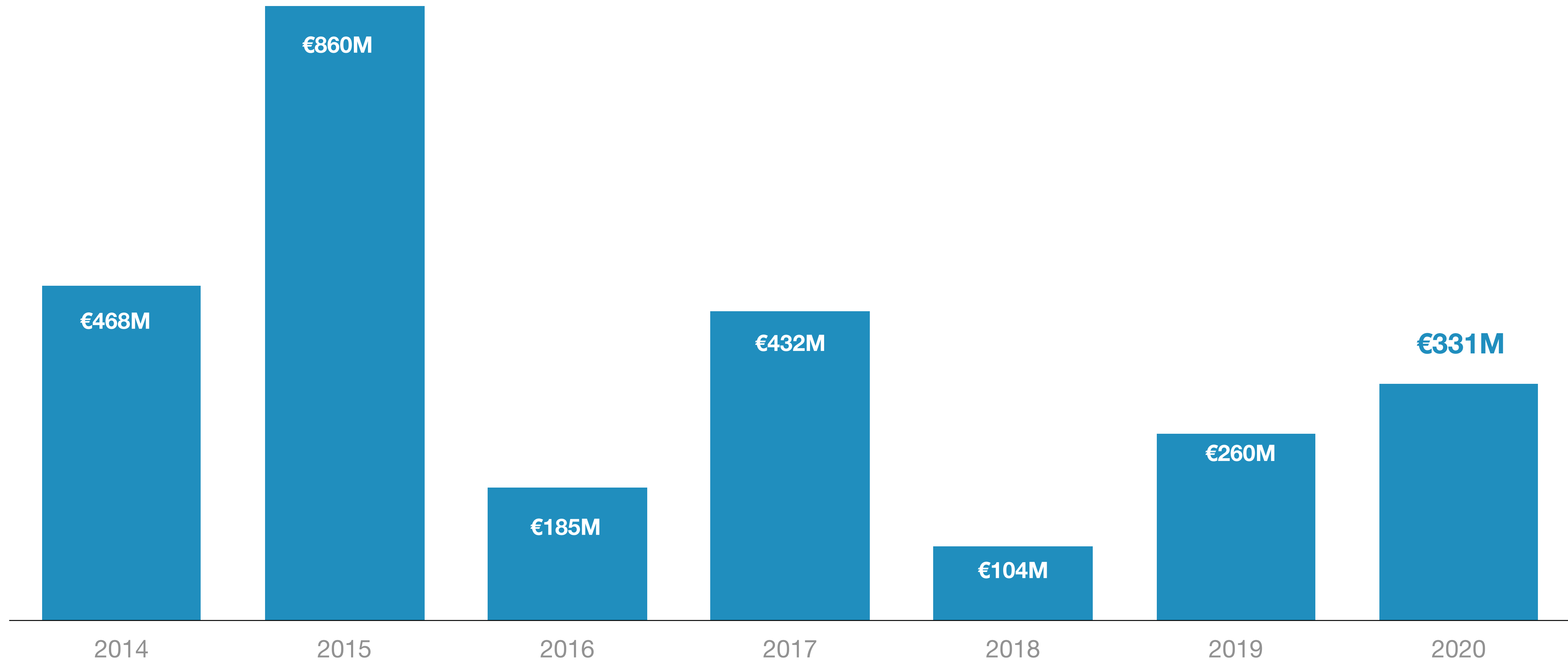
YNSECT

Avec plus de 330M€ levés depuis sa création, Ynsect est l'une des startups européennes les mieux financées. Au-delà de son modèle économique d'insectes pour l'alimentation animale, elle regarde vers l'alimentation humaine.



HUBS D'INNOVATION DE RETOUR PARMIS LES LEADERS

■ Investissements dans les startups FoodTech allemandes





HUBS D'INNOVATION RECRÉER DES LICORNES

L'écosystème FoodTech allemand est reconnu pour ses startups de livraison. Un écosystème fort de startups de deuxième et troisième générations s'y développe, prêtes à conquérir l'Europe et le monde.

- Les startups de livraison allemandes les plus connues, Delivery Hero et HelloFresh, sont désormais cotées en bourse. L'acquisition de Flaschenpost montre à quel point **la capacité de l'Allemagne à créer des startups de livraison discrètes mais très valorisées** reste intacte.
- La **présence de ces startups cotées** (et des acquisitions récentes) **est cruciale** pour l'écosystème car leurs fondateurs financent désormais de nombreuses entreprises en Allemagne et dans d'autres pays européens.
- Comme mentionné plus haut, des startups telles que Infarm, Choco et Gorillas mais aussi Legendairy, YFood et Vly font partie des deuxième et troisième générations de startups FoodTech.
- Comme pour de nombreux écosystèmes FoodTech européens, **l'avenir de l'Allemagne dépendra de sa capacité à développer des marques en dehors de ses frontières.**



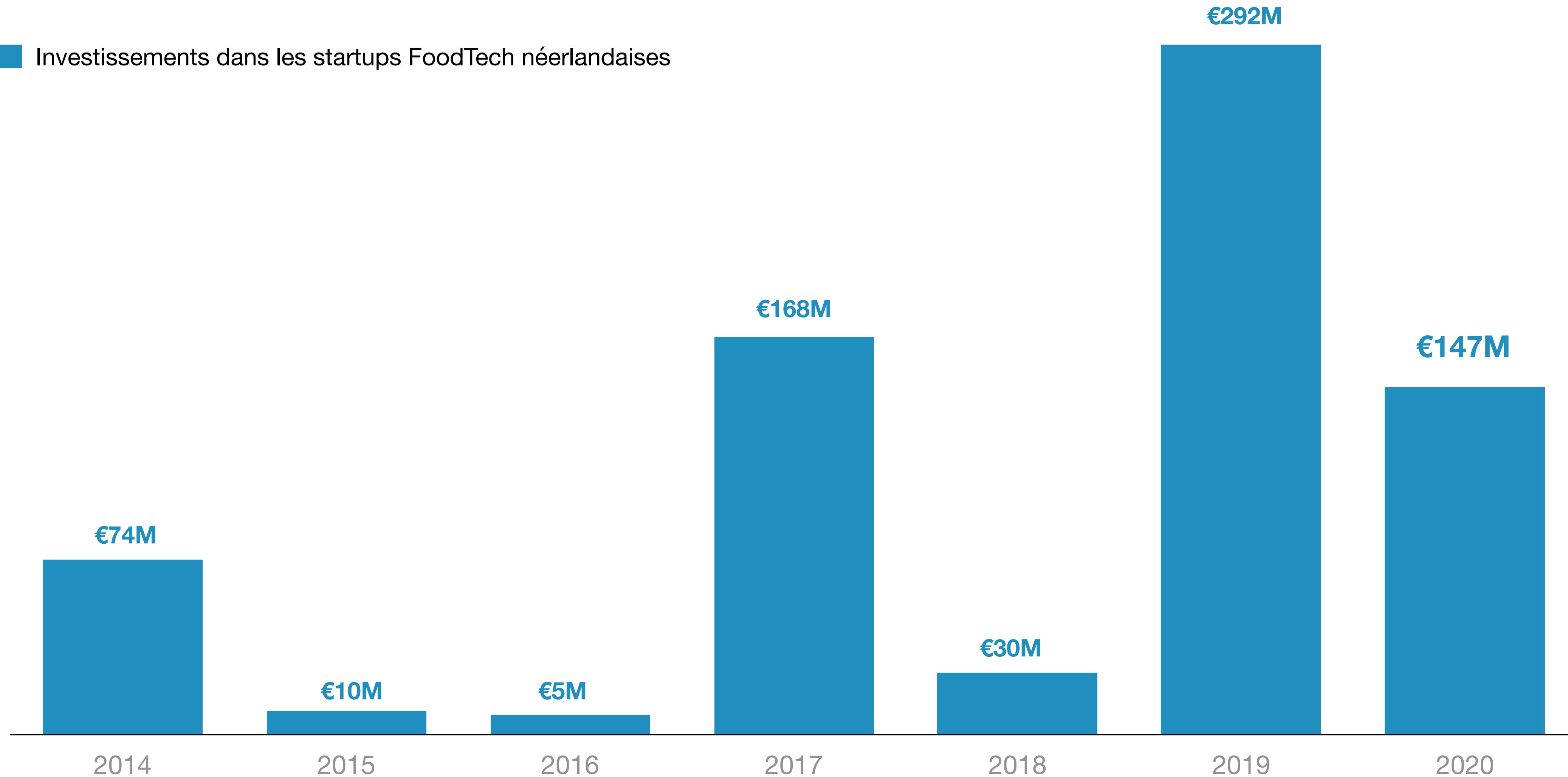
INFARM

Infarm a levé 170M\$ en 2020 pour développer ses fermes urbaines décentralisées et son réseau de distributeurs partenaires. La startup domine désormais l'écosystème FoodTech allemand.



HUBS D'INNOVATION UN ÉCOSYSTÈME PETIT MAIS ACTIF

■ Investissements dans les startups FoodTech néerlandaises





HUBS D'INNOVATION CONQUERIR L'EUROPE

Bien que petit, l'écosystème FoodTech néerlandais reste l'un des plus innovants et des plus attractifs d'Europe.

- Les Pays-Bas sont relativement petits, avec une population de 17 millions d'habitants. Malgré cela, le pays a développé un écosystème FoodTech qui se classe régulièrement parmi les cinq plus importants d'Europe. Cela s'explique par un écosystème agroalimentaire solide, des incitations gouvernementales et son réseau d'universités (notamment l'université de Wageningen).
- L'une des prouesses de cet écosystème FoodTech est d'**avoir des startups tout au long de la chaîne de valeur**, notamment avec un grand nombre d'entreprises travaillant sur le végétal, la fermentation (The Protein Brewery), l'agriculture cellulaire (MosaMeat, Meatable), les insectes (Protix), la livraison de courses (Picnic, Crisp) ou encore l'AgBiotech (Solynta).
- Un deuxième avantage de l'écosystème néerlandais est que, de par sa taille, ses startups cherchent immédiatement à s'internationaliser car le marché local est limité.



PICNIC

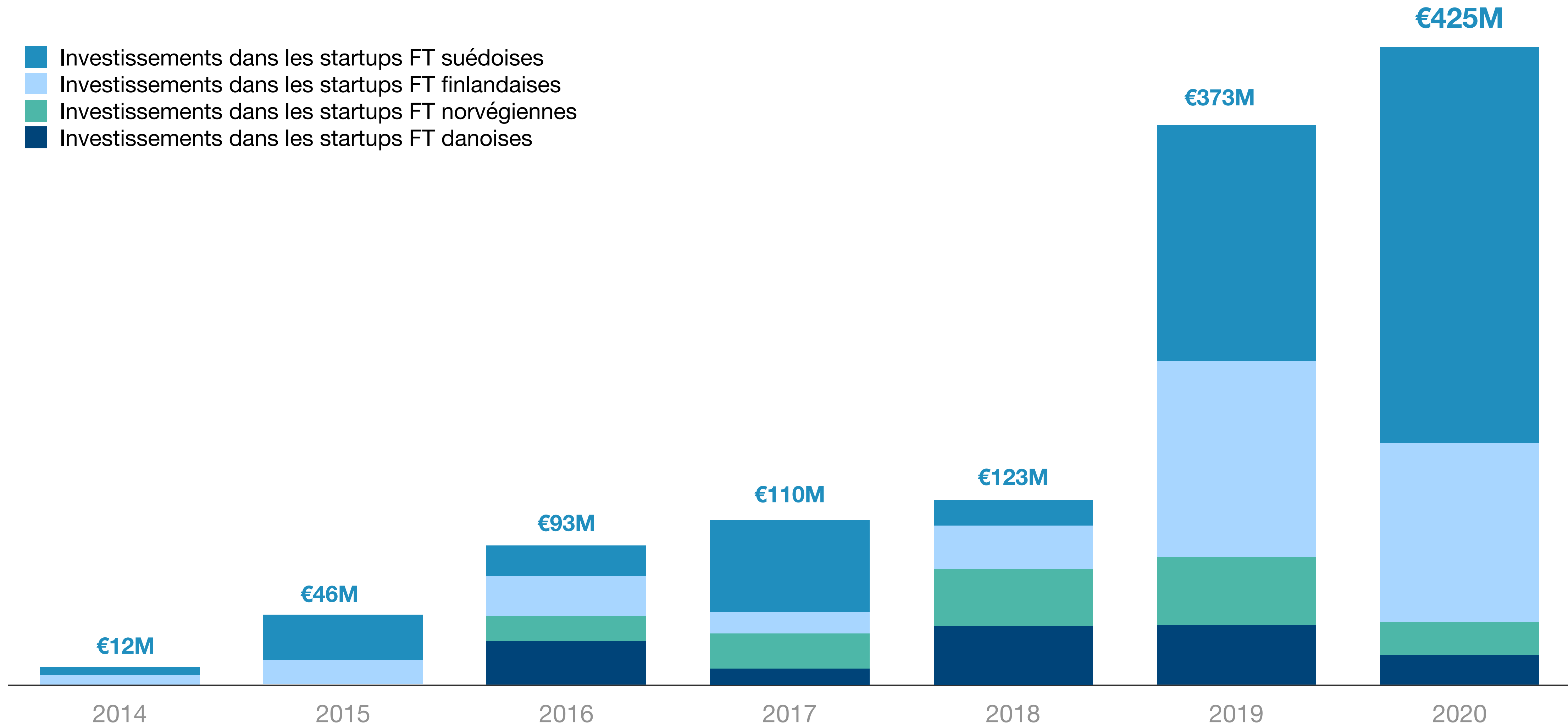
Avec 350M€ levés en quatre ans, Picnic développe une infrastructure pour concurrencer les distributeurs historiques. Basée sur le principe du “livreur de lait” (vous savez quand la livraison arrivera dans votre rue), elle rencontre un vif succès et se développe désormais en Allemagne et en France.



HUBS D'INNOVATION

LES PAYS NORDIQUES : UN HUB MAJEUR

- Investissements dans les startups FT suédoises
- Investissements dans les startups FT finlandaises
- Investissements dans les startups FT norvégiennes
- Investissements dans les startups FT danoises





HUBS D'INNOVATION

LA CONFIRMATION

L'écosystème nordique est impressionnant en termes de croissance et de diversité. En se concentrant sur les protéines alternatives et l'économie circulaire, il pourrait devenir le leader de la révolution alimentaire européenne.

- Dans le rapport de l'année dernière, nous avons identifié pour la première fois les pays nordiques comme une région de premier plan en regroupant les quatre pays. Depuis lors, l'écosystème s'est encore plus développé, avec des deals tels que les 200M\$ levés par Oatly.
- La région est désormais mondialement connue pour ses startups plant-based et liées à l'anti-gaspillage (Karma, Too Good To Go).
- Stockholm est véritablement la "capitale de la Scandinavie" car elle abrite la plupart des startups FoodTech de la région. Cependant, Helsinki, Copenhague et même Oslo sont des hubs secondaires très actifs.
- **Un défi demeure : l'internationalisation.** Si certaines startups B2C ont réussi à se développer aux Etats-Unis, d'autres, notamment dans la livraison, sont restées des acteurs locaux.



THE GOOD FOOD COMPANY
SIMPLE FEAST

Fondée en 2015, Simple Feast propose 4 à 8 repas végétariens et végétaliens cuisinés par semaine. Créée au Danemark, elle a levé 40M€ et s'est développée en Suède et récemment aux États-Unis.

LA FOODTECH EN EUROPE

III - TENDANCES

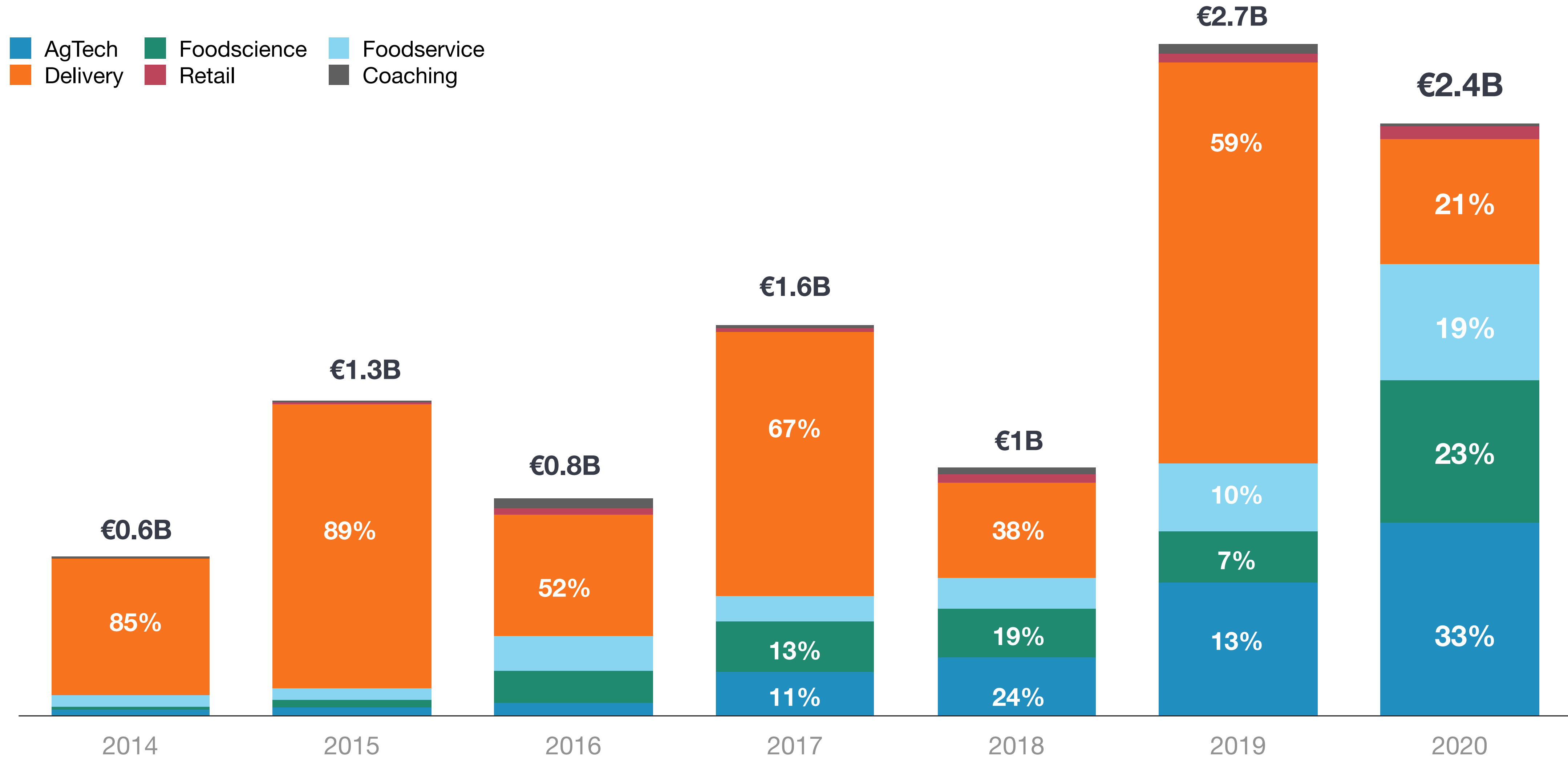
178% Augmentation des investissements dans les startups de protéines alternatives (agriculture cellulaire et plant-based).

Le plus gros investissement de 2020 a été réalisé par Karma Kitchen avec 252M€ levés. Son réseau de cloud kitchens est un symbole de la rapidité avec laquelle l'écosystème a réussi à transformer la crise COVID en opportunité.



TENDANCES

INVESTISSEMENTS PAR CATEGORIES

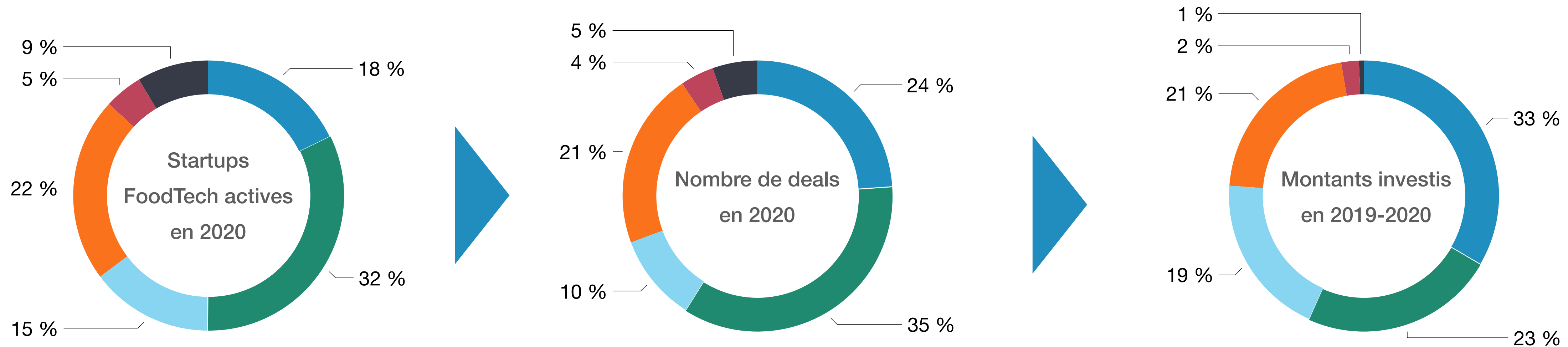


TENDANCES

UN NOUVEL ÉQUILIBRE



Les trois graphiques ci-dessous indiquent la distribution par catégories des startups actives, du nombre de transactions réalisées en 2020 et des montants investis.



Le fait que ces graphiques se ressemblent est en soi un changement majeur par rapport aux années précédentes (voir nos précédents rapports). En 2019, les startups de delivery représentaient 66% de tous les investissements réalisés et la foodscience seulement 5%.

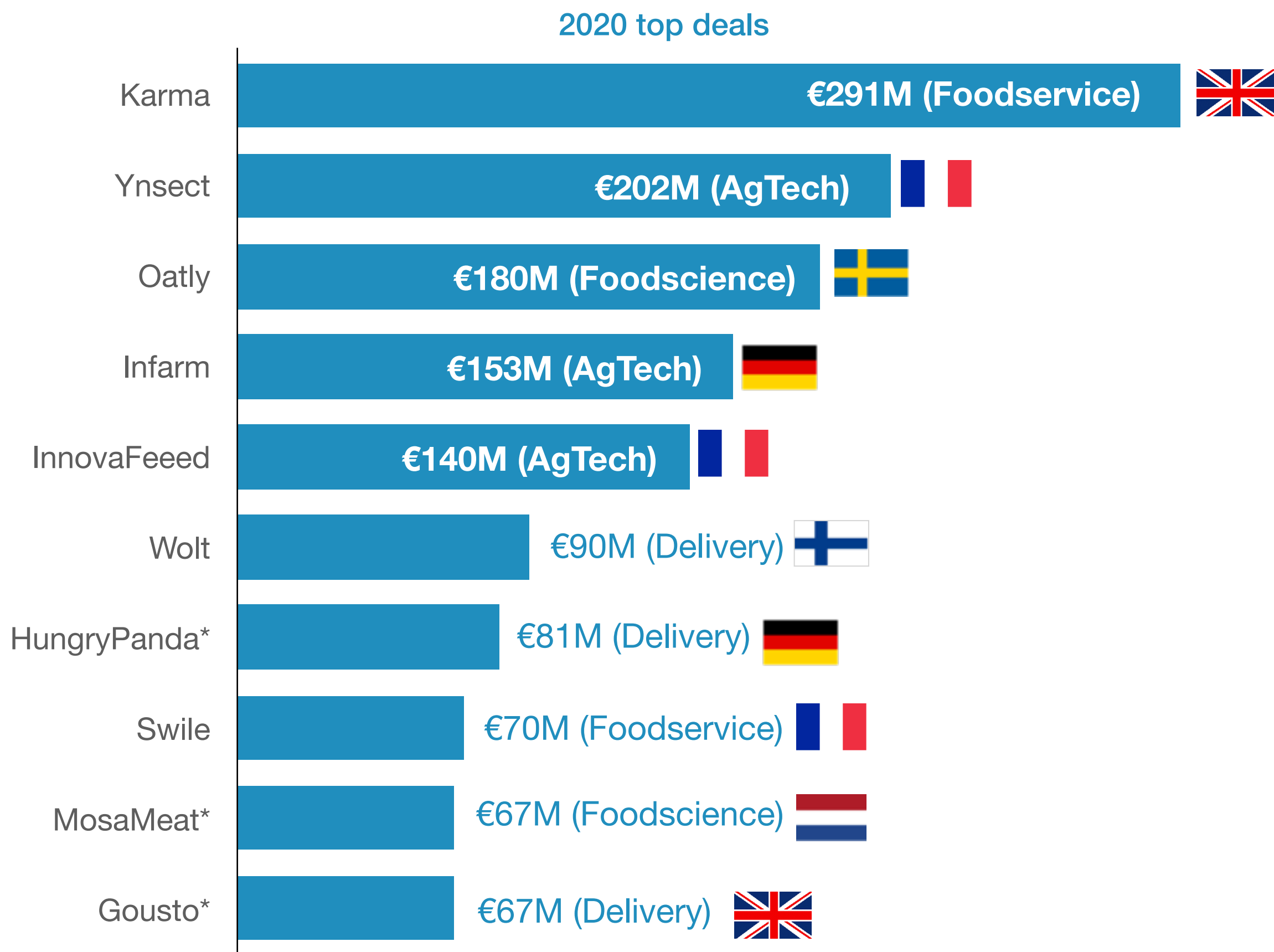
L'écosystème va enfin au-delà des startups de livraison de restaurant, même si on peut s'attendre à de nouvelles offres, notamment dans la livraison de courses.

Egalement, l'Europe développe son propre écosystème de champions des protéines alternatives avec des investissements suffisamment importants pour leur permettre de se développer à l'international.

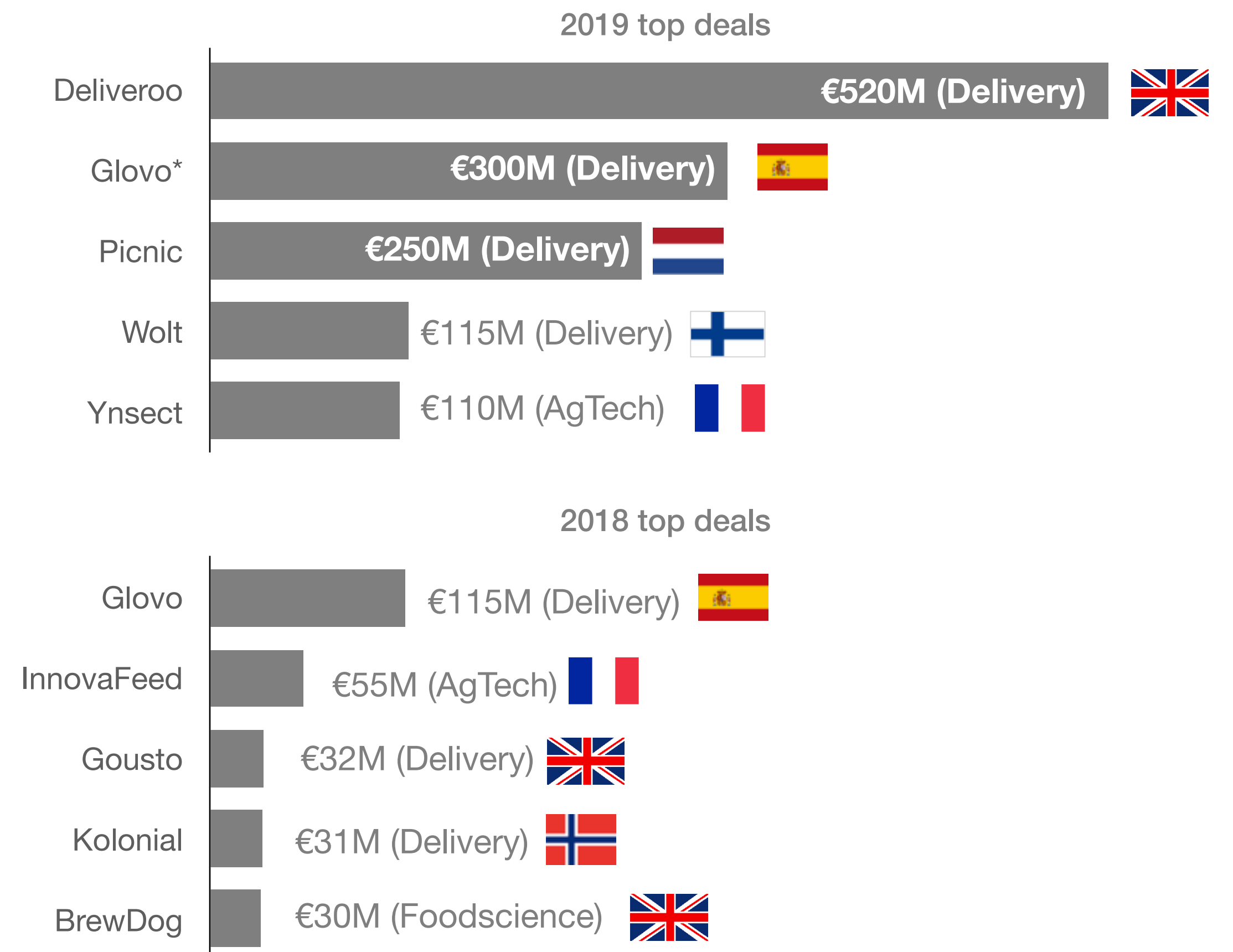
TENDANCES

TOP DEALS EN 2020

La comparaison des tops deals de 2020 avec ceux de 2019 et 2018 ne fait que confirmer ce que nous venons d'observer dans les graphiques précédents. Les protéines alternatives (insectes, agriculture cellulaire, végétales) constituent en effet près de la moitié du top 10.



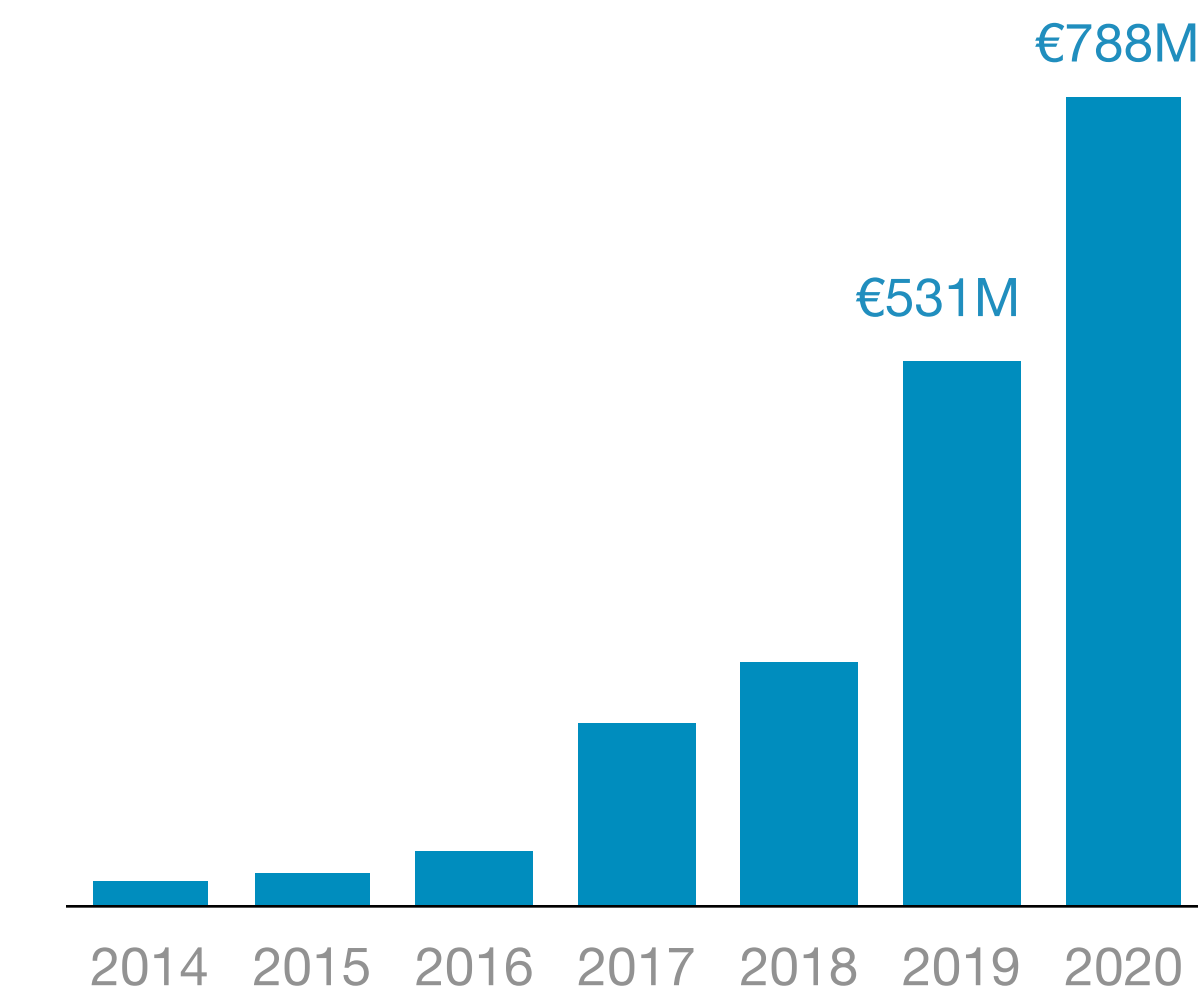
*Plusieurs deals sont regroupées



TENDANCES

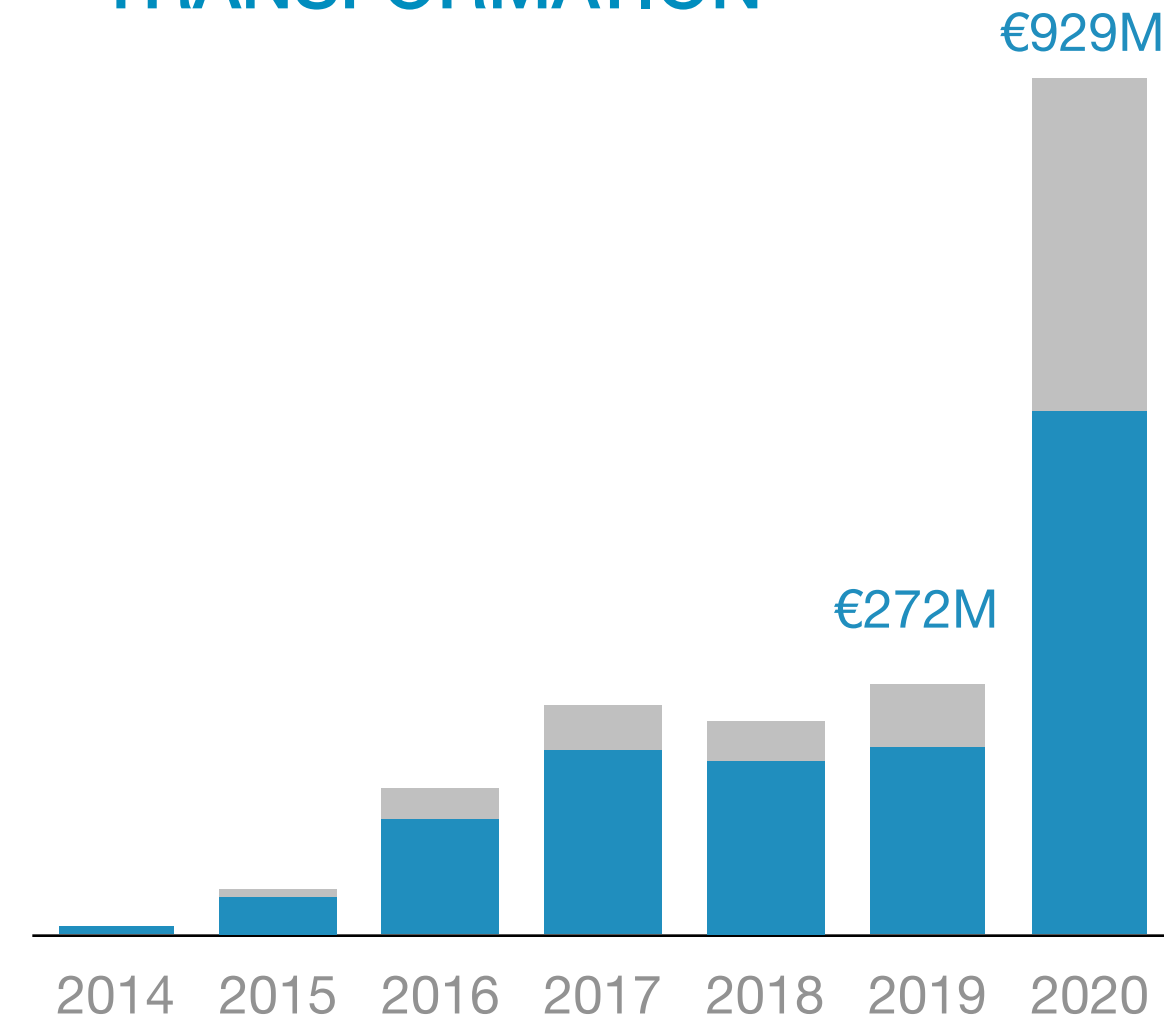
INVESTISSEMENTS LE LONG DE LA CHAÎNE DE VALEUR

AGRICULTURE



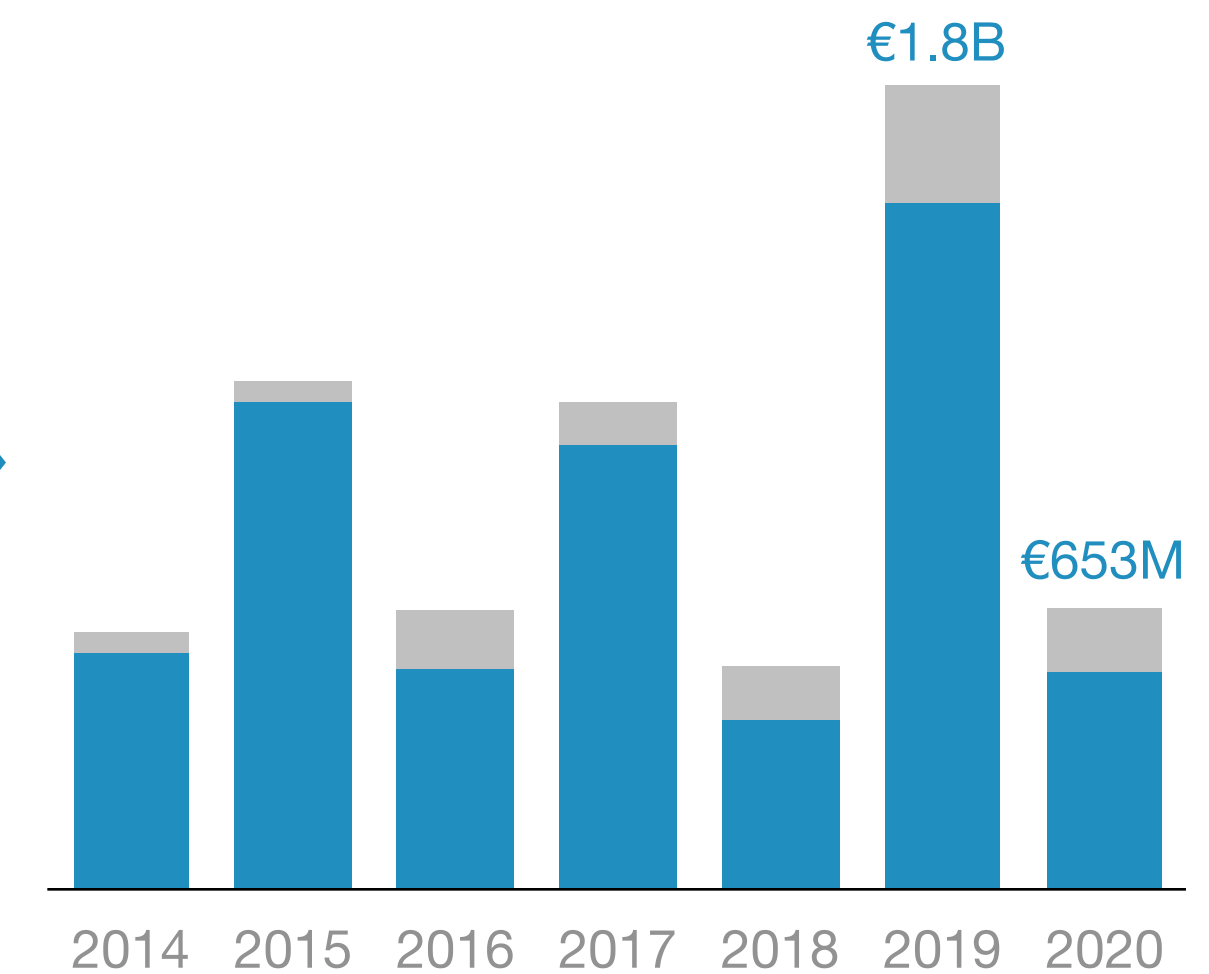
Investissements dans les startups AgTech

TRANSFORMATION



Investissements en Cloud Kitchens & Restaurants virtuels
Investissements en Foodscience

DISTRIBUTION



Investissements en delivery, coaching et retail
Investissements autres

Une autre façon d'analyser les investissements est d'observer à quel niveau de la chaîne de valeur alimentaire ils se positionnent. Les années précédentes, la plupart des investissements étaient concentrés sur l'agriculture et la distribution. **2020 a été un point de bascule** ; avec plus du double des investissements réalisés dans la **transformation**, tant pour la création de nouveaux aliments (foodscience) que pour de nouvelles expériences de restauration (cloud kitchens et restaurants virtuels).

TENDANCES

AGTECH

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.

Ag-Biotech : Startups effectuant des activités de recherche et développement sur les systèmes et organismes vivants afin de développer des innovations dans le domaine de l'agriculture ou de l'alimentation.

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.

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

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

Fermes du futur et 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.



INTELLIGENT GROWTH SOLUTIONS

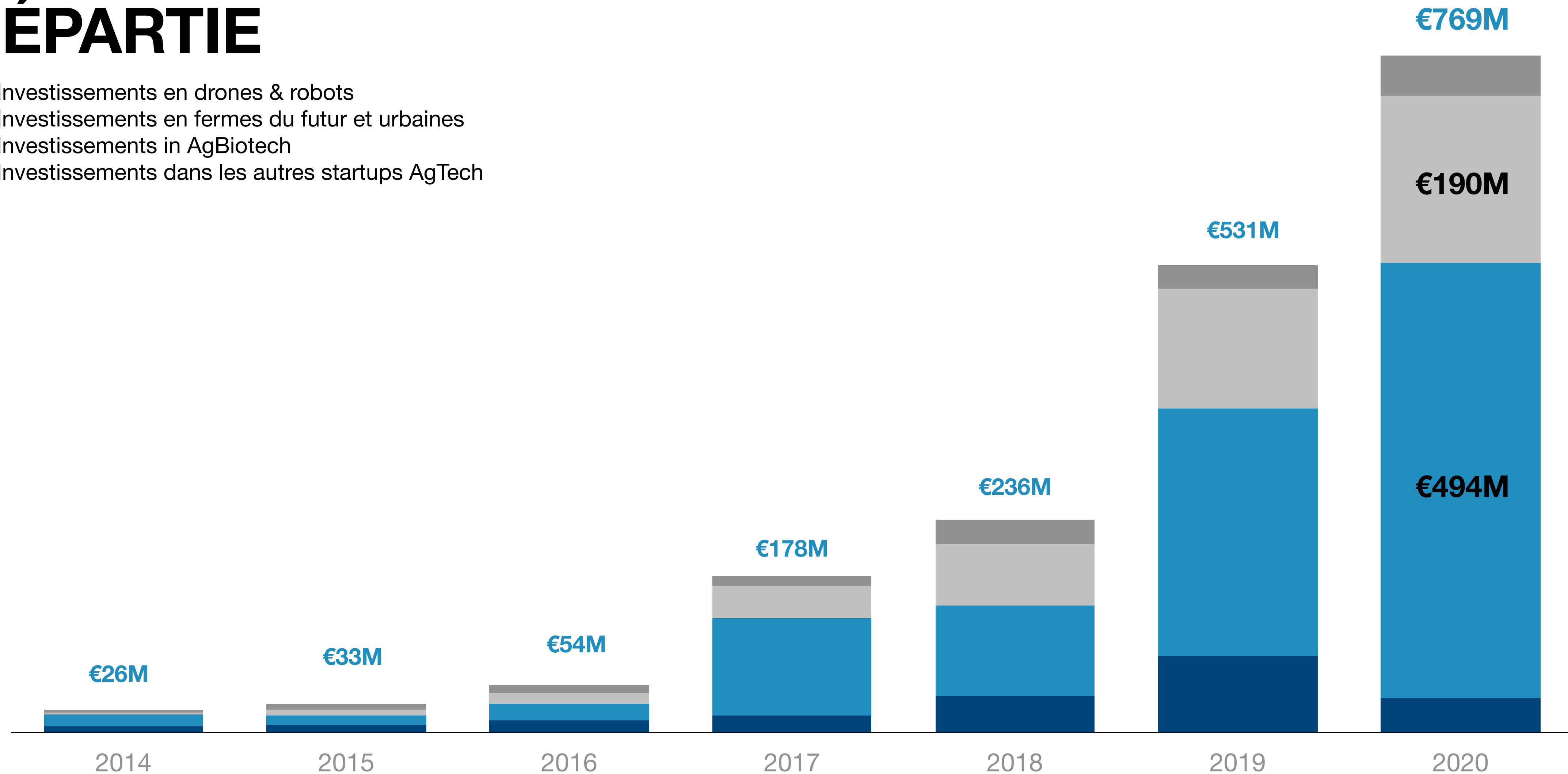
Créée en 2013, IGS a levé 5M€ en 2020 pour continuer à développer son modèle B2B et sa technologie. D'autres, comme la startup portugaise Jungle Greens, utilisent la technologie d'IGS pour commercialiser leurs produits auprès des distributeurs et des consommateurs.

TENDANCES

AGTECH : UNE CROISSANCE ÉQUITABLEMENT

RÉPARTIE

- Investissements en drones & robots
- Investissements en fermes du futur et urbaines
- Investissements in AgBiotech
- Investissements dans les autres startups AgTech





TENDANCES

AGTECH : ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

- Comme constaté page précédente, les investissements ont augmenté de manière constante en AgTech sur ces six dernières années.
- Alors que l'ensemble de l'écosystème FoodTech européen stagne, les investissements dans les startups AgTech ont bondi de 44% entre 2019 et 2020.
- De 18% en 2019, la part des investissements dans les startups AgTech représente désormais 33% des investissements de 2020.
- L'AgBiotech dicte la tendance avec 64% des investissements AgTech. Ceci est principalement dû aux startups travaillant sur les insectes pour l'alimentation animale, comme Ynsect et InnovaFeed (voir la section sur la France de ce rapport).
- Avec 24% du financement en AgTech, les fermes urbaines sont en deuxième position. Même si la concurrence s'intensifie (nous avons identifié plus de 120 startups en Europe travaillant dans cette sous-catégorie), Infarm reste le leader incontesté.



VITIBOT

Créée en 2016, Vitibot a levé 11M€ en 2020 auprès de différentes maisons de Champagne. Ses robots permettent un entretien du vignoble plus respectueux de l'environnement et plus cohérent.

TENDANCES

AGTECH : QUEL AVENIR ?

COMMENT ACCÉLÉRER ?

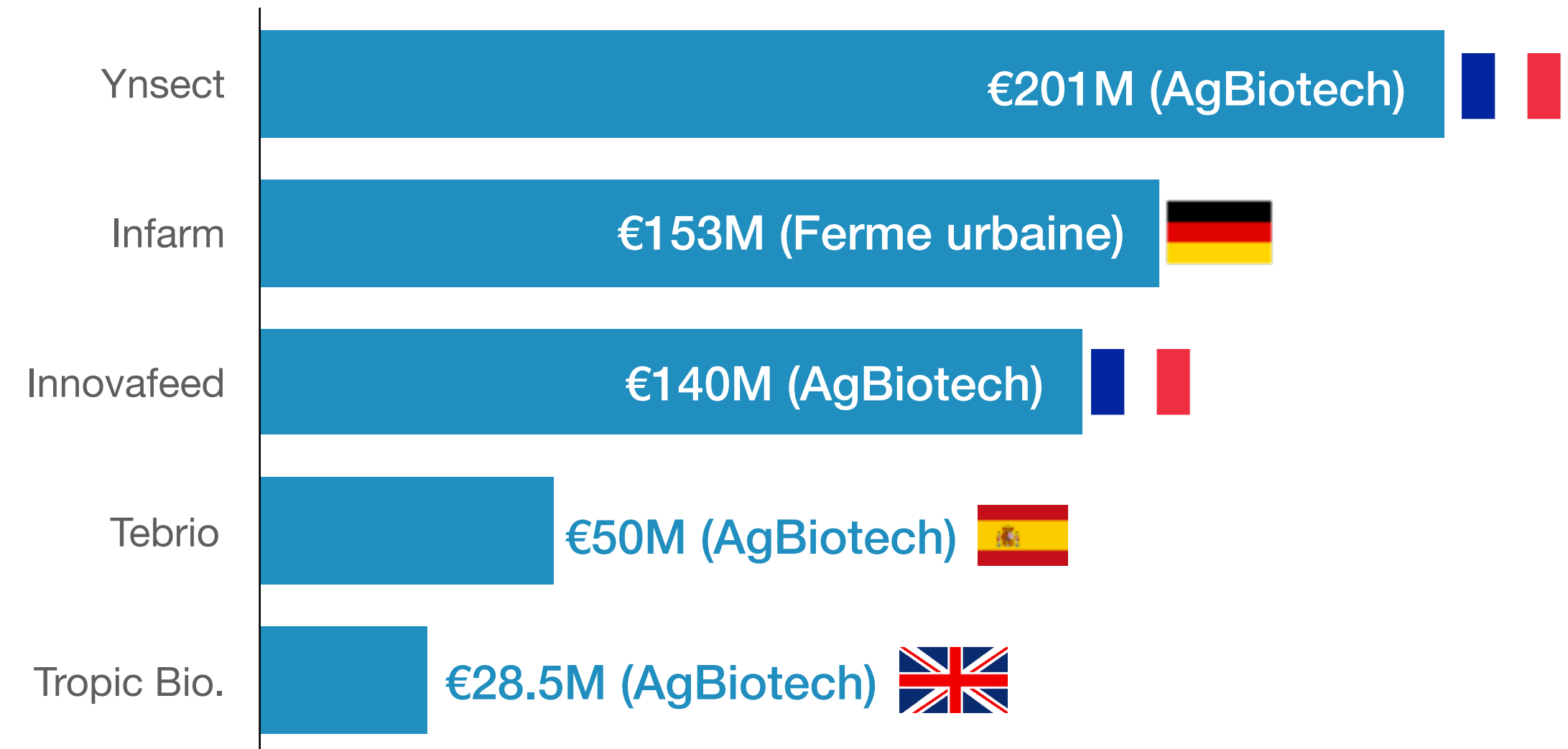
Par rapport à d'autres catégories, l'AgTech européenne est la mieux équipée pour rivaliser sur la scène mondiale, principalement grâce à un réseau de VC et universités dédiées. Cependant, le lien entre recherche et entrepreneuriat est encore faible en Europe et seules quelques startups (notamment à la frontière entre AgTech et Biotech) sont financées via cette voie.

TENDANCES DE COURT TERME

1 - Il faudra observer quel modèle de ferme urbaine l'emporte entre l'approche décentralisée adoptée par Infarm et le "modèle américain" (comme Plenty) basé sur des entrepôts urbains géants transformés en fermes. Ces deux modèles sont en concurrence sur le plan de la logistique mais aussi sur leur modèle économique (vente de produits, technologie ou location d'accès à un équipement).

2 - Les startups comme Ynsect, Innovafeed et Protix réussiront-elles à développer leurs activités d'alimentation animale en dehors de l'Europe (notamment aux Etats-Unis) ? Si tel est le cas, nous pouvons nous attendre à des introductions en bourse dans les années à venir. Par la suite, il faudra suivre comment le public réagira à l'idée que ces startups passent de l'alimentation animale à la nourriture pour animaux de compagnie, puis pivotent vers des ingrédients pour l'alimentation humaine.

Top deals 2020 en AgTech - Montants et sous-catégories



TENDANCES

DELIVERY : LE NOUVEAU SUPERMARCHÉ

Delivery : Startups qui répondent aux défis de la livraison alimentaire, de courses, repas de restaurants ou repas préparés dans leurs propres cuisines.

Meal kits : Startups livrant régulièrement à leurs clients tous les ingrédients pour réaliser des repas en adaptant les quantités au foyer.

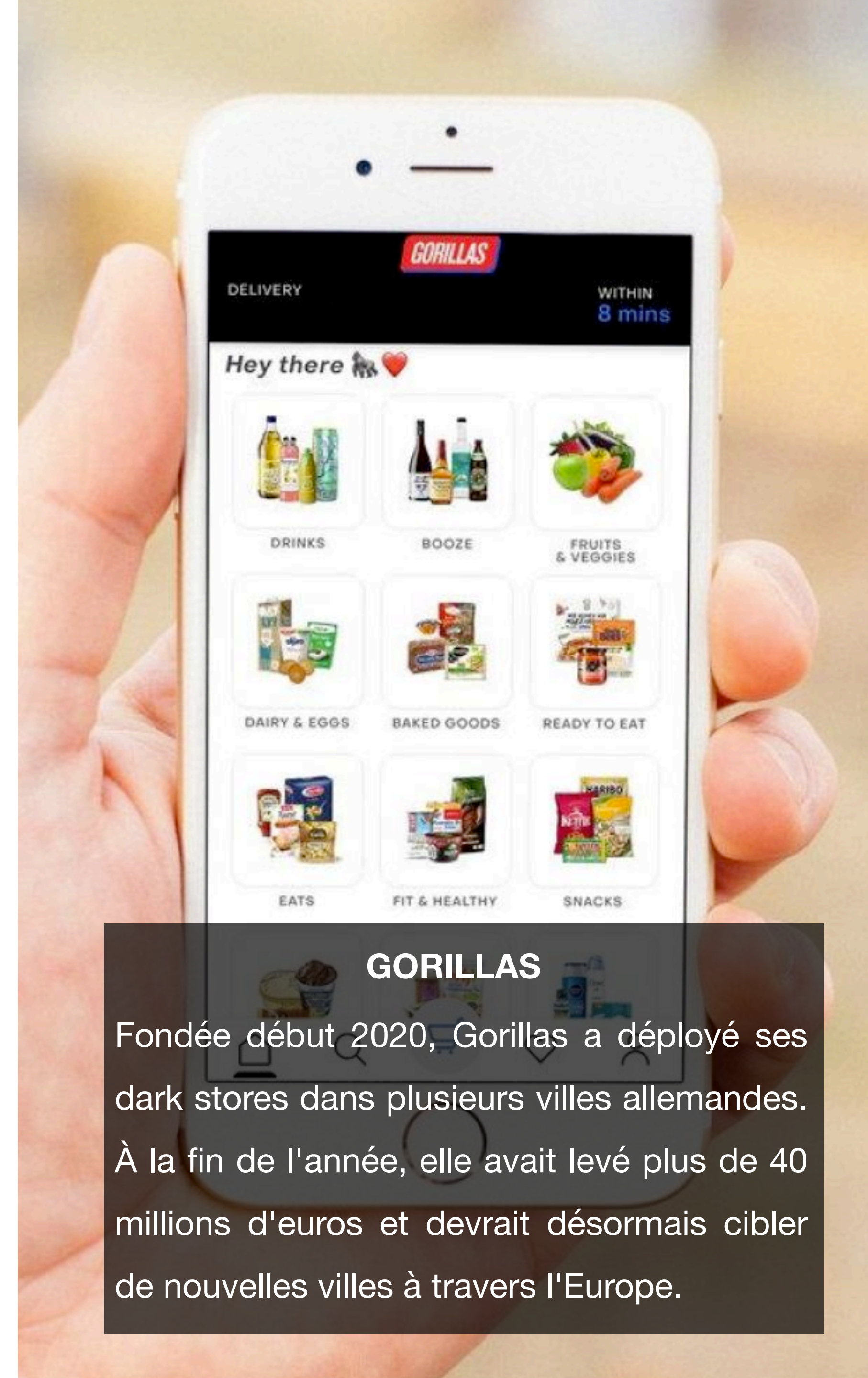
Delivery robots : Startups proposant des drones ou robots pour assurer la livraison de courses.

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.

Restaurants virtuels : Startups proposant la livraison de plats élaborés dans leurs propres cuisines.

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

Marketplaces : Startups se positionnant sur le créneau du e-commerce alimentaire, incluant les offres « farm to home » ou la possibilité d'acheter dans plusieurs magasins en une fois.

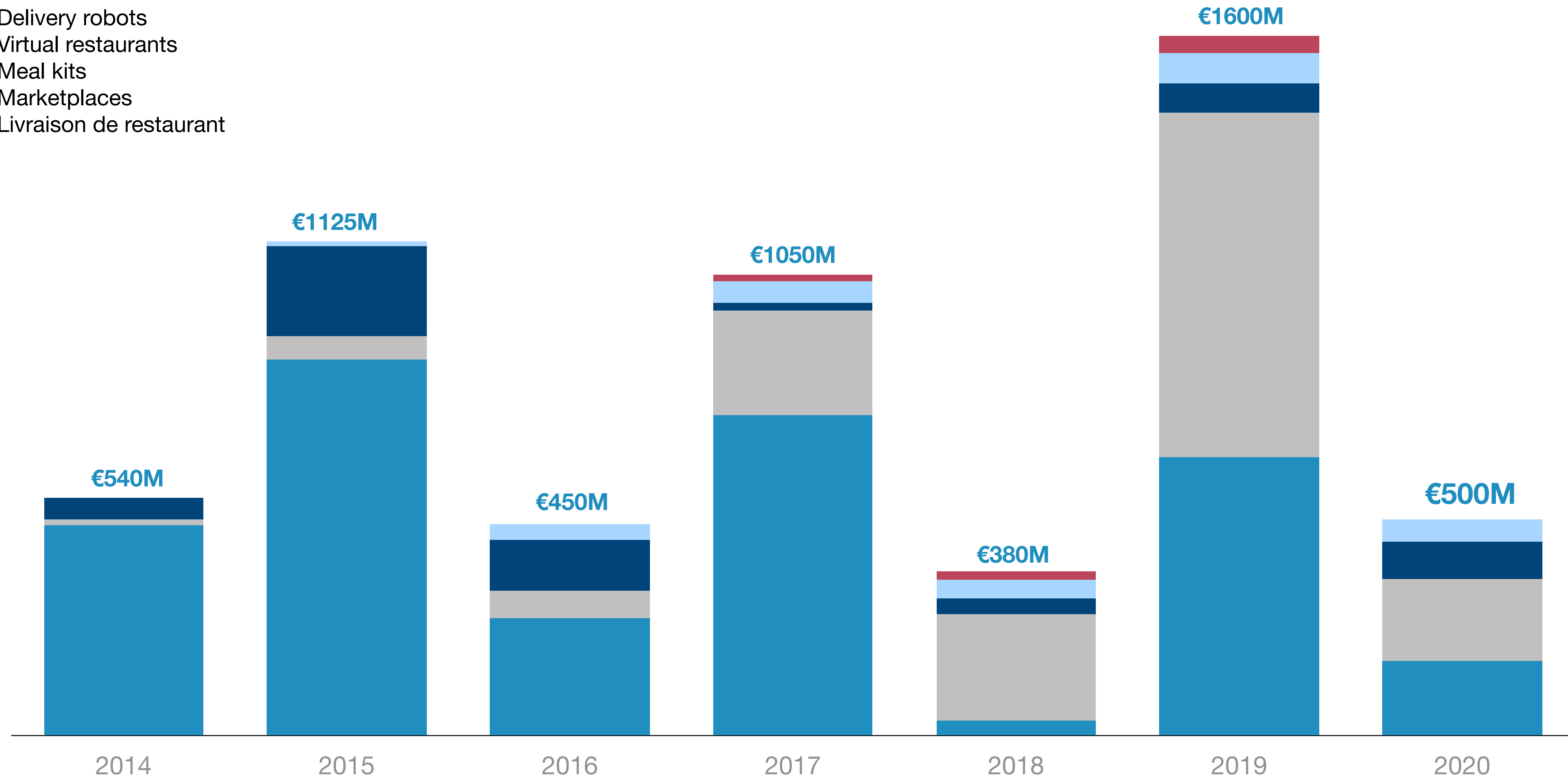


GORILLAS
Fondée début 2020, Gorillas a déployé ses dark stores dans plusieurs villes allemandes. À la fin de l'année, elle avait levé plus de 40 millions d'euros et devrait désormais cibler de nouvelles villes à travers l'Europe.

TENDANCES

DELIVERY : EN PAUSE UNE ANNÉE SUR DEUX

- Delivery robots
- Virtual restaurants
- Meal kits
- Marketplaces
- Livraison de restaurant

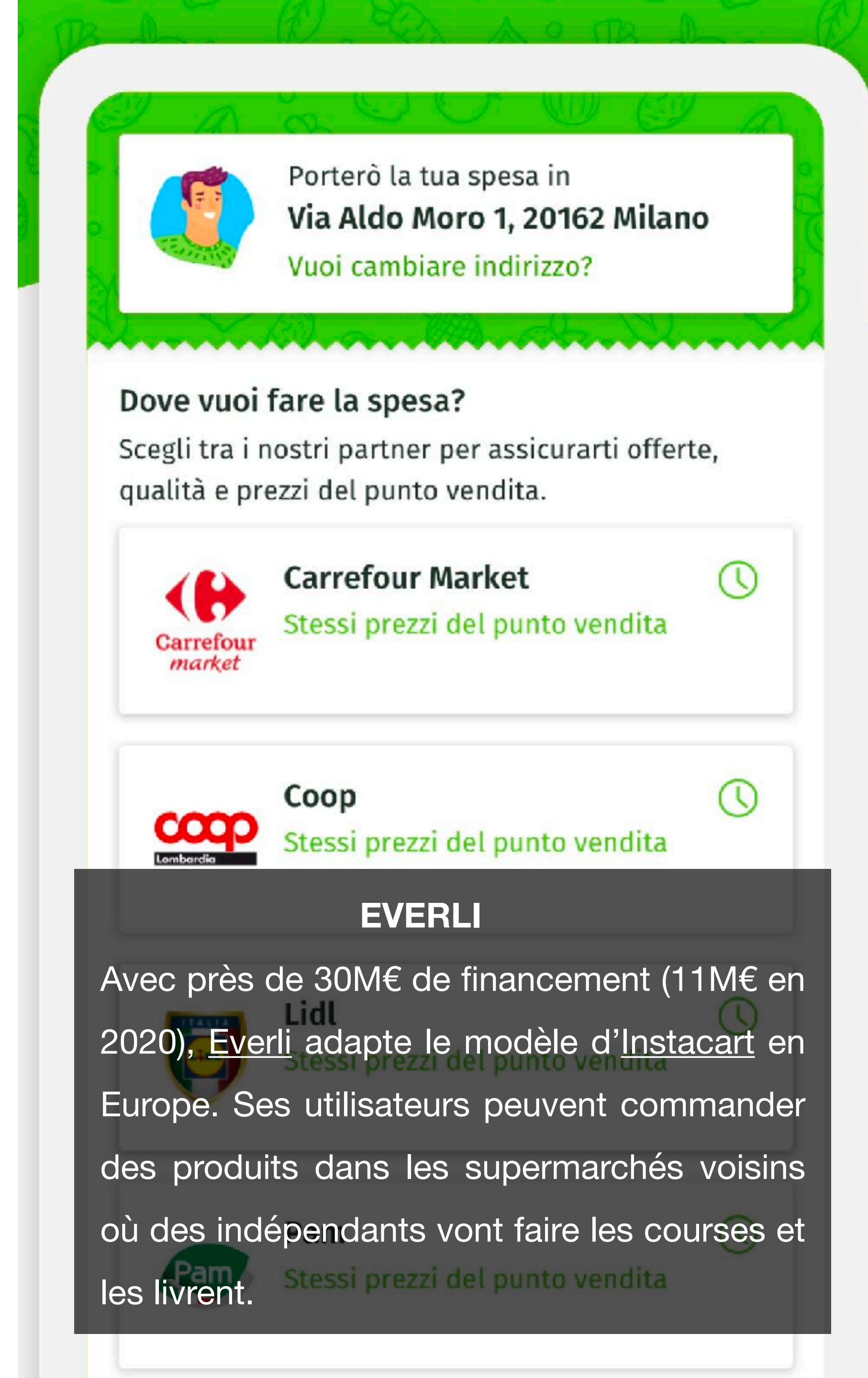




TENDANCES

DELIVERY : ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

- Depuis 2014, tous les deux ans, les investissements dans les startups de livraison marquent une pause. Ce fut le cas en 2020, avec une très forte baisse des investissements (65% de moins qu'en 2019).
- **2020 a également été l'année du pivot vers la livraison de courses** avec de nombreuses startups de livraison de restaurants concentrant désormais leurs efforts sur les dark stores (Glovo, Wolt) mais aussi de nouveaux pure players qui bouleversent le secteur (voir page suivante).
- Les investissements dans la livraison de plats de restaurant, autrefois moteurs de l'écosystème FoodTech, sont passés de 634M€ à 171M€. Ce n'est pas nécessairement une mauvaise nouvelle pour cet écosystème car de nombreuses entreprises sont désormais cotées ou prévoient leur introduction en bourse.
- 2020 a également vu le “renouveau” des meal kits. Après quelques années de doute, le COVID a montré que certaines entreprises (comme Gousto et HelloFresh) étaient prêtes à combiner croissance et rentabilité.
- Même s'ils suscitent beaucoup d'intérêt, les restaurants virtuels ont peu levé.



EVERLI

Avec près de 30M€ de financement (11M€ en 2020), Everli adapte le modèle d'Instacart en Europe. Ses utilisateurs peuvent commander des produits dans les supermarchés voisins où des indépendants vont faire les courses et les livrent.

TENDANCES

L'ELDORADO DE LA LIVRAISON DE COURSES

De nombreuses startups se lancent sur la livraison de courses et bouleversent le supermarché traditionnel. Voici leurs principaux modèles :

LIVRAISON DE RESTAURANTS

BASCULANT SUR LES DARK STORES

INSTACART-LIKE



DARK STORE PURE PLAYERS



MEAL KITS



FARM TO HOME



NOUVEAUX DISTRIBUTEURS



DISTRIBUTEURS ANTI-GASPI



Si la “livraison de restaurants” était un secteur très concurrentiel, elle n’était pas très diversifiée en termes de modèles économiques. Ce n'est pas le cas de la livraison de courses où l'on observe différentes approches. Nous ne nous attendons pas à ce qu'un modèle en particulier gagne, car les consommateurs peuvent passer d'un type de service à un autre, en fonction de la situation. Cependant, parmi les sept présentés, seuls quelques-uns ont le potentiel d'avoir un réel impact sur la (re)structuration de la distribution alimentaire en Europe.

TENDANCES

DELIVERY : ET APRÈS ?

COMMENT ACCÉLÉRER ?

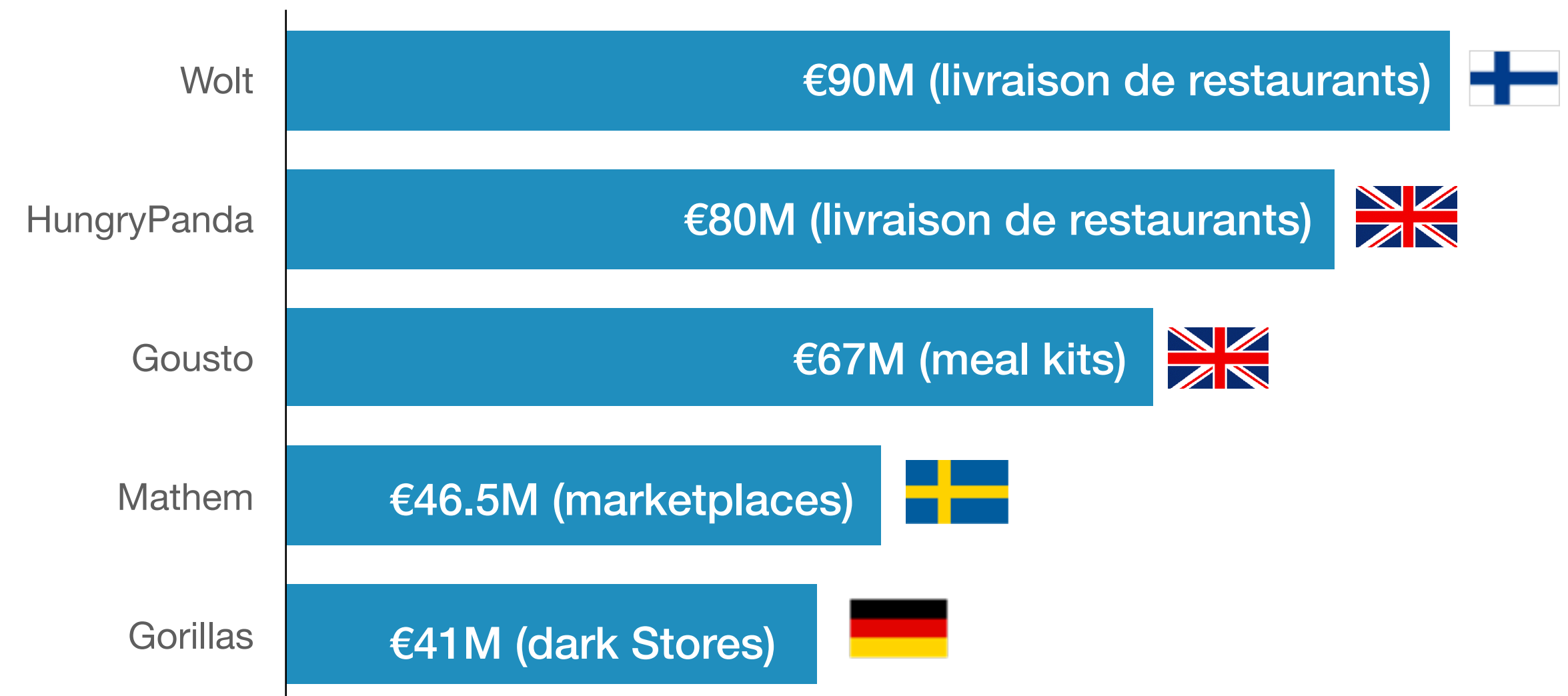
Le delivery est depuis longtemps le moteur de la FoodTech Européenne. Les annonces des investissements au T1 2021 confirment sa solidité. Cependant, l'internationalisation reste un grand défi, car le développement de startups de livraison de courses peut être beaucoup plus difficile que celui des livraisons de restaurants.

TENDANCES DE COURT TERME

1 - Nous pouvons nous attendre à ce que de nombreuses startups lèvent des sommes importantes dans les sept domaines de livraison présentés précédemment. Ces deals feront d'autant plus l'actualité qu'ils seront réalisés par des startups très précoces (ou "powerpoint startups" étant donné un coût d'entrée élevé sur ce marché) ou plus matures mais avec des montants dépassant les 100 millions d'euros.

2 - Les startups les plus matures devraient commencer à s'internationaliser (Picnic et Everli ont déjà indiqué leur volonté de s'exporter).

Top deals en delivery en 2020 - Montants + sous-catégories



TENDANCES

FOODSCIENCE

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.

Future Food : Startups inventant des produits alimentaires de rupture remplaçant ceux actuellement en usage (insectes apéritif, viandes cellulaire, sauces sans oeufs, ...).

Innovation produit : Startups proposant un nouveau regard sur un ingrédient ou un marché déjà bien installé. 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.

Appareils et ustensiles : Startups développant une nouvelle génération d'appareils et ustensiles de cuisine. Elles innovent sur la technologie, le mode de distribution ou la personnalisation du produit.

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



THE MEATLESS FARM

Fondée au Royaume-Uni, Meatless Farm est un des leaders européens de la « viande plant-based ». Elle a levé 31M\$ en 2020 pour continuer à croître et soutenir son expansion mondiale.

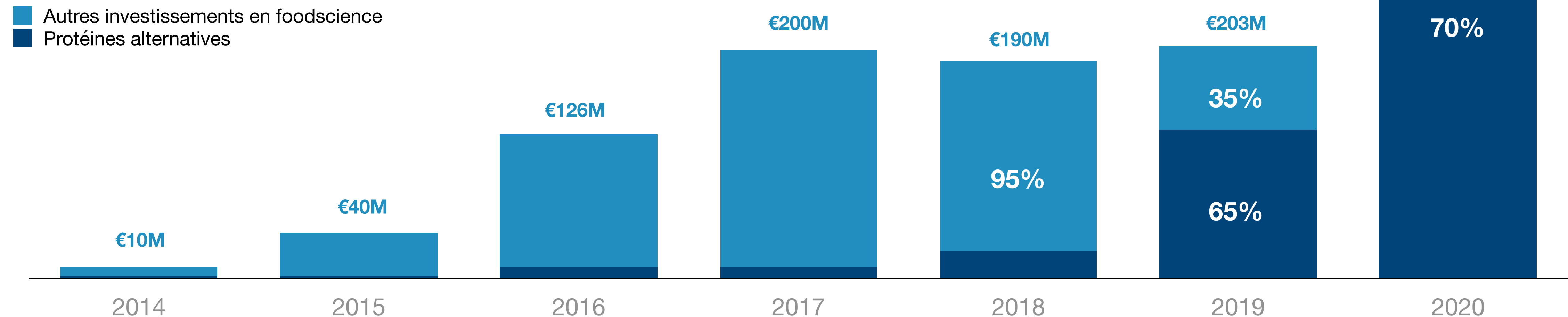
TENDANCES

FOODSCIENCE : L'HEURE DES PROTÉINES ALTERNATIVES

Lorsque nous examinons les investissements dans les startups de foodscience, un élément est frappant : le nombre de deals et les montants investis dans les protéines alternatives sont bien plus importants que les années précédentes.

Nous regroupons dans ce segment des “protéines alternatives” :

- les alternatives à court terme avec des startups plant-based ([Oatly](#), [Meatless Farm](#), [This](#))
- les alternatives à moyen terme telles que la fermentation de précision ([Legendairy](#)) et la biomasse
- les alternatives à long terme telles que l'agriculture cellulaire ([MosaMeat](#)) et la conversion du [CO2 en protéines](#) ([Solar Foods](#))





TENDANCES

FOODSCIENCE : ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

- La montée en puissance de la foodscience est impressionnante, notamment au niveau des protéines alternatives. On ne peut que remarquer un «effet Beyond Meat» (suite à l'introduction en bourse de la startup en 2019 et au succès de ses produits).
- L'écosystème FoodTech européen a des champions potentiels dans tous les sous-segments des protéines alternatives :
 - plant-based, avec Oatly, bientôt coté en bourse, ainsi que The Meatless Farm, This et Heura.
 - agriculture cellulaire avec MosaMeat (série B de 85M\$), Meatable, Higher Steaks et Gourmey.
 - fermentation avec The Protein Brewery, Legendary ou Solar Foods.
- Les autres écosystèmes foodscience ont également levé plus d'argent cette année, avec par exemple les investissements dans Lactips (packaging) ou YFood (substituts de repas).



MOSAMEAT

Mark Post, le fondateur de MosaMeat est connu pour être le premier à avoir créé un burger via l'agriculture cellulaire. C'était en 2013, et le burger coûtait 250k€. Désormais, avec MosaMeat, il vise un prix de 9€.

TENDANCES

FOODSCIENCE : QUEL AVENIR ?

COMMENT ACCÉLÉRER ?

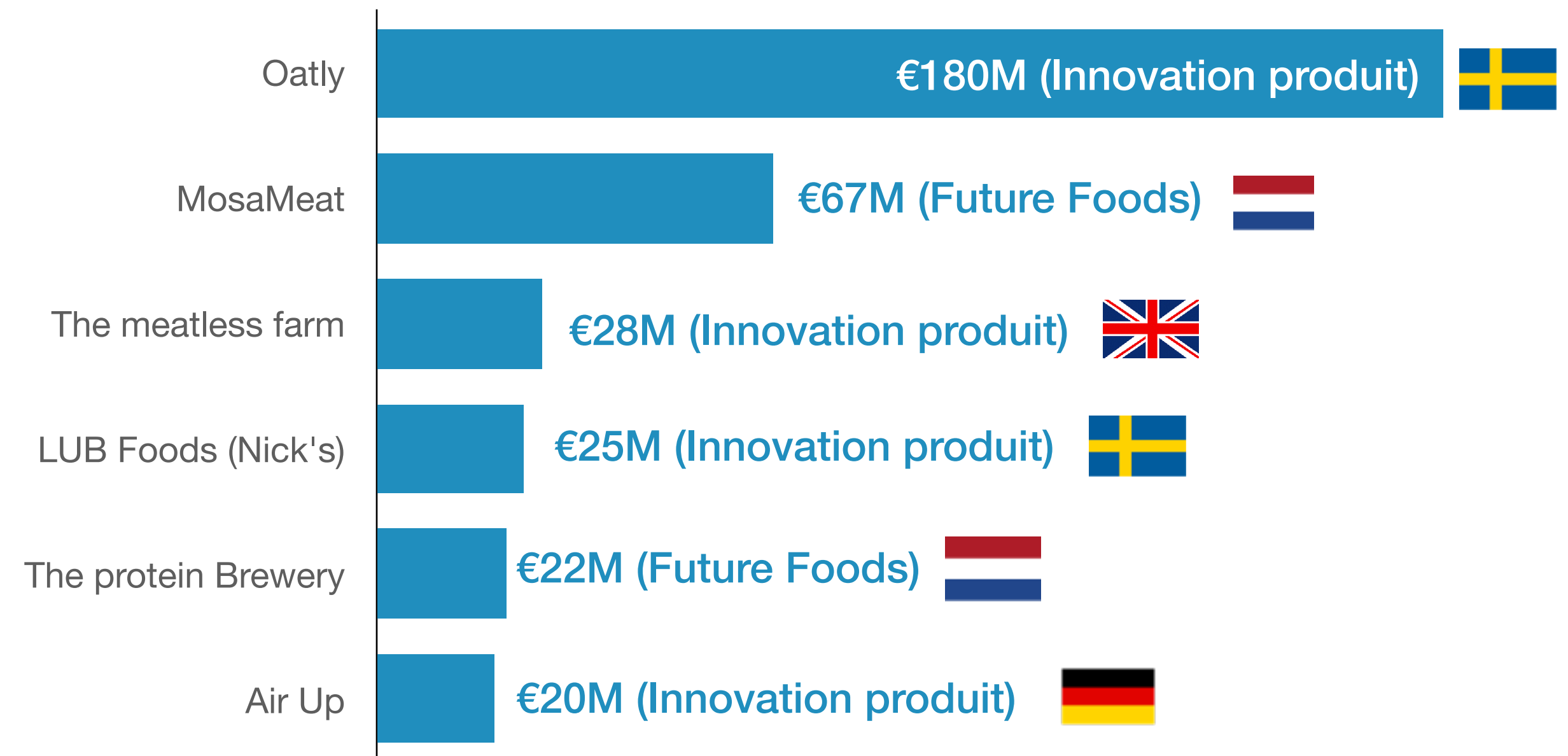
2020 a été une excellente année pour l'écosystème foodscience en Europe. Cependant, il est encore éclipsé par ce qui se passe sur les autres continents. Les investissements doivent s'accélérer considérablement dans les tendances à court terme comme le plant-based, mais aussi dans les tendances de long terme. Des investissements publics tels que le Green Deal de l'Union européenne pourraient jouer un rôle à cet égard.

TENDANCES DE COURT TERME

1 - Les débats autour de la dénomination des aliments d'origine végétale (peut-on utiliser "lait" pour du "lait végétal" ?), l'agriculture cellulaire (faut-il l'encourager ou l'interdire?), et la fermentation de précision s'intensifieront. Les entrepreneurs devront mieux expliquer pourquoi leurs produits sont bons pour les consommateurs, leur santé, leur budget et la planète.

2 - L'introduction en bourse d'Oatly pourrait avoir le même effet sur les substituts laitiers que l'introduction en bourse de Beyond Meat. On devrait observer une augmentation des investissements dans les startups de substituts aux produits laitiers.

Top deals en foodscience en 2020 - Montants + sous-catégories



TENDANCES

FOODSERVICE

Foodservice : Startups qui améliorent la gestion des entreprises de restauration hors foyer. Elles préparent aussi les évolutions à venir avec les cloud kitchens et la robotisation.

Logiciels de caisse (ePOS) : Services gérant le point de vente du restaurant, agissant généralement comme un hub pour d'autres services qui y sont connectés.

Catering : Startups proposant de louer les services de chefs ou producteurs locaux pour l'organisation d'un dîner ou d'un buffet selon leurs goûts et budgets.

Plateformes 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...

Cloud kitchens : Startups gérant des cuisines et les louant à d'autres entreprises (souvent des restaurants virtuels) pour leur permettre de cuisiner et gérer une offre en livraison.

Cooking robots : Startups développant des robots pour aider ou remplacer l'humain en cuisine. Cela inclut également les imprimantes 3D et les robots de kiosque et bartending.



TOO GOOD TO GO

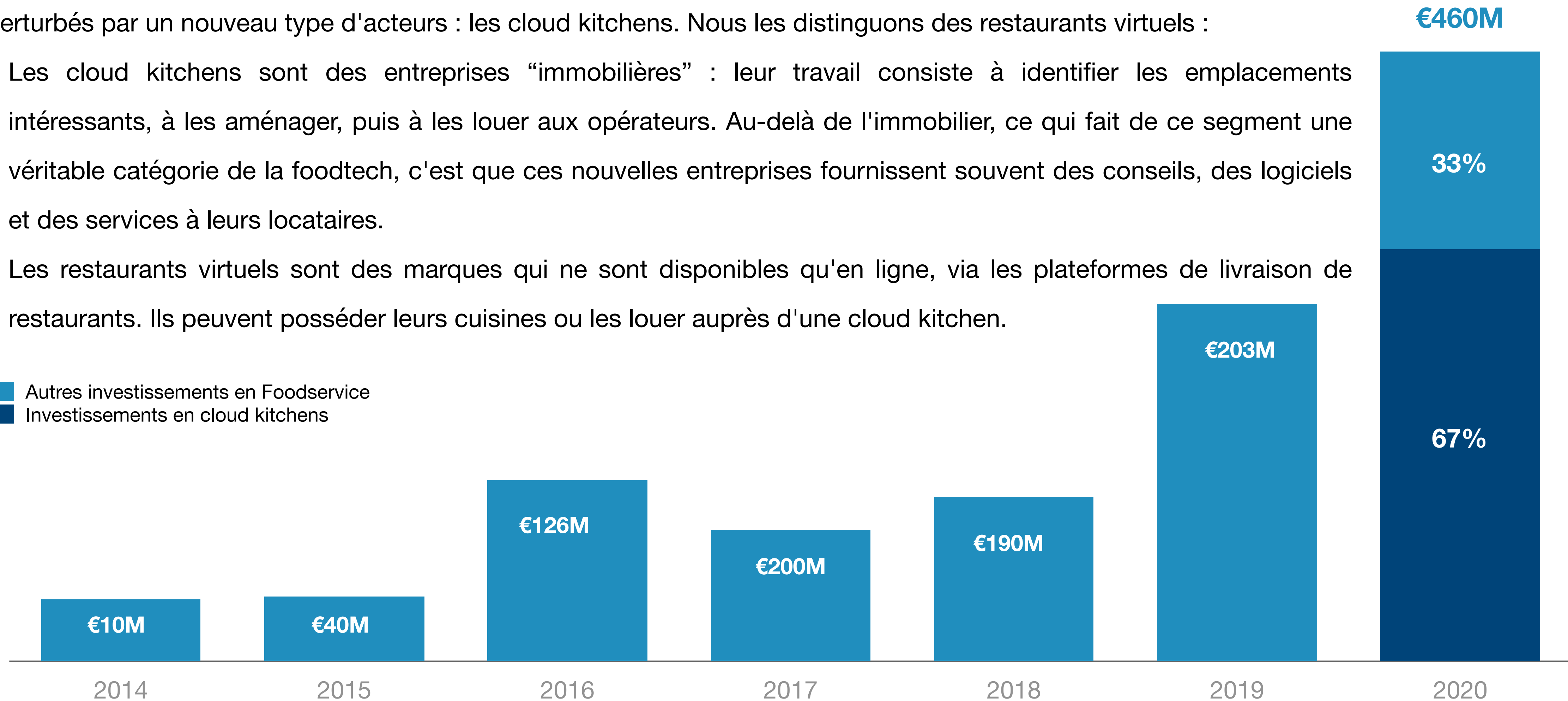
Too Good To Go permet aux restaurants et autres petites entreprises alimentaires de gérer leurs invendus, une réelle aide pendant la pandémie. La startup est également un rare exemple de réussite «continentale» puisqu'elle a exporté son modèle, créé au Danemark, dans de nombreux pays européens.

FOODSERVICE : L'ARRIVÉE DES CLOUD KITCHENS

Comme pour la foodscience avec les protéines alternatives, les investissements dans les startups foodservice ont été perturbés par un nouveau type d'acteurs : les cloud kitchens. Nous les distinguons des restaurants virtuels :

- Les cloud kitchens sont des entreprises "immobilières" : leur travail consiste à identifier les emplacements intéressants, à les aménager, puis à les louer aux opérateurs. Au-delà de l'immobilier, ce qui fait de ce segment une véritable catégorie de la foodtech, c'est que ces nouvelles entreprises fournissent souvent des conseils, des logiciels et des services à leurs locataires.
- Les restaurants virtuels sont des marques qui ne sont disponibles qu'en ligne, via les plateformes de livraison de restaurants. Ils peuvent posséder leurs cuisines ou les louer auprès d'une cloud kitchen.

■ Autres investissements en Foodservice
■ Investissements en cloud kitchens





TENDANCES

FOODSERVICE : ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

L'écosystème foodservice a connu une année difficile en raison de la pandémie. Certaines sous-catégories ont été durement touchées tandis que les cloud kitchen (avec Karma Kitchen) ont attiré beaucoup d'investissements.

- **Le foodservice européen était le moteur de la numérisation de la chaîne de valeur** avec des startups ePOS comme Orderbird et des applications telles que Choco (numérisant de la relation entre les restaurants et leurs fournisseurs). Cet écosystème a souffert des différents confinements et connaît une phase de concentration (Tiller, un ePOS français, a été racheté par la startup britannique SumUp).
- Les applications anti-gaspillage telles que TooGoodToGo et Karma ont continué de croître en aidant les restaurants à se connecter avec leurs clients pendant la pandémie.
- Swile, une startup française travaillant sur les tickets restaurant, a réalisé la deuxième plus grosse levée cette année et accélère son internationalisation.



La startup allemande Choco a levé plus de 60 millions de dollars pour développer sa plate-forme qui digitalise la relation entre les restaurants et leurs fournisseurs.

TENDANCES

FOODSERVICE : ET APRÈS ?

COMMENT ACCÉLÉRER ?

L'écosystème foodservice européen se transforme rapidement. D'un écosystème presque 100% ePOS, il évolue vers le restaurant du futur avec les cloud kitchens et les solutions de gestion de livraison (Deliverect). Cette catégorie possède toutes les clés pour continuer à croître rapidement et se positionner au premier plan mondial.

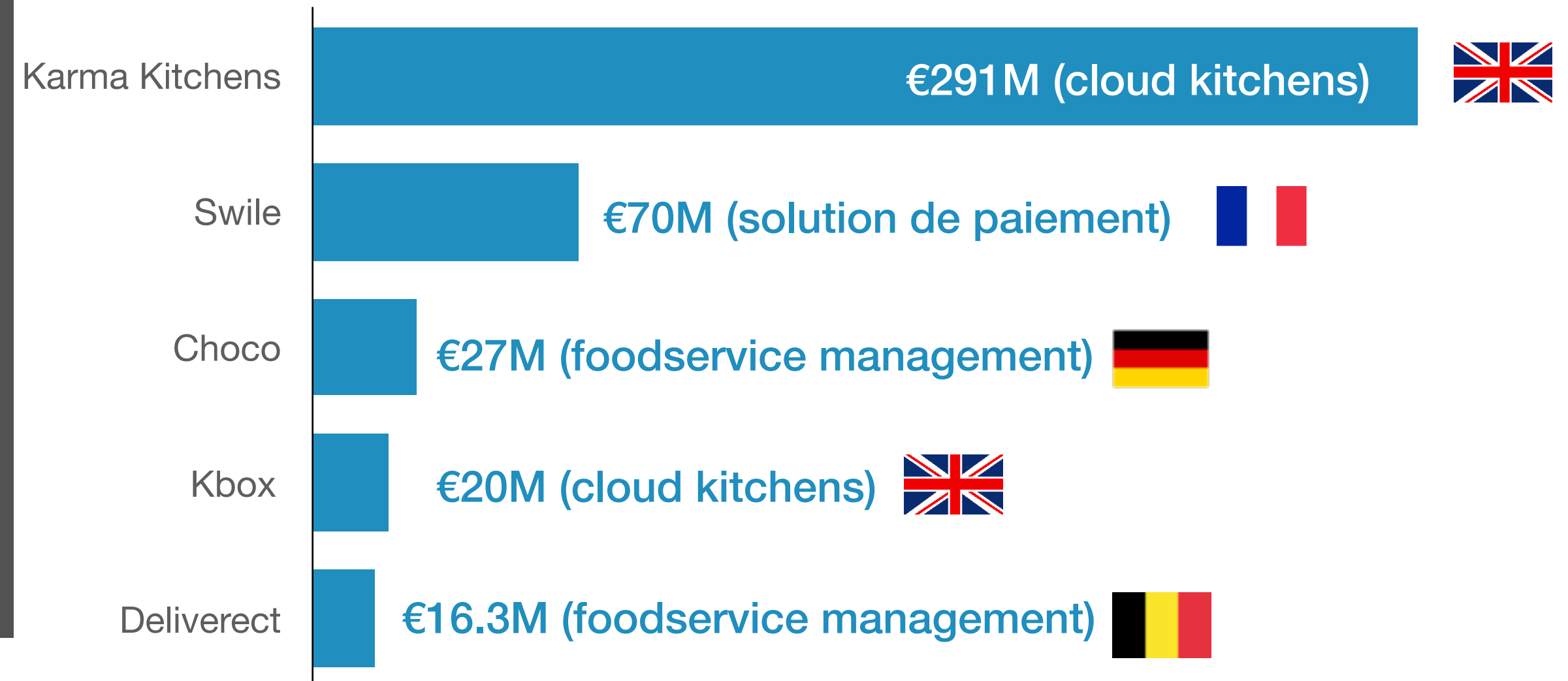
TENDANCES DE COURT TERME

1 - Nous pouvons nous attendre à un nouveau cycle de concentration parmi les principales startups ePOS d'Europe, avec des fusions ou des acquisitions. 2020 a été la première année sans l'une d'entre elles dans les "top deals", et elles pourraient bientôt manquer de liquidités.

2 - D'importantes levées dans les cloud kitchens sont attendues en 2021. Les lecteurs doivent garder à l'esprit que les gros montants annoncés combinent de petits investissements "directs" dans la startup et de grands investissements "immobiliers" (qui ne sont pas toujours investis dans le capital de la startup).

3 - Lorsque l'économie rouvrira, des services comme Choco recommenceront à menacer l'ordre établi des grossistes de la restauration. On peut s'attendre à de nouvelles frictions entre les opérateurs historiques et les nouveaux acteurs dans ce domaine.

Top deals en foodservice en 2020 - Montants + sous-catégories



TENDANCES

COACHING

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.

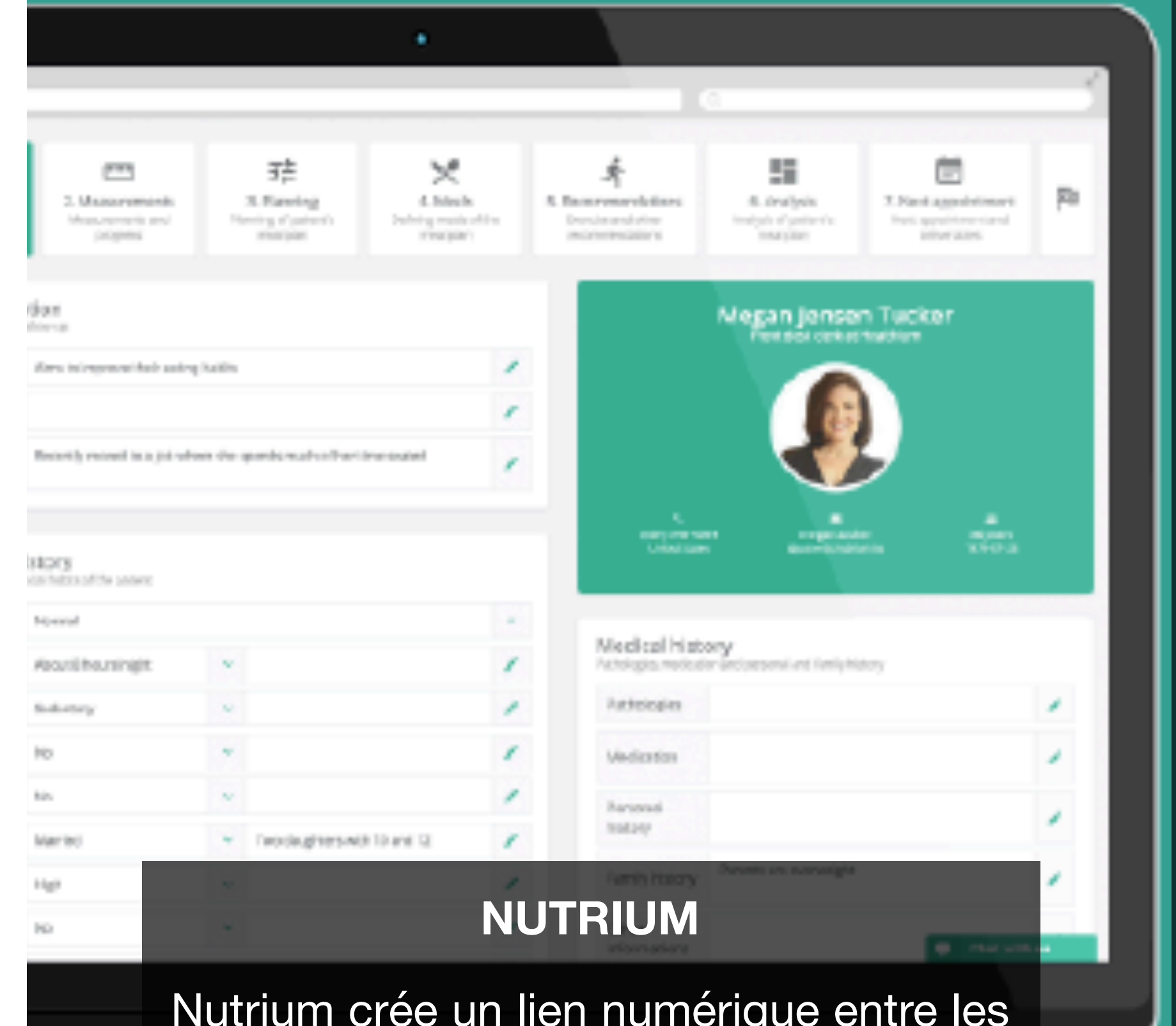
Nutrigénomique : Startups proposant d’établir les besoins nutritionnels personnalisés de chaque consommateur à partir de tests basés sur le génome ou le microbiote.

Recommandation : 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 ou des algorithmes basés sur de l’intelligence artificielle.

Recettes : 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.

Transparence : 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.



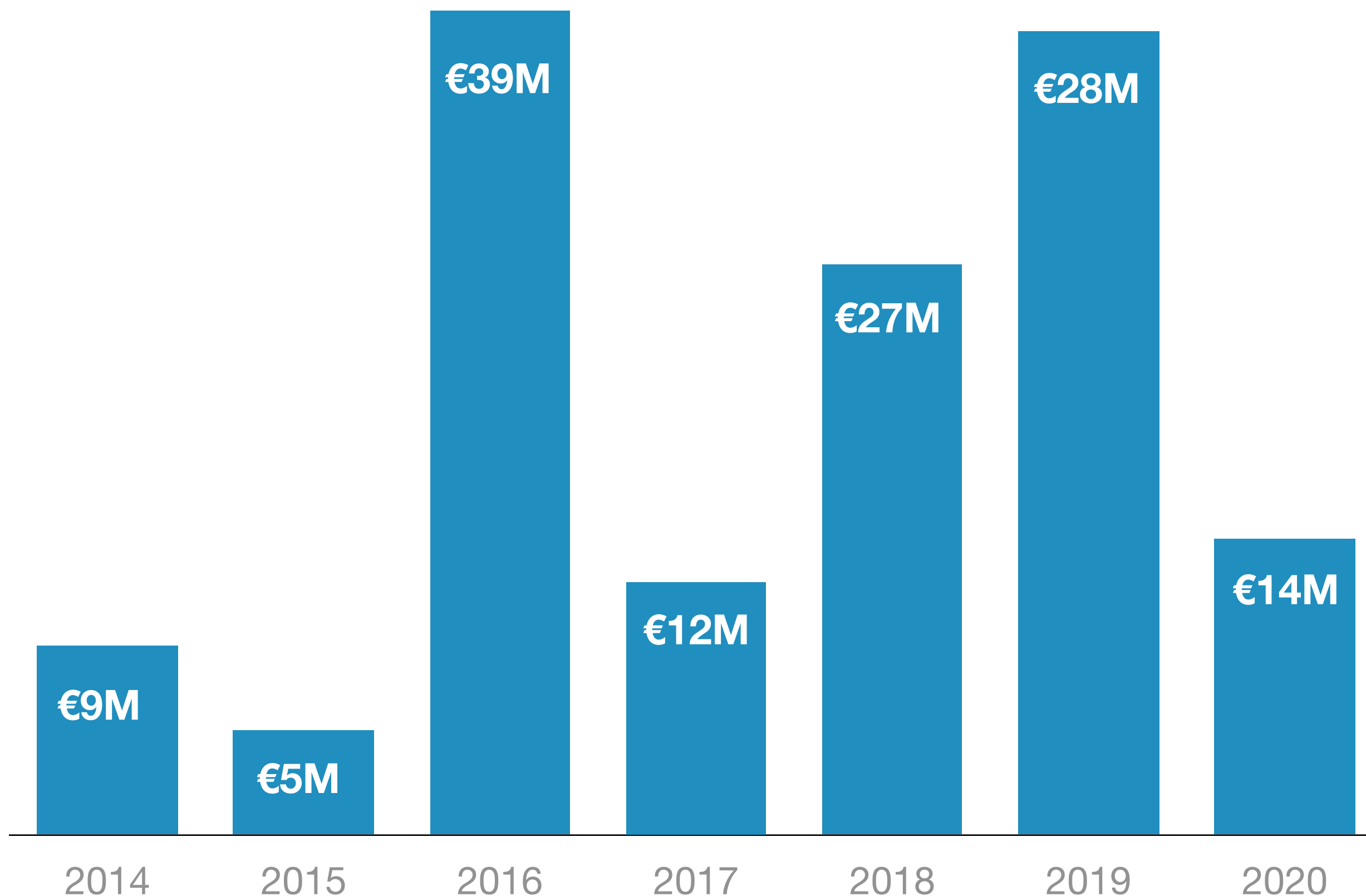
Nutrium crée un lien numérique entre les diététiciens et leurs clients grâce à ses applications. Créée au Portugal, la startup a levé 4,25M€ en 2020 pour poursuivre son expansion internationale.



TENDANCES

COACHING : ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

■ Investissements dans les startups coaching



- Cet écosystème stagne depuis des années, faute de vrais champions. Jusqu'à présent, le consommateur européen a montré un intérêt limité à payer pour des conseils nutritionnels générés par des intelligences (très) artificielles.
- L'Europe compte peu de startups dans le domaine du microbiome et de l'ADN, qui concentrent la plupart des financements aux États-Unis sur cette catégorie.
- Un nouvel écosystème de dispositifs et appareils intelligents est en train d'émerger, avec des startups telles que Food Marble et Clear.
- Nutrium et les startups mentionnées ci-dessus ont montré que la résolution de problèmes du quotidien avec une bonne UX et une approche technologique réaliste peut être la voie du succès.

TENDANCES

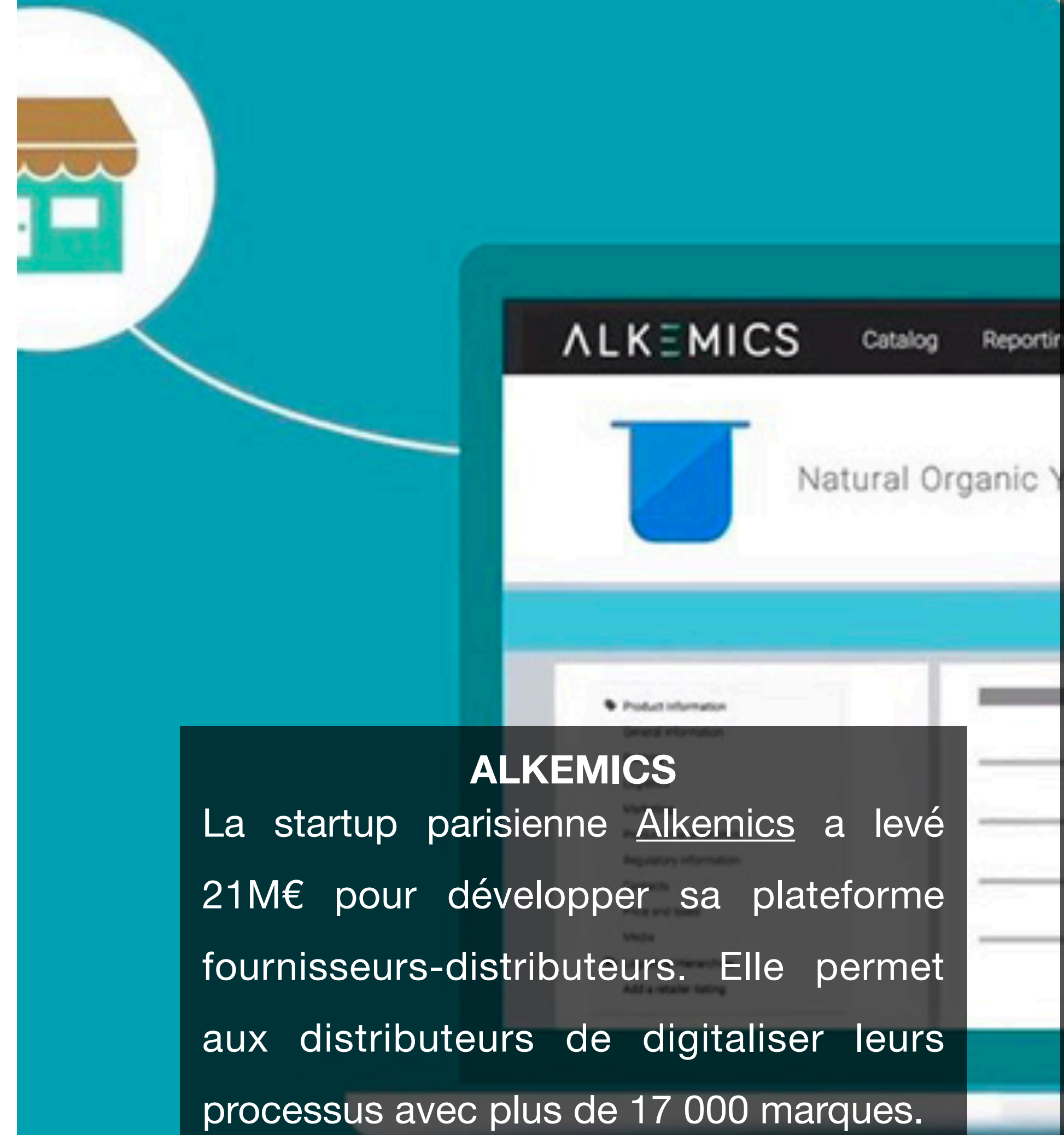
RETAIL

Retail : Startups innovant dans le secteur de la distribution alimentaire, de l'intégration du digital dans la supply chain jusqu'à l'amélioration de l'expérience client en magasins.

Data for Supply Chain : 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.

Fidélisation : 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.

Distribution automatique : Nouvelle génération de distributeurs intelligents de repas, courses ou snacks.



ALKEMICS

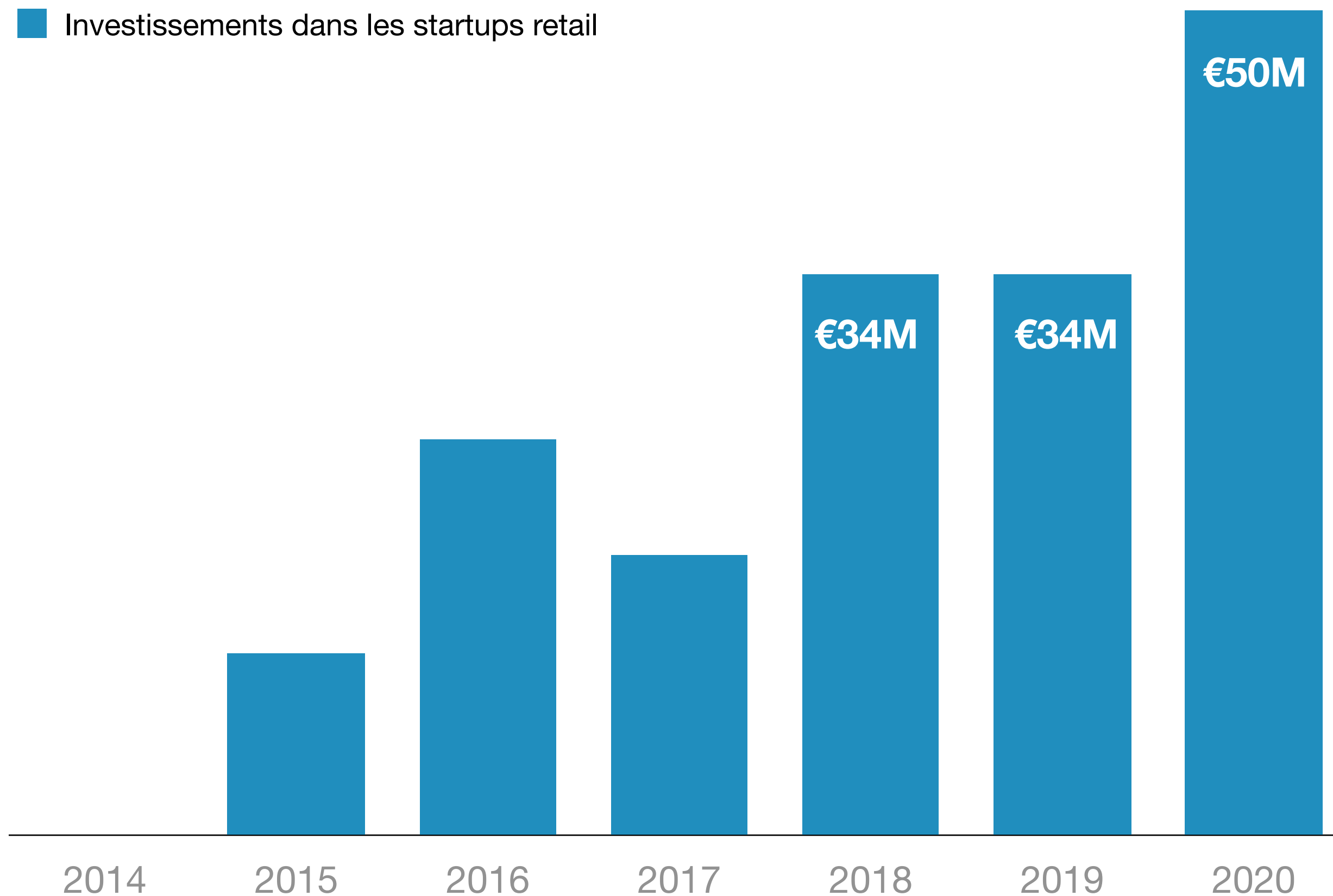
La startup parisienne Alkemics a levé 21M€ pour développer sa plateforme fournisseurs-distributeurs. Elle permet aux distributeurs de digitaliser leurs processus avec plus de 17 000 marques.



TENDANCES

RETAIL : ÉTAT DE L'ÉCOSYSTÈME

■ Investissements dans les startups retail

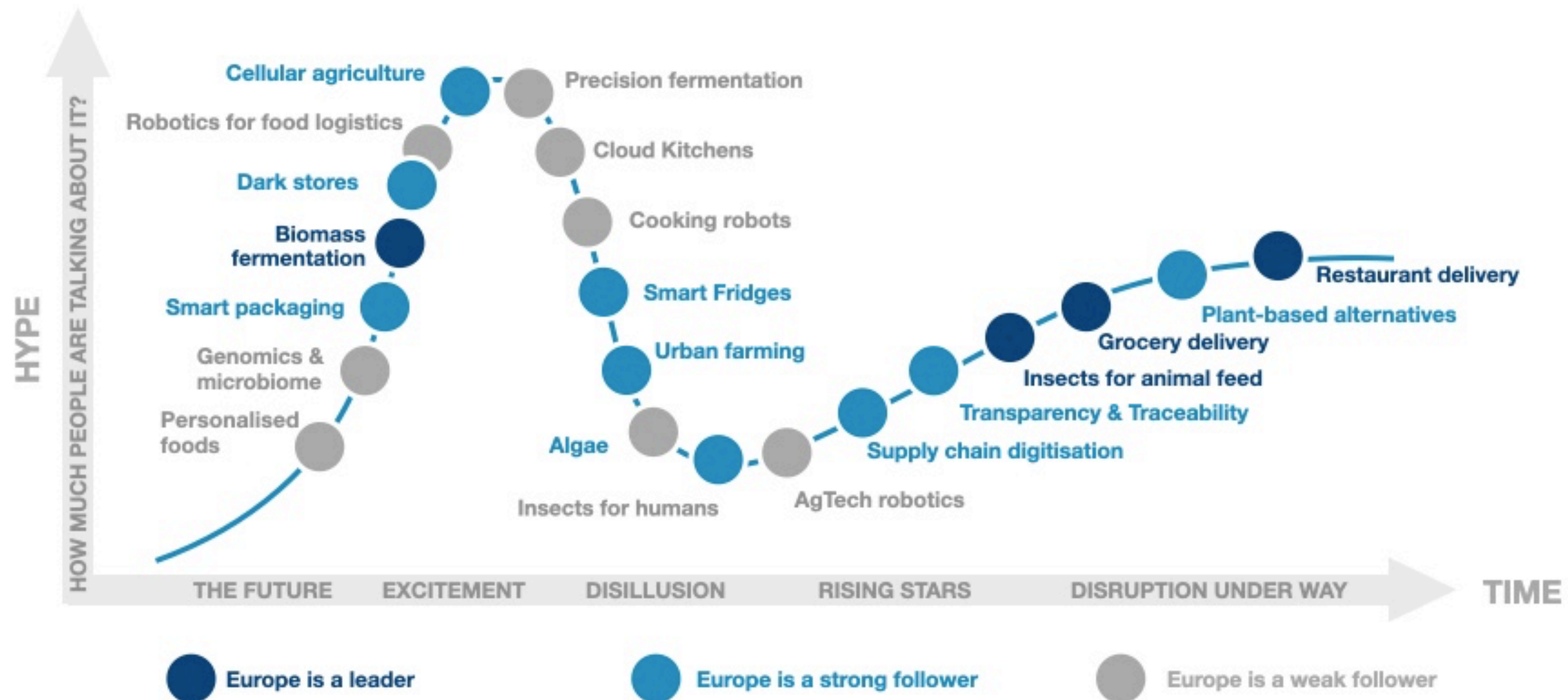


- L'écosystème retail reste faible en Europe, comparé aux États-Unis où les plus grosses levées concernent les startups qui se concentrent sur la transformation des magasins en lieux sans caisses. Ce type de startups est presque absent en Europe.
- De plus, cet écosystème a traversé quelques années difficiles autour de 2016 et 2017, lorsque la plupart des entrepreneurs se sont concentrés sur l'utilisation de la blockchain et n'ont pas rencontré le succès.
- Depuis peu, nous observons une vague de nouvelles startups spécialisées dans la collecte et transmission des données dans des segments de niches (pour de la conformité ou du suivi d'échantillons).

TENDANCES

TENDANCES MONDIALES FOODTECH EN 2021

Ce graphique représente les principales tendances de la FoodTech. Pour chaque tendance, nous indiquons (en couleur) notre perception de la place de l'Europe (c'est-à-dire la force relative de l'écosystème européen par rapport aux autres hubs mondiaux). Même si sa taille est limitée, l'écosystème européen de la FoodTech est actif dans la plupart des tendances clés.



TENDANCES

QUE REGARDER EN 2021 ? (1/2)

Voici les trois principales tendances à suivre en 2021:

1- Des avancées importantes pour quatre nouveaux types d'aliments :

- les **insectes** (vers de farine) destinés à la consommation humaine ont été approuvés par l'EFSA (l'agence régulatrice de l'alimentation en Europe). Cela sera-t-il confirmé par la Commission européenne (une étape nécessaire pour que les produits atteignent enfin le marché) ? Et cette décision s'appliquera-t-elle à une seule entreprise ou à l'ensemble de l'écosystème des insectes ?
- la **fermentation de précision**, qui utilise des organismes génétiquement modifiés pour produire des protéines (comme l'hème de Impossible Foods ou les protéines laitières de Perfect Day). L'EFSA commencera-t-elle à les approuver en Europe?
- l'**agriculture cellulaire** : les startups commenceront-elles à déposer des demandes d'autorisation de mise sur le marché maintenant que beaucoup d'entre elles ont stabilisé leurs lignées cellulaires?
- les **chaînes de restaurants**, notamment QSR, **signeront des accords avec des startups plant-based** et communiqueront à ce sujet après la pandémie. Ce sera le point de bascule de leur adoption en Europe. On peut se demander qui gagnera cette course entre les leaders américains (comme Beyond Meat qui est déjà en partenariat avec McDonald's), les entreprises européennes qui ont déjà acquis des startups plant-based au cours de la dernière décennie (Nestlé, Unilever) ou des startups locales (comme Meatless Farm) ?

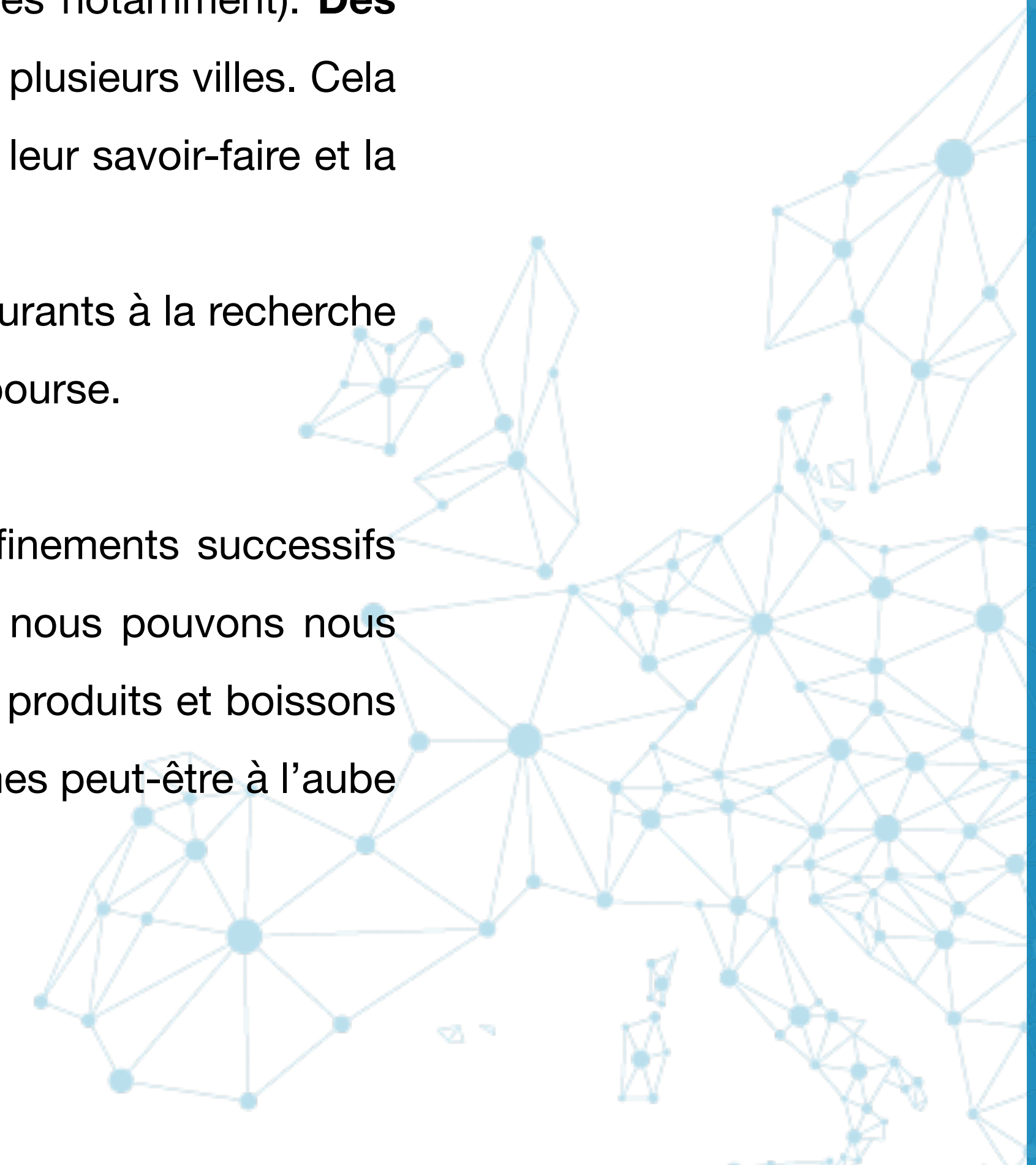
TENDANCES

QUE REGARDER EN 2021 ? (2/2)

2 - **Les cloud kitchens, les dark stores et autres startups de livraison de courses continueront de se multiplier dans toute l'Europe**, notamment dans les villes les plus densément peuplées (Paris et Londres notamment). **Des questions se poseront sur l'existence d'une réelle économie d'échelle** lors de l'expansion à plusieurs villes. Cela pourra conduire à de nouveaux business models dans lesquels les entreprises commercialisent leur savoir-faire et la technologie nécessaire pour exploiter les installations plutôt que de le faire elles-mêmes.

De plus, la concurrence entre ces pure players sera accrue par les startups de livraison de restaurants à la recherche de nouveaux marchés pour dépenser les fonds qu'elles ont levés lors de leurs introductions en bourse.

3 - **De nouvelles marques D2C apparaîtront.** De nombreuses personnes ont utilisé les confinements successifs comme une “période d’incubation” pour réfléchir, planifier et créer leur entreprise. Alors que nous pouvons nous attendre à ce que la plupart de ces nouvelles entreprises se lancent sur des sujets tels que des produits et boissons plant-based et durables (en particulier ceux qui ne contiennent pas ou peu d’alcool), nous sommes peut-être à l’aube d’une explosion de projets alimentaires disruptifs.



LA FOODTECH EN EUROPE

IV - IMPLICATION DES GRANDS GROUPES

1 Milliard euros

Montant dépensé par Dr Oetker pour acquérir Flaschenpost .

Créée en 2016, Flaschenpost a connu une croissance rapide.

Elle livre des boissons en moins de 2 heures dans 23 villes allemandes.

Avant son acquisition en 2020, elle a levé 70 M€.



LES GRANDS GROUPES PARIENT SUR LA FOODTECH

2020 aurait pu être une année de pause pour les grandes entreprises qui investissent et acquièrent des startups FoodTech. En réalité, le contraire a eu lieu. Nous avons observé une augmentation du nombre de deals, collaborations et acquisitions. Ce qui est également remarquable, c'est à quel point **les deals observés sont plus "risqués"** :

- Nestlé a fait de multiples acquisitions des deux côtés de l'Atlantique, à la fois sur d'entreprises matures et jeunes
- De nombreux investissements de la part de grands groupes agro-alimentaires et de distributeurs ont été réalisés dans des startups de protéines alternatives (comme Fazer dans Solar Foods).
















C'est une preuve supplémentaire que ces grands groupes parient sur les startups à la fois pour devenir leur "R&D externe" et pour agir comme une assurance contre les changements potentiels dans les comportements de leurs clients.



MINDFUL CHEF
Initialement Mindful Chef était une startup de Meal kits. Elle a commencé à proposer des plats cuisinés en 2020. La même année, la startup a été rachetée par Nestlé.

IMPLICATION DES GRANDS GROUPES

INVESTISSEMENTS

STARTUP	CATEGORIE	MONTANT DE LA LEVÉE	GRAND GROUPE
	AgTech	\$170M	BONNIER
	AgTech	€3.6M	
	AgTech	€7.8M	
	Coaching	€4M	Miele
	Coaching	€4.3M	
NOURISHED	Coaching	£2.6M	
	Foodservice	£252M	
	Foodservice	£7M	
	Packaging	€13M	

IMPLICATION DES GRANDS GROUPES

INVESTISSEMENTS

STARTUP	CATEGORIE	MONTANT DE LA LEVÉE	GRAND GROUPE
	Packaging	€8.3M	
	Packaging	€20M	
	Packaging	€13.5M	
	Foodscience	€18.5M	
	Foodscience	€15M	
	Foodscience	€22M	
	Foodscience	€20M	
	Retail	€21M	
	Delivery	€10.1M	

IMPLICATION DES GRANDS GROUPES

ACQUISITIONS

Startup rachetée	Activité	Catégorie	Pays	Date	Montant	Acquéreur
	Meal Kits	Delivery	France	Janvier 2020	undisclosed	
	Meal Kits	Delivery	UK	Novembre 2020	undisclosed	
	Restaurant delivery	Delivery	UK	Mai 2020	\$27M	
	Catering	Delivery	France	Février 2020	undisclosed	
	Delivery platform	Delivery	Germany	Novembre 2020	€1B	
	Product innovation	Foodscience	France	Mars 2020	undisclosed	
	Agriculture marketplace	AgTech	France	Octobre 2020	undisclosed	
	ePOS	Foodservice	Germany	Janvier 2020	CAD\$131M	

IMPLICATION DES GRANDS GROUPES

POURQUOI IL FAUT ENCORE PLUS D'IMPLICATION

QUEL EST L'AVENIR DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE?

Depuis dix ans, nous (les fondateurs de DigitalFoodLab) pensons que **“l'avenir de l'alimentation est la santé”**. Tout d'abord, nous avons créé une startup de recommandation de repas et l'avons vendue à une Medtech. Ensuite, nous avons lancé DigitalFoodLab pour développer l'écosystème européen de la FoodTech en aidant les grandes entreprises et les investisseurs à comprendre ce qui se passe, ce que pourrait être l'avenir et comment agir en conséquence.

De cette conviction, deux conclusions évidentes ont émergé:

1- la disruption n'a toujours pas eu lieu mais elle se rapproche

2- si l'avenir de l'alimentation est la santé, alors nous devrions regarder comment les grandes entreprises pharmaceutiques et de santé évoluent. Nous avons observé qu'elles ont tendance à externaliser leur R&D en investissant et en acquérant des sociétés de biotechnologie avec une forte préférence pour celles situées à **proximité de leur siège**.

LE BESOIN D'UNE IMPLICATION PLUS LOCALE

Cela explique pourquoi les grandes entreprises doivent entretenir un écosystème FoodTech solide et tourné vers l'avenir. En effet, rechercher des startups à acquérir loin du cœur d'activité sera coûteux et créera des difficultés d'intégration. Ces grandes entreprises doivent comprendre et tester les technologies et les modèles commerciaux futurs au niveau local pour les préparer à une adoption massive.

Les grandes entreprises européennes d'agriculture, d'alimentation et de distribution doivent donc investir davantage de leur temps, argent et compétences dans les écosystèmes locaux pour leur permettre de se développer. Agir ainsi est donc bien une démarche intéressée pour rester leader et se prémunir contre la stagnation ou la disruption.



DES QUESTION ? CONTACTEZ NOUS !

contact@digitalfoodlab.com

