

Ynsect se lance dans l'alimentation humaine en France et aux États-Unis

Après l'alimentation animal et les fertilisants agricoles, Ynsect prépare son entrée sur le marché de l'alimentation humaine. D'ici un an, elle pourrait commercialiser son premier produit, YnMeal. Pour faire face à sa croissance et cette nouvelle activité, elle envisage d'ouvrir des usines à l'étranger, aux États-Unis et en Asie.

Temps de lecture : minute

14 janvier 2021

L'année 2020 s'était bien terminée pour Ynsect avec une levée de 372 millions de dollars en octobre. 2021 débute aussi bien. L'entreprise française, spécialisée dans l'élevage d'insectes et leur transformation en ingrédients "premium" pour les professionnels jusque-là, pourrait changer de dimension. Depuis presque un, elle attendait un avis prépondérant de l'autorité européenne de sécurité alimentaire. La décision est tombée ce 13 janvier 2021 : l'autorité européenne de sécurité des aliments a rendu une décision positive sur l'utilisation du scarabée Molitor - utilisé par Ynsect - dans l'alimentation humaine. Pour répondre à cet enjeu et à sa croissance générale, l'une des startups les plus suivies du Next40 envisage d'ouvrir de nouvelles usines. Son regard se porte sur l'Amérique du Nord et l'Asie du Sud Est.

Les sportifs, une nouvelle cible

Ce premier avis n'offre pas encore la possibilité à Ynsect de se lancer tout de suite dans la fabrication de produits à destination de l'alimentation

humaine. *"C'est une surprise que cette décision arrive maintenant mais il faut encore attendre l'autorisation de la Direction Générale Santé de la Commission Européenne"* , confie Guillaume Daoulas, business development director. En réalité, la startup s'y préparait depuis quelques mois, elle développe depuis quelques temps déjà ŸnMeal, un ingrédient à base de protéines d'insectes déshuilés adapté à l'alimentation humaine. *"Nous allons bientôt déposer un dossier GRAS à la FDA (Federal Drug Administration) aux Etats-Unis"* , détaille Guillaume Daoulas, afin de pouvoir lancer sa commercialisation au plus vite.

Cette double demande s'explique par le choix d'Ÿnsect de s'adresser tout d'abord aux sportifs. *"Les Américains sont le premier marché en termes de nutrition sportive"* , se justifie t-il. Sans compter que cette catégorie est apparemment à l'avant-garde sur ce genre de produits. *"75% des hommes sportifs entre 25 et 40 ans sont prêts à en utiliser"* , relève Guillaume Daoulas d'après les résultats de leur propre enquête.



À lire aussi

40 nuances de Next met à nu les stars du Next40 : épisode 43, Alma

Ÿnsect a déjà signé un premier contrat avec une entreprise qui, elle, se situe plutôt dans le secteur de la nutrition et la santé, sans communiquer pour autant son identité. Un autre marché auquel s'attaquera indirectement Ÿnsect avec son produit. *"Finalement, les besoins en protéines de ces deux cibles sont relativement identiques"*. Et les études menées en laboratoire par l'entreprise auraient montré qu'ŸnMeal a de nombreux atouts comme son faible caractère allergène, sa capacité à réduire le cholestérol dans le cadre d'une alimentation particulière et sa haute teneur en protéine (72%).

Ce marché de la nourriture humaine pourrait concerner à termes *"10% du chiffre d'affaires"* — inconnu à ce jour — de la startup de 200 employés.

De nouvelles usines pour répondre à la demande

La commercialisation de barres nutritives à base des vers de scarabée Molitor ne devrait pas intervenir avant la fin de l'année 2021. Pour faire face à la croissance prévue de ses commandes, Ÿnsect a fait construire une seconde usine, InFarm, près d'Amiens qui doit bientôt entrer en activité. La startup a déjà d'ailleurs prévu de recruter 160 personnes dont une partie sera chargée de l'occuper. Mais est-ce que ces deux espaces suffiront à répondre à son ambition gargantuesque ? La réponse est clairement non, à écouter ses dirigeants.

"Nous n'avons pas vocation à n'être que des exportateurs. Nous visons de grands pays agricoles pour nous y installer, comme l'Amérique du Nord. L'objectif est d'être au plus près des consommateurs", développe Guillaume Daoulas. Sans compter qu'il faudra *"séparer les chaînes de fabrication pour l'alimentation animale et humaine"* pour assurer la sécurité sanitaire des produits délivrés.

Mais Ÿnsect ne sait pas encore si elle construira ses futures usines -

qu'elle imagine en Asie du Sud-Est, en Amérique du Nord et en Europe - avec ses propres finances ou des partenaires. Elle envisage également la possibilité de réaliser des partenariats avec des acteurs déjà présents sur place. "*Une fois l'usine d'Amiens en marche, nous percevons aussi ses revenus*" , ajoute Anaïs Maury, director of communications and public affairs d'Ynsect.

Actuellement, la startup revendique 105 millions de commandes par an sur les trois secteurs auxquels elle s'adresse déjà : la petfood, l'alimentation animale et les fertilisants agricoles.

Article écrit par Anne Taffin