

TakeAway lève 500 000 euros pour démocratiser le doggy-Bag en France

TakeAway, créateur de boîtes de transport grand public pour le marché de la restauration, vient de boucler une première levée de fonds de 500 000 euros. La startup veut asseoir sa position de leader sur un marché qui tend à se développer en France, dû à une réglementation qui l'encourage.

Créé en 2014, TakeAway développe des boîtes de transports pour le marché de la restauration et de la vente à emporter, plus connues sous le nom de « doggy bag ». Son crédo : apporter une solution clé en main aux professionnels de la restauration, afin de leur permettre de proposer un nouveau service aux consommateurs tout en minimisant le gaspillage alimentaire.

Une pratique encore peu coutumière en France, qui tend pourtant à évoluer depuis la mise en place du dernier seuil sur la loi sur les biodéchets, en janvier dernier. Celle-ci, créée en 2011 et mise en place progressivement depuis 2012, invite fortement les restaurateurs à s'équiper de ce type de boîtes de transport, afin que leurs clients puissent emporter leurs restes de repas à domicile. Une recommandation qui ne concerne, pour le moment, que les restaurants qui servent «entre 150 et 200 couverts par jour».

Lauréate de l'Oscar de l'Emballage dans la catégorie « consommation »,

TakeAway vient ainsi de boucler une première levée de fonds de 500 000 euros auprès d'un business angel, du fonds de dotation RAISE et de la BPI.

Un soutien financier qui lui permettra d'asseoir sa position de leader sur le marché français du « doggy-bag », mais également d'élargir sa gamme de produits, aujourd'hui composée de boîtes et de sacs de transports de différents formats. Un développement qui passera pas le recrutement de nouveaux collaborateurs, mais aussi par des collaborations avec les acteurs de la livraison et de la vente à emporter de repas.

Depuis sa création en 2014, TakeAway a signé d'importants partenariats avec l'UMIH (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie), le Synhorcat (Syndicat National des Hôteliers Restaurateurs Cafetiers) et le groupe SODEXO. la jeune pousse revendique aujourd'hui plus de 800 clients dont des hôtels du groupe Accor, la chaîne de restaurants Courtepaille et des établissements du groupe Memphis Coffee. Au total, plus de 300 000 « doggy-bag » et boîtes développées par TakeAway auraient été vendues.

TakeAway en quelques chiffres

- Créé en 2014
- Fondateurs : Victor Marostegan, Nicolas Duval et Ludivine Vajou
- Siège : Lyon
- 500 000 euros levés