

Foodtech : un changement d'habitudes radical en 2020

Dans leur dernier rapport sur l'état de la FoodTech européenne en 2021, Dealroom.co et le fonds d'investissement Five Seasons dressent le bilan d'un secteur qui a explosé avec les confinements et les couvre-feux. Les nouvelles manières de se nourrir pourraient devenir des habitudes.

En contraignant les citoyens à rester chez eux, à télétravailler au maximum et à limiter leurs sorties, la pandémie a modifié les habitudes de consommation des Européens. Dans le secteur de l'alimentation, ce changement a été radical selon le rapport effectué par Five Seasons et Dealroom.co sur l'état de la Foodtech en 2021. Les Européens, et les Français, ont largement plébiscité la livraison à domicile pour leurs courses alimentaires mais aussi les plateformes de livraison de type Deliveroo - qui prépare son introduction en Bourse - ou la commande directe auprès des producteurs. Mais le Covid a aussi été un électrochoc, soulignant « *les problèmes d'efficacité dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire* » mais aussi le besoin de « *revenir à une alimentation plus saine et durable* », pointe le rapport.

L'avènement d'une alimentation plus saine et plus proche

Entre la crise sanitaire, le télétravail et le chômage partiel, les Français ont retrouvé le chemin des fourneaux et surtout, le besoin d'une alimentation de meilleure qualité, plus saine pour la santé. C'est donc sans surprise que les investisseurs placent leurs pions dans « *une nouvelle* » génération de startups. Celles-ci, financées à hauteur de 0,4 milliards d'euros en 2015, ont récolté plus de 2,4 milliards d'euros l'année passée. Parmi les 16 startups citées, trois s'intéressent à la culture des insectes : Ynsect - qui a levé plus de 300 millions d'euros en série C - mais aussi Innovafeed et son tour de table de 140 millions d'euros. Les substituts de repas, les alternatives végétales et les repas en kit sont également représentés.

À lire aussi

[Comment Jimini's se bat depuis 6 ans pour mettre des insectes dans nos assiettes](#)

Autre pépite française présente, la Fourche, un supermarché en ligne bio qui fonctionne sur la base d'un abonnement et permet d'obtenir des tarifs avantageux par rapport aux prix fixés en magasins classiques. Les alternatives végétales sont également un secteur porteur, du côté des consommateurs·rices et donc des investisseurs puisque leur financement a été multiplié par 10 en 5 ans. Le paysage de la FoodTech française en témoigne : Hari&Co, les Nouveaux Affineurs ou les Nouveaux Fermiers trouvent des clients, du côté des particuliers comme des professionnels.

Au niveau mondial, c'est surtout la livraison de produits d'épicerie qui représente le marché le plus important : 2,1 trillions de dollars contre 0,6 trillions de dollars pour la livraison de la restauration. Les sociétés de livraison alimentaire - produits d'épicerie - ont vu leur croissance multipliée entre 3 et 10 fois par rapport à 2019. Le Covid a aussi relancé le D2C (Direct-to-Consumer), c'est-à-dire, la vente directe du fabricant aux consommateurs. Le marché mondial est évalué à 84 milliards d'euros. Au sein de cette verticale, on observe six catégories que sont la nourriture pour animaux, les repas en kit, les protéines, le snacking, le thé et le café et la ferme à table (du producteur aux consommateurs).

L'Europe est particulièrement présente sur le secteur des repas en kit où elle représente les 3/4 du marché. Elle est par contre très en retard sur celui de la nourriture pour animaux, évalué à 41 milliards d'euros dont seulement 0,3 milliard sont représentés par l'Europe.

Les startups et les scaleups se démarquent

Si toutes les entreprises liées à l'alimentation ont bénéficié d'un certain attrait, les startups ont rencontré l'ascension la plus fulgurante.

À lire aussi

[Le futur de l'alimentation, un défi pris en main par 4 startups françaises](#)

Les fabricants comme Danone, Cargill, Nestlé... ont vu leur valorisation passer de 778 milliards d'euros à 845 milliards d'euros tandis que les 10 plus grosses startups du secteur - au niveau mondial- , valorisées à 17 milliards d'euros en 2019, le sont aujourd'hui à 433 milliards d'euros. Dans ces dernières, on trouve Delivery Hero, Ocado, Grab, Door Dash, Hellofresh, Dianping.com ou encore Takeaway.com. Ce résultat est surtout porté par la startup chinoise Dianping.com dont la valeur s'élève à 204 milliards d'euros.

Au niveau des licornes européennes - cotées et non cotées- , la croissance est moins impressionnante mais néanmoins notable puisque leur valeur a plus que doublé (+156%) par rapport à 2019, passant de 38 milliards d'euros à 92 milliards d'euros. Avec ces résultats, ces championnes continentales tentent de rattraper leurs homologues américaines et asiatiques mais restent encore très très loin derrière, celles-ci étant respectivement valorisées à 193 et 274 milliards d'euros.

Les startups européennes de la FoodTech ont ainsi réussi à convaincre les investisseurs. En 2020, elles

ont réussi à lever 2,4 milliards d'euros, 12 fois plus qu'en 2013.

Les investisseurs s'intéressent aussi à une autre problématique majeure du secteur : la chaîne d'approvisionnement, comprenant à la fois les besoins en agriculture verticale, le choix de protéines moins polluantes comme les insectes mais aussi la gestion des déchets. La levée à 42 millions d'euros (en dette et en equity) de la startup Jungle - pour ses fermes verticales- en est la preuve. Finalement, les financements sont davantage tournés vers la production primaire et la transformation et beaucoup moins vers la livraison et la consommation.

Article écrit par ANNE TAFFIN