

Sunday, le spin-off de Big Mamma, collecte 85 millions d'euros après cinq mois d'existence

Après une levée de 20 millions d'euros en seed, les cofondateurs de Big Mamma et Christine de Wendel opèrent un nouveau tour de table pour déployer leur solution de paiement par QR Code à l'international.

Temps de lecture : minute

22 septembre 2021

" C'est bien au-delà de ce qu'on imaginait il y a encore cinq mois ", se réjouit Victor Lugger, CEO de Sunday et cofondateur de Big Mamma, quand il fait référence à sa dernière levée de fonds. Et pour cause : après seulement cinq mois d'existence, et un tour de seed de 20 millions d'euros, la solution de paiement par QR Code pour les restaurateurs Sunday clôture un deuxième tour de table de 85 millions d'euros. Ce dernier est mené le fonds américain Coatue, mais aussi DST, le fonds d'investissement du milliardaire russe Yuri Milner, et d'autres business angels issus du monde de l'hôtellerie, de la restauration et de la tech.

Fondé en 2013 par Tigrane Seydoux et Victor Lugger, Big Mamma est un groupe de restauration italienne qui compte aujourd'hui 16 restaurants, 13 cuisines de livraison et environ 1 500 employés. Le groupe possède notamment le Food Market La Felicita implanté au sein de l'incubateur de startups Station F de Xavier Niel, sur 4 500 m2.

" Le marché nous a propulsés "

Pour expliquer cet engouement des investisseurs pour sa solution, lancée en avril 2021, Victor Lugger explique : " *le marché nous a propulsés et continue de nous pousser. Depuis qu'on a lancé notre solution de paiement par QR code, on reçoit des centaines de demandes de restaurateurs qui viennent des quatre coins du monde... On nous écrit de Hong-Kong, de Russie ou encore d'Argentine* ". Pour adresser cette demande, la jeune pousse est passée de 5 à 170 collaborateurs et collaboratrices, dont certains ont été débauchés d'entreprises de la tech comme Uber, Deliveroo ou encore Too Good To Go.



À lire aussi

Après la crise, la pénurie de main d'oeuvre pourrait faire augmenter les salaires

Pour l'entrepreneur à la tête du groupe de restauration Big Mamma, cet usage, qui n'existait pas il y a un an, va devenir un geste classique du quotidien d'ici quelques années, " *comme le fait de sortir son téléphone plutôt que de lever le bras pour commander un taxi* ", illustre ce dernier. La startup revendique déjà plus d'un million d'utilisateurs passés par leur solution dans un des 1 500 restaurants qui utilisent l'application aux Etats-Unis, en Espagne, en Angleterre et en France.

Accélérer le déploiement à l'international

Avec Sunday, Victor Lugger l'affirme : les restaurateurs peuvent faire tourner leurs tables plus vite, " *sans se préoccuper des tâches rébarbatives du partage de l'addition, mais en misant sur la plus-value du métier de serveur, avec un gain de temps pour conseiller et choyer les clients* ". C'est pour cette raison que l'entrepreneur assure que son application permet d'augmenter de 12% le panier moyen des clients, et d'augmenter aussi de 40% le pourboire pour le staff, - sans donner de chiffres -, " *puisque'il n'est plus question de savoir qui a de la monnaie sur soi, tout passe par le QR Code* ".

Si des bureaux de l'entreprise ont déjà ouverts à New-York, Atlanta, Londres, Paris, Madrid et Barcelone, Sunday compte sur cette levée de fonds pour continuer de soutenir son déploiement à l'international et rivaliser avec " *plein de concurrents qui vont arriver sur le marché et faire la même chose* ", poursuit l'entrepreneur. " *Nous allons aussi continuer de développer notre produit, on travaille sur le fait d'aller toujours plus vite sur le paiement mais aussi sur la possibilité de passer commande directement sur Sunday par exemple. On veut que cet usage devienne la norme* ".



À lire aussi

Beesk s'attaque au gaspillage alimentaire à la racine

Article écrit par Heloïse Pons