

Jow part à la conquête des États-Unis avec son appli de gestion des courses

Déterminer les menus de la semaine tout en générant automatiquement le panier de courses correspondant dans l'enseigne de son choix, le concept a déjà séduit la France. La FoodTech Jow entend bien l'exporter outre-Atlantique grâce à sa levée de 20 millions de dollars.

Faciliter la vie quotidienne des consommateurs, notamment dans l'alimentation, est un créneau choisi par de nombreuses startups. Season, QuiToque (rachetée par Carrefour) ou encore HelloFresh proposent des kits prêts à être cuisinés. Jow a décidé de prendre une autre voie. À la croisée d'un générateur d'idées de recettes comme Marmiton et d'une plateforme de livraison de courses, elle orchestre le rapprochement entre les deux mondes en travaillant directement avec six grandes enseignes françaises de la distribution : Auchan, Carrefour, chronodrive, Intermarché, Monoprix click & collect, Leclerc Drive. Elle ne s'occupe donc pas de la livraison, ce qui lui permet de fonctionner en petit effectif, avec seulement 35 personnes.

À lire aussi

Le groupe Monoprix investit dans epicery pour accélérer son développement national

Comment ça fonctionne ?

L'expérience débute en ligne où l'utilisateur est interrogé sur le nombre de personnes dans son foyer mais aussi ses goûts (sans gluten, allergie aux crustacés, etc) et le matériel de cuisine dont il dispose. Un dernier clic pour choisir l'enseigne où vous allez récupérer vos courses et vous tombez sur une liste de recettes. Une fois sélectionnée, les ingrédients nécessaires pour les réaliser sont intégrés dans le panier de l'enseigne choisie. La solution développée s'adapte au quantité : si vous avez besoin d'huile d'olive dans trois recettes, une seule bouteille sera ajoutée à la liste qui peut ensuite être modifiée.

Direction : les États-Unis

L'entreprise, fondée par Jacques-Edouard Sabatier, diplômé de Sciences Po passé par Accenture et Canal+ et co-fondateur d'autres sociétés, est restée relativement discrète dans les médias depuis sa création en 2017. Selon la plateforme Dealroom, elle a levé près de 8 millions d'euros, en deux tours, auprès de Kima Ventures, The Family, Headline, Agalé Ventures et Stride. Ce qui ne l'a pas empêché de poursuivre sa route. Au contraire. Après 4 ans, elle permet à ses clients d'accéder à un réseau de 4000 magasins selon les informations de [TechCrunch](#). Si le nombre d'utilisateurs fidélisés n'est pas connu, plus de 20 millions de repas auraient été commandés via l'application et 70% des paniers des clients proviendraient des recettes proposées par Jow.

À lire aussi

QuiToque croque son concurrent et s'impose sur le marché des paniers-recettes

La startup vient d'annoncer un nouveau tour de table, de 20 millions de dollars cette fois-ci, réalisé auprès d'Eurazeo mais aussi de ses investisseurs historiques, DST and Stride.VC. Des fonds étrangers – russe et américain- qui ont déjà réalisé de beaux investissements. Le fonds de Yuri Milner a déjà misé sur Facebook et Twitter, pour ne citer qu'elles. Cette nouvelle enveloppe, qui a pratiquement triplé par rapport à la précédente, doit lui mettre le pied à l'étriller pour se lancer aux États-Unis où la concurrence est déjà féroce en matière de livraison de repas et de kits à cuisiner.

À lire aussi

[La Poste prend le contrôle d'Epicery et fait un pas de plus dans l'alimentaire](#)

Article écrit par ANNE TAFFIN