Dix ans après sa création, où en est Foodles ?

Pour proposer une alternative aux cantines d'entreprise traditionnelles, Foodles a conçu des frigos connectés. Ces derniers sont déployés en France, en Belgique et à Londres.

Temps de lecture : minute

15 février 2024

Discrètement, Foodles continue d'écrire son histoire. Certes, la société tricolore de la foodtech a fait moins couler d'encre que des acteurs du secteur comme Frichti, Zenchef, FoodChéri, Nestor, Dejbox ou encore Quitoque, mais elle continue de garder un bon appétit. En effet, elle souhaite atteindre la rentabilité en 2024 après avoir enregistré une croissance de 65 % de son chiffre d'affaires lors de l'année écoulée.

Lancée en 2014 par Michaël Ormancey et Clément Bonhomme, l'entreprise, initialement baptisée «La boîte à encas», a vu le jour avec l'ambition de proposer des solutions de restauration interne aux TPE et aux PME pour la pause-déjeuner. Dans ce sens, la société, qui a notamment levé 9 millions d'euros en 2019, puis 31 millions en 2021, a mis au point des frigos connectés qui permettent aux collaborateurs des entreprises de se servir à n'importe quelle heure de la journée pour manger l'un des plats concoctés selon les 4 000 recettes proposées par Foodles.

«Une alternative flexible et gourmande à la vieillissante et traditionnelle cantine

d’entreprise»

«Depuis notre création, il y a déjà près de 10 ans, nous avons l’ambition de réinventer la pause déjeuner des salariés au bureau. C'est pour cette raison que nous avons développé notre propre technologie de frigos connectés, afin de proposer une alternative flexible et gourmande à la vieillissante et traditionnelle cantine d’entreprise», expliquent Clément Bonhomme et Michaël Ormancey, les fondateurs de Foodles. Pour que cette approche soit rentable pour les entreprises, qui déboursent 3 000 euros par mois pour un frigo rempli (1 500 euros pour chaque frigo supplémentaire), il faut qu'au moins 150 repas par jour soient servis chaque jour.

Chaque frigo, équipé d’une antenne RFID pour suivre l’état du stock en temps réel, permet de servir jusqu’à 50 couverts. Le paiement du repas peut se faire directement sur le frigo ou sur l’application mobile développée par la startup tricolore. Sur celle-ci, les collaborateurs peuvent également précommander leurs plats grâce à l’offre de click&collect pour se les faire livrer le lendemain matin au bureau. En complément, la société propose également une offre de comptoirs sur mesure (bar à salades, barista…), avec des plats servis par des employés de Foodles.

Un parc de 700 frigos en France

A ce jour, la startup française revendique près de 500 entreprises clientes, dont la SNCF, Ubisoft, Decathlon, Enedis ou encore Veepee, en France, en Belgique et à Londres, où elle a ouvert un bureau en 2022. L’an passé, la société indique avoir servi plus de 3 millions de plats à 114 000 salariés. Dans ce cadre, elle a installé 300 nouveaux frigos, portant son parc d’appareils à 700 en France. Dans le même temps, elle a déployé 15 nouveaux comptoirs dans les locaux de ses clients. En 2023, Foodles s’est également davantage structuré avec l’ouverture d’un

nouveau hub à Fréjus, après Lyon et Marseille, et le recrutement de 120 salariés supplémentaires (employés de restauration, livreurs et préparateurs de commandes…), portant ainsi ses effectifs à plus de 400 personnes.

Avec sa cantine en libre-service, destinée à être plus rentable qu'un restaurant d'entreprise traditionnel, Foodles vise une croissance de 50 % en 2024 et espère capter 200 entreprises supplémentaires en 2025. *«Notre ambition pour 2024 est d'atteindre la rentabilité tout en maintenant un fort taux de croissance»*, indiquent Clément Bonhomme et Michaël Ormancey. Cet équilibre est recherché par l'ensemble des startups à l'heure actuelle. Dans la mesure où le robinet à cash ne coule plus à flots, priorité est donnée à la rentabilité au détriment de l'hypercroissance. Mais dans un secteur de la Foodtech où les marges sont souvent faibles, il n'est pas simple de s'en sortir, et c'est pourquoi des startups comme Dejbox (avec Carrefour) et FoodChéri (avec Sodexo) ont choisi de s'adosser à un grand groupe.

À lire aussi
Foodtech : où en est-on ? Focus sur un secteur chahuté

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion