

Comment la conso s'approprie

En dépit d'une viabilité économique qui reste à démontrer, la food tech est un phénomène en plein essor. Chasse gardée des start-up jusqu'à peu, les distributeurs et les industriels ont décidé désormais de prendre le sujet à bras-le-corps.

CE QU'IL FAUT RETENIR

■ **La food tech est une tendance** en plein boum, qui concerne la distribution, la restauration et l'industrie agroalimentaire.

■ **Parti des États-Unis**, le phénomène a été vite saisi par

les start-up, qui bénéficient de l'agilité et des soutiens financiers pour se développer rapidement.

■ **Distributeurs et professionnels de l'agroalimentaire** se saisissent

peu à peu du sujet food tech, en nouant, par exemple, des partenariats avec les start-up.

■ **Les start-up** doivent encore démontrer la viabilité et la pérennité de leur modèle économique.

Lutter contre le gaspillage alimentaire grâce à une application mobile, livrer à domicile des repas en kits prêts à cuisiner, piloter la culture de fruits et légumes en potager depuis un smartphone... Si ces initiatives semblent éloignées les unes des autres, toutes ont un point commun : elles font partie d'un phénomène en plein boum, celui de la « food tech ». Derrière, une logique simple : réinventer la consommation alimentaire sous toutes ses formes par la technologie. « *Il s'agit de partir de la fourchette à la fourche, et non plus l'inverse* », résume Philippe Goetzmann, en charge des relations institutionnelles d'Auchan, lors du Food Tech Forum, organisé par LSA, le 5 juillet. Ou placer le consommateur au centre de nouveaux services liés à l'alimentation.

Certains observateurs parlent d'« ubérisation de l'alimentaire ». Car, derrière cette tendance, de nombreuses entreprises, ou plutôt des start-up, rivalisent d'imagination pour développer le service qui pourrait bouleverser, demain, des habitudes de consommation. Citons les livraisons de repas à domicile Deliveroo, Foodora ou UberEats. Mais aussi l'épicerie en ligne La Belle Vie, qui livre des produits comme des plats cuisinés en une heure, ou Degust&Co, une place de marché référençant les activités de dégustation. Et MonPotager.com, qui propose à ses clients internautes de cultiver un potager depuis leur ordinateur et d'être livrés en fruits et légumes frais selon la fréquence de leur choix. Des modèles opposés, mais qui se positionnent en totale rupture avec ceux existants. Pour Christophe Breuillet, directeur du pôle de compétitivité agroalimentaire Vitagora, c'est une évidence : « Certains

modèles économiques sont en train de se faire « disrupter ». On le voit avec l'apparition d'autres formes de magasins, d'autres formes de distribution, et de court-circuitages aussi de certains intermédiaires. » L'enjeu est considérable, car le marché de l'agroalimentaire français pèse 170 Mrds€ en 2015, d'après l'Association nationale des industries alimentaires. Et capter une part de ce gâteau pourrait en ravir plus d'un.

Un modèle encore fragile

Encore naissants, voire embryonnaires pour certains, ces modèles sont en quête de liquidités pour se développer. Mais ils peuvent compter sur le soutien d'investisseurs. Au cours des dix-huit derniers mois, selon Kevin Camphuis, cofondateur de Shake Up Factory, « plus de 10 Mrds \$ ont été investis dans les start-up issues de la food tech ». À l'échelle mondiale, on parle de la création de plus de 5000 d'entre elles, surtout dans la livraison de courses alimentaires et de repas à domicile (27 %), dans les moteurs de recherche (23 %), ou les fournisseurs de technologies (19 %).

Un succès qui pose pourtant des interrogations sur la viabilité économique de ces jeunes pousses. La start-up belge Take Eat Easy en est l'illustration. Spécialisée dans la livraison de repas de restaurants à vélos, présente dans 20 villes en Europe, elle avait levé 15 M€ pour son développement en 2015. Mais, le 26 juillet dernier, elle annonçait son placement en redressement judiciaire, ne parvenant pas à clôturer une troisième levée de fonds. « *En une année, nous avons connu une croissance mensuelle de plus de 30 %, franchi le cap du million de commandes, accru notre portefeuille de restaurants partenaires de 450 à 3200, et notre base de*

10 Mrds \$

Le montant des investissements (soit 8,9 Mrds€) dans le monde ces dix-huit derniers mois dans les start-up de la food tech

5000

Le nombre de start-up de la food tech créées dans le monde au cours des dix-huit derniers mois

Source : Shake Up Factory

rie le phénomène food tech



QU'EST-CE QUE LA FOOD TECH ?

Le terme regroupe toutes les initiatives et technologies numériques permettant d'améliorer la chaîne de valeur de l'alimentation. Autrement dit, un mix entre alimentation et digital, de la production à la consommation ou – plus imagé – de la fourche à la fourchette.

clients de 30 000 à 350 000. Et, malgré ça, nous sommes en redressement judiciaire», déplorait Chloé Roose, cofondatrice. En réalité, les revenus de la start-up ne permettaient pas de couvrir ses coûts, et les investisseurs ont choisi de fermer le robinet des liquidités. Côté distributeurs et industriels, une prise de conscience est en train de s'opérer. Fin 2015, Pierre

Maertens, alors directeur e-commerce et omnicanal chez Intermarché, parlait ainsi de la start-up américaine Instacart, une appli mobile de shopping alimentaire, qui propose au client d'envoyer un voisin faire ses courses à sa place au supermarché le plus proche, avec la livraison en une heure : « Ils relaient les distributeurs à un rôle d'entrepôt. Ils lèvent de l'argent, ils s'associent avec Whole Foods, Target... Cela interpelle. » Forcément.

Alors quelle attitude adopter ? Certains distributeurs prennent le sujet à bras-le-corps. Comme Optimiam, qui annonçait en mai devenir partenaire de quelques points de vente de six enseignes : Casino, ■■■■■

Un label French Food Tech

Dans le cadre de la French Tech, le gouvernement a annoncé, le 25 juillet, la mise en place de neuf réseaux thématiques destinés à structurer l'écosystème des start-up françaises par domaines d'activité et à promouvoir leur développement en France et à

l'international. Parmi les thèmes retenus : la Food Tech. Cinq territoires ont été sélectionnés : Brest, Rennes-Saint-Malo, Dijon, Lyon et Montpellier. Pour ces lauréats, des bourses dédiées à la création de start-up et au financement d'accélérateurs privés ont été instaurées.

Trois manières de s'appropriier le phénomène de la food tech

CHANGER DE PARADIGME (GROUPE SEB)

Passer du statut de vendeur de produits à celui de vendeur de services est une piste envisagée par le Groupe Seb. « Nous avons besoin de nous réinventer, de créer un nouveau modèle économique, explique Xavier Boidevezi (photo), vice-président du développement et du digital pour le groupe. L'ambition de la food tech est de développer des propositions de valeur pertinentes pour le consommateur. » Chez Seb, cela peut passer par du contenu. L'entreprise a noué un partenariat en mars dernier avec Orange pour proposer des recettes de cuisine optimisées selon les efforts du jour et la météo, et, pourquoi pas, les cuisiner avec son multicuiseur Cookeo Connect.



RÉINVENTER LES ORGANISATIONS (GROUPE POULT)

Acteur majeur du biscuit, spécialiste des MDD, l'entreprise a opté pour l'open innovation, « ou comment s'autodisrupter en explorant de nouveaux sujets comme la transformation numérique, l'impression 3D alimentaire, les nouveaux modèles économiques, l'organisation RH », note Camille Panassié (photo), responsable de l'innovation du Groupe Poult. L'organisation a été revue : le comité de direction a été remplacé par un collectif de salariés pour les décisions stratégiques, les managers sont passés d'un rôle de contrôle à une fonction de support, les primes au mérite ont été supprimées, et la gestion des budgets n'est plus utilisée comme un outil de pilotage de la performance.

COLLABORER ET FINANCER LES START-UP (INVIVO)

Chez le premier groupe coopératif agricole français, la collaboration avec les start-up s'est d'abord faite de façon individuelle. « Désormais, nous voulons créer un incubateur et un fonds d'amorçage », selon Thierry Blandinières (photo), directeur général d'InVivo. Aussi, un fonds d'investissement et d'amorçage a été mis en place en septembre. Doté d'un budget de 5 M€, InVivo Invest a pour mission d'ouvrir la route du marché aux jeunes pousses. InVivo prévoit des investissements de l'ordre de 20% dans les start-up identifiées, en France et à l'international, et de les accompagner de septembre à janvier 2017. L'ambition, à terme, est d'acquiescer ces entreprises si elles répondent aux attentes du groupe.



PHOTOS LAETITIA DUARTE

■ ■ ■ ■ Spar, Simply Market, Carrefour City, Monoprix et Franprix. Son service est très dans l'air du temps, car il lutte contre le gaspillage alimentaire, qui a fait l'objet d'une loi en France en février dernier. L'appli mobile développée par Optimiam permet de faire le lien entre les commerces alimentaires de proximité et les consommateurs, en les informant des excédents périssables en grandes surfaces, et des promotions qui y sont appliquées. Un modèle gagnant-gagnant, qui a, par ailleurs, vocation à servir une cause louable.

Un écosystème entre plusieurs filières

Preuve que le phénomène concerne une audience large, chez les industriels aussi, les lignes bougent, mais avec lenteur. L'univers de la cuisine, par exemple, connaît une mutation nouvelle. Un exemple : le projet

de R&D « Open Food System », coordonné par le Groupe Seb, sous la houlette de Vitagora. Il se décrit comme étant à la « conjonction de plusieurs filières d'activité : l'agroalimentaire, l'électroménager et les contenus et services numériques ». Il vise à bâtir un écosystème de référence pour la cuisine numérique, mettant à la disposition des amateurs de cuisine, déjà utilisateurs d'appareils électroménagers, « les contenus et services innovants des secteurs de l'agroalimentaire, de la distribution, des métiers de service à la personne, de l'édition et des outils numériques ». Autrement dit, édifier la cuisine du futur, celle dans laquelle le consommateur sera placé au centre des préoccupations et des initiatives, comme l'ambitionne la food tech. Reste à savoir désormais si celui-ci est prêt à bouleverser ses habitudes alimentaires. ■ ■ ■

FRANÇOIS DESCHAMPS

170 Mrds€

Le chiffre d'affaires de l'industrie agroalimentaire française en 2015

Source : Ania