

Les startups « Food 2.0 » ont le vent en poupe

22 Mai 2014

Par Mélanie Picard Quand la Silicon Valley s'attaque à ce qu'il y a dans nos assiettes.

TENDANCE

Elles s'appellent Munchery, Soylent et Hampton Creek Foods. Toutes des startups avec un point commun : elle s'intéresse à ce que nous mangeons.

Dans le secteur de l'alimentaire, il y a toujours un potentiel de disruption car le marché est immense. Manger est un besoin primaire auquel on ne coupe pas.

L'intérêt des investisseurs est palpable. Au courant de l'année écoulée, les fonds d'investissement de la Silicon Valley ont versé plus de 350 millions de dollars dans des projets en rapport avec l'alimentation, ce qui représente une augmentation de 37% par rapport à l'année précédente.

Pour mieux comprendre ce phénomène, voici quatre profils de startups qui s'attaquent à ce qu'il y a dans nos assiettes.

Munchery : site de rencontre entre plats raffinés et clients affamés

Des bons petits plats et des chefs passionnés, il y en a à tous les coins de rue dans la majorité des grandes villes, le défi étant de mettre la main dessus quand la faim s'installe. Munchery, une startup basée à San Francisco, offre un service de livraison de plats préparés par une trentaine de chefs locaux. Il suffit de commander en ligne avant 17h pour être livré dans la soirée.

La plateforme s'adresse à une population urbaine active qui manque cruellement de temps mais pas d'intérêt pour la cuisine saine et raffinée. Plus cher que la cuisine maison, les tarifs du service restent largement inférieurs à ceux d'un plat à emporter commandé dans un restaurant.

En avril, la startup a levé 28 millions de dollars dans un second tour de financement pour déployer le modèle dans d'autres villes américaines, puis à l'international.

Soylent libère esprit, corps et portefeuilles

Et si toute forme d'alimentation pouvait être remplacée par un liquide, pour la maudite somme de 3 dollars par repas ? Une vision du futur concrétisée par les trois jeunes fondateurs de Soylent, pour qui manger est une perte de temps et d'argent. Ils assurent que le jus jaunâtre contient tous les nutriments nécessaires pour mener une vie saine, loin des soucis de l'alimentation.

C'est ce que l'on appelle du « lifehacking » dans la Silicon Valley. Une pratique qui vise à trouver des astuces pour simplifier, voire anéantir, les obligations de la vie quotidienne pour se concentrer sur autre chose, notamment des projets entrepreneuriaux.

Hampton Creek Foods : l'œuf qui n'en est pas un

Certaines startups veulent faciliter notre quotidien, d'autres ambitionnent de révolutionner les modèles de consommation alimentaire pour diminuer l'impact écologique des produits que nous consommons.

Du haut de ses 30 millions de dollars de financement, Hampton Creek Foods cherche la recette parfaite pour substituer les œufs. Ces derniers sont présents dans de nombreuses préparations que nous achetons telles que la mayonnaise, les gâteaux, les biscuits ou encore certains pains.

La startup fondée il y a deux ans souhaite offrir une alternative sans cholestérol à une fraction de l'énergie brûlée pour la production d'un œuf traditionnel et cela pour la moitié du prix. Deux très grandes enseignes américaines, ainsi qu'une chaîne à Hong Kong, vendent la mayonnaise sans œufs de Hampton Creek Foods. Les affaires décollent pour la startup mais la concurrence est rude. Les géants de l'alimentaire comme Nestlé et Kraft sont également dans la course pour trouver les ingrédients miracles pour remplacer les œufs à moindre coût.

