

OCTOBRE 2017

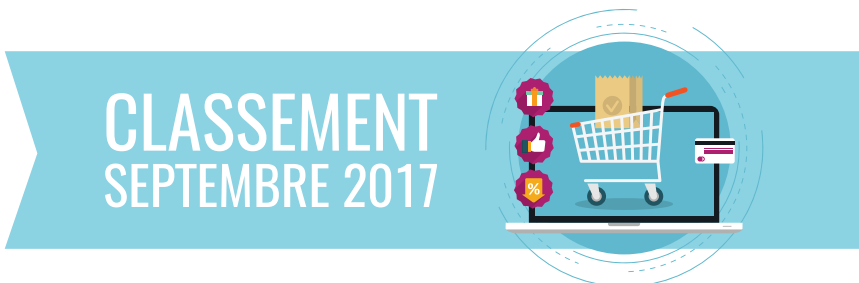
LE TOP 20 DES MARQUES DE LA FOODTECH



C'est officiel, **UberEats** devrait atteindre les 3 milliards de dollars (2,5 milliards d'euros) de ventes brutes cette année¹. Au coude à coude avec **GrubHub**, leader du marché aux États-Unis, ce nouvel acteur ne cesse de grignoter des parts de marché sur le territoire français. Ses points forts ? Son infrastructure technologique et son important réseau de chauffeurs VTC pouvant se mettre à assurer, en complément des courses classiques, les livraisons de repas.

Difficile aujourd'hui de passer à côté de ce marché en pleine croissance, porté par l'émergence continue d'acteurs nouveaux pressés de se tailler une part du gâteau. Livraison de repas ou d'ingrédients à cuisiner, lutte contre le gaspillage alimentaire, box œnologiques... le marché de la Foodtech se développe et se diversifie, pour le plus grand plaisir des consommateurs. Une euphorie qui n'est pas sans contrepartie, comme en témoigne la brutale faillite de **Take Eat Easy** à l'été 2016. Une chute qui a fait office de signal d'alarme sur le marché de la FoodTech, preuve que si la croissance est parfois rapide sur ce marché, la dégringolade peut l'être aussi. Il est donc impératif pour les entreprises soucieuses de survivre sur ce marché concurrentiel de réussir à construire un modèle solide et viable. L'outil d'analyse Inside Oneclub permet d'y voir plus clair et d'étudier l'évolution du marché et de ses acteurs de plus près.

Le trio de tête composé d'**AlloResto**, **Deliveroo** et **UberEats**, continue de creuser l'écart avec les autres acteurs du marché.



AlloResto, confirme sa position de leader, affichant une croissance de 40 % sur l'année 2017 et l'ajout de 2 000 restaurants et 300 villes à son portefeuille.



Deliveroo, jeune licorne anglaise récemment valorisée à 2 milliards de dollars², poursuit son ascension avec une croissance de 6,65 % sur les six derniers mois, élargissant son territoire et son offre.



UberEats, s'est imposée dans le peloton de tête en à peine deux ans d'existence : présent dans 29 pays et 171 villes, le service ne cesse d'élargir son réseau et ses partenariats, au point de représenter aujourd'hui 10 % des recettes brutes de l'entreprise Uber.

Bien que distancés par ces champions, les challengers se battent féroce pour maintenir leurs positions. Après une levée de fonds de près de 400 millions d'euros, **Foodora** conserve la quatrième place avec une croissance semestrielle de 2,91 %, qu'on peut estimer être liée à la chute de **Take Eat Easy** et la redistribution de ses clients à ses concurrents directs.


zenchef intègre le top 5 en touchant 2,08 % du panel. Elle a su revenir dans la course après une période de recrutement incontrôlée³. Sa force : proposer aux restaurateurs la plateforme de réservation la plus simple du marché.


Marques	Position Sep. 2017	Position Sept. 2016	Évolution 1 an
FOODORA	4	4	-
ZENCHEF	5	5	-
OPTIMIAM	6	6	-
YOUMIAM	7	8	+1
FRITCHI	8	11	+3
LE PETIT BALLON	9	7	-2
FOODCHERI	10	14	+4

■ Positif ■ Stable ■ Négatif

TokTokTok quant à elle n'a pas tenu face à la concurrence et s'est fait racheter par JustEat, propriétaire d'AlloResto. La montée en puissance de ces nouveaux acteurs qui, contrairement à AlloResto, assurent également les livraisons, a poussé la société JustEat à développer sa propre flotte de bikers* afin de toucher également les restaurants de proximité ne bénéficiant pas de service de livraison. Le rachat de TokTokTok et l'acquisition de son algorithme de répartition des commandes s'inscrivent donc dans une logique de consolidation de la palette de services.

Ces acteurs majeurs du secteur doivent rivaliser d'inventivité pour se maintenir. Sur leurs talons, de nouvelles startups, moins implantées, cherchent une croissance rapide en se positionnant sur d'autres créneaux porteurs tels que le traiteur à domicile, le marché du vin ou l'anti gaspillage alimentaire.

 **OptiMiam**, acteur engagé contre le gaspillage alimentaire, conserve sa place dans le top 10 en proposant aux commerces de proximité de vendre leurs excédents alimentaires.


 **Youmiam**, application qui guide, étape par étape, l'utilisateur dans la réalisation de recettes, progresse de deux places grâce à une levée de fonds de 1,2 millions d'euros en juin dernier et l'entrée de M6 à son capital. Son réseau de 500 000 utilisateurs est bien parti pour s'étendre.



LA LIVRAISON DE PLATS PRÉPARÉS PAR DES CHEFS A LE VENT EN POUPE :


Frichti ne cesse de croître depuis sa remarquable levée de fonds (30 millions d'euros), Nestor développe la restauration virtuelle en insistant sur la réalisation d'économies d'échelle par des plats simples, économiques dans un rayon géographique restreint, la jeune pousse PopChef gagne une place et ne cesse de grossir notamment grâce au rachat il y a quelques mois de Happy Miam, récupérant alors ses 2 000 clients et leur carte de plats.

Ces trois acteurs ont réussi à se faire une place dans ce marché concurrentiel en proposant une offre différenciée mettant en valeur produits sains et savoir-faire.

 **FOODCHÉRI** Impossible de passer à côté de sa croissance (33,3 % sur les six derniers mois). Sa levée de fonds de 6 millions d'euros l'année dernière lui permet de préparer son expansion sur le territoire français.

Le marché voit aussi arriver des acteurs comme Illico Fresco, Quitoque et Cook Angels qui proposent la livraison d'aliments prêts à cuisiner avec leurs recettes. Cette nouvelle proposition de valeur les hisse dans le top 20, avec des progressions parmi les plus fulgurantes sur le marché : Cook Angels et Quitoque gagnent respectivement 9 et 7 places, pour une croissance de 62,5 % et 18,75 % sur les six derniers mois.

Autre belle surprise : Pickles, l'application de livraison de plats frais, qui gagne 3 places. Sa récente levée de fonds de 2 millions d'euros lui permet d'élargir son territoire de livraison et donc sa clientèle.


 Marques	Position Sep. 2017	Position Sept. 2016	Évolution 1 an
POPCHEF	11	12	+1
KITCHEN TROTTER	12	9	-3
RESTOPOLITAIN	13	10	-3
QUITOQUE	14	20	+6
NESTOR	15	15	-
WINEADVISOR	16	13	-3
PICKLES	17	22	+5
COOK ANGELS	18	27	+9
LES GRAPPES	19	16	-3
MENU NEXT DOOR	20	17	-3

 Positif  Stable  Négatif



Au sein du marché de la Foodtech, les livraisons de boissons ne sont pas en reste et entrent même dans le top 20 de cette période. On y retrouve **Le Petit Ballon**, box œnologique mensuelle sélectionnée par des sommeliers, qui a vendu 1 million de bouteilles en 2016 et réalise plusieurs millions de chiffre d'affaires⁵ justifiant donc sa 9^{ème} place. **Wine Advisor**, le Shazam du vin, est reconnue comme l'application vin n°1 en France et se hisse à la 16^{ème} position, suivi par **Les Grappes**, plateforme de mise en relation entre vignerons et particuliers ou professionnels.

Pour autant, il n'y a pas que des gagnants sur ce marché et certains se sont vus évincés du top20. C'est le cas d'**Une Petite Mousse**, box mensuelle de bières artisanales et du site **Les Petites Tables**, proposant des adresses de restaurants à bas prix. Ils se retrouvent devancés par des acteurs qui, comme **Cook Angels** ou **Pickles**, ont su concrétiser rapidement leur proposition de valeur et fédérer une communauté suffisamment grande pour assurer leur place dans les 20 premiers du marché.

 Marques	Position Sep. 2017	Position Sept. 2016	Évolution 1 an
UNE PETITE MOUSSE	21	18	-3
LES PETITES TABLES	22	19	-3

Sans surprise, la livraison constitue toujours le principal moteur du marché Foodtech. Notons les progressions remarquables de certains acteurs tels qu'**UberEats** qui a su, en seulement deux ans, rejoindre le trio de tête, ou Foodora, promis à un bel avenir.

Les challengers, tels que **Frichti** ou **Le Petit Ballon**, positionnés sur des marchés plus spécialisés, progressent rapidement. La vitesse de croissance de ces nouveaux acteurs couplée au rythme soutenu du peloton de tête rend le marché particulièrement dynamique. Un marché qui par ailleurs représente 4 % des levées de fonds⁶ en 2017, signe d'une attractivité évidente.

Reste-t-il de la place sur ce marché de plus en plus encombré ? A qui va bénéficier la consolidation du marché ? Comment les revendications des livreurs à vélo vont-elles impacter cette activité ? Affaire à suivre...

Pour plus d'infos :

-  sncf-developpement@sncf.fr
-  www.sncf-developpement.fr
-  inside.onecub.com

Des acteurs à surveiller :

¹ http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/10/17/aux-etats-unis-ubereats-fait-recette_5202109_3234.html
² <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2017/09/25/32001-20170925ARTFIG00133-sa-nouvelle-leevee-de-fonds-valorise-deliveroo-a-2-milliards-de-dollars.php>
³ <https://www.maddyness.com/entrepreneurs/2017/06/22/ctopizza-alors-ca-fait-quoi-detre-cto-de-zenchef-la-reponse-avec-une-regina/>
⁴ <http://www.lefigaro.fr/societes/2016/09/10/20005-20160910ARTFIG00014-le-site-de-livraison-de-repas-a-domicile-tok-tok-tok-a-ferme.php>
⁵ <http://thegoodlife.thegoodhub.com/2017/08/29/vin-par-abonnement-le-petit-ballon-nouvelle-star-des-cavistes/>
⁶ <http://www.sncf-developpement.fr/actualites/levees-de-fonds-2017-bilan-record-15147>