



InVivo Quest

Accélérons les projets de la Foodchain

Constats et propositions

L'innovation et l'intégration des nouvelles technologies sont un enjeu stratégique pour les agriculteurs français, qui doivent rester productifs et compétitifs dans un marché mondialisé. Le réchauffement climatique, la raréfaction des ressources naturelles telles que l'eau ainsi que les attentes croissantes des consommateurs pour des produits sains dont on connaît l'origine, demandent aux agriculteurs ainsi qu'aux industriels et distributeurs de réinventer leurs métiers.

InVivo, 1er groupe coopératif représentant près de la moitié des agriculteurs français, a pour objectif d'accompagner et de valoriser l'agriculture française. À travers ses nouveaux métiers, le groupe InVivo se positionne comme un laboratoire d'innovation sur l'ensemble de la chaîne agricole et alimentaire. Pour accompagner cette mutation technologique, InVivo a organisé InVivo Quest, le 1er programme d'open-innovation afin de mobiliser et d'accompagner les startups de l'Agtech, de la Winetech et de la Foodtech ainsi que les étudiants des Grandes Écoles partenaires et ses salariés dans cinq territoires emblématiques de la *Foodchain*.

Plus que la recherche de pépites innovantes, l'objectif était de créer par cet événement une vraie communauté d'accélération de l'innovation alimentaire avec nos partenaires nationaux et territoriaux que nous tenions à remercier pour leur engagement.

Plus qu'un projet, nous souhaitons qu'InVivo Quest soit une étape importante dans l'essor de la thématique *Foodchain* (*Foodtech, Agtech, Winetech*) pour placer la France comme référence mondiale et faire bénéficier l'ensemble de la chaîne alimentaire, de l'agriculteur au consommateur, de ces solutions relevant le défi de nourrir 9 milliards d'être humains d'ici 2050 dans le respect de la planète et des Hommes.



Placé sous le Haut Patronage
de Mounir Mahjoubi, Secrétaire d'État auprès
du Premier Ministre, chargé du Numérique

SOMMAIRE

Introduction :

L'innovation française- Nathalie Doré p.4

1 Les défis de la *Foodchain*

1.1 Repenser la chaîne de l'alimentation p.6

1.2 La *French Food Touch* p.8

1.3 La *Foodchain* en 11 startups p.9

2 L'écosystème *Foodchain* français

2.1 Le réseau *FrenchTech* thématique *Foodtech* p.10

2.2 Les acteurs et dispositifs de soutien dédiés p.11

2.3 Les agriculteurs : moteur de l'innovation p.12

3 Accompagner l'émergence et le développement des startups dans la *Foodchain*

3.1 Les grands enjeux des startups *Foodtech* p.16

3.2 Constats et pistes d'amélioration p.18

Les partenaires InVivo Quest p.22

Le mot du directeur général p.23



L'innovation française - **Nathalie Doré**

Après 3 années passées à la tête de L'Atelier BNP Paribas à San Francisco, Nathalie Doré a rejoint BNP Paribas Cardif, la filiale assurance de BNP Paribas, en tant que Chief Digital & Acceleration Officer en septembre 2017

De nos jours, les mutations technologiques et sociétales s'accélèrent. La santé, la mobilité, le travail, l'alimentation, quatre grands sujets qui régissent nos vies, sont porteurs d'un grand nombre d'innovations.

À l'échelle mondiale, la technologie et l'impact social et environnemental semblent être les deux *drivers* d'innovation qui se détachent véritablement. Ces dernières années, la maturité des technologies telles que l'intelligence artificielle,

le big data, l'open source, l'approche en plateforme, la blockchain... a permis l'éclosion d'innovations radicales : la santé de précision, la voiture autonome, l'agriculture cellulaire. Pour autant, la conscience sociale et environnementale semble aussi croître proportionnellement au développement technologique. Sur le sujet du futur de la mobilité, les innovations qui concernent la voiture en ville intègrent à la fois l'aspect technologique (autonome, connectée) et social (partagée et électrique). Dans la santé, les innovateurs s'interrogent autant sur les questions technologiques qu'éthiques (modifications génétiques, diagnostics anticipés, traitements ultra personnalisés) sans oublier la place que devra occuper la relation humaine dans cette nouvelle médecine.

C'est aussi le cas dans l'alimentation. Produire plus grâce aux technologies pour faire face aux enjeux de croissance démographique, ainsi que produire mieux en prenant en compte les enjeux écologiques et de santé publique. L'agriculture de précision et l'agriculture cellulaire sont des innovations permises par les technologies, mais qui repensent également de manière profonde notre manière de s'alimenter : moins de viande, moins d'impact carbone, et une meilleure prise de conscience de la souffrance animale. Toutefois, il faudra être ultra transparent sur les procédés sinon d'autres problèmes apparaîtront. Une fois ce dernier frein levé, nous nous rapprocherons du momentum où la prise en compte de l'impact social et environnemental n'engendre plus une contrainte pour le goût et le plaisir ! La France a une véritable place à prendre dans cette préoccupation, du fait de son patrimoine gastronomique incontestable. La *French Touch* est en ce sens un véritable atout, mais peut

aussi parfois constituer un frein à l'innovation. Les Français sont très attachés à la culture gastronomique, et seront plus réticents à certaines innovations radicales comme l'agriculture cellulaire, les repas à boire... Le grand défi à venir pour les startups françaises de la *Food* sera de jouer avec les codes positifs de la *French Touch*, tout en sachant prendre le pari des innovations radicales. Certaines ont déjà commencé et montrent la voie (Algama par exemple avec l'exploitation des protéines végétales et la commercialisation de mayonnaise sans œuf à base de spiruline).

En matière d'innovation, si la France était un peu en retard cette dernière décennie, on constate qu'elle est aujourd'hui devenue un véritable moteur en Europe, en prenant récemment la place du premier pays européen en termes d'investissements, devant la Grande-Bretagne qui était jusqu'alors l'incontestable leader. Au-delà du financement, des signaux forts sont envoyés par l'ensemble de l'écosystème qui gagne en maturité : Station F, le plus grand incubateur du monde, a choisi de s'installer à Paris tout comme Plug and Play, et de plus en plus d'entreprises (dont BNP Paribas Cardif) cherchent à intégrer une stratégie « startup friendly ».

La tendance en France est très positive, et chacun a son rôle à jouer. La course à l'innovation n'est pas seulement l'affaire des startups : les entreprises, les institutions, les salariés ont aussi la mission de pousser l'ensemble de l'économie à développer des collaborations vertueuses. InVivo Quest agit parfaitement en ce sens, et on ne peut que s'en réjouir !

La Foodchain



L'Agtech



La Foodtech



La Winetech

La France en quelques chiffres

La filière
alimentation
et distribution

=15%
du PIB

#1 Secteur
industriel
français

4ème
Économie **exportatrice**

10\$
Milliards

dans le monde en 2015, dont

1% ont été investis
dans la **Foodtech**
pour les **startups françaises**

À l'échelle de
l'Union européenne,
la France est la

#1

des **puissances productrices**
de produits agricoles

Depuis 25 ans plus de

50%

des **exploitations** ont disparu

1. Les défis de la Foodchain

1.1 Repenser la chaîne de l'alimentation

L'évolution des habitudes des consommateurs est aujourd'hui engageante. L'explosion des spécificités alimentaires, la prise en compte des enjeux sanitaires et environnementaux ont rendu impopulaire la consommation de masse au profit d'une alimentation saine, locale et personnalisée. Les Milléniens, particulièrement acteurs de ces changements de consommation, représenteront près de 50% des consommateurs actifs en 2020. Très connectés, à la recherche d'aliments traçables et sains, ils sont demandeurs de solutions qui leur facilitent le quotidien, passant de moins en moins de temps derrière les fourneaux.

D'après les estimations démographiques, la planète devrait compter près de 9 milliards d'humains en 2050. Face à cette croissance et au dérèglement climatique, les enjeux à venir pour nourrir l'ensemble des Hommes sont importants. Repenser notre manière de produire, de distribuer, de s'alimenter est un défi de taille, que l'ensemble des acteurs de la chaîne doivent s'approprier. Les agriculteurs utilisent aujourd'hui et utiliseront demain un ensemble d'outils pour produire de manière plus efficace et raisonnée. La gestion des intrants est contrôlée par des

données, remontées au travers de drones et d'objets connectés. Les robots agricoles permettent d'assister les hommes dans leurs tâches manuelles et les logiciels dans la gestion de leur exploitation.

Les startups ont bien compris ces enjeux à venir et les opportunités énormes qui découlent de ces changements sociétaux. Les startups de la *Foodchain*, qui regroupent l'*Agtech*, la *Foodtech* et la *Winetech*, proposent aux agriculteurs, aux transformateurs, aux distributeurs et aux consommateurs un ensemble de produits et de services hétérogènes. De la fourche à la fourchette, la révolution est en cours. Les enjeux économiques portés par la *Foodtech* sont conséquentes. Selon les prévisions, la *Foodtech* représentera près de 250 milliards de dollars de chiffre d'affaires dans les cinq ans à venir, portée par une croissance annuelle de près de 6% (Source Research and Markets).

Ces startups *Foodchain* se développent de façon exponentielle à l'échelle mondiale, on assiste à des levées de fonds et des *exit* spectaculaires qui s'enchaînent. Par exemple, la startup chinoise de livraison Ele.me a été rachetée près de 1.2 milliard de dollars par Alibaba, Whole Food a été cédé pour 13,7 milliards de dollars à Amazon tandis que l'américain Blue Apron, qui commercialise des kits prêts à cuisiner, s'est introduit en bourse. Les startups du *delivery* semblent être à l'heure actuelle les startups du secteur les plus financées. Delivery Hero, HelloFresh, Zomato, Instacart ont par exemple dépassé le milliard de dollars de valorisation. Le marché de la livraison représente à

lui seul un énorme enjeu économique. D'après une étude de Statista, en 2021 se sont près de 20.2 millions de personnes qui utiliseront les services de livraison de nourriture en France (alimentation et restauration)

Dans cette course économique internationale, la France reste trop timide. Au-delà de quelques levées de fonds emblématiques, comme Wynd (30 millions d'euros), Frichti (30 millions d'euros) et Alkemics (20 millions d'euros), les investisseurs français semblent être encore frileux dans leur ensemble à financer de manière conséquente les startups françaises. Dans la production notamment, la startup Ynsect qui produit des farines d'insectes a dû recourir à une majorité de financements étrangers pour assurer son développement.

Pour **Nicolas Ferras**, directeur d'InVivo Invest « Les startups de la *Foodtech*, *Agtech*, *Winetech* ne reposent pas uniquement sur un modèle digital. Produire une plante, un aliment, une boisson, ce n'est pas une ligne de code et cela nécessite souvent un temps et des investissements incompressibles, impactant les courbes de scalabilité classique des autres thématiques. »

Anaïs Maury, directrice de communication chez Sopexa, agence de communication et de marketing spécialisée dans l'agroalimentaire, les vins et l'art de vivre, confirme : « En 3 ans, le nombre de créations dans la *Food* a été multiplié par 3 et les investisseurs étrangers sont très intéressés pour investir dans des startups *Food* françaises. Ces 2 dernières années, le marché du *delivery* s'est concentré et consolidé.

La tendance forte du moment concerne l'agriculture urbaine, qui résulte d'une forte volonté des villes d'engager leur transition vers les *smart cities*. Par ailleurs, le besoin croissant de personnalisation de l'alimentation engendre une réelle modification du modèle d'alimentation de masse qui est celui des dernières décennies. L'ensemble des marchés de niches sont en pleine explosion (*babyfood*, *vegan*, sans gluten etc). Les startups de la *Foodtech* seront acteurs de cette transition, avec des initiatives toujours plus innovantes. >>



Les tendances de la *Foodchain*



PRODUCTION

Substituts de protéines à base de plantes et d'insectes
Agriculture cellulaire
Alimentation santé (ADN, gluten free...)
Alimentation alternative
...



TRANSFORMATION

Sécurité alimentaire
Traçabilité
Data et *food analytics*
Outils de production et de conditionnement
...



DISTRIBUTION

Livraison
Tech for restaurant
Circuit court
...



CONSOMMATION

Produire et faire à la maison
Gaspillage alimentaire
Applications et communauté
Social dining
IoT
...

Première puissance européenne agricole et agroalimentaire, la France doit veiller à maintenir sa place de leader dans cette industrie. La *Foodchain* recèle d'activités très hétérogènes, avec des typologies d'innovations variées. Du champ à l'assiette, la France a la capacité de faire émerger des startups françaises leaders sur la scène internationale. Pour ce faire, les acteurs français doivent prendre la mesure de l'enjeu et soutenir les startups en accélérant à la fois l'accompagnement et les financements dédiés à cette filière.

1.2 La French Food Touch

L'image de la France est associée à l'alimentation depuis le Moyen-Âge où la royauté rayonnait à travers les arts de la table. La gastronomie française, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, fait toujours briller la France à l'international. Mais bien au-delà d'un rayonnement reconnu autour de la cuisine et du vin, la qualité de la production française est aussi très porteuse. **Anaïs Maury** de Sopexa confirme : « Culturellement, et dans le monde entier, la France est le pays de la gastronomie et du vin. Mais aussi parce que nous sommes synonymes de qualité. Bien qu'il ne se passe pas une semaine sans qu'il y ait d'article à charge contre l'industrie alimentaire, nous sommes le pays dans lequel il y a le moins d'accidents alimentaires. Quand il y a eu la crise des œufs au Danemark, les consommateurs européens ont demandé des œufs français. Quand il y a eu la crise du lait en Chine, les consommateurs ont demandé du lait français. Cette qualité est reconnue à l'international,

« Il faut, comme la FrenchTech, avoir une French Food Touch »

Thierry Blandinières, le directeur général d'InVivo

mais pas assez exploitée par l'industrie française. Les startups françaises doivent, sans être arrogantes, jouer au maximum sur l'image de la qualité. »
Ainsi les Français, de par leur haut niveau d'exigence gastronomique, ont inculqué à l'industrie une image de haute qualité. Pour **Ariane Voyatzakis**, responsable du secteur agroalimentaire chez Bpifrance : « Dans la *Foodtech*, nous n'avons rien à envier aux autres puissances comme Israël, les États-Unis ou les Pays-Bas. Notre capacité d'innovation est forte et nous bénéficions d'une excellente image en termes de goût. Dans l'alimentation, la *French Touch* est un véritable atout dont il faut savoir exploiter le potentiel, notamment pour mieux exporter. La France est l'une des premières industries agroalimentaires en Europe et nous jouissons d'une qualité reconnue au niveau mondial qui fait du "made in France" un réel atout dans l'environnement concurrentiel. »



1.3 La Foodchain en 11 startups



PRODUCTION



Comparateur Agricole

Plateforme de négoce en ligne destinée à la vente de production



TRANSFORMATION



Il était un fruit

Des fruits naturels, tranchés et séchés sans additif ni sucre ajouté.



DISTRIBUTION



Shopopop

Livraison collaborative des courses et des colis



CONSOMMATION



10-vins

Machine de dégustation de vin au verre



Mon Beau Terroir

Visite à la ferme ou dans un domaine viticole



DU CHAMP

À L'ASSIETTE



Corporate Garden

Jardin et potager d'entreprise



Fabic

Cuisine professionnelle partagée



Miimosa

Site de financement participatif de l'agriculture et de l'alimentation.



Petit beret

Boisson sans alcool et sans fermentation alcoolique



Biomédé

Vend aux viticulteurs des graines de plantes dites hyperaccumultrices du cuivre



Check Kit

L'application mobile pour la gestion de votre plan de maîtrise sanitaire

2. L'écosystème Foodchain français

Si l'Hexagone occupe aujourd'hui une position forte pour devenir un champion de la *Foodtech*, c'est aussi du fait d'un écosystème particulièrement riche et complémentaire. Outre une puissance agricole forte, la France possède également un réseau de formation notamment les Grandes Écoles et d'institutions de recherches de renom international comme l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA), dont les travaux dans l'alimentation, la santé et l'agriculture, sont reconnus partout dans le monde.

2.1 Le réseau *Frenchtech* thématique *Foodtech*

Depuis la création du label *Frenchtech* en 2013, des labellisations thématiques ont vu le jour afin de reconnaître le potentiel de certains secteurs d'activités. La labellisation thématique *Foodtech* a alors émergé, afin de mettre en lumière des écosystèmes régionaux favorables à l'émergence de projets innovants. Ainsi, Lyon, Montpellier, Dijon, Saint Malo et Rennes ont obtenu la reconnaissance d'écosystèmes structurés, favorables à l'émergence de startups *Foodtech*.

« **La FoodTech, c'est avant tout une équipe, une superbe aventure humaine** »

Xavier Boidevezi, Secrétaire national du réseau thématique *FoodTech*

La *Foodtech* française



Pour **Jérôme Zlatoff**, référent de la thématique *Foodtech* à Lyon, c'est l'ensemble des acteurs locaux qui doivent se regrouper afin de proposer un écosystème structuré et complet : « À Lyon, avant le développement de la thématique *Frenchtech Foodtech*, il existait déjà de nombreux acteurs qui œuvraient au développement de l'écosystème, comme l'ISARA Lyon et son incubateur Foodshaker. Lors de la candidature pour la labellisation, nous nous sommes aperçus qu'il existait une réelle demande pour fédérer et connecter les différents acteurs de la filière, les startups et l'ensemble des parties prenantes.

On a aussi réalisé qu'il pouvait exister un énorme fossé entre les acteurs de la filière agri/agro et ceux qui accompagnent l'émergence et le développement de projets numériques. On a donc constitué une sorte de consortium avec 28 partenaires, dont des industriels, des distributeurs, des banques, des institutionnels, des centres de compétences et organismes de formation et la métropole de Lyon, également active à travers le projet de la cité de la gastronomie. À l'ensemble de ces acteurs, nous avons rajouté les différents dispositifs d'accompagnement et de financement des startups tels que Foodshaker, Alimentech, l'EM Lyon incubator, les Premières, Ronalpia, le Village by CA, 1kubator, Angelor...

On mène cette mission en parallèle de nos obligations professionnelles respectives, il n'y a pas de poste ou de budget dédié à la constitution et l'animation de ce réseau. On doit donc réaliser des actions dimensionnées au temps dont nous disposons. À terme avec ce consortium, l'idée serait de rationaliser les actions des différents acteurs qui œuvrent sur le territoire, et être en mesure de proposer les bons acteurs, les bons dispositifs aux bons projets, selon leurs stades d'avancement. >>

Bien au-delà de la labellisation des métropoles *Frenchtech*, la consolidation de la *Foodtech* est l'affaire de tous les acteurs nationaux. Partout en France, les agriculteurs et entrepreneurs produisent et innovent.

2.2 Les acteurs et dispositifs de soutien dédiés

Les financeurs thématiques

Business Angels : Angelor et Angels For Food, Business angels privés (Niel, Granjeon...)

Fonds *early stage* : InVivo Invest, Go Capital, Terralia Venture

Fonds de capital innovation : EMeRTec, Capagro, Citizen Capital, Seventure Partners

Growth Capital : French Food Capital

...

Les technopoles, incubateurs et accélérateurs spécialisés

Foodshaker
Rungis & Co
ShakeUpFactory
Smart Food Paris
Agropole Agen
ToasterLab
Alimentec
AgroValo Méditerranée
Euralimentaire
...

Les acteurs et dispositifs dédiés à la Foodchain

Terralia
Vitagora
Agri Sud-Ouest Innovation
Aquimer
Céréales Vallée
Hippolia
Valorial
Végépolys
IAR (Industries & Agro-Ressources)
Pôle Nutrition Santé Longévité
Qualitropic
...

Elles sont food
Cook Innov
Digital Food Lab
Generation Food
Alim'Avenir
...

Pôles de compétitivité

Associations et collectifs



Jérôme Calleau, Président délégué d'InVivo

L'une des missions de Bpifrance est de réunir les différents acteurs autour de projets communs. **Ariane Voyatzakis**, responsable du secteur agroalimentaire de Bpifrance, explique : « Nous essayons de rassembler les acteurs, grands groupes, petites entreprises et instituts de recherche, afin de leur permettre de collaborer et d'innover ensemble. En tant qu'opérateur du Programme des Investissements d'Avenir (PIA), nous les accompagnons également sur la formalisation du partenariat. En particulier, les Projets Structurants Pour la Compétitivité (PSPC) sont des projets collaboratifs ambitieux. Par exemple, le projet PROLEVAL, qui consiste à structurer une filière des oléoprotéagineux français pour l'alimentation des animaux d'élevage, a été financé à hauteur de 8 millions d'euros.

En plus de nos dispositifs communs à l'ensemble des industries, nous avons également un partenariat avec le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation qui offre des aides publiques dédiées aux projets agroalimentaires. Des enveloppes de 50 000€ permettent de réaliser la preuve de concept des projets d'innovation, notamment au travers d'études techniques, commerciales, de propriété intellectuelle ou juridiques. »

2.3 Les agriculteurs : moteur de l'innovation

Jérôme Calleau (agriculteur, Président de la CAVAC, Président délégué d'InVivo): « Les agriculteurs ne sont pas systématiquement connectés et sont surtout très pragmatiques. Si la technologie apporte une véritable valeur ajoutée dans le quotidien, alors ils y seront très favorables. En ce sens, les objets connectés ou les circuits courts sont deux types d'innovations qui séduisent véritablement les agriculteurs. Pour tout ce qui relève des tendances ou des perspectives, les agriculteurs seront peu sensibles aux effets de mode et auront plus de difficultés à la projection, car les incertitudes qui entourent le métier sont réelles et nombreuses. C'est compliqué pour les agriculteurs de s'intéresser aux opportunités de la *blockchain* par exemple, alors que la majorité d'entre eux peine à joindre les deux bouts ! Le rôle d'InVivo est de suivre les évolutions et d'exploiter les opportunités qui engendreront demain une véritable valeur ajoutée pour les agriculteurs. Les Etats Généraux de l'Alimentation vont encore affaiblir les agriculteurs en renforçant les contrôles, durcir les conditions de travail et certainement réduire la compétitivité des exploitations. Pour autant, dans toutes les contraintes il y a de nouvelles opportunités. Les nouvelles technologies et le numérique sont des leviers pour améliorer la production, la rendre plus efficace, plus fiable et plus viable économiquement.

Du côté des innovations marché, il y a aussi un grand rôle à jouer afin de rapprocher les agriculteurs producteurs des consommateurs. Le numérique et les technologies permettront l'émergence de solutions concrètes, tant pour augmenter la valeur ajoutée des productions que développer des revenus additionnels. L'enjeu des années à venir consistera à faire en sorte que l'ensemble des acteurs du marché se saisissent des innovations pour faire évoluer durablement les mentalités. »

3. Accompagner l'émergence et le développement des startups dans la Foodchain

Avec InVivo Quest, le groupe InVivo est parti à la rencontre des écosystèmes et des startups de la *Foodchain* sur le territoire français au travers du 1er programme d'*open innovation*. Etudiants et startups de l'*Agtech*, la *Winetech* et la *Foodtech*, se sont mobilisés pour répondre aux défis de l'alimentation de demain. Au travers de Quest, InVivo a souhaité mobiliser l'ensemble des écosystèmes locaux, accompagnants, financeurs, experts et Grandes Écoles, afin de proposer aux projets de la *Foodchain* le réseau et les outils nécessaires à leur bon développement.

Le financement est important, mais l'accès au marché et l'industrialisation sont fondamentaux pour les startups de la *Foodchain*. La communauté InVivo Quest a pour ambition de leur faciliter ces étapes en bénéficiant des leviers offerts par les grands groupes partenaires et une relation startup/corporate gagnant-gagnant sans laquelle aucune ambition n'est crédible.

Ainsi, pour **Laure Barbaza**, fondatrice de la FABIC, startup lauréate d'InVivo Quest Montpellier : « Après avoir remporté InVivo Quest à Montpellier, nous avons été accompagnés pendant une semaine par le studio Digital d'InVivo et l'ensemble des partenaires. Nous sommes déjà suivis par une structure d'accompagnement généraliste, mais le fait d'être au contact des experts d'InVivo était un vrai plus pour bénéficier d'une expertise métier et sectorielle. L'ensemble des acteurs qui nous ont accompagnés au cours de cette semaine ont apporté un regard neuf et extérieur sur notre projet, et nous ont "challengés" par rapport aux standards de l'industrie. C'était un accompagnement très opérationnel, centré sur nos besoins réels de développement. À l'issue de cette semaine, nous avons fait évoluer la structuration du projet, son modèle économique et surtout, nous avons gagné en ambition. L'ensemble des contacts établis avec les partenaires régionaux et nationaux m'ont permis d'élargir mon réseau professionnel au-delà de mes espérances. Pouvoir mobiliser l'ensemble des acteurs clés, experts, institutionnels et corporate, autour de mon projet est un gros atout. »



150
ÉTUDIANTS
DE 14 ÉCOLES
PARTENAIRES

+ DE
300
PARTICIPANTS

+ **80**
startups

Les chiffres clés

inVIVO QUEST
NOURRIR LE FUTUR

50
PARTENAIRES
(NATIONAUX & LOCAUX)

40
INTRAPRENEURS

120
40 HEURES
PITCHS

5 VILLES
PARIS
LYON
NANTES
BORDEAUX
MONTPELLIER

3 LAURÉATS
+ LAURÉATS
« COUP DE COEUR PARTENAIRES »
« COUP DE COEUR RSE »

La FABIC est un outil facilitant l'innovation auprès de tous les acteurs de la filière culinaire : artisans, restaurateurs et industriels. La FABIC leur propose une mise en relation avec des prestataires adaptés ou de développer pour eux les services et outils nécessaires pour répondre à leurs problématiques. Le premier service proposé est la Cuisine professionnelle partagée.

Étudiants à Bordeaux Science Agro, **Audrey** et **Jules** se sont alliés à **Alan**, étudiant à l'école de commerce Kedge Business School Bordeaux avec une double compétence en agronomie, pour porter le projet RACINE à InVivo Quest étudiant à Bordeaux.

RACINE a pour objectif de permettre aux agriculteurs de se réapproprier les outils d'aide à la production agricole, notamment en mettant en relation les agriculteurs entre eux, afin de faciliter les échanges et les retours d'expériences sans filtre. La plateforme permettra également, en plus de la mise en relation directe entre pairs, de connecter les étudiants avec les agriculteurs, pour faciliter la création et le développement de projets.

Audrey revient sur l'émergence de l'idée : « Avec Jules, on parlait souvent du sujet de l'isolement des agriculteurs et du fait qu'il existait trop peu de lien entre les étudiants des filières agronomie et les agriculteurs. On a pensé à la création d'une plateforme afin de créer du lien. C'est notre professeur qui nous a présenté Quest, et lorsque l'on a présenté le projet lors de l'événement, notre idée avait seulement 15 jours ».

Pour Jules, « Quest nous a donné l'occasion de mettre en forme notre projet, et de bénéficier d'un accompagnement sur une journée pour nous faire avancer dans notre idée et la structurer. L'accompagnement et les conseils donnés lors de cette journée nous ont permis de nous poser les bonnes questions. Même si l'on n'a pas été sélectionné par le jury, Quest est une victoire, car cela nous a beaucoup appris, et que l'on est toujours en contact avec InVivo qui souhaite nous accompagner dans le développement du projet ».

Pour **Nicolas Ferras**, « L'innovation dans la *Foodchain* doit être économique, sociale, mais surtout solidaire. La RSE fait partie intégrante de notre vision sur la transformation de l'agriculture et de l'agroalimentaire de demain. »



3.1 Les grands enjeux des startups **Foodtech**

Pour **Thierry Rizza**, associé chez Grant Thornton, cabinet d'expertise comptable indépendant présent sur tout le territoire français : « La plupart des startups sous-estiment la partie financière lors de la constitution de la société. Pourtant, au même titre qu'une stratégie d'entreprise ou qu'une stratégie de recherche et développement, la stratégie financière est indispensable, car elle permettra de mobiliser les ressources adaptées, comme les aides locales, à chaque étape de l'entreprise. Bien souvent, les b.a-b.a financiers ne sont pas maîtrisés : la notion de Besoin en Fonds de Roulement est sous-estimée et il n'existe pas d'optimisation de fonds propres pour activer la R&D et produire un effet de levier avec les aides publiques Bpifrance.

Certains projets *Foodtech*, notamment les projets industriels, peuvent être particulièrement gourmands en capitaux. Il faut alors se poser la question de l'industrialisation. Est-ce que l'entreprise va produire ou sous-traiter, et en fonction, comment vais-je mobiliser les capitaux ? Michel et Augustin par exemple, sous-traitent leur production. En fonction de cette variable, le plan de financement et la gestion de la trésorerie seront radicalement différents. La stratégie industrielle va de pair avec la stratégie financière.

Il est important de sensibiliser les entrepreneurs à la gestion financière dès le début de leur aventure, afin qu'ils puissent acquérir des réflexes d'autonomie, dans le pilotage stratégique et dans la gestion quotidienne de leur trésorerie. Concrètement, trop peu d'entrepreneurs répercutent sur la stratégie financière, et donc sur la gestion de leur trésorerie, les évolutions de leur stratégie de développement. Ceci engendre un certain nombre d'échecs, qui auraient pourtant pu être évités avec un minimum de sensibilisation et d'anticipation. »

En plus du financement, les startups de la *Foodtech* ont un enjeu de marque décisif. **Anaïs Maury** de Sopexa le confirme : « L'aspect communication et marketing est souvent sous-estimé de la part des startups, qui vont plutôt se concentrer sur l'aspect commercial. Pourtant, si l'on ne crée pas de marque, on ne devient qu'une marchandise, et aujourd'hui le consommateur n'achète plus de marchandise. Il est indispensable de créer le message et l'histoire qui va avec, mais également de rassurer le consommateur lorsqu'il s'agit de nouveaux produits. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants et malheureusement, faute de moyens, la plupart des startups ne se mettent pas au niveau des attentes. Il faut former davantage les entrepreneurs de la *Foodtech* à l'industrie agroalimentaire. Les startups apportent des idées fraîches et bousculent le secteur qui n'aurait certainement pas tenté de nouvelles activités. Pour autant, elles manquent parfois d'une véritable expertise métier, qui, si on leur transmettait, leur permettrait d'accélérer beaucoup plus vite les projets ».

Pour **Céline Bondard**, avocat à la Cour et au Barreau de New York du cabinet Bondard : « Souvent, lorsque les entreprises consultent un avocat, c'est souvent pour rattraper certaines erreurs qui ont été commises, alors qu'elles auraient pu être évitées. Penser très en amont son pacte d'actionnaires, protéger ses innovations et mettre en place des contrats est la base sur laquelle devrait se développer toute société. La marque doit être pensée au plus tôt, il faut éviter au maximum de choisir une marque descriptive ou trop dans l'air du temps qui attirera de nombreuses oppositions. Lorsque l'entreprise est dans un secteur particulièrement *disruptif* et s'appuie sur une réglementation floue ou parfois contraire à ses intérêts, ou lorsqu'il s'agit d'une industrie en pleine révolution, telle la *Foodchain*, il est primordial de considérer en amont le point de vue réglementaire ou jurisprudentiel. Par exemple : peut-on protéger une recette ? Peut-on commercialiser (et comment) de la nourriture contenant des insectes ? La stratégie juridique doit se penser au maximum en amont »



Les enjeux des startups foodtech

Stratégie financière et recherche de financements

#1

Atteinte d'une taille critique
(avec une intensification de la concurrence)

#2

#3

Diversification B2B
(exemple La belle assiette,
pivot de Popchef)

#4

Sécurisation des filières
des matières premières

Optimisation des coûts
de production et de logistique

#5

#6

Qualité et sécurité

#7

Stratégie de marque
et communication

Réseaux de distribution

#8

Hugues Hansen, directeur général de Start'inPost, le programme d'accélération de startup au sein du groupe La Poste confirme les différences existantes avec les startups du numérique ou des technologies : « Les startups de la *Foodchain* se différencient des projets "technos" ou numériques notamment par l'aspect financier. Dans la *Foodtech*, le potentiel de plus-value financière d'un investissement est moins important, car sur les projets industriels, l'achat de matières premières et le processus de transformation sont au cœur du modèle. De ce fait, la scalabilité est moins évidente, alors que c'est généralement ce qui est recherchée par les capital-risqueurs généralistes. Les startups de la *Foodchain* se rapprochent plus, dans leurs contraintes de développement, des modèles de startups *Hardware* que ceux du numérique. De plus, les *Foodtechs* innovent plus souvent sur l'aspect marché et marketing que sur l'aspect technologique. De ce fait, pour ces startups, il est primordial d'être bien accompagné sur l'aspect distribution physique en magasin, ce qui n'est souvent pas la spécialité des structures d'accompagnement de l'écosystème numérique. Ainsi, à la manière des accélérateurs *Hardware* comme le « Hardware Club » ou l'« Usine.io », il faudrait développer des accélérateurs dédiés à l'accompagnement des startups sur les problématiques transverses à l'activité : production, logistique, distribution, marque, prix de vente, etc.

3.2 Constats et pistes d'amélioration

S'il est évident que la thématique de la *Foodchain* est en pleine structuration et que de plus en plus d'actions positives sont menées, les quatre mois

d'InVivo Quest au contact des acteurs et des projets innovants de la *Foodchain* ont permis de mettre en lumière certaines pistes d'amélioration, en vue de la constitution d'un écosystème national plus puissant.

1 Fédérer l'ensemble des acteurs autour de réseaux *Foodchain* structurés

Au-delà d'une démarche territoriale, il est important d'envisager la *Foodchain* au niveau national. La création d'un grand plan national sur la *Foodtech* permettrait de redistribuer les cartes et les missions sur les territoires, et de permettre plus de ponts entre les différents écosystèmes locaux. Ainsi, une démarche globalisée permettrait de structurer l'ensemble des partenaires et parties prenantes de la réussite des startups : banques, fonds d'investissement, Enseignement Supérieur, réseaux d'experts et structures d'accompagnement.

Ceci a été initié par le réseau thématique *Foodtech* de la *Frenchtech* et doit être aujourd'hui encouragé et dynamisé en fédérant les acteurs au niveau national.

Ainsi, faire évoluer la formation et engager plus de passerelles entre les différentes filiales semble être un enjeu important. Développer plus de partenariats entre les Grandes Écoles de commerce, les Grandes Écoles de développement informatique et les Grandes Écoles d'agronomie engendrerait une meilleure mixité et permettrait de faire émerger des projets d'autant plus ambitieux et viables.

2 Mettre en place des dispositifs de financements adaptés au tempo des startups de la *Foodchain*

Ces derniers mois, de l'*Early stage* au *Growth capital*, la chaîne de financement des startups *Foodtech* semble se consolider. Les industriels et les *corporate* semblent également de plus

en plus nombreux à se poser la question de la complémentarité, et les mois à venir verront peut-être émerger des fonds d'investissement de groupes agroalimentaires ou industriels. Cependant, le financement des startups en *Early stage* reste encore assez insuffisant. Pour les startups du secteur, et particulièrement pour les projets industriels, le démarrage de l'activité au travers de premiers prototypes est coûteux et un manque de financement au démarrage d'un projet peut freiner ses ambitions de développement. Par ailleurs, un suivi et un fléchage des projets entrés dans la chaîne de financement permettraient plus d'efficacité. Ainsi, un projet financé dans ses premières étapes devrait être guidé vers les bons interlocuteurs de financement au fur et à mesure de ses stades de développement. Cela permettrait un véritable gain de temps, autant pour les entrepreneurs que pour les financeurs.

Pour **Nicolas Ferras** : « Nous devons essayer de bâtir des verticales de financement thématique pour que les startups ne passent pas la moitié de leur temps à chercher des fonds, mais plutôt à déployer leur business. C'est pour cela que nous avons créé InVivo Invest en *Early stage*, et que nous sommes rentrés dans les fonds de capital risque Capagro et French Food Capital. Chez InVivo nous sommes aujourd'hui en capacité de proposer cette verticale de financement. »

3 Développer des programmes d'accélération dédiés à la thématique

Pour **Jérôme Zlatoff**, référent *Foodtech* à Lyon, le développement de startups plus ambitieuses passe par la mise en place de programmes d'accélération dédiés : « L'écosystème de la *Food* est spécifique et c'est indispensable d'avoir des accompagnants qui comprennent et maîtrisent cette industrie. Par exemple, conseiller à un projet industriel agroalimentaire d'appliquer la méthodologie *Lean startup* cela peut être très dangereux. Les standards de l'industrie sont très différents des standards du web !



Les startups de la *Foodtech* ont des besoins spécifiques, notamment pour sécuriser le lancement et le développement commercial. De plus, l'exécution s'avère être un véritable challenge quotidien pour les entrepreneurs qui doivent gérer à la fois les enjeux de distribution, de *pricing*, de *sourcing* de matières premières, etc. À ce jour, il manque encore des acteurs d'accompagnement spécialisés sur la thématique. La brique d'incubation est assez bien dotée avec un certain nombre d'acteurs répartis sur le territoire comme Foodshaker, Smart Food Paris, Agropole Agen, AgroValo Méditerranée. Cependant, il manque à mon sens une brique amont pour tester les projets sur des périodes très courtes. Il n'existe pas de programme d'accélération d'idées sur quelques semaines, ce qui permettrait pourtant de faire un travail d'écrouissage afin de se concentrer rapidement sur les projets les plus prometteurs. Les programmes d'accélération en aval dédiés aux startups *Foodtech* sont encore trop peu nombreux. Toaster Lab by Vitagora par exemple fait du très bon travail, mais un seul acteur n'est pas suffisant pour couvrir l'ensemble du territoire. >>

4

Acculturer les grands groupes et les distributeurs aux enjeux startups

Les grands groupes sont de plus en plus nombreux à envisager la collaboration avec les startups. Au travers de programmes d'open-innovation comme InVivo Quest, de studios d'innovation comme Le Studio Agro-Digital ou de pépinières d'entreprises *corporate* comme le groupe Nutrisens avec La marmite, les initiatives se développent.

Pourtant, les plus grandes entreprises de l'agro-alimentaire restent encore confrontées à la difficulté d'identifier parmi la pléthore de startups de la *Foodtech*, celles qui seront les plus adaptées pour développer des partenariats. Les différences culturelles entre les *corporates* et les startups constituent toujours un frein majeur au développement de collaborations réussies.

Pourtant, certaines enseignes ont déjà amorcé des changements en interne afin d'assouplir certains processus pour les startups. C'est notamment le cas de Système U, qui a facilité ses conditions de référencement et de paiement pour les startups. De même, le groupe InVivo, au travers de ses enseignes Gamm Vert et Frais d'Ici facilitent l'intégration des startups partenaires à leurs réseaux de distribution.

Pour **Dorothee Julliard**, directrice adjointe de WAI chez BNP Paribas, la collaboration entre les *corporate* et les startups nécessite un véritable travail de pédagogie : « La transparence est l'enjeu numéro un si l'on veut que les startups et les *corporate* puissent travailler ensemble de manière efficace. Quand on commence une relation de collaboration, il est nécessaire de trouver un équilibre de pouvoir, un véritable partenariat gagnant-gagnant en mettant à plat les tenants, les freins et les motivations réelles de chaque partie. Un POC dure entre 3 et 6 mois, et parfois, les projets sont abandonnés en cours de route du fait de non-dits qui auraient dû être levés au commencement de la collaboration. Par exemple, la marque blanche peut être un point sensible. Il peut arriver qu'un grand groupe veuille intégrer totalement le produit/service à sa marque, alors que la startup veut absolument garder son *branding* afin de gagner en notoriété. La question du capital est aussi un point qui peut s'avérer bloquant. Certains *corporate* n'envisagent pas une véritable collaboration avec une startup s'ils ne prennent pas part au capital, alors que cela peut être réhibitoire pour certaines startups. Notre rôle, avec nos programmes d'accélération WAI, est notamment d'aider les deux parties à définir les bons KPI dès le début pour que les enjeux de la collaboration soient partagés. Veiller à ce que la startup soit justement rétribuée est aussi indispensable. Aujourd'hui, il semblerait que les projets de collaboration menés entre les ETI et les startups soient plus fluides et *successful* que ceux menés avec les grands groupes. En effet, les ETI fonctionnent encore souvent avec des ADN d'entrepreneurs, sont plus agiles et ont une culture entrepreneuriale plus forte. >>

Pour le groupe InVivo, le développement de Quest auprès des salariés du groupe représente autant un enjeu d'acculturation à l'écosystème startup que la transmission de méthodes pour gagner en agilité. Un pari relevé haut la main, puisque c'est près de 10% des effectifs du siège opérationnel qui ont participé à l'aventure InVivo Quest Intrapreneuriat.

Isabelle Kerjouan, en poste à la direction juridique chez InVivo et porteuse du projet Foodgeth€r ne cache pas son enthousiasme : « Lorsqu'InVivo a communiqué sur le programme de Quest en interne, en tant que juriste, je me suis d'abord inquiétée de la question de la protection de la propriété des idées. Puis, petit à petit, je me suis laissé emporter par l'idée d'être partie prenante à un projet en équipe, j'ai donc pris part à Quest en tant que participante. Lors de la première réunion, nous avions des plateaux-repas, et comme dans la plupart des cas, une partie a terminé à la poubelle. J'ai donc soumis l'idée de trouver une réponse au gaspillage alimentaire dans la restauration d'entreprise. Nous avons travaillé à quatre sur ce projet avec des profils provenant de différentes filiales du groupe, et des compétences hétérogènes. En six semaines, on a beaucoup fait évoluer le projet, on a appris énormément. C'est le travail d'équipe et l'émulation intellectuelle qui étaient pour moi le plus stimulant. C'est vraiment intéressant de pouvoir envisager des idées disruptives et très réjouissant de penser qu'il est possible de tout créer. Ces six semaines ont été très riches en apprentissages en termes de méthode de travail et d'état d'esprit pour faire émerger et évoluer une idée. Dans mon travail quotidien de juriste, j'y ai beaucoup gagné en apprenant l'agilité et en privilégiant l'expérimentation. Notre projet « Foodgeth€r » consiste à mobiliser les clients des sociétés de restauration collective dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, qui est conséquent dans ce domaine. En permettant à ses clients de payer par avance leurs repas, le gestionnaire

de restaurant peut anticiper au mieux les stocks et ainsi éviter le gaspillage de ses clients, qui en retour bénéficient d'une réduction de la part du restaurant. Et avec les réductions nées de l'optimisation de ses achats, le restaurant collectif peut également financer des associations caritatives en lien avec l'agriculture, l'alimentation ou la santé. Être partenaire du projet « Foodgeth€r », c'est partager ces démarches avec la conviction que tous ensemble, nous pouvons contribuer à ce que la lutte contre le gaspillage alimentaire modifie durablement nos habitudes de consommation et bénéficie à tous. »

5 Accompagner les startups à l'international via des programmes dédiés

Les startups françaises ont encore trop de mal à dépasser les frontières commerciales. Les projets *Foodtech* sont encore trop liés aux territoires, et pour gagner en ambition, les startups ont besoin d'être accompagnées à l'international par des programmes dédiés. L'alimentation est un enjeu mondial, et les startups françaises doivent prendre conscience du potentiel de la *French Food Touch*. Le programme AgriNEST organisé par Business France permet à six startups de l'*Agtech* d'être accompagnées sur le marché américain. Plug and play, un acteur privé de l'accompagnement américain, travaille actuellement à la création d'un programme mondial d'accélération dédié aux *Foodtech*. Renforcer cette brique semble primordial afin de développer des startups françaises leaders sur la scène internationale.



Les Partenaires InVivo Quest



Bpifrance, Banque Publique d'Investissement est le partenaire de confiance des entrepreneurs qui accompagne la croissance et l'internationalisation des entreprises via l'innovation.



Sopexa : Agence Internationale de Communication et de marketing 100% Food, Drink & Lifestyle accompagne les entreprises, marques, collectivités et institutions dans leur développement et leur stratégie de communication et d'influence.



BigUp For Startup a pour mission de rendre plus opérationnelles les relations grands groupes/startups pour créer de la valeur en mode collaboratif.



BNP PARIBAS

BNP Paribas au travers de son offre **WAI (We Are Innovation)** accompagne toutes les entreprises qui souhaitent innover : Start-up mais aussi Entreprises de Tailles Intermédiaires et Grandes Entreprises au travers de lieux d'innovation, d'offres bancaires et de programmes d'accélération de business.



Le Cabinet Bondard offre un service juridique personnalisé aux entreprises innovantes et créatives, ainsi qu'à leur écosystème (investisseurs, incubateurs, accélérateurs).



Grant Thornton

Grant Thornton délivre des services d'Audit, de Fiscalité et de Conseil aux entreprises à travers ses cabinets présents sur l'ensemble du territoire français.



LA POSTE

La Poste, à travers son programme d'accélération aide les startups en amorçage à booster leur croissance en les connectant à la force de frappe du Groupe La Poste.

« InVivo Quest est la première étape d'un projet qui vise à créer un véritable écosystème d'innovation fondé sur les nouvelles technologies et sur l'ensemble de la *foodchain*. Nous souhaitons faire émerger les idées innovantes disruptives sur l'alimentation et l'agriculture du futur en créant avec toutes les parties prenantes les conditions de réussite pour promouvoir la « French Food Touch ». Je tiens à féliciter les lauréats ainsi que tous les participants qui ont apporté de vraies solutions innovantes pour l'agriculture et l'agroalimentaire. Je tiens aussi à remercier tous les partenaires nationaux, territoriaux, et les personnes qui se sont impliquées dans ce projet et ont permis sa réussite ! ».

Thierry Blandinières,
Directeur Général du Groupe InVivo.



inVivo QUEST

NOURRIR LE FUTUR

www.invivo-group.com/fr/invivo-quest