

COLLECTIVFOOD

De la terre à la tech !

Créé à Londres par un entrepreneur français, Collectiv Food arrive à Paris avec son modèle disruptif de distribution alimentaire. Grâce à sa solution logistique, digitale et innovante, la start-up change la vie des producteurs, des restaurateurs et des clients.





CHAÎNON MANQUANT

Jérémie Hibbert-Garibaldi (Fondateur Dirigeant) déambule dans les rues de Londres. Il vient de passer six semaines en immersion dans un restaurant et, plus il y pense, plus il sent que quelque chose ne tourne pas rond. Pourquoi les chefs ne choisissent-ils pas vraiment leurs produits, ou seulement par défaut ? Pourquoi ne connaissent-ils pas leurs fournisseurs ? Pourquoi les clients attablés sont-ils incapables de suivre à la trace ce qu'ils ont dans leur assiette ? Question d'indifférence, de manque de temps, de difficulté à s'organiser ? Un peu tout cela à la fois, sans doute.

Mais, tout à ses pensées, Jérémie comprend une chose :

“Il manque un acteur dans cette chaîne de valeurs.”

Un acteur multi-tâches mais pas un touche-à-tout bricoleur. Quelqu'un qui saurait où **trouver les produits** dont les cuisiniers ont besoin, en qualité et en quantité. Quelqu'un qui serait capable de les **acheminer efficacement**, de la terre au garde-manger, sans exploser son empreinte carbone. **Quelqu'un qui digitaliserait sans déshumaniser.** Quelqu'un qui

créerait du lien entre celles et ceux qui produisent, celles et ceux qui cuisinent et enfin celles et ceux qui mangent. Quelqu'un qui mettrait beaucoup de sens dans le réservoir à bonnes idées, au service d'une restauration durable.

Ainsi naquit Collectiv Food.

COLLECTIV FOOD KÉZAKO?

Collectiv Food se définit comme le **représentant d'une nouvelle génération de distributeurs** travaillant avec les cuisines professionnelles et les producteurs, pour répondre aux défis des circuits d'approvisionnement d'aujourd'hui et de demain. Son activité repose sur plusieurs piliers :

Transparence et traçabilité du sourcing

Dialogue entre producteurs et restaurateurs

Logistique de la ferme au restaurant

Digitalisation des process



EN PLEIN ESSOR

Après un démarrage en 2017 grâce à des fonds institutionnels et le soutien d'un propriétaire de restaurants à Londres, Collectiv Food a bouclé en juillet 2021 **une levée de fonds historique de 14 millions d'euros** en Série A, menée par VNV Global, VisVires New Protein, Partech, Octopus Ventures et Norrsken VC. **C'est la plus importante dans l'histoire des Séries A pour une entreprise B2B sur le marché de la distribution alimentaire en Europe.** Fort de cette assise financière, bien implanté à Londres, avec des clients fidèles (Big Mamma, Butchies ou PNY) et un projet d'ouvrir une seconde ville au Royaume Uni,

“Collectiv Food débarque à Paris”

accompagné par l'incubateur Smart Food de la Ville de Paris. Deux cadres dirigeants ont rejoint l'équipe, Julien Chiche, ancien banquier reconverti en restaurateur / caviste, un passage en cuisine après un CAP Cuisine, puis Directeur du Développement chez Big Mama, en qualité de Directeur France, et Sabine Mirault, ex Head of Business Innovation chez KellyDeli, comme Directrice Stratégie et Développement.

À CHACUN SON PRODUIT

La partie sourcing est assurée par des gens de métier, dénicheurs et acheteurs au contact du terrain. **Collectiv Food propose aujourd'hui viande et poisson, et s'impose déjà comme le leader des produits « plant based »**, alternatives végétales aux protéines animales. L'entreprise travaille à la mise en place très prochaine d'une filière boisson, mais aussi crèmerie et fruits et légumes, dont les produits, plus fragiles, plus périssables, requièrent une attention toute particulière. Même si elles privilégient une agriculture durable, les labels ne sont pas l'alpha et l'oméga pour les équipes de Collectiv Food. « *Le marché est gigantesque, il faut évangéliser, transmettre,*

accompagner », insiste Jérémy Hibbert-Garibaldi.

Dans un monde en transition, ce qui prime, c'est la relation tissée avec les producteurs d'un côté, les restaurateurs de l'autre, une fine connaissance de qui ils sont et de comment ils travaillent.

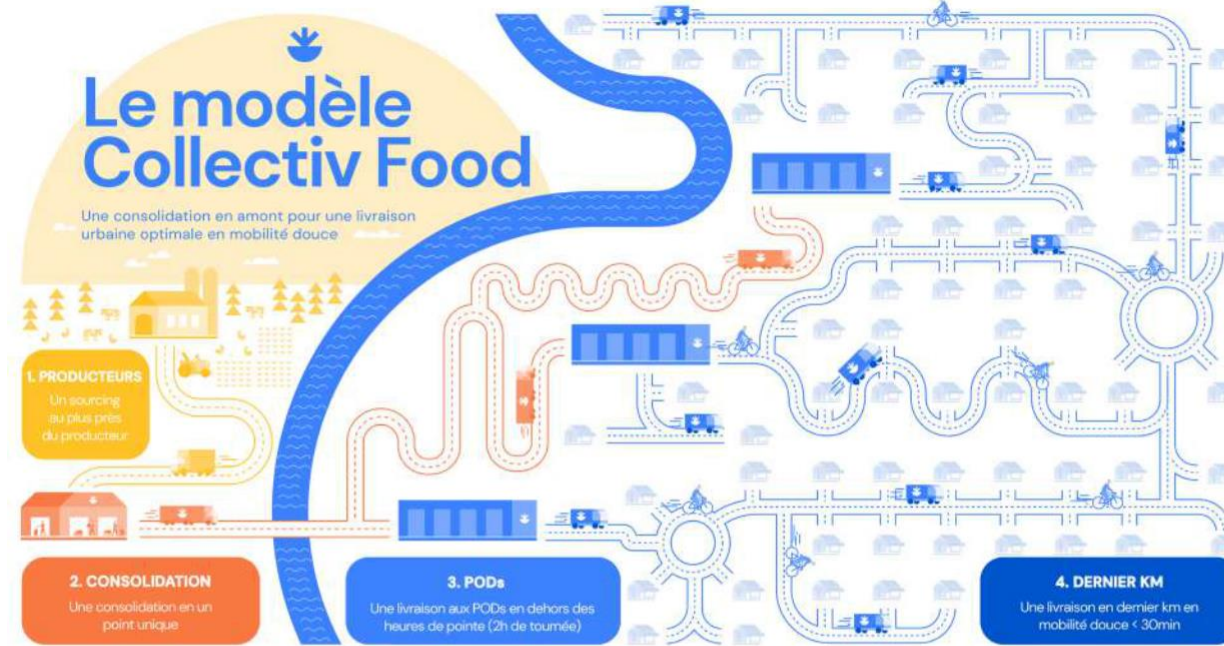
“On ne vend pas un catalogue mais un approvisionnement quasi sur-mesure,” sur la base d'échantillons. La technologie développée par **Collectiv Food permet aux restaurateurs de regrouper tous leurs fournisseurs, aux clients de savoir ce qu'ils mangent.** Dis-moi ce que tu cuisines, je te dirai ce que tu dois acheter. Dis-moi ce que tu veux manger, je te dirai qui l'a produit.



LOGISTIQUE DU FUTUR

De la fourche à la fourchette, le plus grand défi reste la logistique.

Un métier à part entière, d'une complexité insoupçonnée, avec des impacts sur l'environnement que l'on ne peut plus mettre sous le tapis. Le sujet du dernier kilomètre est notamment sur la table depuis de nombreuses années. *« On a travaillé à comprendre la « supply chain », raconte Jérémy Hibbert-Garibaldi. « On a tout découpé pour sortir du modèle des flottes de camions à moitié pleins, de la livraison le même jour à la même heure pour tout le monde, de la multiplication des entrepôts ».*



La solution Collectiv Food prend la forme de containers réaménagés en POD (« point optimal de distribution ») réfrigérés, entièrement digitalisés, décorés aux couleurs de la start-up et implantés discrètement en ville dans des zones où l'activité ne provoque pas de nuisance. Des camions, dont le chargement est totalement optimisé, roulent la nuit, lorsque le trafic est réduit, depuis Rungis où la marchandise est stockée puis les commandes préparées. Ils s'en vont tranquillement

remplir les POD dotés de 11 portes verrouillées par un code qu'eux seuls possèdent, suivant les instructions de l'application digitale propriétaire. Au petit matin, des livreurs partenaires, guidés eux aussi par l'appli, viennent récupérer les victuailles pour les transporter, en vélo-cargo ou van électrique, avec un taux de réussite constaté supérieur à 99 %, jusqu'à la porte des restaurateurs qui les ont commandées de manière anticipée. Aussi simple que ça, encore fallait-il y penser...

Le premier POD made in Collectiv Food sera implanté à Nanterre à partir du 25 juin 2022, première étape avant un maillage plus complet de Paris et sa Petite Couronne, puis un développement en Province.



FOOD ADDICT

Avant de se lancer dans l'aventure Collectiv Food, fin 2017, Jérémy Hibbert-Garibaldi a mené une carrière voyageuse de juriste gardien des bonnes pratiques d'une économie de marché sociale et solidaire. Une sorte de légiste expert, capable de disséquer les méthodes des entreprises pour poser un diagnostic et « *améliorer la manière dont le business fait du business* ». Paris, New-York, Brazzaville ou Londres, partout où il passe, il prône des relations franches et transparentes entre toutes les parties prenantes. Des valeurs et une méthodologie justes permettant d'établir un contrat de confiance. « *Je me posais des questions éthiques tous les jours* », se souvient-il. C'était encore le

cas lors de sa dernière mission pour un groupe britannique de grande distribution. Il découvre les difficultés rencontrées par les petits producteurs pour se faire référencer, être visibles dans les rayons et identifiés par les consommateurs, pour vivre dignement de leur travail en étant rémunérés au juste prix. **Cette découverte du secteur de l'alimentaire résonne avec son histoire. Il a grandi entre Paris, Nice, Rome et le Massif Central, au sein d'une famille franco-italienne où l'on ne badine pas avec la nourriture.** Pasta de la nonna, légumes du

potager, confitures du verger, miel d'apiculteurs, chez les Hibbert-Garibaldi, on aime la terre et ceux qui en prennent soin, on prépare à manger et on cultive son palais. Aujourd'hui, Jérémy et sa femme cuisinent pour leurs deux jeunes fils, pour leurs amis, lui plutôt la viande, elle plutôt le végétal. Le frère de Jérémy a de son côté intégré la prestigieuse école hôtelière de Lausanne. Le restaurant est aussi un repère important dans la famille. « *C'est un lieu de mixité sociale et internationale* », explique Jérémy. « *Je suis fan de restauration. C'est un univers que j'adore, fait par*

des gens passionnés, c'est proche de moi et tangible. Il faut soutenir les restaurateurs, ils font un métier tellement difficile ! » En abandonnant une carrière toute tracée pour créer Collectiv Food, il a simplement bouclé la boucle.

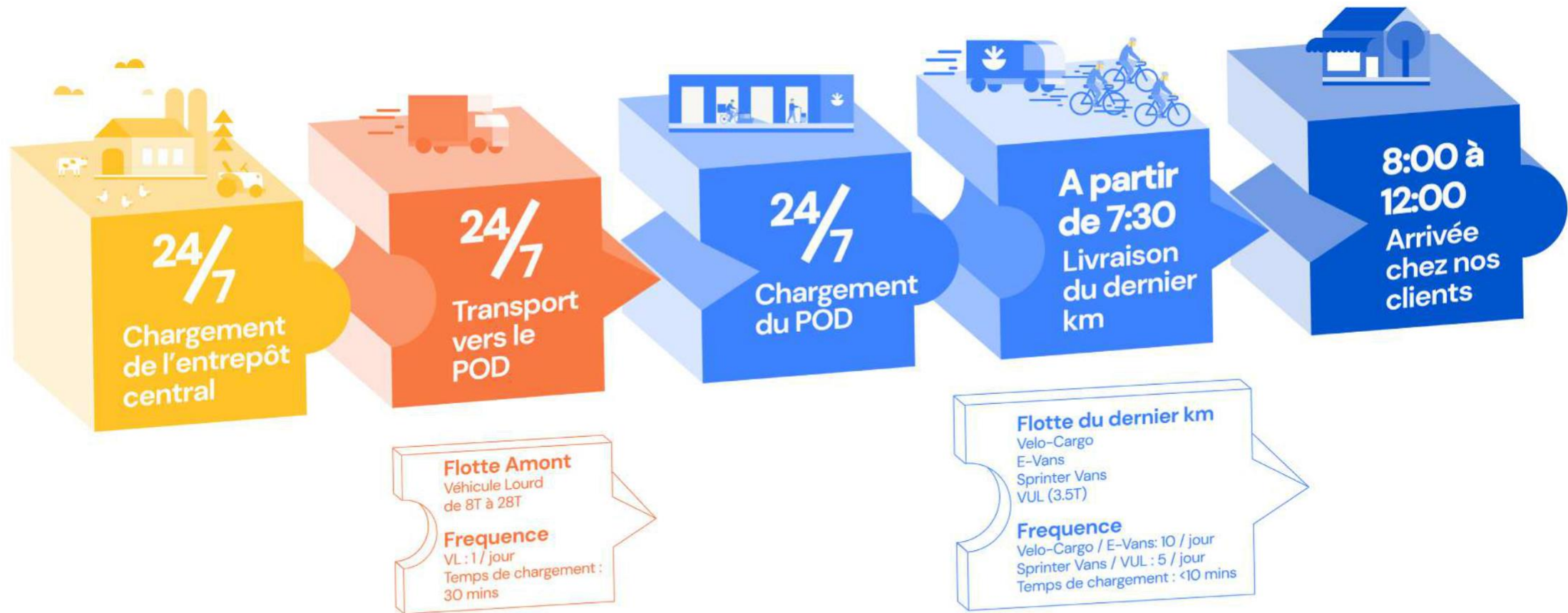




UNE BANDE DE PODS

Avec l'implantation de son premier POD en Île-de-France, plus précisément à Nanterre/La Défense, dans le quartier Les Groues, Collectiv Food va révolutionner la distribution alimentaire en France. Ce déploiement est notamment entre les mains de Julien Chiche, Directeur France. Cet ancien banquier d'affaires passionné de vélo, de vin et de gastronomie a vécu l'expérience du restaurant au plus près, à Copenhague avec le chef étoilé Christian Puglisi (Relae, Manfred), mais aussi dans le Vercors auprès d'un autre cuisinier distingué par le Guide Michelin, Guillaume Monjuré (Palégré). Il mesure ainsi parfaitement

tous les enjeux du secteur. *« Après la période de lancement à Paris, nous voulons nous déployer rapidement en identifiant les bons partenaires pour grandir ensemble, assure t-il. Nous structurons notre démarche pour collaborer avec les chambres d'agriculture, par exemple. Sur la partie développement durable, nous travaillons sur un calculateur carbone et sur une stricte traçabilité, dans le droit fil de la certification B Corp, qui distingue les entreprises ayant des exigences sociétales et environnementales, de gouvernance ainsi que de transparence envers le public. »*



PLUS PROPRE ET MOINS CHER

En repensant complètement le circuit de distribution grâce à des outils modernes, **Collectiv Food propose à ses clients une livraison à faible impact, jusqu'à moins 50 % de CO² par rapport aux méthodes traditionnelles, mais aussi à coûts maîtrisés.** « Le prix des matières premières a beaucoup augmenté.

Sans faire de politique, c'est une réalité. Le surcoût est aussi dans les systèmes et la logistique. Notre modèle opérationnel étant moins coûteux, nous pouvons nous permettre d'appliquer des marges plus modérées pour que chacun fasse des économies. On joue notre rôle », constate Jérémie Hibbert-Garibaldi.



DE LA TERRE À L'ASSIETTE

Témoignages d'un producteur et d'un client quant à l'arrivée de Collectiv Food en France !

« Collectiv Food est arrivé au bon moment pour moi. Cela m'a permis de développer mon activité bovine pour les restaurateurs en parallèle de mon activité de boucherie. Cela sans perdre le lien avec le client final puisque je travaille avec Collectiv Food et leurs clients directement pour leur offrir le meilleur produit. »

Thomas Becoye, Chef d'exploitation
La Ferme d'Enjacquet



« Collaborer avec Collectiv Food a un impact très concret sur le quotidien de nos équipes, en simplifiant les commandes et leur réception. Facilement intégré à notre outil de gestion, on ne leur passe qu'une seule commande et on ne gère qu'une réception avec un service client unique. L'impact environnemental de leur modèle de distribution est lui aussi très concret, leur circuit innovant via les PODs nous aide à atteindre nos objectifs RSE. »

Graffi Rathamohan - Cofondatrice PNY

Une croissance de
50%
chaque année sur chaque marché

Nombre de salariées
composent l'entreprise

80
personnes à
mai 2022

Les clients:

Une large majorité de petites chaînes de restaurants, des groupes de brasseries, quelques cuisines destinées à la livraison mais aussi des cuisines centrales pour les traiteurs sans oublier la restauration collective privée.

Les ambitions et objectifs de développement

présence dans les grandes villes grâce à un maillage sur tout le territoire national avec l'implantation de

PODs

(le 1er en France sera situé en Ile-de-France, à Nanterre) L'objectif est de livrer des centaines de restaurants avec un réseau de milliers de producteurs tout en sauvant plusieurs tonnes de carbone par mois.

Nombre de livraisons:

Des centaines de tonnes de produits
frais livrés par mois

(FR+UK)