



Communiqué de presse
[Sous embargo jusqu'au 26 septembre 2022]

Not So Dark, start-up de la food tech, lève une série B record de 80 millions de dollars pour financer son déploiement Européen.

Not So Dark annonce un nouveau tour de table inédit de 80 millions de dollars en série B, mené par Kharis Capital et Verlinvest en partenariat avec Convivialité Ventures. Cette opération porte désormais à plus de 105 millions de dollars le financement total de la pépite française, 2 ans seulement après sa création.

Cette nouvelle levée de fonds va permettre à la start-up de renforcer sa position de leader en France et en Belgique, et d'entamer le déploiement de son concept de franchise virtuelle à l'échelle européenne.

L'aventure débute en 2020 quand Clément Benoit, serial entrepreneur (fondateur de Stuart) et Alexandre Haggai décident de se lancer dans la création de marques food virtuelles uniquement disponibles sur les plateformes de livraison, telles que UberEats ou Deliveroo. 1 an après sa création, la start-up connaît une croissance soutenue et opère déjà 7 marques virtuelles à travers 9 cuisines en France. En Février 2021, ils réalisent une première levée de fond de 25 millions de dollars en Série A destinée à financer l'ouverture de 20 cuisines supplémentaires en Europe.

Agilité, pari audacieux ou coup de folie ?

La livraison de repas en ligne a connu une croissance annuelle sans précédent de 33% au cours de la pandémie pour un marché total estimé à 43 milliards d'euros.

Le secteur devrait continuer à croître de 15% par an au cours des cinq prochaines années drivé par une demande toujours plus importante des consommateurs pour de la praticité et pour des repas de meilleure qualité. Bien qu'en forte croissance, le marché des dark kitchens reste toutefois confronté à d'importants défis opérationnels ainsi que de multiples critiques, notamment la concurrence perçue comme étant déloyale par la restauration traditionnelle.

Fort de ce constat et 3 mois seulement après cette première levée de fonds , les deux fondateurs décident de revoir complètement leur business model. Ce sont près de 15 millions d'euros d'investissement alloués à la construction de leur réseau de cuisines qui partent en fumée et des millions d'euros de chiffre d'affaires mensuel réduits à néant. Un pivot à 180 degrés motivé par une nouvelle vision: nouer un partenariat avec la restauration traditionnelle pour l'accompagner dans sa digitalisation plutôt que de lui faire concurrence.

Ainsi, Not So Dark propose à des restaurants qui ont déjà leur infrastructure d'utiliser leur technologie et d'opérer leurs marques sous licence en complément de leur menu servi en salle. Cette activité additionnelle, branchée directement sur leur cuisine, leur permet de générer un chiffre d'affaires important, immédiat et sans investissement additionnel.

Not So Dark se pose également en partenaire des plateformes de livraisons (Uber Eats et Deliveroo) qui sont de plus en plus présentes dans les villes de plus petites tailles où les consommateurs sont désireux de variété et où les grandes chaînes sont souvent les seules options de livraison disponibles. Grâce à son réseau de partenaires restaurateurs couvrant toute la France, Not So Dark a rapidement saisi cette opportunité pour imposer son nouveau concept.

En s'associant avec Not So Dark, les acteurs de la livraison bénéficient en effet de nouvelles offres originales dans ces zones peu denses, leur permettant de dynamiser leur catalogue. Et les consommateurs se régaler en dégustant les plats de [VegeDal](#), [Como Kitchen](#), [Coquillettes](#), [JFK Burgers](#), [Fat Panda](#), [Gaïa Pita](#) ou encore [Walida](#), la marque de couscous co-créeée en partenariat avec l'humoriste Gad Elmaleh.

Un nouveau modèle qui va permettre de recentrer la proposition de valeur sur les vraies forces et l'ADN tech de Not So Dark: création de marques originales par une équipe R&D, campagnes marketing intégrées 360° et plateforme de machine learning qui analyse en temps-réel les modifications de prix sur les plateformes de livraison, la demande consommateur et la concurrence. Ceci permet à Not So Dark d'ajuster son offre de manière dynamique et d'accompagner au mieux ses partenaires restaurateurs, dans un environnement concurrentiel accru où l'instabilité macro-économique met les chaînes d'approvisionnement à rude épreuve. - et permettre un déploiement géographique de son concept de franchise virtuelle plus rapide tout en nécessitant moins d'investissements.

Huit mois seulement après avoir basculé sur ce nouveau modèle, le succès est au rendez-vous : les marques de Not So Dark sont distribuées dans plus de 100 villes en France et en Belgique, générant plusieurs millions de revenus par mois.

Le déploiement rapide de ce nouveau modèle a su séduire les investisseurs, récompensé aujourd'hui par ce nouveau tour de table de 80 millions de dollars. Avec cette Série B, Not So Dark entame un nouveau cycle tourné vers l'international, et fait un bond en avant pour devenir le plus grand restaurant au monde - sans posséder la moindre cuisine.

Selon Clément Benoit, le modèle des dark kitchens est naissant "beaucoup d'expérimentations ont été menées ces dernières années, sans pour autant parvenir à un modèle optimal. Pivoter et repartir de zéro a été un pari fou mais nous avons la conviction d'avoir enfin trouvé la formule gagnante. Un modèle à faibles coûts et à fort potentiel de

croissance qui répond point par point aux challenges structurels du secteur de la livraison, dans une logique bénéfique à l'ensemble des parties - consommateurs, restauration traditionnelle et plateformes de livraison. Avec ce nouveau chapitre, Not So Dark ambitionne de devenir le plus grand restaurant au monde, sans posséder la moindre cuisine. Nous sommes heureux d'accueillir de nouveaux investisseurs à notre capital. Ce tour de table va nous permettre de renforcer notre position de leader et de nous étendre très rapidement à toute l'Europe."

Daniel Grossman, Kharis Capital, estime que Not So Dark a toutes les clés pour devenir un leader sur son marché : "Nous avons étudié le marché des dark kitchens et observé son développement rapide. En un an seulement, Not So Dark s'est déjà imposée comme une figure majeure du secteur. Nous sommes heureux d'accompagner les fondateurs de cette pépite française dans cette nouvelle étape de croissance en vue d'un leadership européen."

Raphael Thiolon, directeur exécutif de Verlinvest, ajoute : "Clément, Alexandre et l'équipe de Not So Dark construisent une proposition unique qui bénéficie à tout l'écosystème de la livraison : un plus grand choix de marques et cuisines innovantes pour les consommateurs ; un supplément significatif de revenu et marge pour les restaurateurs via une solution quasi clé en main; et une nouvelle offre étendue pour les plateformes - leur permettant d'élargir leurs gammes, notamment en dehors des grandes villes. Not So Dark combine technologie, R&D et un vrai focus marques afin de favorablement impacter nos habitudes de consommation, autant de valeurs au cœur de la stratégie d'investissement de Verlinvest. Nous sommes ravis de les accueillir dans notre portefeuille, et de pouvoir les aider à développer une plateforme dominante en France et en Europe."

À propos de Not So Dark

Fondée début 2020 par Clément Benoit et Alexandre Haggai, Not So Dark est le leader européen des franchises virtuelles de livraison de repas. L'entreprise crée des marques alimentaires de qualité et dotées de concepts originaux, conçues exclusivement pour la livraison en ligne. Son modèle de franchise virtuelle permet aux restaurateurs de gérer des ventes additionnelles à partir des cuisines de leurs restaurants, et en complément de leur activité principale. Not So Dark compte actuellement 150 employés spécialisés dans la technologie et l'alimentaire et connaît une croissance exponentielle.

A propos de Kharis Capital

Fondée en 2015, Kharis Capital est une société d'investissement en private equity soutenue par un réseau international de familles, qui conseille et apporte des capitaux à long terme à des entrepreneurs pour les accompagner dans la croissance de leur entreprise.

En nous appuyant sur notre réseau, notre vaste éventail de compétences et notre expérience dans le développement de plateformes internationales, nous collaborons activement et pragmatiquement avec les actionnaires et les dirigeants de ces entreprises.

Kharis a investi plus de 750 millions d'euros de capitaux depuis sa création et s'appuie sur une équipe de plus de 20 professionnels aux États-Unis, à travers l'Europe et en Asie.

À propos de Verlinvest

Verlinvest est une société d'investissement internationale à capital familial. Verlinvest s'associe à des entrepreneurs visionnaires à l'origine de concepts de rupture qui changent en profondeur les habitudes de consommation. Fondée en 1995, avec des bureaux à Bruxelles, Londres, New York, Mumbai et Singapour, Verlinvest est spécialisée dans l'accompagnement d'entreprises en phase de croissance dans les secteurs des biens de grande consommation, des soins de santé et de l'e-commerce. La société dispose de plus de 2 milliards d'euros d'actifs sous gestion et compte dans son portefeuille des marques telles que Oatly, Vita Coco, Tony's Chocolonely, BYJU's, Tom&Co, Everli, Mutti et Who Gives A Crap. Parmi ses participations passées figurent Frichti, Chewy.com, Vitaminwater et Remy Cointreau.

Plus d'information sur <https://notsodark.com/>