

Foodtech : Clone à la conquête de l'Espagne et des Pays-Bas

Avec une croissance de plus 700% sur les neuf derniers mois, la foodtech française Clone évoluant dans l'univers de la livraison à domicile s'ouvre un peu plus à l'Europe en se lançant à la conquête des Pays-Bas et de l'Espagne.

Temps de lecture : minute

27 juillet 2023

Avec une trentaine de marques dans son portefeuille, la startup Clone enrichit l'offre sur les plateformes de vente et livraison de restauration à domicile. La jeune entreprise, créée en 2020, a développée des recettes que réalisent des restaurateurs partout en France pour que les clients, où qu'ils soient, puissent profiter de toutes les spécialités existantes.

" Notre système récupère la data sur les plateformes et analyse le détail de l'offre disponible sur un territoire, de la concurrence et des prix pour se positionner et créer une marque qui apporte une valeur ajoutée à l'existant, en fonction des attentes des clients " précise Clément Benoît, CEO et cofondateur de Clone avant de compléter : " On se trompe rarement mais le concept permet de stopper facilement une marque. "

Avec plus de 1 500 restaurateurs en France et une présence dans près de 400 villes de l'Hexagone, le concept de Clone semble faire ses preuves.

Les clés de la réussite

" Un bon business est un business qui fonctionne pour tout le monde. Dans notre cas, les plateformes profitent d'une offre plus variée avec un bon rapport qualité - prix ; les restaurateurs peuvent en tirer, en

moyenne, entre 17 000 et 20 000 euros de chiffre d'affaires complémentaire sans investir tandis que les clients profitent d'une offre diversifiée sans nécessairement être dans une grande ville. "

Le dirigeant y voit une équation bénéfique qui contribue au bon fonctionnement de la startup qui affiche une croissance de plus 700% au cours des neuf derniers mois pour atteindre un chiffre d'affaires prévisionnel de 150 millions d'euros à peine trois ans après sa création. " *Nous devrions atteindre un demi-milliard d'euros en 2024. "*

S'ouvrir à l'international

Avec plus de 105 millions d'euros levés depuis sa création et atteignant bientôt son seuil de rentabilité, Clone poursuit son déploiement en se tournant peu à peu vers le marché européen. " *Nous n'avons pas voulu lancer trop de pays trop vite. Nous avons créé un livre de recettes parfait, notre playbook, adapté à chaque pays même si la structure reste la même. Nous voulons réécrire l'histoire parfaitement pour que les prochaines ouvertures soient idéales. "*

Après la Belgique, francophone et plus facile à intégrer, la startup annonce se lancer aux Pays-Bas et en Espagne en ce mois de juillet 2023. " *Nous avons bien compris comment on devait structurer l'ouverture d'un pays pour être le plus efficient. Nous avons bien processisé les ouvertures en réfléchissant au moment et type de recrutement, aux marques, aux plateformes... "* Bien que les premiers retours soient positifs moins d'un mois après ce lancement, Clone ne s'emballe pas pour la suite. " *On se concentre sur ces quatre pays pour les faire correctement avant d'en ouvrir d'autres en 2024, que nous n'avons pas encore déterminé. En parallèle, on ne lèvera pas d'argent si nous n'avons pas répondu aux questions levées par le concept et que le procédé n'est pas clair. "*

N'excluant pas de viser les Etats-Unis ou d'autres pays plus lointains, le dirigeant peaufinera alors son concept si nécessaire et réalisera un nouveau playbook pour le futur pays.



À lire aussi

[Not So Dark vise 1000 restaurateurs "franchisés" fin 2022](#)

Article écrit par Nadege Hubert