

FoodPilot lève 4,5 millions d'euros pour mesurer l'impact environnemental des entreprises agroalimentaires

Avec sa plateforme pour mesurer l'empreinte carbone des produits alimentaires, FoodPilot veut aider les entreprises agroalimentaires à mieux piloter leurs progrès RSE. La société annonce un tour de table pour accélérer la cadence.

Temps de lecture : minute

31 janvier 2024

L'industrie agroalimentaire continue de franchir des paliers en matière de traçabilité. Grâce à des initiatives reposant sur la blockchain, comme la plateforme «IBM Food Trust» avec Carrefour, Walmart ou encore Nestlé, et des applications à l'image de Yuka, le secteur s'est livré à un exercice de transparence pour rassurer les consommateurs sur ses produits. Maintenant que le mouvement est bien enclenché, des acteurs cherchent maintenant à mesurer l'impact environnemental des produits sur toute la chaîne de production alimentaire.

Parmi eux, il y a notamment FoodPilot, qui développe une plateforme pour piloter et mesurer les progrès RSE des entreprises agroalimentaires. La société annonce aujourd'hui un tour de table de 4,5 millions d'euros après d'IRDI Capital Investissement et de la Bred (groupe BPCE). Bpifrance et la Caisse d'Épargne Sud ont également participé à l'opération sous la forme de 500 000 euros de crédits bancaires à moyen terme. Double lauréate de France 2030, la startup avait déjà reçu un financement total de 7 millions d'euros depuis sa création en 2022.

Avoir une visibilité de la ferme jusqu'à l'usine

Issu de la plateforme AgriProgress conçue avec McDonald's, Agromousquetaires et Fermes Leader (Groupe Invivo), FoodPilot s'attèle à mesurer l'empreinte carbone des produits alimentaires, du champ à l'usine, pour aider les entreprises agroalimentaires à mieux piloter leurs progrès RSE. Pour ce faire, la solution agrège les données, notamment celles provenant des exploitations, de l'ensemble de la supply chain pour étudier avec précision l'impact environnemental des produits alimentaire et mettre en place des stratégies en conséquence pour le réduire. *«Nous avons réalisé qu'il y avait trop d'outils faussement innovants et peu fiables sur le marché. Nous voulions créer un système simple d'utilisation, techniquement puissant et le plus fiable scientifiquement»*, explique Didier Livio, co-fondateur et président de FoodPilot.

Avec son approche, la société montpelliéraine a tapé dans l'œil d'une trentaine d'acteurs de l'industrie agroalimentaire, à l'image de Lustucru Frais, Nutrition et Santé, Pink Lady ou encore plusieurs marques du groupe Aoste. A ce jour, FoodPilot assure que son carnet de commandes dépasse le million d'euros. L'entreprise prévoit d'utiliser les fonds levés pour enrichir sa solution et renforcer ses effectifs. Elle compte ainsi recruter une dizaine de personnes d'ici la fin de l'année pour atteindre la barre des 25 collaborateurs.



À lire aussi
Les startups sont-elles capables de secouer l'industrie agroalimentaire ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

