

Pet tech : la marque de nourriture pour chats Caats lève 5 millions d'euros

Caats, la marque d'alimentation pour chats, boucle un tour de table de 5 millions d'euros auprès d'Otium pour accélérer sa croissance et s'affirmer sur le marché français.

Temps de lecture : minute

19 juin 2024

Fondée en 2020 par Tanguy Delecourt et Mathias Veil, Caats est un pure player digital qui propose de la nourriture premium et personnalisée pour les chats. Les recettes, spécifiquement adaptées aux besoins nutritionnels du chat, sont fabriquées en France à partir d'un cahier des charges strict élaboré par le vétérinaire Jean-Marc Denoun et le nutritionniste Patrick Nguyen.

La jeune pousse annonce aujourd'hui un second financement de 5 millions d'euros en equity auprès d'Otium, qui avait déjà participé à la première levée de 4 millions d'euros il y a 18 mois. « *Notre modèle est rentable et ce nouveau financement va nous permettre d'accélérer encore plus rapidement notre croissance. Nous allons proposer de nouveaux produits et nous voulons lancer plusieurs services avec toujours plus de contenus pour accompagner encore mieux les propriétaires à toutes les étapes de leur vie avec leurs chats* », partage Tanguy Delecourt, cofondateur de Caats. Pour cela, Caats a prévu une dizaine de recrutements dans les douze prochains mois.

Caats, un pure player sur un marché encore trusté par des acteurs historiques

Le marché de la nourriture pour chat reste aujourd'hui trusté par les géants Mars et Nestlé. Parmi les concurrents, on retrouve néanmoins d'autres pure players digitaux comme Ziggy ou Ultra Premium Direct, dans lequel Otium avait également déjà investi. « *Beaucoup de nos clients étaient auparavant clients des grandes marques traditionnelles. Ils ont été attirés par notre expertise et la qualité de nos produits, et comme nous sommes sur des paniers moyens relativement bas, la différence de prix ne les empêche pas de passer de ces marques à des pure players comme nous* », commente Tanguy Delecourt.

Mais si la concurrence est bien présente, la demande est-elle aussi importante. Avec plus de 15 millions de chats domestiques, la France est l'un des plus importants marchés. « *Aujourd'hui, nous avons 30 000 chats abonnés à nos services et nous visons d'atteindre les 100 000 d'ici deux ans* », partage Tanguy Delecourt.

Pour se démarquer, Caats a donc, depuis ses origines, misé sur un positionnement premium et expert, en s'appuyant notamment sur le docteur Jean-Marc Denoun, spécialiste de la nutrition des chats. « *Certaines recettes présentes sur le marché sont, selon moi, assez inquiétantes. Elles contiennent souvent des taux de glucides très élevés dont les chats n'ont aucun besoin, mais qui sont plus économiques à fabriquer. A contrario, elles n'incorporent pas assez de protéines animales de qualité, pourtant si essentielles pour nos chats qui sont strictement des carnivores. Les chats ne sont pas des petits chiens, ils ont vraiment besoin de produits et de conseils spécifiques pour préserver leur potentiel de santé* », explique ce dernier dans un communiqué de presse.



À lire aussi

Pet tech : 11 startups qui prennent soin de votre animal de compagnie



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS



