

Umiami, spécialiste des filets de poulets végétaux, devient Swap

La startup, qui vient de faire l'acquisition d'une ligne de production à grande échelle et qui a réuni 120 millions d'euros depuis sa création, veut désormais être mieux identifiée par les consommateurs. Pour cela, elle souhaite marquer ses produits de sa nouvelle marque : Swap.

Temps de lecture : minute

15 octobre 2024

Grâce à l'« *umisation* », « un procédé permettant de produire à grande échelle des filets végétaux se substituant à la viande et au poisson », la startup Umiami est parvenue à séduire les grands noms de l'industrie agroalimentaire. Et depuis le développement de son blanc de poulet végétal en 2020, la société a fait du chemin. « *Nous sommes passés à l'échelle pilote en 2021, puis avons fait l'acquisition de l'ancienne usine Knorr en Alsace en 2022 avant de se doter d'une ligne à grande échelle capable, de produire 7500 tonnes par an, en 2023* », détaille Tristan Maurel, le cofondateur, qui emploie aujourd'hui 130 salariés.

120 millions d'euros réunis

Dans le même temps, la startup a réalisé une première levée de fonds de 2 millions d'euros en 2021, puis une série A de 25 millions d'euros, avant de lever 32,5 millions en 2023. « *Au total, si on cumule les subventions, la dette et l'equity, nous avons réuni 120 millions d'euros depuis notre création* », précise Tristan Maurel.

Pour poursuivre son développement, la société vient de faire le choix de

changer de nom pour s'appeler Swap. L'objectif : être reconnu par les consommateurs. L'entreprise, qui travaille principalement avec les industriels de l'agroalimentaire, collabore également avec les restaurateurs. « *Nous avons réalisé qu'il fallait que nos produits soient mieux identifiés* », précise le dirigeant, qui veut ainsi faire du « co-branding » avec les industriels de l'agroalimentaire mais également identifier ses produits sur les menus de ses partenaires restaurateurs.

20 % de son chiffre d'affaires aux US

Il y a quatre mois, Swap s'est implantée sur le marché américain et réalise déjà 20 % de son chiffre d'affaires outre-atlantique. « *Là-bas, il n'y a pas d'alternative aux filets de poulets. On souhaite que dès maintenant, notre marque soit identifiée par les consommateurs* », souligne Tristan Maurel qui travaille essentiellement dans la région de Chicago avec une dizaine de restaurants pour le moment.



À lire aussi

Umiami veut « engendrer une transition alimentaire de masse »
avec son alternative végétale au poulet



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Jeromine Doux