



Yumgo veut lever 3 à 5 millions d'euros en 2024

La start-up parisienne a réussi à conquérir le Japon et l'Europe avec sa solution de substitut végétal à l'œuf. En plein développement, elle va initier une nouvelle levée de fonds pour recruter et consolider ses marchés.

Rodolphe Landemaine et Anne Vincent, cofondateurs de Yumgo, espèrent lever de 3 à 5 millions d'euros en 2024.

© K.BERTIN

Yumgo, la start-up parisienne spécialisée dans les substituts végétaux à l'œuf va poursuivre son développement en 2024. Après une première levée de fonds de 1,6 million d'euro obtenue en 2022, elle a lancé une deuxième campagne auprès de business angels avec l'objectif d'obtenir entre 3 et 5 millions d'euros.

Lire aussi : Comment FnB Private Equity peut accompagner les PME dans le cadre du fonds article 9 ?

Cofondée par Anne Vincent, ancienne salariée dans les grands groupes de conseil et de l'industrie pharmaceutique et Rodolphe Landemaine, boulanger-pâtissier, Yumgo produit trois substituts végétaux à l'œuf en format liquide (jaune, blanc, entier) et les trois mêmes en poudre. Six références auxquelles s'ajoutent une mayonnaise végétale . A la place des œufs, l'entreprise utilise de l'huile de colza, de la protéine de pois et de pomme de terre, de la farine de riz, de l'agar agar ou encore du lin.

« Pour la partie liquide, nos clients principaux sont les artisans (boulangers, pâtisseries, traiteurs...) qui se fournissent via des grossistes », précisent Anne Vincent et Rodolphe Landemaine. « La gamme en poudre s'adresse aux industriels. Nous travaillons déjà avec Delifrance ou Saga Chocolat et nous sommes en négociation avec d'autres industriels de l'agroalimentaire. » Yumgo travaille également avec les deux restaurants de la Tour Eiffel, «Madame Brasserie » et «Le Jules Verne ».

Renforcer les équipes

Avec l'argent de cette deuxième levée de fonds , Yumgo souhaite internaliser une partie de sa production en poudre, fabriquée par trois sous-traitants, et renforcer ses équipes. « Nous voudrions recruter sept personnes notamment dans le marketing, la communication et le commercial », expliquent les deux associés qui espèrent bien que leur start-up atteindra le million d'euros de chiffre d'affaires dès 2024.

Un concept qui a séduit à l'international

D'habitude, exporter exige un long travail de recherche, de prospection, parfois d'accompagnement par des experts. Yumgo n'a pas eu besoin de cravacher, les portes de l'international se sont pratiquement ouvertes toutes seules. « Il y a des pays où le marché du végétal est plus ancré dans la culture qu'en France », analyse Rodolphe Landemaine. « Par exemple, des études estiment qu'il y a 15 à 20 millions de végétariens en Allemagne et qu'à l'horizon 2030, la moitié des habitants des Pays-Bas le seront. En France, on compte à peine 1,5 million de végétariens mais le marché s'accélère . »

«Notre impact carbone est 70% inférieur à celui des œufs conventionnels.»

En 2021, Yumgo a conquis le Japon, puis le Royaume-Uni, puis l'Union Européenne (Belgique, Allemagne, Suède, Eire) et l'Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada). L'export représente aujourd'hui 40% du chiffre d'affaires de Yumgo. « Honnêtement, nous n'avons pas vraiment eu de difficultés réglementaires et finalement exporter est plutôt simple, surtout si c'est le pays qui est demandeur. Pour 2024, nous voulons consolider cette part de marché tout en continuant de nous développer en Europe et en Asie, notamment la Corée du Sud et Taïwan . »

Le 9 novembre 2023, Yumgo a remporté le prix « Impact » remis lors de la soirée « Go Invest » organisée à l'initiative de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris-Ile-de-France. « Notre impact carbone est 70% inférieur à celui des œufs conventionnels et nous avons évité l'abattage de près de 10 000 poules en un an », estime Rodolphe Landemaine. Un prix et des performances qui pourrait faciliter l'arrivée de nouveaux investisseurs.