



**vegan-place.com**

**THE FIRST VEGAN MARKETPLACE**

## EXECUTIVE SUMMARY

25 mai 2017

# VEGAN ÇA VOUS PARLE ?

# News

## Vegan Company Turns Down Google Buy-Out Offer

By Veronica Hcuk | juillet 30, 2015



Share on Facebook



Share on Twitter



The \$300 million offer didn't impress plant-based meat-and-cheese start-up, Impossible Foods.

**Impossible Foods**, a startup founded by Stanford University professor Patrick Brown, turned down an offer to be acquired by **Google** that reportedly reached \$300 million. Makers of plant-based meat and cheese products that imitate the taste and texture of animal foods, the company is hardly hurting for funds: angel investors currently include Bill Gates and Google executive Tony Fadell. In 2015, Impossible Foods was listed on CNBC's Disruptor 50 List, which features private companies "whose innovations are revolutionizing the business landscape" and "have the potential to become billion-dollar businesses." Other companies on that list include recognizable names such as SpaceX, Uber, Snapchat, and fellow vegan company, **Hampton Creek**.



## L'ONU recommande de devenir vegan, et de taxer la viande

▲ Lili Gendreau | 13 juillet 2015



Rechercher



44,491 fans



9,559 followers

Recevez la newsletter

Abonnez-vous à notre newsletter et rejoignez nos 10 824 abonnés.

Email

Je m'abonne !

Un rapport de l'ONU a pointé du doigt des solutions, et comme jamais auparavant, le lien de cause à effet entre consommation de viande et réchauffement climatique. Et en a tiré les conséquences :

“ Une réduction substantielle des impacts [environnementaux] ne serait possible qu'avec un changement substantiel, au niveau planétaire, de régime alimentaire, d'où serait bannie la consommation de tout produit d'origine animale. ”

Le Professeur Edgar Hertwich, auteur principal du rapport de l'ONU, a ajouté :

“ Les produits animaux causent plus de dégâts que n'en cause la production de minéraux et de matériaux de construction, tels sables et ciments, plastiques ou métaux. La biomasse et les cultures spécifiques pour les animaux sont aussi dommageables que la consommation de combustibles fossiles. ”

## Beyond Meat Announces New Investors

By Andrew Edwards

Monday, July 20, 2014



Like

Share

in Share

Tweet

Beyond Meat, an El Segundo startup that produces synthetic meat products from plants material, announced Monday that it had closed a Series D funding round.

The company would not disclose the amount raised other than to say the latest round was the largest it had raised to date.

Existing investors Kleiner Perkins Caufield & Byers, Obvious Corp., Bill Gates, Morgan Creek Capital and Honest Tea founder Seth Goldman were joined in the latest round by DNS Capital, representing Gigi Pritzker Pucker and Michael Pucker, WTT Investment and S2G Ventures.



## Google prédit une révolution végétale !



Un article d'Ingrid Taylor, publié par l'organisation In Defense of Animals (IDA), le 8 juin 2016.  
Traduction et adaptation: Malika Lenévérend.



Eric Schmidt, le président exécutif d'Alphabet, maison mère de Google, a défini les tendances du futur qui devraient changer la donne et a attribué la première place à la consommation de protéines végétales en remplacement de la viande. Schmidt, qui a consacré sa carrière à l'identification des tendances technologiques mondiales, s'est adressé à des milliers d'investisseurs et dirigeants d'entreprise lors la Conférence mondiale de l'Institut Milken, comme le rapporte le magazine économique *Fortune*. Pour lui, l'alimentation végétale est l'une des six technologies du futur susceptibles d'améliorer significativement la société. Tant en termes d'impact global qu'en termes d'amélioration de la qualité de vie moyenne, les protéines végétales remportent la palme face aux cinq autres technologies – impression 3D pour la construction, réalité virtuelle et réalité augmentée, données médicales mobiles, voitures autonomes, et technologies informatiques pédagogiques.

HEALTH NEWS | Mon Sep 26, 2016 | 3:33am EDT



## Investors urge food companies to shift from meat to plants



By Simon Jesson | LONDON

A group of 40 investors managing \$1.25 trillion in assets have launched a campaign to encourage 16 global food companies to change the way they source protein for their products to help to reduce environmental and health risks.

The investors, which include the fund arm of insurer Aviva and several Swedish state pension funds, wrote to the food companies on Sept. 23 urging them to respond to the "material" risks of industrial farming and to diversify into plant-based sources of protein.

Among the companies targeted were Kraft Heinz, Nestle, Unilever, Tesco and Walmart, a statement by the Farm Animal Investment Risk & Return Initiative, which organized the investor group, said on Monday.

"The world's over reliance on factory farmed livestock to feed the growing global demand for protein is a recipe for a financial, social and environmental crisis," said Jeremy Collier, founder of the FAIRR Initiative and chief investment officer at private equity company Collier Capital.

Pollution from intensive livestock production is already at too high a level, while safety and welfare standards are too low and the industry cannot cope with the projected increase in global protein demand, Collier said.

"Investors want to know if major food companies have a strategy to avoid this protein bubble and to profit from a plant-based protein market set to grow by 6.4 percent annually over the next five years," Collier said.

## LA CONSOMMATION VEGAN



2 FRANÇAIS SUR 10  
consomment occasionnellement  
Vegan.

Un phénomène de **fond, mondial, massif** qui attire chaque jour **de plus en plus d'investisseurs et d'industriels**.

Des consommateurs **de plus en plus informés** qui demandent que **l'offre se développe rapidement online et offline**.

**OR, À DATE, IL N'EXISTE AUCUNE  
MARKETPLACE VEGAN SUR LE MARCHÉ !**


**Juillet 2017**

**Mise en ligne de**

**NOTRE « AMAZON » VEGAN**

**vegan-place.com est la première marketplace européenne qui rassemble tout ce qui existe pour les végétariens, les végétaliens, les végétariens, les allergiques et ceux qui aspirent à un autre mode de consommation : alimentation, cosmétiques, bébé, animaux, maison, mode, multimédia, restaurants & traiteurs, boissons, cours & stages, voyages, ...**

**Landing page déjà en ligne sur [www.vegan-place.com](http://www.vegan-place.com)**



# 1. ÉQUIPE ET PROJET

## LES FONDATEURS



**Laetitia Colin**, *Vegan* - Présidente en charge du business développement

Spécialiste en nutrition, santé et bien-être, manager d'équipes commerciales, titulaire d'un brevet d'état et d'un DU en préparation physique du CEP pour les sportifs de haut niveau.



**Tristan Balozian**, *Vegan* - Directeur Général et CIO

Directeur Général et CIO e-merchant pour Carrefour et Pixplace (la marketplace de Pixmania), Directeur Général et membre du Comex de Pixmania, Directeur Général d'une agence digitale e-commerce.



**Olivier Dufit**, *Vegan* - Directeur Marketing et Communication

25 ans de parcours agences (salarié et création d'agences) Expert en expérience et parcours client, contenu de marque, positionnement, identité de marque.

## L'ÉQUIPE



**Sébastien DAVID**, *Vegan*  
(alias Sébastien Kardinal)  
Directeur de la ligne  
éditoriale



**Laura MAZZOLA**, *Vegan*  
Community Management  
et stylisme



**Adrien MONPEYSSEN**  
*Vegan*  
Développeur  
Intégration du site



**Olivier LOMBARD**  
*Flexitarien*  
Développeur  
Intégration flux marchands



# L'ÉTAT D'AVANCEMENT

## Création du site

L'équipe en place est au complet pour délivrer le site dans son intégralité : **livraison du site définitif prévue pour début juillet 2017.**

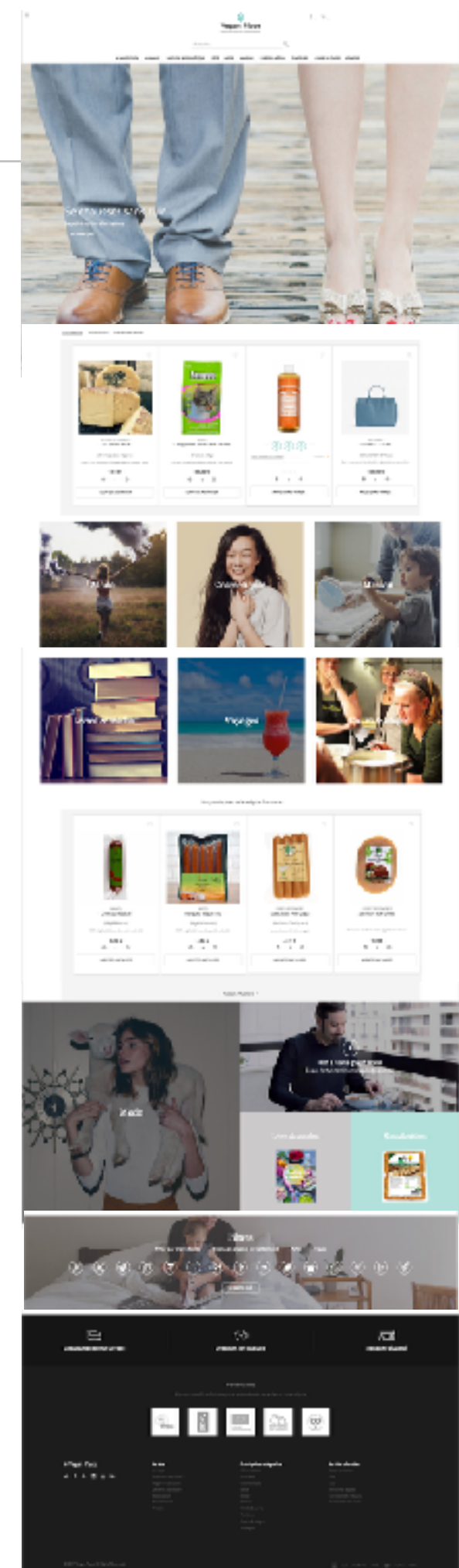
## Les e-marchands

Ils sont référencés pour la grande majorité :

**Plus de 800 e-marchands** identifiés, enregistrés dans notre base de données. Nombre d'entre eux nous ont déjà signé un accord de principe sous NDA.

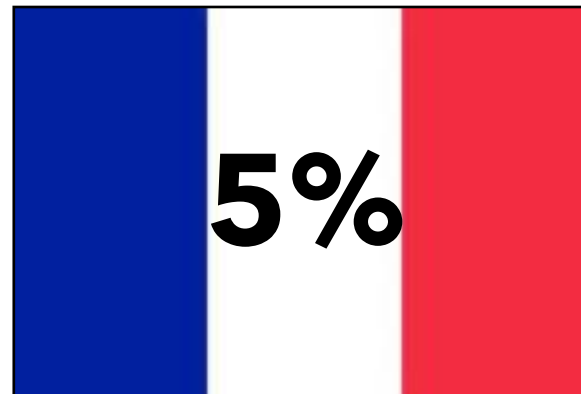
## Le contenu éditorial

La ligne éditoriale est définie quant aux supports à utiliser (textes, vidéos, lives,...) et les contenus à diffuser : conseils, recettes, témoignages, comparatifs, articles de fond, innovations, actualités, reportages, etc...



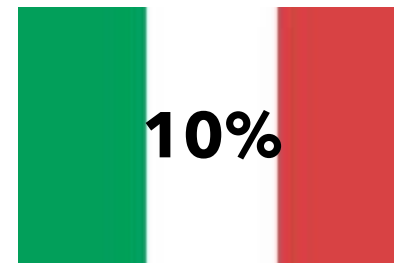


## 2. LE MARCHÉ



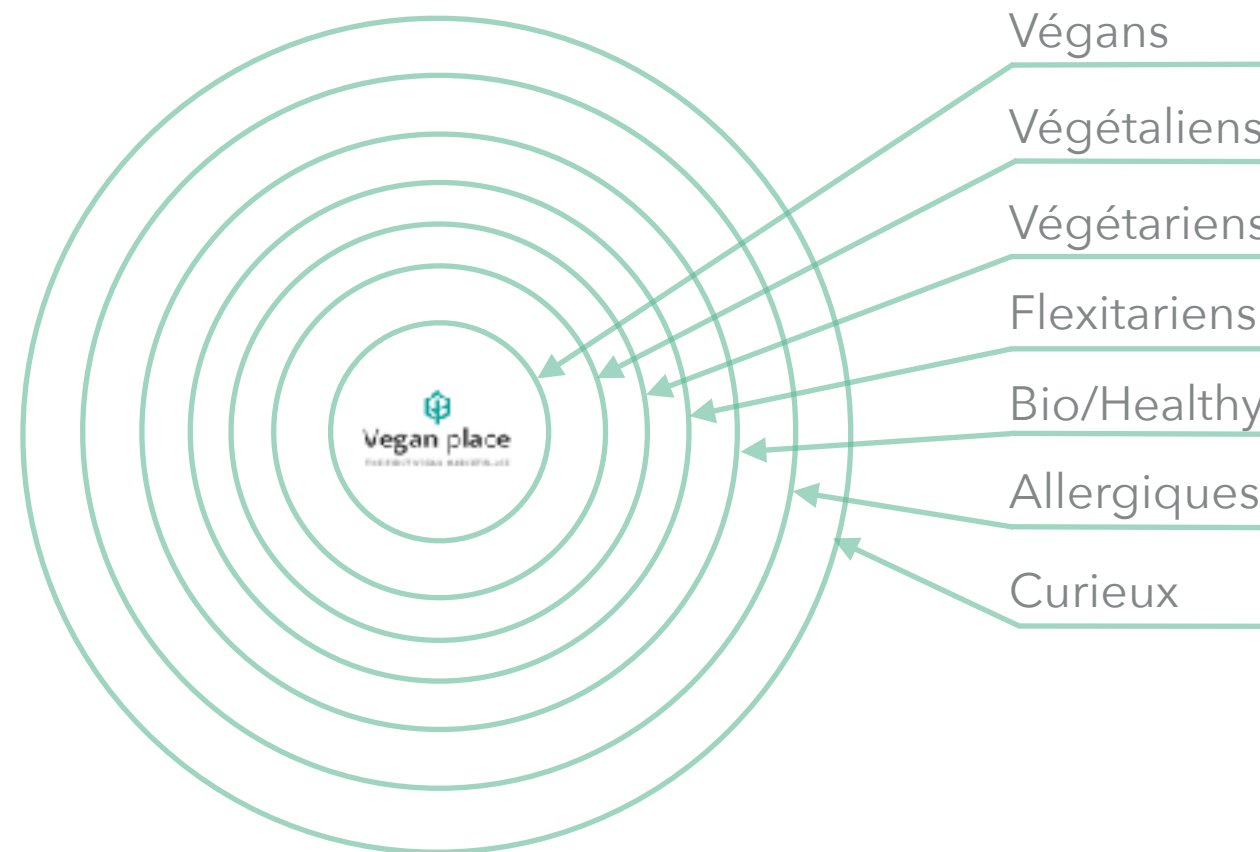
de végéta\*iens  
soit **3,3 millions d'individus**

Un chiffre bien en-dessous de nombreux pays en avance sur nous



**Les végétariens/végétariens représentent près de 25 millions d'individus** sur les pays à potentiel : France, Allemagne, Royaume Uni, Italie, Espagne, Suisse, Belgique ...

**Notre cible va encore bien au-delà des seuls végéta\*iens.**



On peut ajouter aux 25 millions de végéta\*iens, **6% d'allergiques au gluten, 38% au lactose** pour la France.

Le reste des catégories n'est à ce jour pas quantifié, mais les chiffres du bio et la catégorie des curieux laisse percevoir **un très fort élargissement de la population cible.**

Les populations arrêtent de manger de la viande pour trois raisons principales : la **préservation de leur santé**, la **préservation de la planète** et le **respect des animaux**.

- ✓ Selon une évaluation publiée le 26/10/15 par l'**OMS**, la consommation de charcuterie est **cancérogène** et celle de viande rouge «probablement» aussi. Le suivi des recommandations nutritionnelles sauverait 5,3 millions de vies par an, contre 7,3 millions avec le régime végétarien et 8,1 millions avec le régime végétalien.\*
- ✓ Dans le cadre de la **COP 21**, de nombreuses études ont été publiées pour montrer l'impact négatif de l'élevage sur l'environnement». Par rapport à une trajectoire (optimiste) à +2°C, l'alimentation devrait constituer **52% de l'ensemble des GES en 2050** pour le régime alimentaire actuel, contre 39% avec celui suivant les recommandations nutritionnelles, 19% avec le régime végétarien et 15% avec le régime végétalien.\*
- ✓ Les très nombreuses **vidéos sur les abattoirs ont un impact très fort** sur le comportement alimentaire de la population.

*\*Source : étude britannique publiée lundi 21 mars dans les Proceedings of the National Academy of Sciences (Pnas)*



Un marché qui apporte aussi une réponse à l'augmentation importante des **allergies alimentaires** en tout genre.

Une prise de conscience qui incite à regarder de plus près ce que l'on consomme. Le véganisme apporte également une réponse à cela, entre autres pour ce qui concerne les allergies au lactose, (mal digéré par 38% de Français).

Les allergies alimentaires ont **doublé en cinq ans**.

**3,5% des adultes et 8% des enfants présentent des allergies alimentaires.** En 1970, seulement 1% de la population était concernée...\* (Anses)

Le marché du sans gluten générait déjà en 2013 **600 millions d'euros de CA** (All, It, Esp, Fr, RU).\*\*

\*Source le figaro.fr Santé - le 07/08/2015

\*\*Etude Mintel 2013

**La concurrence en matière de marketplace végétane est à ce jour inexistante.**

La solution que nous proposons doit à terme opérer un transfert des achats effectués dans les magasins physiques et sur des sites web éparpillés vers [vegan-place.com](https://vegan-place.com).

# 3. CHIFFRES & BESOINS



# CHIFFRES CLÉS & BESOINS

17

P&L (en €)	2017	2018	2019	2020	2021
Volume d’Affaire Marketplace	385 691	9 269 250	24 041 250	49 863 125	91 260 400
Total revenus Marketplace	68 354	1 465 388	3 753 188	7 698 469	13 980 060
Marge brute	54 560	1 340 165	3 480 978	7 196 933	13 114 349
Total charges d'exploitation	274 787	1 771 134	3 301 501	5 557 967	8 842 403
Résultat d'exploitation	-220 227	-430 969	179 476	1 638 965	4 271 946
IS	0	0	0	409 741	1 067 986
Résultat net	-220 227	-430 969	179 476	1 229 224	3 203 959

Type de capitaux recherchés :

Amorçage

Montant de l’investissement :

600.000 euros



**vegan-place.com**

THE FIRST VEGAN MARKETPLACE

# CONTACTS

**Tristan Balozian**

t.balozian@vegan-place.com

tel.: +33 (0)6 50 00 50 60

**Laetitia Colin**

laetitia.colin@vegan-place.com

tel.: +33 (0)6 60 93 27 25

**Olivier Dufit**

olivier.dufit@vegan-place.com

tel.: +33 (0)6 80 12 04 34