

# TRANSFORMATEURS

## Laboratoire des tendances alimentaires saines comme alternative aux groupes industriels

2019

### CONTEXTE



C'est en 2009 qu'Alexis Vaillant a créé sa start-up ALTERFOOD avec l'objectif de proposer des produits d'épicerie et de boissons à la fois bons au goût et bénéfiques pour la santé.

Aujourd'hui, ALTERFOOD est une société française de distribution et de création de marques alimentaires innovantes et saines de boissons. Elle rassemble 22 marques, dont 8 marques propres, et plus de 150 produits commercialisés dans plus de 3000 points de vente en France - un catalogue 80% bio et 100% naturel. ALTERFOOD propose ainsi différents jus de fruits, eaux de cocos, sodas et limonades naturels et bio.

### OBJECTIF

- Développer des marques innovantes et saines dont l'ADN commun de chacune est le « bien-être »
- Offrir au plus grand nombre des alternatives de consommation responsable

### DÉMARCHE

ALTERFOOD, la société de distribution de marques alimentaires naturelles et bio sur le marché du snacking et de la boisson, a trois typologies de gammes de produits :

- Les huit marques propres développées en interne et qui appartiennent à 100 % à l'entreprise (Infusion, Tensaï Tea, Hugo le Maraîcher, Wat Water, Coffee Ride, Bahia Drink, Marcel Bio)
- Les grandes marques internationales développées en exclusivité pour le marché français (The berry company, Alo, les limonades Belvoir ou encore Kind Snacks).
- Les marques de niche qui témoignent de la volonté de l'entreprise de conserver cette idée de laboratoire d'innovation

L'entreprise cible un public urbain et le touche via la grande distribution qui représente le plus gros du chiffre d'affaires. ALTERFOOD a initié le développement de ses différents réseaux par Monoprix car très tourné vers l'innovation, puis l'entreprise a adressé les autres enseignes urbaines et parisiennes indépendantes, comme Franprix et G20. L'entreprise commercialise également des produits dédiés, différents de ceux vendus en grande distribution, de façon équilibrée entre les réseaux spécialisés et le CHR (Café Hôtel Restaurant).

ALTERFOOD a procédé en 2019 à une levée de fonds de 3 M€ qui permettra de renforcer les équipes et de sécuriser les approvisionnements sur un marché du bio qui se tend. Il a d'ailleurs investi dans La Conserverie de Provence pour maîtriser encore mieux son outil de production pour les soupes et les jus bio. ALTERFOOD est liée à tout l'écosystème agricole bio de la Provence et du Languedoc- Roussillon où elle a investi dans des outils de transformation (conserverie) ainsi que dans les terres cultivées. Ainsi l'entreprise tisse des partenariats forts avec les agriculteurs permettant de sécuriser les approvisionnements fruits et légumes bio d'origine française.

ALTERFOOD s'est rapidement tourné vers le marketing des produits des autres car le marché français a des spécificités de consommation qui supposent une adaptation. L'entreprise crée des produits, elle ne fait pas que de la distribution.

### FACTEUR CLÉ DU SUCCÈS

- Fondateur visionnaire avec une ambition sur le long terme
- La dimension locale, sociétale et le respect de la chaîne de valeur sont clés
- Innovation des produits : différenciation sur le marché par leur naturalité, leurs goûts et leurs emballages

### CONTRIBUTION À LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE

- Progression de 40% des ventes en 2017
- ALTERFOOD fait partie des Champions de la Croissance 2017, 2018 & 2019 par les Echos
- Tensaï Tea, élu snacking d'or 2018

### BÉNÉFICES POUR LA FILIÈRE

- 60% de son activité en GMS
- Relation forte avec les agriculteurs et intégration de leur travail dans la chaîne de valeur (verticalisation)

Ce document a été réalisé par les membres d'AgroParisTech Service Etudes

Pour en savoir plus :

<https://www.entreprendre.fr/alterfood-bio/>

#### Alterfood

Chiffre d'Affaires : 7M d'€ - en 2017

Effectif : 20

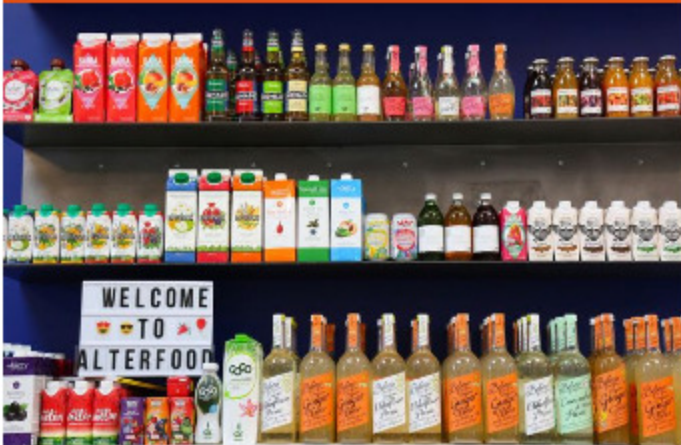
Pays (siège social) : France

Site internet : <https://www.alterfood.fr/>

Contact :

VAILLANT Alexis

01 58 18 35 80



Document(s) liés