

DOSSIER DE PRESSE

**Entreprise à mission engagée
pour une alimentation responsable**

Édito.

Alterfood est une entreprise engagée pour une **alimentation responsable**, fondée par Alexis Vaillant en 2009.

La société se donne pour raison d'être et **mission de développer des produits alimentaires responsables, des alternatives de consommation engagées** pour le bien-être des consommateurs, bénéfiques pour la santé, traçables, n'utilisant aucune substance controversée, équitables **dans leur process de fabrication** et impliquées dans le **respect de l'environnement**. Alterfood a pour mission de **privilégier le local et le bio**, autant que la **traçabilité**, la **transparence** et **l'impact social**. Alterfood s'engage à **rémunérer à leur juste valeur l'ensemble des partenaires** de l'entreprise et particulièrement les **producteurs** impliqués dans l'approvisionnement des matières premières. Alterfood a pour mission de **limiter les emballages et le plastique** et s'engage pour une **logistique écoresponsable**. Alterfood a pour mission de **lutter contre le gaspillage**.

Alterfood a été **labélisée PME+** en 2020 : le label des PME françaises **engagées pour l'humain, l'emploi et l'environnement**.

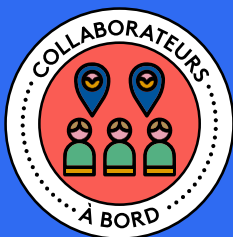
Alterfood est membre de **1% for the Planet**.



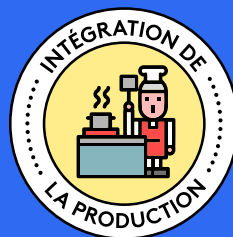
25
Marques



+9,3M€
De CA en 2021



34
Collaborateurs



2
Reprise de 2 ateliers de production bio



+6500
En France



Sommaire.

01

Alexis Vaillant, PDG – Fondateur :
Portrait d'un entrepreneur engagé

Page 03

02

Alterfood :
La success story d'une PME française de l'agroalimentaire français

Page 04

03

Les marques d'Alterfood

Page 05

04

Marcel Bio :
le modèle vertueux d'Alterfood

Page 06

05

Altershop :
La plateforme digitale des PME françaises engagées

Page 07

06

Contact.

Page 08

01

Alexis Vaillant, PDG – Fondateur :

Portrait d'un entrepreneur engagé

De son enfance en Haute-Savoie, Alexis Vaillant garde une passion indélébile pour la nature et les produits du terroir. Cet ISG de 40 ans est un féru d'entrepreneuriat et de développement de marques. Il démarre seul en 2008 avec la volonté de créer une entreprise engagée pour une meilleure alimentation et fonde Alterfood en 2009. Son crédo : créer et distribuer des produits alimentaires sains et innovants en **rupture avec les codes traditionnels de l'agroalimentaire**.

Véritable passionné de la création de produits alimentaires il lance plus de 13 marques entre 2012 et 2021. Leur dénominateur commun : des **innovations alimentaires responsables, saines et traçables**. Sa volonté est de les imposer dans le paysage agroalimentaire français face aux grands groupes qui trust les places en rayon.

En 2020, pendant le 1^{er} confinement, il lance en 72h **Altershop**, une **plateforme e-commerce de marques engagées** qui propose à la vente les produits Alterfood mais aussi ceux d'autres PME qui partagent le même ADN et les mêmes valeurs.

La même année, il fait officiellement d'Alterfood une **Entreprise à Mission**, en inscrivant sa raison d'être à ses statuts, même si cet engagement existe et est effectif depuis sa création.

Durant cette année charnière, il est également **nommé administrateur au bureau de la FEEF** (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France). Il devient ainsi le **plus jeune entrepreneur** à rejoindre le bureau qui a pour but de faire valoir et de défendre les intérêts des PME dans la distribution française et devient responsable de la **commission digitale**.

Il fait de l'**équilibre commercial** entre les PME et la grande distribution ainsi que de la **place des produits alimentaires** des PME dans les rayons son cheval de bataille

Il n'en reste pas moins un passionné d'innovation alimentaire et du goût : « l'acte d'achat se déclenche par le pack, le réachat par le goût ». Il s'inspire ainsi des packagings anglosaxons au design résolument moderne pour en emballer le goût à la française.

Ses produits sont simples, équilibrés et souvent beaucoup moins sucrés que l'ensemble du marché. Alexis considère le sucre comme un fléau et n'hésite pas à le comparer à une véritable drogue. Il **proscrit les édulcorants de l'intégralité de ses créations**.



Pierre -Anthony Allard ©

Sa recette : mettre en place des **écosystèmes vertueux allant de la terre à l'assiette** en respectant chaque étape à sa juste valeur. L'entrepreneur prône la **juste rémunération de tous**. **L'humain** est au centre de son projet, il met en avant les femmes et les hommes qui l'entourent et prône le **bien-être en entreprise** : « 50% de notre temps éveillé se déroule dans l'entreprise, il est important d'y trouver un équilibre épanouissant ». Même s'il incarne Alterfood et qu'il n'hésite pas à monter au front pour défendre ses valeurs, la réussite est selon Alexis Vaillant celle du collectif et non de l'individu. Les résultats d'Alterfood sont le résultat d'un travail collaboratif acharné et rigoureux. « Le fruit de la réussite de l'entreprise est issu de l'action performante du collectif et de l'ensemble des collaborateurs ».

Pour soutenir l'innovation française et le développement d'alternatives, **Alexis investit dans d'autres startups food et les accompagne**. Selon lui, le changement positif du paysage alimentaire en France ne se fera pas en opposition : **c'est ensemble que nous ferons bouger les codes établis**.

Le chemin n'est pas facile, il compare souvent son aventure à une ascension en haute montagne semée d'embûches. Mais peu importe la difficulté, il est convaincu que les consommateurs ne sont plus dupes et que la place est à présent aux PME qui proposent des produits alternatifs qui correspondent mieux à leurs attentes.

Son but : rendre le bien manger accessible à tous et faire de son entreprise un acteur incontournable du « social food ».

02

Alterfood :

La success story d'une PME française de l'agroalimentaire français

Le leitmotiv d'Alterfood : des alternatives de consommation responsables accessibles à tous.

Alterfood c'est aujourd'hui **25 marques** (dont 13 propriétaires et 8 en distribution), **8 projets en R&D** et **34 collaborateurs** au service de l'alimentation durable.

Alterfood a été créé en 2009. C'est un précurseur de la **santé par l'alimentaire** avec la **volonté constante de bousculer les codes établis**. **Les produits bio, traçables et moins sucrés sont gravés dans son ADN**. Chez Alterfood, le bien manger ne résulte pas d'une adaptation de stratégie opportuniste mais d'une **raison d'être**.

En 2020, Alterfood officialise son statut et devient Entreprise à Mission : **Alterfood se donne pour raison d'être et mission de développer des produits alimentaires responsables, des alternatives de consommation engagées pour le bien-être des consommateurs, bénéfiques pour la santé, traçables, n'utilisant aucune substance controversée, équitables dans leur processus de fabrication et impliquées dans le respect de l'environnement**. Cet engagement vient renforcer la volonté de la PME à oeuvrer pour une meilleure consommation en général.

2020 est aussi l'année où Alterfood est **labélisé PME+**. Ce label de la **FEEF** (Fédération des Entreprises et des Entrepreneurs de France) regroupe 142 entreprises éthiques et responsables. Il permet à Alterfood de renforcer sa démarche et de se structurer autour de différents axes majeurs de la **RSE : remettre l'humain au coeur de l'entreprise, continuer à préserver l'environnement et s'engager pour l'emploi et la solidarité dans les régions** tout en répondant à une démarche d'amélioration continue.

N'avoir de cesse d'innover, tout en consolidant les produits déjà en catalogue, sont les moteurs du quotidien d'Alterfood. Avec une augmentation de plus de 40% de CA par an entre 2014 et 2019, l'entreprise se positionne parmi les champions de la croissance française.

En 2020, l'innovateur responsable totalise **plus de 5 500 points de ventes uniques** à travers toute la France, notamment au coeur des grandes métropoles. Si le premier réseau d'Alterfood est celui de la **grande distribution française** (Carrefour, Monoprix, Franprix, Auchan, Intermarché, Système U et Leclerc), l'agitateur de tendances collabore main dans la main avec les **réseaux spécialisés** (Naturalia, Bio C Bon, naturéO, Biocoop) et les **cafés, hôtels, restaurants**. Certaines gammes de produits sont dédiées en exclusivité aux réseaux sélectifs, à l'image de **TENSAÏ TEA** ou des dernières innovations comme **LEAMO**.

La PME a également la volonté de s'étendre à **l'export**. Les produits sont déjà présents en Suisse, Belgique, Luxembourg, Espagne, Grèce et bientôt dans de nombreux nouveaux pays.



La finalité ? Avoir un impact positif sur la société. Alterfood se veut être un **acteur proactif du «social food»**. Depuis plus de 10 ans, l'entreprise met un point d'honneur à valoriser non seulement **l'origine France** mais aussi le **terroir** et le **goût**. **Les agriculteurs partenaires** sont des passionnés de la terre. Ils font partie intégrante de **l'écosystème Alterfood** au même titre que chacun de ses collaborateurs. Dans le respect de leur travail et de leur implication, la PME s'engage depuis le début à les rémunérer à leur juste valeur.

Les produits Alterfood prônent **la santé par l'alimentation**. Dans cette optique, il est impératif d'assurer leur **traçabilité** et une **transparence totale**. Ils sont **tous sourcés** pour assurer au consommateur une **qualité irréprochable**. Les compositions des produits sont étudiées avec minutie pour **éliminer les additifs, arômes artificiels, édulcorants ou autres sucres raffinés**.







L'esprit pionnier d'Alterfood se traduit enfin par la volonté de **s'engager contre le gaspillage alimentaire et la pollution**. Ses emballages sont respectueux de l'environnement et des actions sont mises en place pour contrebalancer son empreinte carbone. Alterfood s'est associé à **Phenix et de nombreuses associations d'aide alimentaire** pour s'assurer de la seconde vie de ses produits. Les déchets de ses bureaux sont traités par les **Joyeux Recycleurs** qui assurent le tri et la collecte. Alterfood est membre de **1% For The Planet** dans le but de lutter aux côtés de **Surfrider Foundation Europe** contre le plastique sur les plages et dans les océans.

Alterfood souhaite ainsi être un acteur incontournable de la consommation responsable.

03

Les marques d'Alterfood :

La success story d'une PME de l'agroalimentaire français

<p>2012</p> <p>Infusion</p> 	<p>2012</p> <p>Marcel Bio</p> 	<p>2014</p> <p>Bahia</p> 	<p>2016</p> <p>Hugo le Maraîcher</p> 
<p>Infusions glacées</p>	<p>Soupes, jus, compotes</p>	<p>Boissons aux fruits des tropiques</p>	<p>Jus de fruits et de légumes</p>
<p>2016</p> <p>Smowl</p> 	<p>2017</p> <p>Tensaï Tea</p> 	<p>2017</p> <p>Wat Water</p> 	<p>2018</p> <p>Coffee Ride</p> 
<p>Gourdes de super food jeune public</p>	<p>Thés glacés fair trade</p>	<p>Eaux gazeuses aromatisées naturelles</p>	<p>Cafés infusés à froid</p>
<p>2019</p> <p>Leamo</p> 	<p>2019</p> <p>Blast Snack</p> 	<p>2019</p> <p>Tack</p> 	<p>2019</p> <p>Tact!</p> 
<p>Soft et Craft mixers artisanaux</p>	<p>Barres de noix</p>	<p>Gourdes de superfood adulte</p>	<p>Déclinaison GMS de marques premium</p>
<p>2020</p> <p>Necess</p> 	<p>2021</p> <p>Force Bio</p> 		
<p>Cafés & granolas</p>	<p>Jus de fruits frais</p>		

04

La marque Marcel Bio :

Traduction du système vertueux d'Alterfood



Marcel Bio est une marque de soupes du terroir à base d'un fruit, d'un légume et d'une épice, de compotes savoureuses aux parfums originaux et de jus et nectar de fruit 100% pur jus. Une gamme de produits traditionnelle et artisanale.

« Les vrais agriculteurs respectent la terre et l'aliment ; et ont envie, comme un cuisinier ou un artiste, de produire quelque chose qui satisfera tout le monde. »

Marcel Bal

Les fruits et légumes sont cultivés au cœur de terres Provençales, à la Ferme du Cantou*, chez Marcel ou chez son collectif d'agriculteurs partenaires, et sont ensuite cuisinés et embouteillés à 3km à la Conserverie de Provence à Saint-Andiol. Ils sont **gourmands** et **savoureux**, et sont le reflet des productions de nos terres **cultivées sans pesticide**.

Le respect est la valeur première de MARCEL BIO :
De la terre : elle est cultivée en bio, depuis toujours.
Des producteurs : ils sont rémunérés justement, et le prix du produit n'est pas bradé à leur détriment.
De la filière française : la marque soutient les unités de production en Provence et en Occitanie.
Des consommateurs : en leur proposant un produit riche, aux matières premières traçables, aux compositions transparentes, avec du goût !

Toutes les recettes sont issues de l'**agriculture biologique** et privilégient le **circuit-court**. Les fruits et légumes sont récoltés à leur meilleure maturité pour offrir une qualité gustative optimale. **Sans édulcorant**

MARCEL BIO

MILITANT DU GOÛT

ni conservateur, chacune des recettes de soupe a la particularité de contenir entre **50 à 90 % de teneur en fruits et légumes**, ce qui en fait la marque de soupes avec le plus fort taux de légumes dans la bouteille du marché. En 2019, 60 Millions de Consommateurs place la soupe Marcel Bio numéro 1 de son banc d'essai de 28 soupes vendues en GMS.



En 2021, le média Brut. collabore avec Marcel Bio pour mettre en avant le travail de Marcel Bal, l'agriculteur partenaire de la marque, autour de la biodiversité, de la composition des recettes et de l'agriculture bio. Vue plus d'un million de fois, cette vidéo permet de comprendre les valeurs et le savoir-faire propre à la marque.

MARCEL BIO est la marque qui illustre le mieux le système vertueux de la terre à l'assiette mis en place par Alterfood.

* Valable pour les légumes. Les fruits sont cultivés par Pierre Giovanelli, agriculteur partenaire de Marcel, à Ile-sur-Têt, un village du Roussillon, et sont transformés sur place.

Disponibles chez Monoprix, Monop', Auchan, Franprix, Carrefour (Proxi, Bio), Intermarché, Leclerc et Système U.

Découvrez l'engagement de Marcel Bio à travers ce film : <https://bit.ly/2QRcR6i>

<https://www.marcel-bio.com/>

05

Altershop

La plateforme digitale des PME françaises engagées

Le 17 mars 2020 (date du début de confinement), Alterfood lance en 72h **AlterShop, une plateforme multi-marques** de produits alimentaires engagés : pour une alimentation saine et sans produits chimiques, pour un mode de consommation plus respectueux et vertueux, pour un monde plus propre. AlterShop incarne une nouvelle vision de l'e-shopping engagé.

La plateforme est un écrin pour des marques **françaises, innovantes**, désireuses de favoriser les initiatives responsables. Ces marques sont sélectionnées avec soin et remplissent un **cahier des charges** strict, selon des critères de **responsabilité sociétale et environnementale**.

Le **made in France**, le **bio**, la **traçabilité des produits**, la **santé** et l'**écoresponsabilité** sont ainsi mis en avant.

Elles viennent alimenter les différentes catégories du site : un rayon épicerie, une cave à bières issues de microbrasseries de nos régions, des propositions anti-gaspi pour **proposer aux consommateurs d'aller plus loin dans leur démarche**.

AlterShop est **membre de 1% For The Planet** et soutient 3 projets associatifs qui luttent pour l'environnement et pour l'inclusion sociale en reversant 1% de son chiffre d'affaires:

- Le projet de dépollution de la décharge de Dollemard en Normandie par **Surfrider Foundation Europe** ;
- Le projet SoliFoodWaste anti-gaspi réalisé dans des ESAT de **Handicap Travail Solidarité** ;

Le choix d'affectation est laissé au consommateur qui peut soutenir le projet dans lequel il se reconnaît le plus lors du check-out, dans une volonté de **le rendre acteur du changement positif que peut entraîner un acte d'achat**.

AlterShop LE SHOPPING ENGAGÉ

ANTI-GASPI ÉPICERIE - CAVE À BIÈRE HYGIÈNE BEAUTÉ SANTÉ MAISON - MARQUES MAGAZINE ENGAGEMENT

0,00 €

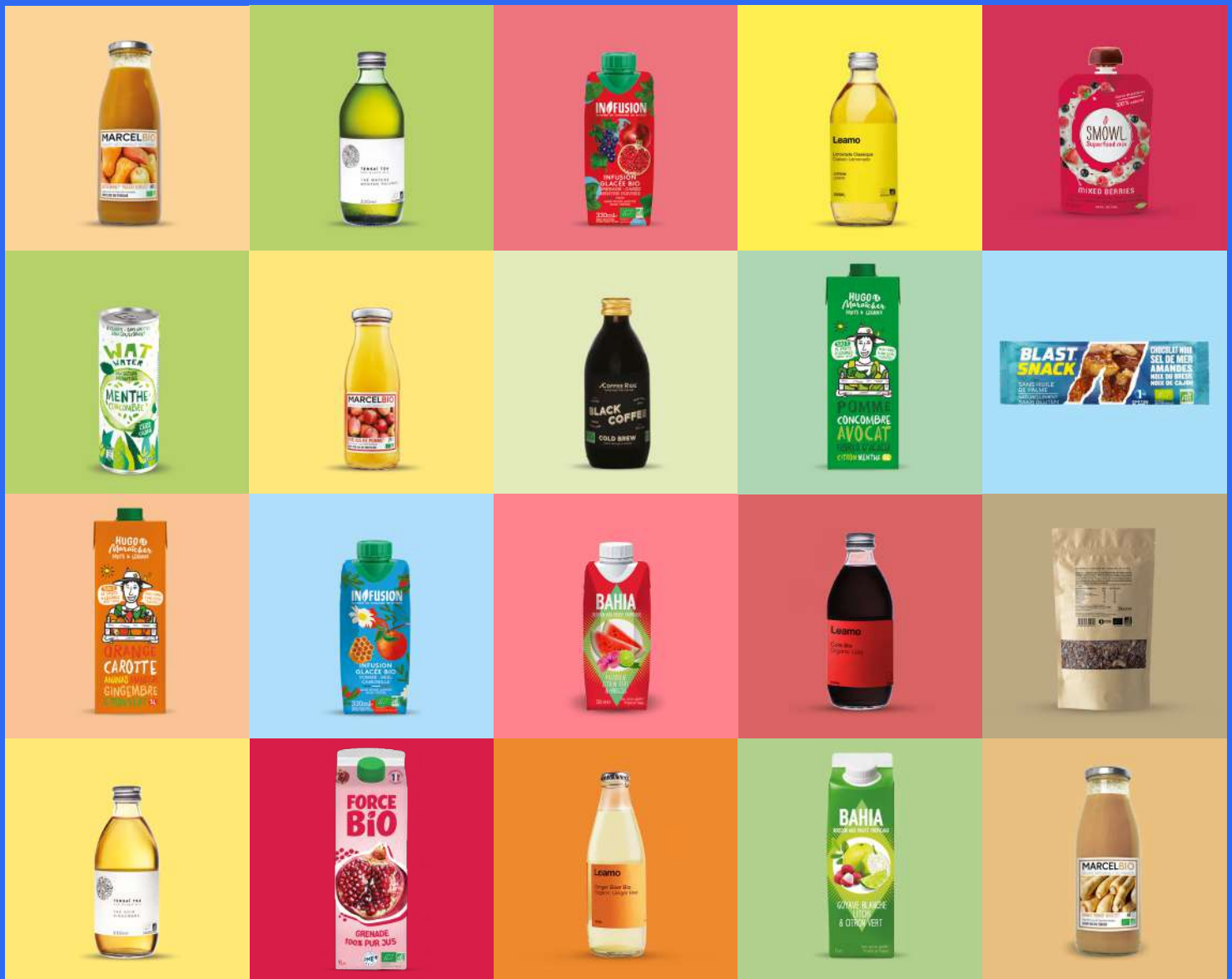
Le nuancier de la soupe Marcel Bio

La soupe, la soupe, la soupe, oui mais bio !

Je découvre →

MARCHÉ EN LIGNE DE PRODUITS ENGAGÉS ISSUS DE NOMBREUSES ENTREPRISES FRANÇAISES QUI PLACENT LA TRANSPARENCE AU CŒUR DE LEUR DÉMARCHÉ.

1% FOR THE PLANET NOUS SOUTENONS 4 PROJETS DE DÉVE-



Contact Alterfood : Constance Hamard

Responsable Marketing
constance@alterfood.fr
01 58 18 35 84

www.alterfood.fr