

La Vie lève 25 millions d'euros pour poursuivre le développement de la charcuterie végétale

Depuis 2021, La Vie affiche une croissance forte dans l'industrie de la charcuterie végétale. Ces résultats ont permis à la startup de lever 25 millions d'euros pour poursuivre cette révolution alimentaire tant à travers la recherche qu'en sensibilisant le consommateur.

Temps de lecture : minute

4 octobre 2024

« Notre stratégie différenciante consiste à faire peu de produits mais à investir dedans pour les améliorer jusqu'à être équivalent ou supérieur à la viande » explique Nicolas Schweitzer, CEO et co-fondateur de La Vie. Afin, notamment, de continuer à rénover ses produits existants, la startup de la foodtech lève 25 millions d'euros. Malgré un portefeuille réduit de produits, La Vie se félicite des nombreuses récompenses déjà obtenues, 24 pour son bacon et une douzaine en moins d'un an pour son jambon.

Toutefois, à côté de ces deux produits et des lardons végétaux, La Vie a récemment lancé la commercialisation de ses meatballs en version italienne et asiatique. « La levée nous permet d'innover encore sur d'autres catégories à travers la recherche. Nous avons une gamme de sandwiches qui performe et nous en proposerons deux nouvelles en 2025. Il faut maintenant convaincre les consommateurs, les pousser à essayer. » La levée de fonds participera donc à cet élan avec une équipe marketing renforcée pour toucher sa cible prioritaire, les 18 - 35 ans. La

jeune pousse a d'ailleurs diffusé sa première publicité télé.

Des résultats encourageant pour La Vie

Avec une douzaine de recrutements d'ici 2025 pour compléter son équipe de 70 salariés, La Vie ambitionne de poursuivre sa croissance. « *Nous enregistrons un chiffre d'affaires de 19 millions d'euros, c'est pas mal après trois de business* » sourit Nicolas Schweitzer. « *Nous prévoyons plus de 80 % de croissance en 2025.* »

Des chiffres qui ont convaincu les investisseurs historiques de poursuivre l'aventure après une première levée de 25 millions d'euros en 2022. De nouveaux partenaires ont rejoint le tour de table tels que Zintinus et Sparkfood. « *Le premier est fondé par des anciens de la restauration qui apportent un regard pertinent pour travailler sur les gros comptes. Le second fait partie des plus gros retailer au Portugal et dispense les bons réflexes à avoir dans le secteur.* » Cette levée a également réuni plus de 3 000 investisseurs à travers une campagne de crowdequity. « *La plus grande campagne de France. Nous nous sommes inspirés d'un concurrent anglais et avons permis un investissement à partir de dix euros.* »

Consolider les acquis

Cette annonce s'accompagne également de l'arrivée d'Arnaud Bachelier comme président du conseil d'administration. « *En tant qu'ancien directeur financier et manager général de MOM, il a contribué au succès de Pom'potes. On n'en parle peu mais ils sont partis de rien et réalise aujourd'hui près d'un milliard de chiffre d'affaires. Il nous pousse à nous concentrer, alors on se concentre.* » D'ailleurs, plutôt que de s'étendre à tout va à l'international, La Vie, déjà présente dans 8 200 points de vente et restaurants en France, espère renforcer son implantation existante en Angleterre « *pour prendre une place prédominante dans les rayons* » avant d'envisager la conquête d'autres marchés.



À lire aussi

Foodtech : ces 10 startups qui inventent l'assiette de demain



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

