La Vie séduit Natalie Portman avec son bacon végétal

Créée en 2019 et commercialisée depuis octobre 2021, La Vie, qui développe des substituts à la viande, annonce un tour de table de 25 millions d'euros. Une série A qui doit lui permettre de sortir des frontières françaises et de diversifier les produits proposés aux consommateurs et restaurateurs.

Temps de lecture : minute

19 janvier 2022

Après le poulet et le hamburger, c'est au bacon et aux lardons de passer sous le grill des alternatives végétales. Avec un challenge supplémentaire : réussir à reproduire ce côté croustillant et gras qui donne à une tranche de bacon toute sa saveur. Pari tenu. Après deux ans et demi de recherches, la startup 77Foods - fondée par Nicolas Schweitzer et Vincent Poulichet - commercialise désormais, sous la marque La Vie, deux produits en magasin — des lardons nature et fumés — tandis que son bacon végétal est proposé aux restaurateurs.

Depuis son lancement officiel, en octobre 2021, la startup semble aiguiser les intérêts des consommateurs et des investisseurs, en témoigne la concrétisation d'une levée de fonds de 25 millions d'euros portée par Seventure (en lead), Oyster Bay, Capagro, Partech, Entrepreneur First, Bleu Capital, mais aussi plusieurs business angels - Thomas Lodewijk Plantenga (PDG de Vinted), Thibaud Hug de Larauze (PDG de Back Market), Frédéric Mazzella Eric Melloul. En dehors de ces habitués du monde de l'investissement, on retrouve aussi l'actrice Natalie Portman qui rejoint le cercle des personnalités qui soutiennent l'alimentation de demain, à l'instar de Robert Downey Jr dans l'entreprise française Ÿnsect.

Un succès immédiat

Visuellement proche des produits originaux, leur goût et leur texture interpellent les papilles et séduisent. Avant même sa présentation officielle à la presse, 77Foods avait remporté l'Innovation Challenge organisé par Unilever avant d'obtenir, début octobre au Sirha à Lyon, le Prix Spécial du Jury des Snacking d'Or 2021. Le même mois, elle a posé ses valises dans les rayons de Carrefour, à l'échelle nationale, et dans des épiceries vegan.

Si d'autres marques comme Hari&Co et Happyvore (ex-Nouveaux Fermiers) ont essuyé les plâtres et ouvert la voie de ce type d'enseignes, réussir à nouer ces partenariats n'est pas facile. "*Il y a une vraie prise de conscience de ces enseignes mais, en parallèle, il y a une explosion de l'offre* , rappelle Nicolas Schweitzer. *Nous arrivons à nous distinguer grâce à notre mix : qualité du produit, notre marque et le prix*" . Ce dernier fait partie des points de tension mis en avant par les consommateurs et les restaurateurs. *La Vie* propose ses lardons à 2,69 euros les 150 grammes, soit 17,93 euros le kilo (contre 22,75 euros le kilo de lardons végétaux pour Happyvore sur son site et même 29 euros le kilo chez Monoprix).

À lire aussi
Faux-mages, simili-carne... 12 alternatives végétales à découvrir

Les restaurateurs ne boudent pas non plus le produit. "*C’est ce qui nous a le plus surpris*, confie le CEO. *Nous n’arrivons même pas à répondre à la demande des restaurants pour le bacon*" qui se retrouve déjà dans les hamburgers de Hank ou encore les poke de Pokawa.

Le gras, c'est la Vie

La raison du début du succès ? Un goût et une texture travaillés pendant deux ans avec des spécialistes, selon les dirigeants. "*Le gras est ce qui donne le goût*" , souligne Nicolas Schweitzer. C’est souvent ce qui manque aux autres alternatives pour les faire "*griller*" car elles sont essentiellement composées d’huile de coco qui fond à basse température. La Vie a de son côté opté pour l'huile de tournesol. Une partie de la recette - la création "*d’un gras de plante*" qui tient à la cuisson - est brevetée. C’est notamment ce qui permet "*d’infuser le goût et de caraméliser*".

Résultat, "*nous avons un goût très proche. Notre produit a plu au sein de Carrefour car il parle aussi à ceux qui aiment la viande*" . Il n’en reste pas moins que ce produit est issu de nombreuses transformations. Ce qui est souvent reproché aux alternatives végétales. "*Nous utilisons 8 ingrédients pour notre bacon, autant que dans le bacon de porc Herta*" , se défend Nicolas Schweitzer, conscient de la sensibilité du sujet et la pédagogie à faire.

L'Angleterre et les Etats-Unis dans le viseur

D’autres références viendront s’ajouter à cette liste de trois produits que

propose déjà la startup, d’ici la fin de l’année. "*Je pourrais présenter une quarantaine d’idées demain mais nous avons un critère avant de lancer un produit, pour vérifier qu’il est abouti : il ne doit pas être décevant pour un viandard*" , image Nicolas Schweitzer.

Maintenant qu’elle est enfin sortie de son laboratoire, La Vie compte bien faire parler d’elle et proposer son produit dans d’autres pays. D'où sa levée de fonds de 25 millions d’euros. "*Ce capital va nous permettre d’investir dans l’innovation et notre développement*" et notamment son lancement en Europe et en Angleterre. "*Nous avons participé au Plant Based World à Londres où nous avons reçu un excellent accueil. C’est ce qui nous a décidé à aller en priorité dans ce pays”* .

À lire aussi
Ÿnsect met la main sur un rival européen pour aller plus vite vers l'alimentation humaine

Mais d’autres territoires sont déjà dans le viseur de la startup et pas seulement en Europe. "*Nous envisageons de développer des partenariats Outre-Atlantique d’ici 12 à 18 mois*" , confie l’entrepreneur. Et la participation de Natalie Portman à ce tour de table devait l'y aider,

surtout si elle s'investit autant que l'acteur d'Iron Man avec Ÿnsect. Le développement de nouveaux produits et la conquête de nouveaux marchés passeront par une trentaine de recrutements, à la fois des food scientists, des commerciaux et des profils marketing.

Article écrit par Anne Taffin