

Hari&Co lève 2,3 millions d'euros pour démocratiser les alternatives à la viande

La startup Hari&Co, qui développe des produits culinaires à base de légumineuses, a convaincu le fonds Otium et un pool bancaire de financer la montée en puissance de son outil de production avant de concrétiser ses ambitions européennes.

Temps de lecture : minute

22 mars 2018

Végétariens de tous les pays, unissez-vous ! La startup Hari&Co (anciennement Le Boucher vert) annonce ce jeudi avoir bouclé fin 2017 un tour de table de 2,3 millions d'euros auprès du fonds Otium Brands et d'un pool bancaire afin d'accélérer la commercialisation de ses produits à base de légumineuses. La startup, qui se présente comme spécialiste de l'alimentation végétale, souhaite ainsi "*mettre les graines, pois chiches et haricots au coeur de l'assiette tout en prenant du plaisir*", explique son cofondateur, Emmanuel Brehier.

Alors que les consommateurs font de plus en plus attention à réduire la part de viande et plus généralement de protéines animales dans leur alimentation, Hari&Co développe des produits adaptés à ces nouvelles habitudes de consommation. "*Les légumineuses sont riches en protéines végétales et en fibres, demandent peu d'eau pour leur culture et sont bien connues des consommateurs, qui ont l'habitude d'en manger, ce qui lève un certain nombre de freins culturels*", précise Emmanuel Brehier. Une bonne alternative aux steaks et autres rôtis, bien que la startup ne souhaite pas se présenter uniquement comme telle. "*L'idée n'est pas de produire de la fausse viande mais de (re)mettre en valeur les légumineuses, tranche le cofondateur. Les consommateurs retrouvent dans nos produits l'aspect et le goût des légumineuses.*"



À lire aussi
Un monde sans viande, c'est possible ?



Se renforcer avant de s'internationaliser

Cette levée de fonds a permis à la jeune pousse d'investir dans son outil de production pour automatiser certains ateliers. Ses lignes de production, situées en Drôme provençale dans l'usine d'un industriel local de l'alimentaire, permettent à Hari&Co de revendiquer des produits 100% Made in France. Le tout avec un coût réduit, puisque les coûts de certaines étapes comme le conditionnement sont mutualisés avec l'industriel qui héberge les lignes.

Pour l'instant commercialisés à la fois en restauration collective (via le réseau Elios-Sodexo notamment) et dans certaines enseignes de restauration commerciale (Ninkasi à Lyon et Mamy Burger à Paris), les produits d'Hari&Co sont également distribués dans des réseaux de magasins bio et au sein de la chaîne Franprix en Île-de-France. Des discussions sont en cours avec d'autres distributeurs pour pouvoir élargir les zones de chalandise dès l'été 2018.

La startup espère ensuite conquérir rapidement les marchés internationaux, aux premiers rangs desquels le Royaume-Uni, l'Allemagne et le BÉNÉLux. Une équipe dédiée à l'export a d'ores et déjà été constituée dans l'équipe, qui compte actuellement 12 personnes et cherche encore à s'étoffer. Une façon pour Hari&Co d'afficher clairement ses ambitions, à la hauteur des enjeux de la transformation de notre alimentation.



À lire aussi

Algues, dattes, produits sans allergène : ce que vous mangerez (peut-être) demain

