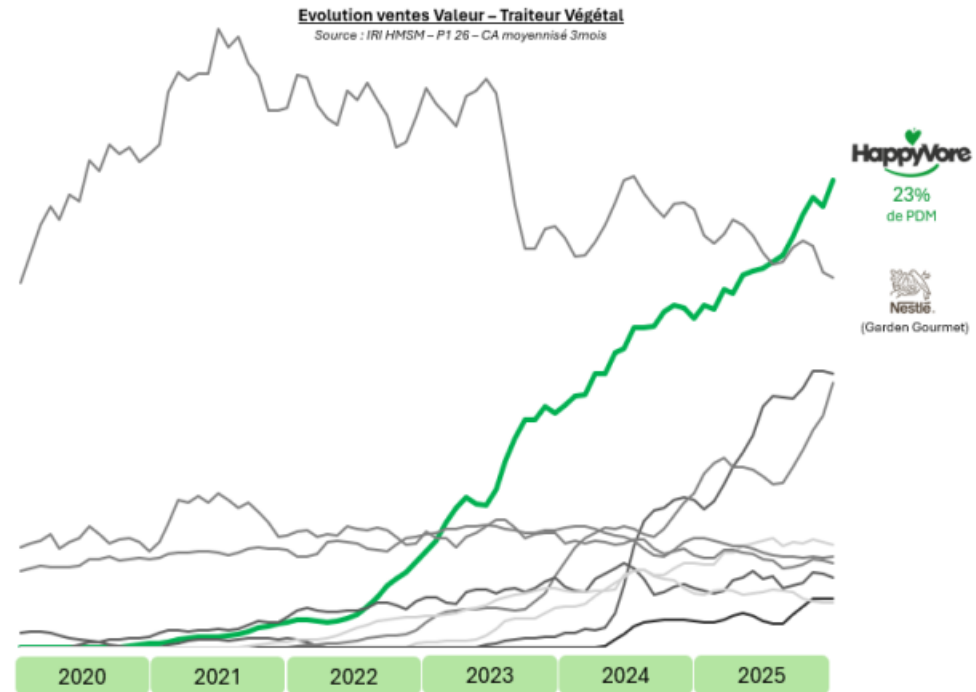


HappyVore : la PME française devient leader du marché végétal devant Nestlé en seulement 6 ans



Paris, le 29 janvier 2026 – À l'heure où la souveraineté alimentaire et la réindustrialisation sont devenues des impératifs nationaux, HappyVore se positionne comme un nouveau moteur de l'industrialisation et de la transition alimentaire en France, avec la meilleure croissance des 30 dernières années parmi les entreprises de l'agroalimentaire. En six ans à peine, la PME a dépassé les multinationales étrangères pour devenir leader du marché français des alternatives végétales. Avec 22,7% de parts de marché (IRI P1 2026) et une croissance record multipliée par 7 sur les trois dernières années, HappyVore transforme son ancrage industriel dans le Loiret en un levier stratégique pour la transition alimentaire du pays.

De la tendance à la norme : une mutation structurelle du modèle alimentaire français

Longtemps perçue comme à la traîne du marché végétal européen face aux géants britanniques et allemands, la France a historiquement été un marché où le végétal s'est développé tardivement. En Europe de l'Ouest, c'est, avec l'Espagne, l'un des pays où la consommation de végétal par habitant reste la plus faible : le marché des alternatives végétales ne représente qu'environ 1,2 % du marché de la viande, là où des pays plus précurseurs comme les Pays-Bas, le Royaume-Uni ou l'Allemagne atteignent entre 5 % et 10 %. En Allemagne, les alternatives végétales à la viande pèsent déjà près de 1 milliard d'euros (912 M€ en 2025), contre 613 M€ au Royaume-Uni, quand le marché français ne représente encore qu'environ 200 M€ en grande distribution.

Néanmoins, la France opère depuis 6 ans une remontée spectaculaire. Avec une croissance de près de **57 % en cinq ans** sur le segment des alternatives à la viande, l'Hexagone réduit l'écart et s'installe solidement dans le Top 5 européen, en dépassant par exemple les marchés Belges ou Suisse. Sur ces dernières années, la croissance du marché français est au-dessus de 10% par an (avec même + de 15% en 2025 - IRI), quand la moyenne de la croissance des marchés d'Europe de l'Ouest est à +4%. Si nos voisins néerlandais consomment encore davantage par habitant, la dynamique française montre que la tradition gastronomique n'est plus un frein, mais un moteur vers l'excellence végétale.

En 2025, le marché des alternatives végétales en France pèse environ 200 millions d'euros en grande distribution (et près de 300M€, restauration hors domicile incluse), avec une progression exponentielle par rapport à l'année précédente : **+15,7% en valeur. En 3 ans, c'est le marché qui enregistre** la plus forte croissance parmi les segments végétaux (lait, fromage, yaourts) (IRI CAM P4 25).

Loin d'être un simple effet de mode, la transition vers une alimentation végétale s'impose désormais comme une mutation structurelle et intergénérationnelle de nos modes de vie. Porté par une baisse de 12 % de la consommation de viande en France sur les vingt dernières

années (*Credoc*) et une adoption massive du flexitarisme par un Français sur deux (*Kantar*), le marché des alternatives végétales dépasse aujourd'hui les 8 millions de consommateurs réguliers. Ces derniers suivent tous types de régimes alimentaires, et ont majoritairement entre 25 et 45 ans ; c'est un marché qui s'adresse à un large public. Le marché mondial devrait atteindre 162 Mds de dollars d'ici 2030 (vs 42 Mds en 2021). Ce changement de paradigme répond à une urgence climatique claire : selon le GIEC, végétaliser notre assiette pourrait réduire l'empreinte carbone de notre alimentation de 70 % d'ici 2050. C'est précisément pour répondre à cet enjeu de durabilité qu'HappyVore déploie ses innovations, plaçant l'impact environnemental au cœur de son modèle culinaire : une stratégie qui a propulsé la marque en tête du podium Français.

Un basculement historique sur le marché français

Il y a quelques années encore, le rayon végétal était le terrain de jeu exclusif de grands groupes internationaux. Aujourd'hui, le paysage a changé : avec 22,7 % de parts de marché (*IRI P1 26 HMSM*), HappyVore a officiellement pris la tête du classement, et est devenue la première marque spécialiste contributrice à la croissance du marché ; là où le leader du marché produisait en Europe de l'Est. Plus qu'une simple performance commerciale, la marque affiche **la plus forte croissance du secteur agroalimentaire de ces 30 dernières années** en partant de 0, et s'impose comme le principal moteur de dynamisme d'une catégorie en pleine mutation. En 2025, l'entreprise réalise 70% de son chiffre d'affaires en grandes et en moyennes surfaces et 30% en restauration, elle prévoit de maintenir cette répartition en 2026.

« Notre vision est que l'alimentation végétale permet de se nourrir de manière plus vertueuse tout en se faisant plaisir. Notre mission depuis notre lancement en 2019 est de développer le végétal de manière positive avec des produits ultra gourmands, sains, de qualité et accessibles. Depuis, le marché a doublé en taille, et nous avons généré 57% de la croissance du marché, en aidant les consommateurs à intégrer le végétal au quotidien. Nous sommes devenus une PME industrielle de 170 personnes passionnées. Et ce n'est que le début : nous voulons faire de la France le champion européen du végétal. » Guillaume Dubois, fondateur d'HappyVore.

Les clés d'une ascension fulgurante : le goût et l'exigence produit

Le succès d'HappyVore repose sur une obsession : le plaisir sans compromis.

- **L'excellence culinaire** : en collaborant avec des Meilleurs Ouvriers de France (MOF) comme Éric Bouchenoire, la marque a levé le principal frein au végétal : le goût.
- **L'innovation brevetée** : grâce à une équipe R&D interne et plusieurs brevets déposés, HappyVore a recréé des textures et des saveurs familières (merguez, nuggets, aiguillettes) qui rassurent et séduisent bien au-delà du cercle des végétariens. La marque a déposé 6 brevets en France et en Europe, afin de sécuriser et protéger son savoir-faire précieux.
- **La santé et l'impact** : avec des Nutri-score exemplaires et des scores Yuka dans le vert, les produits HappyVore affichent une empreinte carbone 12 fois inférieure à celle de la viande, ce qui a permis, à date, d'économiser 55 millions de kg de CO2 depuis la création de l'entreprise.

La souveraineté industrielle : une implantation au cœur du Loiret

L'ouverture en 2023 de l'usine HappyVore près d'Orléans a marqué un tournant stratégique. En devenant producteur, la PME a sécurisé sa souveraineté industrielle et soutenu l'économie locale avec la création de 100 emplois. Cet outil de production ultra-moderne a permis une optimisation des coûts répercutée directement sur le consommateur, avec une baisse de prix de 15 % en trois ans (la plus forte baisse de prix du marché – *Source : IRI*), avec l'objectif de rendre le végétal de qualité accessible à tous. Sur cette même période, le prix de la viande a bondi de +29% (*IRI*). Aujourd'hui, les alternatives végétales sont relativement au même prix que la viande. L'implantation de l'usine au cœur d'un bassin agricole riche en légumineuses permet une optimisation des flux logistiques, et donc de limiter l'impact environnemental lié au transport.

Au-delà de l'enjeu écologique, HappyVore s'inscrit au cœur du défi de la souveraineté alimentaire française. En relocalisant la transformation des protéines végétales sur notre territoire et en valorisant les filières de légumineuses locales, nous réduisons notre dépendance aux importations de protéines destinées à l'alimentation animale. Produire en France, avec des ingrédients issus de nos régions et une ingénierie nationale, c'est garantir notre autonomie et assurer la résilience de notre système agricole face aux crises climatiques et géopolitiques.

HappyVore : l'ambition de faire de la France le champion européen du végétal

Forte de son nouveau statut de leader, HappyVore change d'échelle et affiche des ambitions claires pour 2026. L'entreprise ambitionne de doubler son chiffre d'affaires d'ici 2 ans, avec l'objectif de convaincre un million de nouveaux consommateurs supplémentaires. Ce changement de dimension ne devrait pas s'arrêter aux frontières de l'Hexagone : la marque envisage à moyen-terme un déploiement à l'international. HappyVore entend propulser la France sur le podium des nations européennes du végétal, faisant de la PME Loirétaine un champion européen de la transition alimentaire. Depuis ce début d'année, la marque a déjà opéré quelques changements en vue de cette accélération; une optimisation de la production à l'usine avec l'ajout d'une équipe de nuit, et l'ouverture de plus de 20 nouveaux emplois sur le site industriel.

À propos de HappyVore

Entreprise de 170 employés, certifiée B Corporation®, créée par Guillaume Dubois, HappyVore permet à chacun de réduire sa consommation de viande grâce à ses alternatives gourmandes et variées.

Des produits sains avec très peu de gras saturés, respectueux de l'environnement, faciles à préparer, qui permettent d'apporter de la variété aux repas du quotidien. Disponible dans plus de 10 000 points de vente sur tout le territoire national, dans plus de 5000 restaurants et sur la boutique en ligne de la marque, la gamme HappyVore compte désormais plus de 20 produits.

À fin 2025, HappyVore emploie près de 170 salariés, génère un chiffre d'affaires de 35M€ et représente plus de 22% de parts de marché (22,7% PDM Val – IRI HMSM – P1 2026).

Pour en savoir plus, rendez-vous sur happyvore.com