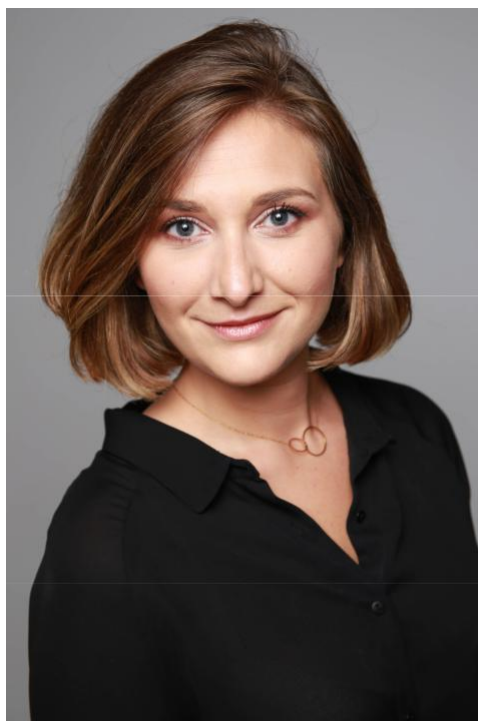




Alerte média

À Paris, le 22 septembre 2022

HappyVore se dote d'une experte du marketing de grandes marques pour accélérer son développement



Mathilde Marcant a été nommée Chief Marketing Officer (Retail, RHD, E-commerce) de l'entreprise française HappyVore, spécialisée dans les alternatives végétales.

A ce titre, Mathilde Marcant aura pour mission d'écrire et piloter la stratégie de croissance et de communication de la marque afin d'aider les Français à végétaliser leurs assiettes. En tant que Chief Marketing Officer, Mathilde Marcant rejoint l'équipe de direction de la jeune entreprise et reporte aux fondateurs, Cédric Meston et Guillaume Dubois.

Un nouveau défi pour cette passionnée des marques grand public, qui saura mettre son expertise au profit de l'accélération d'un segment encore nouveau pour les consommateurs.

Précédemment, en tant que Directrice Marketing International Marque Propre de Carrefour, Mathilde a développé les axes d'accélération stratégiques des marques de Carrefour en France et International, passant par leur positionnement, leurs identités, leurs axes de communication et d'innovations. Elle a joué un rôle clé dans les projets de développement du business marque propres depuis fin 2018, levier critique du plan de transformation d'Alexandre Bompard 2018.

Avant Carrefour, Mathilde a pu construire son expertise chez General Mills où elle a occupé des postes d'activation et de développement produit en France et à l'international (Old El Paso, Haagen Dazs, Yoplait Kid), chez Mars Petcare France ou encore chez Colgate-Palmolive.

Ses solides contributions en matière de développement commercial et marketing des biens de grande consommation autant sur la communication que sur la stratégie d'innovations et d'image de marque, sa passion pour des plans stratégiques centrés autour des attentes et besoins consommateurs seront des atouts clés pour ce nouveau défi.

Mathilde Marcant :

« Je suis ravie de rejoindre une entreprise française en pleine construction pour participer à cette transition majeure : de la start up à la PME. C'est une opportunité de créer bien plus que l'alimentation de demain, c'est aussi un nouveau modèle d'entreprise que nous sommes en train de dessiner. Avec le comité de direction, où les femmes sont bien présentes, nous sommes conscients des enjeux et souhaitons soutenir une vision pérenne et ambitieuse pour le business et nos équipes. J'aurais à cœur de construire une stratégie efficace, inspirante et centrée sur les

clients tout en travaillant en pleine collaboration et équité. »

Guillaume Dubois et Cédric Meston :

« Le végétal et l'évolution de notre alimentation sont des enjeux majeurs des prochaines années et nous sommes ravis d'accueillir Mathilde dans notre mission de convaincre les Français de basculer vers une nouvelle façon de manger. »

À propos | **HappyVore** est le leader du similibarcné made in france.

Foodtech de +60 employés certifiée B Corporation® lancée en 2019 par Guillaume Dubois et Cédric Meston, elle permet à chacun de réduire sa consommation de viande grâce à ses alternatives gourmandes et variées, meilleures pour la planète et sans compromis sur la santé. Des produits qui reprennent les codes de la viande en saveur, en texture et en cuisine. Des produits meilleurs pour la santé avec très peu de gras saturés – Nutriscore A, vert sur Yuka – et vraiment meilleurs pour l'environnement : chaque produit HappyVore, par rapport à leur équivalent carné, c'est 11 fois moins d'émissions de CO2 et 10 fois moins d'eau. Disponible dans plus de 3000 points de vente sur tout le territoire national, dans plus de 1500 restaurants et sur la boutique en ligne de la marque, la gamme HappyVore compte désormais 12 produits. Pour en savoir plus, rendez-vous sur happyvore.com