

Avec la rentrée, le marché de la restauration confirme son appétit pour des alternatives innovantes et durables. **Redefine Meat** s'inscrit pleinement dans cette dynamique et poursuit son développement sur le territoire français. La marque séduit un nombre croissant de restaurateurs et de distributeurs, portée par l'engouement des consommateurs pour **une offre végétale premium**, qualitative et adaptée aux nouvelles attentes alimentaires.

Côté distribution...

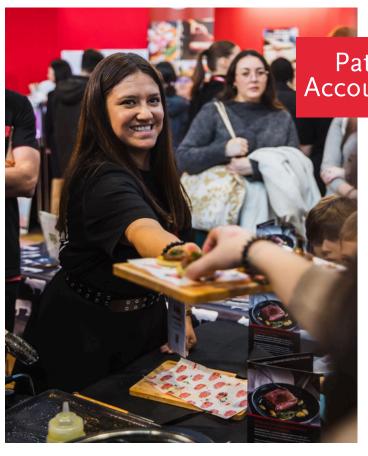
Parmi les distributeurs partenaires figurent MONOPRIX, CRETAGEL, VEGETAL SQUARE, LESAGE ET FILS, LR FOOD, SEGUIN GASTRONOMIE et VEGETAL FOOD, autant d'acteurs qui renforcent la diffusion de Redefine Meat sur l'ensemble du territoire.

Côté restauration...

...la progression est tout aussi marquante. Le segment Burger & Street Food accueille Indiana et Junk. La marque est disponible dans tous leurs établissements en France, mais aussi au Camion qui Fume et Libshop. Du côté des bistrots et steakhouses, Bœuf and Cow à Caen, Place des Oliviers dans la région Nord et le foodtruck Gone's Smoker à Lyon ont choisi Redefine Meat.



D'autres ouvertures viendront compléter ce maillage avant la fin de l'année. Le Food Service en France affiche pour Redefine Meat **une progression record de 65** % sur les huit premiers mois de 2025 (vs. janvier-août 2024), confirmant l'adoption croissante des alternatives premium à la viande par les restaurateurs et les consommateurs.



Patricia Mejias, National Key Account & Sales Manager France.

Pour Patricia Mejias, cette dynamique reflète parfaitement l'élan qui anime la marque :

« Cette rentrée démarre avec une belle énergie et une dynamique très positive pour Redefine Meat France. On sent un réel engouement, aussi bien du côté de nos partenaires que des consommateurs, et cela nous donne un formidable élan pour les projets à venir. L'année écoulée a été marquée par des avancées majeures, avec une progression de 135 % dans la restauration par rapport à 2024. Dans le retail, nos produits restent référencés chez Monoprix et disponibles en ligne via Végétal Square et Official Vegan Shop.

Sur le segment haut de gamme, une étape importante a été franchie avec le lancement d'une collaboration européenne avec Hilton, concrétisée en France au Trianon à Versailles. Ces différentes collaborations illustrent la polyvalence unique de notre offre, capable de séduire aussi bien la restauration rapide que l'hôtellerie de luxe. Pour la fin d'année, l'objectif est clair : continuer sur cette trajectoire de croissance, renforcer la confiance de nos partenaires existants et ouvrir de nouvelles collaborations. »

Pour aller plus loin



Pour prolonger cette actualité et découvrir les témoignages d'acteurs clés du secteur, un épisode spécial du podcast "Le mot de la faim" sur Redefine Meat est désormais disponible, avec un éclairage sur les grandes tendances du marché et la place de l'innovation dans l'assiette. Pour écouter le podcast c'est ici : La Viande sans Viande : Redefine Meat et les promesses de la foodtech, Révolution ou mirage markting?



cliquez sur l'image pour retrouver les visuels et DP

