

— YUMGO : L'ŒUF VÉGÉTAL SE FAIT UN NID DANS LE BTOB —

30 AVRIL 2024



Yumgo, la start-up française qui réinvente l'œuf, dans une version végétale et prône une alimentation respectueuse de l'environnement, dévoile sa belle performance commerciale en 2023.

Créée en 2019 par Anne Vincent et Rodolphe Landemaine, Yumgo, la start-up française qui a lancé la révolution végétale de l'œuf affiche une mission claire : apporter aux professionnels des solutions pour remplacer les œufs et accélérer la transition vers une alimentation durable et respectueuse de l'environnement. Depuis son lancement, l'œuf végétal Yumgo a séduit de

nombreux distributeurs. Après son démarrage réussi en France auprès des distributeurs Délice & Création, Végétal food ou Episaveurs, la marque s'est développée en Belgique, puis au Royaume-Uni, en Scandinavie, en Allemagne mais aussi au Japon et aux Etats-Unis en se créant une place de leader sur le marché du végétal. Preuve que l'intuition de ses fondateurs sur le besoin de remplacer l'œuf par des substituts végétaux était bien fondée, la start-up française a réalisé une belle performance commerciale en 2023, avec un chiffre d'affaires cumulé de plus de 1 M€.

CRÉER UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL

En proposant la première gamme végétale complète pour remplacer les œufs, Yumgo a ouvert la voie aux professionnels pour accélérer le développement de recettes végétales. Yumgo est né d'un défi posé par un nombre croissant de professionnels désireux de développer leur offre végétale : comment remplacer efficacement les produits d'origine animale ? En étroite collaboration avec des chefs de renom, et avec l'appui des boulangeries Maison Landemaine et Land & Monkeys, Yumgo a mis au point une solution unique et innovante pour répondre aux besoins des professionnels.

L'équipe dirigeante de Yumgo bénéficie d'une grande expertise agroalimentaire et commerciale :

Rodolphe Landemaine, cofondateur et entrepreneur accompli en boulangerie-pâtisserie avec à son actif la création de plus de 30 points de vente ; Anne Vincent, cofondatrice et experte reconnue au niveau international en matière de conseil et de transformation marketing et digitale et Karim Hassan, directeur des ventes, qui a acquis une solide expérience précédente auprès des plus grands noms de l'industrie agroalimentaire.

PRODUITS 100% VÉGÉTAUX

Les produits Yumgo sont 100% végétaux, fabriqués à partir de protéines végétales d'origine européenne et se distinguent par une liste d'ingrédients courte, transparente et sans allergènes majeurs. Sa raison d'être consiste à réaliser un véritable impact au niveau environnemental en réalisant des économies de CO2, d'eau et en contribuant au bien-être animal. Ainsi, grâce à l'utilisation de ses produits, Yumgo déclare qu'environ 301 tonnes de CO2, 29 000 m3 d'eau, 5,7 millions d'œufs et 14 000 poules ont été sauvés. La gamme actuelle

comprend des produits prêts à l'emploi, sous forme liquide ou en poudre, pour remplacer les œufs (entiers, blancs, jaunes). Tous les produits Yumgo ont été conçus pour s'intégrer facilement dans les recettes sucrées et salées des professionnels de la restauration et des industriels de l'agroalimentaire. En mars 2024, la marque a lancé sa mayonnaise sans œufs, simple à utiliser, sans allergènes et offrant des performances culinaires et gustatives similaires à celles des œufs. Véritable success-story, les produits Yumgo sont devenus essentiels pour les recettes de leurs clients, ce qui favorise, de plus, une forte fidélisation et favorise une belle croissance ces prochaines années.

Articles liés



Daumat: croissance continue

Avec des innovations alliant plaisir et qualité, et des gammes phares dynamisées, Daumat réussit à dégager de la croissance sur...

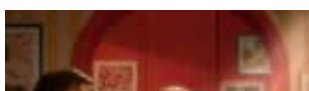


Accro: en pleine ascension

Croissance fulgurante pour la jeune pousse, déjà 2e contributeur à la croissance du marché des alternatives végétales et qui entend...

Danone : Un site dédié aux boissons végétales

Danone inaugure son site de production transformé et dédié aux boissons d'origine végétale à Villecomtal-sur-Arros dans le Gers (Occitanie). Par...



HappyVore déploie son plan



média national

Le spécialiste de l'alimentation végétale HappyVore lance sa première campagne de publicité TV avec l'agence Humanfish. Après une compétition d'agences, HappyVore sélectionne Humanfish pour l'accompagner...

Monoprix Place Blanche : Le « connivence store » à la parisienne

Emblème du commerce de centre-ville depuis 1932, le magasin Monoprix Place Blanche est le premier Monoprix parisien. Il dévoile un...

Cacolac : diversification au programme

La marque de la célèbre boisson chocolatée fête ses 70 ans. L'occasion de se lancer sur le marché des glaces...



Filière œuf : Vers une consommation record en 2023

À l'occasion de la Journée Mondiale de l'Œuf célébrée le 13 octobre dernier, l'Interprofession de l'Œuf (CNPO) a publié une étude...

Inflation : Les défis de la grande consommation en 2024

Après la surprise du retour de l'inflation, les

acteurs de la consommation traversent une période charnière et doivent s'adapter aux...



Épicerie sucrée : Un marché sous le signe du plaisir

Dans un contexte économique compliqué, les Français restent gourmands. En témoignent les ventes de biscuits, pâtes à tartiner, confiserie et...



Alpina Savoie : Savoir-faire alpin

À 180 ans, le pastier défend le savoir-faire traditionnel alpin, tout en innovant sur un positionnement de qualité avec des...