



UN AN APRÈS SON LANCEMENT, BETTER BALANCE, PREMIÈRE MARQUE VÉGÉTALE DU GROUPE AOSTE, ACCÉLÈRE SUR LE VÉGÉTAL

Lyon, le 11 mars 2025

UN AN DE BETTER BALANCE EN FRANCE

Un an après son lancement, la marque végétale du groupe Aoste a réussi son démarrage en proposant une offre adaptée aux attentes des consommateurs, tant en GMS qu'en RHF.

La campagne publicitaire à la TV au mois de janvier 2025 a notamment appuyé ce lancement prometteur, **avec près de 290 millions de vues, soit presque 60 % de la population !** La marque a bénéficié d'un important relais digital et promotions en magasins avec 350 mises en avant sur le mois de janvier, encourageant pour cette marque **flexitarienne et gourmande**.

« La suite pour 2025 ? **Continuer dans cette dynamique en GMS, accélérer la cadence en RHF, et exploiter le potentiel de la restauration collective ; le tout en continuant de proposer des plats gourmands, sains et végétaux.** » Julie Vidal, responsable de la marque Better Balance.

EN 2025, BETTER BALANCE ÉTEND SON OFFRE AU DELÀ DES ALTERNATIVES À LA VIANDE, ET INTRODUIT 3 NOUVELLES RÉFÉRENCES... POUR PLUS DE GOURMANDISE VÉGÉTALE, DE L'APÉRITIF AU COEUR DE REPAS

À partir d'avril, Better Balance proposera trois innovations, qui rejoindront le panel de quatre références déjà sur le marché.

Tout d'abord, **deux recettes de galettes de légumes**. Composées de carottes, de pois, de poivrons rouges et d'épinards, elles présenteront, comme tout le reste de la gamme, un Nutriscore A. Les barquettes de 160 grammes seront recommandées au prix de 3,29€*.

Enfin, « *les consommateurs souhaitent davantage de diversité d'usage dans les alternatives, comme l'apéritif* », **indique Julie Vidal, responsable de la marque Better Balance**. C'est pour cela que la marque proposera également des sticks végétaux à base de protéines de blé, de pois et de soja, au prix recommandé de 3,89€*. C'est une vraie révolution pour Better Balance, qui invite désormais les

consommateurs à **s'intéresser aux options végétales, même quand ce ne sont pas des alternatives aux produits carnés**, comme dans le cas des sticks végétaux.



LES RECETTES DE CE SUCCÈS

L'arrivée de la marque Better Balance représentait **le lancement le plus significatif du groupe Aoste depuis une décennie en France**, avec une ambition très claire : **démocratiser l'alimentation végétale** pour tous les Français, végétariens comme flexitariens. La marque s'adresse ainsi **aux nouveaux consommateurs** en proposant des produits innovants, savoureux et accessibles (avec des PMC inférieurs à 4 euros) mais veut aussi conquérir **le marché en pleine expansion de la restauration hors foyer**, contribuant ainsi à un potentiel de croissance.

Les produits se caractérisent par leur faible teneur en graisses saturées, leur richesse naturelle en protéines, et l'absence d'huile de palme, tout en privilégiant des listes d'ingrédients courtes - permettant ainsi à la marque d'afficher un **Nutriscore A** sur l'ensemble de sa gamme tout en étant vegan. Les qualités gustatives des produits ont déjà fait leur preuves, puisque **la Knaggies et la Galette de légumes ont été élues saveur de l'année en 2025**.



** Le distributeur est seul maître de ses prix de ventes*