



## nurishh, LA MARQUE 100% VÉGÉTALE DU GROUPE BEL, S’AFFIRME EN LEADER SUR UN MARCHÉ EN DÉVELOPPEMENT DONT ELLE TIRE LA CROISSANCE

En affichant des performances encourageantes sur le segment des alternatives végétales au fromage, le Groupe Bel poursuit le développement de Nurishh®, sa marque 100% végétale, déjà présente sur de nombreux marchés internationaux.

2022, sera pour Nurishh®, en France, une année marquée par de nombreux changements. Tout au long de l’année, Nurishh® présentera des recettes retravaillées en termes de goût, de texture et à la qualité renforcée. Nurishh® complètera également sa gamme avec une référence de frais à tartiner végétal fabriquée dans son usine normande pour la GMS et le Foodservice ainsi qu’avec une alternative végétale au fromage italien en poudre en GMS. Enfin, pour mettre à l’honneur le végétal, Nurishh® déploiera en février son puissant concept 360 : « Le mois végétal ».

### NURISHH®, DES PERFORMANCES QUI DÉPASSENT LES ATTENTES DU GROUPE BEL EN FRANCE

Lancée en avril 2021 en France, sur un marché des alternatives végétales au fromage qui commence à se démocratiser, Nurishh® a réussi à convaincre ses partenaires distributeurs et les consommateurs.

En un an, ce marché a été multiplié par 5,8 en valeur et 6,4 en volume\*. Une dynamique portée par une offre globale en fort développement et marquée par l’arrivée de nombreux acteurs.

Actuellement présente dans plus de 1000 points de vente pour toucher les consommateurs français, Nurishh® est leader avec 43,7% de PDM\* en valeur et également le premier contributeur à la croissance du marché (46%).

\*Source : IRI - Total HSM Ventes Volume & Valeur - Cumul des périodes du 06-09-2021 au 28-11-2021

Les consommateurs, vegans et flexitariens, ont très bien accueilli la marque et partagent beaucoup leurs expériences et créations culinaires sur les réseaux sociaux. En effet, Le Cœur Fleuri, notre alternative végétale à la traditionnelle star des plateaux de fin de repas, est à son échelle, un véritable succès commercial. C’est une vraie récompense pour nos équipes et cela conforte notre ambition de poursuivre activement le développement de notre marque 100% végétale qui incarne l’ambition du Groupe Bel.”

Marianne Cara - Directrice des marques Bel France

