



NOMADE POUR De Bon !



Le marché RHD est en pleine mutation
et la consommation nomade s'impose
comme nouvelle norme.

Dans ce contexte, Bel Foodservice annonce le renforcement
de sa présence légitime sur le secteur du snacking avec plusieurs
nouvelautés. L'occasion également de faire un tour d'horizon
des ambitions de l'un des leaders mondiaux de la
“ portion de bien manger ”



Avec un marché de la restauration en lente reconstruction post-covid, tous les **acteurs de la restauration commerciale et collective font preuve d'agilité et s'adaptent à de nouveaux usages**. Plusieurs facteurs contextuels ont engendré cette mutation : les nouvelles habitudes de consommation des Français, les contraintes fortes comme l'inflation, l'augmentation des coûts d'exploitation, la pénurie de personnel et la pression réglementaire.

Ainsi, le recul de la fréquentation des restaurants pour des repas à table et, en parallèle, la montée en puissance de la consommation nomade sur des canaux tels que l'impulse (+18% en 2022 vs 2019¹), la distribution automatique, le travel-retail et la restauration commerciale rapide, **ont conduit Bel Foodservice à renforcer son offre snacking avec le lancement de plusieurs innovations**. Une offre exclusive, équilibrée entre les portions de fromage et de fruits, parfaitement adaptée aux contraintes et attentes de ce secteur en croissance.



DES CONSOMMATEURS RHD EN MUTATION et UN MARCHÉ AUQUEL IL FAUT S'ADAPTER

On recense **5 attentes majeures** chez les consommateurs de Restauration Hors Domicile aujourd'hui :

1. Le plaisir, la gourmandise, l'expérience, qui restent les drivers N°1 pour une visite,



2. Le nomadisme : +12% de consommation nomade entre 2014 et 2019²,

3. L'offre végétale renforcée : 65% des repas veggies proviennent de la restauration rapide, dont la moitié est consommée par les 18-35 ans³,



4. L'équilibre satiété-prix où l'attente des convives pour des plats robotisés accessibles entraîne l'essor d'offres très stéréotypées : burgers, pizzas, kebabs... Ceci explique notamment la croissance à +20% des chaînes de restauration rapides, spécialistes de ce type de cuisine vs le recul de la restauration à table de 4%⁴).



5. Les besoins nutritionnels essentiels avec des produits responsables, notamment destinés aux populations les plus fragiles : enfants, personnes âgées et malades.





Bel Foodservice a identifié 4 leviers de croissance clés pour évoluer dans ce monde mouvant

1. **Proposer une offre nutritionnellement engagée** pour répondre aux enjeux de santé publique en apportant des produits sains et nutritifs à tous, des plus jeunes aux plus âgés.
2. **Renforcer l'offre végétale** en résonnance à la demande croissante des consommateurs.
3. **Développer l'offre « à emporter »** pour accompagner le changement d'habitudes de consommation, notamment le besoin de consommer des produits sains et rassasiants, partout et à tout moment.
4. **Booster le plaisir et l'expérience** avec de la restauration gourmande, régressive et réconfortante, via le goût, le visuel, le concept et les marques.

DU FROMAGE ET DU FRUIT À EMPORTER PARTOUT ET À TOUT MOMENT

Pour investir le secteur du snacking avec une offre exclusive et parfaitement adaptée au contexte 2024 tourné vers le sport et la mobilité des consommateurs, Bel Foodservice présente 3 innovations « à emporter partout et à toute heure » :

Mini Babybel Cheese Break® !

Un fromage **naturellement riche en protéines et en calcium**, qui se compose de 4 ingrédients simples dont 98% de lait 100% français. Cette nouvelle version inédite de 2 Mini Babybel Original® est parfaitement adaptée à une consommation snacking, saine et gourmande. Une double portion très pratique qui se conserve 8h hors du réfrigérateur, idéale pour répondre aux petites faims, en récupération avant ou après une activité sportive ou encore, en complément d'un repas pris sur le pouce. Fabriqué à Evron, en Mayenne.

Sachet : 2x20g

PCB : 20

Cible : impulse, distribution automatique, restauration d'entreprise, travel-retail et loisir
Déjà disponible



Petit +
8,8g de protéines
par sachet

Apéricube® P'tits plaisirs

Nouvel allié des gourmands en déplacement, Apéricube® P'tits Plaisirs est proposé aux voyageurs et grands snackeurs dans un format de 15 cubes pour une pause gourmande et ludique à tout moment. On y retrouve les saveurs classiques signatures des petits carrés colorés : jambon cru, 3 fromages et olives vertes, à partager ou pas ! Fabriqué dans le Jura, Apéricube® se conserve près de 3 semaines hors froid.

Paquet : 78 g

PCB : 10

Cible : travel-retail et loisir

Lancement : Janvier 2024

Petit +
Format idéal
pour l'apéro
dans le train !



Pom'Potes®, 2 gourdes de fruits inédites

Pour renforcer son offre iconique de gourdes de fruits sur les cibles enfants et adultes, Bel Foodservice lance deux mélanges ultra-gourmands et exotiques : l'association banane-vanille bio issues du commerce équitable d'une part et l'audacieux ananas-grenade d'autre part, toujours sur base de pommes françaises, issues de vergers écoresponsables. Le tout, sans aucun sucre ajouté ! Fabriqué à Boué, dans l'Aisne.

Pom'Potes® battle de fruits, Pomme
Ananas-Grenade sans sucres ajoutés

Gourde : 90 g

PCB : 48

Cible : impulse, travel-retail et loisir

Lancement : Janvier 2024

Petit +
79% d'intention
d'achat chez les
ados*



*Source : Etude IPSOS de concept Janvier 2021 / Etude pack IN VIVO Mai 2021

Pom'Potes® BIO, Pomme Banane-Vanille
fairtrade, sans sucres ajoutés

Gourde : 90 g

PCB : 48

Cible : impulse, travel-retail et
loisir et scolaire

Lancement : Janvier 2024

Petit +
Pour les scolaires,
rentre dans les
50% de la loi
Egalim



UNE OFFRE FOODSERVICE FIDÈLE AUX ENGAGEMENTS DE BEL FRANCE ET DE SES MARQUES ICONIQUES.

La mission de Bel France est d'offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous.

Alors que près d'1 enfant sur 5 est en situation de précarité alimentaire et ne dispose que de la cantine pour avoir accès à un repas équilibré*, les portions de fromage et de fruit contribuent à répondre à un enjeu de santé publique.

Elles couvrent en effet les besoins en calcium, vitamine D, protéines, fruits et légumes recommandés par le PNNS**. Ces portions de bien manger sont toutes fabriquées en France, à partir de matières premières responsables à l'instar du lait des 700 éleveurs partenaires de l'APBO*** ou des pommes issues de vergers français écoresponsables.

* Caf.fr (Mai 2022) ; ** Plan National Nutrition Santé ;

*** Association des Producteurs Bel de l'Ouest. Pour les marques Boursin®, Kiri®, Mini Babybel® et Cousterson®

<< À TOUTE HEURE >>, UNE TENDANCE DE CONSOMMATION FORTE QUI OUVRE LA VOIE DE L'OMNISCANALITÉ

Le snacking est un **marché dynamique qui offre des opportunités de croissance aux acteurs de la restauration** en adaptant leur offre aux nouvelles habitudes de consommation des Français. Les consommateurs « snackent » à toute heure en RHD, mais aussi en collectivité : 75% des actes de consommation se font en version nomade en OOH en 2022 contre 50% en 2019^{***}. Et de nouveaux concepts, façon street food voient le jour dans les cantines ou la distribution automatique.

Ainsi, grâce à son **portefeuille exclusif de marques iconiques et gourmandes, ses portions saines et responsables et sa capacité d'innovation**, Bel Foodservice s'inscrit dans cette tendance en arrivant en force sur les canaux de l'impulse, de la distribution automatique, du travel-retail, du loisir et de la restauration rapide.

^{***}Source : NPD CREST® - mars 2022



“Au cœur de notre développement Foodservice, l’élargissement de notre offre vers des produits de snacking s’inscrit parfaitement dans la lignée de notre stratégie de transformation omniscanale. Nous ambitionnons une percée ciblée et majeure avec une gamme équilibrée entre le lait et le fruit, saine, gourmande et responsable, adaptée aux nouveaux modes de consommation.”

Sarah Dupouy - Chef de groupe Bel Foodservice.





Envie de nous rencontrer pour échanger sur cette stratégie snacking ou goûter nos produits, retrouvez-nous sur le salon Sandwich Snack Show du 13 au 14 mars sur le stand L16



www.belfoodservice.fr

www.belinspirations.fr



À propos

Depuis 50 ans, la division Foodservice du Groupe Bel est dédiée aux professionnels de la restauration hors foyer (restauration collective, restauration commerciale et circuits de vente alternatifs). Bel Foodservice propose les marques phares du Groupe Bel - La Vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Boursin®, Nurishh®, Pom'Potes®, RécréO lait® et des marques spécifiquement développées pour ce marché comme Cantadou® ou Chanteneige® - dans une gamme de portions individuelles et de fromages ingrédients destinés à tous les usages.