

Le Groupe Barilla continue de diversifier sa gamme Food Services pour répondre aux attentes des consommateurs

À Paris, le 18 juillet 2024 - A l'écoute des professionnels de la restauration, Barilla a à cœur d'investir et d'innover pour adapter son offre Food Service aux nouvelles tendances de consommation. Alors que le marché du burger continue son essor grandissant depuis plusieurs années, Barilla, via sa marque Harrys, a su saisir cette opportunité, en développant une large gamme de pain burgers à destination des professionnels de la restauration. Une offre qui se voit aujourd'hui complétée de deux nouvelles références : le pain pour hamburger brillant et le pain rond à toaster. Deux innovations qui répondent aux objectifs de la gamme Food Services de Barilla : des produits sains, issus d'une chaîne de valeur responsable et capables de s'adapter au quotidien, aux contraintes et à la réalité de tous les types de restauration.

Deux innovations qui répondent aux attentes des restaurateurs et des consommateurs

Dans le cadre de sa stratégie d'investissement et d'innovation pour continuer à faire la différence, Barilla développe son offre Food Service. **L'objectif ? Répondre aux attentes des restaurateurs et de TOUS les consommateurs tout en restant fidèle aux valeurs du groupe : celles d'une entreprise familiale, engagée et responsable.**

Aujourd'hui, le burger est la recette salée la plus consommée en France et 85% des restaurants proposent des burgers ce qui fait de ce produit un incontournable de la carte. Pour répondre à cette tendance de consommation, le groupe Barilla enrichie sa gamme Food Services et lance deux nouvelles références (*plus d'informations dans les fiches produits en PJ*) :

- **Le pain pour Hamburger brillant** : un pain doré, bombé et gourmand, disponible en ambiant et surgelé, qui réhausse toutes les recettes avec sa saveur et son moelleux authentiques.
- **Le pain rond à toaster** : un pain doré à toaster polyvalent et déclinable en plusieurs versions : hamburger, bruschetta ou encore croque-monsieur grâce à son aspect moelleux à l'intérieur et croustillant à l'extérieur. Cette référence est disponible en surgelé.

Des nouveautés qui illustrent la philosophie et l'ambition du Groupe Barilla

Chez Barilla, **faire la différence, c'est garantir la qualité, la responsabilité et la durabilité des produits.** Pour y parvenir derrière chaque produit Barilla, il y a des années de recherches, d'investissements et d'engagements, et le circuit Food Service ne fait pas exception.

En effet, à l'image de l'ensemble des références Harrys, **les deux innovations sont produites en France, à partir de 100% de blé Français.**

Par ailleurs, parce qu'il est primordial pour Barilla de garantir aux consommateurs des produits sains avec un profil nutritif adapté à leur besoin, les produits sont **garantis sans huile de palme.**

" La sortie de ces deux nouvelles références illustre parfaitement notre volonté d'être au plus proche des besoins et attentes de nos clients restaurateurs. Ce sont des produits qui s'adaptent à leur quotidien et contraintes, par leur polyvalence et facilité d'utilisation et cela pour tous les types de restauration sans transiger sur la qualité qui reste la priorité du groupe Barilla. » déclare Laurent Spieth, directeur de la division Food Service chez Barilla.

À propos - Le Groupe Barilla

Barilla est une entreprise familiale, non cotée en bourse, présidée par les frères Guido, Luca et Paolo Barilla. Aujourd'hui, Barilla est réputée en Italie et dans le monde pour l'excellence de ses produits alimentaires. Avec ses marques – Barilla, Mulino Bianco, Pan di Stelle, Gran Cereale, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina and Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla, First, Catelli, Lancia, Splendor, Tolerant, Pasta Evangelists et Back to Nature – le groupe prône une alimentation saine et savoureuse, inspirée du régime méditerranéen et du mode de vie italien. Les 8 700 salariés œuvrent pour une même mission : offrir la joie d'une alimentation saine, produite avec des ingrédients sélectionnés avec soin et issus de filières d'approvisionnement responsables, pour contribuer à un présent et un avenir meilleurs.

Les 145 ans d'histoire de l'entreprise et ses archives historiques sont accessibles à tous via le portail-musée www.archivistoricobarilla.com. Un témoignage du parcours d'une icône parmi les produits fabriqués en Italie et des mutations de la société italienne.

Pour plus d'informations, visitez : www.barillagroup.com; Twitter: @barillagroup; LinkedIn: Barilla Group; Instagram: @barillapeople