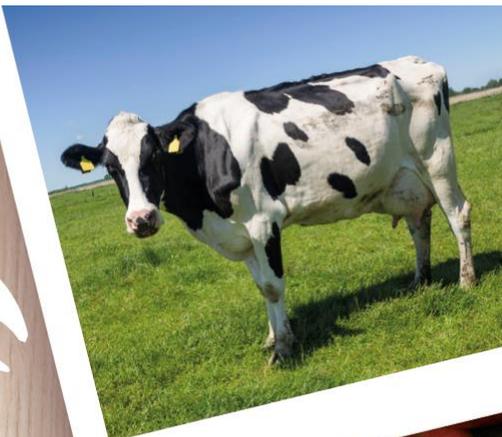




**POUR SES 50 ANS, BEL FOODSERVICE  
INTÈGRE L'OFFRE MATERNE® ET  
INVITE LE FRUIT AU COEUR DE SA  
STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT**



Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023, Bel Foodservice a élargi son offre grâce à l'intégration des marques Materne Foodservice (Materne®, Pom'Potes®, Mont Blanc®...) et promet ainsi Fromages & Desserts à ses clients de la restauration commerciale et collective. **Le rapprochement entre ces deux acteurs leaders du snacking sain s'appuie sur leurs engagements communs en faveur du bien-manger.**



“ Chez Bel, notre ambition est de faire progresser l'alimentation, à la fois dans les foyers mais aussi en Restauration Hors Foyer, et c'est ce que nous faisons avec passion et engagement depuis 50 ans avec nos équipes Bel Foodservice. Intégrer les marques historiques et tout aussi iconiques Materne Foodservice permet de développer une offre complémentaire pour tous nos clients. Nous poursuivons ainsi notre ambition commune de proposer une alimentation plus saine, durable, nutritionnellement bonne, pratique et accessible pour tous. ”

**LINDA NEU - DIRECTRICE MARKETING BEL FRANCE**

## UNE OFFRE ÉLARGIE QUI S'ÉTEND DU FROMAGE AU DESSERT

Première illustration du rapprochement des groupes Bel et MOM, cette nouvelle offre commune dédiée à la **Restauration Hors Foyer** se construit autour du laitier et du végétal. Elle permet ainsi à Bel Foodservice d'étendre son marché en arrivant en force sur le fruit avec un catalogue élargi de produits sains et responsables.

Aux côtés de **marques iconiques et incontournables** telles que La Vache qui rit®, Mini Babybel®, Kiri® ou Boursin®, les clients professionnels trouveront désormais toutes les marques historiques et familiales Materne Foodservice : Materne®, Pom'Potes®, Mont Blanc®...

### # DES PRODUITS DE FABRICATION

### 100% FRANÇAISE ET RESPONSABLE\*

Avec **10 sites de production en France**, Bel est un acteur majeur de la vie locale. La force du Groupe repose sur **un savoir-faire industriel unique, alliant technique et innovation**. Fabriquer et emballer une Pom'Potes®, une portion de La Vache qui rit® ou des Mini Babybel® requiert un outil industriel et un savoir-faire spécifiques au Groupe Bel. En outre, chaque usine est engagée dans la **réduction de son impact environnemental** en mettant en place une démarche de réduction des consommations d'eau et d'énergie, des émissions de gaz à effet de serre et de valorisation des déchets.

\*Hors produits sous-traités : Syrtos®, Toastinette® et Kiri® tartine et cuisine



### #UN AVENIR 50% LAITIER ET 50% VÉGÉTAL D'ICI 2030

Offre historique de Bel, les portions de fromage ont été déclinées en bio, avec une large **gamme de 7 produits bio** compatibles EGAlim et en ingrédients fromagers aux usages versatiles. A cette gamme, s'ajoutent désormais les gourdes Pom'Potes, les coupelles de compotes Materne®, les boîtes et coupelles de crème dessert Mont Blanc®, les gourdes Récré O'lé® et le lait concentré non sucré Gloria®.

L'ambition de Bel est d'**équilibrer son portefeuille de produits** pour proposer 50% de produits laitiers et 50% de produits végétaux et fruitiers. Pour cela, Bel développe son offre végétale, notamment grâce aux produits Nurishh lancés dès 2020 ou ceux de Materne® Foodservice. Une ambition au double objectif : offrir des portions de bien manger d'une part et réduire l'empreinte environnementale de nos assiettes d'autre part.



**# UN NOUVEAU PORTEFEUILLE DE MARQUES COMPLÉMENTAIRES ADAPTÉ À L'ENSEMBLE DE LA RESTAURATION COLLECTIVE, COMMERCIALE ET AUX CIRCUITS DE VENTE ALTERNATIFS**

■ **Des marques positives, intergénérationnelles**, au capital émotionnel fort et promettant praticité, nutrition, une dimension ludique aux convives, tout en offrant qualité et facilité d'usage aux utilisateurs.

■ **Des produits-solutions «clé en main»** qui couvrent les besoins et usages phares de la restauration. Exemples : la Vache qui rit® Formule + pour prévenir la dénutrition chez les séniors ou le squeeze Boursin® pour un usage burgers en restauration rapide.



**BEL FOODSERVICE, 50 ANS AU SERVICE DU BON RESPONSABLE**

L'histoire de Bel Foodservice a commencé avec La Vache qui rit en 1973, pour répondre aux besoins des collectivités. L'offre s'est ensuite renforcée avec l'arrivée de Kiri®, Mini Babybel® puis Boursin®, dans les années 2000. Aujourd'hui, Bel est toujours très présent en collectivités, mais s'invite également en restauration commerciale avec des blockbusters comme le Boursin® Cuisine, La Vache qui rit® 1kg ou encore la Pom'Potes® en menu enfant.

Identifié comme un relai de croissance important pour les marques du groupe Bel, le développement du foodservice se donne les moyens de ses ambitions grâce à une équipe composée de près de 55 personnes passionnées et engagées.

**Le foodservice affiche d'ailleurs une croissance à +4,5% en volume entre 2021 et 2022, ce qui est une belle performance par rapport au marché.**

Cette année, Bel Foodservice annonce dans la gamme des desserts, 7 innovations dont une nouvelle catégorie de coupelle. A horizon 2025, **Bel Foodservice a pour ambition de doubler ses volumes sur le fruit, d'installer son offre végétale et de pérenniser ses positions sur le fromage.** La croissance est particulièrement attendue sur la restauration commerciale, via les grands comptes chainés, mais aussi en collectivités, grâce à l'offre Materne Foodservice.

[WWW.BELFOODSERVICE.FR](http://WWW.BELFOODSERVICE.FR) • [WWW.BELINSPIRATIONS.FR](http://WWW.BELINSPIRATIONS.FR)

