



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

## Le Groupe Bel Canada poursuit sa stratégie d'innovation durable et de diversification

*Avec le lancement de Babybel® végétal et l'intégration du Groupe MOM, le Groupe Bel Canada dévoile l'expansion de son offre à base de plantes*

**Montréal, le 13 octobre 2022** – Le Groupe Bel Canada poursuit sa lancée d'innovation durable et diversifie sa gamme de produits en ajoutant à son offre laitière des produits à base de plantes. Avec cette approche stratégique, le Groupe Bel a comme ambition de devenir un joueur de premier plan mondialement dans les alternatives aux fromages. L'entreprise augmente d'ailleurs son offre de produits à base végétale au Canada avec le lancement de Babybel® Végétal. Cette innovation s'ajoute à l'intégration du Groupe MOM, fabricant des compotes aux fruits GoGo squeeZ® basé à Toronto, à l'acquisition de All In Foods et aux lancements de Nurishh® et Boursin® sans produits laitiers au Canada.

« La mission du Groupe Bel est d'offrir une alimentation saine et responsable pour tous. En sachant que les produits à base végétale font partie de la solution aux défis environnementaux qui s'amplifient, nous devons adapter notre approche à la nutrition, » indique Cristine Laforest, directrice générale du Groupe Bel Canada. « Le Groupe Bel s'est donc donné pour mission d'offrir une gamme de produits plus équilibrés d'ici 2030, avec 50% de produits laitiers et 50% de produits à base de fruit et de plantes. »

### **Une demande grandissante pour les produits à base végétale**

Le Groupe Bel Canada a comme objectif de créer des produits qui plairont à tous types de clientèles, sans oublier celles qui ne peuvent consommer des produits laitiers et celles qui adoptent une approche flexitarienne. La demande pour les produits à base végétale est d'ailleurs grandissante; une étude récente dévoile que 52% des Canadiens adoptent une alimentation à base de plante ou souhaitent incorporer plus d'aliments à base de plante au quotidien.<sup>1</sup>

Cependant, le marché des alternatives végétales aux fromages représente encore aujourd'hui une part négligeable du marché total des fromages, créant ainsi une opportunité de développer une offre qui saura satisfaire les attentes des consommateurs en termes de goût. Avec un peu plus de 38 M \$ de ventes en une année au Canada, ceci représente 1,1 % du marché total du fromage préemballé.<sup>2</sup> Marie-Ève Robert, vice-présidente marketing, Groupe Bel Canada explique : « des marques de renom telles que Boursin®, Babybel® et Nurishh® ont le potentiel de dynamiser les

---

<sup>1</sup> Étude Ipsos, août 2021.

<sup>2</sup> AC Nielsen, Market Track, 13 août 2022.

catégories des tartinades et des collations à base végétale. D'ailleurs, cette catégorie a connu une croissance de 62 % depuis le lancement de Boursin® sans produits laitiers en 2021, et les compotes aux fruits GoGo squeezeZ® une croissance de plus de 30 % en 2022. »

« L'écoute des consommateurs est au cœur de notre stratégie d'innovation. C'est dans cette optique que nous poursuivons notre stratégie durable avec la création de Babybel® Végétal, sans produits laitiers et certifié végan et sans OGM, » ajoute Mme Robert. « Notre objectif est d'offrir la même expérience unique que l'on connaît de Babybel®, mais en version à base de plantes. »

### **Un pas de plus vers une alimentation durable**

La diversification des produits à base végétale s'ajoute aux mesures mises en place par le Groupe Bel Canada afin de réduire son impact environnemental. Par exemple, l'emballage de la gamme de produits Babybel® est fait de cellophane compostable à la maison. Au niveau de la production, l'entreprise a tenu à intégrer sa vision de responsabilité sociétale d'entreprise tout au long de la construction de son usine à Sorel-Tracy. Par exemple, le Groupe Bel Canada a collaboré avec une entreprise voisine, Maison Riviera, afin de mettre en commun ses installations générant les énergies nécessaires aux opérations. Cette démarche permet de diminuer l'émission de gaz à effet de serre. Le bâtiment a aussi été construit et isolé pour être écoénergétique et les systèmes d'aération ont été conçus pour permettre la récupération d'énergie.

L'entreprise canadienne a aussi mis sur pied, en collaboration avec l'organisme mondial la Fresque du Climat, un programme de formation pour ses employés et l'ensemble de ses partenaires commerciaux dans le but de les sensibiliser au défi que représente le changement climatique. Ainsi, les employés auront la chance de contribuer à leur façon à l'avancement de l'approche de responsabilité sociale de l'entreprise.

En 2023, le Groupe Bel Canada produira près de 90 % de ses produits au Canada. Qui plus est, d'ici 2035, Bel réduira de 25 % les GES dans ses installations et s'alignera sur la trajectoire du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) pour contribuer à l'atteinte de l'objectif de maintenir le réchauffement climatique de 1,5 degré Celsius.

### **À propos du Groupe Bel Canada**

Bel Canada est une filiale du Groupe Bel, une entreprise familiale internationale pilotée par la cinquième génération et un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque et un acteur majeur du marché des collations saines avec une distribution dans près de 120 pays. Créée en 2005 pour dynamiser le développement des activités du groupe au Canada, la filiale emploie aujourd'hui 200 employés, dont 80 à son siège social situé à Montréal. Ses principales marques, Boursin®, La Vache qui rit® et Babybel® sont produites en sous-traitance au Canada avec des partenaires locaux actifs dans la transformation laitière. Site Internet : [www.bel-canada.ca](http://www.bel-canada.ca).

### **À propos du Groupe Bel**

Le Groupe Bel est un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque et un acteur majeur sur le segment des collations saines. Son portefeuille de produits d'envergure internationale lui ont permis de réaliser en 2021 un chiffre d'affaires de 3,38 milliards d'euros. Environ 11 800 collaborateurs répartis dans une quarantaine de filiales dans le monde contribuent à déployer la mission du Groupe : offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous.

Le Groupe Bel a récemment choisit d'aller au-delà du secteur des fromages avec l'acquisition du Groupe Mom en 2016, se spécialisant dans les compotes de fruits, et avec l'acquisition de All in Foods en 2020, offrant la gamme d'alternative végétale au fromage. Le Groupe est maintenant présent dans les secteurs complémentaires des produits laitiers, des produits à base végétale, et les fruits. Site Internet : [www.groupe-bel.com](http://www.groupe-bel.com).

- 30 -

**Source :** Groupe Bel Canada

**Demandes médias :** Gabrielle Landry  
[glandry@national.ca](mailto:glandry@national.ca)  
514-688-5837