

**COMMUNIQUÉ
DE PRESSE**



GÉNÉRATION

bahija
Sauces du monde

Bahija, la petite nouvelle du Groupe Soreal sur le marché des sauces pour sandwiches, burgers et kebabs.

Déjà bien connu de la restauration hors domicile, le groupe Soreal a décidé d'intégrer à sa marque Ilou, une nouvelle gamme de sauces dédiées à l'accompagnement des sandwiches, burgers ou kebabs, dès le mois d'octobre 2013. Véritable invitation à la découverte des saveurs du monde, à travers 20 références, Bahija constitue une réponse totalement adaptée aux besoins des professionnels.

Bahija : à l'écoute des tendances

Les sauces Bahija ont été conçues avec en tête le portrait du consommateur final. Plutôt jeune et pressé, il est aussi exigeant : il veut avoir le choix, manger bon et pas trop cher. Ainsi, avec Bahija, le restaurateur dispose d'une solution qui combine parfaitement praticité d'usage, qualité gustative et variété de saveurs.

Le conditionnement en squeezes permet de délivrer facilement et immédiatement la juste quantité de produit pour un « *snackeur* » soucieux d'optimiser le temps qu'il consacre à ses repas. De plus, le prix abordable répond aux attentes d'une clientèle plutôt en recherche de budgets raisonnables en restauration rapide.

Soreal
SMART FOOD SOLUTIONS

Toutefois, le groupe Soreal ne fait aucun compromis sur la qualité et le goût ! Fidèle à ses exigences de qualité et à ses valeurs d'audace et d'ouverture, le groupe donne à Bahija la mission d'incarner sa passion de faire découvrir les cultures culinaires du monde. « *Que se soit au Texas, en Crète, à Bangkok, à Pondichéry ou à Alger, les aliments sont élaborés avec une tradition culinaire qui les distingue.* » déclare Gilles Bocabeille, PDG du groupe.

C'est pourquoi, Bahija propose 20 sauces originales, conformes aux exigences alimentaires musulmanes par ailleurs, conçues pour faire voyager le consommateur : de la Caesar à l'Algérienne, de la Moutarde américaine à la Harissa en passant par la Mayonnaise allégée... et 3 recettes exclusives : la Texas-Grill, la Barbecue Chipotle et la Toreador. « *En somme, les sauces Bahija sont des passeports instantanés, disponibles et très abordables, pour vivre des instants privilégiés.* » conclut Gilles Bocabeille.

20

sauces

pour dépayser vos sandwichs



Un marché dynamique et une marque à son image

Avec le lancement de Bahija, le Groupe Soreal renforce sa présence, déjà incontournable à travers sa marque Ilou, sur le marché de la restauration. Le marché dynamique de la restauration rapide offre des perspectives de croissance réelles pour le groupe qui investit, dans un premier temps, le territoire français mais aussi le Maroc et l'Algérie où le Groupe Soreal est d'ores et déjà implanté.

Aujourd'hui et pendant trois mois, le Groupe Soreal orchestre la découverte de cette gamme de « *sauces du monde* » à travers une campagne de communication en points de vente chez les grossistes revendeurs, des kits de communication à destination des clients restaurateurs et des cadeaux à gagner pour les restaurateurs et leurs clients.

Avec ses 3 marques (Ilou, By Soreal & Sonjal Casing), le Groupe SOREAL SMART FOOD SOLUTIONS dispose désormais de 3 sites de production en France, en Espagne et au Maroc, emploie 200 personnes et table sur un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros à fin 2013.