

COMMUNIQUE DE PRESSE



Dardilly, le 5 février 2018

MOM (Mont Blanc et Materne) déploie Nutri-Score sur toutes ses marques

Dardilly, lundi 5 février 2018 - Le groupe MOM (Mont Blanc et Materne) annonce son engagement dans la mise en place du Nutri-Score. Cette démarche volontaire concerne 100% de ses références en France.

« Je suis très fier de l'engagement du groupe MOM dans ce sujet d'intérêt général. Il s'inscrit parfaitement dans notre ambition en faveur du bon, du sain et du local », souligne Pascal Colas, Directeur général France.

Adopté par le Ministère de la Santé, reconnu par la communauté scientifique et par les consommateurs comme étant un système d'information nutritionnelle simple et fiable, Nutri-Score synthétise en 5 classes le score nutritionnel des aliments ; sur une échelle de 5 couleurs (du vert foncé au orange foncé), associées à des lettres allant de A (« meilleure qualité nutritionnelle ») à E (« moins bonne qualité nutritionnelle »).

Pour Céline Richonnet, Directrice nutrition du Groupe, « Nutri-score est en complète résonance avec notre stratégie nutrition : il va permettre aux consommateurs d'évaluer plus facilement la qualité nutritionnelle de nos produits et de les comparer avec d'autres offres de goûter. Il va également nous guider dans nos améliorations de recettes en proposant une offre toujours plus saine. Aujourd'hui, plus de 80% de nos références sont classées en A et B. Tout cela va dans le sens d'une meilleure alimentation pour tous ».

La mise en place du Nutri-Score répond également à la mission du groupe MOM : offrir aux familles des aliments plus sains, plus savoureux et nutritifs.

« Nous avons tout de suite été séduits par la simplicité du Nutri-score. Nous attendions la validation de cet étiquetage par la Commission Européenne. Maintenant que c'est chose faite, nous sommes pleinement mobilisés pour apposer ce logo sur l'intégralité de notre offre, soit plus de 200 références. C'est un élément de transparence et de réassurance que nous souhaitons donner à nos consommateurs et que nous accompagnerons de communication plus globale sur l'équilibre alimentaire », précise Nadia Mehl-Verzeaux, Directrice marketing France.

Dès avril 2018, les sites Internet des marques www.materne.fr, www.desserts-montblanc.fr, www.pom-potes.com, www.recreole.fr et www.recettes-gloria.fr publieront les résultats Nutri-Score sur tous les produits de leurs gammes. Leurs emballages portant le logo seront dans les rayons à partir de septembre 2018.

A propos de MOM

Fondé en 2006 à la suite du rapprochement des sociétés Mont Blanc et Materne, le groupe MOM a créé la catégorie de la compote en gourde et construit des positions de leadership régional fort avec ses marques Pom'Potes® et GoGo squeeZ®, tout en s'appuyant sur ses marques historiques Materne® et Mont Blanc® commercialisées en France.

Le Groupe connaît une croissance sans précédent, notamment grâce à ses gourdes de fruits GoGo squeeZ® (aux Etats-Unis et au Canada) et Pom'Potes® (en France). Il emploie 1 300 personnes réparties sur 5 pays et possède 4 usines de production en France et aux Etats-Unis. Son ambition est de bâtir avec ses marques un leadership international en s'appuyant sur son savoir-faire industriel et sa capacité d'innovation. Depuis décembre 2016, le Groupe est détenu à 65% par le groupe Bel et à 35% par ses managers.

Pour en savoir plus sur le groupe MOM, rendez-vous sur www.momgroup.com

Contact Presse : Margaux Fouré - 06 63 55 64 75 - margaux.foure@mtrchk.com

Suivez notre actualité sur

