



Vue extérieure du point de vente The Perfect Blend

Green Foods Lab

Le pari d'industrialiser sans dénaturer

De cuisine familiale à unité certifiée, Green Foods Lab a progressivement franchi les étapes de la structuration depuis sa création en 2022. Fondée par Yousra Benkirane, jeune ingénieure agroalimentaire, l'entreprise est née d'une volonté de concilier gourmandise, nutrition et simplicité des ingrédients. À travers sa marque The Perfect Blend, elle développe une gamme de snacks sans additifs ni conservateurs. Elle travaille parallèlement au développement de nouvelles références fonctionnelles. Avec une capacité de production de 72 tonnes par an, tous produits confondus, Green Foods Lab couvre aujourd'hui plusieurs segments de la pâtisserie et du snacking, notamment les boules et barres énergétiques. Désormais engagée dans une nouvelle phase de croissance, la jeune entreprise marocaine entend élargir ses circuits de distribution, renforcer son ancrage local et accélérer son développement à l'export, avec l'Europe et la région MENA en ligne de mire. Rencontre avec sa fondatrice.



Yousra Benkirane, fondatrice de Green Foods Lab

À l'origine de Green Foods Lab, il y a d'abord une passion ancienne pour la cuisine et la pâtisserie, conjuguée à un intérêt pour les sciences. Une double vocation qui conduit Yousra Benkirane à s'orienter vers une formation d'ingénieure agroalimentaire. Et c'est une épreuve personnelle qui donnera une nouvelle direction à son parcours. Confrontée à une maladie chronique, elle repense alors son

mode de vie et notamment son alimentation, avec une ambition : mieux manger sans renoncer au plaisir.

« Le besoin initial était simple : manger sain, gourmand et simple », résume la fondatrice. De cette démarche naissent progressivement des recettes inspirées des produits qu'elle affectionne, mais retravaillées avec des ingrédients qu'elle juge de meilleure qualité.

L'aventure entrepreneuriale démarre modestement, dans la cuisine de sa grand-mère, avec des produits conditionnés en sachets et des étiquettes apposées à la main. Dès le départ, deux priorités structurent le projet : le goût et la qualité. Green Foods Lab monte ensuite progressivement en puissance, tant sur le plan de la production que de la communication, porté par ses premiers clients BtoB et BtoC acquis notamment grâce aux réseaux sociaux.

Aujourd'hui, l'entreprise dispose d'une unité de production certifiée, une étape déterminante dans son changement d'échelle. Cette structuration doit désormais lui permettre d'accélérer son développement, notamment en grande distribution, tout en ouvrant la voie à l'export.

Industrialiser sans dénaturer : le pari de Green Foods Lab

Grandir sans renoncer aux principes qui ont fondé la marque : c'est autour de cette ambition que Green Foods Lab construit son développement. L'entreprise entend augmenter ses volumes de production tout en préservant les deux piliers revendiqués depuis ses débuts, la qualité et le goût.

Cette montée en échelle s'accompagne d'un parti pris fort : « Industrialiser les recettes sans recourir aux additifs, agents texturants, colorants ou sucres artificiels, tout en ayant des durées de conservation plus longues. Un équilibre que la marque a atteint sans basculer vers des produits ultra-transformés », souligne Yousra Benkirane. Et de rajouter : « Nous voulons être disponibles partout, aussi bien au Maroc qu'à l'international, et exporter pour porter notre savoir-faire au-delà de nos frontières ».

À travers cette stratégie, Green Foods Lab affiche ainsi une double ambition : répondre à une demande réelle des consommateurs et construire un modèle capable de changer d'échelle, au Maroc comme à l'export, sans s'éloigner de son positionnement initial.



Vue intérieure du point de vente The Perfect Blend

Du brownie au « Snickers » revisité : la gourmandise comme terrain d'innovation

Green Foods Lab a progressivement étoffé son offre autour de plusieurs familles de produits : barres énergétiques, boules d'énergie, granola et beurres d'oléagineux. Une gamme construite autour d'un même positionnement : associer gourmandise et ingrédients naturels et nutritifs.

Le cœur de l'offre repose aujourd'hui sur sept barres énergétiques aux recettes et profils gustatifs variés. L'Energy Nut Bar combine notamment dattes, noix de cajou, amandes, graines de courge, sésame, noix de coco, miel, avoine et pistache, dans une formulation comptant une dizaine d'ingrédients. Choconutty joue, elle, sur un registre rappelant la célèbre pâte à tartiner, avec une association de noisettes, dattes, cacahuètes et avoine.

La marque puise également son inspiration dans les grands classiques de la gourmandise pour les réinterpréter. Vegan Brownie associe dattes, cacao, cacahuètes et graines de lin, ces dernières étant intégrées pour favoriser la digestion. Cashew & Almond Caramel revisite quant à elle l'univers du Snickers autour de la noix de cajou ou de l'amande. Date & Nut mise sur l'association du chocolat noir, de l'amande et de la dattes pour un encas pensé notamment pour accompagner le café, tandis que Brookie se situe à mi-chemin entre cookie et brownie, avec des notes de fleur d'oranger.

« Nous formulons nos produits avec des ingrédients naturels et nutritifs », souligne Yousra Benkirane, résumant le fil conducteur de la gamme.

À ces sept références s'ajoutent six variétés de boules d'énergie : Coco-Choco, Cookie Dough, Raspberry-Choco, Brownie Bite, Cinnamon Roll et Lemon-Yuzu ain-

si qu'une offre de granola et de beurres d'oléagineux. Une diversification qui permet à Green Foods Lab de décliner son positionnement sur différents formats et moments de consommation.

Le « fait maison » adapté au rythme du quotidien

Le positionnement de Green Foods Lab répond à une volonté simple : proposer des snacks sains, destinés à toute la famille, tout en apportant la praticité recherchée au quotidien. « L'idée est de retrouver les snacks qu'on veut préparer à la maison, mais qu'on n'a pas toujours le temps de faire soi-même », explique Yousra Benkirane. Un parti pris qui se traduit par des recettes végétales, sans additifs ni conservateurs.

Innovation et qualité au cœur du modèle

L'innovation constitue un axe central de développement pour Green Foods Lab. L'entreprise travaille actuellement sur des produits fonctionnels associant gourmandise, apport nutritionnel et liste d'ingrédients claire, avec notamment des formulations plus riches en protéines. « L'innovation occupe une place centrale dans notre stratégie : c'est notre formation, notre passion, et surtout notre façon de répondre à de vrais besoins », souligne la porteuse du projet.

Cette démarche s'étend également au process industriel. Après plusieurs années de travail, les équipes ont développé un procédé spécifique permettant d'allonger la durée de conservation des produits sans recourir aux conservateurs, dont les détails restent confidentiels. En parallèle, Green Foods Lab applique les principes HACCP et assure une traçabilité complète, de la réception des matières premières

à la livraison du produit fini. L'entreprise dispose par ailleurs des agréments et de la certification ONSSA ainsi que de la certification FoodEx, et vise à terme les certifications ISO 22000, ISO 9001 et BRC.

Une distribution qui se diversifie

Green Foods Lab déploie progressivement ses produits sur des circuits de distribution diversifiés. L'entreprise vient notamment d'initier un partenariat avec un distributeur couvrant le réseau des stations-service et est présente dans des points de vente stratégiques, dont les duty free.

La marque développe parallèlement son activité auprès des entreprises en tant que « *healthy snack provider* » pour leurs collaborateurs, ainsi que dans les salles de sport et le milieu hospitalier. « *Nous avons également des partenariats avec des hôpitaux, en distribution ou pour les collations offertes après le don du sang* », précise Mme Benkirane.

L'Europe et la région MENA dans le viseur

L'export s'impose comme un axe stratégique pour Green Foods Lab, porté par une demande croissante pour des produits perçus comme plus sains. L'entreprise observe notamment un intérêt marqué en Europe et dans la région MENA, deux marchés qu'elle entend cibler en priorité. Cette ambition accompagne une évolution plus profonde des habitudes de consommation. « *Le consommateur lit de plus en plus attentivement les listes d'ingrédients. Il veut mieux manger, investir dans son bien-être, tout en continuant à se faire plaisir, sans culpabiliser* », observe Yousra Benkirane.

Pour la fondatrice, Green Foods Lab s'inscrit ainsi dans un mouvement de fond : celui des consommateurs qui placent leur bien-être et leur hygiène de vie au centre de leurs choix alimentaires. Une tendance que la marque entend accompagner au Maroc et à l'international.

Un modèle plus durable, ancré dans le local

Chez Green Foods Lab, la démarche de durabilité est intégrée dès la conception des produits. Le recours à des ingrédients secs facilite le stockage et le transport, tandis que des formats compacts permettent d'optimiser les volumes et de réduire l'empreinte logistique. L'allongement de la durée de conservation contribue éga-

lement à limiter le gaspillage alimentaire. L'entreprise souhaite parallèlement renforcer son ancrage local. « *Les ingrédients locaux occupent une place centrale dans notre stratégie* », affirme-t-elle. Green Foods Lab a ainsi candidaté à un programme d'accompagnement destiné aux agriculteurs locaux, avec l'ambition de les aider à répondre à ses cahiers des charges et, à terme, de sécuriser un approvisionnement direct auprès d'eux.

Entre coûts de croissance et potentiel du « made in Morocco »

Pour Green Foods Lab, le changement d'échelle s'accompagne de plusieurs défis. À la hausse du coût des matières premières s'ajoutent des dépenses de R&D importantes, liées notamment aux nombreux tests nécessaires à chaque nouveau développement, ainsi que des délais de mise au point contraints. L'accès au marché constitue un autre enjeu, avec différentes barrières, dont les droits d'entrée. Un défi d'autant plus important que l'entreprise a historiquement concentré ses investissements sur le produit et l'outil de production plutôt que sur les dépenses commerciales.

Au-delà de ces contraintes, l'entreprise entend également capitaliser sur les atouts propres à son positionnement et à son ancrage marocain pour soutenir son développement, notamment à l'international. Yousra Benkirane voit dans les ressources marocaines un véritable levier de compétitivité, notamment à l'export. « *Nous devons valoriser nos matières premières locales, comme la caroube, les dattes ou l'argan* », souligne-t-elle. À ces atouts s'ajoutent, selon la fondatrice, la capacité à développer des recettes innovantes, une approche clean label, la flexibilité de la production et une maîtrise approfondie du métier.

The Perfect Blend affiche ses ambitions au-delà des frontières

Pour les prochaines années, Green Foods Lab entend accélérer son développement commercial en renforçant sa présence sur le marché marocain à travers différents réseaux de distribution, tout en préparant son expansion vers la région MENA et l'Europe. L'entreprise prévoit également d'investir davantage dans le marketing afin d'accroître la notoriété de sa marque. « *Notre ambition est de faire rayonner The Perfect Blend, au Maroc comme à l'international* », résume Yousra Benkirane. ■



➔ Mélange des ingrédients au sein de l'unité de production de Green Foods Lab



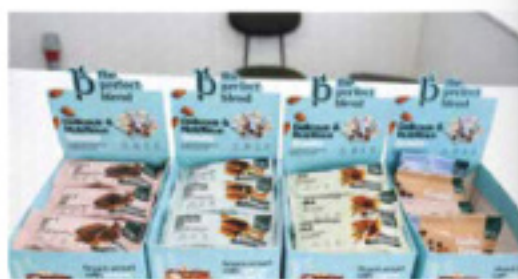
➔ Conditionnement des produits The Perfect Blend



➔ Contrôle des produits The Perfect Blend au sein de l'unité de production



➔ Stockage des produits finis The Perfect Blend



➔ La gamme de snacks The Perfect Blend