

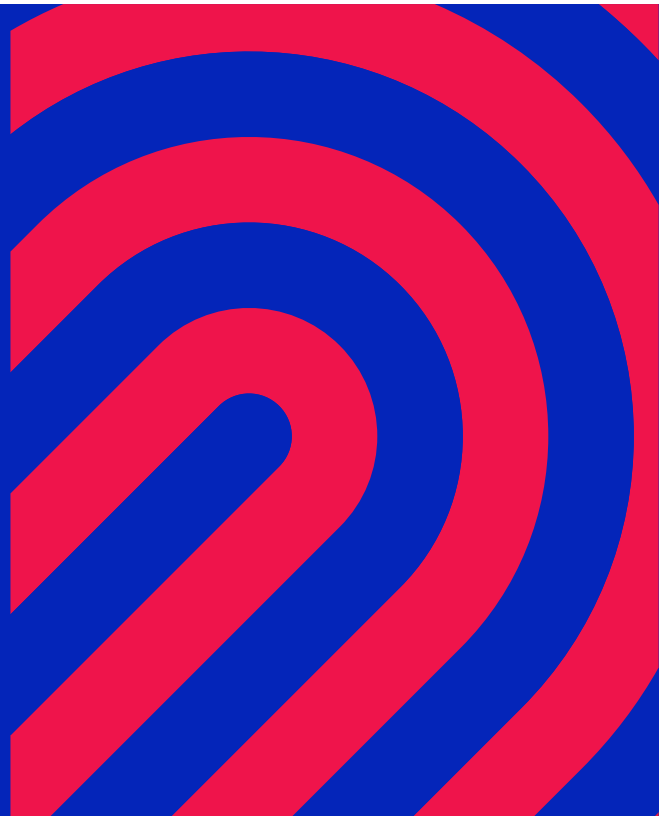
# Business Meetings produits laitiers @ SALON DU FROMAGE 2026

+

## @Gourmet Selection

CONTACTS BUSINESS FRANCE

  
Lounis SLIMANE TALEB  
Chef de projet Agri-Food - Paris  
[lounis.slimanetaleb@businessfrance.fr](mailto:lounis.slimanetaleb@businessfrance.fr)



# CASINETTO - KSA

## DESCRIPTION

Casinetto est un distributeur HORECA et fournisseur d'ingrédients premium d'origine européenne, présent aux Émirats arabes unis depuis 2009 et désormais implanté également en Arabie saoudite. L'entreprise propose plus de 2 500 à 3 000 produits authentiques issus de plus de 350 fournisseurs européens, destinés aux chefs, restaurants, hôtels et aux passionnés de cuisine recherchant des ingrédients méditerranéens de haute qualité. Elle compte 950+ clients et s'est imposée comme une référence dans l'approvisionnement en produits gastronomiques européens dans la région

## CHIFFRES CLES

- Effectif :10 employés
- CA :N/A
- Logistique : A partir de l'entité mère Casinetto UAE
- Couverture géographique : KSA & UAE

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : Varié
- Clientèle : restaurants
- Politique de distribution et logistique : Déployer et introduire le portefeuille de produits de Dubaï sur le marché saoudien ainsi que élargir auprès des clients actuels le nombre de SKUs vendu.

## BESOINS IDENTIFIES

Recherche les catégories de produits suivantes :

- Fromages français :
- Camembert
- Brie
- Gruyère
- Comté
- Raclette
- Crème à fouetter (whipping cream)
- Beurre

## SECTEUR D'ACTIVITE

Importateur/distributeur

## SITE INTERNET

[Casinetto KSA](#) | [Casinetto Horeca Supplies](#)

## LOGO



# SAFCO – EMIRATS ARABES UNIS

## DESCRIPTION

SAFCO International General Trading Co. LLC est l'un des principaux importateurs, distributeurs et exportateurs de produits alimentaires et non-alimentaires premium aux Émirats arabes unis, spécialisé dans l'approvisionnement de l'hôtellerie-restauration (HORECA). Fondée en 1994 en tant qu'entreprise familiale et basée à Dubai Investments Park, SAFCO a rejoint en octobre 2023 le groupe Silal (filiale d'ADQ, l'un des plus grands holdings de la région), ce qui renforce considérablement son empreinte sur le marché émirien et au-delà.

Avec plus de 30 ans d'expertise, l'entreprise se distingue par un portefeuille très large: 13+ marques propres, droits de distribution exclusive sur 35+ marques, plus de 100 marques en distribution non-exclusive, et un catalogue de 25 000+ références (SKU).

SAFCO est le partenaire d'approvisionnement privilégié des hôtels 5 étoiles, restaurants gastronomiques, traiteurs, boulangeries-pâtisseries, ship chandlers, compagnies aériennes, croisiéristes et hôpitaux aux EAU et à l'international.

L'entreprise s'appuie sur des infrastructures ultra-modernes à DIP (Dubai Investments Park) et DIC, avec des entrepôts à température contrôlée, une flotte dédiée et une gestion de la chaîne du froid de premier ordre.

Acheteurs pressentis : Purchasing Manager / Category Manager Dairy & Cheese

## CHIFFRES CLES

- Effectif : ~430 employés
- CA : ~\$30 M (estimation publique)
- Création : 1994 Couverture géographique : UAE (cœur de marché), Moyen-Orient, Afrique, sous-continent indien, Europe de l'Est
- Catalogue : 25 000+ SKU / 300+ marques distribuées / 13+ marques propres

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : premium / haut de gamme foodservice
- Clientèle : hôtels 5 étoiles, restaurants gastronomiques, traiteurs, catering aérien, croisiéristes, ship chandlers, hôpitaux, boulangeries-pâtisseries premium
- Stratégie de développement : Depuis l'intégration au groupe Silal (ADQ) en 2023, SAFCO accélère son développement sur le segment foodservice premium aux EAU. L'entreprise renforce son portefeuille de marques internationales exclusives, développe sa division SAFCO Fresh (fruits & légumes premium HORECA), et investit fortement dans la chaîne du froid et la traçabilité. Sa volonté est de continuer à élargir sa gamme dairy & cheese, segment historique et stratégique, en introduisant de nouvelles marques européennes haut de gamme et des produits innovants pour répondre aux attentes des chefs.

## BESOINS IDENTIFIES

SAFCO opère une catégorie Dairy & Cheese dédiée, considérée comme l'un de ses piliers stratégiques. Compte tenu de la faible production laitière domestique aux EAU, l'importation est essentielle, et SAFCO se positionne comme l'un des leaders du segment.

Recherche les sous-catégories suivantes :

Fromages premium et de spécialité (pâtes pressées cuites, pâtes molles, fromages bleus, fromages frais, AOP/IGP français)

Fromages de chèvre et brebis pour la restauration gastronomique

Beurres premium (beurres AOP, beurres de baratte, beurres aromatisés pour pâtisserie)

Crèmes (crème fraîche, crème liquide UHT, crèmes pâtisseries professionnelles)

Yaourts et produits laitiers fermentés haut de gamme

Lait spécialisé (lait de barista, lait bio, alternatives végétales premium)

Fromages affinés à la coupe pour plateaux d'hôtels et restaurants

## SECTEUR D'ACTIVITE

Importateur – Distributeur foodservice (HORECA)

## SITE INTERNET

[Foodservice Distributor and Supplier in UAE & the Middle East - SAFCO International General Trading Co. LLC](#)

## LOGO



*Leaders in Foodservice and Distribution*



# GREEN HOUSE – EMIRATS ARABES UNIS

## DESCRIPTION

Fondée en 1977 par Petros Hadjipetrou, Greenhouse est un importateur-distributeur de produits alimentaires premium aux Émirats arabes unis, positionné comme un acteur historique du foodservice et du retail.

L'entreprise s'est construite comme un one-stop shop pour l'industrie HORECA, en développant un portefeuille de marques internationales de premier plan couvrant notamment les produits laitiers, fromages, boulangerie-pâtisserie et épicerie fine. Aujourd'hui intégrée au groupe BPC Holding, Greenhouse bénéficie d'investissements continus en talents, infrastructures et logistique, avec l'ambition de renforcer son leadership dans la région GCC.

Acheteurs pressentis : Purchasing Manager

## CHIFFRES CLES

- Effectif : 300 employés
- CA : \$ 26 M en 2024
- Couverture géographie : UAE + présence GCC (KSA, Qatar, Oman)

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : abordable premium / premium / haut de gamme
- Clientèle : HORECA (hôtels 4-5\*, fine dining, catering) – Chaînes de restauration internationales – Retail moderne et traditionnel – Clients institutionnels
- Stratégie de développement : Greenhouse vise à renforcer son statut de broadliner premium dans le Golfe en combinant élargissement du portefeuille international et spécialisation par segments culinaires.
- Axes prioritaires : Accélération sur le segment fine dining aux EAU – Sourcing d'ingrédients d'origine premium pour les chefs – Développement d'un réseau d'artisans fromagers internationaux – Consolidation de la présence multi-canal foodservice + retail

## BESOINS IDENTIFIES

Recherche les catégories de produits suivantes :

- Fromages premium (import)
- Fromages d'origine (AOP, terroir, artisanaux)
- Fromages spécialisés pour fine dining
- Gammes différenciantes pour chefs
- Produits à forte valeur ajoutée storytelling

## SECTEUR D'ACTIVITE

Importateur – Distributeur food service et retail

## SITE INTERNET

[Greenhouse Foodstuff Trading L.L.C](#)

## LOGO





# LES DEPENDANCES - CANADA

## • DESCRIPTION

- Fondée en 2001 (sous le nom "Les Dépendances du Manoir"), l'entreprise est née de la passion de ses fondateurs pour la gastronomie européenne et d'une volonté d'éduquer le consommateur canadien aux fromages de caractère. Les Dépendances se distinguent par une sélection rigoureuse de produits souvent exclusifs, issus de producteurs passionnés. Ils sont reconnus pour leur expertise technique en matière d'importation de fromages au lait cru, un segment particulièrement complexe au niveau réglementaire au Canada.
- 70% de produits de France
- Plus de 450 références de fromage : Fermiers, lait cru, AOP, IGP
- Produits d'épicerie secs : confitures, biscuits, rillettes de la mer...
- Produits de boulangerie : Crêpes
- Desserts lactés : Crèmes brûlées, fromages frais
- Acheteurs pressentis : Présidente

## CHIFFRES CLES

- CA : 16 millions de dollars canadiens
- Effectif : 25
- Couverture géographique : Nationale. Siège social et centre de distribution basés au Québec (Blainville), avec une présence logistique permanente en Colombie-Britannique (Vancouver) pour couvrir le marché anglophone.

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : haut de gamme
- Importation directe d'Europe: Plus de 80 fournisseurs de 12 pays Européens

## Clientèle :

- 500 boutiques indépendantes et détaillants dans tout le Canada
- 500 magasins qui appartiennent à des chaînes de supermarchés : IGA, Costco, Métro, Whole Foods
- 5 distributeurs (hors Québec) qui font le relais auprès des boutiques et des restaurants dans les autres provinces du Canada

## BESOINS IDENTIFIES

Fromages de spécialité : Fromages au lait cru, biologiques, végétariens, et médaillés.

Beurre et Crème : Produits laitiers haut de gamme pour compléter l'offre fromagère.

Épicerie fine : Produits de la mer (rillettes), biscuits salés, pâtisseries et accompagnements (préparations de fruits) pour le plateau de fromages.

## SECTEUR D'ACTIVITE

Importateur – Distributeur –

## SITE INTERNET

<https://www.lesdependances.com/fr>





# DENNINGER'S - CANADA

## • DESCRIPTION

- Denningers' est une entreprise familiale fondée en 1954 et exploitant une enseigne de 4 magasins haut de gamme. Aujourd'hui dirigée par la troisième génération, l'entreprise est devenue une institution dans le sud de l'Ontario pour les produits fins européens. Elle produit ses propres charcuteries et plats préparés en petits lots dans son usine de Hamilton pour garantir une qualité artisanale. En plus de la vente au détail, elle propose des expériences culinaires via des cours de dégustation de fromages ("Culture & Curds") et des services de traiteur.
- 25% de fromages fins importés de France
- 4 magasins stratégiquement situés dans le "Golden Horseshoe" de l'Ontario (Hamilton, Burlington, Oakville, Stoney Creek).
- Concepts de magasins hybrides intégrant des espaces de restauration nommés "Bitehaus Bistro" qui proposent de la cuisine de rue européenne (German street food).
- Au-delà de leurs propres magasins, agit comme fournisseur pour d'autres détaillants et le secteur de la restauration, en marque privée (private label).
- Acheteurs pressentis : Directeur principal, merchandising et marketing

## CHIFFRES CLES

- CA : 75 millions de dollars canadiens
- Effectif : 300
- Couverture géographique : Sud de l'Ontario (Hamilton, Burlington, Stoney Creek).

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : Choix axés sur la valeur pour des sélections gourmandes et haut de gamme (Gourmet / Premium).
- Importation directe d'Europe : Large sélection de fromages importés et de Produits de garde-manger uniques
- 4 points de vente au détail, une usine de fabrication de 60 000 pieds carrés et un entrepôt central.

## Clientèle :

- Particuliers (B2C), amateurs de gastronomie européenne, familles, ainsi que des services de traiteur.

## BESOINS IDENTIFIES

Fromages fins et artisanaux.

Charcuterie spécialisée : viandes froides, saucisses et viandes fumées de style européen.

Épicerie fine : Produits de garde-manger uniques (moutardes, sauces pâtes, pestos...).

Produits laitiers : Beurre, crème sure, kéfir et œufs.

## SECTEUR D'ACTIVITE

Détaillant spécialisé - fabricant de produits de charcuterie - Importateur de produits gastronomiques

## SITE INTERNET

[www.denningers.com](http://www.denningers.com)

**DENNINGER'S**  
EXPERIENCE GREAT FOOD





# MONSIEUR MARCEL - ETATS-UNIS

## • DESCRIPTION

- Monsieur Marcel est une institution à Los Angeles et le marché français le plus emblématique de la ville. L'entreprise se distingue par sa capacité à dénicher des produits de terroirs français peu présents dans les chaînes de distribution classique américaines offrant une vitrine exceptionnelle pour les producteurs français souhaitant s'implanter sur le marché californien. Monsieur Marcel est le partenaire idéal pour les lancements de produits de niche ou ultra-premium pour une clientèle prête à payer pour l'authenticité.
- L'épicerie fine : Une sélection ultra-pointue de plus de 3 500 produits du monde entier, avec un focus massif sur la France.
- Le Bistrot : Un restaurant proposant les grands classiques (soupe à l'oignon, moules-frites, plateaux de fromages).
- La Boutique Maison (Maison by Monsieur Marcel) : Vente d'objets de décoration et art de la table.
- Le Roxy & Jo's Seafood Grill : un bar à huîtres et grill de la mer inspiré des étals de poissons des marchés européens (comme la Boqueria à Barcelone ou les halles françaises).
- E-Commerce : Livraisons de paniers gourmets et de plateaux de fromages dans tout le comté de Los Angeles
- Une Sélection d'Experts : Un comptoir de fromages avec un maître fromager permanent. Un sourcing direct auprès de fermes locales et d'artisans européens. Une cave à vin spécialisée dans les petits producteurs et les appellations rares.

- Acheteurs presentis : La Propriétaire et Le Maitre Fromager

## CHIFFRES CLES

- CA : 15 millions de dollars
- Effectif : 50
- Couverture géographique : Los Angeles, Californie (influence régionale forte auprès des expatriés et des gourmets locaux).

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : Haut de gamme / Luxe accessible (Premium Gourmet).
- Situé au Original Farmers Market, l'un des sites les plus visités de Los Angeles, garantissant un trafic client élevé 7j/7.

## Clientèle :

- Particuliers (B2C), touristes haut de gamme, célébrités locales et amateurs de gastronomie française authentique.

## BESOINS IDENTIFIES

Fromages de spécialité (AOP/AOC peu communes, fromages de chèvre et de brebis artisanaux, croûtes lavées, et fromages au lait cru).

Beurres de haute gastronomie

Crèmerie Premium

Produits pour le rayon "Grab & Go". Épicerie Fine pour le Garde-manger (sauces et condiments de luxe, sels et épices)

Produits de la Mer (Conserverie : Sardines millésimées, rillettes d'esturgeon au caviar, soupes de poisson de roche haut de gamme)

Confiserie et Biscuiterie Artisanale, Spécialités Régionales

## SECTEUR D'ACTIVITE

Détaillant spécialisé de produits gastronomiques

## SITE INTERNET

<https://www.mrmarc.com>





# ROGERS COLLECTION - ETATS-UNIS

## • DESCRIPTION

Fondée en 1991, Rogers Collection parcourt depuis plus de 30 ans le monde pour dénicher des produits d'exception, souvent fabriqués à la main selon des méthodes traditionnelles. Rogers Collection se distingue par un sourcing rigoureux axé sur la traçabilité et le respect des producteurs locaux, garantissant des saveurs « de la ferme à la table ».

- Sourcing international : Europe (France, Italie, Espagne), Moyen-Orient (Liban, Jordanie), Maghreb (Tunisie) et Afrique du Sud.
- Fromages de spécialité : Sélection de pâtes pressées, bleus et fromages affinés (DOP, IGP).
- Épicerie fine de luxe : Huiles d'olive extra vierge, pâtes artisanales, vinaigres, miels, et épices (ex: Harissa tunisienne, Sumac). Charcuterie : Prosciutto di Parma DOP, Salame Romagnolo, Manchego.
- Produits de la mer : Thon blanc, anchois et sardines de haute qualité.
  
- Acheteurs pressentis : La Propriétaire

## CHIFFRES CLES

- CA : 15 millions de dollars
- Effectif : 15
- Couverture géographique : Nationale. Siège social à Yarmouth (Maine), avec un réseau de distribution couvrant l'ensemble des États-Unis.

## STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- Positionnement prix : Haut de gamme / Gourmet.
- Collaboration étroite avec plus de 80 producteurs artisanaux mondiaux.
- Canaux de distribution : Vente via des distributeurs spécialisés auprès des détaillants indépendants et des épicerie fines. Fournisseur direct pour les Chefs et la restauration haut de gamme. Présence sur les plateformes d'e-commerce spécialisées.

## Clientèle :

- Boutiques spécialisées et fromageries artisanales sur tout le territoire américain.
- Hôtellerie et Restauration : Établissements recherchant des ingrédients authentiques et d'origine contrôlée.
- Enseignes Gourmet : Épicerie de luxe à New York, San Francisco et Chicago.

## BESOINS IDENTIFIES

Fromages de caractère : Recherche constante de fromages au lait cru, biologiques et médaillés (AOP/DOP).  
Produits de niche : Ingrédients rares (poivrons Senise IGP, huiles monovariétales) pour compléter l'offre "plateau de fromages".  
Innovation Durable : Producteurs engagés dans des méthodes de production éthiques et durables.

## SECTEUR D'ACTIVITE

Importateur – Distributeur – Grossiste

## SITE INTERNET

<https://www.rogerscollection.us/>

