

MAREDSOUS® VINDT ZICH OPNIEUW UIT EN LANCEERT MAREDSOUS® VERS & ROMIG

MAREDSOUS, 26 SEPTEMBER 2025 – BEL KONDIGT EEN NIEUWE STAP AAN IN DE EVOLUTIE VAN HAAR ICONISCHE MERK MAREDSOUS®. HET MERK KRIJGT EEN FRISSE EN VERNIEUWDE COMMUNICATIE EN BIJKOMEND WORDT EEN NIEUW INNOVATIEF ASSORTIMENT VERSE SMEERKAZEN GELANCEERD.

EEN NIEUW ASSORTIMENT VERSE SMEERKAZEN

In een context van veranderende eetgewoonten, breidt Maredsous® haar aanbod uit met Maredsous® Vers en Romig, een assortiment verse smeerbare kazen. Dit nieuwe product weerspiegelt de ambitie van het merk om Belgische gezinnen in hun dagelijks leven te ondersteunen, met eenvoudige, smaakvolle recepten die makkelijk te integreren zijn in de dagelijkse keuken. Trouw aan haar DNA van smaak, gezelligheid en vakmanschap, belichaamt Maredsous® Vers & Romig een nieuwe manier om kaas te proeven, en speelt het in op de vraag van consumenten naar authentieke alternatieven.

De twee smaken die op de markt worden gebracht zijn natuur en bieslook en zijn verkrijgbaar bij alle grote retailers in België.

MAREDSOUS®, EEN MERK TROUW AAN HAAR ROOTS

De filosofie van Maredsous® vindt haar oorsprong in de monastieke traditie, waar gastvrijheid en delen centraal staan. Trouw aan deze geest ontwikkelt het merk een breed assortiment kazen die zowel dagelijkse maaltijden als bijzondere momenten begeleiden, met een focus op gastvrijheid en gulheid. Elk product wordt een uitnodiging om samen te komen,

om verbinding te creëren in eenvoud en authenticiteit. In diezelfde geest, als een rode draad, zijn ook de twee nieuwe verse kazen ontworpen.

MAREDSOUS®, EEN WEERSPIEGELING VAN DE AMBITIES VAN BEL

Met de lancering van haar nieuwe assortiment biedt Bel een vernieuwde manier om kaas te consumeren, aangepast aan de dagelijkse gewoonten. Deze verse smeerbare en veelzijdige kaas speelt in op de verwachtingen van consumenten op het vlak van flexibiliteit en eenvoud.

De benoeming van Jean-David Thumelaire als CEO van Bel Benelux sluit aan bij deze context en hij heeft een duidelijke ambitie: “Mijn doel is om de band tussen Maredsous® en de consument te versterken. In de hectische samenleving van vandaag belichaamt Maredsous® meer dan ooit de waarden van gastvrijheid, gulheid en het delen. Het merk helpt ons om culinaire tradities te behouden en moedigt ons aan om ze samen te vieren. Maredsous® is meer dan zomaar een kaas, het is een krachtig verhaal in het hart van de abdij van Maredsous, erfgoed dat blijft voortleven doorheen de tijd.”

Door het plezier van delen te benadrukken en strategische samenwerkingen met distributeurs te ontwikkelen,

bevestigt Bel haar positie als een speler die trouw is aan tradities, maar resoluut gericht op innovatie.

OVER BEL GROUP

De Bel Group is een belangrijke speler in het segment van gezonde kaas-, fruit- en groentesnacks. Dankzij haar portfolio van gedifferentieerde, internationale producten zoals The Laughing Cow®, Kiri®, Babybel®, Boursin®, Pom'Potes® en GoGo squeeZ®, en een twintigtal andere lokale merken, heeft ze in 2024 een omzet van 3,7 miljard euro gerealiseerd.

PERSCONTACT

WWW.GROUPE-BEL.COM

WHYTE

Amélie Van Roey – Consultant
– 0470/86.76.14 -AV@whyte.be

BEL

Aricia Nisol – CSR & Corp
Coms Manager - 0472 59 01 99
– aricia.nisol@groupe-bel.com



GESCHIEDENIS EN TRADITIE

DE MAREDSOUS-KAAS ONTSTOND IN DE JAREN 1950 ALS GEVOLG VAN EEN OVERPRODUCTIE VAN MELK EN WERD OP AMBACHTELIJKE WIJZE GERIJPT IN DE KELDERS VAN DE ABDIJ. TROUW AAN DE GEEST VAN DE MONNIKEN STAAT DEZE KAAS VANDAAG DE DAG NOG STEEDS SYMBOOL VOOR TRADITIE, VRIJGEVIGHEID EN UITMUNTENDHEID.

Sinds de jaren 1950 zijn de monniken van de abdij van Maredsous begonnen met het verwerken van de melk van hun boerderij tot kaas. Dit initiatief was een reactie op de overproductie van melk en had als hoofddoel het verwelkomen en voeden van de pelgrims die de abdij kwamen bezoeken.

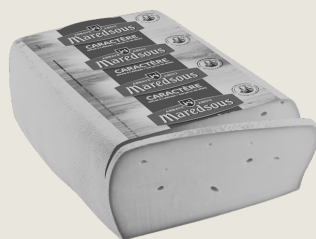


In die tijd werd elke kaas met grote zorg gevolgd: elke twee dagen met de hand gekeerd en gewassen, ontwikkelde hij geleidelijk unieke en authentieke smaken. De kelders van de abdij speelden een essentiële rol in dit proces, omdat ze ideale omstandigheden boden voor het rijpen en de kaas zijn bijzondere smaak gaven.

Vroeger lagen de kazen te rijpen op planken van sparrenhout; tegenwoordig zijn deze vervangen om veiligheidsredenen in verband met voedselveiligheid. Deze planken worden echter bewaard en tentoongesteld in het museum als getuigenis van het verleden.



Met de tijd nam het succes van Maredsous-kaas toe. Om aan de groeiende vraag te voldoen, werd de productie toevertrouwd aan gekwalificeerde vakmensen. Maar de monastieke geest is nooit verdwenen:



ook vandaag de dag houden de monniken toezicht op bepaalde stappen en zorgen ze ervoor dat elke kaas de kernwaarden van traditie, vrijgevigheid en uitmuntendheid in zich draagt.



BELANGRIJKSTE PUNTEN

- Eerste verwerking van melk tot kaas sinds de jaren 1950.
- Ambachtelijke rijping in die tijd: met de hand gekeerd en gewassen.
- De kelders van de abdij: het hart van de smaakontwikkeling.
- Een productie toevertrouwd aan professionals, altijd onder toezicht van de monniken.

INNOVATIE & EVOLUTION

Van authentieke kloosterlijke traditie tot Belgische huiskamers: Maredsous is erin geslaagd zich te ontwikkelen zonder ooit zijn ziel te verliezen.

BEL EN MAREDSOUS: EEN INNOVATIEVE ALLIANTIE

In 1991 nam het Franse concern Bel een beslissende stap in de geschiedenis van Maredsous: het verwierf het merk en combineerde zijn industriële knowhow met de Belgische authenticiteit. Deze samenwerking stelde Maredsous in staat om zijn DNA te behouden en tegelijkertijd te voldoen aan de verwachtingen van een modern publiek. De monniken blijven betrokken en zorgen ervoor dat elke innovatie trouw blijft aan de geest van traditie en gezelligheid.

DE EERSTE INNOVATIES

Reeds in de jaren 90 verschenen de eerste nieuwigheden: kuipjes smeltkaas en de beroemde Fagotins, kleine romige kaasrolletjes. Praktisch en smakelijk, waren ze meteen een groot succes.

In 2003 verscheen de Fagotin op televisie in spraakmakende reclamecampagnes. Vervolgens werd in de jaren 2010 het assortiment smeltkaas uitgebreid met nieuwe smaken zoals geitenkaas of Fagotin-room, waardoor Maredsous een nog sterkere positie kreeg in Belgische huishoudens.



MAREDSOUS EN DE BELGEN: EEN LIEFDESVERHAAL

Vandaag de dag consumeert **bijna één op de twee Belgen Maredsous**. De dubbelroom is een vaste waarde op familietafels en het merk inspireert iconische recepten zoals de maredsouflette of gratineerde witloof.



CIJFERS DIE HET MERK LATEN STRALEN

- 1 op de 2 Belgen drinkt Maredsous.
- In 2024 worden er in België elke minuut 16 bakjes verkocht.
- Top 3 van favoriete kazen in België.
- Elk jaar verlaten 500.000 gerijpte blokken de kelders.

DE SMAAL VAN WELKOM

In 2025 heruitvindt het merk zichzelf zonder zijn wortels te verliezen. Het blijft diep geworteld in gastvrijheid, delen en monastiek erfgoed, terwijl het zich aanpast aan de hedendaagse consumptiegewoonten.

Maredsous is niet veranderd: het versterkt zijn rol als symbool van gezelligheid en vrijgevigheid.



MAREDSOUS VERS & ROMIG – EEN NIEUWE SMAAKBELEVING

MAREDSOUS VERS & ROMIG, DE NIEUWSTE INNOVATIE VAN HET MERK, BELICHAAMT DE PERFECTE BALANS TUSSEN TRADITIE EN MODERNITEIT.

WAAROM EEN NIEUWE PRODUCTLIJN LANCEREN?

De eetgewoonten veranderen en Belgische gezinnen zijn op zoek naar praktische, smakelijke producten die bij hun dagelijkse leven passen. Met Maredsous Frais & Onctueux breidt het merk zijn aanbod uit om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar smeerbare verse kazen, terwijl het trouw blijft aan zijn erfgoed.

DE TROEVEN VAN MAREDSOUS VERS & ROMIG

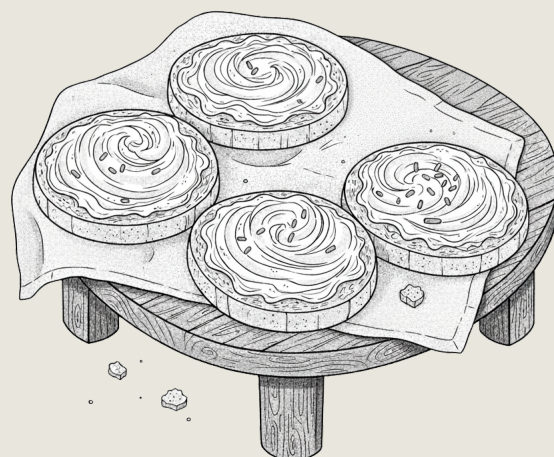
- Romige en makkelijk smeerbare textuur, ideaal voor op brood.
- Frisse en melkachtige smaak, die doet denken aan de Waalse maqu .
- Veelzijdig: geschikt voor ontbijt, tussendoortje, zoete of hartige recepten.
- Lancering smaken: Naturel en Bieslook.
- Goedgekeurd door de Abt.
- Bron van eiwitten.



WIST U DAT?

- Smaak is de nummer 1 aankoopfactor voor kaas: 56% van de consumenten plaatst dit in hun top 3 criteria.
- De “Belgitude” is een belangrijk element: Maredsous past zich aan lokale gewoonten aan en blijft trouw aan zijn erfgoed.
- In de jaren 90 bestond er al een specialiteit met verse kaas onder de naam Fri-Frais – de grootste fans herinneren zich dit nog steeds.

Meer dan zomaar een smeerkaas, Maredsous Vers & Romig is een nieuwe smaakvolle ervaring ontworpen om mensen samen te brengen aan tafel, in de lijn van de gastvrijheid die het merk kenmerkt.





CULINAIRE PROEVERIJ MET VICTOR AVONDS

EEN UNIEKE CULINAIRE ERVARING WAARBIJ DE AUTHENTICITEIT VAN MAREDSOUS-KAZEN SAMENGAAT MET DE CREATIVITEIT VAN CHEF-KOK VICTOR AVONDS.

EEN CULINAIRE REIS

Chef-kok Victor Avonds biedt een proeverij aan van gerijpte kazen en gesmolten specialiteiten van Maredsous. Zijn aanpak, die authenticiteit en creativiteit combineert, laat elk product tot zijn recht komen in originele en verfijnde recepten.

GERECHTEN DIE EEN VERHAAL VERTELLEN

Elke culinaire creatie van Victor Avonds is doordrenkt van herinneringen en emoties. Zijn gerechten laten zien hoe Maredsous-kazen zowel dagelijkse maaltijden als uitzonderlijke momenten kunnen verrijken.

DE SMAAK VAN WELKOM AAN TAFEL

Naast de proeverij illustreert deze ervaring ook de kernwaarde van het merk: de Smaak van Welkom. Samen eten met Maredsous is een ode aan gezelligheid, vrijgevigheid en het Belgische culinaire erfgoed.



WORKSHOP “MIJN APERITIEFPLANKJE”

EEN CREATIEF EN GEZELLIG MOMENT OM HET EVENEMENT AF TE SLUITEN, WAARBIJ IEDEREEN AMBASSADEUR WORDT VAN GOÛT DE L'ACCUEIL DOOR MIDDEL VAN ZIJN OF HAAR EIGEN CREATIE.

EEN CULINAIRE REIS

De deelnemers, die in tweetallen worden ingedeeld, leren elkaar kennen voordat ze samen een aperitiefplateau samenstellen dat de persoonlijkheid en smaak van de ander weerspiegelt.



COMPONEREN MET MAREDSOUS

Ter beschikking: de iconische Maredsous-kazen en een selectie bijgerechten. De duo's moeten spelen met texturen, kleuren en smaken om een unieke, royale en smakelijke compositie te creëren.



ADVIES VAN EXPERTS

De workshop wordt geleid door kaasdeskundige **Ann Keymeulen**, die de deelnemers tips en aanbevelingen geeft om hun creaties te verfijnen en de smaken harmonieus in balans te brengen.

DE SMAAK VAN WELKOM IN ACTIE

Vervolgens presenteert elk duo zijn bord en legt uit hoe dit de gastvrijheid en het delen belichaamt die zo kenmerkend zijn voor Maredsous. Deze afsluiting staat in het teken van intergenerationele verbondenheid, gezelligheid en vrijgevigheid, de kenmerken die het merk typeren.

