



BABYBEL® PASSE AU PAPIER : UNE ÉVOLUTION INDUSTRIELLE AU SERVICE D'EMBALLAGES PLUS RESPONSABLES





Transformer durablement nos modèles de

production et de consommation est l'un des défis majeurs de notre époque. Chez Bel, nous avons fait le choix de placer l'innovation au service d'une alimentation plus responsable, accessible au plus grand nombre et respectueuse des ressources naturelles. Cette ambition s'inscrit au cœur de notre stratégie de croissance et guide l'évolution de nos marques, de nos procédés industriels et de nos emballages.

Babybel® accompagne les familles depuis plus de 70 ans. Sa singularité tient à la fois à son plaisir universel et à sa capacité à évoluer au fil des usages, des cultures alimentaires et des attentes sociétales. Aujourd'hui, son emballage franchit une nouvelle étape. En cohérence avec notre engagement de 100% des emballages prêts au recyclage et/ou compostables à domicile d'ici 2030, nous amorçons la transition progressive de la cellophane vers un emballage papier recyclable.

Cette évolution est l'aboutissement d'un travail de longue durée mené par nos équipes de recherche, développement, packaging et opérations industrielles, réparties à travers plusieurs sites dans le monde. Elle illustre la force de notre modèle intégré : une innovation pensée au plus près du produit, puis déployée de façon maîtrisée, marché par marché, pour

garantir la sécurité, la performance et la qualité qui fondent la confiance dans nos marques.

Cette démarche s'inscrit dans la continuité de nos actions pour réduire notre empreinte environnementale, réinventer nos formats et accompagner l'ensemble de notre portefeuille vers des solutions toujours plus responsables. Elle reflète également la conviction qui nous rassemble : l'innovation est un levier essentiel pour répondre aux enjeux alimentaires, environnementaux et sociaux de demain.

Babybel® évolue, fidèle à ce qui fait sa force : une portion pratique, conviviale et iconique. En faisant progresser son emballage, nous engageons une étape structurante de notre trajectoire, avec la conjugaison entre responsabilité et performance qui caractérise l'ADN de Bel.

BÉATRICE DE NORAY

**DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE EN CHARGE
DE LA CROISSANCE DU GROUPE BEL**



Faire évoluer
l'emballage de
Babybel® vers le

papier est un défi technique et industriel. Un fromage à pâte pressée impose des contraintes très spécifiques: il doit être protégé de l'humidité et de l'oxygène, conserver sa texture, rester stable en conditions de transport et garantir une sécurité microbiologique irréprochable.

Il ne s'agit pas simplement de remplacer un matériau par un autre : cela implique de repenser intégralement le système de protection afin de garantir la qualité et la sécurité du produit à chaque étape, de la fabrication jusqu'à la dégustation. L'objectif est d'offrir aux consommateurs la même expérience iconique et plaisir, tout en répondant à leurs attentes en matière de durabilité et de praticité, grâce à un emballage respectueux de l'environnement et parfaitement adapté à la vie du produit.

Nos équipes RID et Packaging ont travaillé selon une approche progressive de



Babybel® est
une marque qui
accompagne des
générations

entières. Un produit qu'on glisse dans un cartable, qu'on partage à la pause, qu'on retrouve sur une table familiale ou dans un sac de randonnée. Il y a quelque chose de très simple, de très joyeux et de très universel dans ce petit fromage à coque rouge.

Aujourd'hui, les modes de consommation changent. Nous voulons tous faire des choix plus responsables, réduire notre empreinte, mieux comprendre d'où viennent les produits que nous aimons. Chez Babybel®, nous croyons qu'être acteur du snacking, c'est aussi être moteur du changement. Anticiper, innover, ouvrir la voie vers un snacking plus durable — sans jamais perdre de vue ce qui fait notre signature : le plaisir, la

type "test & learn", combinant formulation des matériaux, essais pilotes, retours des consommateurs sur leur expérience et validation industrielle. Cette méthode nous a permis d'ajuster finement la solution, jusqu'à atteindre l'équilibre recherché : élimination de la cellophane, maintien de la qualité, fiabilité dans les conditions réelles et validation par les consommateurs.

Cette innovation reflète notre conviction profonde : l'innovation responsable est à la fois pragmatique, exigeante et collective. Elle résulte de la convergence de nos expertises scientifiques et industrielles, et de notre engagement constant à concilier sécurité alimentaire, performance, expérience de nos consommateurs et impact environnemental.

DELPHINE CHATELIN

**VICE-PRÉSIDENTE RECHERCHE, INNOVATION
ET DÉVELOPPEMENT, GROUPE BEL**

praticité et l'accessibilité. Parce qu'avancer, c'est continuer à faire sourire tout en faisant mieux, chaque jour.

La transition vers un emballage papier s'inscrit dans cette continuité. Elle ne change ni le goût, ni l'usage, ni ce moment de simplicité qui fait partie de la "marque de fabrique" de Babybel®. Elle permet simplement d'aller plus loin dans notre engagement, de faire évoluer la marque avec son époque et avec celles et ceux qui l'aiment. Avec plus de 2 milliards de portions consommées chaque année, chaque amélioration compte. Et c'est ensemble, avec nos consommateurs, nos partenaires et nos équipes, que nous faisons avancer Babybel® vers un avenir toujours plus responsable, joyeux et partagé.

LINDA NEU

DIRECTRICE MONDE DE BABYBEL®

POURQUOI FAIRE ÉVOLUER L'EMBALLAGE DE BABYBEL® MAINTENANT ?



La réduction de l'impact environnemental des emballages est devenue un enjeu majeur pour le secteur agroalimentaire. Limiter l'usage du plastique à la source, améliorer la recyclabilité, et favoriser les matériaux issus de ressources renouvelables font désormais partie des attentes des consommateurs comme des engagements volontaires des entreprises.

Chez Bel, cette transition s'inscrit dans une démarche de long terme : **concevoir des emballages plus responsables, sans compromis sur la sécurité alimentaire ni sur la qualité et sur l'expérience des consommateurs.** Le Groupe s'efforce de limiter leur impact environnemental en adoptant une approche d'éco-conception tout au long du cycle de vie de ses produits.

Babybel®, marque iconique du portefeuille, occupe une place centrale dans cette évolution, en raison de sa présence mondiale, de son format portion et de sa recette unique – 2 milliards de portions sont consommées chaque année !

Passer à un emballage papier représente ainsi une étape structurante de la

stratégie du Groupe, **qui vise 100 % des emballages prêts au recyclage et/ou compostables à domicile d'ici 2030.** Notre engagement en faveur de la préservation de la planète et de la réduction de notre impact environnemental est au cœur de notre démarche. Tout d'abord, il s'agit de notre engagement à réduire le plastique et à éliminer les déchets inutiles, contribuant ainsi à un environnement plus durable. Deuxièmement, en passant de la cellophane au papier, nous réduisons activement notre empreinte carbone, diminuant ainsi les émissions de plus de 2500 tonnes de CO₂.

D'ici 2027, 100 % de nos produits Mini Babybel® seront emballés en papier issu de sources responsables, certifié, garantissant une gestion durable des forêts et une traçabilité de la matière première. Ce changement n'est pas simplement une évolution : c'est la promesse ferme d'apporter une différence positive et significative dans le monde.



**D'ICI 2027,
100 %
DE NOS PRODUITS MINI
BABYBEL® SERONT
EMBALLÉS EN PAPIER**



UNE TRAJECTOIRE CONTINUE, MARQUE PAR MARQUE

L'évolution de l'emballage de Babybel® s'inscrit dans une dynamique de transformation progressive du portefeuille, orchestrée et pilotée par la science. Parmi les dernières actualités :

KIRI® a engagé sa transition vers un emballage papier : au sein du centre mondial de Recherche Innovation & Développement de Vendôme (France), des lignes pilotes et essais techniques sont en cours, avec l'ambition d'un déploiement à l'échelle industrielle.

LA VACHE QUI RIT® et la compote **MATERNE®** sont, depuis 2025, proposées en vrac. Dans le cadre de la Coalition DéfiVrac, que Bel a initiée avec Danone, Famille Michaud Apiculteurs et Lesieur, le Groupe explore des solutions concrètes pour développer la première machine de vrac pour produits semi-liquides : fromages à tartiner, compotes, miel, huile... Cette machine est actuellement testée en conditions réelles dans trois points de vente en Île-de-France, dans le Jura et en Normandie, jusqu'à fin 2025.



Le dispositif repose sur des contenants en verre consignés, garantissant sécurité, hygiène et praticité. Le projet, cofinancé par Citeo, a reçu en 2025 le prix « Le Vrac d'Or » des Ateliers du Vrac, soulignant son caractère innovant et reproductible.

DESIGN PACKAGING, EXPÉRIENCE CONSOMMATEURS & SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Babybel® occupe une place particulière chez Bel. Faire évoluer son emballage est donc un acte structurant, à la fois symbolique et concret, qui contribue à la transformation globale du portefeuille de Bel.

Au fil des décennies, Babybel® a su s'adapter aux modes de consommation et aux attentes sociétales, que ce soit en diversifiant ses recettes et ses profils nutritionnels, toujours avec l'objectif de proposer des portions saines et gourmandes, ou en développant des formats adaptés à de nouveaux modes de consommation (comme le Babybel® végétal proposé aux consommateurs aux États-Unis, au Canada et au Royaume-Uni).

Ces initiatives traduisent la volonté de la marque de répondre toujours mieux aux besoins de ses consommateurs, tout en conservant ce qui fait son succès : sa recette et son goût uniques, sa praticité et sa convivialité.



**AVANT
CELLOPHANE**



**APRÈS
PAPIER**



LA SOLUTION PAPIER : UN TRAVAIL DE DÉVELOPPEMENT AMBITIEUX FACE AUX CONTRAINTES TECHNIQUES D'UN FROMAGE À PÂTE PRESSÉE

Depuis 2020, Babybel® est déjà emballé dans une cellophane biosourcée et compostable à domicile. Le passage au papier constitue donc une étape supplémentaire, cohérente avec

la trajectoire engagée pour réduire la part de plastique à la source.

Faire évoluer l'emballage d'un fromage à pâte pressée représente un défi technique majeur. L'emballage de Babybel® a une fonction essentielle : protéger le fromage, garantir sa conservation, et assurer sa sécurité alimentaire, tout en résistant aux conditions réelles du quotidien (transport, manipulation, variations de température). Dans ce nouveau système d'emballage, la cire reste l'élément protecteur au contact direct du fromage.

Elle joue un rôle central dans la barrière microbiologique, la stabilité du fromage et la préservation de sa texture. Le papier vient remplacer la couche extérieure, qui protège et manipule le produit, sans modifier la formulation ni l'intégrité alimentaire.

Cette innovation packaging a été développée par les équipes de RID selon une approche progressive "test & learn", incluant des essais techniques en usine, des validations en conditions réelles, des tests consommateurs ainsi qu'un travail continu d'amélioration afin de garantir la performance du nouveau matériau à grande échelle. Cette trajectoire progressive permet de garantir la fiabilité du nouvel emballage à grande échelle sur l'ensemble des sites de production de Babybel®.

À QUOI SERT LA CIRE DE BABYBEL® ?

La coque de cire rouge, élément protecteur historique et signature iconique de Babybel® reste inchangée, car elle joue un rôle clé dans la protection microbiologique et l'intégrité du fromage.

UNE BARRIÈRE PROTECTRICE

Empêche l'air et l'humidité d'entrer en contact avec le fromage.

PRÉSERVATION DU GOÛT

Conserve la texture et la saveur du fromage dans le temps.

SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Protège contre les contaminations extérieures.

FACILITE LA CONSOMMATION NOMADE

Permet au produit de rester stable hors réfrigérateur pendant 8 heures dans des conditions normales d'usage.

UNE RECETTE QUI NE CHANGE PAS

Babybel® répond aux besoins nutritionnels essentiels pour un bon équilibre alimentaire. Ce petit fromage rond et fondant est naturellement riche en protéines et en calcium, sans additifs ni conservateurs. Babybel® se compose simplement de 4 ingrédients : 98% de lait, des ferments lactiques, de la présure végétale et une pincée de sel.

Le lait utilisé pour Babybel® en France est 100 % français, collecté au plus près des sites d'Évron (Mayenne) et de Sablé-sur-Sarthe (Sarthe), auprès d'éleveurs partenaires regroupés au sein de l'APBO (l'Association des Producteurs de lait Bel de l'Ouest). Bel et l'APBO sont engagés depuis 2017 dans le cadre d'un accord pluriannuel fondé sur la garantie

à l'année d'un revenu supérieur au marché, leur permettant d'engager une démarche de durabilité : le lait du Babybel® est issu de vaches toutes au pâturage au moins 150 jours par an, nourries sans OGM.

LE LAIT
UTILISÉ EST
100 %
FRANÇAIS

LES USINES DE BEL AU CŒUR DU PROJET



Transformer l'emballage de Babybel® à l'échelle mondiale implique une adaptation progressive de l'outil industriel sur l'ensemble des sites de production de la marque.

Babybel® est aujourd'hui fabriqué dans plusieurs usines stratégiques réparties au plus près des consommateurs finaux : Brookings (États-Unis), Sorel Tracy (Canada), Évron et Sablé-sur-Sarthe (France), et Michalovce (Slovaquie). Les usines sont au cœur du projet industriel de transition vers l'emballage papier, illustrant la capacité du Groupe à conjuguer innovation, savoir-faire industriel et engagement en faveur du développement durable. Véritables moteurs de cette transformation, nos sites de production se mobilisent pour adapter leurs équipements, repenser leurs process et former leurs équipes, afin d'intégrer de nouveaux matériaux respectueux de l'environnement tout en garantissant la qualité et la sécurité alimentaire de nos produits. Cette évolution majeure, portée par l'implication et l'agilité de nos équipes industrielles, positionne Bel comme un acteur engagé dans la réduction de son empreinte plastique, au service d'une consommation plus responsable et en phase avec les attentes des consommateurs à travers le monde.

ÉVRON (FRANCE)



L'usine d'Évron est le premier site mondial de production de Babybel® : 1 Babybel® sur 2 consommés dans le monde y est fabriqué. Dans le cadre de la transition vers l'emballage papier, une ligne d'emballage papier est fonctionnelle. Elle a permis de conduire les essais techniques, d'optimiser les paramètres industriels et d'accompagner la montée en cadence, avant le déploiement à grande échelle.



SABLÉ-SUR-SARTHE (FRANCE)



Afin de soutenir la croissance de Babybel® et de permettre d'accélérer notre capacité de production pour les années à venir, nous avons réalisé un investissement de 60 millions d'euros pour la mise en place d'une nouvelle ligne Babybel® à Sablé-sur-Sarthe. Ce plan d'investissement ambitieux permet au groupe de décupler rapidement la capacité de Babybel® et ainsi répondre à la demande des consommateurs que nous ne savons pas fournir aujourd'hui face au succès sans précédent de la marque. La nouvelle ligne serait opérationnelle d'ici l'été 2026 ce qui consoliderait l'activité durable de Sablé-sur-Sarthe.



BROOKINGS (USA)

L'usine de Brookings, située dans l'État du Dakota du Sud (États-Unis), est l'une des principales unités de production de Bel sur le continent américain. Elle joue un rôle clé dans l'approvisionnement du marché nord-américain. Grâce à des investissements continus dans la modernisation de ses équipements et à l'engagement de ses équipes, l'usine se distingue par son excellence industrielle. Elle produit près de 11 000 tonnes de Babybel® par an, soit près de 1,6 million de Babybel® par jour.

SOREL TRACY (CANADA)

L'usine de Sorel Tracy au Canada est entièrement dédiée à la production de Babybel® pour le marché canadien depuis 2018. Ce sont près de 35 000 Babybel® qui sont produits chaque heure.

MICHALOVCE (SLOVAQUIE)

L'usine Bel de Michalovce, située en Slovaquie, occupe une place stratégique au sein du dispositif industriel européen du groupe Bel depuis 2000 et permet d'approvisionner le marché européen. Elle produit notamment environ 10 000 tonnes de Babybel® par an grâce à plus de 500 collaborateurs.

CALENDRIER DU DÉPLOIEMENT INDUSTRIEL À L'INTERNATIONAL



Le déploiement du nouvel emballage papier Babybel® se fera de manière progressive, afin d'accompagner la montée en cadence industrielle et de garantir le maintien des standards de qualité et de sécurité alimentaire.

2025

2026

D'ICI 2027

ROYAUME-UNI

La commercialisation de Babybel® emballé en papier débutera au Royaume-Uni, avec un premier lancement prévu fin 2025.

LES ÉTATS-UNIS, LE CANADA, ET PLUSIEURS MARCHÉS D'EUROPE DU NORD

Chaque marché définira son propre calendrier de transition, en fonction des rythmes d'adaptation industriels locaux.

GÉNÉRALISATION MONDIALE

La transition vers l'emballage papier Babybel® s'étendra ensuite progressivement à l'ensemble des 50 pays où la marque est commercialisée.



CHIFFRES CLÉS



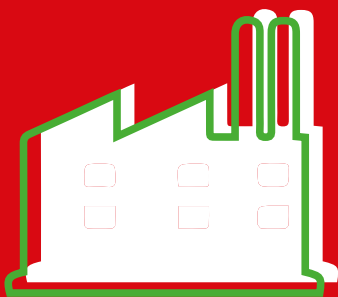
+ 2 MILLIARDS
de portions consommées chaque
année dans le monde



50 PAYS
concernés



1 SUR 2
BABYBEL®
consommé dans le
monde est produit à
Évron (Mayenne)



5 SITES INDUSTRIELS

Évron (France), Brookings (États-Unis), Sorel-Tracy (Canada),
Michalovce (Slovaquie) et Sablé-sur-Sarthe (France)

Avec le passage à l'emballage papier,
c'est une réduction de

60%

la quantité de plastique
par filet de Babybel®



Depuis fin 2020,
CELLOPHANE
BIO SOURCÉE
et compostable à domicile

De 2025 à 2027,
Déploiement international
progressif de
L'EMBALLAGE PAPIER

En passant à l'emballage
papier, nous pouvons
économiser

2 550 TONNES
d'émissions de CO₂ !



= à l'absorption de CO₂
de 100 000 arbres*

BABYBEL® : MARQUE ICONIQUE, ÉVOLUTIONS & CRÉATIVITÉ

Babybel® est né en 1931 et pose son empreinte officielle en 1934. C'est après la Seconde Guerre mondiale que ce fromage conquiert tous les cœurs ! Son secret de séduction ? Sa forme parfaitement ronde et sa fameuse coque en cire rouge éclatante, inspirée de l'Edam. Ce petit génie d'emballage assure non seulement une conservation impeccable, mais garantit aussi toute la fraîcheur du fromage tout en étant super pratique à transporter partout.

Commercialisée en France en 1952, la marque Babybel® casse les codes traditionnels du fromage et sa manière de le consommer grâce à son étonnante cire rouge. En 1976, le Mini Babybel® voit le jour et offre aux consommateurs le goût unique de Babybel® mais en version miniature et individuelle. Ce petit fromage rigolo et ultra-pratique conquiert les cœurs en un temps record ! Un succès tel, qu'il s'envole vers les États-Unis dès 1979. Puis la gamme s'étoffe avec des saveurs nouvelles : version emmental en 1998, une délicieuse variante au chèvre en 2006, puis au gouda et en version Mini Caractère en 2013.

Depuis 2024, Babybel® est supporter officiel des Équipes de France féminine et masculine de Handball, et en 2025, Babybel® est devenu partenaire des Chicago Bulls, équipe mythique de basketball américaine. Emblématique et ludique, la marque cultive jour après jour passion, plaisir, savoir-faire et esprit du collectif.

BABYBEL® OCCUPE DÉSORMAIS DEPUIS PLUS DE 70 ANS UNE PLACE SINGULIÈRE DANS L'ALIMENTATION DU QUOTIDIEN.

CE SUCCÈS REPOSE SUR UN ÉQUILIBRE CONSTANT ENTRE CONTINUITÉ ET ÉVOLUTION : PRÉSERVER L'IDENTITÉ QUI FAIT L'ATTACHEMENT À BABYBEL®, TOUT EN FAISANT PROGRESSER LE PRODUIT, SES RECETTES, SES USAGES ET DÉSORMAIS SON EMBALLAGE.

AUJOURD'HUI, BABYBEL® EST DISTRIBUÉ DANS PLUS DE 50 PAYS À TRAVERS LE MONDE.

L'OUVERTURE À DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS CRÉATIVES...

Le papier, plus respectueux de la planète, devient aussi un support d'expression inédit : il peut être imprimé, coloré, illustré, et peut inviter à explorer de nouveaux univers graphiques sans jamais altérer l'iconicité du petit fromage à coque rouge.

Babybel® a déjà proposé, grâce au papier, des éditions limitées ponctuelles, en lien avec des moments de vie, des saisons, des partenariats sportifs ou encore des collaborations artistiques exclusives.

FLASHBACK DES DERNIÈRES ÉDITIONS LIMITÉES DE BABYBEL

En 2025, Babybel® s'est associé à la série à succès *Stranger Things* pour une collaboration originale et immersive. Ce partenariat, lancé à l'occasion de la nouvelle saison de la série, a donné lieu à une édition limitée de mini Babybel® aux couleurs de l'univers rétro et fantastique de *Stranger Things*. Les emballages revisités, inspirés par la célèbre série Netflix, ont séduit aussi



À l'occasion de l'Euro de football, avec un filet comprenant 9 Mini Babybel® emballées dans du papier tricolore.

bien les fans que les amateurs de snacking, en proposant une expérience ludique et innovante.





À PROPOS DU GROUPE BEL

Le Groupe Bel est un acteur majeur sur le segment du snacking sain fromager, fruitier et végétal. Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La Vache qui rit®, Kiri®, Babybel®, Boursin®, Pom'Potes® ou GoGo squeeZ®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2024 un chiffre d'affaires de 3,7 milliards d'euros.

Près de 11 000 collaborateurs répartis dans près d'une soixantaine de filiales dans le monde contribuent à déployer la mission du Groupe : offrir une alimentation plus saine et responsable pour tous.

Ses produits sont élaborés dans 30 sites de production et distribués dans plus de 120 pays.

WWW.GROUPE-BEL.COM



CONTACTS PRESSE

GROUPE BEL

Mélanie Rigaud • melanie.rigaud@groupe-bel.com • +33 6 88 42 42 59

AGENCE HAVAS PARIS

Alice Bastard • alice.bastard@havas.com • +33 7 72 10 95 14