

100 ans

DE L'USINE BEL
DE LONS-LE-SAUNIER

LE BERCEAU DU GROUPE BEL DEVIENT
LE LABORATOIRE DE SON AVENIR



ÉDITOS

“ Chez Bel, nous avons la chance de pouvoir regarder loin. C'est même une responsabilité lorsque l'on représente la cinquième génération d'une famille engagée dans une entreprise qui approche les deux siècles d'existence.

Chaque génération reçoit cette maison construite par les précédentes, la fait grandir, la transforme à son tour et prépare ce qu'elle transmettra à la suivante.

Cette vision du temps long est au cœur de notre histoire. Elle nous rappelle qu'un actionnaire familial n'est jamais propriétaire de l'avenir ; il en est le gardien. Son rôle est d'ajouter quelques briques à un édifice commencé bien avant lui et de le transmettre, plus solide encore, à ceux qui prendront la relève. C'est ainsi que Bel a traversé les générations, les crises et les transformations du monde.

Lons-le-Saunier raconte cette histoire mieux que tout autre lieu. Depuis cent ans, des générations de femmes et d'hommes y font vivre un savoir-faire né ici, dans le Jura, de la rencontre entre l'industrie fromagère et une culture unique de la précision, de la mécanique et de l'innovation.

Cette alliance singulière, profondément ancrée dans l'histoire du territoire jurassien, a permis à Bel d'inventer la portion, de la produire à très grande échelle et de faire voyager La Vache qui rit® bien au-delà de son territoire d'origine, jusqu'à devenir une marque connue, reconnue et partagée dans le monde entier. L'innovation a toujours accompagné cette aventure. Depuis les premières expérimentations de Jules Bel jusqu'à la vision de Léon Bel, chaque génération a apporté sa pierre à l'édifice. C'est cette même

volonté de regarder différemment les choses, d'oser, d'inventer et de se réinventer, qui continue aujourd'hui d'animer nos équipes. Lorsque je parle de notre maison, je pense avant tout à toutes celles et ceux qui la font vivre. Bel, ce sont aujourd'hui près de 11 000 collaborateurs et autant de familles, dont certaines contribuent à cette aventure depuis plusieurs générations. Ce sont également des éleveurs, des fournisseurs, des partenaires et des territoires avec lesquels nous construisons notre avenir. La responsabilité d'un actionnaire familial s'inscrit dans cette réalité : prendre aujourd'hui des décisions qui permettront à cette aventure collective de continuer demain et après-demain.

Ce n'est pas toujours facile mais nous le faisons avec sincérité et un engagement profond au service du plus grand nombre.



ANTOINE FIÉVET,
Président du Groupe Bel





Cent ans pour une usine, c'est vertigineux.

Et lorsque je regarde Lons-le-Saunier, ce qui me frappe le plus n'est pas qu'elle ait traversé un siècle.

C'est qu'elle n'ait jamais cessé, pendant ce siècle, de se transformer. C'est un concentré des forces et des transformations du groupe.

En 1926, lorsque Bel construit cette usine, elle est ultramoderne et pensée à une échelle considérable pour l'époque. Avec une capacité de 120 000 boîtes par jour, Bel ne construit pas seulement l'usine dont il a besoin. Il construit celle dont il pense avoir besoin demain. Il faut alors parier, investir et décider avant de connaître l'avenir. Cent ans plus tard, cette audace résonne particulièrement avec notre époque. Dans un monde où les attentes en matière d'alimentation évoluent, où les ressources naturelles sont sous pression, où le climat et les technologies transforment nos modèles, attendre toutes les réponses avant d'agir serait parfois plus risqué que de décider. C'est peut-être cela, la première leçon de Lons : regarder loin permet de décider plus tôt.

Depuis 100 ans, l'usine en apporte la preuve. Les bâtiments, les procédés et les technologies ont évolué. Surtout, des générations de femmes et d'hommes ont appris de nouveaux métiers, transmis leurs savoir-faire et inventé de nouvelles façons de produire. Lons a 100 ans non pas parce que rien n'a changé, mais parce que tout n'a jamais cessé d'évoluer. Pendant longtemps, notre industrie a répondu aux tensions par des arbitrages. Aujourd'hui, nous entrons dans une

autre époque. L'ère du « ET ». Le plaisir ET la nutrition. L'accessibilité ET la responsabilité. La performance ET la transformation. La puissance mondiale ET la proximité locale. La technologie ET le savoir-faire humain. Le temps long ET la vitesse d'exécution. Notre responsabilité est de rendre ces « ET » possibles à grande échelle. Le jumeau numérique expérimenté aujourd'hui à Lons illustre cet état d'esprit. Comme il y a 100 ans, l'usine redevient un terrain d'expérimentation pour ce que Bel peut devenir demain.

Notre histoire ne nous donne pas les réponses au monde qui vient. Elle nous donne l'audace de construire l'avenir avec notamment nos 370 collaborateurs de Lons-le-Saunier. Ils sont les dépositaires de savoir-faire construits pendant un siècle. Ils sont surtout ceux qui les font évoluer chaque jour. Cette histoire nous donne aussi la confiance nécessaire pour changer d'échelle et porter notre ambition mondiale au plus haut.



CÉCILE BÉLIOT,
Directrice Générale,
Groupe Bel



100 ANS D'HISTOIRE : LE BERCEAU DU GROUPE BEL

UNE AVENTURE ENTREPRENEURIALE NÉE DU TERROIR JURASSIEN

L'usine de Lons-le-Saunier est le berceau historique de La Vache qui rit®, au cœur de l'aventure entrepreneuriale inédite de Léon Bel. Après le dépôt de la marque en 1921 et la fondation de la société en 1922, l'usine est inaugurée en 1926 pour accompagner le succès déjà fulgurant du fromage fondu en portions.

La marque elle-même est le fruit d'un territoire. C'était à l'origine la première adaptation en portion d'un nouveau procédé de fabrication venu de Suisse au début des années 1920 : le fromage fondu. Tout était là à Lons, dès le départ : les bienfaits du lait (le Jura et sa tradition fromagère) et l'esprit d'innovation (l'excellence en micromécanique, héritage de l'horlogerie suisse, qui a permis à Bel de devenir un groupe pionnier de la miniaturisation et champion du monde des produits en portions).

Commercialisés aujourd'hui dans plus de **120 pays**, les produits du Groupe Bel séduisent + de **415 millions de consommateurs**.

Aujourd'hui encore, l'usine incarne à la fois le savoir-faire fromager et l'esprit d'innovation du groupe Bel.

Ce site historique produit chaque année plus de **20 000 tonnes de fromage, soit environ 1,25 milliard de portions**.

Un tiers de cette production est destiné au marché français, tandis que les deux tiers sont exportés dans près de **60 pays à travers le monde**.

Le vrai tour de force ? Puiser dans ces ressources régionales — le site de Lons-le-Saunier comme le site voisin de Dole, inauguré en 1919 — pour en faire une marque puissante, partout dans le monde.

Les deux usines historiques du Jura forment ainsi les deux piliers industriels du Groupe sur son territoire d'origine.



1865

Jules Bel installe dans le Jura son commerce d'affinage et de **négoce de gruyère**



DATES CLÉS

1897

Jules Bel confie son entreprise à ses deux fils **Léon et Henri**

1904

Léon Bel reprend l'affaire familiale après le décès de son père, **Jules Bel**

1908

Henri quitte l'entreprise, qui devient "**Léon Bel, Gruyère en gros**"

1921

Dépôt de la marque **La Vache qui Rit®**

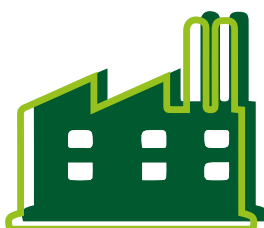


1922

Léon Bel fonde la société anonyme des **Fromageries Bel**

1926

L'inauguration de la **première grande usine** ultra-moderne à Lons-le-Saunier, dans le Jura



1929

Premières filiales à l'international de Bel, au **Royaume-Uni et en Belgique**

1933

Lancement de la marque **Babybel®**



1958

Création du centre RID
de Lons-le-Saunier



1966

Lancement de la marque KIRI®



1970

Développement de la présence
à l'international, aux Etats-Unis, au Maroc,
au Japon et en Chine

1977

Lancement de l'iconique
Mini Babybel®
dans sa coque de cire rouge



2001

Antoine Fiévet prend la direction
du Groupe, accélération des
innovations sur le volet RSE,
structuration de la mission
For All For Good

2007

Acquisition de Boursin®



2011

Construction de la première usine
La Vache qui rit® en Asie

2013

Construction de la première usine
Babybel® aux Etats-Unis

2024

Bel devient entreprise à mission
et inscrit sa raison d'être dans ses
statuts. Bel lance We Share, son
premier plan d'actionnariat salarial
en France, aux Etats-Unis et Canada
et en Chine.

Bel noue un partenariat de
long-terme avec Dassault
Systèmes visant à accélérer
la transformation de l'industrie
agroalimentaire

2016

Acquisition du Groupe MOM
(Mateme®, Pom'Potes®,
GoGo squeeZ®, Mont Blanc®).



2022

Cécile Béliot est nommée Directrice
Générale du Groupe.
Essor en Asie accéléré par des
prises de participation dans des
sociétés chinoise (Shandong
Junjun Cheese co., Ltd) et indienne
(Britannia Dairy Private Limited)

2025

Bel signe une 4^{ème} année consécutive de
productivité record dans ses usines.

Lancement de plus de

160 innovations produits.

Investissement de 60 M€ pour une nouvelle
ligne de production Babybel®
à Sablé-sur-Sarthe.

Prise de participation dans une société leader du
fromage en Indonésie, Mulia Boga Raya
(groupe Garuda Food)

2026

Investissement de **200 millions de dollars** pour
doubler la capacité de l'usine de Brookings, aux
Etats-Unis, de production de Mini Babybel®.
Acquisition des marques Brainiac® et Little
Brainiac® (gourdes de fruits enrichies en
Oméga-3) auprès d'Ingenuity Foods
aux États-Unis.

**Célébration des 100 ans de l'usine de
Lons-le-Saunier, berceau du groupe Bel**

LA PORTION, UNE INNOVATION BEL QUI A CHANGÉ L'ALIMENTATION

Depuis plus de cent ans, Bel construit son développement autour d'une innovation simple mais révolutionnaire : la portion individuelle. Lancée avec La Vache qui rit® en 1924, elle devient rapidement la signature du Groupe et un levier majeur pour rendre une alimentation sûre, nutritive et accessible au plus grand nombre.

La portion est le fruit d'un savoir-faire industriel unique et offre de multiples avantages : des apports nutritionnels adaptés, la quantité juste pour éviter le gaspillage, et la praticité nomade. Elle garantit également qualité et sécurité des produits sur de longues périodes, parfois sans besoin de réfrigération. Cette vision a accompagné l'expansion internationale du Groupe, désormais **présent dans plus de 120 pays**, avec des positions fortes en Europe, en Amérique, au Moyen-Orient, en Afrique et une croissance soutenue en Asie, notamment en Inde, en Chine et au Vietnam.

A l'usine de Lons-le-Saunier, près de **520 portions de La Vache qui rit® par machine, sont fabriquées chaque minute**. Ce rythme témoigne de la performance de la ligne de fabrication, capable de produire un très grand nombre de portions avec une régularité qui garantit la qualité et la fiabilité du produit fini.



LES MARQUES DE BEL : PLAISIR, PRATICITÉ ET NUTRITION AU QUOTIDIEN

Si La Vache qui rit® reste l'emblème historique du Groupe, elle s'inscrit dans une histoire plus large portée par les grandes marques Bel. Depuis plus d'un siècle, celles-ci accompagnent les consommateurs dans leur quotidien grâce à des produits conçus pour concilier plaisir, praticité et nutrition. Aujourd'hui, plus de **415 millions de personnes consomment chaque année les marques du Groupe à travers le monde**.

Cette confiance repose sur une capacité constante à innover. Bel adapte ses

recettes aux besoins nutritionnels locaux, développe de nouveaux produits et fait évoluer ses emballages pour répondre aux enjeux de durabilité. Illustrant particulièrement cette dynamique : Babybel® fait évoluer son emballage pour remplacer la cellophane biosourcée par un emballage papier plus écoresponsable ; ou encore La Vache qui rit®, à travers ses recettes adaptées aux goûts locaux, ses engagements en faveur d'une alimentation plus accessible et sa présence dans les grands rendez-vous populaires, du Tour de France à la Coupe d'Afrique des Nations.



UNE PREMIÈRE MONDIALE : LE JUMEAU NUMÉRIQUE DE LA VACHE QUI RIT®

À l'occasion du centenaire de son usine de Lons-le-Saunier, Bel dévoile une première mondiale dans l'agroalimentaire : le premier jumeau numérique d'un fromage, en cours de développement avec La Vache qui rit® et en partenariat avec Dassault Systèmes.

Un siècle après l'inauguration, à Lons-le-Saunier, d'une usine alors ultramoderne, La Vache qui rit® continue de faire de son berceau historique un terrain d'innovation. Un nouveau chapitre dans l'histoire d'une marque qui, depuis ses débuts, a grandi avec les innovations industrielles, technologiques et alimentaires de son époque...

QU'EST-CE QU'UN JUMEAU NUMÉRIQUE ?

Le jumeau numérique permet de modéliser virtuellement un fromage avant sa fabrication, en reliant dans un même environnement numérique les ingrédients, la formulation, les propriétés physico-chimiques, la perception sensorielle et les préférences des consommateurs.

Un véritable « simulateur numérique », qui permet de « tester » une recette avant d'avoir sorti le moindre gramme de fromage. L'équivalent d'un simulateur de vol... et tout aussi révolutionnaire à l'échelle d'une usine agroalimentaire !

CE QUE CELA CHANGE CONCRÈTEMENT

Grâce à cette technologie, Bel pourra désormais simuler virtuellement des combinaisons de recettes illimitées pour ne lancer que les essais physiques les plus

prometteurs. Les équipes deviennent ainsi de véritables architectes de l'innovation : elles modélisent le produit à l'écran avant d'en produire le moindre gramme.

LES BÉNÉFICES CLÉS

INNOVER PLUS VITE

Réduction du temps des cycles de développement

PLUS DE PRÉCISION

Optimisation des recettes avant les essais physiques

AMÉLIORATION CONTINUE DES PRODUITS

Performance accrue sur les plans nutritionnel, sensoriel et environnemental

DES PERSPECTIVES ÉLARGIES

Chimie virtuelle, microbiologie prédictive, identification d'alternatives à certains ingrédients...



LA VACHE QUI RIT®, UNE HISTOIRE D'INNOVATIONS



Derrière son célèbre sourire, La Vache qui rit® cache plus d'une anecdote :

Son histoire trouve en partie ses origines sur le front de la Première Guerre mondiale. Léon Bel y côtoie l'unité de « Ravitaillement en Viande Fraîche », dont l'insigne représente un bœuf souriant dessiné par Benjamin Rabier et surnommé avec humour « La Wachkyrie ». Quelques années plus tard, Léon Bel s'en inspirera pour créer l'identité de La Vache qui rit®.

Ses célèbres boucles d'oreilles n'étaient pas présentes à l'origine : c'est Anne-Marie, l'épouse de Léon Bel, qui lui aurait suggéré de **parer la vache de boucles en forme de boîtes de La Vache qui rit®**.

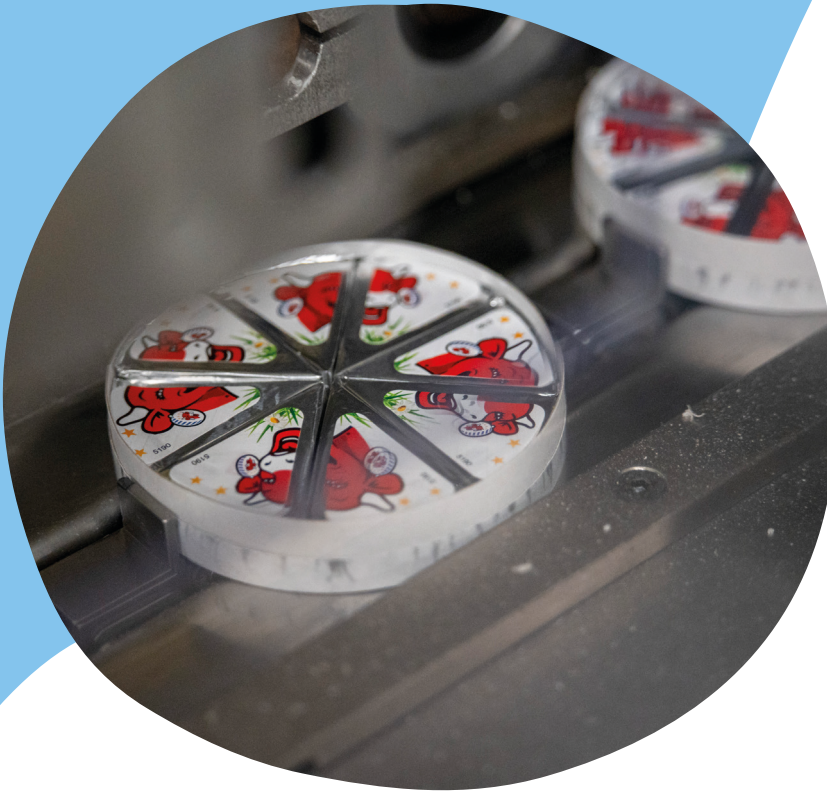
La marque cultive très tôt un ton populaire et décalé : dans les années 1930, Joséphine Baker s'amuse déjà de cette « starlette », tandis qu'une chanson intitulée **« C'est la Vache qui rit » est interprétée à la radio par un chanteur au nom prédestiné : Constantin le Rieur**.

À partir de 1933, les boîtes renferment des images à collectionner, contribuant à faire de La Vache qui rit® une marque particulièrement populaire auprès des enfants.

Au Vietnam, où elle est produite depuis 2011, offrir une portion de La Vache qui rit® à un invité peut même constituer un geste de bienvenue.

Et le numérique n'est pas totalement nouveau pour la célèbre vache rouge : en 2010, elle apparaît pour la première fois modélisée en 3D dans la publicité « La Fabrique ». 16 ans plus tard, ce n'est plus seulement son image qui est modélisée, mais le fromage lui-même grâce à son **jumeau numérique**.

Autant d'exemples de la capacité de La Vache qui rit® à traverser les époques, les cultures et les innovations sans perdre son identité.



UNE DÉMARCHE ENGAGÉE DE LONGUE DATE

Le jumeau numérique prolonge une trajectoire d'intégration de la donnée et de l'intelligence artificielle dans tous les procédés du groupe, de la recherche à la production - depuis le partenariat avec Dassault Systèmes annoncé en juillet 2024, le partenariat avec Accenture en juin 2025, jusqu'à l'usine d'Évron (Mayenne), primée « Vitrine Industrie du Futur » en 2026 - une autre première pour un site du secteur de l'agroalimentaire en France.

UN DÉPLOIEMENT PROGRESSIF

Les premiers développements sont menés avec les équipes RID (Recherche, Innovation et Développement) du Groupe, avec une ambition de déploiement à horizon 2028. Ce projet constitue également un chantier structurant qui pousse Bel à harmoniser ses données, ses méthodes de travail et à capitaliser sur ses expertises à l'échelle du Groupe.

L'HUMAIN RESTE AU CŒUR DE LA DÉMARCHE

Chez Bel, la conviction est constante : la donnée et l'intelligence artificielle ne remplaceront jamais l'expertise humaine. Elles ont le pouvoir de l'augmenter, de l'accélérer et de la rendre encore plus pertinente. **Ce sont les femmes et les hommes de Lons-le-Saunier qui pilotent cette transformation et en restent les architectes.**

POURQUOI DASSAULT SYSTÈMES ?

Pour créer le premier jumeau numérique d'un fromage, Bel s'est associé à Dassault Systèmes, leader mondial des logiciels de conception 3D, de maquettes numériques et de solutions de gestion du cycle de vie des produits (PLM). Cette expertise, éprouvée dans l'aéronautique, l'automobile et les sciences de la vie, est désormais mise au service de l'innovation alimentaire.



L'APPROCHE "TECH FOR GOOD" DE BEL

Le jumeau numérique s'inscrit dans l'approche "Tech for Good" de Bel, qui structure l'intégration de la donnée et de l'intelligence artificielle dans tous les procédés du Groupe, de la recherche à la production. L'objectif : s'associer à des partenaires stratégiques pionniers du numérique pour accélérer la transformation digitale vers un modèle alimentaire plus sain et responsable, sans jamais remplacer l'expertise humaine. Les piliers principaux de ce programme sont : "Augmented Product Development" Réinventer le développement produit grâce aux jumeaux numériques. Modéliser virtuellement un produit avant sa fabrication pour optimiser les recettes et accélérer les cycles d'innovation.

**« HUMAN TWIN »
MIEUX COMPRENDRE L'HUMAIN POUR MIEUX NOURRIR. MODÉLISER LA RELATION ENTRE LES PRODUITS ET L'EXPÉRIENCE HUMAINE, SENSORIELLE, ÉMOTIONNELLE ET NUTRITIONNELLE, GRÂCE À L'IA.**

LONS-LE-SAUNIER : UN MODÈLE D'EXCELLENCE INDUSTRIELLE

UN SITE STRATÉGIQUE AU CŒUR DE L'INNOVATION

La décision de créer le jumeau numérique de La Vache qui rit® dans l'une des deux usines historiques du Jura n'est pas le fruit du hasard. Le site de Lons-le-Saunier est déjà le berceau de formats innovants dès leur conception — La Vache qui rit®, Apéricube®, Pik & Croq® et Kiri® Goûter — et quasi « irréproductibles » par d'autres acteurs de l'industrie agroalimentaire, à l'image d'Apéricube®, dont le procédé de fabrication mobilise un savoir-faire unique au monde.

UNE DYNAMIQUE DE CROISSANCE

Cette performance industrielle s'inscrit dans une dynamique de groupe : Bel a enregistré en 2025 son huitième trimestre consécutif de croissance des volumes de ses marques « cœur ». C'est ce succès qui permet au Groupe de continuer d'investir pour décarboner, innover et moderniser ses usines.

CENTRE MONDIAL D'EXPERTISE SUR LE FROMAGE FONDU

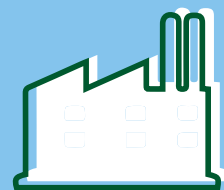
Au-delà du génie des petites portions, Lons-le-Saunier abrite le centre mondial d'expertise et d'innovation du Groupe sur le fromage fondu.

En tant qu'usine-pilote, le site développe et teste l'ensemble des recettes de fromages fondus avant leur déploiement sur les autres usines du groupe, en France comme à l'international. Cette expertise unique fait de Lons-le-Saunier un lieu où s'inventent, s'éprouvent et se perfectionnent les produits qui porteront le développement futur de Bel.

C'est ici qu'ont été développées :

- La Vache qui rit® Bio (2019), avec l'ambition de donner accès au bio au plus grand nombre, fabriquée aujourd'hui à l'usine de Dole.
- La Vache qui rit® « 4 Essentiels » (2020), enrichie en fer, zinc, iode et vitamines A/D pour répondre aux besoins nutritionnels identifiés au Maroc, en Algérie et dans d'autres marchés

Ces innovations représentent des alternatives pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs : plaisir du goût, exigences nutritionnelles, accessibilité et engagement sociétal.



2/3
DE LA PRODUCTION
EXPORTÉE VERS
60 PAYS

370
COLLABORATEURS

11 000 M³
D'EAU ÉCONOMISÉS
CHAQUE ANNÉE DEPUIS
5 ANS, L'ÉQUIVALENT
CHAQUE ANNÉE DE TROIS
PISCINES OLYMPIQUES

UN PLAN DE MODERNISATION AMBITIEUX ET UN ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL CONCRET

Le site bénéficie d'un plan de modernisation de 10 millions d'euros sur trois ans, visant à renforcer sa performance industrielle et environnementale. Conformément aux ambitions environnementales du groupe (trajectoire 1,5°C validée par SBTi), le site de Lons-le-Saunier réduit continuellement son empreinte environnementale et sa consommation d'eau (-15 % en 5 ans) avec le démarrage d'une nouvelle station de traitement des eaux en 2025. Une chaudière biomasse à pellets est actuellement en phase de démarrage avec notre partenaire BKtech, marquant une étape importante dans la décarbonation du site.



LE SITE DE LONS-LE-SAUNIER INCARNE AINSI LA CAPACITÉ DE BEL À CONJUGUER ANCRAGE LOCAL ET RAYONNEMENT INTERNATIONAL, HÉRITAGE ET MODERNITÉ, SAVOIR-FAIRE ARTISANAL ET EXCELLENCE TECHNOLOGIQUE.

L'ENTRÉE DANS L'ÈRE DU “DIGITAL MANUFACTURING”

Après le site pilote d'Évron, premier site agroalimentaire français labellisé « Vitrine Industrie du Futur », Lons-le-Saunier marque son entrée dans la trajectoire « Digital Manufacturing » engagée par Bel depuis 2022 dans le cadre de sa stratégie « Future of Food ».

LES PILIERS DE LA TRANSFORMATION DIGITALE IN- DUSTRIELLE

Chez Bel, la transformation digitale industrielle met la donnée et la technologie au service des équipes. Déployée progressivement dans les principales usines du Groupe, cette démarche concerne notamment le site de Lons-le-Saunier, et s'appuie sur un système commun de pilotage de la production : le Manufacturing Execution System (MES).

■ **L'opérateur connecté, le digital au plus près du terrain** : Les équipes disposent progressivement d'outils digitaux directement accessibles sur le terrain pour consulter les instructions, suivre les actions, partager les bonnes pratiques et signaler les anomalies. L'objectif : renforcer l'autonomie, faciliter la résolution de problèmes et réduire le recours au papier.

■ **Le pilotage en temps réel, décider plus vite et mieux** : Le MES connecte les machines, les données de production et les équipes. Les indicateurs de performance, de qualité, de traçabilité, d'énergie et d'eau sont progressivement centralisés et accessibles en temps réel. À Lons-le-Saunier, cette évolution doit permettre de détecter plus rapidement les écarts, de piloter les plans d'action et d'améliorer la performance des lignes.

■ **La traçabilité, une donnée fiable à chaque étape** : Chaque étape de la production peut être suivie et documentée : matières premières, ordres de fabrication, contrôles qualité et produits finis. Cette traçabilité digitale renforce la sécurité alimentaire, facilite l'identification des lots et permet une réaction rapide en cas d'anomalie.

■ **Une transformation pensée pour l'ensemble du Groupe** : Lons-le-Saunier fait partie des sites concernés par le déploiement progressif du MES, aux côtés d'Évron, de Tanger et de Sablé-sur-Sarthe. Cette démarche contribue à construire un modèle industriel commun, plus connecté, plus réactif et plus agile, au service de la qualité des produits et de la performance durable de Bel.

LA MAISON DE LA VACHE QUI RIT : VITRINE PATRIMONIALE

Inaugurée en 2009 à l'initiative de Catherine Sauvin, petite-fille de Léon Bel, La Maison de La Vache qui rit constitue la vitrine patrimoniale du site. Ce musée unique retrace l'histoire de la marque et accueille chaque année plus de 60 000 visiteurs, témoignant de l'attachement du public à cette icône de l'alimentation française.



CHIFFRES CLÉS

60
FILIALES À TRAVERS
LE MONDE

+11 000
COLLABORATEURS

+160 ANS
D'HISTOIRE

+ DE 120
PAYS OÙ LES MARQUES
SONT DISTRIBUÉES

415M
DE CONSOMMATEURS





À PROPOS DU GROUPE BEL

Le Groupe Bel est un acteur majeur du segment de portions fromagères, fruitières et végétales dont la mission est d'offrir une alimentation plus saine et plus durable pour tous. Son portefeuille de marques différenciées et reconnues à l'international comprend La Vache qui rit®, Kiri®, Babybel®, Boursin®, Pom'Potes® et GoGo squeeZ®, ainsi qu'une vingtaine de marques locales.

Ensemble, ces marques ont permis au Groupe de réaliser un chiffre d'affaires de 3,83 milliards d'euros en 2025. Environ 11 000 collaborateurs répartis dans 60 filiales à travers le monde contribuent à la mission du Groupe. Les produits Bel sont fabriqués sur 29 sites industriels et distribués dans plus de 120 pays.

WWW.GROUPE-BEL.COM



@belgroup_



@Bel

CONTACTS PRESSE

GROUPE BEL

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

Yahia Chbili • Yahia.chbili@groupe-bel.com • +33 6 72 05 67 91

AGENCE HAVAS PARIS

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

Ulysse Betschart • ulysse.betschart@havas.com • +33 6 07 14 77 28