

Suresnes, le 20 octobre 2022

## WWF France et Bel célèbrent les 10 ans de leur partenariat, et le renforcent pour contribuer ensemble à un modèle alimentaire plus durable

- Le groupe Bel et le WWF France célèbrent les 10 ans de leur partenariat unique, initié en 2012, visant à pivoter vers un modèle alimentaire plus durable, en embarquant toute la chaîne de valeur du groupe.
- Aujourd'hui, Bel et le WWF France renouvellent leur collaboration afin d'aller encore plus loin, et continuer à lutter ensemble contre le changement climatique et pour la biodiversité.

Initié il y a dix ans, le partenariat entre Bel et le WWF France s'est construit sur la conviction partagée que, face à l'urgence climatique, la réduction de l'impact environnemental de l'entreprise passait par celle de sa chaîne de valeur. Avec 70% de l'empreinte carbone du Groupe lié à son amont laitier, l'objectif initial des partenaires, était de mesurer et réduire l'impact de l'alimentation des vaches. Cette démarche s'est ensuite élargie et a abouti en 2018, à la signature d'une **Charte mondiale pour un amont laitier plus durable qui guide, jusqu'en 2025**, l'évolution des pratiques de Bel, et de tous les producteurs de lait avec lesquels le Groupe travaille. Cette charte, unique sur le marché, fixe des objectifs ambitieux en matière de production durable, d'accès aux pâturages, d'alimentation durable et locale, et de bien-être animal.

Au cours des dix ans de ce partenariat, la relation entre Bel et le WWF France a évolué et s'est **progressivement étendue** pour prendre en compte des enjeux environnementaux toujours plus larges, avec notamment la signature d'une politique biodiversité couvrant toute la chaîne de valeur du Groupe (ingrédients, usines, fin de vie des produits), la mise en place d'une politique de protection des forêts et des écosystèmes naturels, ou encore des actions de mécénat en matière d'agroforesterie.

Aujourd'hui, la collaboration entre Bel et WWF France est renouvelée pour la 4<sup>ème</sup> fois et se renforce à travers des axes de travail ambitieux :

1. Une **agriculture durable et régénératrice** :
  - Qui s'appuie sur un cadre de pratiques agricoles concrètes, mesurées sur le terrain, induisant une réduction de l'empreinte environnementale et couvrant les 3 territoires de Bel : laitier, fruitier et végétal ;
  - Qui place le sol vivant au cœur de l'écosystème, favorisant notamment la biodiversité, la captation du carbone, la résilience des fermes et bien sûr, la production d'ingrédients de qualité.
2. La **préservation de la biodiversité**, par la poursuite du travail sur la mesure de l'impact, dans la continuité des actions collectives menées par Bel à travers l'initiative Science Based Targets Network (SBTN) et le Lab Capital Naturel du WWF France ;

3. **La protection des forêts et des écosystèmes naturels**, par l'engagement du Groupe en matière de préservation et de conservation sur le terrain, et l'accompagnement par le WWF France de sa stratégie de séquestration du carbone ;
4. **L'engagement auprès des consommateurs**, afin qu'ils puissent devenir acteurs du changement, en faisant le choix de soutenir une alimentation plus durable. Cette démarche avait déjà été amorcée, notamment via une campagne de sensibilisation à la biodiversité menée conjointement par le WWF France et la marque Kiri® ces derniers mois.

**Sylvie Borias, Directrice RSE et Communication Corporate du Groupe Bel, a déclaré :** « *Nous partageons avec le WWF France l'objectif commun de contribuer à un modèle alimentaire plus durable. Grâce à leur expertise, nous avons en 10 ans affiné notre stratégie de développement durable, notre cadre d'action, et nous avons pu adresser progressivement ensemble des enjeux environnementaux toujours plus larges, en embarquant toute notre chaîne de valeur. Notre partenariat repose sur une relation de confiance, une forte complémentarité, une ambition constante de progrès, et la volonté d'avoir de l'impact en travaillant sur la base de méthodes robustes. Un grand merci à toutes les équipes du WWF France qui nous accompagnent depuis tant d'années. Dans la lutte contre le changement climatique et pour la préservation de la biodiversité, le chemin est encore long et beaucoup reste à faire. Mais nous nous réjouissons de poursuivre ensemble nos progrès. »*

**Marie-Christine Korniloff, Directrice des Relations avec le Monde Economique du WWF France, a déclaré :** « *Face à l'urgence climatique et l'effondrement de la biodiversité, dont nous détaillons les effets dans notre Rapport Planète Vivante sorti il y a une semaine, il nous faut agir vite, collectivement, et avec audace. Nous le savons, il ne nous reste plus que 5 ans dans cette décennie décisive pour limiter le réchauffement climatique à 1,5°C d'ici la fin du siècle, et l'érosion rapide de la biodiversité renforce cette urgence. WWF et Bel célèbrent 10 ans de partenariat, 10 ans main dans la main, à transformer la chaîne de valeur du Groupe, à travers le développement de l'amont laitier durable ou du végétal, 10 ans à investir sur le terrain, pour protéger et restaurer les écosystèmes, 10 ans à sensibiliser, les collaborateurs du Groupe, les parties prenantes clés, mais aussi les consommateurs, pour les engager à des pratiques plus durables. Ce partenariat démontre qu'une transition est possible et qu'on ne peut plus attendre. Nous continuerons avec Bel de mettre toute notre énergie au service de la Nature. »*

## Un partenariat porteur de résultats

**Tourné vers l'impact, le partenariat entre Bel et le WWF a déjà donné lieu à de vrais progrès sur le terrain.** Ainsi, fin 2021, 99% des fermes partenaires de Bel en France et 98% aux Açores pratiquaient le pâturage, et aujourd'hui, 64% des fermes qui approvisionnent le Groupe ont réalisé un bilan carbone.

**L'ambition du Groupe Bel est de continuer à réduire, avec l'accompagnement du WWF France, son empreinte environnementale sur toute sa chaîne de valeur.** En 2022, Bel a renforcé ses engagements en matière de réduction de ses émissions carbone, en s'alignant sur une trajectoire climat 1,5°C, ce qui est un vrai défi pour une entreprise aujourd'hui essentiellement laitière. En complément de son action pour amont laitier plus durable, le Groupe Bel s'est engagé depuis plusieurs années dans une démarche de rééquilibrage de son portefeuille de produits avec un objectif de 50% laitier et 50% végétal/fruit, qui donnera au consommateur la possibilité de réduire l'empreinte carbone de son assiette.



# Communiqué de presse

## A propos d'Unibel

Unibel, entreprise patrimoniale, est la société holding animatrice du Groupe Bel, un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque et un acteur majeur sur le segment du snacking sain. Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La Vache qui rit®, Kiri®, Babybel®, Boursin®, Nurishh®, Pom'Potes® ou GoGo squeeZ®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2021 un chiffre d'affaires de 3,38 milliards d'euros.

11 800 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 29 sites de production et distribués dans près de 120 pays.

<https://unibel.fr/>

## A propos de WWF France

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de plus de 5 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante. Avec ses bénévoles et le soutien de ses 220 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

-----

## Contact presse Bel

**Havas Paris** – Laure Calixte

[laure.calixte@havas.com](mailto:laure.calixte@havas.com) – 06.33.81.81.17