

# BABYBEL® et MARVEL

## ALLIENT LEURS POUVOIRS

POUR



**BABYBEL® S'ASSOCIE À MARVEL ET DEVIENT LE PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ DES FAMILLES POUR LA RENTRÉE AVEC UNE CAMPAGNE 360° INNOVANTE ET EXCEPTIONNELLE QUI DÉBUTERA LE 30 AOÛT.**

Pour la rentrée, les familles relèvent de nouveaux défis et ont besoin de force pour les affronter. Babybel® a ainsi fait le choix de s'allier à MARVEL afin qu'elles s'inspirent des personnages iconiques tels que Spider-Man, Black Widow et les autres héros.

Cette campagne intitulée «**LA RENTRÉE DES HÉROS**» incarne les valeurs communes de Babybel® et MARVEL comme le positivisme et le courage. Elle sera soutenue en TV, VOL, sur les réseaux sociaux et en magasin à partir du 30 août.

### LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE MASSIVE ET INÉDITE

#### EN MAGASIN

L'édition limitée MARVEL est à retrouver sur des packagings Babybel® avec **12 designs de Super-Héros inédits à collectionner**. Ces nouvelles illustrations de personnages emblématiques MARVEL ont été créées par un artiste MARVEL exclusivement pour Babybel®. Les shoppers sont aussi plongés dans l'univers des Super-Héros grâce à des théâtralisations impactantes, mettant en avant un jeu-concours exceptionnel. **100% des participants gagneront un sac à dos MARVEL exclusif toutes les 10min ou des milliers d'autres cadeaux aux couleurs de ce partenariat sur [ribambel.com/marvel](http://ribambel.com/marvel).**

#### EN MÉDIA

La vague multiscreen qui démarre le 30 août donne une visibilité massive à la collaboration à la fois en TV et en VOL avec des contenus dédiés à «**LA RENTRÉE DES HÉROS**». Elle durera 6 semaines, ciblant les familles afin d'installer la marque dans leur quotidien durant la rentrée.



# UN DISPOSITIF EXPERIENTIEL INNOVANT

Sur les réseaux sociaux, Babybel® communiquera auprès de la GenZ sur Facebook et Instagram, mais aussi sur Snapchat. Grâce à **un filtre exclusif MARVEL** et Babybel® développé par Busterwood, les internautes pourront ainsi revêtir le masque de leurs Super-Héros préférés.

Une campagne d'influence impactante sera également mise en place et ponctuée par un événement à Disneyland® Paris le 1<sup>er</sup> septembre. Les influenceurs se livreront à **une chasse aux trésors** et partiront à la recherche de l'édition limitée Babybel® au Disney's Hotel New York - The Art of MARVEL. Ils pourront ainsi révéler leurs super-pouvoirs et découvrir la présence de la marque dans le parc.



Un dispositif exceptionnel de réalité augmentée sera installé dans **5 centres commerciaux de région parisienne à partir du 9 septembre**. Grâce à une technologie innovante de body tracking, les consommateurs revêtent en direct les costumes inspirés de leurs Super-Héros favoris et repartent avec une photo pour immortaliser cette expérience unique.

**C'est la 2<sup>ème</sup> année consécutive que Babybel® s'associe à Disneyland® Paris pour renforcer son attractivité à la rentrée, moment clé pour la marque. Cette année, nous avons choisi MARVEL car son univers est particulièrement affinitaire avec les valeurs de Babybel® et sa nouvelle plateforme de communication, mettant en scène les Forces du Bon.**

**Ce partenariat avec Disneyland® Paris va ainsi encore plus loin avec la campagne « LA RENTRÉE DES HÉROS », qui allie contenus exclusifs et dispositif expérimental innovant, pour séduire aussi bien les familles que la GenZ.**

**ÉMILIE CHARBONNÉ - Directrice des marques Bel France.**

## BABYBEL®, LE MEILLEUR ALLIÉ DE LA RENTRÉE

Babybel® est le partenaire privilégié de la rentrée, un moment important pour les familles et la Gen Z.

Fabriquées en France dans les fromageries d'Évron et de Sablé-sur-Sarthe, les petites portions sont composées de **4 ingrédients seulement : 98% de lait collecté auprès des 800 fermes françaises** de l'APBO (Association des producteurs de lait Bel de l'Ouest), une pincée de sel et des ferments lactiques pour le goût et un coagulant d'origine végétale.

Pratiques à emporter dans le cartable grâce à leur coque en cire protectrice et ludique, les fromages Babybel® riches en protéines et en calcium seront aussi leur allié pour les pauses saines et fun à l'école, au sport ou dans leurs nouvelles activités.



### CONTACTS PRESSE



Le Groupe Bel est 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®, Mini Babybel®, Boursin®, Pom'Potes® ou GoGo squeeZ® ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2020 un chiffre d'affaires de 3,46 milliards d'euros. 12 510 collaborateurs répartis dans une quarantaine de filiales dans le monde contribuent à déployer la mission du Groupe : s'engager pour une alimentation plus saine et plus responsable pour tous. Ses produits sont élaborés dans 33 sites de production et distribués dans près de 120 pays.