



Suresnes, le 18 juillet 2023

**Nomination Bel France**

## **ÉMILIE CHARBONNÉ, NOUVELLE DIRECTRICE MARKETING BEL FRANCE**

---

**APRÈS 7 ANS AU SEIN DU GROUPE BEL, ÉMILIE CHARBONNÉ VIENT D'ÊTRE NOMMÉE DIRECTRICE MARKETING DE BEL FRANCE.**

---



**Emilie Charbonné vient d'être nommée Directrice Marketing de Bel France. Dans le cadre de ses nouvelles fonctions, Emilie Charbonné est rattachée à la Directrice Générale Bel France, Béatrice de Noray.**

Passionnée par les marques iconiques, elle souhaite poursuivre son engagement en apportant sa connaissance des stratégies omnicanales, son expertise digitale et internationale.

Émilie Charbonné incarne un parcours réussi chez Bel, tout d'abord en tant que Directrice Global Média, Digital & Partenariat, puis en charge des Marques enfants et de la vision Shopper de Bel France, où elle a notamment piloté le Centenaire de La Vache Qui Rit.

Avant de rejoindre à nouveau la filiale française, Emilie Charbonné a été en mission dans l'équipe commerciale Globale, en charge de la vision catégorielle Groupe et du Revenue Growth Management.

Dans ses nouvelles fonctions, Emilie Charbonné pilotera la stratégie Marketing sur l'ensemble des circuits, que ce soit en grande distribution (GMS), pour les professionnels de la restauration et des collectivités (Foodservice) et avec une vision 360 (Communication Marketing Intégrée, CRM, Shopper, etc...).

*" Dans un contexte où nous relevons à la fois les défis majeurs de l'accessibilité et de la transition alimentaire, nous portons - avec mon équipe - les valeurs et les engagements du Groupe au travers d'actions fortes et concrètes. La transformation positive de Bel et de nos marques iconiques est donc un sujet majeur que nous souhaitons continuer d'adresser de façon responsable et innovante sur l'ensemble de notre chaîne de valeur et écosystème de communication. Elle passera également par une proximité chaque jour renforcée avec nos consommateurs, pour continuer à développer la forte attractivité de nos marques, qui les accompagnent depuis plusieurs décennies."*

Émilie Charbonné est diplômée de l'Université Panthéon Assas en Sciences économiques et Gestion, ainsi que de l'ISC Paris, où elle a suivi un Master en Marketing et Études Stratégiques. Après des débuts au sein de Nielsen comme consultante, elle rejoint NRJ Group en tant que Marketing Manager. Ensuite Emilie Charbonné a intégré Mondelez International, où elle a occupé le poste de Media & Digital Manager pour toutes les marques de la catégorie biscuits (LU, Oreo, Milka...) puis le poste de Marketing Manager pour LU Equity au sein de la filiale France. Elle a rejoint le groupe Bel en 2016.

---

## **A PROPOS DE BEL**

Bel est un acteur majeur de l'alimentation à travers des portions de bien manger laitières, fruitières ou végétales, et l'un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque. 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 trentaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2022 un chiffre d'affaires de 3,6 milliards d'euros. Près de 10 800 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 plus de 120 pays.