



## “BABYBELBOOM”, LA NUEVA CAMPAÑA DE BABYBEL PARA HACER FRENTE AL BABY CRACK EN ESPAÑA



- Con motivo del descenso en la tasa de natalidad y el “baby crack” que se está generando en España, Babybel presenta su última campaña “Babybelboom” para dar la bienvenida a todos los bebés recién nacidos, o a punto de hacerlo.
- Para ello, Babybel ha creado unos simpáticos bodis personalizables con los nombres de los bebés en apoyo a “El Hogar Santa Bárbara” de Cáritas Madrid, donando íntegramente los beneficios obtenidos al proyecto.

**Madrid, 10 de mayo de 2021.-** Desde hace unos meses, los españoles viven un contexto social marcado por las consecuencias de la pandemia. Una de ellas es el descenso en el número de nacimientos, que se desplomó a finales del año pasado hasta alcanzar la cifra más baja desde 1941. Ante este “baby crack”, [Babybel](#), la firma experta en snacks de queso saludables **presenta su nueva campaña “Babybelboom” para dar la bienvenida a todos los bebés recién nacidos o a punto de hacerlo.**

Según el INE, en diciembre de 2020 sólo nacieron 23.226 niños, el mínimo en un mes desde que comenzó la serie en 1941. España ya había registrado en los últimos años una clara tendencia a la baja, pero, las consecuencias derivadas del Covid-19 han determinado este descenso. Así, los descensos más acusados de natalidad se han visto en zonas como Cantabria (-27,9%), Principado de Asturias (-24,7%) y Comunidad Valenciana (-24,5%), además de en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.



En un país que todavía no se había recuperado del descenso de la natalidad motivado por la crisis económica del 2008, ahora, cada nacimiento puede considerarse como un gran acontecimiento. Por eso Babybel quiere celebrar la llegada de los nuevos miembros de la familia con la **creación de unos bodis personalizables con los nombres de los bebés**. Una emotiva iniciativa con un fin solidario detrás, ya que la marca se ha unido a **Cáritas Madrid** para apoyar el proyecto “El Hogar Santa Bárbara”.

Así, **Babybel donará íntegramente los beneficios obtenidos de cada uno de los bodis que se personalicen al proyecto** con el fin de ayudar a que estas madres y bebés en situación de vulnerabilidad tengan una oportunidad.

Para unirse al movimiento #babybelboom y adquirir uno de los bodis, basta con acceder a la página web [www.babybelboom.es](http://www.babybelboom.es) y rellenar un sencillo formulario para personalizarlo. Además, por cada foto que se suba de los bebés con sus bodis en Instagram con el hashtag #babybelboom y mencionando a [@Babybel\\_es](https://www.instagram.com/Babybel_es), se donarán 5€ extra por foto. Todos los beneficios obtenidos irán destinados íntegramente al apoyo de la Entidad.

*“En estos tiempos que corren, cada nacimiento es un pequeño “boom” para muchas familias. Con esta campaña no sólo queremos celebrar la llegada de estos bebés, sino también animar a la gente a que se una al movimiento Babybelboom para contribuir con una iniciativa tan bonita como la de Cáritas Madrid. Este tipo de acciones nos ayuda a reforzar nuestro propósito como marca y nuestro compromiso con la sociedad”,* señala Lara Borrajo, Directora de Marketing de Bel.

Comercializado en **76 países de los 5 continentes**, Babybel se posiciona como la opción ideal para incentivar los buenos **hábitos alimenticios de jóvenes y adultos por igual**. Babybel es 100% queso, con **sólo 4 ingredientes**: 98% de leche de vacas dentro de un programa de pastoreo en libertad, fermentos lácticos, cuajo y una pizca de sal. Con un formato fácil de consumir, Babybel hace mucho más accesible el consumo de lácteos de calidad, fomentando una dieta saludable.

#### **ENLACES DE INTERÉS:**

- **VÍDEO CAMPAÑA:** <https://www.youtube.com/watch?v=7iJLrIQcZg>
- **WEB:** <http://www.babybelboom.es/>
- **INSTAGRAM:** [@Babybel\\_es](https://www.instagram.com/Babybel_es) / #babybelboom

#### **Sobre Babybel**

Babybel es una marca de snacking de quesos que forma parte del Grupo Bel. Mini Babybel, nuestro producto icónico, fue lanzado en Francia en 1977 y llegó a España doce años después, en 1982. Es la sexta marca de queso en el mundo (según dato de ventas anuales) y actualmente se ofrece en 76 países. Los ingredientes de su éxito son su receta simple y saludable hecha con un 98% de leche, su sabor único y su apuesta por la innovación.



Contacto de Prensa:



**Cristina Gómez Rico – [cristina.gomez@havas.com](mailto:cristina.gomez@havas.com)**

**Macarena Roa – [macarena.roa@havas.com](mailto:macarena.roa@havas.com)**