



ATELIER ETIQUETAGE

COMMENT COMMUNIQUER SUR LE BIO ET L'ORIGINE DES PRODUITS VRAC ?



Présentation croisée – 10 min

Contexte

Retour expérience Jean Bouteille – 15 min

Atelier – 20 min

→ retour salle du haut (11h45)

Restitution aux autres participants – 15min



Présentation croisée – 10 min

Nom

Prénom

Entreprise (fonction)

Fun fact

LES CONSOMMATEURS DE VRAC BIO REGIONAL

MISE EN PERSPECTIVE

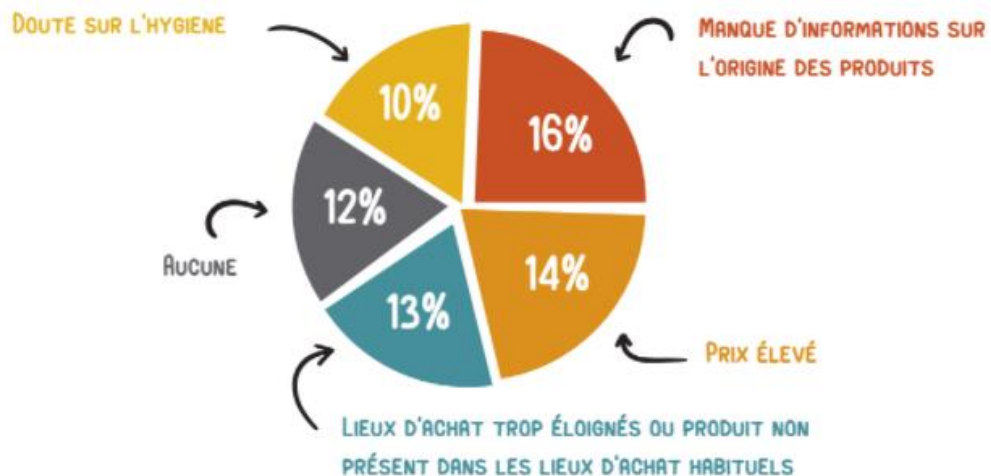
"93 % DES CONSOMMATEURS BIO VEULENT DES PRODUITS LOCAUX"

Source : Etude des consommateurs bio - A PRO BIO

Parmi les achats vrac bio, 90% des repondants privilegient des produits d'origine France et 77% privilegient des produits d'origine regionale.

QUEL QUE SOIT LE MODE DE CONDITIONNEMENT, LES CONSOMMATEURS DE BIO ASPIRENT A UNE OFFRE PLUS REGIONALE.

QUELS SONT VOS FREINS À LA CONSOMMATION DE PRODUITS VRAC BIO ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)












ÉTIQUETAGE (1/2) : À FAIRE : AFFICHER CLAIEMENT L'ORIGINE



Afficher clairement le lieu de provenance et/ou de transformation est indispensable en vrac pour rassurer le client... et donc pour le fidéliser. La simple mention UE / non UE est inacceptable ou, pire, repoussante pour un consommateur de plus en plus méfiant.

ORIGINE VRAC BIO REGIONAL

Tableau présentant l'origine des produits BIO vendus en vrac dans les 15 magasins

	FRANCE	UE	NON UE	UE / NON UE
 LENTILLES VERTES	100%			
 PÂTES TORSADES SEMOULE DE BLÉ	17%	83%		
 CERNEAUX DE NOIX	33%		56%	11%
 NOISETTES DÉCORTIQUÉES	10%	60%	20%	11%
 GRAINES DE COURGE	20%	30%	50%	
 QUINOA BLOND	11%		89%	
 HARICOTS BLANCS	20%		80%	
 FARINE DE BLÉ T65	67%	33%		
 POIS CHICHES	44%	66%		
Tous produits confondus	43%	24%	24%	10%

→ Il existe un manque d'information quant à l'origine des produits Bio vrac

→ Aussi, même si les produits bio peuvent souvent être d'origine France, il ne semble pas évident de trouver une origine régionale

LES REGLES D’AFFICHAGE EN VRAC

Les obligations :

Ingrédients

Dénomination du
produit

Logo Eurofeuille +
mention bio

Présence allergène

Origine du produit (Bio)

Prix de vente
(au kg ou au litre)

JEAN BOUTEILLE :

Leurs solutions aujourd'hui et la communication à venir

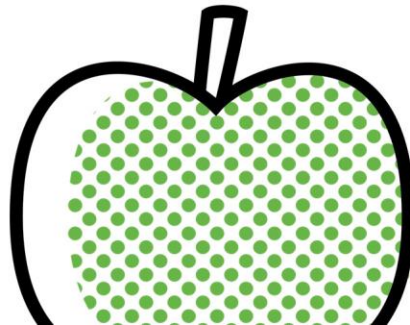


Jean Bouteille accompagne la transformation Zéro déchet de la distribution à la consommation depuis maintenant + de 7 ans!

👉 COMMENT ?

En associant la vente en vrac de liquides à la bouteille réutilisable. Le consommateur adopte une Jean Bouteille et la réutilise pour lutter contre les bouteilles à usage unique. **Notre objectif est d'être un incitant, un accompagnateur du passage à l'acte zéro déchet pour le consommateur afin d'ancrer le réemploi et le bien manger dans le quotidien de tous les citoyens.**

Nous vous accompagnons, vous, point de vente, afin que vous puissiez offrir cette **alternative au tout jetable pour les liquides.**



Nos CIBLES :

ÊTRE PRÉSENT PARTOUT OU SE TROUVE LE PRÉEMBALLÉ À USAGE UNIQUE



COMPLEXITÉ
MARKETING

Avoir une offre lisible
et compréhensible
pour chaque cible

DEPUIS DÉBUT 2021 : Création du service **Bulk for Brands**

NOUS ACCOMPAGNONS VOTRE MARQUE VERS LE VRAC

Nous croyons chez Jean Bouteille, que pour effectuer des changements dans la consommation des Français, il est nécessaire que le vrac soit partout afin que le réemploi devienne une habitude. Les attentes des français sont fortes sur le sujet, "54% des Français souhaitent des marques en vrac dont 73% pour les acheteurs vrac*". Bulk for brands est née avec cette ambition : guider toutes les marques vers une distribution vrac de leurs liquides pour créer ensemble ce nouveau standard de consommation.

by  Jean
Bouteille



Notre offre POINTS DE VENTE

Nous sommes à votre disposition pour vous guider dans votre aventure vrac



« Je voulais une solution simple techniquement qui ne soit pas trop coûteuse, à la fois simple pour le client et pour moi. »

THIBAUD GÉRANT DE BIOCOOP ADN À PARIS

« Jean Bouteille c'est une équipe joyeuse, agréable et de bon conseil. Il y a un super contact. Je recommande ! »

ACHOUR, GÉRANT DE L'ÉPICERIE VRAC LATITUDE VRAC À THOUARÉ SUR LOIRE

Nos univers PRODUITS

Notre catalogue produits est différencié en fonction des réseaux de distribution, nous possédons un catalogue dédié à nos épiceries vrac et magasins bio partenaires tandis qu'un autre est proposé spécifiquement pour les GMS.

Aujourd'hui nous proposons plus de +60 références avec 6 univers de produits complémentaires, parfaitement adaptés à la distribution vrac en libre service.

LES CUISINE



LA CAVE



LA SALLE DE BAINS



LA BUANDERIE



L'ALAMBIC



✓ Tous nos produits alimentaires sont certifiés bio tandis que nos produits non alimentaires sont labellisés Ecodétergents, Nature & Progrès ou Cosmos Organic selon les univers de produits.

✓ Nous travaillons à la fois sur le goût et le prix pour une alternative au jetable de qualité et accessible.
✓ Nous optons pour une origine cohérente avec le produit et nous favorisons le sourcing auprès de producteurs locaux dans les Hauts de France dès que cela est possible.

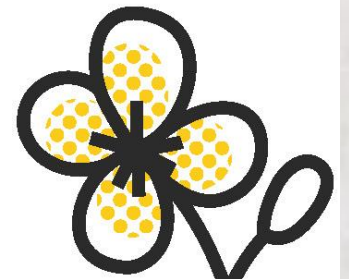
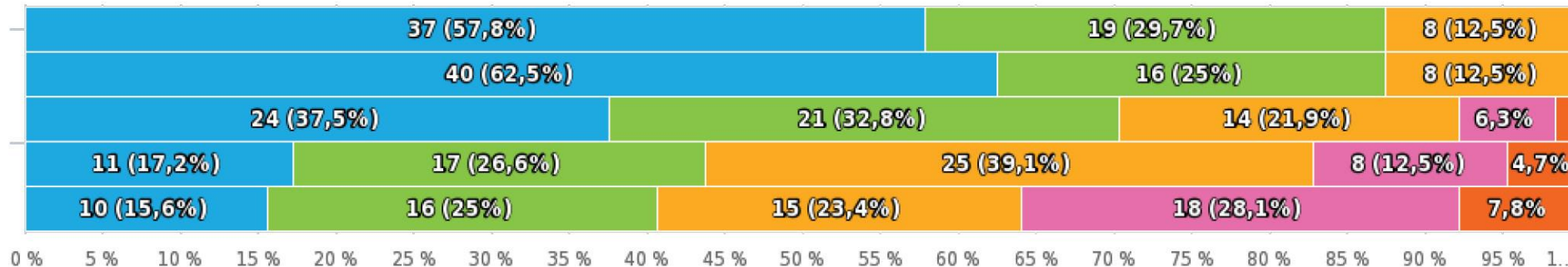
✓ Nous sélectionnons des producteurs transparents sur leurs ingrédients et leur méthode de fabrication.
✓ Nos producteurs partenaires doivent aussi être prêts à s'engager sur le vrac : adaptations de leurs produits, du conditionnement et de la DDM à ce mode de distribution.

Etude JEAN BOUTEILLE

→ LES CRITÈRES DE SÉLECTION PRODUITS PAR LE CONSOMMATEUR

- Etude BTC
- Administration via les réseaux sociaux : 64 répondants

	Extrêmement important	Très important	Important	Plutôt important	Pas du tout important
Origine des produits	37	19	8	0	0
L'engagement environnemental	40	16	8	0	0
Le procédé de fabrication	24	21	14	4	1
Le prix	11	17	25	8	3
Les labels	10	16	15	18	5



Valorisation MARQUE & PRODUIT EN RAYONS

→ MERCHANDISING GONDOLE



Assurer à tous une bonne compréhension.
Maximiser la reconnaissance pour créer le levier de la répétition

Construit pour qu'en 5 secondes le consommateur comprenne :

- Qui lui parle
- Quelle promesse / bénéfices

Puis en 10 secondes comprendre le fonctionnement

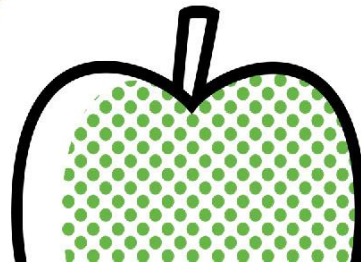
→ LE PRODUIT EN RAYON



ILV

La contre-étiquette

Le contenant réutilisable



Étiquetage PRODUITS

→ LA DÉMARCHE :

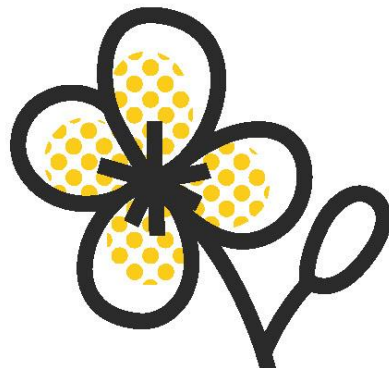
UN ÉTIQUETAGE TRANSPARENT, SYNTHÉTIQUE ET LISIBLE / ADAPTÉ AU VRAC

→ *UNE DÉMARCHE DE CHOIX*

Des informations clés pour chaque famille de produits qui informent les consommateurs sur la qualité du produit, le mode de fabrication et qui leur permettent de faire des choix.

→ *UNE DÉMARCHE DE SENSIBILISATION AU VRAC*

Des éléments spécifiques au vrac comme la DDM, la propreté des contenants et des indications allant au delà des obligations réglementaires.



→ 2 NIVEAUX D'ETIQUETAGE:

Étiquetage fontaine

Étiquetage contenant réutilisable



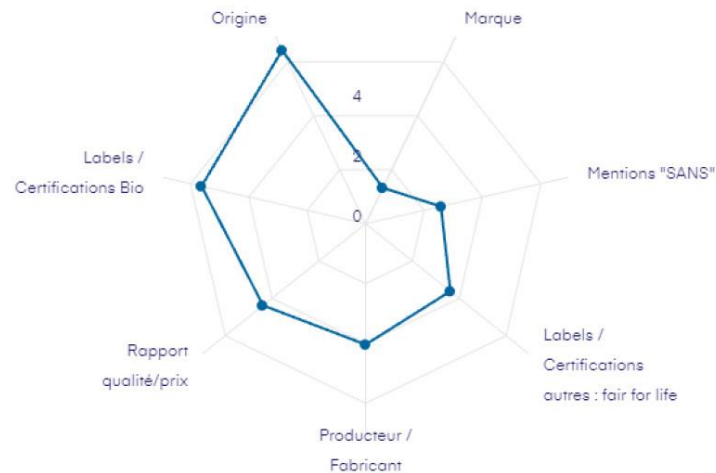
Étiquetage consommateur

Étiquetage **PRODUITS**

➔ **LA SÉLECTION DES INFORMATIONS : QUELS ÉLÉMENTS CHOISIR POUR DONNER LA "JUSTE" INFORMATION ?**

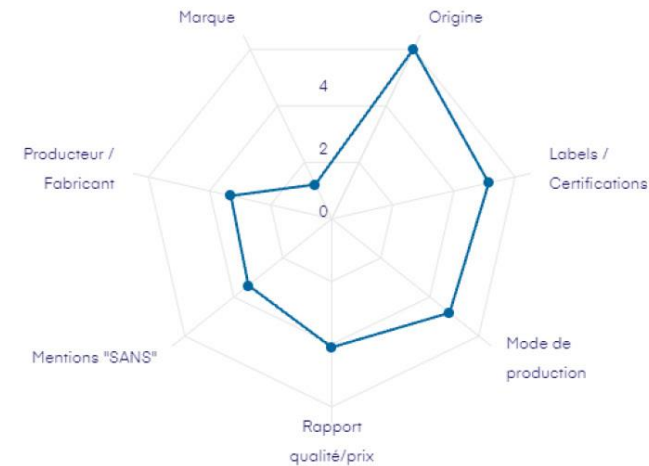
LES CRITÈRES CLÉS DE CHOIX PRODUITS ALIMENTAIRES

21. Quelles sont vos critères de sélection pour les produits alimentaires ?



LES CRITÈRES CLÉS DE CHOIX PRODUITS NON ALIMENTAIRES

22. Quelles sont vos critères de sélection pour les produits non alimentaires ?



SOURCE : Etude BtoB Été 2021, JEAN BOUTEILLE / Les critères de sélection sont ceux des magasins bios et épiceries vrac

Étiquetage **PRODUITS**

→ LA SÉLECTION DES INFORMATIONS : QUELS ÉLÉMENTS CHOISIR POUR DONNER LA “JUSTE” INFORMATION ?

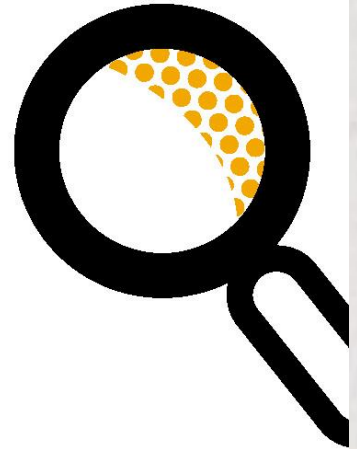
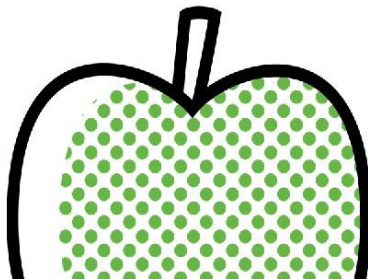
Des critères qui guident à la fois notre SOURCING PRODUITS et l'étiquetage ASSOCIÉ.

De manière générale ressortent les critères associés :

- **À la nature du produit lui même** : le plus “brut” possible ⇔ Rejet / Sortie de l’ultra transformation
- **À l’origine du produit** : qu’elle soit cohérente avec le produit
- **Au caractère bio ou non du produit** : choix d’une agriculture respectueuse du vivant

CRITÈRES PEU OU NON PRIORITAIRES

- La marque
- *L’association Jean Bouteille + un producteur fabricant*



Étiquetage PRODUITS

Quelques exemples : LA CONFITURE



Les éléments clés produits :

- La **nature** du produit
- Le **lieu** de production
- La **méthode** de fabrication
- Explication de la recette : seulement 3 ingrédients dont l'agar agar - le moins connu dont on explique la fonction
- Les mentions « **SANS** »

À COLLER SUR VOTRE BOCAL



Les spécifications du service VRAC

Etiquetage PRODUITS

Quelques exemples



ORIGINE : FRANCE

Huile issue de noix récoltées en France (région Auvergne - Rhône Alpes). Elle est réalisée selon une méthode de production artisanale à partir de noix de qualité loyale et marchande, c'est à dire : entières, saines, propres, récoltées à maturité suffisante. Naturellement riche en Oméga 3 : acides gras essentiels, que le corps ne synthétise pas seul.

Ingrédients : 100% Huile de noix vierge. *Produit issu de l'agriculture biologique.

Huile pour assaisonnement. Ne pas chauffer.

Parfait pour assaisonner vos légumes (après cuisson) ou vos salades de matières en d'endives par exemple.

Huile 100% vierge

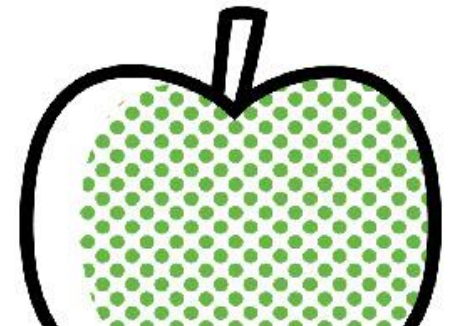
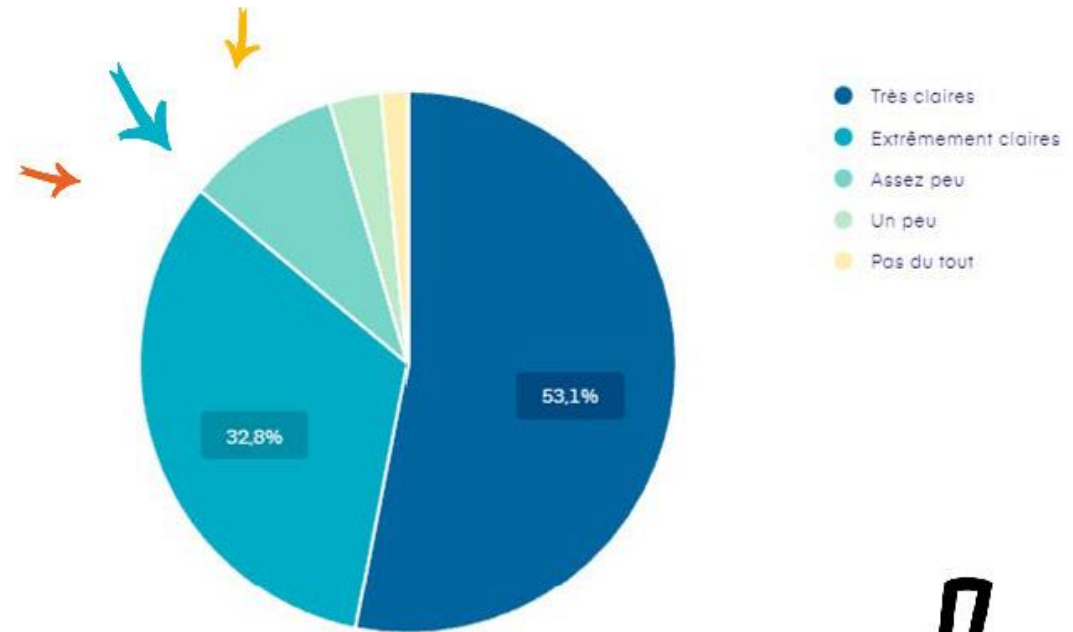
€ /25 CL € /50 CL



À COLLER SUR NOTRE BOUTEILLE !



→ LES INFOS PRODUITS ALIMENTAIRES SONT-ELLES CLAIRES ?



Perspectives & ORIENTATIONS

→ MARKETING

👉 LE RAYON / VALORISATION DU PRODUIT

- **Accéder à des contenus utiles directement via le rayon :**
 - QR CODE sur ILV pour recettes et/ ou + de détails sur le produit
- **Cache BIB réutilisable**
- **Amélioration de nos ILV :**
 - + de transparence origine des produits - justification de notre sélection
 - Visuellement - mieux valoriser nos produits - hiérarchiser - épurer

👉 MODE DE CONSOMMATION

- **Communiquer sur le bénéfice environnemental du vrac : combien de déchets évités pour l'achat d'un produit en vrac ?**
- **Tuto de lavage des contenants**

👉 LES PRIX

- **Communiquer sur les prix du vrac**

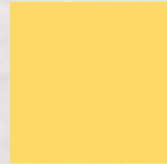
👉 LE PRODUIT

- **Campagnes de sélection de produits par les consommateurs (Média citoyen)**

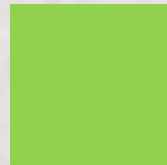


Atelier ! A vos idées !

Atelier – 30 min



Ce que vous aimeriez trouver comme informations en tant que conso, transfo ou distributeur ?



Idées de mises en place ? Solutions ?