

Trophées de l'Agroalimentaire 2019

N O R M A N D I E



Plus de 200 acteurs économiques se sont réunis le jeudi 18 octobre dernier pour assister à la soirée de promulgation des lauréats 2019.



A cette occasion, Sophie DE REYNAL du cabinet NUTRIMARKETING a présenté les grandes tendances de l'innovation agroalimentaire à quelques jours de l'ouverture des portes du SIAL.

Cette intervention a mis en valeur la fragmentation d'une offre alimentaire qui se traduit par l'émergence d'une multitude de nouveaux produits : plus sains, plus transparents, moins impactants pour l'environnement, sans gluten, contenant des protéines végétales et/ou porteurs de nouvelles expériences gustatives.

Ces tentatives de réponses à des demandes multiples et sans cesse croissantes résument très clairement une tendance de fond ; celle d'une réassurance nécessaire des consommateurs.

L'expression populaire : « Dis-moi ce que tu manges, je te dirai qui tu es » n'a jamais été aussi vraie et pourtant celle-ci tend, elle aussi, à évoluer...

En effet, dans ce contexte, s'alimenter devient plus que jamais un acte identitaire. Un nombre croissant de consommateurs traduit à travers sa consommation et les lieux d'achats qui y sont associés (hypermarchés, supermarchés, proximité, points de vente biologiques, détaillants, AMAP, agriculteurs ou dématérialisés) l'expression d'un engagement porteur d'une quête de valeurs et de sens à travers lesquels ces consomm'acteurs s'identifient.



L'expression la plus adaptée à cette tendance devient, désormais : « **Dis-moi ce que tu manges, je te dirais à quelle communauté identitaire tu appartiens** ».

Ce thème était au cœur de la table ronde organisée lors de cette soirée et dont le point de départ était la compréhension des facteurs clés de succès de la marque **C QUI LE PATRON ?** Et pour cause, dans ce contexte tourmenté, cette marque est l'un des plus grands succès agroalimentaires de ces 30 dernières années avec plus de 65 millions de briques de lait vendues en 2 ans, à un tarif et avec un cahier des charges, que personne n'aurait pensé pouvoir proposer aux consommateurs...

Preuve, s'il en est que notre consommation connaît un bouleversement inédit. Et pourtant, il n'y a pas de raison d'être déstabilisé par ce succès, qui au contraire est rassurant.

En effet, une partie de cette réussite repose sur la capacité à pouvoir réunir l'ensemble des acteurs pour innover. Non pas avec un nouveau produit, mais à travers une nouvelle façon de construire des démarches filières.





C'est au cœur de cette structuration que se trouve une partie de l'ADN de C QUI LE PATRON et un message fort pour nos entreprises : **Capitaliser sur des démarches filières de proximité conçues à livre ouvert avec l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire** est un gage de réassurance pour tous.

L'innovation gagnante est plus que jamais collaborative et transparente !

Le 2nd enseignement de cette marque repose sur le fait d'**interagir avec les consommateurs en partageant l'histoire, le savoir-faire et les valeurs de l'entreprise**. C QUI LE PATRON est allé encore plus loin, **grâce aux réseaux sociaux** en co-crédant ses filières avec les consommateurs, les transformant, ainsi en véritables acteurs et leur donnant le pouvoir d'affirmer leurs choix à travers une marque dans laquelle ils se reconnaissent tant et si bien qu'ils en deviennent logiquement clients et au-delà, ambassadeurs. Or tout ambassadeur est un prescripteur.

C'est ainsi que cette marque identitaire bâtie sur une communauté numérique ne cesse de grandir. C'est, le 3^e enseignement à retenir qui repose sur l'habileté avec laquelle C QUI LE PATRON a su **faire de sa communauté de consommateurs, des ambassadeurs de ses produits qui sont autant de prescripteurs et un véritable levier d'influence**. En effet, les négociations de référencement s'en trouvent naturellement enrichies.

L'innovation de cette démarche qui illustre le dynamisme de l'entreprise, lui permet de faire passer au second plan la négociation tarifaire. Au-delà, elle est le vecteur de la caution d'une communauté de consomm'acteurs qui représentent autant de clients potentiels captifs et qui logiquement influencent le « choix » de référencement du distributeur.

Aujourd'hui, **la réassurance, l'innovation collaborative**, notamment **en filière** mais aussi **la puissance des réseaux sociaux**, comme **leviers d'influence, sont le cœur du réacteur pour se différencier**.

Plus que jamais, seul on va plus vite, mais ensemble, on peut aller beaucoup, beaucoup plus loin...

Découvrez les innovations 2019 en vidéos !

 Trophées de l'Agroalimentaire Normandie

