

# Une marque contributrice du développement de la filière du lait bio



CATEGORIE

DATE DE PUBLICATION

APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

OCTOBRE 2022



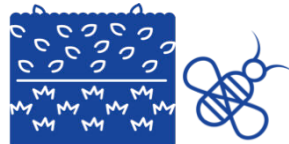
Lancement et conquête d'une marque qui a contribué à développer le marché du Bio en GMS. Une démarche globale pour accompagner le développement de filières bio et locales et qui adresse également les sujets de la juste rémunération des éleveurs, du bien-être animal et de la biodiversité. Un combat porté auprès des consommateurs par une signature :

**« Bon, bio, équitable, mêmeuh combat »**

## BENEFICE ENVIRONNEMENTAL



Trois produits distingués par la note maximale A



15 Km de haies par ferme en faveur de la biodiversité



DDM\* anti-gaspillage alimentaires

\*Date de Durabilité Minimale

## CREATION DE VALEUR



15 ans de croissance à 2 chiffres



Top 5 des marques les plus responsables



Score d'agrément de 70 % de la campagne publicitaire de 2022

## FACTEURS DE SUCCES



Précision dans la définition du projet et dans le combat mobilisateur



Sincérité, pas de greenwashing



Capitaliser sur l'existant

# Description de l'initiative

## Description synthétique de l'initiative

Les 2 Vaches est issue d'un combat: celui de la conversion des éleveurs laitiers au bio. Il y a 15 ans, le segment bio n'était pas développé et la démarche n'était pas comprise du grand public. La marque Lait 2 Vaches est née pour créer ce débouché, en expliquant la démarche de la bio sous un angle ludique et pédagogique à la fois. Une marque avec une personnalité forte et dotée d'une mission ambitieuse : rendre le responsable désirable via son positionnement de joyeuses militantes d'un monde plus «bio». 15 ans de croissance à 2 chiffres, et 15 ans de campagnes, innovations, initiatives, designs confiés à l'agence. En 2022, après "On n'est pas des moutons", "Faire Meuh avec moins", "Du côté des Vaches"; après avoir pris la parole en faveur des producteurs partenaires, de l'environnement, du bien-être animal, de la santé dans les cantines scolaires ou encore de la biodiversité, l'agence WNP a imaginé un nouveau volet : "Bon, bio, équitable, mêmeuh combat ».

## Communication auprès des consommateurs

Avec son ton joyeusement militant, la marque bio et équitable Les 2 Vaches est pionnière et leader son segment. Depuis 2006, WNP a développé des campagnes innovantes sur les grands médias avec un dispositif complet, notamment en affichage national et sur les réseaux sociaux. Les nouvelles campagnes Les 2 Vaches sont toujours un événement, et sont l'occasion de rappeler sans se prendre au sérieux les vertus du bio et du bon.

## Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative

Depuis 2021, Les 2 Vaches recentre son discours pour faire valoir le goût autant que le bio et l'équitable, et remettant le local sur le devant de la scène. Le challenge est d'éviter un inventaire à la Prévert, en montrant que tout ça relève d'une seule et même logique: on ne peut pas bien traiter les vaches sans prendre soin des éleveurs. "Bon, bio, équitable : mêmeuh combat !"

# Caractère innovant

## Caractère innovant de l'initiative

Ouvrir la voie, impulser la transformation de tout son écosystème : c'est l'objectif de Les 2 Vaches depuis plus de 15 ans. Les 2 Vaches se mobilise autant pour la planète que pour les agriculteurs, dans sa volonté d'aller vers un monde plus bio, et plus juste. Engagée en faveur du bien-être des animaux, les vaches passent 281 jours en moyenne dans les prairies normandes et se nourrissent d'une herbe sans pesticide, ni engrais de synthèse pour préserver la biodiversité. Élevées pour leur lait, elles sont entre les mains de producteurs engagés et convaincus par l'agriculture biologique. Partenaires sur le long terme, 5 ans minimum! , les producteurs ont la garantie de percevoir une rémunération juste et pérenne. Ainsi chaque produit de la marque est bio, et plus de la moitié sont certifiés Fair for Life. Toujours plus haut, toujours plus loin, la marque est également investie pour la démocratisation du bio au sein des cantines scolaires. Elle lutte contre les additifs et le gaspillage alimentaire. En quelques années, les deux icônes du logo sont devenues deux incontournables joyeuses militantes, reines incontestées de l'ultra frais Bio. Les 2 Vaches, une marque bénéfique pour tous qui propose des bons produits laitiers bio, est basé sur un modèle d'entreprise à impact positif.

# Création de valeur

## Création de valeur pour l'entreprise

Dans le cadre de la transformation du groupe Danone - One Planet One Health - la marque Les 2 Vaches est créatrice de valeur à tous niveaux et pour toutes les parties prenantes : savoir-faire, qualité, interne, grand public, partenaires, etc.

## Chiffres clés sur la création de valeur liée à l'initiative

La marque pilote chez Danone sur les pratiques d'agriculture régénératrice. Dans le top 5 des marques les plus responsables aux yeux des consommateurs (sur 500 marques) - Challenges 2021. La campagne de 2022 a été un succès plébiscité par le grand public et par les professionnels du secteur, avec des résultats historiques sur la vague d'affichage national, notamment sur les items de mémorisation et d'attribution à la marque (source : post-test Ipsos pour JC Decaux, S12 2022). Ces résultats s'accompagnent d'un score d'agrément de 70% alors que la norme du secteur est de 45%. Indéniablement, les Français aiment Les 2 Vaches et apprécient leurs prises de parole !

# Impact environnemental et/ou social

## Bénéfice(s) environnemental et/ou social de l'initiative

Les 2 Vaches, c'est un modèle de production innovant et vertueux qui inspire toute la catégorie depuis plus de 15 ans et qui démontre aux consommateurs sa capacité à faire du bon et du bio, sans se prendre au sérieux et en valorisant toute la chaîne de valeur.

## Chiffres clés sur les impacts de l'initiative

Conversion des fermiers : une cinquantaine de producteurs accompagnés dans leur transition à la bio équitable depuis 2006. En 2006, année de lancement de Les 2 Vaches, nous travaillions avec 4 éleveurs ! Conversion des consommateurs dont  $\frac{2}{3}$  ne consommaient pas de yaourts bio avant Les 2 Vaches. Pédagogie continue relative aux enjeux climatiques et sociaux. Sans compter : 15 km de haies par ferme qui entourent les prairies : des réservoirs de biodiversité. 15% de réduction carbone : C'est l'objectif moyen des fermes Les 2 Vaches d'ici à 2025.

→ Du vert partout pour Les 2 Vaches !

Les notes Planet-score des yaourts brassés bio et aux fruits comme des crèmes desserts bio Les 2 Vaches reflètent des produits d'excellence environnementale : tous reçoivent une note globale A, et un mode d'élevage classé en vert ! C'est trop bio tout ce vert...

# Enseignements

## Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever

Sur la stratégie de communication en 2022, il fallait réussir à prendre un léger virage vers un discours plus large que simplement bio, avec deux impératifs : ne pas se cantonner à valoriser une liste de bénéfiques, et bâtir sur les éléments qui ont fait le succès des campagnes passées. Et surtout, surtout, ne pas tourner le dos à la filière bio sous prétexte qu'elle n'est plus la poule aux œufs d'or comme elle a pu l'être par le passé. Les 2 Vaches conserve ainsi son discours décomplexé, accessible et innovant tout en faisant évoluer ses arguments de conviction vers les nouvelles attentes des consommateurs.

## Clés de réussite d'un projet de marketing durable

1. construire un modèle d'approvisionnement juste et meilleur pour la planète. Entendre: NE PAS démarrer d'une tendance de marché ou d'un besoin consommateur.
2. Désiloter : le consommateur est un citoyen, et vice versa.
3. Ne pas tout raconter à tout le monde sous peine de ne parler à personne.
4. Rester à sa place (et dans son territoire de marque).
5. Prendre la parole de façon optimiste, en rendant l'avenir désirable. 6. Ne pas forcément se prendre au sérieux pour peu qu'on fasse les choses sérieusement.

Pour en savoir plus

<https://www.les2vaches.com/notre-engagement-soutenir-les-fermiers-du-bio/>