*Transcription textuelle de la vidéo «**ITW\_BLEUBLANCCOEUR\_V3b»*

Réussir avec un marketing responsable

Logo de **Bleu-Blanc-Cœur - Pour la Terre, les animaux et les hommes**

Lauréat approvisionnement responsable pour sa démarche globale

De quoi êtes-vous le plus fier dans votre projet ?

Nathalie Kerhoas, directrice de l'association Bleu-Blanc-Cœur.

-Ce dont je suis la plus fière dans cette démarche collective Bleu-Blanc-Cœur, c'est cette démarche d'obligation de résultat et de mesure pour accompagner cette transition agro-environnementale.

Logo : Réussir avec un marketing responsable

Logo : Lauréat Approvisionnement responsable

Les mots-clés sont :  Des résultats mesurés du champs à l’assiette

La démarche Bleu-Blanc-Cœur pilote des indicateurs de mesure et de performance au niveau de la nutrition mais aussi au niveau de l'environnement.

Les mots-clés sont : Nutrition - Environnement

Je dirais que c'est une démarche unique en la matière, puisque cette obligation de résultat et ces mesures sont la base des fondamentaux de la démarche.

Les mots-clés sont : Démarche Agricole et alimentaire unique

Je dirais qu’on a aussi prouvé les bénéfices de la démarche en mettant en place des études scientifiques et cliniques.

Aujourd'hui, il y a 5 études cliniques sur lesquelles Bleu-Blanc-Cœur repose.

Les mots-clés sont : 5 Études cliniques

Avez-vous rencontré des difficultés ?

Logo : Réussir avec un marketing responsable

Logo : Lauréat Approvisionnement responsable

Effectivement, dans le cadre de cette démarche née il y a 23 ans d'une idée, donc de rien, on a forcément rencontré des difficultés.

La première, c'est faire croître la notoriété de ce logo Bleu-Blanc-Cœur auprès du consommateur, donc ça passe par de la pédagogie.

Les mots-clés sont : Faire croître la notoriété auprès du consommateur

Et je dirais qu’on a été aussi limités peut-être par cette résistance au changement, puisque changer les modes de production, changer le périmètre de connaissances du consommateur, ça nécessite beaucoup d'information, de pédagogie, de création de contenus.

Les mots-clés sont : Résistance au changement – Information – Pédagogie - Contenu

Ce qui nous a permis de rebondir ou de réussir aujourd’hui, c'est bien cette force du collectif, puisqu'au sein de Bleu-Blanc-Cœur, on anime le plus grand mouvement du bien-manger avec un peu plus de 30 000 personnes, au-delà des acteurs économiques, qui sont 900, on a aussi un peu plus de 23 000 consommateurs, 3 600 professionnels de la santé, un millier de chefs ou d'artisans des métiers de bouche.

Les mots-clés sont : La force du collectif – 30 K membres dans la communauté – 900 acteurs économiques – 23 K consommateurs - 3 600 professionnels de la santé – 1 000 artisans de métiers de bouche

Donc, c'est ce mouvement-là qui permet de faire de la pédagogie, de transformer le projet en réussite.

Avez-vous un conseil pour réussir avec un marketing responsable ?

Logo : Réussir avec un marketing responsable

Logo : Lauréat Approvisionnement responsable

J'ai forcément trois mots qui me viennent à l'esprit.

C'est d'avoir un cap clair et fort.

Les mots-clés sont : 1 Avoir un cap clair

C'est notre objectif depuis longtemps, d'accompagner cette amélioration de la qualité nutritionnelle et environnementale des produits agricoles pour mieux nourrir les hommes.

Les mots-clés sont : Amélioration de la qualité nutritionnelle & environnementale

C'est ce cap fort qui nous mène.

Le deuxième mot, c'est le collectif.

Les mots-clés sont : 2 Une aventure collective

C'est une aventure qu'on ne réussit pas seul, qu'on réussit en décloisonnant les métiers, en décloisonnant les univers et puis en reconnectant l'agriculteur avec son partenaire transformateur ou distributeur, et en lien avec le consommateur.

Je dirais que pour terminer, il faut des convictions fortes.

Les mots-clés sont : 3 Avoir des convictions fortes

Elles nous mènent et nous aident à passer les étapes qui sont parfois difficiles dans la construction de projets tels que celui-ci.

Réussir avec un marketing responsable

Palmarès 2024, candidatez dès maintenant

reussir-avec-un-marketing-responsable.org