



"ACHETONS RESPONSABLE" : LA NOUVELLE CAMPAGNE DE BIOCOOP CRÉÉE PAR FRED & FARID PARIS

Biocoop, 1^{er} réseau de magasins bio et équitables en France, lance sa nouvelle campagne publicitaire le 12 mai. Créée par l'agence Fred & Farid Paris, elle met en évidence le positionnement engagé et militant de Biocoop. Avec l'accroche "ACHETONS RESPONSABLE", Biocoop réaffirme ses engagements et milite pour une consommation respectueuse de l'environnement, toujours garante de qualité et d'éthique.

LA CONSOMMATION RESPONSABLE AU COEUR DE LA CAMPAGNE

La nouvelle campagne de Biocoop imaginée par Fred & Farid Paris, illustre le positionnement de la marque sur des valeurs militantes, liées à une forte volonté de qualité et d'éco-responsabilité. Alors que la transparence des produits apparaît comme l'une des principales préoccupations des consommateurs, Biocoop souhaite se positionner sur un message clair : **"Achetez responsable"** pour limiter l'impact sur notre environnement. Face à la consommation de masse, il s'agit ainsi de contrôler les circuits de fabrication et de distribution des produits pour soutenir les efforts d'amélioration de la qualité de vie et de l'environnement.

Aujourd'hui, Biocoop ne vend pas que des produits mais véhicule aussi un état d'esprit, en transmettant un message qui invite les consommateurs à soutenir une consommation engagée et responsable.

"Résultat d'une collaboration étroite avec Fred & Farid Paris, la campagne de Biocoop en mai va nous permettre de mieux dialoguer avec les consommateurs. C'est ainsi que nous pourrions être reconnus comme des militants, engagés aux côtés de ceux qui proposent des actes de consommation qui font du bien aux hommes, à la société et à la planète. La communication n'est qu'un outil, mais un outil puissant, au service d'un projet qui doit conserver ses valeurs et s'affirmer avec toujours plus de clarté auprès du plus grand nombre", souligne Patrick Marguerie, Directeur de la Communication de Biocoop.

"Plus qu'une campagne de communication, Biocoop lance une campagne d'information, parce que les faits et les actes de Biocoop parlent d'eux-mêmes. Et si on laissait au consommateur son libre-arbitre, en lui délivrant l'information dont il a besoin et en le laissant juge de ce qu'il doit faire ?"

"Biocoop est une entreprise incroyable et une marque unique. Son intégrité et son alignement sur des valeurs et des principes clairs de consommation alternative est une chance pour nous communicants. Elle permet à la communication d'être réellement utile aux consommateurs. Cette campagne a la volonté de les éduquer à la conséquence de leurs actes car derrière notre consommation c'est toute une chaîne de conséquences que l'on déclenche. C'est essentiel d'en être conscient. Chaque visuel de la campagne décortique de manière impactante cette chaîne de conséquences."

Emmanuel Ferry Directeur Général Groupe France - Fred & Farid Group

LA VÉRITÉ POUR MIEUX CONSOMMER

La nouvelle campagne présente des produits de consommation courante (fruits, cosmétique) à première vue très attirants. En y regardant de plus près, le consommateur décrypte toute une histoire derrière le produit, pour montrer les effets néfastes sur la planète et pour notre santé. Ce double message, à la fois esthétique et militant, permet de traduire une réalité concrète dans notre mode de consommation, à travers une campagne de *data-telling* : le consommateur doit savoir pour mieux agir. De fait, Biocoop lui donne le choix de les suivre dans une consommation responsable.

« N'achetez pas de fraises (en hiver)... Achetons responsable (avec Biocoop) ». C'est par cette accroche que Biocoop souhaite susciter l'adhésion du consommateur et l'inciter à bien choisir ses produits. Choisir d'acheter chez Biocoop, c'est déclencher concrètement toute une chaîne de conséquences positives qui dépasse le simple produit que l'on achète.



Lancée le 12 mai, la campagne publicitaire, avec les deux visuels présentés, est visible dans la presse Print et Web, par des affichages 2m2 et en PLV. Ce dispositif est animé par les équipes dans tous les magasins du réseau Biocoop. Les cosmétiques et le thème du suremballage sont aussi développés en mini-films vidéo, pour une diffusion sur Internet et les réseaux sociaux.

Un mini-film de 30 secondes pour dénoncer le suremballage

La campagne publicitaire est illustrée de mini-films, dont un sur le suremballage. Celui-ci produit des tonnes de déchets et de dégâts sur la planète. Aujourd'hui, Biocoop propose certains produits en vrac (comme le riz, les lentilles et les amandes) afin de présenter une offre éthique au prix le plus juste.

Envoi du mini-film sur demande

A propos de Biocoop : Leader de la distribution alimentaire biologique spécialisée en France depuis 25 ans, Biocoop s'illustre également par ses produits du commerce équitable et par un choix très étendu d'écoproduits et de cosmétiques. Ce modèle coopératif multi professionnel regroupe 345 magasins et 1 200 producteurs partenaires. Précurseur et moteur, Biocoop revendique « l'agriculture biologique pour tous » et inscrit sa démarche au cœur d'une charte appliquée par l'ensemble des acteurs du réseau. Biocoop comprend également 3 filiales : STB (Société de Transport Biocoop) ; Biocoop Restauration et DEFIBIO qui accompagne financièrement ses partenaires professionnels (producteurs, transformateurs, magasins).

Les chiffres clés Biocoop : 23 000 tonnes de fruits et légumes vendus (soit 10 % du volume national tous circuits confondus), 0% de transport par avion, 23% de part de commerce équitable, 25 ouvertures de nouveaux magasins (et essaimages) et un CA de 580 millions d'euros soit une croissance de 8,2% de son activité en 2013.

Contact Presse

Agence **VILLAGE RP**

Rachel Bornais – 01 40 22 60 95 – r.bornais@village-rp.com