



entrepreneurs
bio-PAYS DE LA LOIRE

STRATEGIE 2023 -2024 - 2025



STRATEGIE 2020 - 2021 - 2022
Rétrospective



Rappel du contexte

2016 le syndicat professionnel devient l'association Entrepreneurs Bio des Pays de la Loire

. l'association rédige une charte d'engagement et une marque collective : Mon Bio Pays

. Un site internet www.monbiopays.fr est créé

. Pour autant, « Mon Bio Pays de la Loire » ne devient pas le nom de l'association.



Des identités visuelles similaires

1 Seul site : monbiopays.fr

Adresse mail animation : contact@monbiopays.fr

Adresse mail compta : ...@interbio-paysdelaloire.fr

. Certains pensent que « Mon bio Pays » est le nom de l'association. Incompréhension des messages et de qui nous sommes vraiment : entité à part ou service de l'INTERBIO ?

. Jusqu'en septembre 2019 : L'association est gérée par délégation à INTERBIO PAYS DE LA LOIRE

. Octobre 2019, l'association se dote pour la 1^{ère} fois de son histoire d'un animateur Réseau.

Novembre 2019

Rédaction de la 1^{ère} stratégie triennale 2020 - 2021 - 2022

Objectifs :

- Résoudre la confusion qui existe entre « Mon Bio Pays de la Loire », et l'association Entrepreneurs Bio des Pays de la Loire.
- Donner à l'association un cap, une ambition à l'association et donner un fil conducteur à l'ensemble de ses actions
- Redonner une place à Mon Bio Pays qui trouve peu d'écho auprès des entreprises adhérentes.

La stratégie 2020 - 2021 et 2022 se caractérise par la création d'une distinction entre l'Association et sa marque collective



Communication Institutionnelle Associative

Cibles : entreprises / B2B



Communication promotionnelle Label collectif

Cibles grand public/Distributions

Axe produits / B2C

1. Axe institutionnel Associatif :

Développer la visibilité, la crédibilité et l'attractivité de l'association

Objectifs : fédérer ses adhérents, susciter l'intérêt de nouvelles entreprises, et rassurer les financeurs publics

2. Axe « MON BIO PAYS »

Proposer un nouveau positionnement plus fédérateur, et créer un contenu d'actions mobilisateurs



Stratégie 2020.2021.2022



Communication Institutionnelle Associative

Cibles : entreprises / B2B
Réseau social : LinkedIn

- **Création d'un Site dédié**
- **Création d'outils collaboratifs** afin de faciliter les échanges entre membres et les interactions.
- **Création d'évènements à haute valeur ajoutée** : rencontres, ateliers, tables-rondes, conférences, colloques.. sur des thèmes en prise directe avec les enjeux des entreprises adhérentes, et de ceux de la filière bio ligérienne
- **Développement de groupements d'achat** afin d'être un levier d'économie fort pour les entreprises adhérentes, et qui renforcera l'intérêt de rejoindre le réseau
- **Développement de la communication inter-adhérents**
- **Et des actions de relations médias** en lien avec les actions programmées et l'actualité de l'association ou de ses membres.

Affirmer qui l'on est
Construire une offre attractive



Communication promotionnelle Label collectif

Cibles grand public/Distributions
Axe produits / B2C
Réseau social : Facebook
Site : monbiopays.fr

- **Modernisation du site actuel**
- **Lancement d'une box « Mon Bio Pays »,** et un merchandising associé
- **Création d'un outil de valorisation des marques**
- **Création d'évènements grand public**, en partenariat avec Interbio Pays de la Loire, et l'office du tourisme
- **Développement d'actions de relations médias**, et de communication grand public, en lien avec les actions programmées

Se chercher, se trouver

Stratégie 2020.2021.2022

Rétrospective des temps forts



Communication Institutionnelle Associative

Cibles B2B : entreprises bio adhérentes et non adhérentes

Site : entrepreneursbio-paysdelaloire.fr

Réseau social : LinkedIn



• Création d'un Site dédié

2022

Nouvelle identité Visuelle
Nouveau Site internet

entrepreneurs
bio-PAYS DE LA LOIRE

• Création d'outils collaboratifs afin de faciliter les échanges entre membres et les interactions.

2022/2023

Création Annuaire « Trouver mon Homologue »
Création Guide « Prest'Advisor »

• Création d'évènements à haute valeur ajoutée : rencontres, ateliers, tables-rondes, conférences, colloques.. sur des thèmes en prise directe avec les enjeux des entreprises adhérentes, et de ceux de la filière bio ligérienne

2022

Lancement de la Plateforme CE E" BPL
Séminaire consommateur
Journée d'atelier « Distributeurs »,
Dont speed-dating
Poursuite rencontres acheteurs (grossistes, GMS)

• Développement de groupements d'achat

• afin d'être un levier d'économie fort pour les entreprises adhérentes, et qui renforcera l'intérêt de rejoindre le réseau

2021

Rencontres imprimeurs étiquettes Fourreau

2022/2023

Lancement groupe travail Mutualisation achat
Energie, EPI, impression
Lancement du groupe de travail Logistique

2020

RP « Salon des entrepreneurs »

• Et des actions de relations publiques et actions médias en lien avec les actions programmées et l'actualité de l'association ou de ses membres.

2021

RP + Média Colloque
4 pages API/Ouest France
Salon Serbotel
2022, salon Pro Bio Ouest

2021

Lancement du mur de requête

2020

1ere rencontre Transformateurs/acheteurs
1ère visite d'entreprise
Atelier « Force de Vente »

2021

Rencontres acheteurs
Visite entreprise
Colloque»
Table ronde ERP ;
Ateliers Egalim 2



2020 et 2021

Construire une offre attractive
Créer la dynamique de réseau

Affirmer qui l'on est
Construire une offre attractive

2022/2023

Moderniser son image
Affirmer l'utilité du réseau
Devenir «une boîte à outils »
Poursuivre le développement de l'offre

Stratégie 2020.2021.2022

Rétrospective des temps forts



Communication promotionnelle Label collectif

Cibles B2C : grand public/Distributeurs

Site : monbiopays.fr

Réseau social : Facebook



2020
Refonte des contenus et images

←----- • **Modernisation du site actuel**

2020
1^{ère} Box : Décembre 2020

←----- • **Lancement d'une box « Mon Bio Pays », et un merchandising associé**

2021
Box de Printemps, Box de Noël

2020
Création des Fiches (diffusion avec la box de Noël et printemps)

←----- • **Création d'un outil de valorisation des marques**

2021
Décembre sortie du Guide « Mon Bio Pays »

• **Création d'une Route du bio**
en partenariat avec INTERBIO Pays de la Loire et les offices du tourisme

-----> **2022**
Action « Ambassadeur » auprès d'une acheteuses des Philippines

2020
RP Meilleurs Produits Bio
Boost des contenus sur Facebook

←----- • **Développement d'actions de relations médias, et de communication grand public, en lien avec les actions programmées**

-----> **2021/2022/2023**
Etude du projet
2022, Programmation, des partenariats et lancement des outils

2022
RP Meilleurs Produits Bio

2020 - 20221
Se doter d'outils de valorisation des marques.
Amorcer un positionnement « Label »



Se chercher
Se trouver



2022/2023
S'affirmer comme un label d'engagement dont la Route du Bio sera la pierre Angulaire

ENTREPRENEURS BIO DES PAYS DE LA LOIRE

AU SERVICE DES ENJEUX
DES TRANSFORMATEURS BIO LIGERIENS

LES CHIFFRES

14

ADMINISTRATEURS

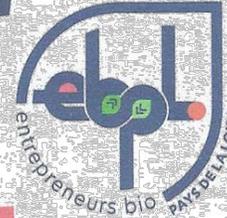
36

ADHÉRENTS

1

Mon
Bio
PAYS
DE LA LOIRE
LABEL BIO
IDENTITAIRE

GUIDES



RENCONTRES
ACHETEURS

ROUTE
DE LA
BIO

GROUPEMENT
ACHATS

COMITÉ
D'ENTREPRISE
EBPL

LES ACTIONS

LES AVANTAGES

Accès gratuit

- Plateforme CE Avantage EBPL
- Rencontres «Transformateurs/acheteurs»
- Commissions Export, RSE, Communication
- Ateliers et Tables-rondes
- Guides : Adhérents, RSE, Prestadvisor...

Tarifs préférentiels

- Groupement achats carton et autres
- Réduction de cotisation au Club Export FoodLoire
- Stands collectifs

CONTACT

Dominique Hervouët
06. 61. 70. 32. 90
animation@entrepreneursbio-paysdelaloire.fr
10 rue de la Lagune - 44860 Pont-Saint-Martin
Parc d'activité de Viais - Bâtiment NaturAloé

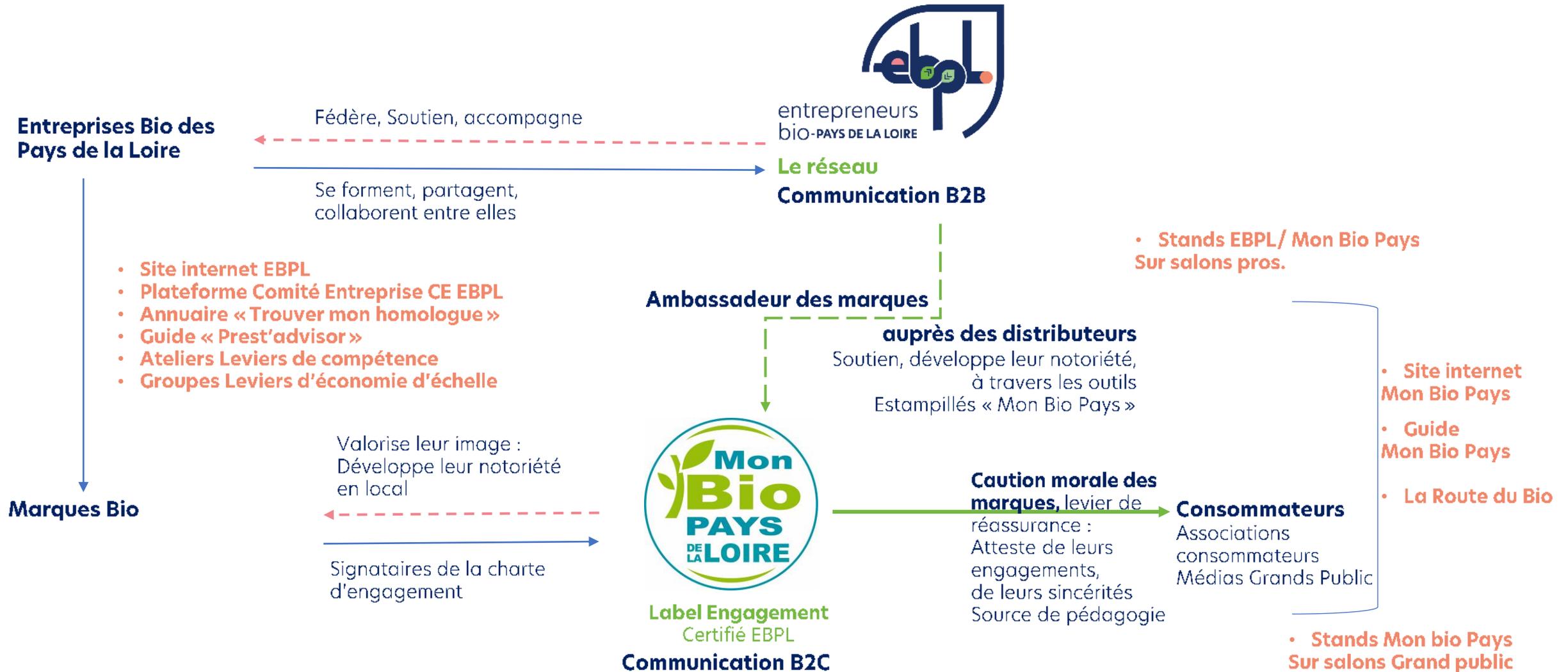
PARTENAIRES





STRATEGIE 2023 - 2024 - 2025
Recommandations

ARTICULATION ENTRE EBPL ET MONBIO PAYS





Stratégie 2023.2024.2025



Une association
des adhérents



entrepreneurs
bio-PAYS DE LA LOIRE

Un réseau
Des membres

LE Réseau EBPL au service des Entreprises qui en sont membres

Communication B2B Institutionnelle

Cibles : entreprises membres et non membres ; pouvoirs publics, associations partenaires en région et hors région

Site internet : www.entrepreneursbio-paysdelaloire.fr

Adresse mail : animation@entrepreneursbio-paysdelaloire.fr

Réseau social : LinkedIn

.Affirmer l'utilité du réseau EBPL pour les entreprises

.Renforcer notre attractivité afin d'intégrer de nouveaux membres.

.Devenir incontournable

Changement dans les éléments de l'engage.

- Par l'utilisation de l'**acronyme EBPL**.
- Par l'utilisation du **terme Réseau**. Car les entreprises non adhérentes sont davantage réceptives quand on présente EBPL ainsi, plutôt qu'en tant qu'association (Testé à Natexpo 2022).



Carte
membre

Magalie Jost

Vice-Présidente & Trésorière de l'association
Co-gérante de Nature et Aliments (44)

magaliejost@nature-aliments.com

Entrepreneurs Bio des Pays de la Loire **in**

Association EBPL, Parc d'activité de Viais, 10 rue de la Lagune
Bâtiment NaturAloé
44860 Pont-Saint-Martin
06 61 70 32 90
contact@monbiopays.fr



Stratégie 2023.2024.2025

entrepreneurs
bio-PAYS DE LA LOIRE



Un réseau
Des membres

STRATEGIE D' ACTIONS, les grands axes

Axe 1. Dynamique de Réseau

Une pierre angulaire : Le site EBPL

Composé d'un espace « vitrine » et d'un espace adhérents.

Mise en place de l'«Espace social » Slack, pour favoriser les Murs de requêtes, susciter en visio des « cafés face à face » entre adhérents pour une meilleure connaissance réciproque

Constitution d'une base documentaire collective (réunir les différentes sources documentaires que chaque entreprise membre détient, et accepte de partager.

Création d'un catalogue « Leviers de compétence »

ateliers, séminaires pédagogiques et développement des speed-dating individuels par visio ou en présentiel.

Poursuite des Temps de partage entre Entreprises membres du réseau

. Visite d'entreprises « Découverte d'une entreprise membre » associée à un tour de table «Actualité et Requête »

. Table ronde en visio thématique, avec partage de bonnes pratiques, astuces, conseils, mises en relation.



Un accompagnement unique et transversal

Créée par Céline Devorsine, Sel & Caramel a pour objectif de proposer une expérience client unique, à travers un agencement personnalisé, porteur d'un marqueur visuel fort et identifiable qui marque les esprits (signature graphique).

Céline Devorsine élabore ses projets de A à Z : du **design extérieur** à l'**aménagement et agencement intérieur** (mood board, planches tendance, ébauche du projet, conception 3D et préparation des plans). Elle collabore avec une entreprise vendéenne ainsi qu'auprès de professionnels locaux.

Son approche est personnalisée, elle recherche la fonctionnalité et l'optimisation des espaces. En utilisant des pièces travaillées, réalisées par des artisans, et d'autres de seconde main.



Création et mise à jour d'outils pratiques, efficaces, efficaces afin de faciliter la conduite de projets dans les entreprises adhérentes

- . Annuaire « Trouver son homologue »
- . Guide « Prest'advisor »
- . Guide RSE « Acteurs du Changement »
- . Guide Export

. Lancement d'une action de prospection afin de développer le réseau

- . Mailing, E-mailing, Phoning, Présence sur certains salons professionnels (Natexpo), voire Grand Public (Salon Zen et bio).



Axe 2. Action Collective vers les Acheteurs

Poursuite des rencontres Transformateurs/acheteurs

(Grossistes, GMS, Circuits spécialisés, CHR, RHD, Collectivités)

Etude de la création d'un service « Veille de mise en place produits en magasins »

Visite de magasins pour prise de photo sur la mise en avant produits, l'environnement concurrentiel et reporting à l'entreprise et à son équipe commerciale.

Stand EBPL sur les stands professionnels

- Natexpo 2023 - 2025
- Serbotel 2023 - 2025
- Salon Pro Bio Ouest
- SIAL 2024 (à confirmer)

Axe 3. Action Leviers d'économique d'Echelle

Conduite des groupes de travail

. Groupe Logistique « Mutualiser et optimiser, quelles solutions »

. Groupe achat groupé : EPI, Energie, Impression de papier (étiquettes, fourreaux, documentation), fournitures de bureau, commandes d'études, de panels. Abonnement à des revenus

Création d'un évènement institutionnel

Colloque « Solutions Logistiques » en 2024

Sur le même principe que le colloque de 2021 « Ambition Zéro Emballage »

Objectifs :

- Donner la parole aux structures, réseaux sur l'ensemble du territoire national ont réfléchi sur cette question, et ont des éléments de réponse à partager ; aux acteurs sur les territoires concernés par cette problématique : producteurs, Transformateurs, Grossistes, Collectivités locales, Magasins
- Favoriser le partage d'expertise, les expérimentations

Structures déjà identifiées : La marque collective « Les monts du Lyonnais, Terre de Saveur . Le cluster Bio Rhones-Alpes ; Les INTERBIO régionales.

Evènement en partenariat avec l'INTERBIO PAYS DE LA LOIRE, et les autres réseaux, interprofession.



Stratégie 2023.2024.2025



Marque collective



Label Engagement
Certifié Réseau EBPL

Un Label au service des Marques

Communication B2C Grand public Régionale, Nationale

Cibles les consommateurs/les Distributeurs (acheteurs circuits spécialisés bio, GMS, Collectivités...)

Site : monbiopays.fr

Réseau social : Facebook

Affirmation et installation du label d'engagement Ambassadeur des marques bio des Pays de la Loire

Changement dans les éléments de l'engage.

- Par l'utilisation du **terme : Label Engagement Mon bio Pays de la Loire** (certifié par le réseau EBPL), plus fédérateur et neutre que le terme « marque collective » dont peu d'entreprises veulent.
- Par une évolution dans la présentation des marques bio, non plus comme adhérentes de l'association EBPL, mais comme « **Marques labelisées** Mon Bio Pays de la Loire par le réseau EBPL »

STRATEGIE D' ACTIONS, les grands axes

Une pierre angulaire : La Route du Bio

Saison 1 : du 2 mai 2023 au 30 avril 2024

Evènement clé construit autour d'une série de rencontres, animations, conférences/tables-rondes, exposition, sur une période de 12 mois.

Valorisation des marques bio, leurs parcours, leurs démarches vertueuses, les métiers qui participent à la création de leurs produits.

Création autour de la Route du Bio MON BIO PAYS DE LA LOIRE, d'une stratégie merchandising propre à développer la connaissance et la notoriété des marques bio :

.Mise à jour et diffusion élargie du Guide «MON BIO PAYS »

(diffusion dans les magasins et épiceries bio régionale).

.Création d'un livre de recettes « Mon Bio Pays » qui compile les meilleurs recettes proposés par les marques bio. Associé en amont à un jeu-concours de recettes originales relayées par les marques labelisées « Mon Bio Pays de la Loire ». Le gagnant voit sa recette figurer dans le livre de recettes.

Le livre de recettes sera l'occasion de mettre en lumière certaines collaborations entre les marques. Il sera un outil promotionnel de chacune des marques. Elles pourront l'utiliser comme dotation pour leurs jeux concours, ou actions promotionnelles.

.Edition d'un cahier d'activités ludiques et pédagogiques pour les enfants, avec la mise en scène d'une mascotte : un chaton (animal sympathique, qui fait le buzz sur les réseaux sociaux).

.Création d'un Jeux de Société (plateau selon le principe du Trivial Poursuite)

.Ouverture d'une boutique éphémère itinérante qui traverserait la région.

.Création d'une émission TV « Mon Bio Pays »



Label Engagement
Certifié Réseau EBPL

Des Actions collectives Pour développer la visibilité du label et les marques bio

Stand collectif « Mon Bio Pays de la Loire » sur certains salons professionnels et grand Public

(permet de mutualiser les coûts)

- Natexpo 2023 - 2025
- Serbotel 2023 - 2025
- Salon Pro Bio Ouest
- SIAL 2024 (à confirmer)
- Salon Zen et Bio
- Autres (à définir)

Action découverte/Séduction collective auprès des Distributeurs, acheteurs

- **Paniers gourmands** portés auprès des acheteurs (déplacement physique, commando séduction).
- **Etude d'implantation dans le magasin d'un espace « Mon Bio Pays », ou organisation d'animations collectives**, avec entre midi et deux une présentation des produits aux collaborateurs du magasins.

Communication collective dans la presse spécialisée professionnelles et bio grand public :

Relations presse, publi-reportage/insertions presse

- . Annoncer la présence des marques au Natexpo Paris 2023
- . Présentation des marques primées « Meilleur Produits Bio » + actions de relations presse.
- . Relais d'une actualité ou d'une thématique commune en lien avec l'un des critères de labélisation (avec visite d'entreprise, démonstration, dégustation..)