

Associer ses clients et ses parties prenantes à la démarche de refonte de la marque

Vrai témoigne

Le Client

Vrai est une marque de **yaourt et desserts biologiques** française dont les produits à base de lait de vache, de brebis, de chèvre sont issus de la laiterie familiale Triballat Noyal.

Fondée en 1951, l'entreprise bretonne est également **pionnière des produits à base de lait de soja**, comptant au total plus d'une trentaine de références.

Le Contexte

Dès 1964, Vrai est parmi les premières à prendre conscience de la nécessité d'une agriculture plus respectueuse de la nature. Depuis lors, **elle s'interroge sur l'avenir de l'alimentation** : Comment développer une agriculture plus respectueuse de l'environnement ? Comment donner aux producteurs les moyens de faire mieux ?

Afin de continuer à améliorer ses produits, **Vrai a décidé de se remettre en question et de recueillir les interrogations, remarques et suggestions de ses parties prenantes** : producteurs, distributeurs, ONGs, employés et surtout ses clients, afin de les rapprocher et de s'enrichir de leurs apports : incitant même "ceux qui ne nous connaissent pas, ceux qui ne nous aiment pas" à participer !

Pour ce faire et ainsi rajeunir la marque et répondre aux attentes des consommateurs - notamment en termes de transparence sur ses pratiques et produits - **la laiterie a fait appel à Cap-Collectif** pour permettre au plus grand nombre de participer !

Les objectifs

Recueillir l'**ensemble des interrogations et attentes** des parties prenantes et clients

Prendre en compte ces attentes pour **faire évoluer la marque (valeurs, produits, pratiques)**

Définir un plan d'action clair sur les enjeux que le collectif aura considéré comme centraux.

Les enjeux

Réussir à faire **participer toutes les parties prenantes et les clients** sur une plateforme unique

Apporter des réponses de manière transparente sur tous les sujets abordés afin de tenir ses engagements



en chiffres

CA :	258M€
Effectifs :	900 salariés 150 exploitants fournisseurs
Fondation :	1951

Notre approche

Comment avons-nous massifié la participation ?

- La mise en place d'une plateforme Cap Collectif pour être en mesure de mobiliser toutes les parties prenantes et clients prêts à participer
- Une stratégie de communication importante
- La présentation d'engagements pour garantir aux participants la prise en compte de leurs interrogations et leurs attentes
- L'intégration d'un module de Questions/Réponses clair, facile d'utilisation et unique pour tous les participants

Comment avons-nous garanti la qualité des contributions ?

- La mise en avant d'éléments clairs (vidéos, démarche, calendrier...) permettant de clarifier les attentes du Vrai sur cette concertation
- La possibilité de poser des questions sur plusieurs thèmes, y compris des thèmes souvent peu abordés dans le milieu agro-alimentaire
- Les premiers éléments de réponses publiés par Vrai sur la plateforme ont permis de crédibiliser le processus et de prouver le bien-fondé de la démarche

Les résultats

Sur **72** jours de consultation :

368 participants

207 questions posées

38 réponses "officielles" apportées par Vrai
1287 soutiens aux questions

6 thématiques de questions : Filière produits, Considérations économiques, Environnement, Éthique, Crise du coronavirus et Autre

