



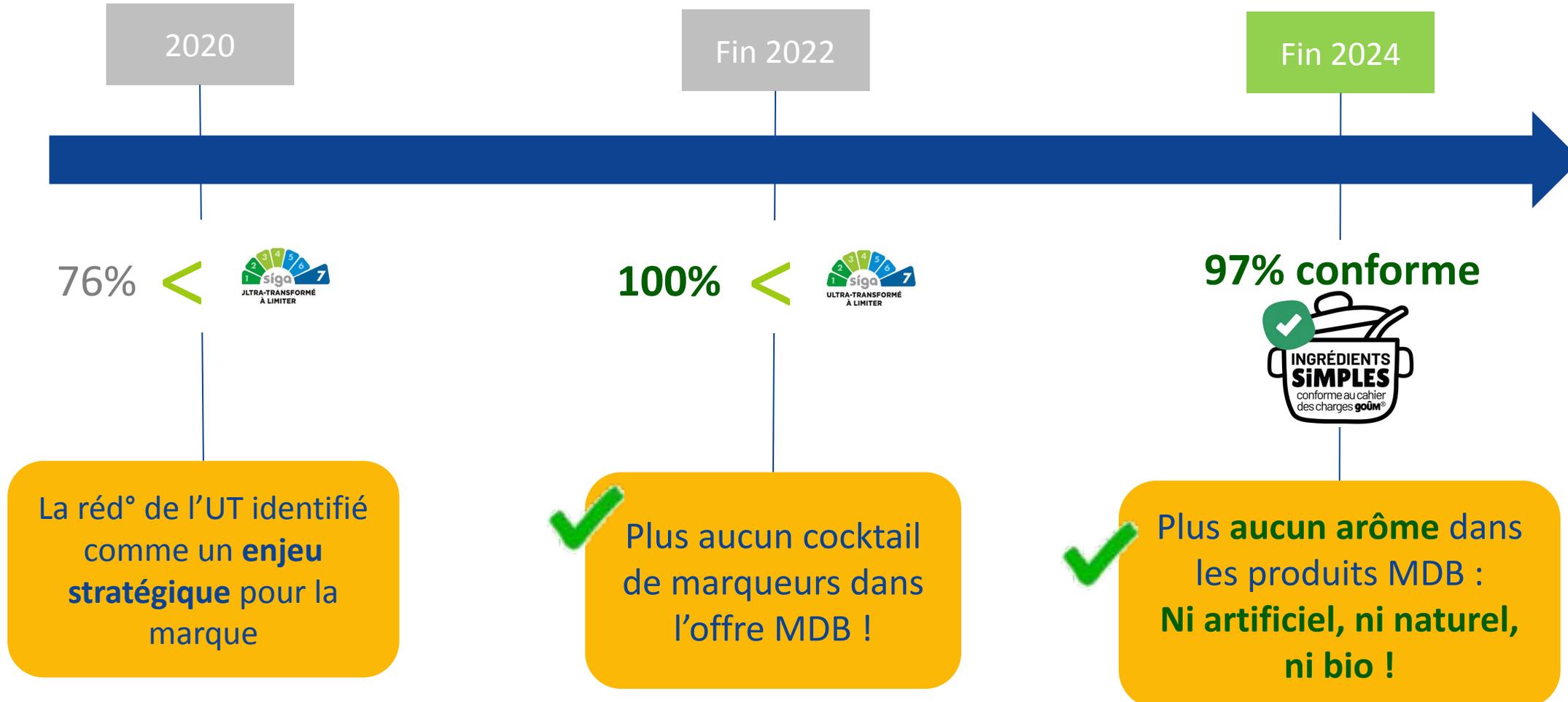
Biocoop, pionnier et engagé dans la réduction de l'ultra-transformation

| L'offre à Marque de Biocoop

- **580** produits porteurs des valeurs de la coopérative
 - Origine des matières premières, et la fabrication en France
 - Commerce équitable
 - Naturalité & réduction de l'ultra-transformation
 - Nutrition
 - Réduction de l'impact **environnemental**



Un engagement depuis plus de 4 ans dans la réduction de l'ultra-transformation



Au départ : embarquer les équipes et améliorer notre mode de fonctionnement

- Un **tiers de confiance** à l'externe pour analyser notre offre
- Un **expert en interne**, sur de la R&D ingrédients
- **Formation des équipes** chefs de produits aux enjeux de la réduction de l'ultra-transformation
- Donner le sens, embarquer nos **fournisseurs** pour les mettre en action sur ces sujets
- **Retravail de nos process de développement**, pour intégrer ces nouvelles contraintes dans nos briefs, et valider les impacts organoleptiques / prix...



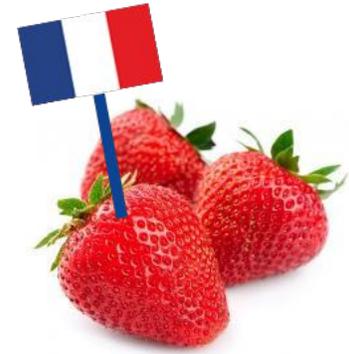
Cas concret : Plus **aucun arôme** dans les produits MDB :
Ni artificiel, ni naturel, ni bio !

*Constat : 1/3 des produits alimentaires de la GMS contiennent des arômes.
Comment on fait sans ?*

*On mise sur des matières
premières savoureuses et
de qualité*



Le vrai goût selon Biocoop Exemple : Yaourt brassé à la fraise



✗ **Aucun arôme pour intensifier le goût**

✓ **Le vrai goût de la fraise apporté uniquement par la teneur en fruits**

✓ **De la fraise cueillie à maturité en France** (c'est le cas pour tous les produits MDB à la fraise ou à la framboise, quand le marché se source majoritairement en Europe de l'Est)

✓ **Une texture qui peut varier en fonction de saison, selon ce que les animaux mangent** (particulièrement vrai pour le lait de brebis)



✓ **Du sucre blond** plutôt que du sucre blanc, **équitable**, comme pour tous les produits à marque de Biocoop

✓ **Du lait entier de vache EQUITABLE,** collecté en France par Biolait

Cas concret : Plus **aucun arôme** dans les produits MDB : **Ni artificiel, ni naturel, ni bio !**

*Constat : 1/3 des produits alimentaires de la GMS contiennent des arômes.
Comment on fait sans ?*

On mise sur des matières premières savoureuses et de qualité



✓ 8% de fraise, cueillie en France à maturité
Du lait entier et du sucre blond équitable

On les remplace par des extraits, proches du naturel



✓ Extrait de vanille

On chasse ceux qui se cachent dans les matières premières



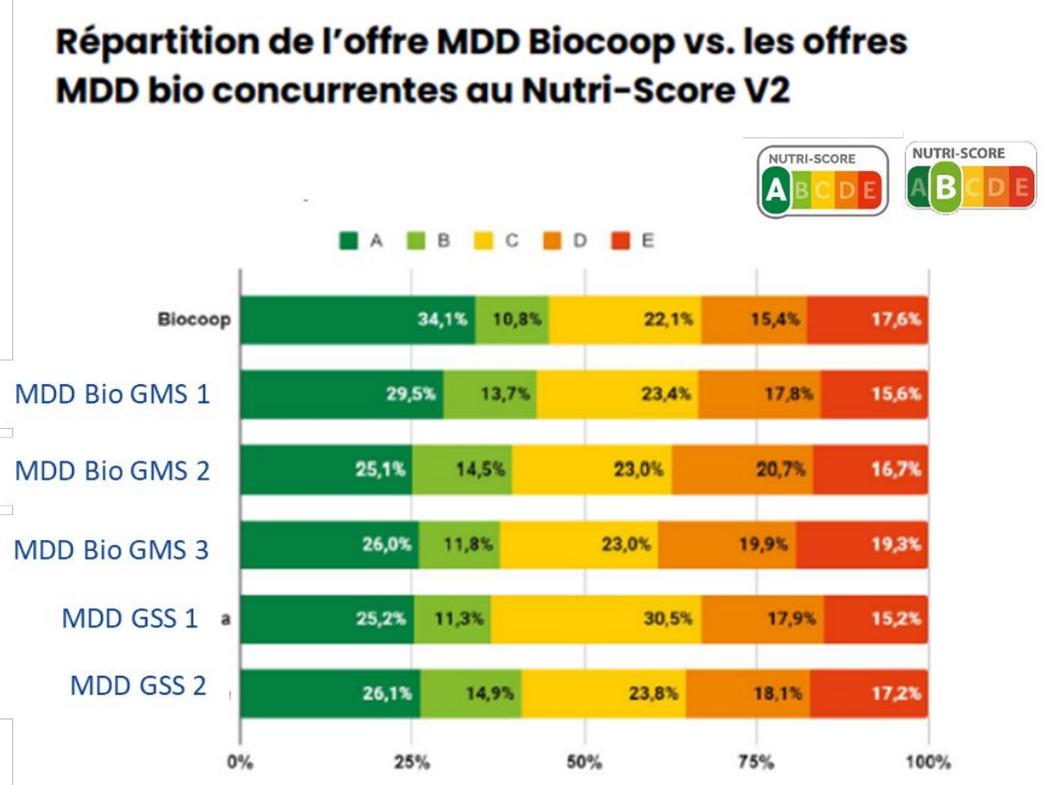
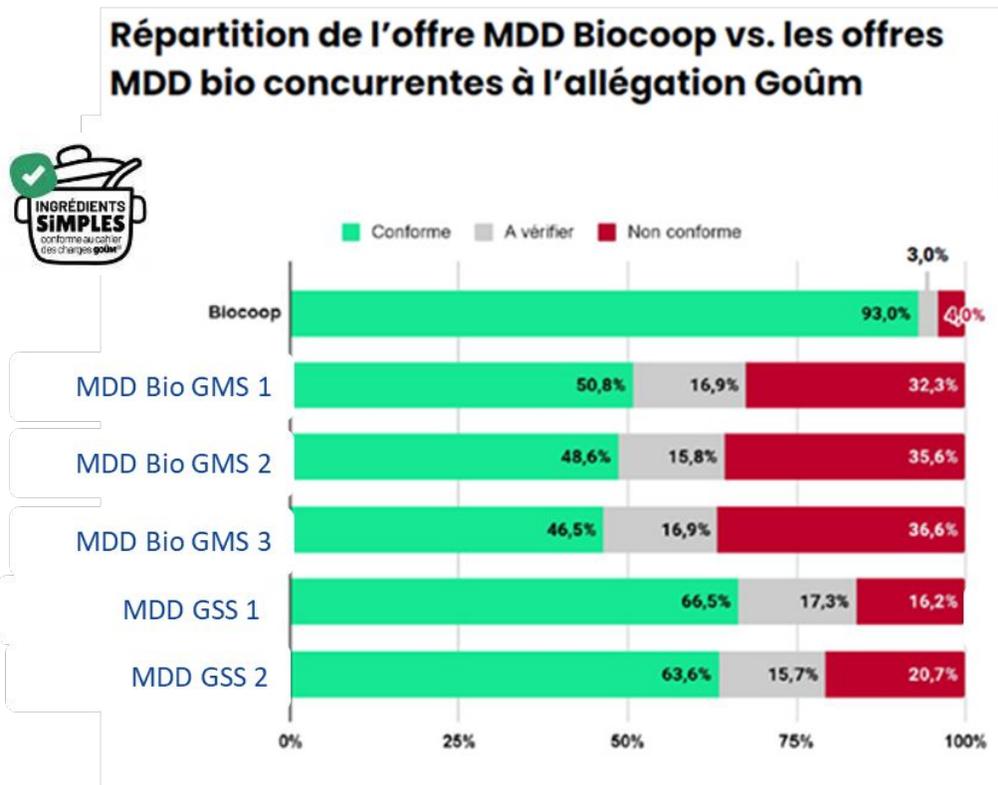
✗ Arôme de vanille dans le chocolat de couverture

On arrête certains produits



Résultat : L'offre Biocoop est la moins ultra-transformée, et reste conforme au marché sur la nutrition

**MDB en croissance : +7,5% en CA
+ dynamique que le reste de l'offre**



| Les difficultés rencontrées

- Assurer la qualité ORGANOLEPTIQUE des produits

Si les recettes ne passent pas le panel externe, elles ne sont pas lancées

- Impact prix, comparons ce qui est comparable

ex : yaourt fraise avec du fruit français, équitable et en pot carton, est plus cher qu'un yaourt avec arôme

- Communication et sensibilisation des consommateurs

L'ultra-transformation commence petit à petit à être connue, mais a encore besoin de pédagogie

Ce n'est pas le seul sujet que la MDB porte, des arbitrages sur les relais on pack

Du changement sur les packagings MDB, pour toujours plus de transparence !

Rendre davantage visibles les engagements de la MDB, via un bloc « **nos engagements** » en cours de déploiement sur l'ensemble des **PACKAGINGS** en 2025



Dos de pack



Décryptons ensemble

Critère de choix clients :

1. Prix
2. Goût
3. Composition / nutrition
4. Origine
5. Mode de production

Origin'info

Simple et didactique, qui met en valeur l'engagement de Biocoop dans la construction de filière et la relocalisation



AB, un repère

93% des consos le connaissent, 85% lui font confiance

Commerce équitable

Moins connu mais au cœur de notre démarche

Le nutriscore, devenu un incontournable

93% des consos le connaissent, 77% lui font confiance



La réduction de l'ultra-transformation

Une orientation forte, mais dont la traduction en « ingrédients simples » n'a pas fait ses preuves aujourd'hui
= la liste d'ingrédients est la meilleure preuve !