DOSSIER 2019 DE PRESSE







La Vie Claire est singulière. Elle a été inspirée par Henri-Charles Geffroy, un homme visionnaire et humaniste qui souhaitait faire partager sa conception d'une alimentation naturelle, simple et d'une vie saine.

70 ans après ses premières prises de parole, nous ne nous sommes jamais sentis aussi proches des convictions de notre fondateur. Plus que jamais,



Brigitte Brunel Marmone Présidente du Directoire La Vie Claire

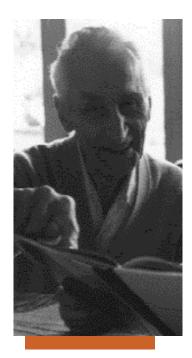
nous avons à cœur de défendre les valeurs de la bio, de transmettre et partager une autre façon de se nourrir en adoptant un comportement écologiquement responsable.

Depuis sa création en 1948, La Vie Claire affiche des convictions fortes. Parce que nous sommes indépendants, nous sommes libres de nos choix, libres de nos actes, libres de penser et d'agir autrement. Etre indépendant, c'est défendre un modèle agricole durable, c'est surpasser la réglementation bio et être intransigeants sur la qualité, libres de développer notre propre gamme de produits bio et de la soumettre à des autocontrôles pour offrir toutes les garanties attendues par nos clients. C'est choisir nos partenariats, nos producteurs et leur apporter un soutien absolu... et enfin, c'est rendre accessible nos produits au plus grand nombre!

Chez La Vie Claire, depuis 70 ans, notre indépendance nous permet de dessiner une autre bio. Une bio exigeante, éthique, solidaire, française et savoureuse.

La Vie Claire, une entreprise experte, légitime et historique

Henri-Charles GEFFROY, un fondateur libre et éclairé, pionnier de l'alimentation bio



Henri-Charles Geffroy, fondateur de La Vie Claire, souffrant des conséquences de son exposition au gaz ypérite durant la Première Guerre mondiale, a fait à l'époque le choix radical de repenser entièrement sa manière de s'alimenter. Pour sa propre consommation et dans l'espoir d'accroître son espérance de vie, il a imaginé un régime basé sur les céréales, les fruits et les légumes.

Soucieux de la qualité des aliments et s'opposant à l'industrialisation de l'alimentation, cet homme visionnaire s'engage alors dans la défense d'une agriculture respectueuse des lois naturelles et développe un engagement fort au service du corps et de l'esprit.

Afin de partager ses méthodes d'alimentation

saine, Henri-Charles Geffroy crée le journal La Vie Claire en août 1946. Face au succès rencontré et à la demande de ses lecteurs, il décide de développer et de commercialiser des aliments en phase avec les normes recommandées dans la revue



En mars 1948, La Vie Claire voit le jour avec l'ouverture de la première coopérative et le lancement des premiers produits estampillés de la marque. Elle devient ainsi la première enseigne et la première marque de produits à respecter les principes qui fondent aujourd'hui le label Agriculture Biologique : une production dans le respect de la nature et des hommes, sans produit chimique de synthèse.

Le réseau et l'offre de produits se développent au cours des années et s'enrichissent de nouvelles connaissances en matière d'alimentation biologique.

En 1996, La Vie Claire est rachetée par le groupe Distriborg, leader de l'alimentation biologique dirigé par Regis Pelen. En 2000, ce dernier cède le groupe mais conserve La Vie Claire et en fait l'entreprise familiale et indépendante que l'on connait aujourd'hui.

Les dates clés

- 1946 Création de la revue « La Vie Claire » par Henri-Charles Geffroy.
- 1948 Création de la première coopérative La Vie Claire à Paris, et commercialisation des premiers produits de la marque.
- 1965 La Vie Claire compte 94 magasins.
- 1980 Le Groupe Bernard Tapie reprend La Vie Claire.
- **1996** Le Groupe Distriborg de Régis Pelen, leader de l'alimentation biologique reprend La Vie Claire.
- 2000 Régis Pelen cède le groupe Distriborg mais conserve La Vie Claire à titre personnel. La Vie Claire est alors en très mauvaise santé avec seulement 80 magasins.
- 2001 Brigitte Brunel Marmone, spécialiste de la bio, prend la direction de La Vie Claire. Avec l'équipe, elle insuffle un nouveau dynamisme à la marque qui repense ses magasins et sa gamme de produits. Modernisation des points de vente, extension du réseau et création de nouveaux produits permettent à la marque de poursuivre son développement.
- 2002 La Vie Claire poursuit sa croissance en développant les produits de sa à 2010 marque propre et en multipliant les ouvertures de magasins intégrés et franchisés.
- 2010 La Vie Claire compte désormais 200 points de vente et poursuit son engagement pour permettre au plus grand nombre d'accéder aux produits bio en développant sa propre gamme de produits à la marque La Vie Claire.
- 2011 La Vie Claire inaugure son nouveau siège social à Montagny. Le bâtiment est entièrement labellisé HQE (Haute Qualité Environnementale) et BBC (Bâtiment Basse Consommation), marquant un peu plus l'engagement environnementale de l'enseigne.
- **2014** La Vie Claire est certifiée ISO 9001, devenant ainsi la seule chaîne de magasins bio à être labellisée.
 - 1ère communication en TV pour l'enseigne qui compte 230 magasins.
- 2011 Une croissance continue du réseau de magasins intégrés et franchisés, un
- à 2016 large développement de la gamme de produits en marque propre qui compte désormais 1 900 références et 289 magasins.
- 2016 Ouverture de 40 magasins. Un nouveau concept d'aménagement des points de vente voit le jour avec l'utilisation de matériaux plus écologiques et un parcours client facilité.
 - La Vie Claire est le première enseigne bio labellisée Bioentreprisedurable®.
- **2017** Lancement d'un programme fidélité national et d'une application mobile communautaire.
- 2018 La Vie Claire fête ses 70 ans et réaffirme sa mission :
 « La bio depuis toujours et pour toujours ».
 Le réseau compte plus de 350 magasins.

La Vie Claire aujourd'hui, 2^{ème} enseigne de la distribution spécialisée en bio

Répartition du capital :



870/0 Famille Pelen

110/0 Direction et collaborateurs

20/0 Fonds de Dotation La Vie Claire - Éric Pelen



353 magasins dont 105 intégrés

1900 produits bio à la marque La Vie Claire





200 nouveautés La Vie Claire chaque année

6000 références en moyenne en magasin





75 Petits Prix Bio®, des produits de consommation auotidienne

300 M€ de CA pour l'ensemble du réseau en 2018





+120/0 de chiffre d'affaires en un an

980 collaborateurs soit 838 équivalents temps plein (ETP)

88 emplois (ETP) créés en 2018

*Chiffres fin décembre 2018

Le réseau de magasins La Vie Claire, témoin des engagements de l'enseigne

Fin 2018, le réseau de magasins La Vie Claire était composé de 353 points de vente répartis partout en France en deux entités :

Les magasins intégrés :

105 magasins, situés essentiellement en Île-de-France et en Auvergne-Rhône-Alpes.

Les magasins franchisés:

248 magasins, quadrillent le territoire français, les DOMTOM et quelques pays étrangers.

Ces magasins sont tenus par des hommes et des femmes engagées, qui ont à cœur de promouvoir et de partager une meilleure alimentation en contribuant au **développement de la bio.**



Moderne et chaleureux, le concept des magasins La Vie Claire mise sur du mobilier et des espaces repensés, en adéquation avec une démarche éco-responsable.

Ainsi, La Vie Claire s'engage concrètement à travers:

- l'utilisation de peintures dépolluantes et sans solvant qui captent et détruisent des polluants de l'air ambiant,
- · un mobilier en bois éco-conçu, certifié PEFC,
- · des dispositifs visant à réduire les consommations d'énergie : frigos fermés, détecteurs de mouvements, éclairage basse consommation...
- un contrat spécifique avec EDF pour soutenir les filières de production d'électricité renouvelable.





L'audit énergétique et le bilan des émissions de gaz à effet de serre réalisé en 2017 a prouvé le gain énergétique de 22% par rapport à l'ancien concept de magasin.

Les magasins sont contrôlés par l'organisme indépendant ECOCERT®. En plus des contrôles réglementaires, La Vie Claire s'impose un cahier des charges plus exigeant : température des frigos, fraîcheur des fruits et légumes...

Une stratégie forte et différenciante

La marque La Vie Claire: LA signature de l'entreprise

Avec 1900 produits bio à sa marque, La Vie Claire reste la marque qui propose l'offre de produits bio la plus large du marché.

Lancée dès l'origine, elle permet de consommer bio au quotidien et propose :

- · Le pain bio,
- Les produits frais : crèmerie, produits carnés, traiteur végétal...
- •• Toute l'épicerie traditionnelle sucrée et salée : les huiles, boissons, biscuits, mueslis, confitures, farines, céréales, pâtes, conserves de légumes, fruits secs...
- •• Les produits bio en vrac



Chaque année, la marque La Vie Claire innove et s'enrichit de 200 nouvelles références



D'autres familles de produits spécialisés :

- · Les produits sans gluten et bio,
- •• La phytothérapie : des plantes en vrac, en sachets et des extraits fluides,
- •• Les huiles essentielles,
- •• Les produits d'hygiène et de cosmétiques, labellisés Cosmébio®,
- •• Les produits d'entretien labellisés Ecocert®.





La stratégie La Vie Claire pour 2019

Pour relever les défis auxquels elle fait face dans un contexte de marché si évolutif, La Vie Claire renforce son cap en 2019 pour :

- Préserver son Indépendance, garante de son agilité et de sa réactivité,
- Poursuivre l'expansion de son parc de magasins avec l'ouverture d'une cinquantaine de points de vente, toujours en respectant des développements en magasins intégrés et en franchise.
- Agir pour le développement d'une agriculture durable. À l'heure des changements climatiques qui amplifient les menaces déjà existantes, La Vie Claire est consciente que son défi actuel réside dans sa capacité à assurer la sécurité alimentaire et nutritionnelle tout en préservant l'environnement. L'agriculture durable est juste le retour moderne aux principes mêmes de l'agriculture ancestrale, qui préservait ses ressources, recyclait ses déchets et protégeait ses semences et ses espèces. Pour La Vie Claire, la préservation des ressources naturelles est le modèle qui doit s'imposer à nous, pour nous et les générations futures.
- Ne pas transiger sur la qualité des produits à sa marque.
 Depuis 70 ans, son énergie et son expertise sont à l'origine

- d'une offre unique en termes de d'exigences, de rigueur, de contrôles. La Vie Claire est décidée à aller encore plus loin : renforcement de ses cahiers des charges, obligations renforcées auprès de ses partenaires fournisseurs, multiplication des critères d'analyse...
- •• En tant qu'entreprise majeure de la bio, La Vie Claire attache une très grande importance à la mise en place de relations durables, équitables et bienveillantes avec ses partenaires. C'est ainsi qu'elle peut s'engager à leurs côtés pour sécuriser les filières mais aussi s'engager dans le développement de nouvelles qui lui soient propres. L'obtention de la certification Bioentreprisedurable® reflète bien cet engagement.

En 2019, La Vie Claire choisit également d'affirmer son territoire de marque, de révéler sa personnalité à travers une posture de marque très forte. Grâce à *une nouvelle campagne de communication multicanale*, l'entreprise souhaite marquer ses différences, créer la préférence auprès des consommateurs qui ont de plus en plus de choix dans la bio. La Vie Claire s'adresse à tous ceux qui prennent conscience de l'importance de leurs choix de consommation.

Engagement N°1: Être accessible

Des « Petits Prix Bio° » et des promotions toute l'année

Rendre la bio accessible à tous fait partie de la vocation de La Vie Claire. L'enseigne propose des Petits Prix Bio® sur 75 références bio du quotidien à sa marque et met en place chaque mois une sélection de produits en promotion pour répondre aux besoins et envies du moment.

Ma Vie Claire : un programme de fidélité national pour consommer bio au quotidien

Ce programme de fidélité sans carte permet aux adhérents de cumuler des points grâce à leurs achats et leur participation à la communauté de partage de l'enseigne disponible via l'application Ma Vie Claire.



- •• Partager la vision d'une bio positive et gourmande avec les autres consommateurs La Vie Claire
- Consulter des recettes et astuces bio
- Géolocaliser le magasin le plus près de chez soi
- •• Visualiser son compte et les points cumulés

L'occasion aussi pour les clients adhérents au programme de recevoir des offres ciblées et des réductions tout au long de l'année.

Le conseil en magasin : la transmission au cœur de la relation

La pédagogie et le partage font partie intégrante de l'ADN de La Vie Claire. Les conseillers en magasin bénéficient chaque année de plus de 12000 heures de formation en nutrition et naturopathie, leur permettant d'informer et de conseiller les consommateurs sur les produits La Vie Claire, leurs qualités et utilisations.







Engagement N°2:

Défendre un modèle agricole durable et solidaire

En tant qu'entreprise référente de la bio, La Vie Claire porte des responsabilités environnementales et sociétales fortes, qui vont au-delà de la promotion d'une Agriculture Biologique. Cela passe par:

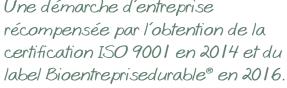
Le respect de l'environnement et de la biodiversité

- Respecter le rythme des saisons et les cycles de vie des plantes.
- •• Écarter les risques de pollution incontestablement néfastes à la santé et à l'environnement,
- Participer au bien-être des animaux,
- Privilégier la production d'aliments sains respectueux de la nature et des hommes,
- •• Veiller à limiter l'impact environnemental grâce à un bâtiment logistique et à des bureaux Haute Qualité Environnementale / Bâtiment Basse Consommation et à la démarche d'éco-conception de nos magasins.

Le développement pérenne de ses partenaires

- Développer des relations loyales et durables avec ses partenaires basées sur la bienveillance, le respect et le développement mutuel,
- •• Structurer les filières de production et de transformation des produits biologiques (cf. page 12)

Une démarche d'entreprise récompensée par l'obtention de la certification ISO 9001 en 2014 et du











Engagement N°3:

Se montrer intransigeant sur la qualité

Chaque année, environ 200 nouveaux produits La Vie Claire naissent de la collaboration étroite entre producteurs, fournisseurs et les services qualité et marketing-achats de l'enseigne. Tous sont engagées dans une démarche qualité très exigeante.

La Vie Claire élabore ainsi ses produits de A à Z. Résultat : elle maîtrise toutes les étapes de conception et s'assure qu'ils soient 100% sûrs, respectueux de l'environnement et du travail des hommes. Puis, la marque suit ses produits à la loupe via un programme d'analyses et de contrôles très complet, confié à 5 laboratoires partenaires experts, indépendants et accrédités COFRAC*.

Labellisés « Agriculture Biologique », les produits La Vie Claire issus d'exploitations agricoles sont contrôlés par des organismes certificateurs comme *ECOCERT®*: ce label garantit un mode de culture sans utilisation de pesticides de synthèse, ni engrais chimiques.

La Vie Claire propose aussi des produits bio labellisés *Demeter*, cultivés en biodynamie, à l'image de ses jus de légumes lactofermentés.

Enfin, les produits qui ne relèvent pas de l'agriculture (poissons sauvages, produits d'entretien, cosmétiques...) sont soumis aux certifications les plus strictes : *Cosmébio®*, *Cosmos Organic*, *Ecodétergents*, *Nature et Progrès*...



^{*}Comité Français d'Accréditation

Engagement N°4:

S'imposer de dépasser la réglementation bio

Marque engagée depuis le début de son histoire, La Vie Claire s'est fixée une priorité absolue : garantir la qualité nutritionnelle, biologique et gustative irréprochables de ses produits.

Pour y parvenir, la marque s'est fixée des cahiers des charges bio plus exigeants que la réglementation en vigueur en France et dans l'Union Européenne. Cette sécurité participe également à la fiabilisation des filières de production biologiques.

ALIMENTAIRE — Cahier des charges	La Vie Claire	La réglementation
Taux de pesticides recherche de résidus de pesticides de synthèse et d'engrais chimiques en cas de contamination fortuite	< 0,02 mg/kg	Pas de seuils définis par la réglementation bio
PBO (pipéronyl butoxide)	< 0,07 mg/kg	Autorisé comme synergisant pour les pesticides naturels comme le pyrèthre
OGM	<mark>0,1%</mark> (minimum détectable)	0,9%

COSMÉTIQUE — Cahier des charges	La Vie Claire	Label Cosmébio®	Label Cosmos Organic°
Ingrédients d'origine naturelle	98% minimum	95% minimum	95% minium
Ingrédients issus de l'Agriculture Biologique sur le total des ingrédients	20%	10%	20% pour les produits non rincés 10% pour les produits à rincer
Ingrédients végétaux issus de l'Agriculture Biologique	97%	95%	95% sur l'ensemble des ingrédients pouvant être bio (végétaux, cire d'abeille, lait etc)







Aussi, La Vie Claire réalise des tests complémentaires en fonction des produits :

- · analyses nutritionnelles,
- dosage de mycotoxines (toxines sécrétées par les champignons dans les produits céréaliers, fruits secs, cafés),
- dosage du gluten,
- analyses spécifiques sur les miels (authenticité, absence de chauffage, origine florale et géographique),
- mesure de l'indice de peroxyde des huiles pour prévenir le risque de rancissement précoce,
- absence de métaux lourds (plomb, cadmium, mercure, arsenic) et de polluants comme la dioxine ou le furane.

Pour résumer, La Vie Claire garantit à ses consommateurs :



L'absence totale de pesticides de synthèse



L'absence totale d'OGM



L'interdiction de l'usage d'engrais chimiques



L'absence ou la présence d'allergènes totalement maîtrisée



Une haute qualité nutritionnelle et gustative



L'info en 🛨

En cas de dépassement du seuil qu'elle s'est fixée, par exemple lors d'une contamination fortuite (par le sol ou l'air), La Vie Claire s'engage à retirer les produits concernés de ses rayons.



Engagement N°5:

Garantir un soutien absolu à ses producteurs

Convaincue que les meilleurs produits naissent d'une relation de qualité, La Vie Claire s'engage auprès de ses producteurs et instaure avec eux un climat d'équilibre et de respect.

Objectifs : travailler sur le long terme avec ces mêmes producteurs et participer à leurs côtés à l'essor des filières bio.

L'engagement auprès des filières biologiques se traduit à plusieurs niveaux :

- •• Garantir *une relation équitable* avec ses partenaires, basée sur des *prix justes*,
- Accompagner les conversions en Agriculture Biologique, en assurant à ses partenaires un volume de vente garanti sur un prix contractualisé et évolutif en fonction du coût de la vie et des évolutions de charge,
- Soutenir le développement et la diversification des activités afin de pérenniser les volumes de production et de fabrication.
- •• Se porter solidaire de ses partenaires en cas de coups durs,
- •• Fixer des *standards intransigeants* en matière de qualité sanitaire et nutritionnelle.

L'aide à la conversion

Pour qu'une culture bénéficie de la mention « Agriculture Biologique », il faut que le producteur suive strictement le cahier des charges de l'Agriculture Biologique durant 3 ans. Mais à partir de la 2° année, le produit est aussi sain qu'un produit bio et peut bénéficier de la mention « en conversion vers l'Agriculture Biologique ». La Vie Claire soutient ses producteurs en achetant leurs fruits et légumes au prix bio dès la 2° année. Ainsi, elle aide la bio à se développer sur le territoire national, soutient l'emploi local et propose à ses clients de s'associer à cette démarche en magasin en indiquant les produits en conversion.



🔎 Zoom sur les fruits et légumes

Les rayons fruits et légumes des magasins La Vie Claire compte plus de 200 références bio selon la saison et cultivés selon les exigences de la marque. Privilégier des producteurs locaux lui également permet de environnementaux engagements réduisant le transport des marchandises. Afin de participer au développement des tissus agricoles locaux, les magasins leurs producteurs régionaux. Seule condition: que ces derniers respectent la charte La Vie Claire en plus du cahier des charges de l'Agriculture Biologique.

"En contact permanent avec les groupements de producteurs et les agriculteurs indépendants, j'entretiens avec eux des liens de proximité privilégiés. La dimension humaine et locale est essentielle pour nous! Le secteur bio est plus vulnérable aux aléas climatiques ou aux attaques de nuisibles que l'agriculture conventionnelle : notre partenariat sécurisant est très précieux pour les agriculteurs."

Sébastien Bas Responsable fruits et légumes chez La Vie Claire



Ce lien de solidarité permet à La Vie Claire de nouer des relations de confiance dans la durée.

- de 10 ans de partenariat avec 93 fournisseurs
- de 20 ans de partenariat avec 18 fournisseurs
- de 30 ans de partenariat avec 3 fournisseurs



Nos producteurs d'abricots secs de Malatya, Turquie, filière Happy Village

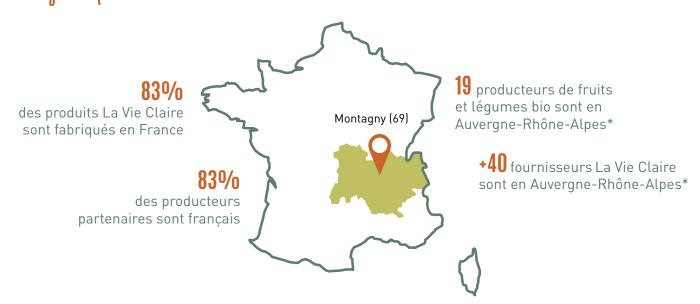
Les programmes solidaires : défendre les savoir-faire traditionnels et locaux

Pour les produits non cultivés en France, La Vie Claire apporte son aide aux filières des pays émergents dont la situation est parfois précaire.

Assistance technique en agronomie, aide financière pour les analyses produits et la certification bio, prix d'achat revalorisé, soutien aux villageois : les différents programmes mis en place sont gages de pérennité pour des producteurs défendant des savoir-faire traditionnels. Parmi ces programmes, « Happy Village » soutient la production de fruits secs en Turquie.

La filière d'amande d'Espagne est aussi un exemple de fidélité et d'engagement pour une filière bio d'excellence. Il y a une quinzaines d'années, la région de la vallée de Villena souffrait de la désertion des agriculteurs en raison de son climat. La Vie Claire a choisi de soutenir le projet de réhabilitation de ces amandes en culture bio dans cette vallée. Aujourd'hui, elle sécurise cette exploitation en s'engageant sur l'achat des récoltes à l'année.

Privilégier les partenaires français et locaux



^{*} Région d'implantation de la plateforme logistique et du siège La Vie Claire, à Montagny (69)

La Vie Claire, une entreprise engagée pour l'environnement

La Vie Claire ne se contente pas de développer et vendre des produits biologiques. En cohérence avec son engagement, l'entreprise s'inscrit dans une véritable démarche éco-responsable à tous les niveaux.

Réduction de consommation énergétique, utilisation de matériaux durables, respect des ressources naturelles de la planète : le siège social de La Vie Claire et sa plateforme logistique, inaugurés en 2011, sont entièrement labellisés HQE (Haute Qualité Environnementale) et BBC (Bâtiment Basse Consommation).

La Vie Claire a également instauré *un tri et un recyclage des déchets responsable* en partenariat avec la société PAPREC. Le site de Montagny près de Lyon est équipé d'un composteur réduisant considérablement les déchets cartons et plastiques. Ce partenariat permet :

- •• 96 tonnes de cartons, plastiques et papier recyclées
- •• 1627 arbres sauvés
- •• 9569 M³ d'eau préservés
- •• 95 685 litres de pétrole économisés
- •• 287 m³ de volume d'enfouissement économisés
- •• 239 tonnes de CO, économisés

Aussi, La Vie Claire recycle l'ensemble de ses déchets y compris le bois et les palettes qui sont repris par un spécialiste qui les rénove et les commercialise.

Le transport des marchandises est également au cœur des préoccupations environnementales de la marque. Un partenariat avec STEF-TFE, transporteur engagé dans une démarche de développement durable est effectif depuis plusieurs années. Le transporteur veille ainsi à optimiser ses flux de tran sports, à s'équiper de camions plus écologiques et forme ses conducteurs à l'éco-conduite. Ces mesures permettent de limiter les kilomètres parcourus et de réduire l'impact de l'activité logistique sur l'environnement.

Le site logistique La Vie Claire, c'est

- · une consommation des bâtiments 52% inférieure à la référence du calcul thermique réglementaire,
- 6413 M² de panneaux photovoltaïques installés sur 72% de la toiture du bâtiment.







La Vie Claire mobilisée pour une société plus juste

La Vie Claire est impliquée depuis plusieurs années pour de grandes causes correspondant à ses valeurs. Aides aux plus démunis, actions sociales positives ou promotion de systèmes agricoles respectueux de l'environnement : l'entreprise investit pour soutenir des associations engagées dans des actions environnementales et sociétales.

Chaque année, La Vie Claire donne régulièrement des produits à *Handicap International*, *au Téléthon*, *au Secours Populaire* ou encore à des associations ou évènements sportifs locaux.

Don de matériel informatique

La Vie Claire donne également une seconde vie aux ordinateurs de ses collaborateurs en en faisant don à deux associations :

- ••La Passerelle d'Eau de Robec, une épicerie sociale et solidaire qui met en place des ateliers informatiques pour ses adhérents,
- •• L'association Anciela qui encourage les initiatives citoyennes et écologiques à Lyon.

Lutte contre le gaspillage

Au-delà de l'aspect économique, la lutte contre le gaspillage correspond aux convictions de partage et d'entraide défendues par La Vie Claire. Chaque année, elle réalise entre 30 et 40 tonnes de dons alimentaires à la Banque Alimentaire qui lutte depuis 30 ans contre le gaspillage alimentaire et à l'association Oasis d'Amour engagée auprès des populations exclues. Aussi, depuis 2017, plusieurs magasins du Rhône ont souscrit à ProxiDon, un nouveau service pour faciliter le don alimentaire de proximité.

Le Fonds de dotation La Vie Claire - Éric Pelen : agir pour l'entreprenariat

Créé par Régis Pelen, Président du Conseil de Surveillance de La Vie Claire et sa famille, ce Fonds de dotation accompagne les entrepreneurs, les créateurs d'entreprise ou les agriculteurs sur des projets ayant vocation à protéger et respecter l'environnement naturel, la biodiversité et le lien social.

Ces projets doivent répondre à 3 critères cohérents avec les valeurs de La Vie Claire :

- Créer des emplois et du lien social à moyen et long terme
- Développer des actions concrètes locales, plus particulièrement en Rhône-Alpes
- · Être innovants



Depuis 70 ans, NOTRE INDEPENDANCE.

nous rend libre de nos choix et de nos actes. Seule l'indépendance donne le pouvoir de penser et d'agir autrement.

Etre indépendant, c'est :

DÉFENDRE UN MODÈLE AGRICOLE DURABLE S'IMPOSER DE SURPASSER LA RÉGLEMENTATION BIO ETRE INTRANSIGEANT SUR LA OUALITÉ GARANTIR UN SOUTIEN ABSOLU À SES PRODUCTEURS ETRE À LA FOIS ACCESSIBLE ET SOLIDAIRE

LA VIE CLAIRE

Contacts presse

lavieclaire **≫** @_lavieclaire



SONIA BERNET: 04 72 40 54 12 | 06 18 64 24 08 s.bernet@bonne-reponse.fr

LAURENE SORBA: 04 72 40 54 13 | 06 16 54 55 08

l.sorba@bonne-reponse.fr

Agence Bonne réponse

