La Vie Claire

1ER RÉSEAU DE MAGASINS BIO EN FRANCHISE*

Rejoignez-nous !

* EN FRANCE DANS LA DISTRIBUTION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Édito

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, 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. Être indépendant, c'est défendre un modèle agricole durable, c'est surpasser la réglementation bio et être intransigeant sur la qualité, libres de développer nos propres gammes de produits bio et de les 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**.

Brigitte Brunel Marmone
Présidente du Directoire

70 ANS D'INDÉPENDANCE

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 rachète La Vie Claire.

1996 • Le Groupe Distriborg de Régis Pelen, leader de l'alimentation biologique rachète La Vie Claire.

2000 • Régis Pelen cède le groupe Distriborg mais conserve La Vie Claire à titre personnel, convaincu du potentiel de la marque.

2001 • Brigitte Brunel Marmone, spécialiste de la bio, prend la direction de La Vie Claire. 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.

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 gamme de produits en marque propre.

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'éthique environnementale de l'enseigne.

2014 • La Vie Claire **est certifiée ISO 9001**, devenant ainsi la seule chaine de magasins bio à être labellisée. 1ère communication en TV pour l'enseigne aux 230 magasins.

2011 2016 • **Une croissance continue**, un large développement de la gamme de produits en marque propre qui compte désormais 1 850 références et 289 magasins.

2016 • Ouverture de 40 nouveaux magasins. **Un nouveau concept d'aménagement des points de vente voit le jour avec l'utilisation de matériaux plus écologiques et un parcours clients facilité**.

2017 • Déploiement d'un **programme de fidélité national** accompagné d'une **application mobile** : Ma Vie Claire.

2018 • La Vie Claire passe le cap des 350 magasins.

2019 • La Vie Claire affirme une nouvelle posture de marque et réaffirme son **Indépendance**.

LE MARCHÉ DE LA BIO EN FRANCE EN 2018*

9,1 % milliards d'euros
(+15,4 % / 2017)

LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

17 % des Français
déclarent consommer bio depuis moins d'un an

71 % des Français
déclarent consommer bio au moins une fois par mois

5 % des achats alimentaires des Français sont bio

L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

2 millions d'hectares cultivés en bio
+17% de surface cultivée en bio par rapport à 2017

+31 % de surfaces
en première année de conversion vers la bio
(268 000 Ha)

22 % de surfaces certifiées bio
(1,5 million d'Ha) soit 7,5% de la surface agricole utile

LES MAGASINS SPÉCIALISÉS EN FRANCE

3 100 millions d'euros

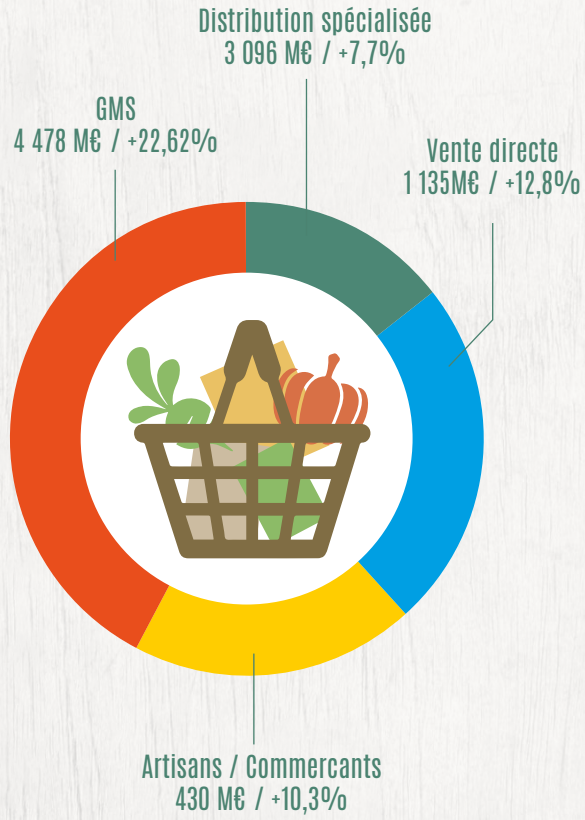
Part de marché en CA : **34 %**

2 923 magasins bio en France

240 ouvertures dont 53 magasins La Vie Claire

Surface moyenne : **235 m2**

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRE 2018 (VS 2017)*



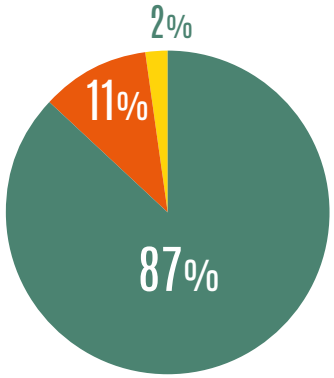
* Source Agence Bio

LA VIE CLAIRE UNE ENTREPRISE INDÉPENDANTE, DYNAMIQUE ET EN CROISSANCE

LA VIE CLAIRE, UNE ENTREPRISE FAMILIALE INDÉPENDANTE

Répartition du capital de La Vie Claire :

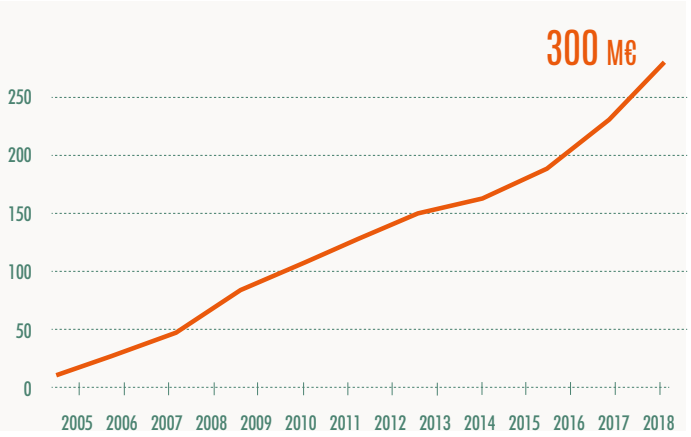
- Famille Pelen
- Direction et collaborateurs
- Fonds de dotation La Vie Claire - Éric Pelen



CHIFFRE D'AFFAIRES DES MAGASINS EN PRIX PUBLICS EN M€

300 M€
DE CA POUR L'ENSEMBLE DU RÉSEAU EN 2018

+12%
DE CHIFFRE D'AFFAIRES



365 Magasins LA VIE CLAIRE
120 Magasins en propre

245 Magasins franchisés
(à fin septembre 2019)

UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

• Préserver l'indépendance de La Vie Claire

C'est la valeur fondamentale du développement de l'enseigne. Elle garantit son agilité, sa réactivité et la liberté d'agir chaque jour pour une autre idée de la Bio.

• Poursuivre l'expansion du parc de magasins

Avec un objectif d'ouverture de nouveaux points de vente, intégrés et franchisés, afin de rendre la Bio toujours plus accessible, au plus grand nombre.

• Agir pour le développement d'une agriculture durable

Une très grande importance est accordée à la mise en place de relations durables, équitables et bienveillantes entre La Vie Claire et ses partenaires. L'entreprise soutient les actions qui sécurisent les filières et en développe de nouvelles. À l'heure où l'urgence climatique est une réalité, La Vie Claire oeuvre pour un modèle de société qui assure la sécurité alimentaire tout en préservant les ressources naturelles.

• Être exemplaire sur la qualité des produits à la marque La Vie Claire

Depuis 70 ans, l'expertise de La Vie Claire a permis la création d'une offre unique en termes d'exigence, de rigueur et de contrôles. L'entreprise va plus loin que les normes en vigueur : cahiers des charges renforcés, obligations pour nos partenaires accrues, critères d'analyses multipliés…

La recherche d'une Bio d'excellence est au cœur de tout !

L'ORGANISATION HUMAINE DE LA SOCIÉTÉ AU SERVICE DES POINTS DE VENTES

En 2018

980 COLLABORATEURS
(SOIT 837 ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN)

88 EMPLOIS CRÉES
(EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN)

UNE ÉQUIPE DE COLLABORATEURS MOTIVÉS ET COMPÉTENTS AVEC PLUS DE 270 COLLABORATEURS SUR LE SITE DE MONTAGNY :

- La direction
- Le service commercial et développement pour la France et l'export
- Le service client
- Le marketing / achats
- L'équipe communication et digital
- Le service qualité
- Les approvisionnements
- Le service administratif et financier
- Le service fruits et légumes
- La logistique

LA PLATEFORME DE MONTAGNY :

- Un bâtiment certifié HQE et BBC, éco-construit et éco-géré avec une **consommation des bâtiments 52% inférieure** à la référence du calcul thermique règlementaire.
- **6 413 m² de panneaux photovoltaïques** recouvrent 72% de la toiture du bâtiment.
- Démarche de tri et recyclage des déchets en partenariat avec la société Paprec, ce qui a permis de **recycler 128 tonnes de papier** en 2018.
- Une organisation logistique performante avec **la possibilité d'être livré sous 24h plusieurs fois par semaine.**
- Facilité et simplification des approvisionnements avec plus de **6 000 références stockées sur notre entrepôt de 13 000 m2.**

LA MARQUE LA VIE CLAIRE,
UNE OFFRE LARGE ET DES RECETTES UNIQUES

La gamme La Vie Claire est la plus large du marché avec des produits distribués en exclusivité dans les points de ventes de l'enseigne.

+ DE 150 NOUVEAUTÉS LANCÉES CHAQUE ANNÉE POUR ANIMER VOS MAGASINS !

1900 RÉFÉRENCES DE PRODUITS À LA MARQUE LA VIE CLAIRE.

LES CATÉGORIES DE PRODUITS INCONTOURNABLES AU QUOTIDIEN :

- 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 (plus de 160 références).

D'autres familles de produits spécialisés, en forte progression :

- 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®.

UNE SÉLECTION DE MARQUES NATIONALES PARTENAIRES

- Un choix unique de plus de 4 000 références sélectionnées auprès des marques leaders, dans toutes les catégories de produits.

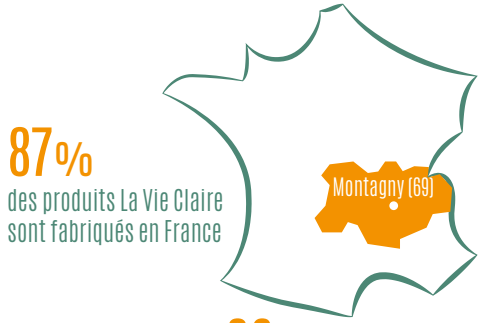
La Vie Claire
privilégie autant que possible
la production française

LA VIE CLAIRE
NOTRE MARQUE D'ENGAGEMENT

AGIR POUR DÉVELOPPER LES FILIÈRES BIO

Convaincue que les meilleurs produits naissent d'une relation de qualité, La Vie Claire noue des partenariats durables avec l'ensemble de ses 300 partenaires fournisseurs.
Elle s'engage auprès des meilleurs producteurs et instaure avec eux un climat d'équilibre et de respect. La Vie Claire apporte aussi un soutien fort et de longue durée pour les aider à démarrer une activité bio, à pérenniser leurs volumes de production ou encore développer de nouvelles activités. Ce soutien s'applique autant aux producteurs géographiquement proches qu'aux producteurs bio des pays émergents.
La Vie Claire privilégie autant que possible la production française. Elle affiche aujourd'hui 86% de fournisseurs produisant dans l'hexagone.

38 c'est le nombre de références de fruits et légumes vendus «en conversion vers l'Agriculture Biologique» en 2018 contre 18 en 2017



87% des produits La Vie Claire sont fabriqués en France

26 producteurs de fruits et légumes bio sont en Auvergne-Rhône-Alpes*

38 fournisseurs La Vie Claire sont en Auvergne-Rhône-Alpes*

86% des producteurs partenaires sont français

LES FRUITS ET LÉGUMES

- **Une mercuriale de 200 variétés de saison.**
- **38 références de fruits et légumes vendus « en conversion vers l'Agriculture Biologique » en 2018 contre 18 en 2017.**

Dans une philosophie de proximité, La Vie Claire privilégie avant tout des producteurs français et plusparticulièrement rhône-alpins. La région Rhône-Alpes reste en 1ère place des régions françaises en termes de nombre d'exploitations et de production. Mais notre préférence va aussi vers les petits producteurs, sans oublier le respect du rythme des saisons.

PLUS D'ENGAGEMENT POUR RENFORCER LA FILIÈRE BIO

La Vie Claire s'engage dans la durée auprès de ses partenaires, pour assurer leur développement, contractualiser sur des périodes longues ou encore soutenir le démarrage de nouvelles activités.

Notre volonté : avancer en commun pour tous gagner en compétitivité.

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

LA VIE CLAIRE S'IMPOSE DE DÉPASSER LES EXIGENCES DE LA RÈGLEMENTATION BIO

INTRANSIGEANCE EN MATIÈRE DE QUALITÉ

Certification biologique

- **Points de vente :** première enseigne à avoir mis en place la certification des points de vente par un organisme agréé par les pouvoirs publics. La Vie Claire renforce ses exigences par un contrôle de ses points de vente selon un cahier des charges privé.

- **Produits :** chaque produit La Vie Claire est certifié par Ecocert® ; toutes les marques bio distribuées par La Vie Claire sont également certifiées par un organisme agréé.

Audits fournisseurs

- Pour prévenir, à la source, les risques de non qualité et apporter un conseil à nos fournisseurs.

Contrôles des normes d'hygiène et de sécurité alimentaire

- Un plan annuel définit les types d'analyses à réaliser mensuellement sur les produits La Vie Claire. Réalisé par des laboratoires indépendants accrédités COFRAC*, ce plan de contrôle très complet s'ajoute à ceux des fournisseurs, des organismes certificateurs et des services officiels.

- Plus de **3000 analyses** attestent de la qualité des produits de la marque La Vie Claire.

CERTIFIED ISO 9001

LA VIE CLAIRE EST CERTIFIÉE ISO 9001.
Une certification obtenue en 2014 qui renforce notre dynamique d'entreprise et notre qualité de service envers nos clients.
La Vie Claire est la première enseigne bio à avoir reçu cette certification.

Des cahiers des charges spécifiques et exigeants

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	Réglementation BIO	Cahier des charges La Vie Claire
Taux de pesticides (résidus de pesticides de synthèse et engrais chimique en cas de contamination fortuite)	Pas de seuil défini	< 0,02 mg/kg
PBO (pipéronyl butoxide)	Autorisé comme synergisant pour les pesticides naturels comme le pyrèthre	< 0,07 mg/kg
OGM	< 0,9%	< 0,1 % (minimum détectable)

Cosmétique	CAHIER DES CHARGES Label Cosmébio®	CAHIER DES CHARGES Label Cosmos organic	Cahier des charges La Vie Claire
Ingrédients d'origine naturelle	95 % minimum	95 % minimum	98 % minimum
Ingrédients issus de l'agriculture Biologique sur le total des ingrédients	10 %	20 % pour les produits non rincés 10 % pour les produits à rincer	20 %
Ingrédients végétaux issus de l'agriculture Biologique	95 %	95 % sur l'ensemble des ingrédients pouvant être bio (végétaux, cire d'abeille, lait...)	97 %

DEPUIS AVRIL 2016,
LA VIE CLAIRE EST LABELLISÉE BIOENTREPRISEDURABLE®.
Porté par le Synabio, ce label garantit la crédibilité des engagements eco-responsables des entreprises bio.

LABELLISÉ BIO ED

***COFRAC :** Comité français d'accréditation

UN NOUVEAU TERRITOIRE DE COMMUNICATION : L'INDÉPENDANCE

En 2019, pour marquer sa différence et créer la préférence dans un contexte concurrentiel bio très bataillé, La Vie Claire affirme son indépendance.
Parce que La Vie Claire est une entreprise indépendante, elle est libre de ses choix, de ses actes et libre d'agir autrement en faveur d'une vision de la bio bien spécifique :

EXIGEANTE, ÉTHIQUE, SOLIDAIRE, FRANÇAISE *et savoureuse.*

FILM DE MARQUE ET NOUVEAU SPOT TV

Création d'un film d'animation qui présente la valeur d'indépendance comme valeur humaine commune entre l'esprit de La Vie Claire et ceux qui ont pris conscience de l'importance d'adopter un mode de vie et d'alimentation plus sain.

Première enseigne du réseau spécialisé bio à avoir pris la parole en TV en 2014, l'entreprise a reconduit ses prises de parole en augmentant ses investissements en TV, plateformes de Vidéo On Line et digitales.
En 2018, 1800 spots ont été diffusés.
En 2019, La Vie Claire a lancé un nouveau spot pour créer la différence et la préférence autour de son indépendance.

TF1 · 2 · 3 · 5 · MY TF1 · BFM TV · Chérie 25 · TF1 LCI · C STAR · C NEWS · RMC · 6play · PARIS PREMIÈRE · RTL9 · TV Breizh · YouTube · france·tv

FAIRE CONNAÎTRE LES ENGAGEMENTS DE LA VIE CLAIRE EN MAGASIN

Le manifeste

Présent dans chacun de nos magasins et sur nos supports de communication, ce manifeste déclare l'indépendance de La Vie Claire comme moteur d'action et d'engagement.

Le livret de marque

Un document à mettre entre toutes les mains en magasin. Ce document présente les preuves d'engagements majeurs plus en profondeur pour créer la préférence et valoriser l'exigence de La Vie Claire.

Le kit PLV

Valoriser les 5 preuves majeures des engagements pour cette « autre bio » défendue dans le manifeste et le film TV.

UNE COMMUNICATION PUISSANTE ET RÉGULIÈRE

UNE DYNAMIQUE COMMERCIALE ET PROMOTIONNELLE FORTE

- Une sélection de **75 Petits Prix Bio®**
- Une trentaine de **produits en promotion** chaque mois
- Des animations commerciales régulières :
  foire aux vins, fête des pains bio ...

RECRUTEMENT CLIENTS ET FIDÉLISATION

Deux opérations nationales de distribution en boîtes aux lettres auprès de 14 millions de foyers français sur les zones de chalandise des magasins.
Une offre généreuse et différenciante.

DES SUPPORTS POUR ACCOMPAGNER LES CLIENTS AU QUOTIDIEN

Destinés à vos consommateurs pour véhiculer les valeurs de l'enseigne et diffuser du contenu, notamment le magazine trimestriel de La Vie Claire (recettes, dossiers naturo, rencontres avec nos producteurs...)

UNE COMMUNICATION PUISSANTE ET RÉGULIÈRE

UN SITE INTERNET

Riche d'informations et de contenus : articles thématiques, fiches recettes, pages d'infos dédiés à chaque magasin et gammes de produits.

RÉSEAUX SOCIAUX

L'animation de communautés sur Facebook, Twitter, Instagram, Youtube et Linkedin. Partage des actualités de l'enseigne et des magasins.

DES NEWSLETTERS

Une newsletter mensuelle proposant des articles et des recettes en lien avec la saisonnalité et les promotions en cours dans les magasins.

Une « boxrecettes » : un abonnement gratuit par email à 5 recettes exclusives La Vie Claire par semaine.

MA VIE CLAIRE : LE PROGRAMME DE FIDÉLITÉ NATIONAL

Un compte client unique, des avantages récompensant la fidélité

et une application mobile «Ma Vie Claire».

En moyenne
100 000 visites
par mois

Ma Vie Claire

VOTRE COMMUNICATION EN LOCAL

Un catalogue et une équipe dédiée
pour vous accompagner dans la création de campagnes de communication spécifiques à votre point de vente (ouverture, anniversaire, animations, emailing sur votre base clients…)

LE RÉSEAU DE MAGASINS LA VIE CLAIRE

ZOOM SUR... LE CONCEPT DE MAGASIN

Le concept magasin La Vie Claire mise sur la modernité et la clarté et ce, dès l'extérieur... Les vitrines ouvertes laissent apparaître les produits proposés en magasin et affichent les valeurs fortes de l'enseigne : engagement, qualité et écoute.

Tout y est conçu pour simplifier les courses et faire de cet instant un moment agréable.

Aussi, les convictions environnementales de La Vie Claire se retrouvent dans l'aménagement de ses magasins, 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-conçus, 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.

Certifié par Ecocert®, l'ensemble des points de vente respecte le cahier des charges de La Vie Claire, au-delà des exigences réglementaires : contrôle de la température des frigos, affichage des prix, fraîcheur des fruits et légumes...

***PEFC :** Le cahier des charges PEFC vise à exploiter la forêt pour permettre son renouvellement, dans le respect du sol, de l'eau, de la faune et de la flore, et de la sécurité de ceux qui y travaillent.

CRÉATION, REPRISE OU TRANSFORMATION D'UN MAGASIN

Vous souhaitez ouvrir un commerce ou reprendre une activité existante, vous êtes convaincu qu'un partenariat est indispensable pour réussir dans le commerce, vous êtes persuadé également que l'alimentation est un facteur fondamental de santé et de bien-être et que les produits biologiques et naturels y répondent car ils sont sains et goûteux.

POUR CELA, NOUS VOUS PROPOSONS :

- Une enseigne connue et reconnue bénéficiant d'une forte notoriété auprès du grand public.
- Une image de sérieux et de qualité.
- Une réponse aux attentes de consommation des clients.
- Un concept de magasin innovant et performant dans lequel le commerçant est le facteur principal de la réussite.
- Des gammes de produits biologiques et naturels, répondant à la totalité des besoins alimentaires des consommateurs dont 1900 à la marque La Vie Claire, marque exclusive.
- Un ensemble de services pour vous aider à créer votre magasin depuis la recherche du local, jusqu'à l'ouverture.
- Un programme de communication unique et dynamique.

" Nous pouvons vous aider à **réussir votre projet,** n'attendez plus pour **dynamiser votre talent** dans l'univers de la bio. "

CONDITIONS DE CRÉATION OU DE REPRISE D'UN MAGASIN

PARCE QUE LA FRANCHISE, C'EST AVANT TOUT UN PARTENARIAT, LE COMMERCE UNE VOCATION, VOUS APPORTEZ PRINCIPALEMENT :

- Vos qualités de commerçant : disponible, compétent, accueillant et dynamique,
- Votre connaissance et votre conviction des bienfaits de l'alimentation biologique, saine et naturelle,
- Vos qualités de gestionnaire et d'animateur,
- Un apport personnel financier afin d'établir les dossiers de financement et valider votre projet auprès des banques,
- Votre enthousiasme !

VOICI LES PRINCIPAUX ÉLÉMENTS INDISPENSABLES À LA RÉUSSITE DE VOTRE PROJET :

- Emplacement en centre ville commerçant ou en périphérie dans un environnement commercial,
- Potentiel minimum de la zone de chalandise : 10 000 habitants,
- Surface de vente entre 250m^2 et 300m^2,
- Stock de marchandises à financer : de 70 à 90 K€ (selon la surface),
- Apport personnel conseillé : environ 30% du montant total de l'investissement.

AUTRES ÉLÉMENTS DU CONTRAT DE FRANCHISE :

- Droit d'entrée La Vie Claire : 16 000 € HT,
- Pas de redevance d'enseigne, approvisionnement à hauteur de 80% auprès de la Centrale d'achat La Vie Claire,
- Référencement de 95% des produits à la marque La Vie Claire,
- Redevance de communication, à hauteur de 1% du CA HT pour la communication nationale et les promotions mensuelles,
- Aide pour l'étude de marché (logiciel spécialisé),
- Validation du local, plans et devis d'aménagement,
- Assistance à l'établissement des comptes prévisionnels,
- Mise en relation bancaire privilégiée,
- Préconisation d'assortiments,
- Formation de 4 semaines dont 2 jours de formation aux bases de la naturopathie (découverte du siège, des produits La Vie Claire, de la culture d'entreprise…),
- Aide à l'implantation du magasin : recherche d'un emplacement, négociation du bail, montage prévisionnel...,
- Conseils pour l'informatisation du magasin, et fourniture des bases articles,
- Conseils pour la communication d'ouverture.

Les services d'aide et de suivi de votre développement

Assistance et suivi de nos animateurs de réseau pour vous présenter les nouveautés, commenter la vie du réseau, vous aider dans l'aménagement et la gestion de votre magasin.

Opérations de communication, promotions et animations sur le point de vente.

Réalisation d'animations spécifiques à votre point de vente sur demande avec l'aide de nos animateurs et du service communication.

Des réunions régionales pour présenter les résultats du réseau et la stratégie de l'enseigne.

La Vie Claire

Rejoignez La Vie Claire !

« Une entreprise familiale, à taille humaine avec de fortes valeurs différenciantes, qui vous aide et vous accompagne pour développer votre projet personnel dans un réseau dynamique avec une marque forte. »

Bruno PELEN,
Directeur du réseau franchisés

recrutement@lavieclaire.com
LA VIE CLAIRE
1982, route départementale 386
69700 MONTAGNY
04 72 67 80 40

www.lavieclaire.com

Imprimé sur papier recyclé La Vie Claire RCS B632 000 014. Photos non contractuelles. Crédits photos : Philippe COUDOL, Shuterstock

Depuis 70 ans, notre indépendance nous rend libres de nos choix et de nos actes.

Être INDÉPENDANT, c'est

Défendre un modèle agricole durable
S'imposer de surpasser la réglementation Bio
Être intransigeant sur la qualité
Garantir un soutien absolu à ses producteurs
Être à la fois accessible et solidaire

Notre indépendance nous permet de dessiner une autre bio.
Une bio EXIGEANTE, ÉTHIQUE, SOLIDAIRE, FRANÇAISE et *savoureuse*.