

L'enseigne redéfinit son territoire de communication
avec l'agence **Rosbeef!** pour mieux éclairer les consommateurs dans leurs choix

*« La bio clairement engagée »,
une nouvelle signature pour La Vie Claire*



Sur un marché de la bio où s'active une concurrence de plus en plus accrue et où une profusion d'acteurs nouveaux prennent la parole, La Vie Claire a souhaité construire un nouveau territoire de communication afin de **mieux définir ce qui fait sa singularité** : son expertise de la bio depuis 75 ans et son engagement pour une alimentation qui concilie santé de l'homme et santé de la Terre. Cette mission a été conduite par Rosbeef ! la nouvelle agence de communication de La Vie Claire et elle a impliqué pendant plusieurs semaines un groupe de travail constitué des représentants des différents métiers de l'entreprise.

La réflexion autour du territoire de communication est partie d'un constat : les consommateurs sont de plus en plus confus face à la bio. Quelles réelles exigences dans la production et la distribution ? Quels réels bénéfices sur la santé et l'environnement ? Dans ce contexte s'est imposée la nécessité pour **La Vie Claire, enseigne indépendante majeure de la bio et n°1 en franchise, de mieux valoriser ses expertises et ses engagements et de mieux les communiquer à ses clients.**

La Vie Claire se définit d'abord comme un lieu de vie et un espace de partage, comme en témoigne sa raison d'être : *« La Vie Claire est engagée à partager les savoirs, savoir-faire et saveurs de la bio pour reconnecter la santé de l'homme et celle de la Terre »*. La marque souhaite partager ses connaissances, ses compétences et faire découvrir ses produits éco-responsables et savoureux pour offrir aux consommateurs la possibilité de faire des choix éclairés et de retrouver confiance en leur consommation.

Une promesse de clarté incarnée par la nouvelle signature de la marque : **« La Vie Claire : la bio clairement engagée »**. Une signature qui **incarne l'engagement de la marque à répondre au besoin d'information et la demande de transparence des consommateurs en magasin.** La nouvelle signature entre aussi directement en résonance avec la devise d'Henri Charles Geffroy, fondateur de La Vie Claire et pionnier parmi les défenseurs du modèle vertueux de l'agriculture biologique : *« Penser clair, voir clair, agir clair et vouloir vivre clair »*.

A propos de La Vie Claire

La Vie Claire, pionnière de la distribution de produits biologiques en France, est aujourd'hui un acteur majeur des enseignes bio sur le marché spécialisé et l'enseigne n°1 de la franchise bio. Forte de près de 75 ans d'expérience et de savoir-faire, elle propose une offre riche de 6 000 références en moyenne en magasin dont plus de 2 000 références à sa marque propre. Avec un réseau qui atteindra les 400 points de vente en 2022, La Vie Claire s'engage à garantir des produits biologiques et naturels de qualité irréprochable. Tous sont développés, analysés et sélectionnés selon des cahiers des charges uniques et plus exigeants que la réglementation en vigueur. La Vie Claire a également à cœur d'agir afin de développer les filières bio : elle apporte à ses fournisseurs un soutien fort pour les aider à démarrer et pérenniser leur activité. La Vie Claire bénéficie du label Bioentreprisedurable® qui reflète ses engagements forts en termes de stratégie RSE.

Contacts presse :



+(33) 1 46 67 63 44

Diane Galland / LD

+(33) 1 46 67 63 50
+(33) 6 15 89 48 44
d.galland@vivactis.fr

Houney Touré Valogne / LD

+(33) 1 46 67 63 55
+(33) 6 10 80 72 96
h.toure-valogne@vivactis.fr