

Tester,



Les légumes deviennent des solutions pour le cœur du repas. Bonduelle le prouve avec le Vegetal Show, qui fait découvrir aux consommateurs, avec pédagogie, l'univers gustatif du végétal.

Entretien avec Tatiana Lamy *

En mars dernier, Bonduelle ouvrait à Paris, trois jours durant, un espace éphémère baptisé Vegetal Show. Est-ce la première expérience de ce genre que le groupe offre à ses consommateurs et comment le projet est-il né ?

Tatiana Lamy : C'est la première fois que Bonduelle dédie un espace éphémère à une expérience menée autour de l'univers du végétal, ouvert aussi bien à la presse, en avant-première, qu'au grand public. Le Vegetal Show est né de la volonté de faire connaître un tournant végétal témoignant de la réorientation du groupe Bonduelle, qui souhaite proposer, non plus seulement des légumes d'accompagnement restant au bord de l'assiette, mais des solutions pour le cœur du repas, en son centre. Dans cet espace végétalisé, le consommateur était amené à découvrir l'amont agricole, le savoir-faire développé par Bonduelle depuis plus de 150 ans, la conduite culturelle et le lien très fort à la terre du groupe,

et le parcours du champ à l'assiette avec la découverte des nouveaux produits.

La végétalisation des assiettes correspond-elle à une tendance lourde de la société ?

T. L. : Oui, car on observe en parallèle de vrais changements dans les modes de consommation, comme le soulignent l'Observatoire des cuisines populaires et les études sur le flexitarisme. Un tiers de la population française a tendance à ajouter plus d'aliments d'origine végétale dans son assiette et à diminuer corrélativement sa consommation de viande de façon consciente, aussi bien pour rechercher davantage de naturalité que pour être au plus proche du végétal originel, qui propose des produits moins transformés par rapport à d'autres aliments qualifiés d'industriels. Quatre Français sur dix ont augmenté leur consommation globale de

* Directrice marketing de Bonduelle Fresh

1 - Du 29 mars au 1^{er} avril 2018 au 52 ter rue des Vinaigriers (Paris, X^e arrondissement) : web.bonduelle.fr/vegetalshow.

c'est adopter

végétaux – légumes, légumes secs, produits à base de soja, etc. –, dans un désir, non seulement de santé et d'équilibre nutritionnel, mais aussi de plaisir. Consommer du végétal n'est plus un devoir, mais une envie et c'est d'autant plus vrai que le plaisir est un moteur de l'alimentation en France. Chez Bonduelle, nous proposons donc des produits sains et bons.

Qu'offrait cet espace aux consommateurs en termes d'expérience gustative et de nouveautés ?

T. L. : Nous plongeons les visiteurs dans un univers végétal articulé autour de plusieurs pôles, eux-mêmes végétalisés. Nous avons fait découvrir des nouveautés et, pour le cœur du repas, les références – six au rayon frais traiteur (pavés et boulettes) et quatre au surgelé (pavé et steak végétal) – de la gamme végétarienne Veggissi Mmm ! La bloggeuse Marciatack proposait des initiations culinaires, mettant en scène les produits de manière appétissante. Un espace conseil bien-être était animé par le coach sportif Vincent Pedreza, pour aider à comprendre l'incidence d'une bonne nutrition sur la santé. Un espace photocall permettait aux visiteurs d'immortaliser leur passage tandis qu'un autre était consacré à l'amont agricole, la façon dont on cultive les champs, nos engagements avec nos agriculteurs partenaires depuis plus de 20 ans, nos méthodes pour protéger les champs.

Qu'en attendiez-vous en termes de fréquence, d'impact et de retombées ? Cet événement est-il relayé sur les réseaux sociaux ?

T. L. : Nous attendions d'abord des retombées presse sur une

Un espace conseil bien-être était animé par le coach sportif Vincent Pedreza, pour aider à comprendre l'incidence d'une bonne nutrition sur la santé.

vingtaine de supports, ainsi que sur les réseaux sociaux, ce qui représente 12 millions de points de contacts. Nous avons comptabilisé plus de 8 000 dégustations durant les cinq jours. Nous avons également relayé l'événement sur nos réseaux sociaux, dont Facebook, sur lequel nous comptons 1,6 millions de fans. Les gens ont partagé leur présence via leur profil Facebook, ainsi que sur Snapchat (un filtre événement avait été développé pour l'occasion).

Enfin, une soirée VIP a réuni les bloggeurs et influenceurs et a débouché sur 52 publications sur les blogs, ce qui représente 200 000 contacts. Nous avons réussi à construire un écosystème de communication global.

Souhaitez-vous convaincre les consommateurs encore réticents ?

T. L. : On ne force jamais les gens à consommer ce qu'ils n'aiment pas. Pour autant,



La nouvelle gamme VeggissiMmm !



On constate un vrai mouvement en faveur du végétal et la vague va entraîner des gens curieux, ouverts aux nouveautés, attentifs à leur santé.

on constate un vrai mouvement en faveur du végétal et la vague va entraîner des gens curieux, ouverts aux nouveautés, attentifs à leur santé. Nous souhaitons présenter le végétal sous l'angle du plaisir et de la joie, d'où le Vegetal Show. Excepté les végétariens et végétaliens, qui représentent moins de 5 % de la population en France, les consommateurs de végétal se comptent chez les flexitariens pour des raisons, soit de santé, soit éthiques, soit économiques. Nous devons prendre conscience du défi alimentaire qui se profile : compte tenu de l'explosion démographique, nous devons réduire notre consommation de protéines animales. Aujourd'hui, la plupart des consommateurs français n'atteignent pas les cinq fruits et légumes par jour !

Cette expérience est-elle appelée à être renouvelée en d'autres lieux, pour d'autres occasions ?

T. L. : Nous souhaitons aller de manière plus régulière à la rencontre de nos consommateurs. Courant 2019, d'autres événements seront organisés pour leur permettre de découvrir nos offres végétales.

Cette expérience traduit-elle un virage stratégique pour le groupe qui, de pure player du légume, étend son offre à l'alimentation végétale ?

T. L. : De fait, les consommateurs associent encore Bonduelle à un pure player, car le groupe s'est construit historiquement sur le légume pour l'entrée ou le bord de l'assiette, quand son ambition, depuis six ans est de devenir le référent du bien-vivre par l'alimentation végétale.

Quelle expertise Bonduelle apporte-il dans le végétal ?

T. L. : Nous apportons notre connaissance, un savoir-faire développé depuis plus de 150 ans, la maîtrise du process de légumes et de légumineuses. Nous apportons des recettes savoureuses, saines, sans conservateur ni arôme artificiel ou colorant, répondant aux exigences du Nutri-Score A. Nous sommes dans une transparence totale envers nos consommateurs.

L'offre dans le végétal va-t-elle conduire à arbitrer avec votre offre traditionnelle ?

T. L. : Le végétal est considéré comme un complément à notre offre globale, forte d'une centaine de références, et non un substitut. Il dépasse le bord de l'assiette, n'est pas que de la salade verte, de la carotte râpée qu'on prend avec une tranche de jambon. Nous souhaitons être dans un autre moment de consommation, sans à avoir à arbitrer. ■



2 - Cf. La Revue des marques, nos 99, 100, 101.