



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

NOUS AUTREMENT, une marque et une démarche portées par l'Alliance BFC

L'Alliance BFC, qui fédère les coopératives Bourgogne du Sud, Dijon Céréales et Terre Comtoise (un ensemble de 12 000 agriculteurs adhérents et 1 600 collaborateurs), **se lance dans l'aventure d'une marque.**

NOUS AUTREMENT, c'est son nom, est une marque et une démarche qui porte ses engagements sur plusieurs fronts :

- **Valoriser** les producteurs, filières et produits issus de l'agriculture régionale : **produit, transformé et consommé en Bourgogne Franche-Comté,**
- Être **équitable** et **rétribuer au juste prix l'acte de production**, apporter **du revenu aux agriculteurs,**
- Être **inclusive** en fédérant du **producteur au consommateur,**
- Être **positive** en mettant en avant **les progrès de l'agriculture durable,**
- Être **en mouvement** pour accompagner l'évolution de la société en étant à son écoute.

« Dans un contexte de consommation qui évolue, qui met fortement en avant le local et la qualité, de façon encore plus marquée ces derniers mois, nous souhaitons **valoriser le travail de qualité réalisé par nos adhérents agriculteurs,** » précise **Clément TISSERAND**, agriculteur président de l'Alliance BFC et de la coopérative Terre Comtoise. « Les produits issus de nos coopératives, mais aussi de nos adhérents en circuit local vont pouvoir se rallier **sous le pavillon NOUS AUTREMENT,** notre marque peut aussi intéresser les PME régionales de l'alimentaire avec lesquelles nous collaborons ».

« Cette marque s'inscrit pleinement **dans le cadre des politiques RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)** et des actions durables portées par nos coopératives», ajoute **Christophe RICHARDOT**, directeur général de l'Alliance BFC. « Nous souhaitons qu'elle cohabite pleinement avec les autres marques développées dans le paysage régional, elle sera complémentaire en étant porteuse des valeurs coopératives qui sont les nôtres ».

La marque se veut inclusive, dans le sens où elle tisse un lien nouveau entre l'agriculteur, les coopératives et le consommateur, pour **susciter l'échange et porter un autre regard sur l'agriculture.** Il y a du « *Voyez-nous autrement* » et du « *Nous allons consommer autrement* » dans le message, qui se veut positif .



Concrètement, **la marque doit faire progressivement son apparition sur début 2022 dans les 51 magasins Gamm vert** des trois coopératives de l'Alliance BFC. Un comité d'agrément sélectionne depuis quelques semaines les produits qui pourront l'arborez, selon un cahier des charges rigoureux.

Les produits qui seront estampillés NOUS AUTREMENT s'inscrivent dans un panel de gammes assez large : **productions végétales** (céréales, oléoprotéagineux, légumineuses) et **animales** (viandes, œufs) ; **produits transformés d'alimentation et de terroir** (farines, charcuteries, miels, jus...) ; **produits destinés au jardin** (plants et arbustes, supports de cultures d'origine locale) ou encore l'énergie (pellets bois, biogaz issu de la méthanisation).

Les 12 boulangeries du groupe Dijon Céréales (réseaux « L'Atelier du Boulanger » à Dijon et périphérie et « Fournil de l'Aubes'pain » en nord Côte-d'Or) ainsi que les **23 boulangeries du groupe Maison Roger** (agglomération dijonnaise) porteront également NOUS AUTREMENT à travers leurs pains reflétant le savoir-faire des céréaliers, meuniers et boulangers de la région.

« *Ce n'est qu'un début, la marque et la démarche NOUS AUTREMENT sont ouvertes à tout ceux qui s'y reconnaissent et avec lesquels nous partageons les valeurs autour d'une production régionale de qualité, valorisée à son juste prix* » conclut Christophe RICHARDOT. Une marque qui se veut moderne et dynamique dans son affichage, mais aussi en mouvement pour accompagner l'évolution de la société en étant à son écoute, notamment via les réseaux sociaux.

www.nousautrement.fr

