



LA MARQUE DU CONSOMMATEUR

Bon et responsable

www.lamarqueduconsommateur.com

Les consommateurs créent leur propre marque de produits. Des produits bons, sains et responsables.

Depuis des années nous consommons des produits dont nous ne savons finalement pas grand chose. Alors que tout dépend de nous, nous avons peu d'influence réelle sur ce que nous consommons. **Pour faire évoluer positivement les choses, les consommateurs ont décidé de s'impliquer davantage et de jouer pleinement leur rôle de consom'acteurs.**

Pour cela nous créons notre propre marque de produits portée par une société collective coopérative (SCIC) pour en assurer le développement (les consommateurs en sont actionnaires -1€/1action-). Notre objectif est d'optimiser les cahiers des charges validés par nous à travers une marque innovante et pédagogique qui propose uniquement des produits bons, sains et responsables, dont nous savons tout.

La traçabilité totale sur la fabrication et la composition des produits nous assurera **une garantie alimentaire** constante et durable.

En soutenant et en achetant nos propres produits, nous en maîtriserons la nature, le sens et la commercialisation.



Tous les produits mis sur le marché sont directement issus de nos attentes et de nos critères de choix



VALIDER CI-DESSOUS LE CAHIER DES CHARGES QUI VOUS CONVIENT
0.90 €

Rémunération des producteurs

- rémunération qui permet au producteur de se payer convenablement
- alignement sur le cours mondial du lait (non rentable)
- rémunération qui permet au producteur de ne pas perdre d'argent
- rémunération qui permet au producteur de se payer convenablement**
- rémunération qui permet au producteur de se faire remplacer et de profiter de temps libre

VALIDER CI-DESSOUS LE CAHIER DES CHARGES QUI VOUS CONVIENT
0.69 €

Rémunération des producteurs
alignement sur le cours mondial du lait (non rentable)

Origine du lait
sans importance

Pâturage
pas de mise au pâturage

Alimentation des vaches hors pâturage (OGM)
alimentation non garantie sans OGM

Alimentation des vaches hors pâturage (Oméga-3)
pas d'apport particulier dans l'alimentation

Origine des fourrages
fourrages sans distinction d'origine

Emballage
brique de lait avec bouchon

Email (facultatif)

Je ne suis pas un robot 
Confidentialité - Conditions

En validant ici, je confirme que ce lait correspond à mes attentes, que je souhaite qu'il voit le jour et que je suis prêt(e) à l'acheter à ce prix.

VALIDATION

 Partager 19

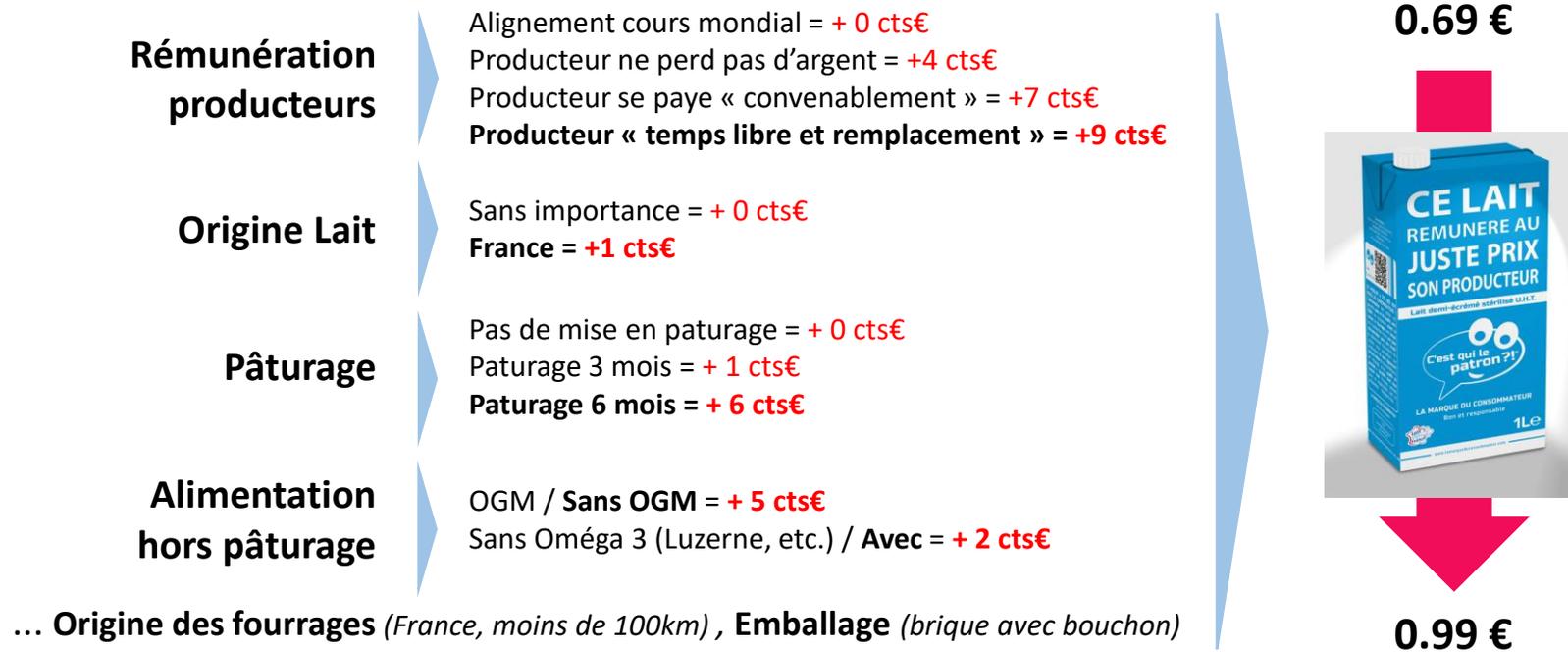
Les produits sont fabriqués suivant **un cahier des charges durable et responsable** par des structures partenaires engagées à nos côtés (petites ou grandes) suivant les mêmes valeurs. Pour assurer le succès de leur commercialisation **un engagement préalable des consommateurs** valide leur mise sur le marché via un **questionnaire/cahier des charges** soumis à toutes et à tous avant le lancement de chaque produits.

La Marque du Consommateur

Participation, clé de la « transparence augmentée »

- La Marque du Consommateur propose des **produits validés en amont par les consommateurs** en fonction de leurs attentes et de leurs choix réels.
- Les consommateurs sélectionnent **les critères essentiels** qui composent les conditions de fabrication du produit, en connaissance de leur **impact sur le prix de vente final (TTC)**.

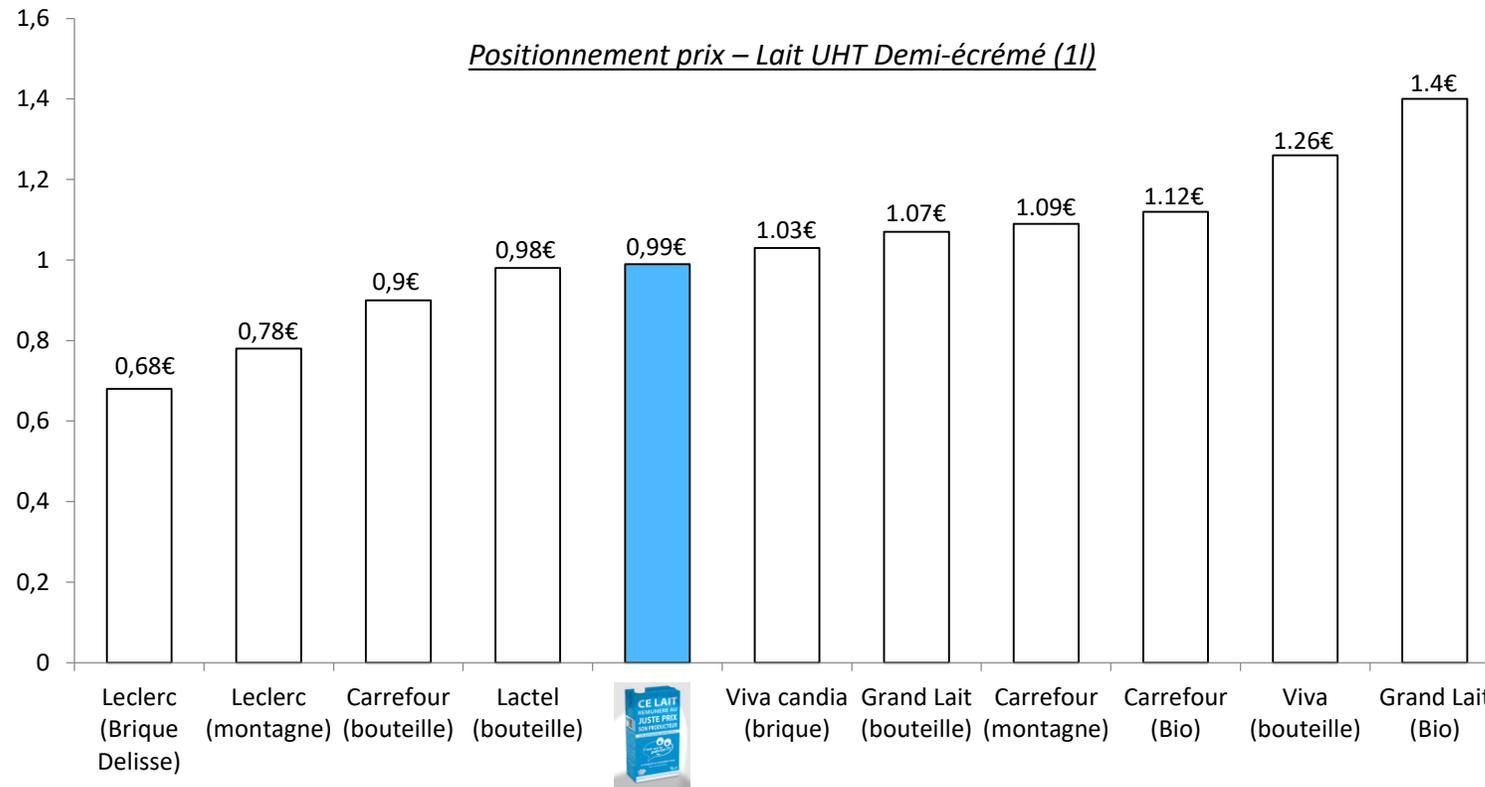
Exemple du lait du consommateur



La Marque du Consommateur

Un premier succès : Le lait équitable du consommateur

- Le choix « qualité/prix/valeurs » des consommateurs a conduit pour le « lait équitable » à **un positionnement prix au-dessus des MDD mais en ligne avec les grandes marques**. Succès immédiat des ventes -> 4 millions de briques vendues en moins de 3 mois (15/25 % des ventes du leader, 45% de taux de recrutement, 1200 magasins en ruptures de stock)



150 articles de presses et reportage, 1 phénomène social et médiatique.

08 ÉCONOMIE

La brique de lait, c'est vous qui la faites !

CONSUMMATION. À l'automne sera vendu en supermarché ce produit élaboré à partir d'un cahier des charges rempli en ligne par les consommateurs. Une première.



EX VOIR. Vous êtes prêts avec ou sans expresseur ? Vous préférez le lait en bouteille ou en carton ? Et que vos producteurs soient rémunérés sur la base du cours mondial du lait ou qu'il prime par rapport à vos vacances ? Telle est la question posée dans le "cahier des charges" en ligne par les consommateurs. Une première.

Pour assurer dans le monde de la distribution, cette nouvelle « marque de consommateur » lancée par Nicolas Chabanne et Laurent Pignatelli, du collectif des Gueules cassées, entend bénéficier les mêmes frais de grandes surfaces. Et ne rajouterait pas de surcoût, dans l'attente des deux premières semaines françaises, sous d'autres produits, en revanche par exemple en France, un produit conçu par et pour le consommateur va être commercialisé, s'agit-il de Nicolas Chabanne. On retrouve le système de la marque de consommateur dans le cahier des charges de produits, comme le font les industriels. Il comprendra aussi des clauses concernant le produit et la marque, de quelle manière la valeur est répartie... « Ce projet nous offre une porte de sortie par le haut ».



L'ÉMISSION POLITIQUE



LE FIGARO · fr

Tendance conso



BOURSE Séance du vendredi 12 août 2016

Indice	Diff.	%	Indice	Diff.	%
CAC 40	-10,25	-0,08%	FTSE 100	-1,25	-0,01%
IBEX 100	-12,50	-0,08%	DAX	-1,25	-0,01%
ASX 200	-1,25	-0,01%	Nikkei 225	-1,25	-0,01%
HANG SENG	-1,25	-0,01%	Shanghai	-1,25	-0,01%

Le Figaro @Le_Figaro · 14 h
Et si le consommateur fixait lui-même le prix du lait ? [ebx.sh/2c3d735](#)

L'Obs @lobs · 13 h
Crise du lait : et nous, les consommateurs ? [abonnes.nouvelobs.com/economie/2016](#)



4€/AN DE PLUS POUR LE CONSOMMATEUR AFIN QUE LES PRODUCTEURS DE LAIT GAGNENT LEUR VIE DIGNEMENT ! #ACTUALITY
03/11/2016



Le Parisien Economie @LeParisien_Eco · 22 nov
VIDEO. Carton plein pour les briques de lait «C'est qui le patron ?!»



VIDEO. Carton plein pour les briques de lait «C'est qui le patron ?!» - En lançant, à la mi-octobre, leurs briques de lait faites à la drôle de marque 'C'est qui le patron ?!', l'association antigaspil les Gueules cassées...

Repositionner les valeurs auxquelles nous tenons au cœur de notre consommation (équité, traçabilité, qualité).



« Que celui qui nous nourrit, puisse se nourrir aussi ». N Ferroni



Un sujet au cœur des préoccupations de notre société



« Who's the Boss »

Un intérêt international pour l'initiative

10/24/2016

FRANCE

Stakeholder consumers – Consumers create their own products and decide on their prices themselves



First step: milk

Exclusively at Carrefour stores in Paris and in the Rhône-Alpes region, then in our 5200 stores from 2 November.

How can consumers' expectations be met while at the same time guaranteeing fair remuneration for producers? That's the idea that Nicolas Chabanne had, founder of the *Gueules cassées* ("Ugly Mugs") collective – a charity set up to tackle food waste, and our partner for the "Tous Anti-gaspi" brand that was launched in 2015 for cheeses and cereals.

A questionnaire was sent out over the summer to a panel of 6000 consumers, asking them how much they would be prepared to pay for a standard carton of milk. Results of the consultation: €0.99, guaranteeing the producers payment of €0.39.

Thus was born the first product in the Consumer range (the slogan of which is "Who's the boss?"), a product created by and for consumers.

Consumers also voted on the specifications for the milk's production: milk from cows fed without GMOs, and on local fodder, which are put out to pasture between 3 and 6 months per year.

51 dairy producers forming a cooperative will supply this milk which will be sold exclusively by Carrefour starting 1 November. If the products prove successful, the collective will consider extending the brand to include other products, such as yoghurts, for example.

Premiere in Frankreich: Verbraucher bestimmen Milchpreis

26.10.2016 - Svenja Pein



Aquet, Taten-Design", der Verbraucher-Milch. Bild: www.lamarqueduconsommateur.com

- der Milch beitragen
- Die Futtermittel sollten aus einem Umkreis von 100 km zum Betrieb beschafft werden
- Die Milch sollte in "Tetra-Packs" mit Schraubverschluss abgefüllt werden.

Diese Milch ist seit dem 17. Oktober 2016 in der Region Rhône-Alpes für die Verbraucher zu 99 Cent/Liter bei der Supermarkt-Kette Carrefour erhältlich. Ab dem 2. November soll sie landesweit in 5.200 Filialen des Einzelhändlers zu erwerben sein. Die Milchzerleger sollen garantiert 39 Cent/Liter ausbezahlt bekommen.

Rund 50 Familienbetriebe, die anlässlich der Krise in großen Schwierigkeiten stecken, nehmen an der Initiative teil. Voraussichtlich sollen 7 bis 10 Mio. Liter Milch abgesetzt werden.

Erstmals konnten Verbraucher in Frankreich ihre Milch selbst kreieren und den Preis bestimmen. Die Initiative "C'est qui le patron?" ("Wer ist hier der Boss?") wurde von Nicolas Chabanne, Präsident einer Organisation gegen Lebensmittelverschwendung, mitgegründet. Das berichtet die französische Wirtschaftszeitung "Les Echos".

Wie auf der dazugehörigen Seite zur Initiative zu lesen ist, haben 6.850 Verbraucher haben an der Online-Umfrage teilgenommen. Darin konnten sie ihre "Wunschigenschaften" der Milch per Klick festlegen, die von der "Vergütung" der Landwirte, Haltung- und Fütterungswesen bis zur Verpackung reichte. Daraus wiederum hat sich der Preis bestimmt.

Dabei herausgekommen ist eine Milch mit folgenden Eigenschaften:

- Der Milchpreis soll die Freizeit und Einsatz des Betriebsleiters abgeben (höchste der zur Wahl stehenden "Vergütungsebenen").
- Herkunftsland soll Frankreich sein.
- Weidegang für Kühe von drei bis sechs Monate pro Jahr.
- Die Kühe sollen GVO-frei gefüttert werden.
- Die Stallfütterung sollte zu einem hohen Gehalt an Omega-3-Fettsäuren in

THIS MILK WAS CREATED BY US, THE CONSUMERS!

RESPONSIBLE APPROACH

HEALTHY EATING

THIS MILK EARNS A FAIR PRICE FOR ITS PRODUCER!
Semi-skimmed UHT milk

COWS GRAZE 3 TO 6 MONTHS

LOCAL FODDER

FRENCH BRAND

www.lamarqueduconsommateur.com

This product was created by us, the consumers! The cows' nutrition is guaranteed to be healthy and of a high quality, without GMOs, with herds living outside in a natural setting. Forages are local and producers receive fair compensation for their work. By personally confirming these criteria, we enable farmers to live in dignity of their profession while benefiting from lasting products which we know inside out. Other reliable and sustainable products are on the way, so join us!

欢迎点击上方“欧洲时报内参”关注我们

假如由消费者来决定所购产品的价格及生产条件, 岂不美哉? 这种革命性的逆向思维很快将成为现实。据法新社巴黎9月15日报道, 从这种思维出发诞生的新品牌产品10月起将在家乐福(Carrefour)超市出现。

这种新品牌名叫“谁是老板?”(C'est qui le patron? ! La marque du consommateur), 其首款产品是盒装牛奶。在奶农与奶制品集团Lactalis为提高收购价爆发大战后, 这个选项具有重大的象征意义。



新品牌盒装牛奶每升售价99欧分, 奶农每升可获得39欧分报酬。

奶农和Lactalis集团8月底签署的协议规定2016年平均收购价是每升27.8欧分。7月份协议前, Lactalis的收购价只有25.68欧分。

English boost for fair-trade milk

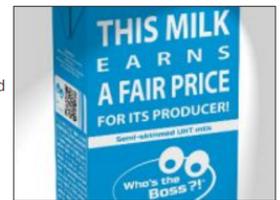
September 28, 2016

A NEW fair-trade milk scheme – where shoppers help set fair prices for farmers – is set to launch in 5,200 Carrefour stores in France with dairy farms being paid 40% more than they get from the dairy giants.

And, after interest from round the world, the 'C'est qui le patron?' brand is also to be presented as a global 'Who's the boss?' brand with specially designed English cartons being displayed at next month's giant SIAL food show in Paris.

Waste pressure group Gueules Cassées, whose Fruits et Légumes Moches ugly fruit scheme saved tonnes of veg and other foods being dumped, came up with the world-first idea as France was facing a summer of farm protests over too-low milk prices.

Nicolas Chabanne, of Gueules Cassées, said the new deal, which was agreed after a summer-long online consultation, sees farmers paid 39 centimes per litre of milk – and agreeing to feed their cows local forage, no genetically modified products and to keep the animals at pasture for up to six months a year.



Plus de 20 pays ont donné un écho à l'initiative née en France (UK, ALL, CH, BEL, USA, CHINE, ROM, IT, AUS etc.) Un développement mondial du concept est en cours de déploiement.

