



Guide d'utilisation du Starter Kit Du local dans mon point de vente

Avec le soutien de
la



Wallonie

En tant que point de vente participant au **coup de pouce « du local dans mon point de vente »**, vous avez activé un ou plusieurs mécanismes d'incitation, de fidélisation et d'accessibilité de votre clientèle aux produits locaux, vrac, bio et circuit court. Il s'agit d'une action soutenue par la Wallonie dans le cadre du fond Ukraine. Elle vise à améliorer l'accès à une alimentation pour tous et à soutenir les acteurs.rices de l'alimentation durable et du circuit court touché.e.s par les perturbations du marché.

Grâce au coup de pouce, vous allez proposer à votre clientèle une caisse de solidarité et/ou des carnets de fidéli-bons. Pour vous aider à communiquer sur ces deux mécanismes et ainsi les promouvoir auprès de votre réseau de clients et auprès de nouveaux clients, **nous mettons à votre disposition un starter kit de communication : découvrez-en le contenu dans ce guide ainsi que des conseils pour vous aider à l'utiliser au mieux.**

Rappel du contexte de cet appel à participation

1



Dans vos communications, vous souhaitez peut-être communiquer vers votre clientèle, la presse locale, rédiger un article pour votre site web ou encore pour vos réseaux sociaux... Pour vous aider, n'hésitez pas à **piocher les informations contextuelles à votre disposition dans ce guide !**

Un contexte mondial de crises impactant notre système alimentaire

Ces dernières années, notre système alimentaire est confronté à une succession de crises. La guerre en Ukraine est venue exacerber ce contexte déjà difficile.

En raison d'un pouvoir d'achat en berne, les consommateurs se tournent en nombre vers les distributeurs de hard discount et les marques premiers prix des supermarchés. Comme souvent, ce sont les ménages les plus vulnérables (dont le nombre est en nette augmentation) qui sont le plus impactés. Les points de vente circuit-court, vrac et bio sont eux-aussi impactés par une diminution de leur clientèle d'une part et d'autre part, des coûts énergétiques, de matières premières et salariaux qui augmentent.

En Wallonie, le Gouvernement a choisi, suite à l'ajustement du budget 2022, de constituer une provision destinée à financer une série de mesures urgentes pour pallier à ces conséquences.

Le projet confié à la Cellule Manger Demain, en partenariat avec Biowallonie, ConsomAction, le Collectif 5C et la FDSS, vise un double objectif : améliorer l'accès à une alimentation pour tous et soutenir les acteurs de l'alimentation durable et du circuit court touchés par les perturbations du marché.

3 mécanismes pour inciter/fidéliser/accessibiliser

Pour répondre aux objectifs précités, la Wallonie a lancé un appel à participation auquel vous avez répondu. Il s'agit d'un coup de pouce qui s'adresse à la clientèle des points de vente wallons de la distribution alimentaire durable et de proximité ainsi qu'aux bénéficiaires de l'aide alimentaire distribuée par les épiceries sociales et restaurants sociaux.

Parmi les 3 mécanismes proposés, vous avez activé (à choisir selon votre contexte) ...

- La mise en place d'une caisse de solidarité dont le montant récolté, doublé grâce au financement de la Wallonie, vous permettra de proposer vos produits alimentaires à une épicerie sociale ou un restaurant social (à destination de leurs bénéficiaires).
- La distribution à la clientèle de carnets de fidéli-bons : un système de réductions échelonnées dans le temps.

- Un accompagnement personnalisé en marketing et communication afin d'attirer une clientèle plus nombreuse.

2

Un logo pour faire connaître le coup de pouce à la clientèle

Afin de mener une campagne de communication grand public et promouvoir les différents mécanismes auprès de la clientèle de vos points de vente, un logo est mis à votre disposition. Simple dans son graphisme et sa baseline, il se veut facilement identifiable par les consommateurs.rices :



Les vocables utilisés et le visuel sont intimement liés : ils visent à amener les clients à s'approprier leur alimentation sur leur territoire.

« Mon » point de vente : une formule engageante qui vous liera, nous l'espérons, durablement à votre clientèle (actuelle et nouvelle). Le visuel quant à lui illustre bien l'aspect local/localisation/proximité : d'une part il s'agit d'un pointeur, d'autre part d'une carotte.

Le petit cœur quant à lui vient une fois de plus renforcer le sentiment d'appartenance des clients. Par ailleurs, il vient rappeler l'aspect solidaire du projet dans sa volonté d'accessibiliser les produits locaux, vrac, bio.

N'hésitez pas à l'utiliser pour communiquer sur vos actions. Il vous est toutefois demandé de veiller à utiliser le logo de manière responsable et dans le respect d'une démarche d'alimentation durable.

Des outils imprimés pour communiquer sur votre lieu de vente

3



L'ensemble des supports détaillés vous ont été fournis et envoyés en fonction des mécanismes activés : caisse de solidarité et/ou carnets de fidéli-bons. L'objectif est de vous permettre facilement et rapidement de promouvoir votre participation au coup de pouce « du local dans mon point de vente » sur votre lieu de vente (et ainsi mobiliser votre clientèle / attirer de nouveaux clients réguliers).

Afin de ne pas en gaspiller, nous vous en avons fourni le minimum nécessaire : n'hésitez pas à en réimprimer par vos soins si vous le souhaitez : tous les fichiers sont à votre disposition. Ces réimpressions seront toutefois à vos frais.

Un autocollant pour votre vitrine / devanture



Dans la plus grande des simplicités, cet autocollant affiche clairement la participation de votre point de vente au coup de pouce : placez-le sur votre devanture.

Grâce à la campagne de communication que nous mènerons avec vous, les citoyens habitants à proximité de votre point de vente pourront facilement identifier votre participation.

Des affiches personnalisables pour chacun des mécanismes



Cette première affiche A3 vous permet de communiquer à vos clients la proposition de participation à une caisse de solidarité.

Grâce à l'encart prévu à cet effet, elle vous permet également d'indiquer le nom de l'épicerie sociale ou du restaurant social avec lequel vous travaillez : nous vous invitons à la compléter, cela incitera peut-être davantage de clients à y participer en faisant un don.

Outre l'affichage que vous mettrez en place, n'hésitez pas à communiquer cette action à votre clientèle via d'autres canaux : emailing, médias sociaux... Des exemples sont disponibles plus bas.



Cette seconde affiche A3 vous permet de communiquer à vos clients la proposition de carnets de fidéli-bons.

Grâce à l'encart prévu à cet effet, elle vous permet également d'indiquer les modalités de distribution ou la période : en fonction du type de carnet et de la méthode prévue, il vous faudra développer des actions complémentaires pour toucher votre public cible : via vos réseaux sociaux, via des organisations sur votre territoire (associations, CPAS, etc.).

Ici, plusieurs affiches sont disponibles, puisqu'il vous faudra prévoir plusieurs périodes de distribution. De nouveau, des exemples de communications sur d'autres canaux sont accessibles ci-dessous.

Des flyers A5



Dans les prochains mois, vous allez certainement devoir expliquer à plusieurs reprises ce coup de pouce : que ce soit à vos clients, nouveaux clients ou partenaires.

Par conséquent, nous vous avons fourni un stock de flyers pour vous appuyer.

Il reprend les valeurs du coup de pouce et l'intérêt des deux mécanismes pour un client : n'hésitez pas à cocher au verso dans les ronds le(s) mécanisme(s) que vous avez activé !

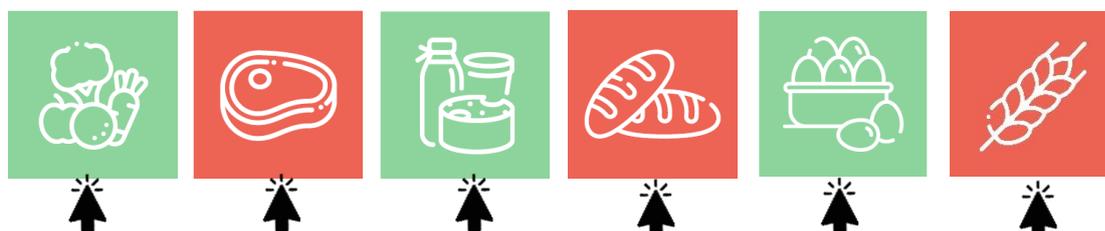


Carnets de fidéli-bons

Pour les points de vente concernés, vous avez reçu l'ensemble des carnets fidéli-bons souhaités. Ceux contiennent un descriptif de leur fonctionnement, les bons ainsi qu'une fiche pour collecter les coordonnées des bénéficiaires de ces réductions.

Vous souhaitez faire connaître cette nouveauté au sein de votre clientèle ? Découvrez les exemples de communications proposées ci-dessous !

Vous souhaitez imprimer les pictogrammes pour faciliter votre étiquetage des produits acceptés pour ces réductions ? Télécharger les fichiers ci-dessous !



4

Des outils numériques pour une com' digitale optimale !

A l'heure actuelle, la communication digitale dite 2.0. est le meilleur moyen de toucher vos publics, et plus particulièrement les réseaux sociaux. C'est « the place to be ». Ce canal des médias sociaux vous permet d'informer vos clients en temps réel sur vos actions.



Attention, si l'objectif est bien d'informer, il faut garder à l'esprit que les réseaux sociaux sont un lieu de dialogue : inutile de multiplier les plateformes si vous n'avez pas le temps de les modérer. Il est essentiel d'être capable de répondre à votre communauté. Les points de vente sont généralement plus présents sur Facebook : nous vous proposons donc plusieurs contenus adaptés à ce réseau en particulier.

Banner générique pour votre couverture



Voici un banner qui vous permettra d'afficher via votre couverture facebook et/ou votre site internet que vous participez à l'action.

Si vous souhaitez personnaliser ce banner, n'hésitez pas à développer votre version grâce au logo !

Publication pour informer votre réseau de la mise en place de la caisse de solidarité

Lancez votre caisse de solidarité sur vos réseaux sociaux et invitez vos clients à venir y contribuer ! Voici une image et un exemple de publication pour vous inspirer :



Ensemble pour une alimentation durable pour tou.te.s  

Publication pour informer votre réseau de la distribution de carnets de fidéli-bons

Lancez votre caisse de solidarité sur vos réseaux sociaux et invitez vos clients à venir y contribuer ! Voici une image et un exemple de publication pour vous inspirer :



[ NOUVEAUTE]

 Dès ce **XX avril 2023**, nous mettons en place une caisse de solidarité à l'épicerie : Participez-y et soutenez l'aide alimentaire. Le montant récolté sera reversé à **@NOM-ES-RS** !

Comment ça marche ? 

Au moment de finaliser vos achats, vous avez la possibilité de faire un don de minimum 1€ solidaire ;

Grâce à votre don et celui de l'ensemble des clients, nous obtenons un montant qui est doublé grâce au soutien de la #Wallonie.

Le montant total est mis à disposition de **@NOM-ES-RS** : grâce à celui-ci, ils peuvent s'approvisionner en produits frais, locaux et de qualité chez et en faire profiter leurs bénéficiaires.

[ NOUVEAUTE]

 Vous êtes **client régulier, étudiant... détailler votre cible.**

 Recevez à partir de ce **XX avril 2023** votre carnet de fidéli-bons : un système de réductions échelonnées dans le temps mis en place grâce au soutien de la #Wallonie

Comment ça marche ? 

Chaque semaine, en faisant vos courses, vous recevez une réduction **en € ou en monnaie citoyenne**

Ces réductions sont valables sur les produits alimentaires locaux / frais proposés dans notre point de vente : l'occasion rêvée d'y goûter !

Un e-mail type pour vous aider à informer vos clients !

5

Un format à personnaliser par vos soins en fonction des mécanismes activés

Votre point de vente de proximité est soutenu par la Wallonie pour vous permettre d'accéder plus facilement aux produits bio, vrac et circuit court !

Grâce à cette bonne nouvelles et aux mesures prises à travers ce coup de pouce « du local dans mon point de vente », nous vous proposerons dans les semaines qui viennent **le/s mécanisme/s suivant.s (à personnaliser)**

→ La distribution de carnets de fidéli-bons:

Cette action vous permet, chaque semaine, d'obtenir des réductions sur vos achats et ainsi d'accéder à des produits locaux tout en maîtrisant votre budget.

Concrètement, comment ça fonctionne ?

- Précisez si vous fonctionnerez en € ou en monnaie locale ;
- Précisez également le montant du carnet X bons de X€ ou équivalent MLC sur un montant d'achat de X€ ;
- Précisez finalement les produits visés et la périodicité de ces carnets.

De plus, en faisant régulièrement vos achats chez nous, vous soutenez durablement votre point de vente de proximité ainsi que toutes les filières de production/transformation en amont.

Comment obtenir votre carnet ? **Détaillez la procédure mise en place.**

→ La mise en place d'une caisse de Solidarité

Cette action permet de soutenir des personnes fragilisées ayant recours à l'aide alimentaire.

Grâce à votre don et à celui des autres clients, le montant collecté sera doublé grâce au soutien de la Wallonie. La caisse de solidarité ainsi constituée sera mise à la disposition de **... (précisez le nom de votre partenaire, l'épicerie sociale ou le restaurant social avec qui vous collaborerez)** : un partenariat qui leur permettra de s'approvisionner en produits frais, locaux et de qualité pour leurs bénéficiaires.

La prochaine fois que vous venez faire vos courses, pensez-y ! Pour offrir une alimentation durable pour tou.te.s : 1€ ça compte.

Vous êtes désormais prêts pour lancer vos communications : bon succès !