

Synthèse du bilan du lancement du pain Nòu 2022-2023

Une 1^{ère} filière locale blé – farine – pain en Ariège

Le Bon Pain de Chez Nòu est le fruit d'un travail mené entre le Syndicat des Boulangers et Boulangers-Pâtisseries d'Ariège-Pyrénées, la Minoterie Mercier CAPLA et la Marque Nòu portée par la Chambre d'Agriculture de l'Ariège.

Le pain Nòu est officiellement lancé en juillet 2022

1 convention, 1 filière, 1 produit

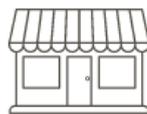


Les chiffres clés

Après 8 mois d'existence voici les chiffres clés de la filière Blé – Farine – Pain :



11 boulangers
partenaires



15 lieux de vente



dans 13 communes
ariégeoises



40 T de farine
vendues



42 commandes
passées



250 000 équivalent
baguettes vendues

Le pain Nòu en quelques mots

Le Bon Pain de Chez Nòu c'est avant tout l'ambition commune des acteurs d'un territoire de porter haut les couleurs d'un département et les valeurs des hommes et des femmes qui vivent et travaillent sur ce territoire.



Des retours encourageants



- 100% des boulangers partenaires sont satisfaits de la farine Nòu
- 100% des boulangers sont satisfaits des services proposés par la minoterie Mercier CAPLA
- 8 boulangers sur 9 sont satisfaits de la recette proposée
- Les boulangers notent l'intérêt de leurs clients pour ce pain local
- Tous les boulangers souhaitent continuer à vendre du pain Nòu**

Une filière en évolution

Créée il y a peu de temps la filière est en constante évolution. Les boulangers et les partenaires techniques ont répondu à une enquête dans l'objectif d'être plus pertinent et plus percutant pour mettre en avant le pain Nòu, premier produit créé pour la marque Nòu.

Des améliorations et des ajustements sont à prévoir en 2023-2024 pour pérenniser le pain Nòu sur le département.

Résultats

- 8/9 des boulangers n'ont pas utilisé les affiches
- 6/9 des boulangers n'ont pas mis en avant le pain Nòu
- Le pain Nòu est peu ou pas identifiable dans le rayon
- Les clients ont des difficultés à connaître et reconnaître les boulangeries partenaires
- la Marque Nòu est peu visible dans les boulangeries partenaires

- 11 boulangers partenaires
- 7/11 des boulangers ont achetés moins de 2T de farine
- 7/11 des boulangers produisent moins de 40 pains Nòu par jour
- Une répartition hétérogène des boulangers partenaires sur le territoire

- 40 T de farine vendues
- Difficulté à mobiliser de nouveaux boulangers
- Des demandes d'autres professions
- Une mobilisation humaine importante de la Minoterie et de la Marque
- Un besoin de volume pour continuer le projet

Préconisations

- Un kit de communication élargi
- Une communication auprès des boulangers
- Une carte interactive sur internet
- De la communication sur les réseaux sociaux
- Un évènement percutant
- Des contrôles aléatoires

- Continuer le développement commercial
- Augmenter la cohésion boulangers
- Élargir l'utilisation de la farine
- Travailler de nouvelles recettes

- Augmenter les volumes de farine vendus
- Un conventionnement plus poussé
- Développer de nouvelles cibles professionnelles
- Travailler la vente au particulier (sachet 1kg)



Pour plus d'informations :

Pauline NAUDIN

Cheffe de projet filière de proximité

06.45.01.05.27

En partenariat avec :

