

## Gueules cassées, bientôt une marque pour les produits difformes ?



Le collectif des gueules cassées se rémunère actuellement en proposant une étiquette au distributeur. Il souhaite à présent créer, en parallèle, sa propre marque.

**Le collectif des Gueules cassées, qui s'est fait connaître après son opération de fruits et légumes non calibrés vendus 30 % moins chers en grande distribution, réfléchit à créer sa propre marque pour commercialiser des produits difformes mais bons.**

Une marque ombrelle pour regrouper les produits difformes, souvent écartés de la vente par les marques traditionnelles. C'est, en somme, le projet du collectif des Gueules Cassées. La société de Nicolas Chabanne s'est fait connaître au rayon des fruits et légumes frais en proposant, courant 2014, une offre concurrente à l'opération des fruits et légumes moches d'Intermarché. Avec un principe identique: vendre des produits non standards visuellement mais bons à la consommation avec un rabais de 30 % par rapport au prix des produits calibrés.

### UNE MARQUE 'ANTIGASPI'

L'idée de créer une marque pour regrouper tous les produits exclus des rayons taraudait Nicolas Chabanne depuis longtemps : « *Nous sommes sans cesse appelé par des industriels qui ont des parfois des problèmes de calibrage. Pour les corn flakes par exemple, un fabricant nous a indiqué jeter 15 % de sa production suite à problème de soufflage, alors que le produit est parfaitement bon !* », rapporte-t-il.

Le collectif est monté en puissance en grande distribution. Après son opération réussie de fruits et légumes biscornus vendus avec l'étiquette rigolote d'une pomme édentée pour rappeler les Gueules cassées, le logo s'est immiscé dans tous les rayons de la grande distribution. Désormais, des produits laitiers, des charcuteries ou des biscuits bientôt à la fin de leur date limite de consommation peuvent être étiquetés « Gueules cassées ». Un discours marketing utile pour proposer des produits moins chers « *et dédramatiser l'achat avec un marketing amusant* » indique Nicolas Chabanne.

Dans la newsletter de son site, il dévoile sa volonté de lancer en 2015 « *la toute première marque antigaspi proposant des produits tout aussi bons et moins chers* ». Cette marque pourrait concerner dans un premier temps les céréales et un camembert. A suivre...