



Communiqué de presse
Jeudi 6 avril 2017

MARCHE DES F&L ET PRODUITS DE LA MER FRAIS

Vivalya en 2017 : cap sur la croissance !

Premier réseau national de distribution de fruits et légumes frais et 3^{ème} en produits de la mer, Vivalya a entamé 2017 sur de nouvelles bases, après une année 2016 largement consacrée la restructuration de son offre de services et de ses pôles d'expertise.

Plus dynamique que jamais sous l'impulsion de Philippe Guyot, son Directeur depuis un an, Vivalya affiche sa feuille de route pour 2017 : plus de proximité locale et d'attractivité commerciale pour répondre aux attentes de ses clients et in fine à celles des consommateurs.

En 2016, un chiffre d'affaires de 970 M€...

Créée fin 2014, Vivalya est né de la volonté de 23 chefs d'entreprise de répondre à de nouvelles attentes : une meilleure traçabilité des produits, davantage de proximité avec le consommateur, une offre compétitive et d'une qualité optimale.

Aujourd'hui, le réseau compte 3620 collaborateurs pour un CA de 970 M€ cumulés (dont 180 M€ en produits de la mer, +5% de croissance en 2016). Il dispose de 83 dépôts de distribution locale couvrant l'ensemble du territoire et d'un réseau de plus de 1350 producteurs locaux.

« Notre organisation – une structure centrale, relayée par de nombreux dépôts locaux- est unique en France et nous permet de répondre à toutes les demandes. Nous avons toujours privilégié les circuits courts. Grâce à la densité de notre réseau, nos clients peuvent facilement trouver près de chez eux les meilleurs produits frais, dans des conditions optimales de sécurité, de qualité et de traçabilité. Aucun n'est éloigné de plus de 50 km d'un de nos sites d'approvisionnement » rappelle Philippe Guyot.

... et une refonte complète des outils informatiques pour un service clients optimisé

En 2015, Vivalya avait concentré ses efforts sur la mise en relation des clients avec la production locale, grâce à sa plateforme « La vie a du goût », qui compte désormais 1350 producteurs locaux sous contrat avec le groupe coopératif.

En 2016, le réseau s'est concentré sur un autre chantier visant à moderniser son système d'information pour proposer une offre de service plus performante à ses Grands Comptes. Un ERP intégré a ainsi été mis en place, permettant une gestion commerciale centralisée de tous les adhérents vis-à-vis de leurs clients communs : regroupement de l'ensemble des statistiques de ventes des clients référencés Vivalya, offre de facturation et de règlements centralisés, échange de données informatisées (EDI)...

Les adhérents ont également à leur disposition de nouveaux outils leur permettant de suivre au plus près et au jour le jour l'évolution des volumes, chiffres d'affaires et performances réalisées.

2017 : outils performants, innovations et croissance, une nouvelle ère s'ouvre pour Vivalya

Après des mois d'amélioration continue de ses process, 2017 est l'année de la consolidation pour Vivalya, qui multiplie les innovations et services pour répondre aux nouvelles tendances de consommation.

Ainsi, le réseau a choisi de miser tout particulièrement sur l'essor des « produits services » (prédécoupés, préemballés) qui facilitent la vie quotidienne des consommateurs. Des produits Fruits & Légumes et produits de la mer que Vivalya met désormais à disposition de ses adhérents grâce à sa nouvelle plateforme nationale d'optimisation logistique (cross docking), effective depuis le mois de mars. Celle-ci leur permet de mettre à disposition une offre commerciale élargie, évaluée au plus juste de leurs besoins pour éviter le gaspillage et les surcoûts. Une quarantaine de produits de 4^{ème} et 5^{ème} gammes (transformés ou cuits), comme des salades de fruits ou des terrines de produits de la mer, sont d'ores et déjà proposés.

« Nous visons une croissance à 2 chiffres pour 2017 et misons beaucoup sur les produits de la mer, un marché en forte progression. Nos 1ères entreprises Marée seront d'ailleurs certifiées ISO 22000 cette année» déclare Philippe Guyot.

La consommation de F&L frais en France

- Entre fin 2015 et fin octobre 2016, les achats de fruits par les ménages français pour leur consommation à domicile totalisent **7,1 tonnes** de fruits pour 100 ménages (+0,3 vs 2015).
- Pour les légumes, sur la même période, les achats par les ménages français pour leur consommation à domicile totalisent **7,2 tonnes** de fruits pour 100 ménages (+1,6% vs 2015).

Source : Kantar Worldpanel

<http://vivalya-reseau.com/>

Contact presse :

Agence The Desk

Stéphanie Kanoui - 01 40 54 19 60- s.kanoui@thedesk.fr