

Groupe coopératif

Avec un chiffre d'affaires frôlant le milliard d'euros, la branche légumes d'Agrial veut se renforcer en France sur le marché du fruit et vise la Scandinavie et l'Afrique.

Agrial Légumes change de directeur et s'installe dans le fruit avec Fraîcheur Florette

« C'est un moment historique, a annoncé Ludovic Spiers, directeur général du groupe Agrial. Louis-Marie Le Coutour est remplacé par Bertrand Totel à la direction générale de la branche Légumes d'Agrial. » Une branche qui a permis au groupe de se développer avec, entre autres, la naissance d'un géant comme Florette. Depuis deux ans, les deux hommes travaillent de concert. Ils ont ainsi acquis Bakkavör et créé Florette Food Service, réorganisé Priméale et veulent maintenant partir à la conquête du marché du fruit frais prêt à consommer avec Fraîcheur Florette en IV^e gamme. « Nous avons pris la décision d'être un acteur significatif en France. Nous avons investi depuis trois-quatre mois ce marché et le lancement clientèle aura lieu dans quinze jours », explique Bertrand Totel. « Nous profitons de l'expérience des distributeurs dont on connaît l'exigence en termes de DLC, c'est la même histoire qu'avec McDonald's et Florette Food



De g. à d. : Bertrand Totel remplace Louis-Marie Le Coutour au poste de directeur général de la branche Légumes d'Agrial. Ils sont accompagnés de Ludovic Spiers (directeur général du Groupe Agrial).

Service », ajoute Louis-Marie Le Coutour. Le site de Lessay (Manche) est choisi pour fournir les produits (prévision de production 2000 t/an) pour la zone Nord de la France, un investissement de 3 M€ est prévu dans le process. Un autre investissement est prévu sur le site de Toreilles (Florette Food Service) ainsi qu'un autre sur le site Priméale d'Athies en stockage de pommes de terre. En parallèle, le groupe veut s'internationaliser davantage. La Scandinavie et l'Afrique sont citées. « Nous privilégions la croissance externe pour un démarrage au premier semestre », explique Louis-Marie Le Coutour. Il s'agira pour le groupe d'investir en production et de répondre au marché local. « La logistique est une question fondamentale, notre objectif est de produire sur zone. » Car Agrial Légumes, c'est 300 M€ de chiffre d'affaires réalisés à l'international sur un total de 900 M€. ■ Anne-Solveig Aschehoug

Bèves

La Fédération des marchés de gros adhère à la CGI

Depuis le 1^{er} janvier, la Fédération des marchés de gros de France est membre de la Confédération française du commerce de gros et international (CGI). Les marchés de gros de France représentent 12 Md€ de chiffre d'affaires et 4,5 Mt de produits vendus.

Intermarché: le retour des fruits et légumes moches

Jusqu'au 2 février, Intermarché relance l'opération "f&l moches" dans 1 800 magasins. Une pub TV accompagne ce retour. En octobre, Intermarché avait vendu près de 1,5 Mt de f&l moches.

Plan fruits et légumes paru au BO Agri

Le plan f&l vient de paraître au Bulletin officiel de l'Agriculture. Il a pour objet de décaler de deux mois le délai de souscription des prêts de trésorerie et de prolonger les délais de transmission à FranceAgriMer (fonds d'allègement de charges et prêts de trésorerie), de modifier le critère de baisse du chiffre d'affaires pris en compte. Les dossiers sont à fournir avant le 29 mai 2015.

Jérôme Lavaire, président de Vivalya

La première AG de Vivalya, le 25 janvier, a élu Jérôme Lavaire (Ribégroup) président. Denis Le Saint (groupe Le Saint) est élu vice-président. Le comité de pilotage se compose de Bernard Estivin (groupe Estivin), Rémy Moreau (Laurence Union Primeurs), Eric Ginard (Réseau Provence Dauphiné) et Joël Chatzmichalis (Toute la Marée).

Amont-aval: Légumes de France ne veut plus de promo

Le 20 janvier, Interfel a organisé une journée "amont-aval". Jacques Rouchaussé (Légumes de France) a demandé à l'aval que « 2015 soit une année sans promotion ». La journée a fait le point sur les bilans de campagne, la baisse de consommation...

3 questions à...

...Bertrand Totel, nouveau directeur général de la Branche Légumes du groupe coopératif Agrial.

« Renforcer une marque passe par des innovations produits »

FLD: Quand devenez-vous directeur général de la Branche légumes d'Agrial?

BERTRAND TOTEL: Je prendrai officiellement le poste le 1^{er} février.

FLD: Quels seront vos premiers projets?

B. T.: Il y a beaucoup de projets dans tous les pays, mais si on parle de la France, par exemple, il y a le projet en frais emballé "Fraîcheur Florette" pour les GMS. Nous avons aussi des projets sur Priméale comme l'extension du site d'Athies (Somme), un lieu de stockage et d'expédition de pommes de terre qui atteindra à terme une capacité de 32000 t. Chez Créaline, nous avons un projet de développement de culinarité avec un nouveau chef pour nous épauler.

FLD: Comment renforcerez-vous vos marques?

B. T.: Cela passe par des innovations produits, comme la gamme Légumes à tartiner chez Florette, les nouvelles bouchées de Créaline et par un renfor-

cement de nos investissements média. Florette a d'ailleurs tapissé tous les métros et gares ces dernières semaines. Nous avons finalisé un partenariat avec Top Chef, l'émission de M6 [qui vient juste de débiter le 26 janvier, NDLR]. Côté Priméale, nous avons innové avec le Miam Truck en 2013 et 2014 dont les résultats sont plutôt positifs. Des affichages en 4x3 sont prévus et des moyens seront mis à la disposition de la marque Priméale.

FLD: Vous parlez d'internationalisation, pouvez-vous en dire plus?

B. T.: Nous voulons répondre aux attentes des marchés locaux en Scandinavie, en Europe de l'Est et en Afrique. Des réflexions actives sont en cours, je ne peux rien dire de plus. Sur nos marchés historiques, nous voulons renforcer Florette en Allemagne, c'est un marché peu perméable à la IV^e gamme jusqu'à présent. C'est un marché qui nous interpelle. ■

Propos recueillis par Anne-Solveig Aschehoug

