



# LA PAROLE AUX

**VIVALYA** - STÉPHANE CORTHIER - DIRECTEUR GÉNÉRAL

## « Le marché valide clairement notre modèle de réseau »

■ **Les débuts de Vivalya sont-ils conformes à vos attentes ?**

Oui, commercialement, cela marche bien. Nous avons signé récemment de gros dossiers, en restauration commerciale comme en restauration collective. Nous savons bien sûr que nous avons des choses à prouver, mais nous sommes contents car nous pouvons dire que le marché valide clairement notre modèle : celui d'un réseau d'indépendants, très forts, très bien implantés, et très locaux. Il faut dire que nous ne démarrons pas de zéro. Les adhérents de Vivalya, pour la plupart, sont déjà bien connus en tant que gros intervenants sur les marchés de la restauration commerciale et collective, ensuite l'alliance de ces derniers et la présence de 80 dépôts rassurent en termes de

proximité, laquelle est essentielle pour le service, la rapidité, le réassort, etc. Tout cela valide bien nos intuitions.

■ **Où en êtes-vous de la feuille de route présentée en début d'année ?**

Nous sommes au rendez-vous. L'EDI commun a été déployé. Nous avançons très bien sur tous les systèmes d'informations communs, c'est-à-dire les fournitures de statistiques, etc. Je pense que nous serons dans les délais. Nous sommes en cours de déploiement de notre application web produits locaux - lavieadugout.fr, du nom de notre offre locale - laquelle a d'ailleurs été intégrée dans les réponses à certains appels d'offres que nous avons remportés ; c'est en effet un argument important pour les clients.

Notre filiale marée de Boulogne a démarré en mars : elle a fait 800 000 € de CA sur son troisième mois. Nous avons annoncé un rythme de croisière de 1 M€-1,2 M€ par mois, nous allons les réaliser. Ce qui, là aussi, valide bien l'existence d'un réseau, car nos adhérents marée jouent le jeu et achètent collectivement à notre bureau de sourcing. En revanche, nous devrions être légèrement en retard sur la plateforme de produits élaborés : nous visions juin, ce sera plutôt septembre...

■ **Comment s'est déroulée votre journée avec les fournisseurs ?**

Cette journée, qui s'est déroulée au mois de mars, a été un succès. Nous avons 140 exposants participants et nous n'avions pas assez de place ! Nous avons adopté le principe du speed dating en inversant la logique : le fournisseur choisissait celui ou celle qu'il voulait rencontrer parmi nos acheteurs et nos dirigeants en prenant des rendez-vous à l'avance sur une plateforme web. Cela a donné lieu à plus de 2 000 rendez-vous en deux jours. C'était intéressant pour les fournisseurs qui avaient ainsi accès aux 80 sites Vivalya sur deux jours. Les entretiens ne durant qu'une demi-heure, les interlocuteurs allaient tout de suite à l'essentiel !

■ **Quelle est la répartition du chiffre d'affaires du réseau Vivalya ?**

Le réseau réalise 1 Md€ CA dont 650 000 € en fruits et légumes (soit environ 500 000 tonnes) et 180 000 € en marée fraîche. Le reste est réalisé via des activités connexes, telles que les bureaux d'expédition, les filiales de transports pour certains, etc. Ce chiffre global est à peu près équilibré entre la RHD, 45%, et la GMS,



“ Vivalya, c'est l'alliance d'une gamme très large, au coin de la rue, avec un niveau de services très élevé. ”

■ **Avez-vous des nouveaux projets pour les prochains mois ?**

Nous avons fait pas mal de choses en cinq mois... Priorité au commerce désormais ! Nous concentrons essentiellement nos efforts sur le commercial. Nous avons ainsi des opérations de relations publiques et de relations clients en régions : Les Rencontres gourmandes. À travers celles-ci, nous associons un chef régional dans un endroit prestigieux avec quelques-uns de nos producteurs et nous invitons des

clients. Le chef cuisine alors des produits de nos producteurs pour nos clients. Cela valorise bien les produits et les producteurs, et offre un moment intime avec une quinzaine de clients dans un cadre sympathique. Les premières rencontres ont eu lieu, en mai, à La Villa Florentine à Lyon (69) et en juin au Montaignu, restaurant du Domaine de La Bretesche (44). Nous poursuivons également la production de notre web-série *L'Exploration gourmande*. Le deuxième épisode, qui est sorti fin juin, porte entièrement sur les valeurs et la mission de Vivalya. Nous y mettons en valeur le circuit court qui est l'un de nos engagements. ●

40%. Et les 15% restants sont réalisés auprès des détaillants.

■ **Que devient Hexagro ?**

Nous avons récupéré la structure juridique Hexagro, que nous allons finir par mettre en sommeil. L'engagement qui avait été pris, à la création de Vivalya, consistait à ne rien changer afin que cela ne perturbe pas nos clients, or quelques contrats étaient signés dans le périmètre Hexagro. Ils se poursuivent donc jusqu'à leur échéance. La SARL Hexagro existe toujours et est une filiale de Vivalya, mais elle est en train de devenir une coquille vide.

### CHIFFRES

- 23 adhérents coopérateurs
- 80 plateformes
- 3 500 personnes
- 40 000 clients
- 2 500 à 3 000 références en fruits et légumes (dont produits élaborés) en fonction du dépôt et + ou - 2 000 réf. en marée
- 1 500 producteurs locaux associés
- 950 camions