

## Réseau

Le 9 janvier 2015 était officiellement lancée la coopérative de distribution Vivalya. Un an plus tard, Stéphane Corthier, son directeur général, fait le point pour fld.

# « Nous sommes d'abord des commerçants »

**FLD: Comment se porte le réseau en ce début 2016?**

**STÉPHANE CORTHIER:** Quelques chiffres pour positionner le réseau: 23 entreprises adhérentes pour un chiffre d'affaires cumulé de plus de 950 M€ et 500000 t de f&l distribués auprès de 40000 clients. Environ 100 M€ d'investissements de la part des adhérents en déménagement, agrandissement, extension de flottes... 2015 a été plutôt sécurisante pour nos partenaires producteurs. Ni pénurie, ni surabondance. Nos adhérents se portent bien aussi. Si le début 2016 est un peu difficile pour la filière, ce n'est pas le cas pour Vivalya.

**FLD: Comment a évolué le périmètre de la coopérative en un an?**

**S. C.:** Quatre dépôts sont venus se joindre à Vivalya en 2015: Bofruit à Cholet (Maine-et-Loire), DC Primeurs à Laval (Mayenne), Mars-Fruits à Saint-Maur (Indre), et Rodafruits à Rouen (Seine-Maritime). Vivalya a de plus, dès le début, voulu être une solution pour les PME adhérentes afin d'assurer leur pérennité. Début 2016, Pons (Primeurs et Marée) à Rochefort (Charente-Maritime) ont été repris par deux autres associés, Le Saint et Fornel.

**FLD: Des réalisations spécifiques dans le courant de cette année?**

**S. C.:** Certains dossiers 2015 vont être finalisés. En termes d'informatisation, l'EDI est implanté à 98 % et le report statistiques à 95 %. Nous serons à 100 % très rapidement. Nous allons aussi déployer la commande centralisée avec nos grands comptes. Notre projet de plate-forme de cross-docking pour les produits de IV<sup>e</sup> et de V<sup>e</sup> gammes et les jus de fruits sera sur les rails en février avec le site de notre adhérent associé Laurence Primeurs à Lisses (Essonne).

**FLD: Et les axes nouveaux pour 2016?**

**S. C.:** Premier rendez-vous: la 2<sup>e</sup> édition de notre Salon fournisseurs, les 15 et 16 mars. Nous avons doublé la

surface d'exposition (3000 m<sup>2</sup>). Ce sera une belle occasion pour mettre en avant notre démarche d'approvisionnement local "La Vie a du goût" avec son site dédié lancé cette année. Nous allons aussi développer la communication interne au sein du réseau.

**FLD: le grossiste à service complet travaille aussi les produits de la marée, les volailles. Cette tendance ne se fait-elle pas au détriment des f&l?**

**S. C.:** La flotte de Vivalya, c'est 950 camions qui subissent une augmentation des coûts (essence, assurance...) de 5 % par an, tout en transportant des f&l, produits dont le prix moyen de vente reste bas. Les GASC ont intégré la marée, produits valorisés par nature, pour optimiser leur outil logistique. Pourtant, les f&l demeurent au cœur de la stratégie de Vivalya, de son existence même. Si nous ne disposons pas de ces 950 camions

pour les 450000 t de f&l que Vivalya distribue par an, il serait impossible d'être performant sur les produits de la mer.

**FLD: Le GASC ne risque-t-il pas d'être seulement un opérateur logistique?**

**S. C.:** On ne peut cacher le fait que les industriels veulent favoriser une relation directe avec le distributeur, GMS ou RHF, l'inverse étant tout aussi vrai. D'où la tentation de seulement "sous-traiter" au grossiste l'aspect logistique et transport. Notre métier, ce n'est pas celui du logisticien. Nous sommes d'abord des commerçants disposant d'une flotte avec laquelle nous rendons un service. C'est dans notre ADN: personne d'autre ne sait mettre 950 camions sur les routes tous les matins pour une distribution nationale, prestation incluse dans le contrat avec notre client. C'est à nous de montrer la valeur ajoutée que nous apportons. De montrer que nous ne sommes pas juste des intermédiaires logistiques, des pousseurs de colis. ■

*Propos recueillis par Philippe Gautier*



Stéphane Corthier, directeur général de Vivalya.

© Vivalya