



**Réseau de distribution**

**Vivalya a organisé son deuxième Salon fournisseurs** les 14 et 15 mars à l'espace Jean-Monnet de Rungis. L'occasion de faire le point sur le réseau.

**Salon Vivalya: toute la France en un seul lieu**

Le Salon BtoB de Vivalya, c'est une rencontre novatrice entre les fournisseurs référencés et les adhérents du réseau. Les fournisseurs qui le souhaitent exposent et « ce sont eux qui choisissent qui ils veulent voir », rappelle Stéphane Corthier, directeur général de Vivalya.

Les rencontres d'une durée d'une demi-heure sont prises en ligne par les exposants sur une plate-forme dédiée. Les adhérents Vivalya ne découvrent leur rendez-vous qu'à l'ouverture du Salon. « On a pour principe de ne refuser aucune rencontre », précise Stéphane Corthier. Cette année, lors de la prise de rendez-vous, les acheteurs de la IV<sup>e</sup> gamme et ceux de la I<sup>re</sup> gamme ont été clairement identifiés, ceci afin de mieux cibler les rendez-vous.

Plus de 130 fournisseurs – pour la plupart fruits et légumes – sont venus exposer, dont des entreprises étrangères (Pays-Bas, Belgique, Espagne...) ou d'autres simplement venues en voisine, comme Univeg. Le concept plaît côté fournisseurs comme côté adhérents. Certains exposants sont venus voir essentiellement leurs clients,

d'autres se sont concentrés sur les prospects. « Ce sont des rendez-vous efficaces. On est entre nous. On mutualise plus facilement, on se présente les uns, les autres », déclare Denis Le Saint (Groupe Le Saint), adhérent. Les rencontres se font aussi bien sûr en dehors des rendez-vous prévus.

**Une offre au plus près de la demande**

En 2015, Vivalya a réalisé un chiffre d'affaires de 950 millions d'euros cumulés, dont 650 millions d'euros pour les fruits et légumes. En 2016, le réseau continue sur ses objectifs: proposer une offre en adéquation avec la demande actuelle, être capable de fournir une offre de qualité, locale et tracée, rendue possible par le maillage de 83 dépôts sur tout le territoire national.

Pour informer ses clients, Vivalya a mis en place une plate-forme internet baptisée "La vie a du goût" qui met en avant les producteurs sous contrat avec le groupement (1350 actuellement). Le site accueille un outil de géolocalisation qui mentionne aux clients Vivalya le dépôt sur lequel ils peuvent trouver le produit qu'ils cherchent dans un rayon

maximum de 200 km. « Un restaurant d'entreprise par exemple a aussi la possibilité de télécharger une PLV avec des photos du producteur pour l'afficher. La traçabilité est maintenant très importante pour eux », précise Stéphane Corthier.

**Nouvelle plate-forme logistique cross-docking**

Autre tendance: les produits "service" prédécoupés, préemballés. C'est notamment pour faciliter l'approvisionnement de ces produits à ses adhérents que Vivalya a ouvert début mars une nouvelle plate-forme logistique chez Laurance Primeurs à Lisse (Essonne). Elle facilite la gestion des produits à faible rotation, de complément. « Cela intéresse nos fournisseurs, ajoute Stéphane Corthier. Ils peuvent livrer à un seul endroit pour les 83 dépôts. »

« Nous nous sommes fixés pour mission de revaloriser le métier de grossiste, qui est le premier acteur de la mise en marché sécurisée », conclut Stéphane Corthier. Un beau challenge bien parti... ■

Claire Tillier



Jardins de Créances a mis en avant son adhésion à FeL Partenariat. « C'est très important pour nos clients ».



Cette année, la surface a presque doublé: 3 000 m<sup>2</sup>.



En dehors des rendez-vous pris, de nombreuses rencontres ont eu lieu.



Planète Végétal a choisi de mettre en avant ses produits spécifiques et nouveaux.



Jérôme Lavaire (Ribégroupe), président de Vivalya, a honoré 35 rendez-vous sur les deux jours. A droite, Denis Le Saint.



Didier Detaille, de la société belge Versalof, nouvellement référencée chez Vivalya: « Plutôt que de courir à travers toute la France, c'est la France qui vient à moi ».

Reportage photos: Claire Tillier