



**CONSEILS  
HYGIÈNE ET BEAUTÉ**  
Près d'un tiers des ventes de l'Eau vive proviennent de ce rayon, qui comprend aussi des compléments alimentaires. Chaque magasin doit compter un naturopathe ou un diététicien.

#### FRUITS ET LÉGUMES MAJORITAIRES

L'alimentaire représente 70 % de l'assortiment de l'enseigne. Les franchisés sont fortement encouragés à se fournir auprès de producteurs bio locaux.



#### VENTE EN VRAC

De plus en plus en vogue, la vente en vrac est pratiquée depuis longtemps par l'Eau vive. Elle permet d'ajuster les quantités au mieux et d'éviter les emballages superflus.

PHOTOS DR

## L'Eau vive, le combat du bio indépendant

Face aux rouleaux compresseurs que sont les grands groupes, cette enseigne familiale essaie d'allier croissance et indépendance.

Année après année, le marché du bio confirme qu'il est l'un des plus dynamiques de l'alimentaire. Face au développement rapide des poids lourds, comme Biocoop et Naturalia, sans parler des rayons chez E.Leclerc et autres Carrefour, le réseau L'Eau vive est poussé à grandir. « Notre objectif est d'atteindre 50 à 60 magasins, d'avoir au moins un point de vente dans chaque ville de plus de 100 000 habitants, indique Didier Cotte, PDG et fondateur de l'enseigne. Notre priorité est de rester indépendants. » Avec 32 magasins, dont 15 en franchise pour l'essentiel dans le Sud-Ouest, le réseau dis-

pose encore d'un fort potentiel. La sélection est rude, puisque seuls trois points de vente sont inaugurés chaque année, un en propre et deux en franchise.

#### Deux formats cohabitent

Le concept existe en deux formats, environ 200 m<sup>2</sup> en centre-ville ou de 300 à 500 m<sup>2</sup> en centre commercial. L'investissement initial est estimé à 150 000 €. « Il y a quelques années, je vous aurais dit 100 000 €, mais c'était en se basant sur les tendances d'avant la crise, témoigne Didier Cotte. Aujourd'hui, la consommation est plus dure, comme la concurrence. » En moyenne, un magasin

#### EN CHIFFRES

**32** points de vente  
**150 000 €** d'apport initial  
**30 %** de l'assortiment en non-alimentaire  
**20 %** de l'assortiment alimentaire issus de fournisseurs locaux

Source : L'Eau vive

parvient à un chiffre d'affaires de 1,2 à 1,5 million d'euros la deuxième année. La meilleure franchise, un 350 m<sup>2</sup> dans le centre de Clermont-Ferrand (63), a atteint 2,5 millions d'euros, quatre ans après son ouverture.

L'Eau vive propose un assortiment réparti à 70 % en alimentaire et à 30 % sur de l'hygiène-beauté, les compléments alimentaires... Et chaque magasin doit compter dans son équipe un naturopathe ou un diététicien. Sur l'alimentaire, 20 % des références viennent de fournisseurs bio locaux. Le siège de l'entreprise, à Lyon (69), dispose d'une petite équipe dédiée à la franchise, avec un animateur de réseau, un service de communication, et une possibilité d'aide sur les questions juridiques et financières. ■

JEAN-BAPTISTE DUVAL