

Après Gamm vert et Delbard, le groupe coopératif InVivo creuse son sillon dans la distribution. Les spécificités de ce magasin ? Des offres locales avant tout, et des métiers mis en valeur.

Frais d'ici, le nouveau supermarché du local

LES TENDANCES

Proximité C'est l'argument majeur avancé par le supermarché pour séduire les consommateurs avides de produits locaux.

Transparence En rayon, les matériaux et les produits, souvent bruts, traduisent la volonté de rassurer les clients.

Service Un rayon épicerie et boissons pour compléter l'offre, des caisses automatiques et un système de click & collect assurent un maximum de services aux clients.

c'est justement la deuxième fierté de ce magasin, qui compte 80 % de son offre en provenance du Grand Ouest, dont 14 % se situant à moins de 50 kilomètres du point de vente. En rayons, des panonceaux indiquent l'histoire et montrent les nombreux producteurs locaux. Pour autant, le point de vente se veut aussi pratique : « *Le client doit pouvoir tout trouver pour ses courses. C'est pourquoi nous avons un rayon épicerie et boissons pour apporter un service complémentaire* », souligne Jean-Pierre Dassieu, directeur général de la section grand public d'InVivo.

Actionnariat régional

Le magasin, détenu à 52 % par InVivo, a intégré au capital d'autres coopératives locales : Vivadour, Fermes de Figeac, Val de Gascogne et Arterris se partagent à parts égales les 48 % restants. Local jusque dans l'actionnariat, c'est donc aussi la volonté du groupe, qui ambitionne de dupliquer le prototype. « *Nous tablons sur 150 à 200 points de vente d'ici à 2025, mais on doit encore valider notre modèle économique* », tempère Thierry Blandinières, directeur général d'InVivo. À chaque fois, il s'agira de reconstruire tout un sourcing de proximité autour du point de vente, un processus long à mettre en place. Et coûteux, puisque chaque magasin aura besoin *a minima* de 1 million d'euros pour sortir de terre. Un défi de taille pour parvenir *in fine* à proposer aux consommateurs un distributeur spécialisé dans les circuits courts. ■■

550 m²
de surface de vente,
et 150 m² de stockage

2 500
références présentes
en magasin

4
chefs de rayon recrutés
pour l'ouverture
du point de vente

Source: InVivo

Frais d'ici. Le nom de ce nouveau supermarché, conçu par le groupe coopératif InVivo, résume à lui seul la promesse du magasin, qui a ouvert ses portes dans la banlieue de Toulouse. Le pari est, en effet, de proposer une offre très riche en produits frais : ce sont environ 85 % du chiffre d'affaires attendus. L'autre parti pris est de miser sur un sourcing local, avant tout. Visite guidée.

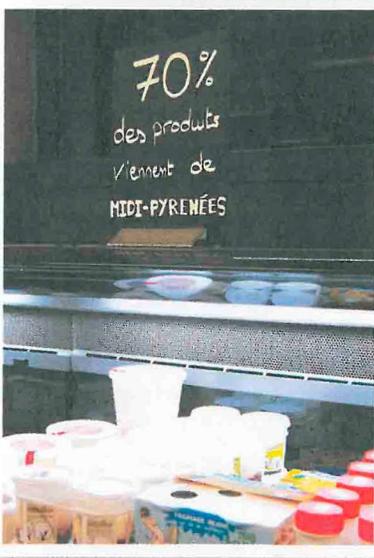
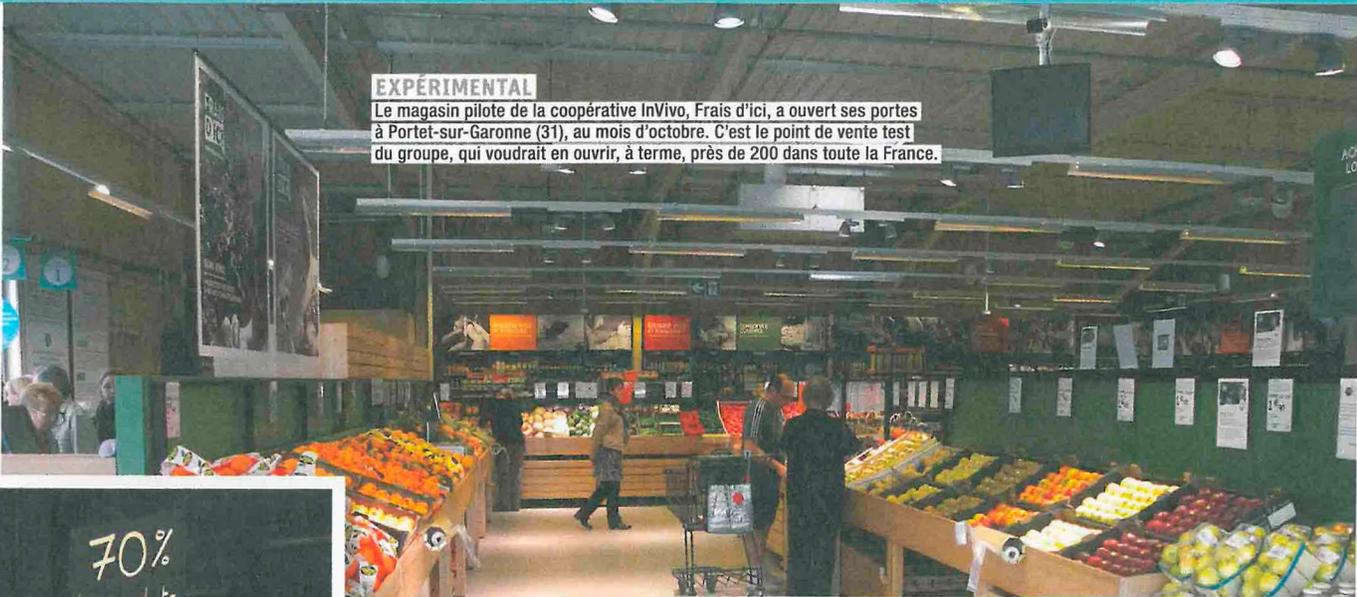
Ces deux volontés se remarquent dès l'entrée du point de vente. Grâce à un parcours semi-dirigé, le client entre par les fruits et légumes, stockés en masse. Même largeur de gammes pour les autres produits frais, à savoir la crème et les produits carnés – boucherie, charcuteries et volailles. Pour accompagner la vente et valoriser ces produits, le personnel conseille – quatre chefs de rayon ont été recrutés pour l'ouverture –, coupe, oriente les clients et leur explique l'histoire des produits, qui proviennent pour l'essentiel de la région. Le sourcing local,

PLUS D'IMAGES
À DÉCOUVRIR SUR LSA.FR

JULIE DELVALLÉE

EXPÉRIMENTAL

Le magasin pilote de la coopérative InVivo, Frais d'ici, a ouvert ses portes à Portet-sur-Garonne (31), au mois d'octobre. C'est le point de vente test du groupe, qui voudrait en ouvrir, à terme, près de 200 dans toute la France.



FIER

Un panneau (ici en rayon), revendique un message cher au groupe: 70% de l'offre présente dans ce magasin vient de la région Midi-Pyrénées. Mieux, 14% de l'assortiment a parcouru moins de 50 kilomètres pour arriver dans ces linéaires.

COMPÉTENT

Les stands traditionnels vantent le savoir-faire des producteurs... et des quatre chefs de rayon embauchés pour ce magasin: fruits et légumes, crèmerie, boucherie-charcuterie, et boissons et épicerie.



PHOTOS: DR - JULIE DELVALLEE

PRATIQUE

Cinq caisses automatiques, et une traditionnelle, achèvent le parcours client. Au mois de janvier, Frais d'ici, qui possède déjà son propre site internet, proposera en plus le click & collect. Les casiers de retrait sont déjà implantés à l'entrée du point de vente.



PRAGMATIQUE

Certes, l'offre locale a la part belle. Mais le supermarché veut offrir l'ensemble des produits nécessaires à ses consommateurs, c'est pourquoi les origines mentionnées en linéaires dépassent parfois les frontières... et représentent moins de 20% de l'offre.

EFFICACE

Pour valoriser cette offre locale, InVivo s'appuie sur les armes traditionnelles du marketing: photo des producteurs, messages pour exprimer ses engagements, et panneaux explicatifs pour situer le lieu de production et raconter l'histoire des quelque 200 producteurs qui fournissent ce magasin.

