

# Les Halles de l'Aveyron s'exportent en Ile-de-France

Le deuxième point de vente de la coopérative Unicor sort de son territoire de prédilection. L'enseigne a donc déployé un dispositif spécifique pour séduire les Franciliens. Une recette aveyronnaise qui semble porter ses fruits...

**E**n 2009, Les Halles de l'Aveyron ouvraient leurs portes à Rodez. L'occasion pour les Aveyronnais d'avoir un lieu qui regroupe des produits locaux issus de circuits courts. Le magasin et son restaurant accolé séduisent. Quatre ans plus tard, le point de vente affiche un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros. Fort de ce succès, la coopérative Unicor entérine une autre ouverture. Mais cette fois, ce sera dans le Val-d'Oise, à Herblay. Ici, l'action à mener est tout autre : la clientèle connaît peu ou mal ces spécialités du Sud-Ouest.

## 140 000 clients potentiels

Pour partir à la conquête des Franciliens, le groupe coopératif a investi 7 millions d'euros (contre 4 millions d'euros lors de leur première implantation) pour ce nouvel emplacement. Il comprend lui aussi un restaurant, qui ouvrira au mois de janvier 2015, et une poissonnerie, Cap Fraîcheur. L'implantation du magasin, qui a ouvert à Herblay au mois d'octobre, ne doit rien au hasard : près de 140 000 clients potentiels vivent à moins de cinq minutes du point de vente.

**780 m<sup>2</sup>**

La surface de vente pour le magasin d'Herblay (95)

**12 000 m<sup>2</sup>**

La surface globale du bâtiment, comprenant une poissonnerie et bientôt un restaurant qui proposera les produits du magasin

**8 M€**

Le chiffre d'affaires prévisionnel pour octobre 2015

**2 000**

Le nombre de références

**30**

Le nombre de salariés, dont 8 bouchers  
Source : Unicor

Dès l'entrée, Les Halles de l'Aveyron affichent leurs engagements. «*Il est impératif de se distinguer des produits de la grande distribution*», souligne Jehan Tanguy, ex-Leclerc maintenant directeur distribution rurale chez Unicor. Surtout quand un hypermarché Leclerc est positionné à 300 mètres avec un drive... Pour se différencier, le point de vente est habillé de noir et la lumière est savamment dosée,

plus intense sur les viandes et plus feutrée au rayon des fruits et légumes.

## Produits du terroir

Comme son nom l'indique, ce magasin promet des produits aveyronnais ; ils représentent 70 % de l'offre présente en rayon. À noter tout un espace frais dédié au canard, depuis le foie gras jusqu'aux confits. Autre particularité, un linéaire est consacré aux produits issus de



**PLUS D'IMAGES**  
À DÉCOUVRIR SUR  
LSA.FR



l'agriculture biologique. Mais le point fort du magasin, c'est surtout les viandes. Bœuf d'Aubrac, veau de l'Aveyron et de Ségala... Autant de races réputées de la région qui sont ici bien valorisées. 100 % de l'offre carnée est fournie par des éleveurs appartenant à la coopérative Unicolor. Les carcasses sont réceptionnées entières aux Halles de l'Aveyron. Elles sont ensuite préparées dans l'atelier de découpe situé à l'arrière du magasin et vendues par huit bouchers qui se relaient dans le point de vente. Ce rayon est le plus lucratif ; il constitue 50 à 55 % des ventes. Deuxièmes en termes de chiffre d'affaires, les fruits et légumes offrent aussi une grande variété. Pour les légumes, un espace leur est dédié, avec une température

« Nous travaillons sur un développement de ce concept en grappe dans la région parisienne, ainsi que sur celui d'un format de proximité pour le centre-ville. »

**Jehan Tanguy**, directeur distribution rurale chez Unicolor



adéquate. Pratique, car les légumes restent ainsi en rayon en fin de journée, ce qui limite les manipulations.

**Déjà 5 000 visites par semaine**  
Pour séduire un public néophyte concernant les spécialités aveyronnaises, ces produits sont soutenus avec des animations très fréquentes, à la différence du

magasin de Rodez. L'offre de produits de service, comme les condiments, est aussi présente afin que les consommateurs puissent faire l'ensemble de leurs courses dans le point de vente. Ces partis pris semblent bien fonctionner. Depuis son ouverture, l'enseigne compte 5 000 clients par semaine, soit bien plus qu'espéré. Elle mise déjà sur un chiffre d'affaires de 8 millions à fin 2015. « Nous voulons nous développer par grappe, c'est pourquoi nous voulons ouvrir un autre magasin en région parisienne, explique Jehan Tanguy. Cela servira aussi à amortir les coûts logistiques. Mais la limite sera nos approvisionnements... Nous ne pourrions pas atteindre les 150 points de vente comme Frais d'Ici. » ■ **JULIE DELVALLÉE**



**LA TRADITION AU CŒUR DU MAGASIN**  
Le centre du magasin est occupé par les stands traditionnels. Un atelier de découpe de fruits et légumes, un pôle volailles, boucherie, charcuterie et fromages composent cet îlot central.



**ESPACE LÉGUMIER** ▲

Les Halles de l'Aveyron proposent une large offre de fruits et légumes. Pour ces produits frais, l'enseigne est livrée quotidiennement. Ils représentent le deuxième poste du chiffre d'affaires du magasin derrière la viande (30 à 37 % du CA).



▲ **MADE IN AVEYRON**  
Miel, viandes, produits laitiers, gâteaux à la broche (photo)... 70 % des produits sont aveyronnais ; 20 % sont régionaux, le reste étant des produits français ou d'importation sous label ou issus d'une coopérative.

◀ **EN-GA-GÉS!**

Les engagements de l'enseigne sont affichés dès l'entrée : authenticité, traçabilité, qualité et durabilité.

PHOTOS DR