

Le catalan Ametller s'appuie sur

Inspiré de l'univers des marchés et créé par une famille d'agriculteurs, Ametller Origen approche des 100 points de vente grâce à un bon rapport qualité/prix et à un savant mélange de pragmatisme et d'intuition.

En moins de vingt ans, le producteur-distributeur Ametller Origen est devenu l'enseigne dont tout le monde parle en Catalogne. De l'étal d'un marché dans le Haut Penedès, au nord de la station balnéaire de Sitges, les frères Josep et Jordi Ametller ont fait une chaîne de 94 supermarchés strictement alimentaires. À Barcelone, leur magasin de la Rambla del Poblenou, ouvert fin 2017, reflète leur ambition. Elle consiste à transposer en boutique l'essence du marché, cela sur un mode d'intégration verticale et en optimisant la chaîne de valeur. Plus de 3 000 hectares de terres situées le long de l'axe méditerranéen, dont au moins 1 200 hectares en propre, approvisionnent le réseau en fruits et légumes de saison dans de vastes étals toujours situés au centre des points de vente.

Des résultats probants

Autour, des meubles en bois à l'aspect rustique proposent des produits élaborés, dont beaucoup sont fabriqués par le groupe qui, pour les vins par exemple, possède sa propre bodega. C'est néanmoins dans les produits frais que s'exprime tout le savoir-faire d'une famille œuvrant dans l'agriculture et la transformation de produits agricoles depuis plus d'un siècle et demi : crèmes de légumes, gaspachos, tortillas, plats préparés et yaourts, entre autres. L'obra-dor (atelier usine) du groupe, à

1 000 m²

de surface pour le magasin de la Rambla del Poblenou, à Barcelone

15 employés

5 caisses

Source : Ametller Origen

Olèrdola, tourne à plein régime. Cet attachement aux origines imprègne toute la culture d'une entreprise dont les deux cofondateurs préfèrent parler de la succulence de leurs tomates que de leurs résultats, non moins excellents, puisque les ventes ont progressé de 17,2 % en 2017, à 163 millions d'euros.

Le succès venant, Ametller Origen, qui s'appelait au départ Casa Ametller, a diversifié son offre. Les magasins les plus grands, comme celui de Poblenou, abritent désormais poissonnerie, boucherie, fromagerie, voire boulangerie. Dans le quartier branché de Poblenou, le fait que le distributeur obéisse aux

NATURE

En épicerie, Ametller s'efforce de proposer des produits de différentes marques pas forcément bio, mais les moins transformés possible et avec une forte image de naturalité.



UN SAVOIR-FAIRE MIS EN AVANT

Les produits de marque propre, particulièrement les gaspachos et les crèmes de légumes, jouissent d'une grosse cote d'amour auprès des clients de l'enseigne.

RUSTIQUE

Ametller Origen a fait de ses racines paysannes sa marque de fabrique et met cet aspect en scène dans toutes ses boutiques.



les racines et les origines

principes de l'agriculture intégrée et durable, vise une offre à zéro résidu de pesticides dès 2019 et bannisse l'emploi de conservateurs ou de colorants dans ses produits élaborés, quitte à privilégier les DLC courtes, attire de plus en plus de consommateurs. Le mélange de produits, avec quelques références grand public à des prix d'appel difficilement battables, le rapport qualité/prix du frais et la recreation d'un univers marché dans la boutique

plaisent énormément aux 30-55 ans, qui ont perdu la relation avec les marchés traditionnels et sont souvent refroidis par les prix très élevés (par rapport au pouvoir d'achat moyen) des enseignes bio espagnoles.

D'autres régions espagnoles

Des portraits peints d'employés accrochés aux murs, y compris des personnes travaillant au service téléphonique de l'entreprise, renforcent l'impression de proximité, tandis que quelques mes-

sages nutritionnels incorporés à la déco créent un climat de confiance. Jusqu'à présent, Ametller Origen accomplit un sans-faute et maintient un rythme de cinq à six ouvertures par an, exclusivement en Catalogne. La prochaine étape sera l'expansion de ce modèle d'intégration verticale à d'autres régions d'Espagne. Mais prudemment, comme la famille Ametller se flatte de procéder depuis 1830. ■

ARMAND CHAUVEL, À BARCELONE

AU CENTRE

Le rayon frais, stratégique pour le consommateur espagnol, constitue le cœur du magasin.

Et permet à ce modèle d'intégration verticale d'exprimer toute sa puissance, notamment dans les fruits et légumes.



PHOTOS © AMETLLER



© AMETLLER ORIGEN

« Pour nous, la clé est de conserver nos valeurs. Chaque client compte. Nous avons commencé sur les étals de marché et savons comment soigner un client, le satisfaire, maintenir avec lui une connexion spéciale en étant les plus professionnels possible et en lui apportant la qualité maximale. »

Josep Ametller, cofondateur d'Ametller Origen

▲ DANS L'AIR DU TEMPS

Bien que le positionnement soit celui de l'agriculture intégrée et durable, les codes des magasins bio sont abondamment utilisés, des sacs en tissu aux meubles en bois.