

SPECIAL COVID-19



AVANT PROPOS

La FEEF accompagne toute l'année ses adhérents, les PME fournisseurs de la grande distribution et de la RHD, dans leurs relations avec leurs clients.

La pandémie de COVID-19 a des répercussions importantes sur l'activité des entreprises et dans les relations commerciales. Dans ce contexte, la FEEF s'est mobilisée en ouvrant une plateforme d'échanges pour répondre aux problématiques commerciales soulevées par cette situation de crise inédite afin d'alerter et de sensibiliser les pouvoirs publics.

En contact permanent avec les directions d'enseignes, la FEEF a décidé d'ouvrir un « fil d'info enseignes » constitué des réponses qui lui sont communiquées par les distributeurs et opérateurs RHD. Nous souhaitons partager ces informations avec toutes les PME françaises pour les soutenir pendant cette période. En effet, c'est ensemble et solidairement que nous ferons face à cette crise.

Vous [trouvez-ici](#) des fiches par enseigne et leurs positions actuelles concernant la :

*Politique d'assortiment des distributeurs
Gestion des linéaires par les fournisseurs
Supply chain
Facturation*

Nous remercions ces enseignes pour leurs réponses indispensables à la survie économique des PME françaises.

Ces documents seront actualisés régulièrement.

Nous sommes et resterons par ailleurs pleinement disponibles pour répondre à vos interrogations sur les relations commerciales.

Envoyer un mail à feef@feef.org

PASSERELLE

TRIMESTRIELLE

LA LETTRE DE LA RELATION PME / DISTRIBUTEURS - RHD

N° 20 - MARS 2020

À LA UNE

Nouveaux Accords FEEF avec E.LECLERC et le Groupe CASINO

Dans le cadre du partenariat que la FEEF entretient avec les grandes enseignes de la distribution, des accords annuels ou pluriannuels sont établis pour garantir les bonnes relations et le discernement envers les adhérents PME de la FEEF.

Des avancées significatives ont été actées avec **E.Leclerc**, notamment avec la réduction de 10 jours sur les règlements mais aussi avec des réductions de 50% sur les pénalités logistiques pour les TPE et PME. La gratuité des statistiques de vente au trimestre par SCA permettra aux PME de cibler leurs actions en termes de développement de leur DN, DV. À noter enfin l'avancée significative de la mise en place d'appels d'offres simplifiés faisant gagner du temps aussi bien aux fournisseurs qu'aux collaborateurs de la Scamark dans l'analyse des dossiers.

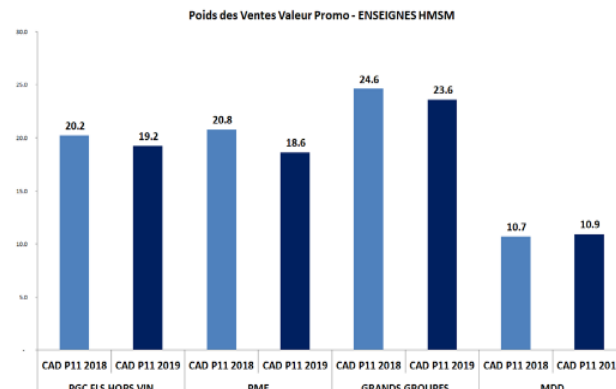
Le groupe Casino a de son côté proposé une gratuité des statistiques de vente sur chaque enseigne, des opérations digitales très innovantes et un assouplissement des taux de services logistiques cumulés avec la suppression des pénalités de retard pour les TPE. Les accords signés avec **Auchan, Carrefour, Provera, U Enseigne et Intermarché** intègrent également des points de développement relatifs aux labellisés PME+, et à l'organisation de rencontres avec les PME tout au long de l'année.



PERFORMANCES DES PME SUR LES MARCHES

PGC et PME en 2019

Sur l'année 2019 les marques nationales contribuent à 51% de la croissance valeur des PGC-FLS, dont 30% pour les PME et TPE, respectivement en croissance de chiffre d'affaires de +2.4% et +2%. Les ETI éprouvent de réelles difficultés avec une évolution négative de leur chiffre d'affaires à -1.8%. Les MDD progressent de +1.4%. Rappelons qu'elles sont fabriquées à 83% par des PME ! Notons également que les PME ont été particulièrement affectées par la baisse du poids des promotions imposées par la loi EGAlim.



Source: Nielsen ScanTrack - Données arrêtées au 3 novembre 2019 (P11 2019)

UNE COLLABORATION EXEMPLAIRE

Un partenariat 100% Alsace

Pâtes Grand'Mère et L'Alsacienne de Restauration (Elior) toutes deux labellisées Alsace Excellence, étaient faites pour se rencontrer et travailler ensemble ! " Quand nous avons appris, que Pâtes Grand'Mère lançait une gamme premium et innovante «L'Alsacienne», composée d'ingrédients 100% Alsace, nous avons tout naturellement cherché à nous en rapprocher. Nous sommes très fiers de nous associer aujourd'hui à une démarche fournisseur d'une telle envergure » déclare Eric Wolff, Directeur de L'Alsacienne de Restauration.

PROXIMITÉ PME / CONSOMMATEURS

FaireFrance en tournée dans les magasins

Le lait **FaireFrance** est une marque créée par 500 éleveurs répartis sur toute la France. Leur objectif : prendre leur destin en main en commercialisant le lait équitable FaireFrance leur permettant d'être rémunérés 0,45 € le litre soit le prix couvrant les frais (coûts) de production. Les animations en magasins sont la clé de leur succès. Ils y font de la pédagogie et elles leur permettent de tisser des liens avec les consommateurs. Ils vont à la rencontre de 500 000 Français chaque année dans les points de vente... En 2019, FaireFrance a ainsi vendu 12.5 millions de litres de lait dans 8 500 magasins !



INNOVATION

Trophée LSA Innovation

La FEEF était partenaire de la 40ème cérémonie des Trophées de l'innovation de LSA (déc 2019) et faisait partie du jury non alimentaire. A cette occasion, plusieurs PME ont été distinguées : **Saint-Hubert, Hénaff, Flam'up, La Compagnie du Midi pour leur créativité.**

Lancement du parcours emballage de la FEEF

Contexte : une réglementation sur les emballages qui se durcit, l'engagement des distributeurs à atteindre 100% d'emballages recyclables, réutilisables ou compostables à horizon 2025, l'intégration dans les cahiers des charges MDD des enseignes de ces nouvelles exigences.

La FEEF, dans son rôle de facilitateur de la collaboration PME / Enseigne, met en place un PARCOURS EMBALLAGE avec pour objectif d'accompagner ses PME sur la "transition emballage" et la réduction des plastiques, en 3 phases :

Phase 1 : Comprendre les enjeux, acquérir des connaissances sur les solutions possibles et monter en compétences opérationnelles via un programme de Webinars de mars à octobre 2020, en partenariat avec ADELPHÉ et CITEO.

Phase 2 : Comprendre la stratégie et les attentes des distributeurs via l'organisation de rencontres enseignes organisées par la FEEF : Journée Défi Emballage INTERMARCHÉ du 23 janvier, Rencontres SCAMARK, Journée CARREFOUR Emballage Octobre 2020.

Phase 3 : Participer à la journée emballage FEEF du 17 novembre 2020, qui vous permettra de rencontrer des fournisseurs d'emballages, des distributeurs, et d'échanger entre adhérents et experts sur des thématiques clés.

Une base documentaire QUALITE/EMBALLAGE vient compléter ce dispositif, disponible dans l'espace connecté des PME FEEF. Elle met à disposition l'ensemble des documents élaborés par les enseignes et différents experts.

L'Origine France

La transparence et la sincérité sur l'origine des produits sont plus que jamais réclamées par le consommateur. La FEEF, représentant les PME françaises fournisseurs de la distribution, a souhaité s'engager auprès de deux initiatives pour la grande distribution et la RHD.

1/ La signature de la charte Origine portée par le Think Tank AgriAgro dont un colloque sur l'étiquetage sur l'origine s'est tenu le 11 décembre 2019 à l'Assemblée Nationale, organisé par le député de la Creuse Jean-Baptiste Moreau. L'occasion de confirmer le soutien de la FEEF à cette Charte destinée à apporter une meilleure et une sincère information aux consommateurs sur l'origine des produits afin d'inciter les acteurs de la filière à privilégier les matières premières agricoles françaises et revaloriser le revenu des agriculteurs. **Carrefour, Le Groupe Casino, Cora, La FCD, Intermarché, E.Leclerc, Lidl, Match, Intermarché, U** sont les distributeurs également signataires.

5 engagements que les marques et les distributeurs pourraient prendre : remplacer les indications UE/hors UE par la provenance claire du/des pays, associer visuellement le lieu de préparation ET l'origine des ingrédients, ne revendiquer l'origine française que s'il s'agit du premier ingrédient, afficher l'origine de l'ingrédient majeur (symbolique) sur les affiches en magasin et cesser la double indication d'origine en point de vente.

2/ La FEEF est également partenaire de la Charte Origine France initiée par **METRO France**, en tant que premier fournisseur de la restauration indépendante. Il s'agit d'un projet

ambitieux pour valoriser les productions agricoles françaises et 10 fédérations se sont alliées dans cette démarche inédite. L'ensemble de celles-ci possède un ancrage territorial puissant, ce qui va permettre la mise en action concrète des objectifs au niveau national, régional et local.

Plusieurs PME FEEF ont accepté de relayer et d'animer cette démarche qui va créer des dynamiques de réseaux et d'actions entre les filières alimentaires françaises et METRO avec des temps de réflexion entre les acteurs signataires, des temps de communication autour d'événements avec les acteurs du territoire et le grand public. La quote-part Origine France des produits bruts utilisés dans la restauration indépendante sera évaluée tous les ans grâce à la mise en place d'indicateurs avec tous les signataires.

6 axes ont été établis : bâtir ensemble des relations de confiance, réfléchir ensemble sur le sujet de la valorisation de la production française, agir avec des actions conjointes de mise en valeur de la production française, répartir la valeur entre les acteurs de la filière, soutenir les filières locales et responsables, les labels de qualité français, les labels d'entreprises engagées dans leur territoire (label PME+), et sensibiliser les restaurateurs indépendants sur les enjeux du secteur de la production française.



3 QUESTIONS à

LA FEEF : Pourquoi parier sur la PME dans le cadre de l'innovation ?

Corinne Aubry Lecomte : Par nature la PME s'exprime sur un créneau d'expertise pointu pour ne pas disperser ses ressources financières et humaines qui sont limitées. Par ailleurs, pour naître puis vivre elle est forcée d'imaginer des propositions de valeur qui n'existent pas sinon sa chance d'émerger est faible et de durer quasi nulle ; l'innovation est donc dans l'ADN d'une PME et c'est cela que nous recherchons. Les PME sont ancrées dans les régions et les territoires et permettent de répondre aux attentes de produits locaux de notre clientèle. Leur taille est aussi un atout de flexibilité et d'adaptabilité que ce soit pour collaborer en MN ou en MDD.

LA FEEF : Quel accompagnement de la PME dans la commercialisation de son innovation ?

Corinne Aubry Lecomte : La PME fait l'objet d'une approche particulière tant au niveau des équipes achats qu'au niveau des équipes enseignes (cf/ nouvelle charte janvier 2020) : accompagnement dans la finalisation de la promesse produits (en particulier pour les startups), facilitation de la mise en relation avec les bons interlocuteurs au sein des enseignes, marchés test adaptés pour les nouveaux produits, objectifs supply spécifiques plus souples...

LA FEEF : La PME en 2020 ?

Corinne Aubry Lecomte : La PME 2020

Corinne AUBRY LECOMTE

DIRECTRICE INNOVATION, QUALITÉ, PÔLE INDUSTRIEL.
MÉDIATION DES RELATIONS INDUSTRIELLES ET AGRICOLES.
CASINO



doit prendre en compte plusieurs paramètres de plus en plus essentiels :

- Le caractère innovant des produits ne doit pas faire oublier la promesse de base : les produits alimentaires doivent être bons et gourmands et les produits non alimentaires efficaces.
- Les produits doivent être Responsables: des recettes clean et clear avec des matières premières de qualité et en privilégiant l'origine française, des emballages plus durables.
- Leur activité doit intégrer de plus en plus le digital : dans le partage des données produits (exemple interface Alkemics), dans l'animation commerciale (promotions ciblées, fidélité), dans leur communication avec la prise en compte des réseaux sociaux par exemple.

Revues catégorielles

A contrario des multinationales dotées de moyens marketing et financiers importants, les PME n'ont pas toujours accès aux stratégies des distributeurs sur leur catégorie. Les revues de marché ont pour objectif de palier à ce manque d'informations cruciales dans leur développement.

La plupart des enseignes de la grande distribution proposent aux adhérents de la FEEF des rencontres réunissant leurs équipes marketing et achat autour des principales catégories de produits. Sont évoquées les performances des marchés tous circuits ainsi que les résultats de l'enseigne. Le profil du consommateur, ses habitudes de consommation et ses attentes participent à l'enrichissement des données ainsi collectées par les PME.

La politique d'offre de l'enseigne permet ainsi aux PME de se positionner et d'apporter une réponse adaptée aux distributeurs. Après le "jeu" des questions réponses, des rencontres individuelles clôturent souvent ces manifestations riches en partage et en compréhension des politiques des distributeurs.

EN INFOGRAPHIE

Chiffres en enjeux du E-commerce



25 Mds €

ont été dépensés en ligne par les Français sur le 1^{er} trimestre 2019.

+12 % de croissance sur un an

(Source FEVAD, 2019)

21800

sites marchands ont été créés en France en 2018, soit un total de

200 000 sites marchands actifs

à la fin de l'année 2018.

La création de sites marchands a progressé en 2018 de

12,6 %

(Source FEVAD, 2019)



IMPULSIONS SUR...

Le digital

Selon le bilan annuel de la Fevad (Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance), en 2019, le commerce en ligne a dépassé pour la première fois les 100 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Avec une croissance soutenue, en hausse de 11,6 %, (projection de 11.5% fin 2020) il capte 10 % du commerce de détail des biens de consommation, et seulement 6% du commerce alimentaire. Les ventes effectuées par les marchands hébergés sur les marketplaces ont, quand à elles, progressé de 14%.

En 20 ans, le e-commerce a donc pris en moyenne 0,5% de parts de marché par an, sur le commerce préexistant. Et encore ! La moitié de ces ventes en ligne sont aujourd'hui réalisées par des enseignes magasins.

Fort de ce constat et devant la montée en puissance de la grande distribution sur ce circuit, la FEEF accompagne ses membres via des rencontres organisées avec les directions digitales des grandes enseignes. Une cartographie a été réalisée, décryptant pour les PME les différentes stratégies digitales de leurs clients à date : clé d'entrée des référencements produits, politique tarifaire entre les différents circuits de vente des enseignes, e-merchandising, logistique produit.

Le digital est également un sujet de fond traité dans l'ensemble des commissions de la FEEF: Fruits & légumes, DPH, Textile, Bio et bien évidemment celle dédiée à 100% à ce canal de distribution. Les PME y partagent leurs clés de réussite et leurs bonnes pratiques à mettre en place pour développer du business rentable.

Le digital est un véritable facteur de croissance pour les PME et la FEEF a mis en place des formations dédiées telles que : "Négocier et développer sa Marque en e-commerce, « Le référencement naturel", « Gérer les Réseaux Sociaux".

Alkemics et la FEEF se sont également alliés pour accompagner et renforcer les connexions digitales des PME à l'ensemble du retail. Un catalogue produits FEEF est disponible sur la plateforme et les PME bénéficient d'un mois gratuit sur l'offre Alkemics Omnicanal.

En 2020, un focus particulier traitera de l'animation de sa marque sur **Amazon** et une journée sera dédiée à ce pure player qui présentera sa stratégie, son organisation et ses attentes en termes d'offre PME sur ses directions market place et retail. **Cdiscount** sera également un partenaire de la FEEF avec un parcours dédié à la découverte de ce distributeur français qui souhaite valoriser le "Made in France" sur la toile. Emmanuel Grenier, son directeur général, souhaite mettre en place "un accompagnement collectif auprès des PME pour appréhender le métier".

D'autres sites e-commerce ont participé, sur l'initiative de la FEEF, à des plénières suivies de speed meeting, tels que **Showroom privé, Veepee, Greenweez**. D'autres enseignes seront invitées à participer à des rencontres PME dans les domaines de la beauté, de la santé, du bio, du textile.



CONNEXIONS FEEF / DISTRIBUTEURS

HIER



Speed-Meeting Défi Emballage avec INTERMARCHÉ, Bondoufle 

23 janvier. Intermarché a convié 40 PME pour évoquer sa stratégie emballage MDD et aider ses fournisseurs à se mettre en mouvement pour répondre aux exigences réglementaires. Ce sujet est complexe pour les adhérents de la FEEF qui ont besoin d'être accompagnés. En ce sens, saluons l'initiative d'Intermarché qui a également rencontré individuellement ses fournisseurs lors d'un speed meeting.



Revue de Marché U ENSEIGNE Textile 

9 mars. Le "Savoir d'achat" du groupement E.Leclerc et les nouvelles attentes consommateurs en matière de produits sains et d'emballages vertueux obligent l'enseigne à revoir ses gammes MDD. Pour ce faire, la FEEF a organisé pour 116 PME invitées 137 speed meeting réunissant 80 représentants de l'enseigne. Des revues de marché ont permis des échanges très concrets sur les potentiels de développement et les attendus du groupement.

À VENIR



Journée AMAZON 

28 avril. Amazon souhaite développer ses ventes de produits de PME françaises via ses entités retail et market place. Une rencontre est organisée par la FEEF permettant de présenter les services et modes de fonctionnement qui peuvent apparaître complexes pour des PME non-initiales à leur démarche. Illustrée par des retours d'expérience de PME, cette journée a pour objectif de faciliter les relations avec ce 3ème distributeur mondial.



Rencontre Décryptage Groupe Pomona 

3 Juin. Le Groupe Pomona vient à la rencontre des PME de la FEEF lors d'un petit-déjeuner de décryptage des 5 entités du Groupe, que sont PassionFroid, TerreAzur, EpiSaveurs, Délice&Création, Saveurs d'Antoine, et Relais d'Or. En présence de chaque Directeur de Branche et de chaque Directrice et Directeur des Achats, Eric Dumont, président du Directoire présentera les spécificités, les stratégies et les perspectives de ces 5 sociétés totalement indépendantes entre elles.



RDV PME-Enseigne sur M.A.D.E. 

13 et 14 mai. La FEEF est partenaire du salon M.A.D.E., le rendez-vous de la création alimentaire qui aura lieu les 13 et 14 mai à la Porte de Versailles. A cette occasion, la FEEF invite les PME à échanger sur son stand avec 3 enseignes : **INTERMARCHÉ, U les nouveaux commerçants et CARREFOUR** sur différentes thématiques.



RDV PME-Enseigne sur SANDWICH & SNACK SHOW 

7, 8 et 9 juin. La FEEF est partenaire du Salon Sandwich & Snack Show, le rendez-vous des professionnels du snacking, de la consommation nomade et de la restauration italienne et japonaise, qui aura lieu les 7, 8 et 9 juin à Paris Expo Porte de Versailles. A cette occasion, la FEEF propose aux PME françaises 5 rencontres exceptionnelles avec ses invités : **Elior, Forezia, Intermarché, Newrest et Carrefour.**

[Voir les rencontres à venir](#)

La FEEF est un mouvement d'entrepreneurs fournisseurs de la distribution et de la RHD, regroupant près de 900 entreprises, de la TPE à l'ETI, alimentaires et non alimentaires. C'est une **PASSERELLE** entre les PME et tous les circuits de la distribution (généralistes, spécialisés, RHD, E-Commerce, Export).
Les **services proposés aux distributeurs** : un sourcing de différenciation, la communication de leur stratégie et de leurs valeurs auprès des PME, la valorisation de leurs actions envers les PME françaises, des rencontres business.



VOTRE CONTACT

Olivier COLLET

Responsable Relations Distribution
01 47 42 63 99 - ocollet@feef.org

