

PASSERELLE

LA NEWSLETTER DE LA RELATION PME - DISTRIBUTION

Les 10 meilleures collaborations commerciales PME-DISTRIBUTEURS 2022



EDITO

Dans un contexte économique complexe et incertain, les relations commerciales durables entre des PME et des distributeurs prennent aujourd'hui un nouveau sens. Soutenir la fabrication française, contractualiser sur du long terme, préserver les savoir-faire, accompagner l'innovation... autant de collaborations qui, au-delà du simple référencement, ouvrent la voie d'un commerce plus vertueux et responsable.

Ce numéro spécial de PASSERELLE met en avant 10 collaborations entre des PME et des distributeurs qui ont été récompensées par un FEEF d'Or en 2022 !

Vous en souhaitant une bonne lecture !





CIRCUIT COURT AU MENU DES CANTINES MARSEILLAISES



PRODUIRE DES PÂTES ARTISANALES ET EDUQUER AU GOUT LES ENFANTS

[PORTRAIT] Mademoiselle de Provence est une TPE engagée RSE. Elle a une agriculture raisonnée et un mode de culture basé sur la rotation pour augmenter les nutriments dans le sol. Elle rénove son lieu de production avec des matériaux respectueux de l'environnement. Elle entretient des liens de proximité et de soutien avec les producteurs de la région en vendant ses produits dans la boutique de l'entreprise.

DEFI RELEVÉ



Mise en avant des pâtes au sein des restaurants de **Sodexo** et référencement dans le réseau de distribution Epicerie de Sodexo. Une animation en juin 2022 en région PACA a valorisé les produits dans tous les restaurants du groupe (entreprises, santé, scolaire, sports et loisirs).

14 tonnes de pâtes livrées en 2021 et distribuées sur la ville de Marseille, ce qui représente plus de 5 terrains de foot remplis de blé dur.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Des volumes de production garantis par Sodexo qui permettent à l'entreprise d'embaucher.

Anticipation des commandes et délais de livraison plus important pour assurer la production et l'approvisionnement par la TPE.

Intégration de la TPE au programme Achats Inclusifs Impact+ de Sodexo lui donnant accès à un accompagnement privilégié dans sa démarche d'agrandissement et la mise en réseau avec d'autres producteurs.





Auchan | RETAIL
FRANCE

PROMOUVOIR ENSEMBLE L'INDUSTRIE TEXTILE EN FRANCE À UN PRIX ACCESSIBLE

[PORTRAIT] Les Manufactures de Layettes et Tricots tricotent depuis près de 50 ans, dans les Pyrénées et à Roanne, des vêtements pour nouveaux nés, enfants et adultes. C'est une PME qui participe à la filière de recyclage avec l'envoi des chutes de coupes pour en faire du fil, qui a mis en place un intéressement pour ses salariés et qui mène une politique de transparence consommateurs sur les lieux des différentes étapes de production, du fil aux expéditions. Elle accueille également des travailleurs handicapés.



RESULTATS OBTENUS

Une collaboration qui montre qu'un renouveau est possible dans l'industrie textile en France via la Grande distribution qui garantit des volumes. Un CA qui a progressé de 385% en 4 ans avec Auchan (de 147K€ en 2019 à 567€ prévus en 2022). +55% en 2022 et +60% prévus pour 2024. L'entreprise a recruté 14 personnes depuis septembre 2021.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Volonté d'Auchan de rapatrier 5% de ses achats textiles en France.

Signature d'un contrat pluri-annuel avec montée en puissance et des quantités multipliées par 3.

Auchan permet à la PME industrielle de recruter, former, investir sereinement pour atteindre les objectifs de production fixés.



CREATION D'UNE FILIÈRE DE FARINE FRANÇAISE 100% RESPONSABLE

[PORTRAIT] PERIGORD FARINE MINOTERIE

ALLAFORT est une entreprise familiale et meuniers depuis 3 générations. Elle produit de la farine pour les professionnels et les consommateurs. Elle a mis en place une politique d'achats responsables : achats de blé filière tracé et de blé en conversion bio à des fournisseurs locaux privilégiant l'agriculture de progrès et responsable. Elle réduit ses impacts environnementaux liés à l'activité (air, eau, sol, déchets).

DÉFI RELEVÉ

Mise en place de la filière farine « Engagée pour l'avenir », une filière responsable 100% française (farine de blé **Metro** Chef) avec un mode de production responsable, une gestion raisonnée des ressources, des contrats pluriannuels auprès de 320 producteurs. Maintien de la filière dans un contexte d'inflation record engendré par la guerre en Ukraine. La construction de prix est repensée et basée désormais sur les coûts de productions agricoles pour une juste répartition de la valeur entre les acteurs. Traçabilité et transparence du cahier des charges tripartites (Metro, PFMA et la Coopérative de la Tricherie qui produit le blé).

PILIERS DE LA COLLABORATION

La juste rémunération

La qualité des blés récoltés

Le respect de l'environnement

L'engagement au long terme





FAIRE PREUVE D'AGILITE FACE LA PENURIE DE MATIERES PREMIERES AVEC DES PRODUITS CLEAN LABEL

[PORTRAIT] ESCAL est une entreprise familiale spécialisée dans les produits surgelés (escargot, spécialités apéritives alsaciennes, produits de la mer). 85% des produits de la mer sont certifiés Bio, ASC ou MSC. Partenariat de long terme avec les fournisseurs situés en Equateur, en Espagne et dans d'autres pays du monde. L'entreprise mène une politique d'écoconception des packagings. Elle fabrique des produits clean label sans additif préparés dans l'unité de Strasbourg.



RESULTATS OBTENUS

Progression du CA de 10% à fin juin 2022 avec Cora. Valorisation des produits sur prospectus et drive 2 fois par an (semaine pêche durable et fêtes de fin d'année).

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Fluidité de la relation et remplacement de produits accepté par Cora quand il y a eu pénurie sur certaines matières durant la crise sanitaire.

Accompagnement de l'enseigne depuis 3 ans sur les produits clean label, certifiés et préparés en France avec un soutien commercial, marketing et achat.

Accompagnement de Cora lors du lancement de toutes les innovations proposées par la PME.



DEVELOPPER UN NOUVEAU MARCHÉ AVEC UN PRODUIT ECOLOGIQUE ET MADE IN FRANCE



[PORTRAIT] LOVE & GREEN fabrique des produits d'hygiène écologique pour toute la famille. Elle est pionnière sur le marché de la couche écologique en France, 1ère marque française de couches neutres en carbone, naturalité des matières premières, entreprise labellisée PME+ depuis 2020, soutenant le Global Compact et Entreprise à Mission depuis 2022 !

RESULTATS OBTENUS



35 000 culottes commandées au printemps.

Un CA x 2 à fin juin 2022 chez **E.Leclerc**.

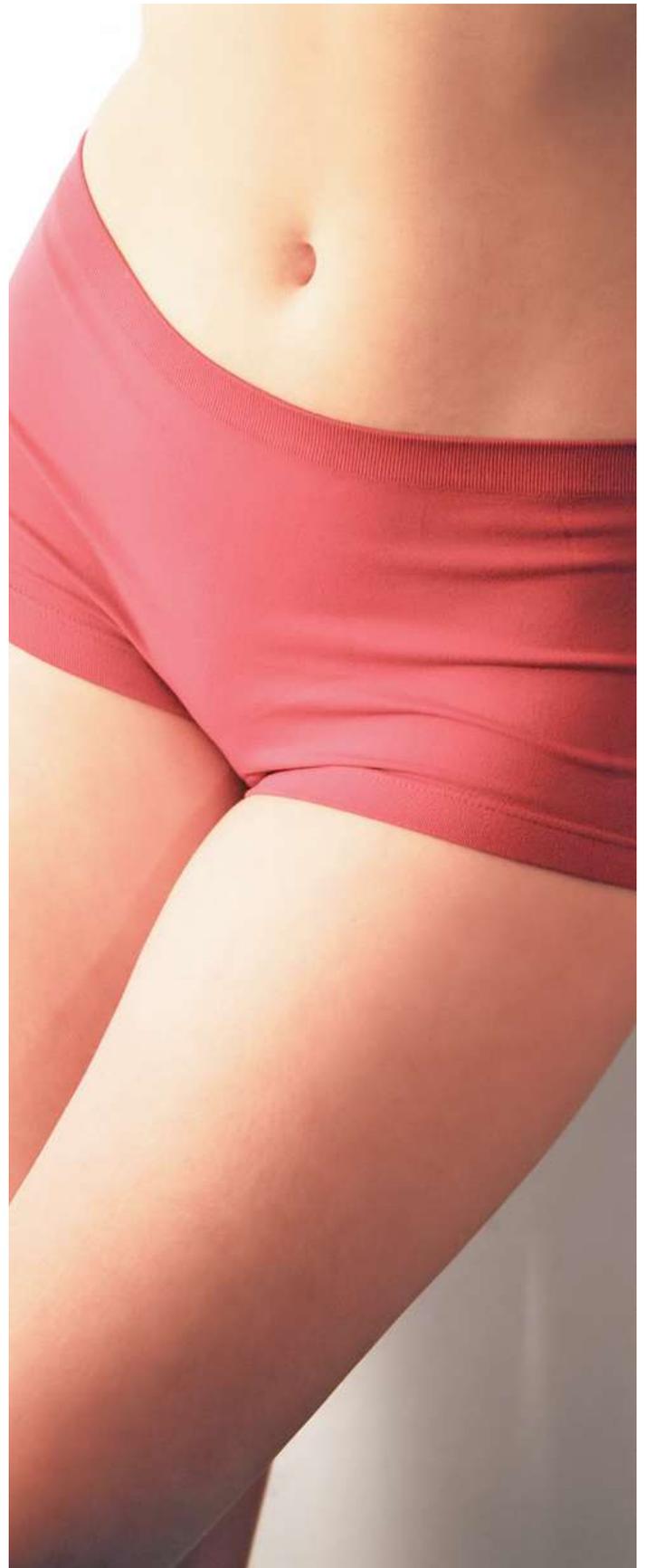
Prochaine étape : Lancement en avant-première chez E.Leclerc d'une gamme d'incontinence modérée et d'une gamme de couches écologiques pour l'énurésie sur cette fin d'année 2022.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Accompagnement au lancement en exclusivité chez E.Leclerc à un prix accessible

Intégration de la gamme magasin et drive

Opération nationale Love & Green dans 450 magasins intégrant les culottes menstruelles





CO-CONSTRUIRE UNE GAMME INNOVANTE 100% VÉGÉTALE

[PORTRAIT] BASE ORGANIC FOOD est une entreprise spécialisée dans la production et l'import de fruits secs, purée de fruits secs, légumes secs vrac et 100% bio. 100% de son activité est réalisée dans la vente de produits bio. Certifications Max Havelaar, Fair for Life, Bio équitable en France. Participation active à la construction et au développement de filières biologiques équitables.



RESULTATS OBTENUS

5 000 coffrets de Noël précommandés pour la fin d'année. Des purées en bocaux en verre proposés dès juillet en magasin. Commande de lancement de 15 000 unités et plus de 370 magasins qui les ont précommandées.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Soutien de Biocoop lors des difficultés rencontrées par la PME avec sa nouvelle ligne de production et des retards de livraison engendrés.

Lancement d'un coffret de Noël et prise de risque de l'enseigne de le proposer au catalogue alors que l'atelier de fabrication n'était pas encore opérationnel.

Référencement de l'ensemble de la gamme avec un positionnement premium

Promotion de la gamme auprès des magasins et lancement de produits en fond de rayon permanent.



INVERSER LE PROCESS D'INNOVATION ET CO-CREER DES PRODUITS BIO

[PORTRAIT] A&O NUTRITION BIO fabrique des produits bio (céréales petit déjeuner, biscuits, cookies, chips légumineuses). Entreprise à mission depuis 2019, création d'un fond de dotation, en cours de certification BCorp,

Elle remplace ses emballages plastiques par des emballages papier PE 100% recyclable. Elle a mis en place une charte éthique.

RESULTATS OBTENUS

7 innovations lancées, 1/3 du CA réalisé avec l'enseigne grâce aux innovations. Un CA 2022 +80% avec l'enseigne à fin juin.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Elaborer des innovations qui font sens pour U Enseigne, la PME et les consommateurs.

4 phases de co-création : identification des tendances conso, analyse des unités de besoin manquantes et à potentiel, proposition de produits, dégustations et partage du mix-marketing.

Intelligence collective : création d'un groupe pluridisciplinaire au sein de l'enseigne (achat, marketing, terrain avec 1 associé de magasin).



MARTIN-POURET
-MAÎTRE VINAIGRIER DEPUIS 1797-

MONOPRIX

S'ENGAGER A RELANCER L'ACTIVITÉ D'UNE MARQUE HISTORIQUE ET SA NOUVELLE IDENTITÉ

[PORTRAIT] MARTIN POURET est le dernier Maître Vinaigrier à perpétuer la tradition des vinaigres et moutardes d'Orléans. L'entreprise a lancé une filière de graine de moutarde et des cornichons du Val de Loire. Elle est labellisée Origine France Garantie et Entreprise du Patrimoine Vivant. Elle a mis en place un programme d'intéressement pour les salariés et un parcours d'intégration qui permet de transformer des apprentis en CDI.



RESULTATS OBTENUS

Un CA en progression à deux chiffres chez l'enseigne chaque année depuis le début de la collaboration en 2019 (+100% en 3 ans).

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Référencement dans 150 magasins sur 5 références avec une forte lisibilité magasins et des actions cross merchandising

Prise de parole puissante de Monoprix pour faire connaître la marque avec de multiples actions de communication : portage journalistes & influences, mise en avant réseaux sociaux, E. mailing etc.

Relation commerciale privilégiée et forte pour assurer le succès commercial de la marque : échanges réguliers sur les performances commerciales, travail en commun sur les nouveautés



DYNAMISER UNE MARQUE GRACE A LA DATA

[PORTRAIT] La Maison Fossier est la plus ancienne biscuiterie de France, connue notamment pour la fabrication du célèbre Biscuits Rose, dont la recette est inchangée depuis 260 ans.

Des recettes et méthodes de fabrication qui se perpétuent depuis 1756. L'entreprise lutte contre le gaspillage, se source avec des matières premières 100% françaises et valorise son patrimoine. Elle est labellisée PME+ depuis 2015.

RESULTATS OBTENUS

Forte évolution de la DN avec le passage de 80 à 1300 points de vente en 1 an. Retour au CA historique 2019 sur la référence phare.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Soutien d'Intermarché lorsque l'entreprise rencontre des difficultés économiques.

Animation magasin, challenges, mise en avant sur prospectus et référencement des nouveautés pour booster les ventes.

Intermarché met à disposition des outils (data sharing, ciblage magasins) pour permettre à la petite force de vente de Fossier de visiter les bons magasins.



Malongo

DU PAVOT AU CAFÉ, UN PROJET DE DÉVELOPPEMENT ÉQUITABLE INTÉGRANT LA BLOCKCHAIN

[PORTRAIT] MALONGO est le leader du commerce équitable en France avec des cafés bio certifiés Fairtrade Max Havelaar. L'entreprise encourage la culture en agroforesterie en faveur de la biodiversité et du climat. Développement de l'agriculture biologique grâce à un centre de formation spécialisé ouvert aux pays producteurs. Eco-conception des emballages. Lancement de la première cafetière made in France en 2013. Entreprise labellisée PME+ depuis 2015.



RESULTATS OBTENUS

Grâce au programme et aux primes sociales versées par le biais du commerce équitable, 25 villages sont convertis à la culture du café, labellisés bio, équitables et devenus des territoires pacifiés.

POINTS FORTS DE LA COLLABORATION

Développement de la technologie Blockchain par la PME grâce aux solutions techniques de Carrefour pour une traçabilité complète de la plantation à la torréfaction (première filière en France qui intègre cette technologie).

Innovation soutenue dans l'ensemble des magasins (HM, SM, Proxi et Drive) avec relais de communication.

Mise en place d'un programme en collaboration avec l'Office des Nations Unies contre la Drogue et le Crime (UNODC) visant à remplacer la culture du pavot par celle du café auprès de petits producteurs d'une coopérative au Myanmar pour développer une activité légale, éco-responsable, rémunératrice et pérenne.

VIDEOS A RETROUVER SUR [HTTPS://WWW.FEEF.ORG/FEEDOR/](https://www.feeef.org/feefdor/)

100% Made in France
Provence

CRÉATION 2011

EFFECTIF 4 PERSONNES

SIÈGE CÈRESTE (04)

UNIVERS PRODUIT TRANSFORMATION DES CÉRÉALES DE LA FERME EN PÂTES ET PIZZAS



PERIGORD
Journées
ALLAFORT

CRÉATION 1929

EFFECTIF 35 PERSONNES

SIÈGE BUSSEROLLES (24)

UNIVERS PRODUIT FARINE ET PRÉPARATION À BASE DE FARINE



LES MANUFACTURES DE LAYETTE ET TRICOTS
SPECIALISTES EN TENDRERIE

CRÉATION 1978

EFFECTIF 88 PERSONNES

SIÈGE PAU (64) ET ROANNE (42)

UNIVERS PRODUIT PULLS, BONNETS, LAYETTE, PRODUITS TECHNIQUES



MARTIN-POURET
MAÎTRE VINAIGRIER DEPUIS 1911

CRÉATION 1797

EFFECTIF 18 PERSONNES

SIÈGE ORLÉANS (45)

UNIVERS PRODUIT CONDIMENTS



Malongo

CRÉATION 1934

EFFECTIF 400 PERSONNES

SIÈGE CARROS (06)

UNIVERS PRODUIT CAFÉ MOULU, GRAIN, DOSES ET MACHINES À CAFÉ, FABRIQUÉES EN FRANCE



ALINE & OLIVIER
MAGASIN 1944, MAGASIN 1987

CRÉATION 2015

EFFECTIF 17 PERSONNES

SIÈGE SAINT-ETIENNE-DU-GRÈS (13)

UNIVERS PRODUIT FABRICATION DE PRODUITS BIO



Escal

CRÉATION 1976

EFFECTIF 250 PERSONNES

SIÈGE STRASBOURG (67)

UNIVERS PRODUIT PRODUITS SURGELÉS



Dose

CRÉATION 2018

EFFECTIF 35 PERSONNES

SIÈGE MONTAUBAN (82)

UNIVERS PRODUIT OLÉAGINEUX, GRAINES, FRUITS SECS ET FRUITS SÈCHES EN VRAC ET ÉPICERIE



Love & Green

CRÉATION 2011

EFFECTIF 34 PERSONNES

SIÈGE RUEIL MALMAISON (92)

UNIVERS PRODUIT HYGIÈNE ÉCOLOGIQUE POUR TOUTE LA FAMILLE



FOSSIER
MAÎTRE DE PÂTES DEPUIS 1900

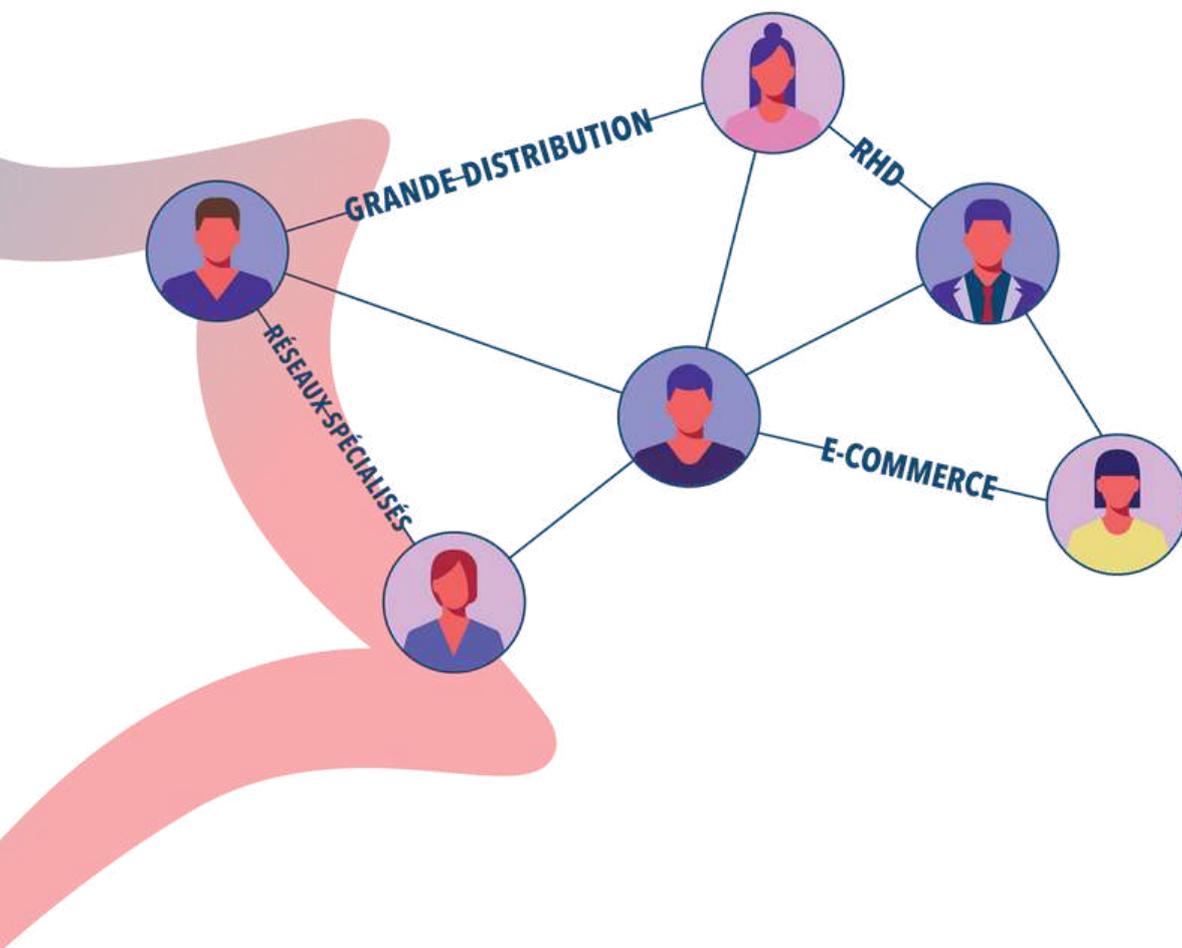
CRÉATION 1990

EFFECTIF 96 PERSONNES

SIÈGE REIMS (51)

UNIVERS PRODUIT BISCUIT





La FEEF est un mouvement d'entrepreneurs et un club de business regroupant près de 1000 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 et pure player). 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, des rencontres business.