

## GRANDE DISTRIBUTION ET CIRCUITS COURTS SONT-ILS COMPATIBLES ?

**Corinne Aubry-Lecomte,**  
Directrice innovation et qualité produits  
d'Achats Marchandises Casino (AMC)

↑  
Le sourcing local nous engage dans une relation partenariale plus équilibrée avec nos fournisseurs. C'est un vrai levier de transformation. »



### Qu'est-ce que l'on entend par circuit court ?

**C.A.-L.** Il est question à la fois de proximité géographique et de proximité relationnelle entre producteur et distributeur. Les filières sont un exemple de mode d'approvisionnement en circuit court, parce qu'elles réduisent le nombre d'intermédiaires et reposent sur un engagement dans la durée avec des éleveurs, des cultivateurs. À ces notions de proximité, vient s'ajouter une dimension de souveraineté : le sourcing local est un moyen de redonner ses lettres de noblesse à l'agriculture française.

### Comment expliquez-vous l'essor des circuits courts ?

**C.A.-L.** Par la force des choses, la crise sanitaire et les confinements ont incité le consommateur à s'intéresser à ce qui est produit près de chez lui. D'autant que le ralentissement des échanges internationaux a crûment mis en lumière l'origine des marchandises. Cette prise de conscience a réancré le consommateur dans son écosystème et lui a redonné le goût des produits plus authentiques, fabriqués avec des matières premières et des savoir-faire locaux. Par ailleurs, si tout est bien maîtrisé en terme de sécurité alimentaire – et j'y reviendrai –, la proximité géographique est gage de qualité, en particulier pour les produits frais. Un producteur de pêches peut fournir au magasin des fruits mûrs cueillis la veille, une criée peut livrer des poissons pêchés le matin même. Dans nos process logistiques en grands volumes, cette quasi-immédiateté est impossible.

### Comment la grande distribution peut répondre à cette demande ?

**C.A.-L.** La grande distribution repose sur la capacité à vendre au plus grand nombre un produit en grande quantité, au meilleur prix. Ce modèle-là est peu compatible avec des approvisionnements locaux, pour des questions de volume et de prix. Mais le commerce se transforme, et à côté du métier traditionnel de distributeur s'est développé celui de sélectionneur. Cette évolution est particulièrement forte au sein du groupe Casino, dont les enseignes sont multiples pour répondre aux attentes de clients différents. Pour que chaque enseigne, voire chaque magasin puisse sélectionner les produits que ses clients attendent, nous adaptons nos organisations et nos process de fonctionnement.

### S'agit-il d'un changement de paradigme ?

**C.A.-L.** Il y a toujours eu une part de sourcing local qui passe en dehors de la logistique d'entrepôt. Les équipes des magasins sont les mieux placées pour savoir quels produits attendent leurs clients et pour choisir les meilleurs producteurs. Nous l'encourageons en sanctuarisant les espaces dédiés dans les enseignes, et en déployant des dispositifs qui favorisent ce contact direct. Le Meilleur d'ici, –



FILIÈRES DÉVELOPPÉES  
EN FRANCE  
169





## GRANDE DISTRIBUTION ET CIRCUITS COURTS SONT-ILS COMPATIBLES ?

La Criée, existent ainsi depuis dix ans chez Casino. En parallèle, les enseignes urbaines du Groupe ont très vite été des défricheuses de tendances. Monoprix, Franprix savent identifier les petites pousses qui seront les succès de demain. Nous avons aussi fait le choix de créer une structure pour collaborer avec les start-up : Casino Services for Equity. Notre modèle est de mettre à leur disposition notre expertise dans le commerce et le marketing digital, en contrepartie de quoi nous entrons minoritairement au capital. Six start-up ont déjà rejoint ce dispositif.

### Comment adresser les questions du volume et du prix ?

**C.A.-L.** Certes, un petit producteur ne peut pas assurer les volumes nécessaires pour approvisionner tous les magasins d'une enseigne. Mais la demande de produits locaux est souvent elle-même locale. L'idée est donc de s'ancre dans un territoire, en proposant aux clients les meilleurs produits du cru.

Le prix reste un sujet important. À ce titre, la montée en gamme des enseignes du Groupe renforce notre compatibilité avec les circuits courts. De plus en plus de consommateurs sont prêts à dépenser un peu plus pour une alimentation plus durable, des produits locaux plus authentiques, plus éthiques. Et pour parvenir à des prix acceptables tout en sécurisant nos petits fournisseurs, nous nous engageons dans la durée via des contrats pluriannuels, et discutons des prix de façon concertée.

### Faire entrer de petits acteurs dans le monde de la grande distribution implique aussi des responsabilités ?

**C.A.-L.** Effectivement. Avant tout, nous devons nous assurer que les produits que nous distribuons ne comportent aucun danger pour la santé de nos clients. Notre responsabilité est donc de sensibiliser ces petits producteurs au respect de la réglementation, aux enjeux de sécurité alimentaire, et d'accompagner la mise en place d'une démarche qualité. En cela, travailler avec le Groupe leur permet de monter en compétences.

L'autre risque est de créer une dépendance économique. Faire profiter les petits acteurs du pouvoir d'attraction de nos magasins est positif, mais notre responsabilité est aussi de veiller à ce que leur croissance ne repose pas entièrement sur nos commandes. C'est pourquoi nous montons en volume progressivement, en jouant le rôle de tremplin.

### Finalement, qu'est-ce que les circuits courts apportent au groupe Casino ?

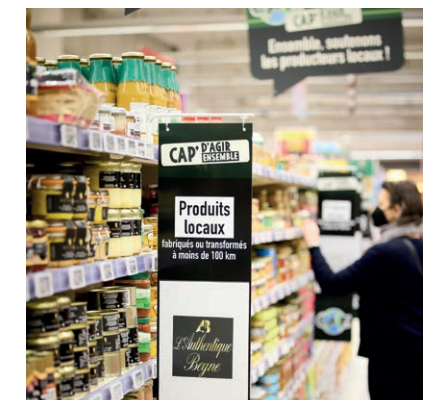
**C.A.-L.** Au-delà de la spécificité d'offre que nous apportent les producteurs locaux, qui peut être un vrai levier de fidélisation des clients, le circuit court réinvestit le magasin d'une mission. Il met en lumière son rôle d'acteur vivant d'un écosystème et permet de revenir à un commerce plus humain, plus ancré dans son environnement.

L'approvisionnement en circuits courts peut – ou doit – être un aiguillon pour faire évoluer encore nos paradigmes, qui restent axés sur les grands volumes. Le sourcing local nous engage dans une relation partenariale plus équilibrée avec nos fournisseurs. C'est un vrai levier de transformation.

# TEMPS FORTS

## Casino favorise le local

L'approvisionnement local est plus que jamais encouragé par les enseignes Casino, qui favorisent les circuits courts en élargissant l'espace consacré en magasins aux producteurs situés dans un rayon de 100 km. Le dispositif s'inscrit dans la démarche CAP' avec Casino Agissons pour la Planète, qui vise à encourager la consommation responsable.



## Services for Equity accueille deux nouvelles start-up

Deux nouvelles start-up viennent rejoindre en 2021 le dispositif d'accompagnement d'innovation Casino Services for Equity : les desserts vegan d'Hugo et les protections féminines bio et engagées Fava.

La collaboration avec les deux créatrices de la marque Fava a permis de lancer dans les magasins Monoprix et Franprix la première offre de protections féminines en vrac en France.



PRODUCTEURS LOCAUX  
MIS EN AVANT DANS  
LES ENSEIGNES CASINO  
1 500

## Le Groupe soutient les futurs talents de la foodtech

Ouvert aux étudiants des écoles d'ingénieurs en Agroalimentaire, le concours Ecotrophéa récompense chaque année les éco-innovations les plus prometteuses. Pour la première fois, une mention spéciale « Le groupe Casino soutient la transition alimentaire » a été attribuée, distinguant un brownie vegan Nutriscore A très gourmand, développé par l'ENSCBP Bordeaux, qui sera commercialisé dans les enseignes en 2022.

## START-UP SERVICES FOR EQUITY

6