



Photos : B. Lafeuille

La filière « 100 % local » couvre près de la moitié des besoins en carottes, explique le directeur de l'Intermarché d'Ennezat (Puy-de-Dôme), Gaëtan de la Brosse.

Grâce à Intermarché, Fabien Lenormand s'est diversifié de façon sécurisée. Une appli facilite la logistique.

## Une filière maraîchère renaît avec Intermarché

Des agriculteurs se sont diversifiés dans les légumes qu'ils livrent à Intermarché, *via* une application numérique.

**L**a grande distribution ? Fabien Lenormand grimace : « En général, elle se sert de toi quand elle en a besoin et après elle te lâche ! » Toutefois, depuis trois ans, cet agriculteur du Puy-de-Dôme a changé d'avis. « Intermarché est venu nous chercher pour avoir des tomates locales. On en a mis en place en test. C'est nous qui avons fixé nos prix, par rapport à nos coûts, sans être trop gourmands. Ce prix est fixe pour la saison et Intermarché s'est engagé à prendre toute notre production – c'est important car les tomates ne se stockent pas. On partait dans un système sécurisé. » Cette diversification, avec des investissements limités, lui a permis de prévoir l'installation de son épouse à mi-temps au sein de son exploitation de 78 ha en grandes cultures et pommes de terre. « Avec 1 000 m<sup>2</sup> de tomates, on peut dégager du revenu sans aller chercher du foncier, qui n'est pas toujours accessible. » « On évolue dans des mondes différents, mais en soulevant le rideau, on se com-

prend, sourit Gaëtan de la Brosse, qui dirige l'Intermarché d'Ennezat. Chez Intermarché, on est des chefs d'entreprise comme les agriculteurs. C'était naturel pour moi de vouloir développer le tissu local. » Mais à la différence des produits animaux et des céréales, aucune filière de fruits et légumes n'est organisée sur le territoire. D'où sa difficulté à trouver des légumes locaux. « Un jour, j'en ai parlé à un éleveur à qui j'achète régulièrement des bêtes, qui est aussi administrateur chez Limagrain. Or, ce groupe souhaitait diversifier les productions chez ses adhérents. J'ai fait une proposition : si vous mettez en production pour nous, on s'engage à tout acheter. Vous fixez le prix. »

### Logistique optimisée

L'essai a démarré avec deux producteurs, qui géraient en direct leurs livraisons. Quatre ans plus tard, ils sont onze et devraient livrer vingt magasins. Ce qui requiert une autre logistique. Intermarché et Limagrain ont financé le développement d'une application numérique par la société Scopika (1).

« Le chef de rayon doit pouvoir gérer en quelques clics le réapprovisionnement de son rayon pour le lendemain, expose Joël Mossand, cogérant de Scopika. C'est ce que permet l'application. Les maraîchers sont géolocalisés. Ils signalent leur

production, et un algorithme répartit leur volume entre les magasins. » Concrètement, Fabien indique le matin avant 10 h le nombre de colis qu'il propose. « Je reçois immédiatement la répartition par magasin. Je n'ai plus qu'à préparer les colis avec les bons de livraisons et les apporter au transporteur qui centralise tout. » Pour optimiser les frais et le bilan carbone, un camion, qui livre tous les jours les magasins, intègre désormais les légumes locaux à sa tournée.

La première version de l'application a été utilisée l'an dernier. « On a consulté les usagers à chaque étape du développement, ce qui a facilité sa prise en main », indique Joël Mossand. La version 2.0 comportera des améliorations, comme la possibilité de fixer un volume plancher et plafond. « Quand il y a peu de production locale, mieux vaut la répartir sur moins de magasins pour qu'elle y soit visible », explique Gaëtan de la Brosse.

Autre évolution : « Au lieu de fixer un volume global pour la saison, on va préciser nos besoins par semaine, pour que les producteurs étalent les récoltes. On continuera à prendre toute leur production, mais dans la limite des volumes fixés à l'avance. » Le but est d'éviter de répéter la situation de 2019, où la courgette a battu des records. « On en avait par-dessus le toit, et on s'était engagés à tout prendre à prix fixe... Cette année, on va prévoir avec les producteurs une ou deux semaines dans la saison où on pourra baisser le prix pour désengorger le marché. Dans ce cas, chacun renoncera à sa marge. »

Pour le moment, seul un contrat moral lie Intermarché aux producteurs. Les deux parties prévoient de formaliser leur accord à travers un cahier des charges simple. « Sans perdre l'esprit du départ, insiste le directeur du magasin. Pour nous ce ne sont pas des fournisseurs comme les autres. » **B. LAFEUILLE**

(1) Spécialisée dans l'écoconception de produits numériques.

### Local et de saison

En saison, l'approvisionnement local représente 90 % de l'offre d'Intermarché en courgette, 75 % pour le potimarron, 50 % pour la tomate... Mais sur l'année, il ne représente que 5 % du rayon fruits et légumes. Intermarché vise plus loin, mais sans aller sur de la production de contre-saison sous serre chauffée.