

Mardi 26 octobre 2010  
Comité Consommateur de l'Aprifel

## La Livraison à Domicile de Produits Frais pour le compte des producteurs.

### Globaliser la vente directe : Un parcours semé d'embûches...

Guy Hemmi Co fondateur Natoora  
Directeur Marketing/Commercial 2000/2007  
Directeur Général 2008/2009

**Création Natoora 1999**

**18 mois de R&D : lancement mars 2001**

- **Notre secteur** : la distribution de produits alimentaires frais
- **Notre business** : la vente directe producteur-consommateur
- **Notre vision du marché** : globale, par le canal Internet
- **Notre singularité** : un back-office logistique innovant

[Natoora](#)[Le marché](#)[Le back-office](#)[Natoobox](#)[Natoomobile](#)[Le site](#)

## Natoora, c'est à l'origine :

- 0 stock
- 2 adresses : [www.natoora.fr](http://www.natoora.fr), [www.natoora.co.uk](http://www.natoora.co.uk)
- 36 heures : c'est la durée du cycle logistique total
- 48 heures : c'est la durée de la chaîne du froid brevetée
- 93 départements livrés + Angleterre, Écosse, Pays de Galles
- 130 producteurs sélectionnés
- 2500 produits du terroir
- 100 000 lignes de code pour une traçabilité qualifiée par l'Anvar

## Le marché :

- Un segment « terroir » extrêmement dynamique
- Des producteurs qui veulent vendre au juste prix

## Evolution des attentes des consommateurs :

- Recherche du goût et de la fraîcheur
- Attente sur la réassurance origine et traçabilité
- La qualité au prix le plus compétitif possible
- Un service de livraison à domicile efficient

## Natoora est au centre de la relation producteur-consommateur :

- Répondre aux besoins des producteurs comme des consommateurs
- Organiser la vente directe dans une vision globale du marché



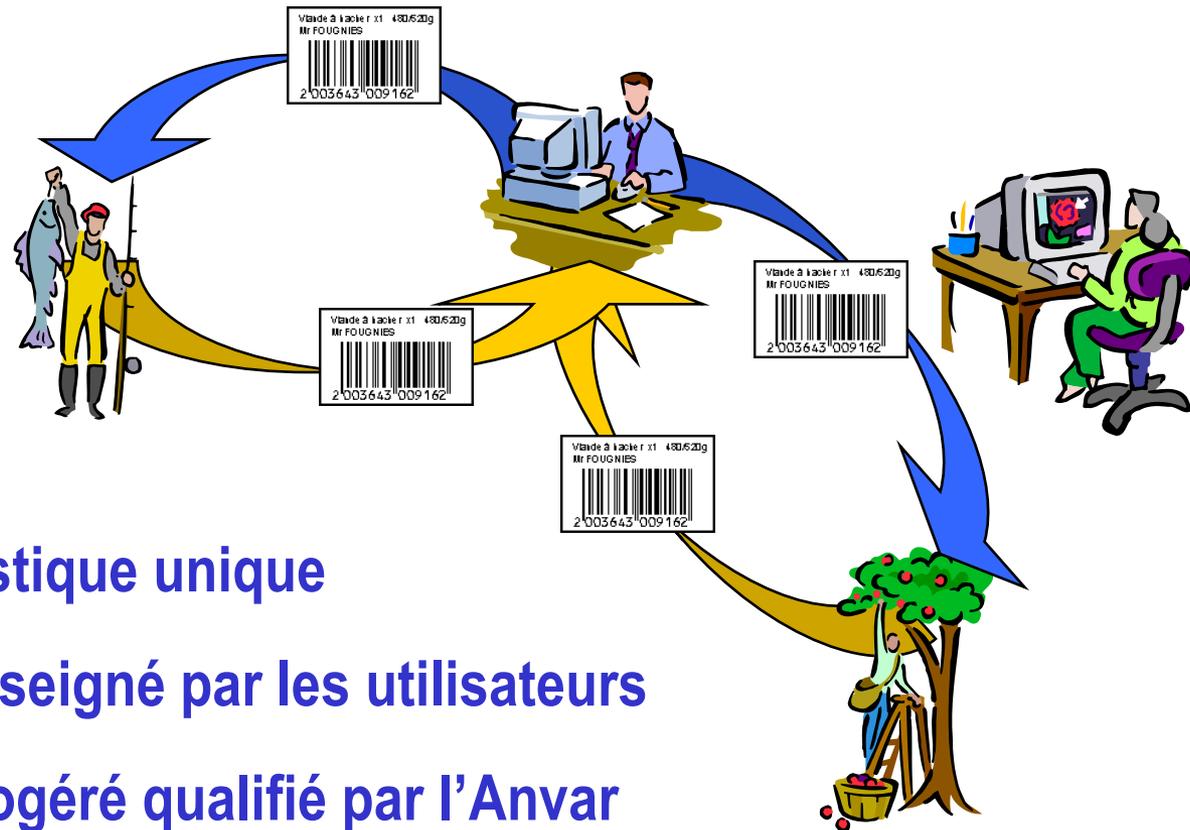
**Le rôle de Natoora : être l'intermédiaire unique d'un système logistique en circuit court**

Mme Dupont passe commande dans toutes les régions de France :



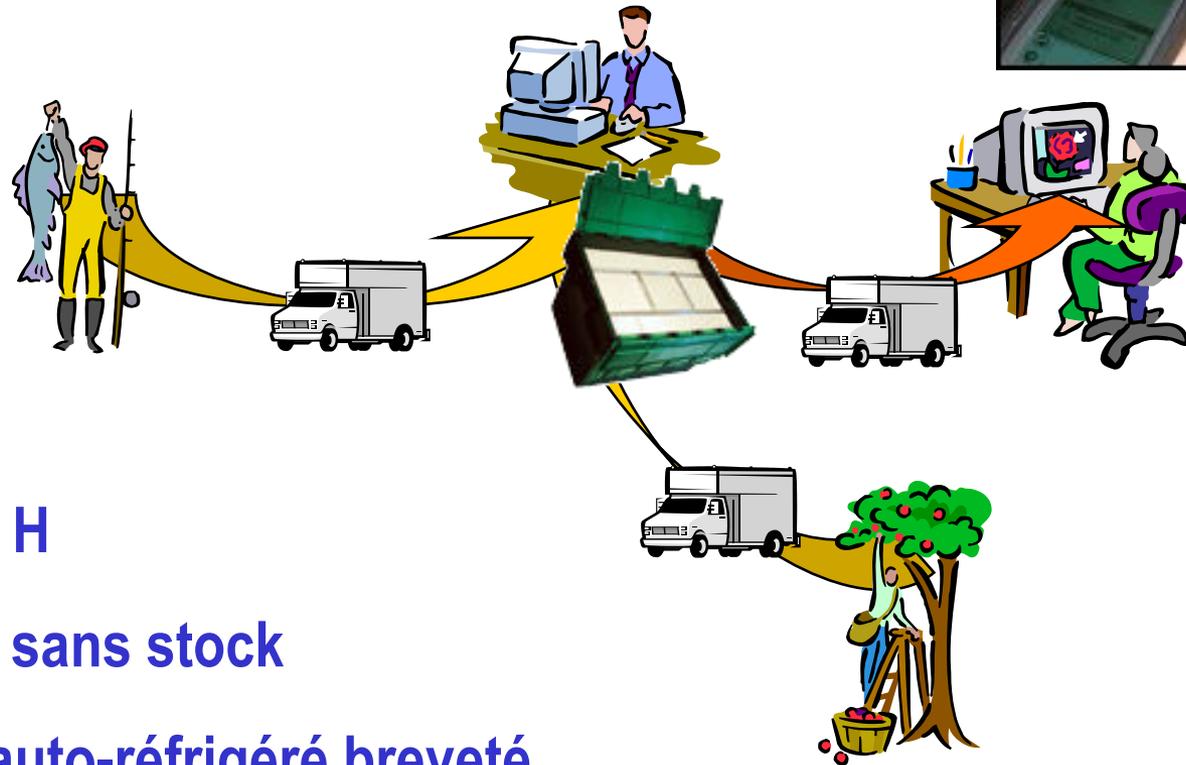
Les produits sont préparés, la veille de sa livraison,  
par 10 producteurs en moyenne

## Le système Natoora trace intégralement les produits :



- Traceur logistique unique
- Système renseigné par les utilisateurs
- Process autogéré qualifié par l'Anvar

## La logistique est traitée en flux tendu intégral :



- Cycle de 36 H
- Plate-forme sans stock
- Emballage auto-réfrigéré breveté

## Une approche exclusive de la livraison

- Colis auto réfrigérés livrés par Chronopost toute France
- Véhicules électriques pour livraison en zone urbaine



## Un site Internet à double entrée :

- **Extranet Producteurs, outil d'administration:**
  - Ouvrir / fermer un produit
  - Mise à jour des prix
  - Fixer les dates de campagnes et volumes dispo
  - Statistiques et prévisions de ventes
- **Site Consommateurs, boutique on-line et banque d'informations :**
  - Toutes les fonctionnalités d'un site marchand
  - Fiches produits (Infos, conseils, recettes...)
  - Identité complète du producteur, infos exploitation

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### • 1 Volonté et disponibilité des producteurs :

#### 1.1) Début 2000 : Méfiance de la vente sur internet

Web = mauvaise presse pour paiement en ligne et qualité service  
Beaucoup de projets et d'initiatives hasardeuses

#### 1.2) Manque de disponibilité du producteur à gérer un autre circuit

Traitement des commandes par mail  
Conditionnement en unité consommateur

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### • 1 Volonté et disponibilité des producteurs :

#### 1.3) Compatibilité production / attentes consommateurs

Départs quotidiens indispensables

Adaptabilité de l'outil de production aux petits volumes

#### 1.4) Mise en place d'un flux logistique régulier, fiable et viable

Acheminement de la France entière en moins de 24h

➔ **Filtre et choix restrictif / sélection des producteurs**

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### •2 Gestion de l'offre produits

#### 2.1) Gestion de la gamme par le producteur impossible

Conduite des cultures, gestion de l'exploitation /  
Administration du catalogue et des ventes chez Natoora

#### 2.2) Permanence et disponibilité des produits irrégulière

Fluctuation de la production / Maintient d'une offre régulière  
Gestion de la disponibilité / commandes Natoora et autres distributeurs

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### •2 Gestion de l'offre produits

#### 2.3) Maintien d'une offre sur une saison entière

Conduite d'une campagne de commercialisation = X producteurs  
Succession de producteurs, de région, de variété, de qualité...

#### 2.4) Politique d'appro hors saison et produits hors hexagone

Dépendance forte aux circuits courants  
Dépannage chez grossistes si appro irréguliers ou direct impossible

**➔ Incitation forte au stock et aux achats sur Rungis  
(Rupture du contrat de base, création d'une gamme « Sélection Natoora » )**

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### • 3 Qualité produits et services attendus

#### 3.1) Arrivages quotidiens, conditionnement en unité consommateur

Agréage marchandise / logistique de refus ou de renvoi complexe

#### 3.2) Gestion des produits manquants ou refusés aux arrivages

Politique de remplacement ou de substitution couteuse

#### 3.3) Délais d'approvisionnement commande/livraison

Ile de France ≠ Province : délais de 36h à plus de 96h

➔ **Défaut de service et délais = « Turn-over » clients**

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### •4 Formation et perception du prix

#### 4.1) Défense du producteur / petits volumes

Natoora ne veut pas « écraser » le producteur

Volumes très faibles = pas de marge de manœuvre en négociation

#### 4.2) Prix produit rendu chez Natoora fixé par les producteurs

Logistique amont économiquement très coûteuse

Prix hors contrôle et déconnectés d'une fluctuation de cours

## Obstacles rencontrés et facteurs d'empêchement

### •4 Formation et perception du prix

#### 4.3) Application de la marge indispensable à Natoora :

35% / 40% du Prix de Vente Consommateur

(Administration, marketing, logistique aval, SAV client)

#### 4.4) Justification, argument prix en paradoxe avec le concept

Grande fraîcheur, assurance d'origine, qualité = plus cher

Schéma d'approvisionnement direct producteur = moins cher

➔ Une perception de cherté en inadéquation avec l'idée de la vente directe

## La désintermédiation des filières... Ne sous-estimons pas la tâche

- Des producteurs volontaires mais mal « armés »

Face aux pré-requis incontournables de la vente à distance

Face aux obligations d'un service attendu sans faille

- Des consommateurs avides de terroir mais inconscients

Parfois déconnectés des réalités de la production et du commerce

Déformés par les schémas efficaces de la distribution classique

- Natoora : un concept précoce et sans doute naïf

Crée en 2001, un marché immature

La farouche volonté d'une petite équipe à l'expertise insuffisante...

## Quelques clés et facteurs de réussite

- A) Panier moyen
  - ➔ Offres assemblées et assortiments « multi-filières »
- B) Fréquence et récurrence d'achat
  - ➔ Engagement mutuel des producteurs/consommateurs par contractualisation d'abonnements
- C) Proximité logistique et affective
  - ➔ Développement commercial et producteurs locaux pour plus d'implication dans le tissu social environnant

## Quelques clés et facteurs de réussite

- D) Accessibilité et disponibilité

- ➔ Points relais et/ou rdv hebdo proches des lieux de vente pour retrait des commandes : absence de frais de livraison

- E) Communication interactive et récurrente

- ➔ Gazettes, Programmes des cultures, newsletter, rencontres...

➔ Un schéma local, un groupement mesuré de producteurs

Mardi 26 octobre 2010  
Comité Consommateur de l'Aprifel

**Merci pour toute votre attention**

Contact :

Guy Hemmi - Consultant - *Miam Conseil*  
miamconseil@orange.fr 06 60 49 55 18