

UNE JOURNÉE PLACÉE SOUS LE SIGNE DES ÉCHANGES

Avec 83 entreprises agroalimentaires ou producteurs présents sur l'espace salon, une fréquentation sur la journée de plus de 450 personnes, une table ronde de lancement et deux conférences au contenu riche, La Food Connection, événement professionnel de la filière agroalimentaire, a réussi son pari : celui de mobiliser à la fois le monde agricole, industriel et celui de la distribution. Un climat 100 % d'affaires qui affiche pour nombres d'entreprises un bon score en termes de prises de contacts.

Dès 8h30, la journée s'est ouverte sur l'intervention des organisateurs de La Food Connection en

présence de Philippe Rapeneau, président d'Agroé – pôle d'excellence de l'agroalimentaire du Nord-Pas de Calais, de Jean-Bernard Bayard, président de la Chambre d'agriculture du Nord/Pas-de-Calais et du Comité de promotion, d'Edouard Magnaval, président de la CCI Artois et de deux représentants du monde de l'entreprise, Augustin Motte dirigeant de la société Lucullus et Claudine Lucien, présidente des établissements Lucien fabricant de produits de charcuterie.

Philippe Rapeneau, Jean-Bernard Bayard et Édouard Magnaval ont rappelé les objectifs de la journée et le poids économique, social et humain que représentent l'agriculture et agroalimentaire dans la région puis sur les enjeux de la filière agroalimentaire à l'échelle de la future région.

Les entreprises ont pour leur part exposées leur vision du commerce, leurs besoins d'échanger entre chefs d'entreprises lors d'événement tel que la Food Connection, puis présentées leurs débouchés futurs notamment vers l'export pour la société Lucullus.

À l'issue de cette table ronde, un tour du salon pour aller à la rencontre des entreprises exposantes, a permis aux institutionnels de déguster quelques produits régionaux.



Tout au long de la journée, de multiples acheteurs d'enseignes nationales comme Auchan, Carrefour, Carrefour Market, Match, Scapartois, Métro et des grossistes en restauration comme Api Restauration, Elio, EpiSaveurs du groupe Pomona, Passion froid, Terre Azur, Charlet ou encore Prolaidis... sont venus à la rencontre des exposants pour dénicher les nouveautés qui feront le bonheur de nos assiettes. Certains les ont même rencontrés à l'étage, pour des rendez-vous en tête à tête pré-organisés pour la quarantaine d'entreprises qui s'étaient inscrites avant le jour J.

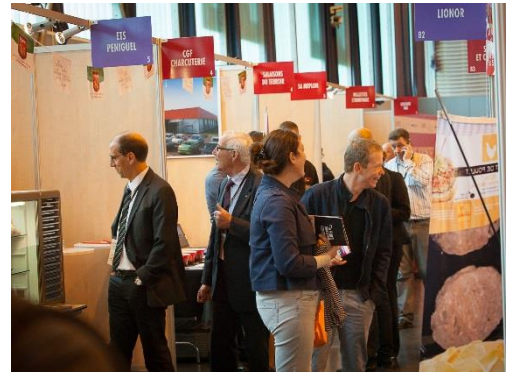


Carton plein également sur le volet international, notamment pour l'importateur chinois qui a enchaîné toute la journée pas moins de 14 rendez-vous avec nos entreprises régionales.

Quant aux deux conférences, sur le thème des nouveaux modes de distribution, elles ont pu apporter un éclairage sur deux visions du commerce. Grâce aux témoignages de Patrick Blanchet, directeur général de Vertdis, de Mélanie Rouzé, animatrice réseau, de JérémY Ghestem, responsable sourcing produits Unéal et de Louise Brulin, productrice de fraises, les nombreuses entreprises présentes dans l'auditoire ont appris comment l'enseigne, avec le rayon Panier de mon Terroir, commercialise ses produits frais et locaux via son réseau de proximité. Présentation du réseau et de sa stratégie, bases des négociations commerciales, mise en place des produits en magasin, retour d'expériences et des succès, puis annonce d'une prochaine ouverture d'enseigne sous le nom de Court Circuit... Les intervenants ont lors de questions/réponses joué le jeu de la transparence.

L'après-midi, Pinki Houang, directeur général de l'entreprise showroomprive.com a répondu à toutes les attentes. Son intervention de haut vol a permis au public de découvrir les enjeux financiers et stratégiques du e-commerce et sa vision prospective sur l'alimentaire. Beaucoup de chemin reste à parcourir pour ouvrir ce mode de distribution aux industriels de l'agroalimentaire. Problèmes de logistique, respect de la chaîne du froid, denrées périssables, déplacements énergivores... Les contraintes sont encore denses pour une entreprise comme showroomprive.com. Mais il est à parier que le vent sera sous peu plus favorable.

La Food Connection, lieu de toutes les rencontres BtoB, a fermé ses portes sur cette première édition et pour de nombreux professionnels de la filière s'est soldée sur de futurs partenariats et business.



De nombreux établissements de restauration collective ont également poussé les portes du salon pour échanger et rencontrer des exposants très à l'écoute et disponibles. Les échanges menés ont apporté, pour certains acheteurs présents, de nouvelles solutions à leurs projets de réduction des circuits et d'approvisionnements en produits locaux.

