DU RAYON AU CHAMP : **QUAND LA DISTRIBUTION PARTICIPE À LA CONSTRUCTION DES FILIÈRES**

Christophe Leschiera - Rédacteur en chef - La Revue Agridées

Contrats pluriannuels, prix encadrés, volumes sécurisés, valorisation des écarts de production ou accompagnement de la transition : plusieurs collaborations mises en avant par les FEEF d'Or 2026 montrent que la relation entre PME agroalimentaires et distributeurs peut désormais remonter jusqu'à l'exploitation agricole. Derrière ces partenariats se dessinent des outils concrets de création de valeur et de partage du risque.

Le 8 septembre, au Casino de Paris, les FEEF d'Or[1] ont distingué des collaborations entre PME-ETI et distributeurs allant « au-delà du simple référencement ». À première vue, l'exercice relève de la relation industrie-commerce. Mais plusieurs lauréats 2026 racontent une histoire plus large : celle d'enseignes et d'industriels qui interviennent ensemble sur le prix de la matière première, la durée des engagements, les investissements ou encore la valorisation des productions agricoles. Dans ces cas, le rayon n'est plus seulement le point d'arrivée du produit, il devient l'un des maillons d'une organisation de filière.

Sécuriser avant de produire

La filière française de blé noir portée par Bernard Jarnoux Crêpier et Auchan en fournit une première illustration. La relation commerciale, vieille de quarante ans, a débouché sur une organisation quadripartite réunissant agriculteurs, minotier, transformateur et distributeur.
Le dispositif repose sur un contrat de trois ans renouvelable et sur un système de prix encadré destiné à mieux protéger les producteurs de la volatilité. En 2025, le modèle a été étendu à une filière bio. Auchan finance également en 2026 des bilans carbone auprès des exploitations agricoles.

Cette logique de visibilité économique se retrouve dans le partenariat entre Pastacorp et Sodexo. Depuis 2020, une filière de blé dur bio d'Île-de-France associe une dizaine de céréaliers, l'industriel et l'opérateur de restauration collective. Les producteurs disposent de volumes fermes, tandis que Sodexo s'engage sur des volumes et une tarification fixe tenant compte des contraintes industrielles. Cinq années ont été consacrées à l'optimisation de la variété, des cahiers des charges, des analyses et des protocoles de cuisson. Résultat annoncé : 600 tonnes de blé dur bio sécurisées à un prix rémunérateur, avec des débouchés principalement scolaires.



Bernard Jarnoux Crêpier et Auchan : structurer une filière française de blé noir pour sécuriser les approvisionnements et mieux rémunérer les producteurs.

Ces exemples rappellent que l'investissement agricole ou industriel exige de la visibilité. Une durée contractuelle, un engagement de volume ou une formule de prix peuvent peser autant que le niveau du prix lui-même. Ils réduisent l'incertitude et permettent de raisonner une production, un équipement ou une conversion sur plusieurs campagnes.

Mieux valoriser ce qui est déjà produit

D'autres partenariats partent non d'un besoin de sécurisation, mais d'une matière agricole insuffisamment valorisée. Champs de Légumes et Coopérative U ont ainsi construit une filière de carottes râpées à partir de carottes déclassées au rayon fruits et légumes. Le projet transforme un écart de tri en matière première pour une offre à marque de distributeur. 4 000 tonnes de carottes ont ainsi été « sauvées » et transformées, 25 emplois créés au sein de la PME, et 60 % des magasins U détiennent désormais la référence.
Le chiffre d'affaires additionnel pour 2026 atteint 1 million d'euros.



DR

Le partenariat entre LC Salaisons en Ardèche et le groupe Casino répond à une logique comparable, appliquée cette fois à la filière porcine de montagne. L'entreprise a travaillé pendant trois ans sur un produit séché à partir de longe de porc, afin de créer un nouvel usage pour cette pièce et de mieux valoriser l'ensemble de la carcasse. L'initiative a généré 1 million d'euros de chiffre d'affaires et amélioré le revenu de 100 éleveurs de montagne.

Dans les deux cas, la création de valeur ne repose donc pas sur une augmentation des volumes produits à la ferme, mais sur une meilleure utilisation de la matière existante. Valoriser un écart de production, une pièce moins demandée ou un coproduit peut devenir un levier économique à part entière, à condition que l'aval accepte d'adapter assortiment, logistique, transformation et commercialisation.

Relocaliser et accompagner la transition

La relation entre distribution et amont peut aussi devenir un levier d'investissement. La Minoterie Degrange et Lidl ont construit un plan industriel de quatre ans pour relocaliser en France une partie de la production de farine auparavant approvisionnée à l'étranger. La visibilité donnée à la PME a accompagné la modernisation de son outil et la création de trois lignes automatisées. En quatre ans, le chiffre d'affaires a été multiplié par trois ; les volumes ont triplé en cinq ans pour atteindre 15 millions d'unités de vente. 85 % des céréales sont sourcées localement.

Beyond Green et Intermarché illustrent une autre forme d'engagement : l'accompagnement de pratiques agroécologiques. La marque Transition avec les agriculteurs est passée de 2 à 18 produits entre 2021 et 2026, avec des filières farine, légumineuses, pommes puis avoine. Intermarché soutient la visibilité nationale de la gamme par des opérations promotionnelles, le Drive et des mises en avant en magasin. 180 agriculteurs sont accompagnés dans le cadre du partenariat et de plus de 200 000 euros reversés, tandis que la mutualisation des flux a permis de réduire de 15 % les coûts de transport.

Au-delà de la diversité des projets distingués, les FEEF d'Or 2026 mettent en lumière plusieurs leviers communs : la durée des engagements, la sécurisation des volumes, la visibilité donnée aux investissements, la valorisation de nouvelles ressources ou encore l'accompagnement des transitions agricoles. Autant de démarches qui montrent que la coopération entre producteurs, transformateurs et distributeurs peut contribuer à structurer des filières plus solides et à mieux répartir la création de valeur.

Pour le monde agricole, ces exemples illustrent l'intérêt de relations construites dans le temps, autour d'objectifs partagés. Lorsqu'elle associe l'ensemble des maillons de la chaîne, de l'exploitation jusqu'au rayon, la collaboration peut devenir un véritable outil de développement des filières, au service de leur pérennité, de leur capacité d'innovation et de leur ancrage dans les territoires.



DR

Champs de Légumes et Coop U : transformer les carottes « moches » en une nouvelle filière MDD durable et 100 % française.

Beyond Green et Intermarché : accélérer le développement d'une PME et la transition de 180 agriculteurs.

Note

1. Pour en savoir plus sur la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France : www.feef.org