

*Communiqué de presse  
19 décembre 2017*

## **Auchan Production Alimentaire réaffirme ses ambitions devant 400 fournisseurs**



*Ce lundi 18 décembre, Auchan Production Alimentaire, service dédié à la conception de produits à marque enseigne qui a fêté ses 20 ans cette année, a réuni 400 fournisseurs au siège d'Auchan Retail France à Villeneuve d'Ascq. Lors de cette convention, conclue par Ali Khosrovi, nouveau directeur général d'Auchan Retail France, Auchan Production Alimentaire a présenté les grandes orientations de sa stratégie pour 2018.*

### **A l'origine d'1 produit sur 3 vendu en magasin**

A l'occasion de cet événement, Auchan Production Alimentaire a réaffirmé sa volonté de **renouveler de 20%** chaque année son offre de produits à marque enseigne (les produits Auchan classiques, les produits Mmm!, les produits premiers prix Pouce) pour répondre aux dernières tendances de consommation.

Les 70 collaborateurs de la structure sont aujourd'hui en charge d'**une offre de 7000 produits**, conçus et développés en partenariat avec 700 fournisseurs partenaires dont 47% de PME qui fabriquent 3000 de ces produits. Les marques d'enseigne représentent 27% du chiffre d'affaires de l'entreprise et **34% des volumes de vente** : 1 produit sur 3 vendu en magasin est donc porteur de la marque Auchan.

Chaque année, **2 milliards de produits** issus d'Auchan Production Alimentaire sont vendus dans les différents canaux de vente d'Auchan Retail France mais aussi chez ses partenaires Schiever et Métro (mandants de la centrale d'achat Eurauchan) et à l'international dans les

pays où Auchan est présent. 1300 références sont ainsi exportées, ce qui constitue une belle opportunité pour les fournisseurs de l'enseigne, notamment les PME.

L'offre de produits est orientée sur la satisfaction des besoins quotidiens des consommateurs (les 20/80) en proposant des produits de qualité équivalente à celle des marques nationales, avec des prix jusqu'à 30% moins élevés.

La qualité est une priorité pour Auchan Production Alimentaire qui réunit chaque année plus de 4000 panels consommateurs effectuant un total de 240 000 dégustations. En parallèle, plus de 30 000 analyses sont réalisées en laboratoire pour contrôler chaque produit sur des critères scientifiques.



### **Une volonté de développer des partenariats de long terme**

Lors de la convention, Auchan Production Alimentaire a également réaffirmé sa volonté de bâtir de plus en plus de partenariats sur la durée avec ses fournisseurs, très majoritairement français.

Ces partenariats peuvent, entre autres, prendre la forme des "**Filières responsables, engagées pour vous**".

Depuis le début de cette démarche en 2015, Auchan Retail France a développé 59 filières avec ses partenaires producteurs et industriels. Chaque filière responsable repose sur 4 piliers : l'environnemental, le sociétal, la qualité des produits et des partenariats pérennes et respectueux, installés dans la durée.

C'est ainsi le cas avec **Comapêche (la Compagnie des Pêches de Saint-Malo)** qui a témoigné lors de cet événement du 18 décembre. Cette PME basée à St Malo depuis 1934, travaille avec Auchan Production Alimentaire depuis sa création en 1997. Elle assure à la fois la pêche et la transformation des produits de la mer.

Auchan Retail France a renforcé cette année ce partenariat avec la création d'une Filière Responsable sur le surimi, basée sur un engagement mutuel et réciproque sur 3 ans.

Ce partenariat est basé sur des principes forts:

- une traçabilité parfaite (Comapêche est la seule entreprise en Europe à produire du surimi base, à partir de merlan bleu)
- le respect des ressources et de l'environnement
- un produit de qualité, sous la marque Mmm, issu de la pêche française bénéficiant de certifications (MSC...), apportant fraîcheur et saveur aux consommateurs au meilleur prix.



### **Une offre tournée vers le bon, le sain et le local**

Enfin, la convention a été l'occasion de revenir sur la démarche militante d'Auchan Retail France en faveur du bon, du sain et du local, qui oriente de plus en plus l'offre et la politique commerciale de l'entreprise.

L'événement a notamment évoqué le programme **La Vie en Bleu** qui a pour objectif d'apporter des réponses aux nouvelles attentes des consommateurs désireux de disposer de repères pour s'orienter vers une alimentation et une vie plus saines.

Dans ce cadre, en septembre, Auchan Retail France, en partenariat avec l'Institut Pasteur de Lille et un collège d'experts indépendants, a déjà lancé, dans ses 740 points de vente, « La Sélection Bleue ». Cette sélection permet, dans chaque catégorie de produits, de mettre en avant par un balisage dédié celui qui présente les meilleures qualités nutritionnelles. Les produits de toutes les marques, nationales ou Auchan, sont éligibles.

Auchan Production Alimentaire a également échangé avec les fournisseurs présents sur un projet d'envergure : **la mise en place du Nutri-Score**, un système d'information nutritionnelle permettant une information claire et efficace des consommateurs sur la qualité des aliments.

Auchan Retail France a en effet l'ambition de déployer, en partenariat avec ses fournisseurs, ce système sur les emballages de toute la gamme des produits à marque Auchan au fur et à mesure de la refonte des emballages. Avec un bouclage prévu en 2019.

Les premiers produits porteurs du Nutri-Score viennent d'arriver en magasin et près de 100% des 6000 références à marque Auchan commercialisées sur le site auchandrive.fr porteront le Nutri-Score d'ici la fin 2017.

*“J’ai tenu à être présent à cette convention, pour réaffirmer que notre offre de produits à marque Auchan doit être la colonne vertébrale de la marque Auchan. Nous devons aller plus loin ensemble et donner le ton pour être leader sur la qualité de nos produits pour la satisfaction de nos clients dans nos différents canaux de vente”,* explique Ali Khosrovi, directeur général d’Auchan Retail France.

*“Nous voulons bâtir de véritables relations partenariales avec nos fournisseurs, car c’est leur savoir-faire, allié à l’engagement et au professionnalisme de nos équipes, qui ont permis le développement de notre offre de produits à marque enseigne depuis 20 ans. C’est pourquoi nous tenions à les réunir aujourd’hui pour partager les orientations de notre projet de marque et nos engagements au service des consommateurs”,* conclut Lionel Mangin, directeur d’Auchan Production Alimentaire.

\*\*\*

Contact presse: François Cathalifaud - 06.21.09.84.35 / [fcathalifaud@auchan.fr](mailto:fcathalifaud@auchan.fr)