

Färm.IIn SC – la fusion de färm.coop avec Ekoplaza

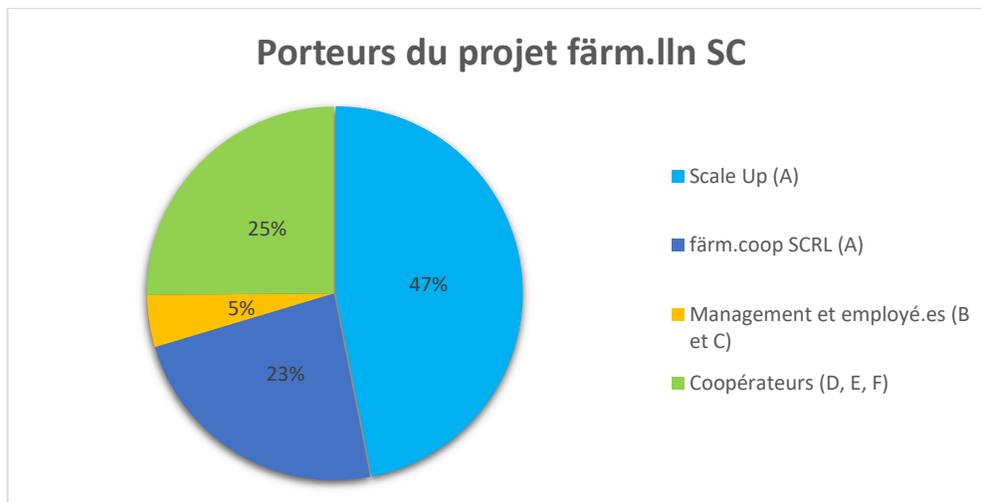
Vous l'aurez lu dans la presse ou dans d'autres médias, le 1^{er} mars, färm.coop a annoncé sa fusion avec Ekoplaza.

Pourquoi cette fusion et qu'est-ce que cela signifie pour färm.IIn SC ?

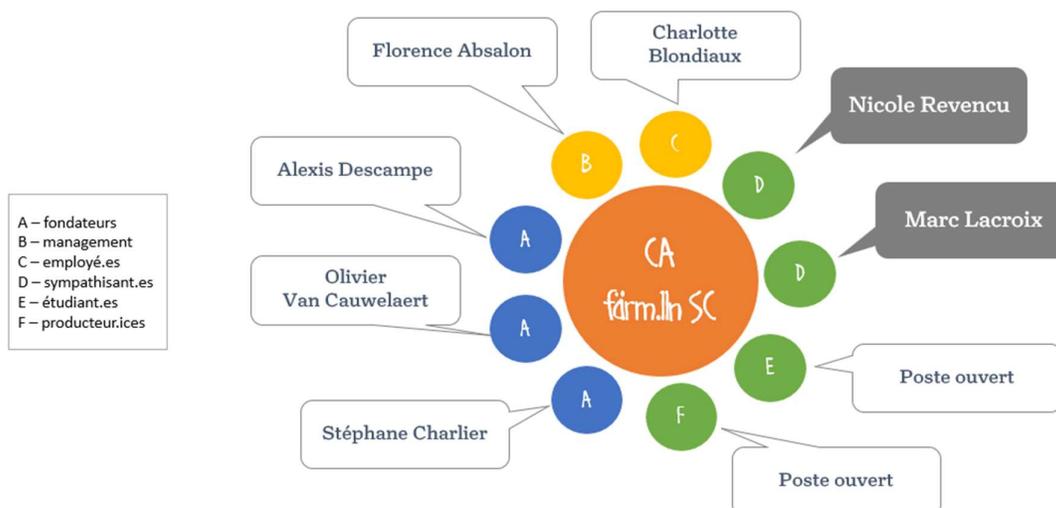
Nous n'allons pas ici décrire les détails de la fusion mais plutôt ce que cela implique (ou pas) pour votre coopérative de LLN.

Mise en contexte : structure du capital et de décision de färm.IIn SC

Pour rappel, votre magasin färm.IIn est un magasin franchisé créé sous le statut de société coopérative. Il y a plusieurs porteurs de projets derrière le magasin, tous partageant des valeurs communes et la forte volonté de promouvoir LA bio engagée.



Ces porteurs de projet ont délibérément choisi de promouvoir le modèle coopératif pour créer un projet riche des avis et expériences de toutes les parties prenantes de LA bio. Du coup, au conseil d'administration du magasin, il y a 4 sièges pour les représentant.es des clients et producteurs autour de la table malgré que le total de ces catégories représente 25% des investissements.



La fusion de färm.coop n'impacte pas la structure du capital de notre magasin, ni notre fonctionnement participatif.

La relation franchiseur-franchisé entre färm.coop et färm.lln

En tant que franchise de färm.coop, nous avons bien évidemment un contrat qui nous lie à färm.coop et implique certains engagements de notre part. De la même manière, färm.coop nous fournit des services et support en tant que franchiseur.

Voici quelques exemples très concrets de ces liens :

1. La Charte produits : färm défend LA bio engagée et fonctionne avec une charte produit (<https://www.farm.coop/wp-content/uploads/2019/07/Charte-produits-2019.pdf>). En tant que franchise, nous devons respecter cette charte qui promeut les produits locaux et de saison, refuse d'avoir des produits de sociétés cotées en bourse dans le magasin ou encore implique d'avoir uniquement des produits labellisés bio en magasin. Cette charte est revue fréquemment, en intelligence collective, en rassemblant des représentants de toute l'organisation. Le franchisé ne doit pas prendre tous les produits, mais a la liberté de commander d'autres produits tant qu'ils ont en ligne avec la charte.
2. Les Comités : les magasins sont tenus de libérer une partie du temps des färmers pour qu'ils participent à des formations ou à des comités rayons. Il existe par exemple un « comité traiteur » auquel Stephany, la référente de votre comptoir de LLN participe pour échanger des idées et des bonnes pratiques avec les référent.es des autres comptoirs traiteur färm. De même, il existe un comité gérant.es, un comité marques, un comité fruits et légumes,...
3. Le support des équipes de färm.coop : il y a une équipe au « centre de coop » qui nous apporte aide et support au quotidien au niveau informatique, communication et opérationnel.

Ces exemples sont là pour vous montrer que les interactions entre les différentes parties prenantes du projet färm sont multiples et la fusion ne changera pas ce mode de fonctionnement.

La fusion färm.coop et Ekoplaza

Färm.coop s'unit à Ekoplaza pour former le groupe Biotope.

Le groupe Biotope comprend également le grossiste 100% belge Biofresh, incontournable pour la vaste majorité des magasins bio en Belgique, ainsi que le grossiste 100% néerlandais UDEA.

Biotope est un grand groupe par rapport à färm et cela peut faire peur. Mais que peut-on retenir de cette fusion ?

1. Le partage des valeurs qui ont guidé le travail de Färm depuis sa création:
 - 100% biologique;
 - priorité donnée aux producteurs locaux, aux circuits courts et à la transparence totale ;
 - attention des organisations à l'impact environnemental de leurs activités. Cela se traduit par des programmes d'action concrets dans plusieurs domaines tels que l'emballage (priorité à la vente en vrac et aux emballages sans plastique), le transport, l'énergie et la récupération des invendus ;
 - la recherche de la transparence des secteurs ;
 - transformer les clients en acteurs consommateurs grâce aux programmes de consommation durable : Ekovriend – färmoscope
2. Le groupe dans son ensemble, incluant le groupe färm, reste un petit acteur face à la grande distribution. Par exemple, Biofresh réalise un chiffre d'affaire d'environ 80M€ par an (contre 40M€ pour Färm) alors que la grande distribution représente des milliards.

3. La direction opérationnelle de färm ne change pas. Alexis Descampe, CEO et fondateur de färm.coop, est responsable des activités Retail du groupe en Belgique et membre du Comité Exécutif du Groupe Biotope.
4. Biotope est une entreprise belgo-néerlandaise à 100% familiale, contrôlée et gérée par les familles Does (NL) et Dossche (Be) et indépendante de la grande distribution. Le nouveau groupe Biotope reste donc un groupement familial comme l'était färm.coop.

L'impact du rapprochement avec Biofresh sur les produits chez färm.Iln SC

Färm.Iln s'approvisionne auprès d'un grand nombre de producteurs et distributeurs.

Certains producteurs et transformateurs locaux travaillent avec nous en direct, comme par exemple, Marc Ballat, la ferme de Lauzelle, Terra et Capucine, les galettes de Luc, la Brasserie du Renard, Les Pockets, Nutrifix, Wash Wash Cousin, Ma forêt, Les ruchers de Genval, La Coopérative Bio de Hesbaye,... d'autres mettent leurs produits à disposition via des distributeurs comme par exemple Made in BW ou encore Biofresh.

Biofresh est déjà un fournisseur important de notre magasin, comme de très nombreux autres magasins bio. C'est un partenaire de confiance, qui peut nous livrer tous les jours et nous fournit des produits de qualité. Faire partie du même groupe devrait simplifier nos chaînes d'approvisionnement et nos canaux logistiques, ce qui devrait se traduire par une réduction des coûts qui bénéficiera au magasin (et nous en avons besoin) et à nos clients.

Mais ce lien ne deviendra pas exclusif et nous continuerons à travailler en direct avec les producteurs locaux et continuerons chaque jour à vous chercher de nouvelles pépites et aider de nouveaux entrepreneurs à se lancer dans LA bio. C'est clairement le dada de färm.Iln de servir de plateforme de test pour le lancement de nouveaux produits et concepts (récemment les truites d'aquaponie, le yahourt et la bière en vrac, le partenariat avec la pépinière Le Try,...) alors vous pouvez compter sur nous pour continuer 😊

En conclusion, notre avis sur cette nouvelle étape du projet färm

Ce qui motive les porteurs du projet färm.Iln c'est d'amener LA bio à Louvain-la-Neuve. Promouvoir le direct, le local, le vrac, les filières durables et transparentes et s'assurer que chaque acteur qui travaille à mettre ces produits à votre disposition soit rémunéré correctement et puisse en vivre. Mais aussi de rendre LA bio accessible au plus grand nombre notamment en cherchant des prix accessibles.

Cette fusion devrait nous permettre de faire changer les choses comme par exemple, de demander à un producteur de modifier son emballage pour moins de déchets, permettre à une coopérative de producteur d'écouler leur production et d'accéder plus facilement à un plus grand nombre de consommateurs, de réduire l'impact CO2 global de la distribution en optimisant les flux logistiques,... et ces gains en efficacité devraient aussi, nous l'espérons, permettre de réduire les coûts et par conséquent les prix pour les clients.

Bien évidemment, nous resterons particulièrement vigilant.es à ce que ces valeurs du groupe Biotope collent toujours à celle du projet de färm.Iln SC. Vous pouvez pour cela compter sur votre équipe en magasin ainsi que sur votre conseil d'administration auquel Nicole et Marc, vos représentants, participent et au sein duquel la mission et les engagements de la coopérative de Louvain-la-Neuve seront portés comme ils le sont actuellement.