



Entretien avec Manuela Kägi

au sujet du premier exemple de réalisation du programme « Renaissance »

Manuela Kägi, comment se porte le commerce spécialisé bio suisse?

Nous estimons qu'il y a un grand potentiel d'action et que la baisse constante de parts de marché rend la situation encore plus critique. Pour tous, y compris pour nous.

De nombreux consommateurs ignorent que le commerce spécialisé bio offre une alternative complète pour l'achat de produits alimentaires et les clients qui le fréquentent sont mal orientés en raison de la présentation confuse de l'assortiment. Le panier moyen diminue dans le commerce spécialisé bio, ce qui induit une baisse tendancielle des dépenses par client. Beaucoup d'entrepreneurs bio se trouvent par ailleurs devant un problème de succession et aucun investissement n'a été réalisé dans les surfaces de vente depuis longtemps.

À votre avis, quels sont les défis les plus importants pour les magasins bio de taille petite et moyenne sur le marché bio suisse?

La visibilité pour les consommatrices et les consommateurs. Pour beaucoup d'entrepreneurs, c'est déjà un défi conséquent de diriger son propre magasin avec cœur et engagement, tout en restant ouvert aux évolutions des commerces spécialisés

En 2018, vous avez créé le programme « Renaissance » avec Bio Partner Schweiz AG. De quoi s'agit-il et quels sont vos objectifs?

Nous souhaitons renforcer le commerce spécialisé bio individuel. Nous visons une collaboration avec des entrepreneurs qui veulent réaliser avec nous une centaine de magasins bio spacieux et modernes avec un assortiment frais conséquent. L'individualité de chaque magasin bio constitue pour nous une caractéristique essentielle de notre concept. Notre objectif est d'animer et de faire croître le commerce spécialisé bio en Suisse.



Qu'apporte concrètement « Renaissance » à un magasin bio et qui peut participer à ce programme?

La contribution concrète dépend de la situation spécifique du magasin bio. Nous voulons tenir compte des besoins individuels des entrepreneurs et proposer notre savoir-faire et nos compétences de manière ciblée. Cela commence par la recherche d'un lieu optimal, passe par le développement du personnel et va jusqu'au contact avec un partenaire financier stable. Ces prochains mois, nous contribuerons par ailleurs au développement d'une solution fiduciaire pour la branche, travaillerons avec les premiers magasins à des mesures de marketing communes et chercherons les meilleures solutions pour le recrutement et le partage de personnel.

Le programme « Renaissance » a été appliqué pour la première fois avec le magasin bio Öpfelbaum à Uster. Quelles particularités du programme peut-on notamment constater dans ce magasin rénové?

Il y a par exemple l'offre de bistrot. C'est là une composante fixe du concept « Renaissance » et cela a été mis en œuvre chez Öpfelbaum. Les idées de « Renaissance » ont aussi influencé de nombreux autres éléments du magasin. L'ensemble ne se dévoilera que petit à petit.

Quel a été le rôle de Bio Partner dans le processus « Renaissance » chez Öpfelbaum et quel a été le soutien apporté au magasin?

Öpfelbaum était notre premier projet et je l'ai suivi personnellement. Mon équipe et moi-même avons apporté beaucoup de cœur, de savoir-faire et de soutien pratique là où Öpfelbaum trouvait cela judicieux. Nous avons développé le nouveau modèle commercial avec l'équipe d'Öpfelbaum et avons aussi émis une recommandation pour la demande de financement. Nous avons donné nos idées aussi bien pour l'aménagement des locaux que pour le processus de définition de l'assortiment.



Quelles expériences avez-vous retirées du processus « Renaissance » avec Öpfelbaum?

Il y en a beaucoup. Nous avons commencé à accompagner Öpfelbaum à un moment où notre concept en était à ses premiers balbutiements. Nous avons beaucoup appris en quelques mois. Ces expériences, enrichies ponctuellement par des contributions d'experts, ont par exemple été à l'origine du manuel de marketing et d'aménagement d'un magasin. D'autres magasins peuvent maintenant aussi en profiter.

Quelle suite pour « Renaissance » ou, très concrètement, quels autres magasins font déjà partie du programme?

Sept entrepreneurs bio nous ont soumis des demandes de recherches de locaux. Nous lancerons par ailleurs cet été des mesures conjointes coordonnées de marketing nous permettant de nous adresser aussi de manière appropriée à des magasins existants, même sans besoin urgent de développement. Nous continuons également à rechercher dans toute la Suisse des sites attrayants et des entrepreneurs innovants.

Portrait de Manuela Kägi

Manuela Kägi, 39 ans, est responsable Commerce et restauration et membre de la direction de Bio Partner Schweiz AG. Elle dirige à ce titre le programme « Renaissance ». Arrivée chez Bio Partner en 2010, elle a dirigé le département du commerce de détail pendant quatre ans avant de devenir membre de la direction en 2018.