



GRENOBLE L'ENSEIGNE GRENOBLOISE ENCOURAGE LA PROXIMITÉ ET LES PRODUCTEURS FERMISERS

La Laiterie Gilbert ne veut pas abandonner ses fournisseurs

Une explosion de la vente d'œufs...

L'enseigne grenobloise, installée partout en France, veut continuer à soutenir les petits producteurs de fromages en cette période compliquée.

Entre les lignes de l'échange téléphonique, on comprend facilement que Christophe Chaperon est conscient de sa chance.

L'homme ne se plaint pas. À la tête de la laiterie Gilbert, une entreprise née à Grenoble, toujours grenobloise et premier réseau français de franchise en fromagerie avec 26 boutiques, il traverse cette crise sans drame. « Nous avons deux activités grossiste sur le Min de Grenoble et une activité de détaillant via nos enseignes. Elles sont toutes les deux qualifiées d'essentielles, nous pouvons donc continuer à travailler. »

« **Après une fermeture, beaucoup de marchés ont pu rouvrir, nous nous en sortons bien** »

Au Min, l'activité liée aux bars, aux hôtels et aux restaurants est évidemment très affectée « mais ce qui nous concerne, nous travaillons peu avec ces établissements. Nous travaillons surtout avec les commerçants qui vont ensuite sur les marchés. Après une fermeture, beaucoup de marchés ont pu rouvrir, nous nous en sortons bien ».

« Mais au-delà de notre propre cas, nous voyons autour de nous les gens avec qui nous travaillons qui souffrent parce qu'il y a eu, c'est indéniable, un lobby qui a poussé les consommateurs à se concentrer sur les produits standardisés, industriels. Alors vous imaginez bien, les petits producteurs de fromages il y a eu beaucoup moins de débouchés pour eux. On estime la baisse entre 30 et 80 % selon les producteurs. Et pourtant les vaches et les chèvres ne produisent pas moins de lait en ce moment. Nous avons donc décidé de réagir. » La laiterie Gilbert travaille donc de concert avec les producteurs fermiers pour éviter le gaspillage.

« **On incite donc nos clients à faire des raclettes, même à partager des raclettes en visioconférence** »

« Otes accompagne, si c'est possible, pour qu'ils se tournent vers des fromages plus consommateurs de lait, vers des fromages à affinage long que nous achèterons plus tard. » Ainsi, un producteur de Saint-Marcellin s'est mis à faire des séchons, fromage réclamant un affinage un peu plus long. « On fait aussi notre maximum pour diminuer le moins possible les volumes de nos commandes et payer les producteurs le plus rapidement possible. » La laiterie Gilbert a aussi choisi de

s'adresser directement aux consommateurs. « La période de la raclette s'est instantanément arrêtée avec la fermeture des stations. Mais il y a pourtant toujours des producteurs de fromage à raclette qui ont besoin de vivre. On incite donc nos clients à faire des raclettes, même à partager des raclettes en visioconférence. On explique aussi que c'est un fromage qui peut se congeler sans aucun problème. » Les vendeurs en boutique sont également incités à échanger - tout en restant à bonne distance - avec les consommateurs pour les sensibiliser à l'importance de ne pas laisser tomber les producteurs fermiers, les producteurs locaux. Et cela semble bien fonctionner.

Dans les boutiques, de Grenoble ou d'ailleurs, Christophe Chaperon note une explosion de la vente d'œufs, « c'est comme le papier toilette, ce n'est pas du tout rationnel, on a l'impression que les gens font de la pâtisserie cinq fois par jour, les chiffres sont multipliés par trois par rapport à d'habitude » une stabilité sur les autres ventes même si les consommateurs ont une préférence pour les produits qui peuvent se conserver longtemps. « On note depuis une petite semaine que les petits commerces de proximité retrouvent la faveur des

consommateurs par rapport à la petite surface de proximité. Peut-être par ce que dans nos commerces, c'est plus simple de bien respecter les consignes de distanciation. » ■