



invivo retail

Multienseigne, positionnée sur trois métiers BtoC : jardinerie, animalerie, distribution alimentaire, InVivo Retail a pour ambition de conserver son leadership sur ses activités historiques, le végétal et l'animal, et de construire un pôle alimentaire solide concentré sur l'offre locale et bio en circuit court.

1 Md€

Chiffre d'affaires consolidé

2 Md€

Chiffre d'affaires sous enseigne (hors taxes)

3 582

collaborateurs

nVivo Retail a pris, fin 2018, une nouvelle envergure avec le rachat de Jardiland. Quel regard portez-vous sur l'exercice écoulé ?

Guillaume Darrasse : Tout d'abord, je tiens à signaler que l'intégration de Jardiland s'est bien passée tant du point de vue humain que technique, ce qui récompense le travail préparatoire pluridisciplinaire qui a été mené. L'acquisition de Jardiland au 1^{er} octobre 2018 donne une nouvelle dimension à InVivo Retail. Son chiffre d'affaires consolidé s'élève à 1 milliard d'euros (1 009 millions d'euros) contre 657,7 millions d'euros à fin juin 2018. Le chiffre d'affaires sous enseigne de nos trois réseaux Gamm vert, Jardiland et Delbard & Affiliés s'affiche à 2 milliards d'euros hors taxes. Cette nouvelle dimension de leader de la jardinerie nous donne les leviers pour activer les synergies entre les trois enseignes Gamm vert, Jardiland, Delbard. Nous avons créé, dès cette année, un GIE qui nous permet de négocier des achats en commun pour les trois réseaux. La création d'une centrale d'achat commune est notre prochaine étape. Par ailleurs, nous avons signé à la fin de l'exercice, en juin 2019, un partenariat à l'achat avec le groupe Sevea qui exploite les enseignes Villaverde et Baobab.

Quels sont les autres faits marquants de l'exercice ?

G. D. : Concernant l'activité jardinerie, nous avons racheté le réseau Gamm vert du groupe coopératif Maisadour qui compte 29 magasins. Gamm vert Synergies qui exploite des succursales se rapproche ainsi de la taille critique de 150 magasins qui doit lui permettre d'en assurer la rentabilité. Nous avons également acquis les deux grandes jardinerie du groupe Végétalis situées sur la Côte d'Azur qui vont passer sous enseigne Jardiland. Sur notre second métier, la distribution alimentaire, progressivement nous affinons notre modèle de développement avec nos deux enseignes Bio & Co, que nous avons racheté en novembre 2018, et Frais d'Ici, auxquelles s'ajoutent les corners alimentaires installés dans les jardinerie qui délivrent de bons résultats.

Quels sont vos axes stratégiques pour les prochaines années ?

G. D. : L'exercice 2018-2019 est un exercice de transition. De profondes transformations sont envisagées pour développer notre leadership et conforter les positions de nos franchisés. En effet, si nous sommes leader en jardinerie, une grande part du marché du jardin et du végétal est captée par les GSA et les GSB.

Nos trois axes stratégiques pour 2030 sont les suivants :

- structuration des réseaux avec des jardinerie grand public, des magasins de proximité et une logistique associée ;
- convergence de l'offre et création de marques propres pour améliorer la performance et la satisfaction des clients ;
- consolidation de notre leadership sur les marchés du jardin et de l'animalerie et mise en place d'une offre et d'un réseau alimentaire axé sur les produits bio et locaux.

Cette stratégie sera confortée par nos engagements RSE.

De profondes transformations sont envisagées pour développer notre leadership et conforter les positions de nos franchisés.

*Guillaume Darrasse,
directeur général d'InVivo Retail*



Jardinerie

Fin août 2018, l'Autorité de la concurrence annonçait l'autorisation du rachat du groupe Jardiland par InVivo sous réserve qu'il se sépare de onze magasins. Six points de vente Jardiland ou Gamm vert ont été cédés et cinq contrats de franchise ont été résiliés. Sur le métier de la jardinerie, malgré une saison marquée par une météo atypique et l'entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2019 de l'interdiction de commercialisation de produits phytosanitaires de synthèse aux particuliers, les trois réseaux Gamm vert, Jardiland, Delbard & Associés affichent des résultats satisfaisants.

Gamm vert confirme la résilience de son modèle

Avec un chiffre d'affaires sous enseigne de 1 181 millions d'euros HT (hors taxes), contre 1 167 millions d'euros HT en 2017-2018, Gamm vert démontre une nouvelle fois la résilience de son modèle basé sur l'expertise des coopératives franchisées et l'exploitation de magasin en propre par Gamm vert Synergies.

Suite à l'acquisition en juin 2019 des 29 magasins du groupe coopératif Maisadour, Gamm vert Synergies exploite désormais 115 points de vente en succursale, soit près de 10 % du réseau Gamm vert qui compte 1 142 magasins au total.

Gamm vert maintient ses positions sur le végétal et l'animal. Pour renforcer sa notoriété

dès le début de la saison, Gamm vert a sponsorisé la météo sur France 3 pendant un mois avec des spots sur la basse-cour et le potager, deux de ses domaines d'excellence.

L'enseigne enregistre de bons résultats sur les rayons alimentaires produits de terroir ce qui la conforte dans sa volonté de poursuivre leur développement. En phase avec la volonté des consommateurs d'acheter des produits plus sains, les nouveaux produits développés pour la marque Les Sens du Terroir sont sans additifs et sans conservateurs.

À l'inverse, les ventes de vêtements-chaussants sont en retrait et les gammes seront rationalisées.

Gammvert.fr s'affirme comme la jardinerie digitale leader avec une progression de son chiffre d'affaires de 30 %. Les clients n'hésitent plus à acheter des végétaux sur internet. La logistique est au point avec un système de drop shipping (expédition directe du producteur au client final) pour le végétal



et une plateforme de préparation des petits colis pour les achats des particuliers.

Les services click & collect et de retrait en magasin sont également bien rodés. L'enjeu est maintenant que les enseignes d'InVivo Retail deviennent omnicanales ce qui suppose que les réseaux modernisent leurs systèmes d'information.

La contribution de Gamm vert au chiffre d'affaires consolidé du groupe est de 530,6 millions d'euros.

Jardiland : meilleure chaîne de magasins en France dans les catégories jardinerie et animalerie

Malgré la cession de plusieurs magasins, le chiffre d'affaires sous enseigne du réseau Jardiland progresse légèrement passant de 560 millions d'euros HT en 2017-2018 à 580 millions d'euros HT sur l'exercice 2018-2019. La progression du chiffre d'affaires est portée par le déploiement du nouveau concept lancé il y a deux ans. 31 magasins ont été rénovés et 14 le seront l'an prochain.

En végétal, Jardiland réalise un bel exercice sur plusieurs univers, notamment sur le jardin intérieur où l'enseigne a su tirer parti des nouvelles tendances en matière de végétal comme élément de décoration, mais aussi sur la serre chaude et la pépinière. Les ventes de produits d'aménagement du jardin sont également en hausse en raison de l'arrivée précoce de l'été.

En animalerie, le chiffre d'affaires est stable. Sur ce marché très concurrentiel, Jardiland lance un nouveau concept d'animalerie de proximité, Noa – la maison des animaux, qui propose une offre de produits et de services pour le bien-être des chiens, chats et petits mammifères. La première maison des animaux Noa a ouvert ses portes à Avranches dans la Manche en janvier 2019. Ce premier prototype n'est que le début d'un plan de développement qui ambitionne l'ouverture de 60 points de vente.

Ces bons résultats sont aussi portés par la nouvelle campagne de communication télé. Avec trois nouveaux films, Jardiland poursuit sa saga publicitaire initiée en 2017 sur le ton de l'humour. La force de cette campagne est de positionner Jardiland comme un véritable partenaire pour ses clients, en capitalisant sur l'expertise de ses conseillers.

Pour la 4^e année consécutive, Jardiland a été élu Meilleure chaîne de magasins en France dans les catégories jardinerie et animalerie. En Espagne, Jardiland affiche également de bons résultats sur ses sept magasins.

Au 30 juin 2019, le réseau Jardiland compte 101 succursales et 76 magasins franchisés. Les deux jardineries du groupe Végétalis acquises en avril 2019 passent sous enseigne Jardiland renforçant ainsi l'implantation du réseau sur la Côte d'Azur.

La contribution de Jardiland au chiffre d'affaires consolidé du groupe est de 350,6 millions d'euros.



Delbard & Affiliés : Design végétal

Le chiffre d'affaires sous enseigne Delbard & Affiliés s'élève à 238 millions d'euros HT. Avec ses deux enseignes Delbard et Jardinerie du Terroir exploitées en franchise, ce réseau de 191 magasins confirme son attractivité avec l'entrée d'une dizaine de magasins dont deux en Belgique et quatre du groupe Altitude dans le Massif Central.

Delbard a dévoilé cette année sa nouvelle génération de magasin, Delbard 2020 avec une nouvelle signature, *Design végétal*, une nouvelle signalétique, une expérience client renforcée et une intégration du digital avec un service on-line et on-site Mon jardin par Delbard qui offre à chacun la possibilité de tester des idées jardin. Huit jardineries sur les 49 qui portent l'enseigne l'ont déjà déployé.

La contribution de Delbard au chiffre d'affaires consolidé du groupe est de 9,9 millions d'euros.



Distribution alimentaire

Frais d'Ici : 7 nouveaux magasins

Sept nouveaux magasins ont ouvert leurs portes sur l'exercice :

- Éveux (Rhône) – Groupe Dauphinoise ;
- L'Isle-Jourdain (Gers) – Vivadour ;
- Tulle (Corrèze) – Natéa ;
- Beaune (Côte-d'Or) – Bourgogne du Sud ;
- Saint-Géréon (Loire-Atlantique), Saumur (Maine-et-Loire), Saint-Pierre-du-Mont (Landes), – Gamm vert Synergies.

Onze magasins portent aujourd'hui l'enseigne Frais d'Ici.

Les magasins Frais d'Ici proposent une alimentation de produits frais et d'épicerie à plus de 80 % locale et régionale. Fort des expériences des magasins précédents, le développement se poursuit avec une optimisation des méthodes d'approvisionnement et de gestion de gammes mais aussi une formation accentuée des équipes.

En vitesse de croisière, ce concept génère entre 25 et 35 % de chiffre d'affaires supplémentaire avec une performance au mètre carré très supérieure à celle de la jardinerie.

Cette double association jardinerie – distribution alimentaire booste le trafic en magasin. La clientèle déjà acquise à la jardinerie y trouve un sens logique pour faire ses courses du quotidien. Le concept attire aussi des consommateurs à la recherche de commerce de proximité, de produits locaux offrant toutes les garanties de qualité et de traçabilité.



Mise en marché

Bio & Co : 7 magasins bio

Acquis par InVivo en novembre 2018, Bio & Co, réseau spécialisé dans la distribution de produits bio conforte la stratégie de développement d'InVivo Retail sur les produits locaux et bio. Installé en région PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur), un septième magasin a été inauguré en février 2019 à Salon-de-Provence (Bouches-du-Rhône).

Cette enseigne propose l'une des offres alimentaires bio les plus complètes avec notamment un espace fruits et légumes très riche, une boucherie traditionnelle, une gamme de produits laitiers très large. L'espace cosmétique & santé qui représente 10 % du chiffre d'affaires est tenu par des naturopathes qui apportent des conseils aux clients.

Le concept sera développé en région PACA dans un premier temps, puis à terme en association avec une jardinerie urbaine à pouvoir d'achat plus élevé pour répondre à une clientèle plus jeune conquise par le bio (10 % des Français).

Néodis-Billaud Grains : les activités grand public progressent

Néodis-Billaud Grains affiche un chiffre d'affaires consolidé de 22,8 millions d'euros. Cette performance s'explique par la bonne croissance des activités grand public.

En animalerie, le succès des marques petfood dédiées au réseau Gamm vert permet d'atteindre un chiffre d'affaires de 28,6 millions d'euros, soit une hausse de 14 %. La refonte de la gamme d'aliments chats devrait consolider cette dynamique. Par ailleurs, le référencement par le réseau Gamm vert de la gamme oiseaux du ciel rencontre un vrai succès.

Néodis conforte également sa place de leader sur le segment des antinuissibles avec la marque Myriad. Le lancement de raticides en petits formats et de la valisette détaupeur est une réussite.

Sur le marché professionnel de la protection des denrées stockées, Néodis retrouve des perspectives de développement avec l'obtention d'une autorisation de mise en marché du spinosad, première molécule de traitement du grain avec un statut biocontrôle.

Les engagements RSE d'InVivo Retail

Les engagements RSE d'InVivo Retail s'articulent autour de trois axes :

- **Préserver les richesses de la nature et permettre à chacun d'y accéder**
 - Gestion durable des ressources naturelles, notamment de l'eau en renforçant l'offre de végétaux moins gourmands en eau et de produits qui permettent de bien gérer l'arrosage ;
 - Préservation de la biodiversité au jardin, végétale et animale (petits animaux de la nature, oiseaux et insectes) ;
 - Promotion en magasins des produits écologiques notamment des biosolutions pour la protection des plantes ;
 - Réduction de l'empreinte environnementale de nos activités et produits avec déjà une première initiative : d'ici à cinq ans, tous les pots à marque propre seront écoconçus.
- **Promouvoir le respect de la nature et transmettre la culture du « jardinage responsable »**
 - Rédaction d'une politique qualité bien-être animal en animalerie ;
 - Conception de supports pédagogiques sur ces sujets à l'attention des vendeurs ;
 - Pédagogie auprès des consommateurs sur les bonnes pratiques de jardinage.
- **Mobiliser nos salariés et nos partenaires pour atteindre notre ambition sociétale**
 - Développement des compétences des collaborateurs pour qu'ils soient les meilleurs ambassadeurs de nos engagements RSE.

faits marquants



Noa : la maison des animaux

Le nouveau concept d'animalerie de Jardiland propose une offre de produits et de services, notamment un salon de toilettage, Noamatic, le Lav'dog en libre-service qui permet de laver son chien en 20 minutes, l'espace Paravet pour un diagnostic bien-être de son animal par un conseiller qualifié, ainsi que des ateliers créatifs Do it yourself.

Noa c'est aussi un lieu de partage et d'échanges pour la communauté de passionnés que sont nombre de détenteurs d'animaux de compagnie.



Les 29 magasins Maisadour intègrent Gamm vert Synergies

InVivo Retail et Maisadour ont signé le 6 juin 2019 l'acte de cession d'Espace Vert, filiale jardinerie et motoculture du groupe Maisadour. Alors qu'InVivo Retail reprend directement les activités de Soumo, centrale d'achat et concept innovant de distribution en motoculture, Gamm vert Synergies, la branche succursaliste du réseau Gamm vert intègre 29 nouvelles jardinerie dans son parc d'exploitation.



Avec Végétalis, Jardiland prend position sur la Côte d'Azur

InVivo Retail a racheté, en avril 2019, le groupe Végétalis qui compte deux jardinerie dans le Var. Situées à La Londe-les-Maures et Fréjus, disposant respectivement d'une surface de 8 000 m² et 11 000 m², elles figurent parmi les plus grandes jardinerie de la région. Ces deux jardinerie passeront sous enseigne Jardiland.

Jardiland renforce le leadership d'InVivo Retail sur le marché du jardin

178

jardineries en France

130

jardineries de plus de 4 000m²

99

exploitées en succursales

580 M€

de chiffre d'affaires sous enseigne



Jardiland signe une campagne qui fait parler... des plantes et des poissons



Du 1^{er} avril au 26 mai 2019, Jardiland était sur les écrans avec trois nouveaux spots publicitaires. Toujours sur le ton de l'humour, ces trois films s'inscrivent dans le prolongement de la saga publicitaire initiée en 2017. Ils remettent en scène la famille Jardiland, mais cette fois-ci en magasin. Toujours un peu perdus, mais plein de bonne volonté, les trois clients vedettes ont une technique bien à eux pour essayer de comprendre leurs animaux, pour fleurir leur intérieur ou aménager leur jardin. Ils s'adressent aux principaux concernés : une plante, un poisson et une statue. Mais heureusement pour eux, chez Jardiland, il y a toujours un conseiller pour les aider à concrétiser leurs projets.

InVivo Retail s'engage : 100 % des pots seront écoconçus dans 5 ans

À l'occasion de la Semaine européenne du développement durable, InVivo Retail a dévoilé un des premiers engagements concrets de sa politique de responsabilité sociétale et environnementale : « À l'horizon cinq ans, 100 % des pots et étiquettes de nos plants à marques propres seront composés de matières plastiques recyclées ou éco-conçues pour être entièrement réutilisables, recyclables ou compostables. Plus largement sur l'ensemble de notre offre végétale, nous rechercherons systématiquement des solutions alternatives à l'utilisation de plastique issu de ressources non renouvelables. »

