

L'INTERVIEW

Hervé Mons,
meilleur ouvrier de France en 2000

« Il n'y a pas de mauvais produit, mais trouver des fromages qui donnent de l'émotion, c'est plus dur »

Hervé Mons, comment en êtes-vous arrivé à travailler avec la grande distribution ?

C'est vrai que nous n'avons pas vraiment l'habitude de travailler avec ce circuit en France. En revanche, nous fournissons déjà des enseignes étrangères qui ont gardé une vraie notion de service, comme Whole Foods aux États-Unis. Ce qui nous a motivés, c'est l'implication de Casino. On s'est donné ensemble les moyens humains et financiers pour réussir.

Vous avez commencé par faire un état des lieux. Quel regard portez-vous sur le stand coupe en GMS ?

Il n'y a pas assez de différenciation par rapport au reste de l'univers. La grande distribution peine et a voulu prendre des initiatives, avec plus de prix, plus de rapidité. Mais pour moi, la chute des ventes est due à 90 % au déficit de formation du personnel. Nous faisons aussi face à un problème d'offre. Il n'y a pas de mauvais produit, mais trouver des fromages qui donnent de l'émotion, c'est plus dur. Le prix ? Il faut savoir à quoi on se compare ! Je n'aime pas le terme haut de gamme, qui renvoie tout de suite à l'argent.

Quelle valeur ajoutée apportez-vous aux rayons fromage coupe de Casino ?

Les moyens humains sont le facteur déterminant. Le personnel des magasins concernés est venu deux semaines chez nous, pour une for-



Points clés

- ◆ Hervé Mons collabore avec Casino sur la mise en place d'un rayon fromage coupe haut de gamme dans une dizaine de points de vente.
- ◆ Les partis-pris du fromager : bâtir une offre essentiellement fermière et former pendant deux semaines les vendeurs du stand.

mation validée après un test de connaissances. Être vendeur sur le stand coupe requiert une certaine compétence. Il y a aussi les moyens techniques : notre ambition est de laisser vivre le produit en rayon. Bonnet-Névé nous fournit un meuble spécifique.

Sur quoi insistez-vous dans vos formations ?

Nous effectuons un énorme travail sur la connaissance des produits et sur la prestation (découpage avec les bons outils, pliage, etc.). On travaille également beaucoup sur l'argumentaire de vente et la tenue du rayon. Bref, tous les fondamentaux du métier sont revus.

Venons-en à l'offre que vous mettez en place. Quels sont vos critères de sélection ?

Nous disposons en catalogue de plus de 160 références différentes en fonction de l'affinage, des saisons, etc. 40 à 50 sont sélectionnées pour Casino. Nous bâtissons l'offre plutôt que d'obéir à une demande. La disponibilité des fromages doit dicter l'assortiment, pas l'inverse.

Y a-t-il un ou des produits dont vous êtes particulièrement fier ?

Je dirais les chèvres comme les cornes du diable ou les cœurs de berger. Ils sont dans l'esprit des

Contexte

Élu meilleur ouvrier de France en 2000, Hervé Mons est une figure incontournable du fromage.

Dans une dizaine de magasins du groupe Casino, le fromager-affineur de Roanne propose ses propres fromages sur une partie du stand qui lui est réservée (lire également le Linéaires de mai 2011, p.38).

petits fromages fermiers provençaux. Nous sommes très impliqués dans le parc du Lubéron. Par exemple, on travaille à réintégrer des chèvres Rove, une race rustique, pour élaborer des fromages de Provence. Les producteurs sont à l'écoute sur ces éléments qui permettent de valoriser le métier. Aller les voir et définir avec eux les conditions de fabrication occupe 50 % de mon temps. Et ce n'est pas la partie la moins intéressante du métier.

Comment fonctionne l'approvisionnement des magasins Casino ?

Nous les fournissons en direct, via un transporteur qui livre une commande par semaine. Ce système est à l'opposé de celui de la grande distribution, qui a tendance à retirer l'humain et à tout centraliser. C'est un peu une révolution. Tous les artisans qui s'y sont essayés se sont cassé les dents. Mais on aime bien les challenges. ■

Propos recueillis par Arnaud Monnier