



## RETOMBÉES PRESSE ALADIN BY MAÏSADOUR

---

AVRIL 2023

# SOMMAIRE

LE SILLON (21 avril 2023)	Maisadour accompagne la digitalisation	3
AGRO MEDIA (18 avril 2023)	Maïsadour accélère sa digitalisation	4
DIGITAL CMO (13 avril 2023)	Stratégie eCommerce BtoB : l'exemple de Aladin.farm la plateforme eCommerce de Maïsadour	6
REFERENCE AGRO (5 Avril)	Maïsadour vise 45 % de son chiffre d'affaires appro via aladin.farm	8
LE MONDE INFORMATIQUE.FR (12 avril 2023)	E-commerce : le groupe Maïsadour fait le choix d'une plateforme mutualisée	9
www.sudouest.fr (7 avril 2023)	Les informations éco de la semaine du 3 avril 2023 Sud Ouest Éco	11
SUD OUEST (06 avril 2023)	E-commerce : Maïsadour fait le (bon) bilan d'aladin.farm	12
www.cio-online.com (7 avril 2023)	Maïsadour s'appuie sur une plateforme mutualisée pour accélérer dans l'e-commerce	13
www.circuits-culture.com (5 avril 2023)	3 ans après le lancement d'aladin.farm, Maïsadour dresse le bilan	15



# Avec aladin.farm, Maisadour accompagne la digitalisation

■ **Appros** - Ce service digital, qui permet notamment aux agriculteurs de faciliter les commandes, affiche une montée en puissance importante.

Trois ans après sa mise en service, Maisadour tire un bilan positif pour la plateforme d'e-commerce *aladin.farm*. La coopérative a fait du digital l'un de ses axes majeurs de transformation. Il s'agit notamment de répondre aux nouveaux enjeux du marché et renforcer ses positions face à la concurrence des géants du web cherchant à conquérir le secteur agricole. Tournée vers l'agriculture de demain, la coopérative souhaite ainsi continuer de fédérer des agriculteurs innovants et connectés. Alors que le groupe avait déjà amorcé le virage du digital, une réflexion collective a été engagée en 2018 avec huit autres coopératives, toutes sociétaires d'InVivo, autour de la multiplication des canaux mis à disposition des adhérents. Une volonté commune a émergé : créer une plateforme e-business permettant aux agriculteurs de commander 24 heures/24, 7 jours/7, tous les biens et services proposés par leur coopérative ou filiale négoce, pour gagner en autonomie dans leurs achats. La plateforme *aladin.farm* a vu alors le jour.

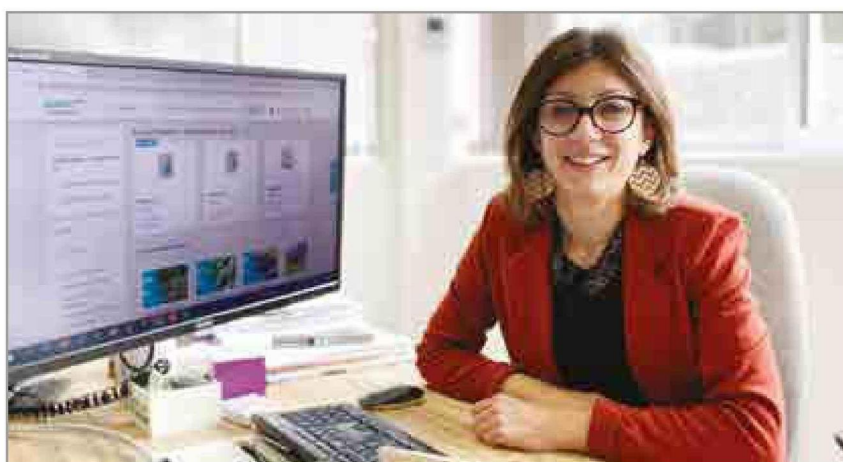
« Une réponse concrète aux besoins actuels »

« Maisadour a tout de suite compris l'intérêt de se regrouper avec d'autres coopératives pour mutualiser les ressources, bénéficier d'un large catalogue national tout en conservant sa souveraineté dans sa politique commerciale, logistique et marketing ; ce qui est une des promesses d'*aladin.farm* », explique Charlotte Grandbastien, responsable du développement de la plateforme.

« Auparavant, notre force de vente était déjà équipée d'un outil numérique pour la prise de commandes, mais il n'était pas connecté et l'agriculteur n'avait pas d'accès direct à un site marchand, précise Leslie Vives, responsable marketing agricole. Pour nous, c'était l'occasion de passer un cap dans notre transformation digitale ». Maisadour a vu dans ce nouvel outil deux atouts. « D'une part, il était une réponse concrète et actuelle aux besoins quotidiens des agriculteurs nouvelle génération, et d'autre part, il nous permettait de faire évoluer de manière qualitative la relation entre nos forces commerciales et les agriculteurs. Le groupe s'est investi et a investi pour que la conduite du changement soit un succès. »

## Le digital, choix stratégique

Depuis avril 2020, la mise en ligne d'*aladin.farm* s'est déroulée en plusieurs étapes mobilisant, durant six mois, chaque métier de la coopérative (approvisionnement, terrain, marketing, logistique, DSI). En amont, un travail d'optimisation de la chaîne logistique a été effectué notamment grâce à la création d'une plateforme de stockage unique et centralisée. « Nous avions aussi déjà mis en place un service de livraison à la ferme. Des atouts pour



Leslie Vives, responsable marketing agricole de Maisadour, note que l'utilisation de la plateforme *aladin.farm* est une réponse concrète à l'évolution des besoins des agriculteurs et à leurs nouvelles habitudes. // Photo DR

un déploiement rapide de l'outil qui nous ont permis de nous concentrer sur le référencement progressif des gammes de produits et services », se réjouit Leslie Vives.

Depuis, la coopérative propose de nouveaux modes de livraison adaptés, comme le click and collect. Une offre qui évolue en adéquation avec les attentes et habitudes de travail des agriculteurs. « Trois ans après le lancement d'*aladin.farm* by Maisadour, 100 % des commandes passées sur le site s'intègrent automatiquement dans notre système informatique et nombre de nos processus internes ont été simplifiés », poursuit la responsable marketing. Fort de ce succès, la plateforme a été déployée sur les deux filiales négoce de Maisadour, Agralia et Inovitis. Elles disposent désormais de leur propre

site *aladin.farm* et d'un catalogue de produits et services dédiés.

Au plus près des agriculteurs, les techniciens Maisadour ont aussi joué un rôle clé dans le déploiement de cette plateforme en facilitant la prise en main de celle-ci.

« Notre opération Black Friday 2022 sur *aladin.farm* a été un véritable succès, précise Leslie Vives. Nous avons enregistré 3,2 millions d'euros de chiffre d'affaires en ligne sur la plateforme en quatre jours seulement, soit le double que l'année précédente. Ces exclusivités saisonnières ont généré de nouvelles inscriptions sur la plateforme parmi nos agriculteurs. Au-delà de la possibilité évidente de renforcer la visibilité de nos gammes de produits grâce au web, les campagnes de promotions en ligne marketing offrent des opportunités à nos

cinq mille agriculteurs et dynamisent considérablement nos ventes ».

Maïsadour réalise 100 millions de chiffres d'affaires en matière d'approvisionnement. Le premier objectif, qui était de réaliser 30 % de ce commerce appro en ligne sur *aladin.farm*, a été atteint. La coopérative ambitionne désormais de passer les 45 % d'ici fin juin 2023. Pour franchir ce nouveau palier, elle mise notamment sur l'intégration de nouvelles fonctionnalités, comme celle de pouvoir consulter les stocks en temps réel ou d'intégrer de nouvelles gammes de produits comme les pièces détachées ou les équipements du quotidien pour faire davantage adhérer à la plateforme les utilisateurs actuels, agriculteurs et clients, mais aussi en attirer de nouveaux. F. B.



## Maïsadour accélère sa digitalisation

Maïsadour, coopérative leader du Sud-Ouest, a fait du digital l'un de ses axes majeurs de transformation. Ses objectifs ? Répondre aux nouveaux enjeux du marché et renforcer ses positions face à la concurrence des géants du web cherchant à conquérir le secteur agricole. Tournée vers l'agriculture de demain, la coopérative souhaite ainsi continuer de fédérer des agriculteurs innovants et ...



Avec l'atteinte d'un premier objectif qui était de réaliser 30% de ce business appro en ligne sur aladin.farm, la coopérative ambitionne désormais de passer les 45% d'ici fin juin 2023. Cela grâce à l'intégration de nouvelles fonctionnalités, comme celle de pouvoir consulter les stocks en temps réel ou d'intégrer de nouvelles gammes produits comme les pièces détachées ou les équipements du quotidien pour faire davantage adhérer à la plateforme les utilisateurs actuels, agriculteurs et clients, mais aussi en attirer de nouveaux.

Maïsadour, coopérative leader du Sud-Ouest, a fait du digital l'un de ses axes majeurs de transformation. Ses objectifs ? Répondre aux nouveaux enjeux du marché et renforcer ses positions face à la concurrence des géants du web cherchant à conquérir le secteur agricole. Tournée vers l'agriculture de demain, la coopérative souhaite ainsi continuer de fédérer des agriculteurs innovants et connectés.

## Le digital, un choix stratégique

Alors que le Groupe Maïsadour avait déjà amorcé le virage du digital, en 2018, une réflexion collective autour de l'omnicanalité s'engage avec 8 autres coopératives françaises, toutes sociétaires d'InVivo. Tous ont la même volonté : créer une plateforme e-business permettant aux agriculteurs de commander 24h/24, 7j/7, tous les biens et services proposés par leur coopérative ou filiale négoce, pour gagner en autonomie dans leurs achats. La plateforme aladin.farm voit alors le jour. «Maïsadour a tout de suite compris l'intérêt de se regrouper avec d'autres coopératives pour mutualiser les ressources, bénéficier d'un large catalogue national tout en conservant sa souveraineté dans sa politique commerciale, logistique et



marketing ; ce qui est une des promesses de la plateforme aladin.farm », explique Charlotte Grandbastien, Responsable du développement de la plateforme.

«Auparavant, notre force de vente était déjà équipée d'un outil numérique pour la prise de commandes, mais il n'était pas connecté et l'agriculteur n'avait pas d'accès direct à un site marchand. Pour nous, c'était l'occasion de passer un cap dans notre transformation digitale. Ce nouvel outil présentait pour nous deux atouts. D'une part, il était une réponse concrète et actuelle aux besoins quotidiens des agriculteurs nouvelle génération et d'autre part, il nous permettait de faire évoluer de manière qualitative la relation entre nos forces commerciales et les agriculteurs. Le Groupe s'est investi et a investi pour que la conduite du changement soit un succès », précise Leslie Vives, Responsable marketing agricole chez Maïsadour.

A partir d'avril 2020, la mise en ligne d'aladin.farm s'est déroulée en plusieurs étapes chez Maïsadour mobilisant, durant 6 mois, chaque métier de la coopérative (approvisionnement, terrain, marketing, logistique, DSI). En amont, un travail d'optimisation de la chaîne logistique a été effectué notamment grâce à la création d'une plateforme de stockage unique et centralisée. " Nous avons aussi déjà mis en place un service de livraison à la ferme. Des atouts pour un déploiement rapide de l'outil qui nous ont permis de nous concentrer sur le référencement progressif des gammes de produits et services, se réjouit Leslie. Depuis, la coopérative propose de nouveaux modes de livraison adaptés, comme le click and collect. Une offre qui évolue en adéquation avec les attentes et habitudes de travail des agriculteurs. « Trois ans après le lancement d'aladin.farm by Maïsadour, 100% des commandes passées sur le site s'intègrent automatiquement dans notre ERP et nombre de nos process internes ont été simplifiés », dit-elle. Fort de ce succès, la plateforme a été déployée sur les deux filiales négoce de Maïsadour, Agralia et Inovitis. Elles disposent désormais de leur propre site aladin.farm et d'un catalogue de produits et services dédiés.

## Consulter les stocks en temps réel

Via aladin.farm, le Groupe a donné accès à ses agriculteurs à un ensemble de services et avantages notables, parmi lesquels : Un gain d'autonomie et de praticité avec la possibilité de commander en ligne 24/24, 7/7 ; L'accès à un large catalogue de plus de 750 produits ; Plusieurs modes de livraison : en direct sur l'exploitation (avec activation d'une option 'Express J+1' en cas de grande urgence), sur l'un des sites de production de l'exploitant ou en retrait click and collect en 1h ; La lecture de stocks disponibles en temps réel pour les gammes PPC (Produits de protection des cultures) et Semences ; Une sécurisation accrue par la mise à disposition de fiches produits informant les agriculteurs sur les formalités d'utilisation et les réglementations en vigueur ; La réalisation d'économie sur leurs achats, en bénéficiant d'opérations commerciales ou de remises spéciales sur certains produits ou services, à l'image du Black Friday. Au plus près des agriculteurs, les techniciens Maïsadour ont joué un rôle clé dans le déploiement de cette plateforme en facilitant la prise en main de celle-ci.

«Notre opération Black Friday 2022 sur aladin.farm a été un véritable succès. Nous avons enregistré 3,2 M€ de CA en ligne sur la plateforme en 4 jours seulement, soit le double que l'année précédente. Ces exclusivités saisonnières ont généré de nouvelles inscriptions sur la plateforme parmi nos agriculteurs. Au-delà de la possibilité évidente de renforcer la visibilité de nos gammes de produits grâce au web, les campagnes marketing en ligne dynamisent considérablement nos ventes tout en donnant satisfaction à nos 5 000 agriculteurs », précise Leslie Vives. Maïsadour réalise 100 millions de chiffres d'affaires en matière d'approvisionnement. Avec l'atteinte d'un premier objectif qui était de réaliser 30% de ce business appro en ligne sur aladin.farm, la coopérative ambitionne désormais de passer les 45% d'ici fin juin 2023. Cela grâce à l'intégration de nouvelles fonctionnalités, comme celle de pouvoir consulter les stocks en temps réel ou d'intégrer de nouvelles gammes produits comme les pièces détachées ou les équipements du quotidien pour faire davantage adhérer à la plateforme les utilisateurs actuels, agriculteurs et clients, mais aussi en attirer de nouveaux.

## Stratégie eCommerce BtoB : l'exemple de Aladin.farm la plateforme eCommerce de Maisadour



Lancée en 2020 Aladin.farm la plateforme digitale eCommerce BtoB du groupe Maisadour gère désormais près 30 % des achats de ses 5000 clients agriculteurs. La transformation digitale devrait encore s'accélérer dans les mois qui viennent estime Leslie Vives, responsable marketing agricole chez Maisadour grâce la mise en place de services très proches de ceux des sites BtoC. Avec l'élargissement de son offre et de ses services Aladin.farm semble se transformer de plus en plus en marketplace BtoB.

Dans le cadre de sa transformation digitale, l [e groupe Maisadour](#) a dressé un premier bilan de son activité eCommerce BtoB. La coopérative réalise désormais 30% de son « business appro » en ligne sur [aladin.farm](#), et ambitionne de passer les 45% d'ici fin juin 2023 auprès de ses 5 000 clients agriculteurs. Une accélération rendue possible grâce à l'intégration de nouvelles fonctionnalités, comme celle de pouvoir consulter les stocks en temps réel ou d'intégrer de nouvelles gammes produits comme les pièces détachées ou les équipements du quotidien pour faire davantage adhérer à la plateforme les utilisateurs actuels, agriculteurs et clients, mais aussi en attirer de nouveaux précise la coopérative.

Des chiffres qui témoignent de la transformation rapide de ce secteur. « Auparavant, notre force de vente était déjà équipée d'un outil numérique pour la prise de commandes, mais il n'était pas connecté et l'agriculteur n'avait pas d'accès direct à un site marchand. Pour nous, c'était l'occasion de passer un cap dans notre transformation digitale. Ce nouvel outil présentait pour nous deux atouts. D'une part, il était une réponse concrète et actuelle aux besoins quotidiens des agriculteurs nouvelle génération et d'autre part, il nous permettait de faire évoluer de manière qualitative la relation entre nos forces commerciales et les agriculteurs. Le Groupe s'est investi et a investi pour que la conduite du changement soit un succès », précise Leslie



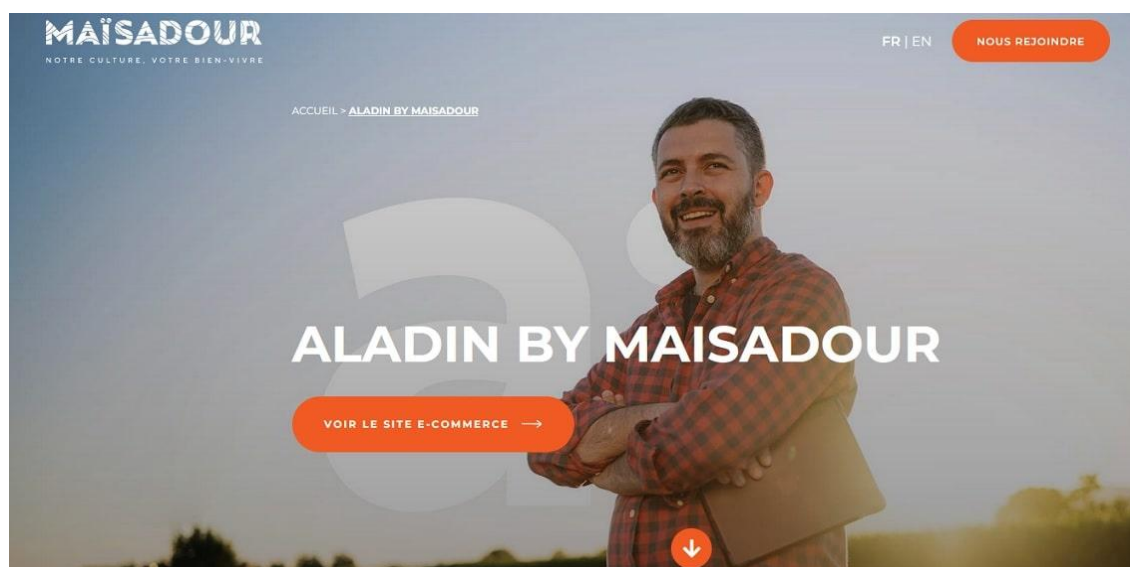
Vives, Responsable marketing agricole chez Maïsadour.

Autre facteur de succès : la mise en place d'une stratégie commerciale et marketing innovante, proche de celles pratiquées en BtoC. Par exemple plusieurs modes de livraison sont offerts sur le site : en direct sur l'exploitation (avec activation d'une option 'Express J+1' en cas de grande urgence), sur l'un des sites de production de l'exploitant ou en retrait click and collect en 1h. Une approche qui nécessite l'alignement des autres métiers souligne Maïsadour dans son communiqué. Un enjeu au regard du positionnement de plus en plus marketplace BtoB de la plateforme.

## Maïsadour vise 45 % de son chiffre d'affaires appro via aladin.farm

C'est en avril 2020 que l'aventure aladin.

farm a débuté chez Maïsadour. Trois ans après, la coopérative dresse un bilan positif de cette transformation digitale. Une dynamique qu'elle souhaite même accélérer.



Trois ans après le lancement de [la plateforme aladin.farm](#), Maïsadour en dresse un bilan positif. « Désormais, 100% des commandes passées sur le site s'intègrent automatiquement dans notre ERP et nombre de nos process internes ont été simplifiés », explique Leslie Vives, Responsable marketing agricole chez Maïsadour. La plateforme a, depuis, été déployée chez les deux filiales négoce de Maïsadour, Agralia et Inovitis. Ces structures disposent désormais de...

Article avec accès abonnés:

<https://www.reference-agro.fr/maisadour-vise-45-de-son-chiffre-daffaires-appro-via-aladin-farm/>







[Toute l'actualité](#) / [Business](#) / [E-commerce](#)

## E-commerce : le groupe Maïsadour fait le choix d'une plateforme mutualisée

[Aurélié Chandeze](#), publié le 11 Avril 2023

Pour répondre aux attentes des agriculteurs, le groupe Maïsadour a mis en place la plateforme e-commerce aladin.farm, co-développée avec huit autres coopératives agricoles.



Depuis 3 ans, Maïsadour développe ses activités de vente en ligne auprès des agriculteurs en s'appuyant sur la plateforme omnicanale aladin.farm.

Depuis 2020, le groupe Maïsadour met à la disposition de ses adhérents et clients agriculteurs un site e-commerce omnicanal, qui leur permet de passer commande 24h/24 et 7j/7, ainsi que d'accéder à tout un ensemble de services complémentaires. Ce site repose sur la plateforme digitale aladin.farm, co-construite avec huit autres coopératives sociétaires du groupe coopératif [InVivo](#).

Cette initiative collective a démarré en 2018. « Auparavant, notre force de vente était déjà équipée d'un outil numérique pour la prise de commandes, mais il n'était pas connecté et l'agriculteur n'avait pas d'accès direct à un site marchand », explique Leslie Vives, responsable marketing agricole chez Maïsadour. Pour la coopérative, aladin.farm apparaît donc comme une opportunité de mutualiser les ressources et de bénéficier d'un catalogue déployé à l'échelle nationale. En outre, le projet prévoit de laisser aux différentes coopératives partenaires toute latitude dans leur politique commerciale, logistique et marketing. « Ce nouvel outil présentait pour nous deux atouts. D'une part, il était une réponse concrète et actuelle aux besoins quotidiens des agriculteurs de nouvelle génération et d'autre part, il nous permettait de faire évoluer de manière qualitative la relation entre nos forces commerciales et les agriculteurs », ajoute Leslie Vives.

Le déploiement de l'outil au sein de Maïsadour a démarré en avril 2020. L'ensemble des métiers du groupe se sont mobilisés durant six mois, depuis les approvisionnements jusqu'au marketing, à la logistique et à la DSI, en passant par les équipes de terrain. Au préalable, la chaîne logistique avait déjà été optimisée, en vue de répondre aux exigences du modèle e-commerce, avec notamment la création d'une plateforme de stockage unique et



centralisée. La mise en place antérieure d'un service de livraison à la ferme a également contribué à une mise en oeuvre rapide. Par la suite, d'autres modes de livraison ont été ajoutés, en particulier le click & collect en 1h ou une option de livraison 'Express J+1' en cas de grande urgence, sur l'un des sites de production des exploitants.

## De nombreux services complémentaires proposés aux agriculteurs

Aujourd'hui, la totalité des commandes passées sur le site s'intègrent automatiquement dans l'ERP du groupe, et de nombreux processus internes ont été simplifiés pour faciliter l'omnicanalité. La plateforme a également été déployée sur les deux filiales de négoce de Maïsadour, Agralia et Inovitis, qui disposent chacune de leur propre site et d'un catalogue de produits et services dédiés. De leur côté, les agriculteurs peuvent commander plus de 750 produits à travers la plateforme. Ils peuvent aussi consulter les stocks en temps réel sur certaines gammes (produits de protection des cultures et semences). Les modes d'emploi et réglementations en vigueur sur les différents produits sont également mis à leur disposition à travers la plateforme, pour en faciliter l'accès.

Au travers de la plateforme, le groupe a aussi la possibilité de mettre en oeuvre ses propres campagnes marketing et opérations commerciales, comme celle proposée depuis deux ans à l'occasion du Black Friday. « Notre opération Black Friday 2022 sur aladin.farm a été un véritable succès. Nous avons enregistré 3,2 M€ de CA en ligne sur la plateforme en 4 jours seulement, soit le double de l'année précédente », indique Leslie Vives. Avec le succès rencontré par la plateforme, Maïsadour a revu à la hausse ses ambitions concernant la part du chiffre d'affaires réalisé en ligne sur ses activités d'approvisionnement : de 30%, la cible est passée à 45% d'ici fin juin 2023, un objectif que la coopérative veut atteindre en intégrant de nouvelles gammes de produits au catalogue et en élargissant les fonctionnalités de consultation des stocks en temps réel.



Article rédigé par  
[Aurélie Chandeze](#)  
Rédactrice en chef adjointe de CIO

## Les informations éco de la semaine du 3 avril 2023 Sud Ouest Éco



Née à Blanquefort, la jeune entreprise Circouleur installe son usine à Bassens. © Crédit photo : Stéphane Lartigue / SudOuest

Blanquefort (33). La société Sunna Design, spécialisée dans l'éclairage public et connecté créée en 2011, présente dans plus de 60 pays annonce avoir doublé son chiffre d'affaires entre 2021 et 2022. Sunna Design a réalisé 18 millions d'euros de chiffre d'affaires grâce à un marché dynamique en Europe, en Amérique du Nord, mais aussi de grands projets d'éclairage public sur le continent africain. Alors que chantier d'installation de 50 000 candélabres autonome solaire au Togo est actuellement en cours, la société girondine a signé une convention d'installation, toujours au Togo, de 100 750 candélabres dans 260 communes. Les 17 750 premiers candélabres seront produits à Blanquefort

### E. commerce. Maisadour fait le (bon) bilan d'Aladin.farm

**Landes**. Créée il y a trois ans, la plateforme d'e-commerce dédiée aux adhérents de 8 coopératives sociétaires du groupe InVivo dont Maisadour affiche un bon résultat. Aladin.farm, plateforme d'e-business permettant aux agriculteurs de commander 24h/24 et 7j/7, 750 produits et services proposés par la coopérative réalise désormais, 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Aladin.farm centralise 30 % du business approvisionnement des coopérateurs de Maisadour. La coopérative ambitionne de passer les 45 % d'ici fin juin 2023.

### Guyamier Transport décroche le Prix Ulysse 2023

**Gironde**. L'entreprise de transport basée à Ambès, créée en 1948 par Monique Guyamier et dirigée, depuis 2012 par son petit-fils Nicolas Guyamier, vient de recevoir, des mains de l'ARE (Association du retournement d'entreprise), le prix du meilleur retournement (changement de stratégie économique) ou « Prix Ulysse 2023 ». À l'issue d'un plan de continuation lancée en 2016, l'entreprise a retrouvé le chemin du développement. Depuis 2018 elle pilote une stratégie de rachats, avec notamment la prise de contrôle des Transport Lacassagne en 2019 et s'est permis de rembourser les prêts du plan de



Famille du média : **PQR/PQD**  
(Quotidiens régionaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **1019000**

Sujet du média :

**Actualités-Infos Générales**



Edition : **06 avril 2023 P.11**

Journalistes : -

Nombre de mots : **91**

p. 1/1

## E-commerce : Maisadour fait le (bon) bilan d'aladin.farm

**LANDES** Créée il y a trois ans, la plateforme d'e-commerce dédiée aux adhérents de huit coopératives sociétaires du groupe InVivo, dont Maisadour, affiche un bon résultat. Aladin.farm, plateforme d'e-business permettant aux agriculteurs de commander, 24 h/24 et 7 j/7, 750 produits et services proposés par la coopérative réalise désormais 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. La plateforme centralise 30 % du business approvisionnement des coopérateurs de Maisadour. La coopérative ambitionne de passer les 45 % d'ici fin juin 2023.



## Maïsador s'appuie sur une plateforme mutualisée pour accélérer dans l'e-commerce



Depuis 3 ans, Maïsador développe ses activités de vente en ligne auprès des agriculteurs en s'appuyant sur la plateforme omnicanale [aladin.farm](#).

Pour répondre aux attentes des agriculteurs, le groupe Maïsador a mis en place la plateforme e-commerce [aladin.farm](#), co-développée avec huit autres coopératives agricoles.

Publicité Depuis 2020, le groupe Maïsador met à la disposition de ses adhérents et clients agriculteurs un site e-commerce omnicanal, qui leur permet de passer commande 24h/24 et 7j/7, ainsi que d'accéder à tout un ensemble de services complémentaires. Ce site repose sur la plateforme digitale [aladin.farm](#), co-construite avec huit autres coopératives sociétaires du groupe coopératif InVivo.

Cette initiative collective a démarré en 2018. « Auparavant, notre force de vente était déjà équipée d'un outil numérique pour la prise de commandes, mais il n'était pas connecté et l'agriculteur n'avait pas d'accès direct à un site marchand », explique Leslie Vives, responsable marketing agricole chez Maïsador. Pour la coopérative, [aladin.farm](#) apparaît donc comme une opportunité de mutualiser les ressources et de bénéficier d'un catalogue déployé à l'échelle nationale. En outre, le projet prévoit de laisser aux différentes coopératives partenaires toute latitude dans leur politique commerciale, logistique et marketing. « Ce nouvel outil présentait pour nous deux atouts. D'une part, il était une réponse concrète et actuelle aux besoins quotidiens des agriculteurs de nouvelle génération et d'autre part, il nous permettait de faire évoluer de manière qualitative la relation entre nos forces commerciales et les agriculteurs », ajoute Leslie Vives.

Le déploiement de l'outil au sein de Maïsador a démarré en avril 2020. L'ensemble des métiers du groupe se sont mobilisés



durant six mois, depuis les approvisionnements jusqu'au marketing, à la logistique et à la DSI, en passant par les équipes de terrain. Au préalable, la chaîne logistique avait déjà été optimisée, en vue de répondre aux exigences du modèle e-commerce, avec notamment la création d'une plateforme de stockage unique et centralisée. La mise en place antérieure d'un service de livraison à la ferme a également contribué à une mise en oeuvre rapide. Par la suite, d'autres modes de livraison ont été ajoutés, en particulier le click & collect en 1h ou une option de livraison 'Express J+1' en cas de grande urgence, sur l'un des sites de production des exploitants.

### **De nombreux services complémentaires proposés aux agriculteurs**

Aujourd'hui, la totalité des commandes passées sur le site s'intègrent automatiquement dans l'ERP du groupe, et de nombreux processus internes ont été simplifiés pour faciliter l'omnicanalité. La plateforme a également été déployée sur les deux filiales de négoce de Maïsadour, Agralia et Inovitis, qui disposent chacune de leur propre site et d'un catalogue de produits et services dédiés. De leur côté, les agriculteurs peuvent commander plus de 750 produits à travers la plateforme. Ils peuvent aussi consulter les stocks en temps réel sur certaines gammes (produits de protection des cultures et semences). Les modes d'emploi et réglementations en vigueur sur les différents produits sont également mis à leur disposition à travers la plateforme, pour en faciliter l'accès.

Publicité Au travers de la plateforme, le groupe a aussi la possibilité de mettre en oeuvre ses propres campagnes marketing et opérations commerciales, comme celle proposée depuis deux ans à l'occasion du Black Friday. « Notre opération Black Friday 2022 sur aladin.farm a été un véritable succès. Nous avons enregistré 3,2 M€ de CA en ligne sur la plateforme en 4 jours seulement, soit le double de l'année précédente », indique Leslie Vives. Avec le succès rencontré par la plateforme, Maïsadour a revu à la hausse ses ambitions concernant la part du chiffre d'affaires réalisé en ligne sur ses activités d'approvisionnement : de 30%, la cible est passée à 45% d'ici fin juin 2023, un objectif que la coopérative veut atteindre en intégrant de nouvelles gammes de produits au catalogue et en élargissant les fonctionnalités de consultation des stocks en temps réel.

## 3 ans après le lancement d'aladin.farm, Maïsadour dresse le bilan

Par Circuitsveille



Leslie Vives, responsable marketing agricole chez Maïsadour. Photo : Maïsadour

**Déployée chez Maïsadour depuis avril 2020**, la plateforme de e-business [aladin.farm](#) atteint au bout de trois ans de service **30 % du business sur les 100 millions de chiffres d'affaires en matière d'approvisionnement**. La coopérative ambitieuse désormais de passer les **45 % d'ici fin juin 2023**. Cela grâce à l'intégration de nouvelles fonctionnalités, comme celle de pouvoir consulter les stocks en temps réel ou d'intégrer de nouvelles gammes de produits comme les pièces détachées ou les équipements du quotidien pour faire davantage adhérer à la plateforme les utilisateurs actuels, agriculteurs et clients, mais aussi en attirer de nouveaux.

La coopérative a intégré de nouveaux modes de livraison, comme le click and collect. *« Trois ans après le lancement d'aladin.farm by Maïsadour, 100 % des commandes passées sur le site s'intègrent automatiquement dans notre ERP et nombre de nos process internes ont été simplifiés »*, précise **Leslie Vives, responsable marketing agricole** chez Maïsadour.

Déployée sur les deux filiales négoce

Forte de ce succès, la plateforme a été déployée sur les deux filiales négoce de Maïsadour, Agralia et [Inovitis](#). Elles disposent désormais de leur propre site aladin.farm et d'un catalogue de produits et services dédiés.

L'opération Black Friday 2022 sur aladin.farm chez Maïsadour a permis d'enregistrer **3,2 M€ de CA en ligne** sur la plateforme en quatre jours seulement, soit le double de l'année précédente. Un véritable succès d'après Leslie Vives.



*Ces exclusivités saisonnières ont généré de nouvelles inscriptions sur la plateforme parmi nos agriculteurs. Au-delà de la possibilité évidente de renforcer la visibilité de nos gammes de produits grâce au Web, les campagnes marketing en ligne dynamisent considérablement nos ventes tout en donnant satisfaction à nos 5 000 agriculteurs , précise-t-elle.*