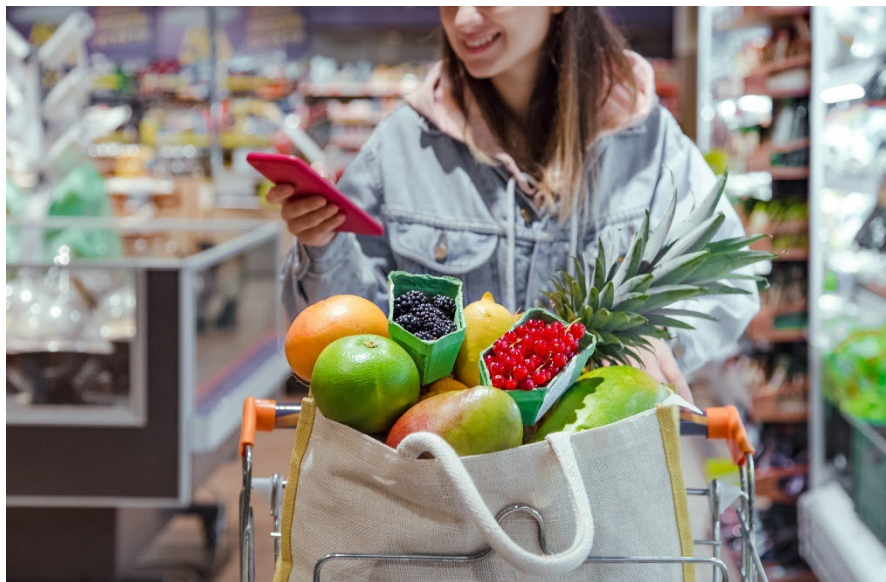


Cathy VERTHEMARD

Cathy VERTHEMARD est notre nouvelle recrue, qui a rejoint le centre de formation en janvier 2025. Elle a une expérience de 32 ans dans le domaine du commerce alimentaire.



Je m'appelle **Cathy VERTHEMARD**, j'ai 50 ans. J'ai passé **32 ans dans le domaine du commerce alimentaire**, dont 6 années dédiées à la formation des équipes métier.

Mon domaine d'intervention concernait précisément les produits de terrain et les produits frais, notamment les rayons fruits et légumes, boulangerie-viennoiserie-pâtisserie, poissonnerie et autres produits frais.

J'ai également travaillé sur le secteur du sec, incluant les épices, conserves, céréales, etc. « J'ai également travaillé dans le secteur sec (salé et sucré) »

Qu'est-ce qui vous a conduit à devenir formateur pour les épiciers ?

Avant d'être formatrice, j'étais responsable de magasin, et c'est avant tout **ma passion pour ce métier** qui m'a poussée dans cette voie.

De plus, le réseau des Épiciers de France représente une passion commune et une structure à taille humaine, ce qui correspond parfaitement à ma façon de voir les choses.

Enfin, sur la partie formation, j'apprécie de pouvoir transmettre **mon expertise aux collaborateurs tout en mettant en valeur leurs compétences**.

Y a-t-il un aspect de votre rôle de formateur qui vous passionne particulièrement ?

Ce qui me passionne avant tout, c'est **la transmission du savoir**. Dans mon rôle de formateur, l'accompagnement et la valeur ajoutée que l'on peut apporter aux personnes et aux adhérents sont essentiels.

Que ce soit auprès des équipes de direction ou des collaborateurs sur le terrain, j'aime **contribuer à leur développement et à leur réussite**.

Quelles sont les principales formations que vous animez au sein de la fédération ?

Mes domaines d'expertise couvrent principalement **la gestion des connaissances produits, l'hygiène alimentaire en intégrant les aspects de traçabilité, de conformité et de bonnes pratiques sanitaires**.

J'interviens également sur le **merchandising**, en mettant l'accent sur la valorisation des produits et l'optimisation des techniques de vente.

Il y a aussi l'aspect plus spécifique « humain sur le terrain », entre la notion hiérarchique et la partie managériale. Là, c'est plus un accompagnement pour faire comprendre les messages que l'on veut faire passer en vue de résultats aboutis.

Comment pensez-vous adapter vos formations aux besoins spécifiques des épiciers selon leurs expériences ?

Que ce soit quelqu'un qui est déjà dans le métier ou un porteur de projet, **l'essentiel est d'avoir une approche personnalisée**, de l'écouter et éventuellement de l'accompagner sur le terrain en fonction des besoins. Il faut que ce soit du donnant-donnant et du gagnant-gagnant.

Quels sont, selon vous, les défis majeurs auxquels les épiciers vont faire face aujourd'hui ?

Pour moi, il y a déjà l'aspect clientèle qui est de plus en plus exigeante au niveau de la sécurité alimentaire. On s'aperçoit de plus en plus qu'il y a **une demande de retour aux sources et de connaître les produits** que l'on consomme. Donc, cela concerne l'origine et la traçabilité des produits, c'est un aspect vraiment sécurisant.

Sur le plan humain, on a tous des difficultés à recruter et, notamment, à fidéliser nos collaborateurs, ils ont un impact majeur sur les résultats que l'on veut obtenir. Puis, il faut savoir **se remettre au goût du jour et suivre les tendances des produits** qu'on a à disposition et qu'il faut détenir. Donc, si on globalise, il y a une notion de qualité, de sécurité alimentaire et de connaissance dans la diffusion des informations.

Au cours de votre expérience, quels sujets ou compétences étaient les plus demandés de la part des épiciers ?

En général, il s'agit d'élargir son regard ainsi que ses compétences sur les produits mis en avant et vendus en magasin. Cela implique **une expertise approfondie pour mieux informer le client** de manière structurée et l'accompagner dans ses décisions.



Quelles tendances avez-vous observées dans le domaine de l'épicerie ces dernières années ?

À la suite du Covid, des changements significatifs ont impacté la vente de produits ainsi que la nature de la demande pour certains articles.

Ce qui distingue un magasin et attire les clients réside dans ces détails qui apportent une réelle valeur ajoutée. Ces éléments différenciateurs sont essentiels pour se démarquer.

Quel conseil donneriez-vous à quelqu'un qui débute dans le métier d'épicier ?

À mon niveau, c'est de ne pas hésiter à nous solliciter, nous sommes là pour l'accompagner. Une phrase qui résume parfaitement l'idée : "Se former, c'est investir pour réussir." Sans formation, sans connaissance de ce qu'on fait, il n'y a pas de résultats positifs derrière. Donc, je les encourage à se renseigner et à nous solliciter, nous sommes là pour ça !

Comment la fédération soutient-elle le développement professionnel des épiciers au quotidien ?

Le soutien quotidien des épiciers repose sur des professionnels engagés et passionnés par leur métier. J'ai à cœur de mettre cette passion au service des adhérents, en leur offrant une écoute attentive et des formations personnalisées directement sur le terrain.

Comment imaginez-vous vos prochaines formations ? Et quand est prévue votre première session de formation ?

Je n'ai encore pas de date pour la première session. Comment je l'imagine ? Dans un premier temps, il y aura **une prise de contact en amont pour bien définir les attentes de formation, suivie d'un accompagnement** qui se veut personnaliser.



« Mon métier est une passion, il consiste à aider et à performer ensemble. »

Avec l'expérience et le recul, tout passe par la formation des équipes. On ne peut pas vendre aujourd'hui des produits si on n'en connaît pas la nature et la manière de les mettre en avant.