

Compte-rendu de la première journée de formation ; mercredi 24 octobre 2012

« Produire des légumes biologiques de qualité pour s'ouvrir au marché de demi-gros »

But : présenter aux maraîchers un exemple concret de débouché en demi-gros pour leurs légumes et les exigences de ce type de client. Leurs apporter des réponses sur les normes de traçabilité et les amener à réfléchir à une organisation pour diversifier leurs débouchés en demi-gros.

Matin : rencontre du chef cuisinier de la cuisine centrale de la Bastide de Sérou : Maxime Polinon, visite des locaux et découverte du matériel utilisé.

Présentation de la cuisine centrale de la Bastide de Sérou :

Sa particularité est que les repas servis tous les lundis et mardis sont entièrement composés de produits issus de l'agriculture biologique.

Son fonctionnement général est basé sur la régularité du nombre de repas servis chaque jour, des repas à 4 composantes et certains repas alternatifs servis le reste de la semaine.

Sa mise en place est le résultat d'une volonté commune des parents d'élèves, du personnel de la cuisine et des élus.

La cuisine centrale est gérée par la Communauté des Communes, la cantine par la mairie et le service par le CLAE.

Une équipe salariée composée de 2 temps pleins et de 2 mi-temps assurent les 320 repas servis par jour dans les écoles ou portés à domicile sur La Bastide de Sérou et les communes environnantes : Castelnau Durban, Cadarcet, Rimon et Esplas de Sérou. (Ils sont 4 en cuisine le matin, puis au moment du service, une des personnes va en salle et une autre en livraison repas...).

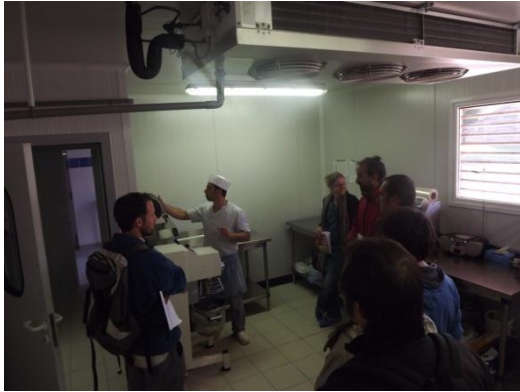
Les besoins annuels en légumes s'élèvent à 12 tonnes dont 8 tonnes de légumes bio. Ce tonnage sera à préciser selon l'étude plus fine des fournisseurs prévue cette fin d'année. Néanmoins, rappelons que nous sommes ici dans un cas de cantine travaillant essentiellement avec des produits frais, de saison et favorisant une fréquence de légumes importante dans les menus.

Le chef cuisinier travaille en direct avec une maraîchère bio dont l'exploitation se situe à 5 Km de la cuisine et une ou des Biocoops.

Les menus bio sont établis en fonction des disponibilités des produits de saison.

Il est à noter que le cas de la Bastide de Sérou est assez particulier car le cuisinier a témoigné d'une assez forte flexibilité quant à ses exigences sur les produits (propreté, calibre,...) ce qui n'est généralement pas le cas en restauration collective.

Visite :



Photos 1 et 2 : les maraîchers et porteurs de projet ont pu visualiser les contraintes auxquelles sont soumis l'équipe de la cuisine centrale.

Suite aux échanges qui ont eut lieu au cours de la visite, il ressort des points fondamentaux que doivent respecter les maraîchers pour assurer le partenariat correct avec les clients de demi-gros :

- Les légumes livrés doivent être exempts de terre, indemnes de maladies et de ravageurs.
- Les cageots doivent être propres et étiquetés pour assurer la traçabilité.
- Les légumes doivent être un minimum calibrés pour être utilisés dans le matériel de cuisine : parmentière, coupe-légumes,

Au sein du réseau FRAB, des formations à destinations des cuisiniers ont également lieu avec notamment des visites d'exploitations maraîchères pour leur faire prendre conscience des contraintes de travail auxquelles sont soumis les maraîchers.

Les différents acteurs du marché de demi-gros, cuisiniers ou autres doivent s'engager en planifiant les besoins et la production sur l'année.

Après-midi :

Suite à la discussion avec le chef cuisinier et la visite des locaux, le programme de l'après-midi a été établi :

- Présentation de la traçabilité à suivre : document écrit remis aux stagiaires (possibilité de le demander au CIVAM BIO 09).
- Présentation d'organisations de maraîchers qui livrent le marché de demi-gros :
 - Maraîchers bio des Hautes-Pyrénées : contexte + étapes de la mise en place + perspectives.
 - SARL Biogaronne, SICA Bio Pays Landais, CABS0.
- Mise en place de 3 ateliers :

1- Planification de ventes de légumes pour une cantine sur une année scolaire : à partir du grammage nécessaire pour chaque légume, de leur fréquence dans le menu et de la saisonnalité, on définit la surface de production nécessaire et le chiffre d'affaires qui en découle.

Un exemple réaliste a été pris : besoins pour certains légumes utilisés par une cantine scolaire qui sert 500 couverts par jour.

Légumes	Grammage	Fréq./sem.	Nb de sem.	Qté/sem. (Kg)	Qté totale (Kg)	Surf. (m2)	Prix (€/Kg)	Prix total (€)
Tomates	100	1	8	50	400	80	1,3	520
Carottes	100	1	12	50	600	300	1,5	900
P. de T.	150	0,5	12	75	900	450	0,9	810
Salades	30	1	24	15	360	120	0,7	252
Betterave crue	70	0,33	24	35	840	70	1,3	1092
Céleris rave	60	0,25	24	30	720	27	2	1440
Courgettes	100	0,5	6	50	300	50	1,3	390
Poireaux	50	0,5	24	25	600	150	2	1200
Potirons	70	1	8	35	280	100	1	280
Oignons	100	1	30	50	1500	375	1,5	2250
Total						1722		9134

Surface totale : environ 1 700 m²

Chiffre d'affaires : environ 9 000 €, soit 500 €/m²

Il ressort de cette étude plusieurs points :

- Tout d'abord, il apparaît un désaccord sur les prix de vente entre les maraîchers récemment installés et ceux installés depuis plus de 20 ans. En effet, les plus jeunes, qui ont des crédits à rembourser et une maîtrise des techniques de production pas encore optimale, doivent pour se dégager un revenu établir des prix de vente plus élevés que les autres.
- D'autre part, il s'avère que les besoins en légumes pour des cantines servant jusqu'à 500 repas par jour ne sont pas très importants et un maraîcher possédant une surface de 2 à 3 ha peut y répondre facilement.
- En raison de ces faibles quantités livrées il est nécessaire que les cantines soient situées à une dizaine de kilomètres de l'exploitation afin que les frais de livraisons soient faibles. Une solution envisageable peut-être de faire payer ces frais aux cantines.
- Le problème le plus important pour l'approvisionnement des cantines scolaires reste les périodes de vacances, notamment en été où les productions de légumes sont élevées. Il s'avère donc nécessaire de se diriger d'abord vers des débouchés de demi-gros qui ont un besoin stable sur l'année : biocoops, magasins spécialisés, restaurateurs, cantines d'hôpitaux, de maisons de retraites, de comités d'entreprises et

cuisines centrales qui approvisionnent les centres de loisirs pendant les vacances scolaires et ensuite d'approvisionner les cantines scolaires en complément.

2- Calculs des coûts de revient de la production de deux légumes destinés à une cantine scolaire :

Les calculs ont été réalisés à partir d'une situation concrète à laquelle a été confronté un maraîcher.

Salades d'hiver : 0,2 salade/élève/15 jours ; 1 000 élèves ; 24 semaines => 2 400 salades

Achats agrofournitures:

- Plants
- Paillage plastique
- Irrigation

Coût de main-d'œuvre :

- Plantations, surveillance, irrigation, récoltes, colisage, étiquetage, livraison

Total des charges : 686 € => **coût de revient : 3,43 €/12 salades** => 0,3€/salades

Pommes de terre : 150 g/élève/semaine ; 1 000 élèves ; toute l'année (36 semaines) => 5 400 Kg

Pour un rendement de 20 T/ha et une perte lors de la conservation de 25 % => 6 750 Kg : 3 500 m²

Achats agrofournitures:

- plants,
- amendements + fertilisants (compost végétal, Orgabio, Patenkali),
- eau,
- électricité,
- produits de traitements (cuivre + novodor)

Coût de main-d'œuvre :

- préparation du sol, amendement, fertilisation, plantation, montage ligne d'irrigation, désherbage, traitements, récolte, triage, pesage, ensachage, livraison

Total des charges : 3 000 € => **coût de revient : 0,44 €/Kg**

En prenant les prix de vente pratiqués par les maraîchers ariégeois aux cantines scolaires, les marges brutes sont alors de 0,41 €/salade et 0,46 €/Kg de pommes de terre.

3- Les étapes pour amorcer la mise en place d'une dynamique collective :

- Connaître les besoins (quantités et périodes) d'un débouché existant : étude de marché ou réponse à un appel d'offre.
- Etablir la confiance entre les maraîchers, par une gestion démocratique, un droit de décision et de parole équitable, qui ne dépend pas des volumes produits. Avoir confiance en ses propres capacités de production.

- Rédiger un cahier des charges qui définit toutes les règles précises que chacun devra respecter : qualité des légumes, livraisons,...
- Définir les prix de vente qui tiennent compte des besoins et des capacités de chacun.
- Réfléchir à des solutions dans le cas où ce groupement ne fonctionnerait pas.
- Rencontrer des groupements existants, prendre connaissance de leurs fonctionnements et suivre des formations techniques.
- Accepter de prendre le risque de se lancer à un moment donné dans cette production : investir, créer,...
- Choisir le type d'organisation, statut juridique : SICA, SARL,....

Cette première journée de formation a permis aux maraîchers et aux porteurs de projets d'approfondir leurs connaissances sur les réglementations qui régissent le marché de demi-gros, en s'appuyant sur un cas concret de débouché, la cuisine centrale de La Bastide de Sérrou.

Elle a aussi été l'occasion de commencer à réfléchir à l'organisation d'un éventuel groupement de maraîchers pour diversifier leurs débouchés.

Demandes complémentaires des stagiaires :

- Plus de détails sur la réglementation : calibrage, n° lot...
- Davantage d'illustrations présentant des exemples d'organisation de maraîchers (films, témoignages...)
- Des contre-exemples de cantines : des cas moins idéaux que LBS en terme d'exigences sur les produits maraîchers notamment.

Il est noté également un travail à poursuivre au niveau du CIVAM Bio 09 et d'ERABLES 31 :

- Travailler sur une fiche-type visite de cantine : à réfléchir au niveau commission RHD,
- Etre moteur dans l'identification de débouchés premiers en demi-gros (cantines, magasins,...) afin de baser la mise en place d'un groupe collectif de maraîchers sur un cas concret.

La prochaine étape aura lieu le lundi 12 novembre où tous les maraîchers ariégeois intéressés pour créer un groupement se réuniront.

La seconde journée de cette formation aura lieu le 19 novembre, où Jean-Pierre MENINI, maraîcher du Lot-et-Garonne qui fournit le marché de demi-gros depuis 15 ans viendra partager son savoir faire technique. Il abordera les questions d'ITK, matériel, outils, choix des types et variétés de légumes, planification, organisation, livraisons,... Dans le but d'adapter l'intervention de J-P MENINI à vos attentes, veuillez me confirmer votre présence et me faire part de vos questions.

Les personnes qui étaient présentes le 24 octobre sont vivement attendues à ce deuxième jour et seront prioritaires.

Compte-rendu de la seconde journée de formation – 19 novembre 2012

« Produire des légumes biologiques de qualité pour s'ouvrir au marché de demi-gros »

- **But :** détailler les points essentiels qu'un maraîcher doit maîtriser pour accéder au marché du demi-gros, à partir de l'expérience d'un maraîcher bio du Lot-et-Garonne qui valorise ses légumes par le biais de ce marché depuis 15 ans.

- **Présentation de l'EARL La Rosée**

- Gérants : Chantal et Jean-Pierre MENINI
- Localisation : 47260 Fongrave
- Surface de productions légumières cultivée : 12 ha au total
 - Plein champs : 12 ha
 - Surface sous abris : 4 ha
- Composition du sol : argilo-limoneux-sableux (vallée du Lot)
- Eau : puits de surface (4 m)
- ETP : 14 UTH en moyenne sur l'année :
 - 5 permanents,
 - 20 saisonniers de mai à octobre.

- **Historique de La Rosée:**

- 1990 : achat de 16 ha ; production d'une seule variété de trois légumes : fraise, melon et tomate ; commercialisation en coopérative.

Jean-Pierre MENINI n'aimait pas traiter donc il le faisait le moins possible et pas correctement, ce qui entraînait, dans ce mode de production conventionnelle, de grosses pertes financières et le système n'était pas viable.

- 1997 : plantations de haies
- 1998 : conversion des 16 ha en AB
- 2000 : obtention de la certification bio par Ecocert ; adhésion OP sud ouest bio ; commercialisation à la CABS0 (plateforme Biocoops) et à ARCADA (grossiste).

Faïte d'ARCADA.

Jean-Pierre MENINI à fortement participé à la création de Biogaronne, mais il n'a finalement pas souhaité adhérer.

Remarque : un groupe ne peut fonctionner que si des règles sont clairement établies (difficulté : comment réagir lorsqu'il y a trop de légumes à certaines périodes ?).

- 2001 : commercialisation à un réseau de grossistes bio
- 2004 : création SARL La Rosée

- **Les légumes de La Rosée :**

- 12 espèces, pour limiter le nombre d'itinéraires techniques culturaux différents et assurer ainsi un meilleur suivi de chaque production,
- 70 variétés, pour proposer une large gamme de produits.

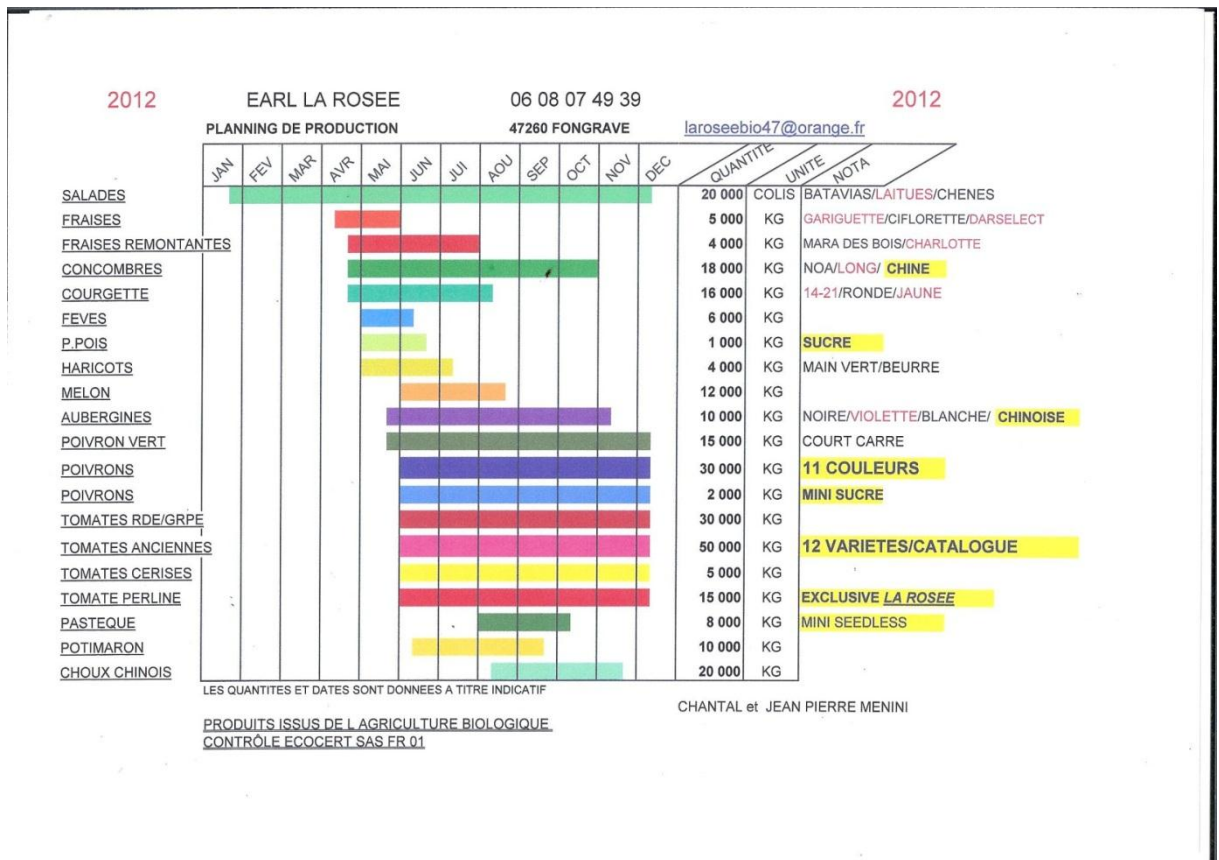


Schéma 1 : légumes proposés par La Rosée

➤ **Techniques de travail :**

- Matériel et calibrage: peu de matériel spécifique ; une ancienne calibreuse avec brosse, le calibrage est fait manuellement.
- Irrigation : goutte-à-goutte pour toutes les cultures.
- Paillage : plastique noir biodégradable sur l'ensemble de la surface : à l'aide d'une dérouleuse sur les buttes, manuellement dans les allées, pour limiter au maximum le désherbage manuel.
- Récoltes et logistique : les tomates de variétés anciennes sont récoltées mûres, ainsi leur teneur importante en sucre permet leur conservation. De plus, la logistique organisée de La Rosée permet de mettre rapidement sur le marché des produits récemment récoltés. Ex : trajet de 800 km en 24 h.
- Protection Biologique Intégrée : introduction d'auxiliaires dès la plantation et ensuite 1 technico-commercial surveille les cultures une fois par semaine. Coût de la lutte intégrée : 1,55€/m².
- Gestion de la main d'œuvre :

- a créé un groupement d'employeurs avec le producteur de plants voisin « Printemps du Lot », ainsi les saisonniers sont salariés toute l'année,
- coût horaire entreprise : 15,80 €.
- après plusieurs échecs relationnels avec ses salariés et le suivi d'une formation, Jean-Pierre MENINI a compris l'importance de s'adapter aux compétences du personnel, de mettre en adéquation leurs capacités avec les besoins des clients.
- Limitation au maximum du désherbage manuel pour éviter les tâches fastidieuses.

➤ **Choix de la clientèle pour s'ouvrir au marché de demi-gros et de gros :**

Lorsqu'un producteur envisage de commercialiser en demi-gros ou gros, il est nécessaire qu'il réfléchisse aux atouts et contraintes respectifs de chaque client, travail qui servira de base pour faire évoluer l'exploitation et l'adapter au système de commercialisation choisi.

Présentation de deux clients possibles :

Les grossistes :

Ex : POMONA (31), PM Distribution (31)

Avantages :

- revalorisation des produits,
- capacité de développement des gammes,
- régularité des prix,
- relations avec les clients : le grossiste discute en direct avec ses clients et fait des retours aux producteurs,
- proximité consommateurs.

Inconvénients :

- les quantités commandées ne sont pas connues à l'avance, les commandes sont fonction des demandes de ses clients,
- obligation de diversifier la gamme pour les intéresser,
- obligation d'être très réactif,
- le grossiste n'a pas le droit d'être en rupture d'un produit donc ne jamais s'engager seul sur un produit (aléas climatiques, accident,...), car le client du grossiste ne comprend pas qu'il ne puisse pas avoir le produit commandé. Il faut s'assurer qu'un autre producteur le fournisse
- logistique.

Les expéditeurs :

Ex : Biogaronne

Avantages :

- les volumes commandés sont importants,

- la production est définie à l'avance, il est donc possible de la planifier précisément,
- les prix établis sont des prix moyens, il est donc possible de faire un prévisionnel (qui peut servir aux banques et aux producteurs),
- développement des quantités,

Inconvénients :

- les prix établis sont une moyenne,
- le produit est unique,
- la gamme est limitée,
- spéculation.

Avant de démarcher des clients, il est primordial de connaître la logistique (transporteurs, coûts de transport, jours et lieux de livraisons,...).

C'est à la suite de cette réflexion sur les clients existants que Jean-Pierre MENINI a choisi de produire et de commercialiser ses légumes en gros.

➤ **Le marché de la RHD :**

Selon Jean-Pierre MENINI, il est très difficile pour un producteur seul de travailler en direct avec la RHD, car les quantités demandées sont précises, établies longtemps à l'avance et les prix sont faibles. Il pense que pour y pallier il est nécessaire que plusieurs producteurs s'en remettent à une plateforme intermédiaire.

➤ **Visite de l'exploitation de Thomas FAURE :**

- Localisation TERREBASSE (31420)
- Surface : 15 ha au total, dont 3 ha plein champs et 1000 m² sous-serre
- Composition du sol : limono-argileux
- Historique :
 - 2002 : Installation de Thomas sur 10ha en bio et 4ha à convertir (1.5ha en maraîchage, 2 ha en vergers et 10.5ha en prairies)
 - 2006 : Fonctionnement en AMAP de 50 paniers mais difficile sans serres.
 - 2008 : Installation de Cécile – Construction de 1000m² de tunnel et augmentation de la surface dédiée au maraîchage.
- Stratégie de fonctionnement : être autonome
 - n'utilise pas d'hybride dans la perspective de faire ses semences,
 - Pas d'achat d'engrais, de paillage plastique.
- Rotation : 3 ans.



Photo 1 et 2 : Visite de l'exploitation de Thomas FAURE à TERREBASSE (31420)

Jean-Pierre a cherché à définir les atouts et contraintes, selon Thomas, de son exploitation par rapport à ce marché en l'obligeant à mettre un point fort en face de chaque point faible et vice versa. Cette méthode permet d'être plus objectif sur son diagnostic.

➤ **Comment aborder le marché de demi-gros ?**

❖ **Les besoins du producteur :**

L'étape préalable à la commercialisation des produits est la définition des besoins personnels, qui peuvent être volontaires ou contraints. Les besoins peuvent provenir de la vie privée (enfants, loisirs,...), de l'exploitation (investissements, type de productions,...) ou d'objectifs personnels (développement, ambitions,...).

❖ **Le choix de la clientèle :**

A partir des besoins identifiés, il est possible de choisir le type de clientèle que l'on souhaite approvisionner.

Pour la sécurité financière de l'exploitation, il est impératif de trouver au moins deux clients et de proposer plusieurs produits.

Lorsque les clients sont définis, il faut s'adapter à leur demande et mettre en place le planning de production correspondant.

Il est nécessaire d'établir une relation avec les clients, qui permettra un dialogue pour vendre les légumes. Cette relation ne doit pas être basée sur le prix des légumes.

❖ **Les produits :**

Pour un client du marché de demi-gros et de gros un produit n'est pas seulement un légume, mais un ensemble de 5 éléments :

- l'emballage, qui permet la mise en forme de la palette,
- la présentation des produits (calibrés, brossés,...),
- la réactivité du producteur,

- l'image du produit (renommée, plaquette d'informations (Cf. Image 1),...),
- et la logistique pour que le produit arrive sur le site à temps.

La ROSEÉ (earl) vous propose
LES TOMATES QUI ONT DU GÔUT **AB**

	Poids moyen	QUALITÉ				UTILISATION				
		Super	Bonne	Moyenne	Mauvaise	Salade	Plats	Conserves	Autres	
Cœur de Soufflet	300 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
Ronde de Bresse	250 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
Ligurie	150 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
Globe Zebra	250 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	100 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	80 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	80 ml	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	200 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	100 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	50 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
LES PERLES de la ROSEÉ										
	30 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	40 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++
	100 gr	+	++	+++	+	++	+++	+	++	+++

Les tomates de qualité supérieure sont disponibles aussi par la voie directe et par commande.

Image 1 : Plaquette de La Rosée, qui est apposée dans chaque caisse de légumes à la vente.

❖ **La présence des produits sur le marché :**

Il est impératif pour le producteur que ses produits soient présents sur le marché tout au long de l'année, même aux périodes auxquelles ils sont vendus en dessous de leur prix de revient. En effet, cette présence constante permettra au producteur de rester en contact avec les clients qui continueront d'acheter leurs produits lorsque les cours du marché repasseront largement en dessus du prix de revient.

❖ **L'originalité des produits**

Sur le marché de gros, il est également important de proposer des produits rares pour se démarquer.

Un légume peut être différent par sa variété, son type, son originalité, sa saisonnalité (précoce/tardif) ou son packaging.

Jean-Pierre MENINI a fait le choix de cultiver des produits spécifiques pour ouvrir un marché. Ainsi, il propose :

- des tomates de variétés anciennes, dont Perline que seule La Rosée produit,
- des poivrons de 11 couleurs différentes,
- l'aubergine chinoise, de couleur violette, blanche et fluo et au goût de cèpe,



Photo 3 : Aubergine chinoise

La logistique de ces produits rares proposés doit être également prise en compte car elle peut s'avérer compliquée de part les quantités commandées qui sont souvent faibles. Il s'agit donc d'être prudent par rapport à leur publicité.

Jean-Pierre MENINI précise aussi qu'une douzaine de légumes qu'il cultive sont produits à pertes mais ce sont des produits d'appel qui permettent la vente d'autres légumes, par exemple les petits pois.

En connaissant ces impératifs des marchés de demi-gros et gros et après avoir mené sa propre réflexion, le producteur doit tout mettre en œuvre sur son exploitation pour s'adapter à ce débouché et à la concurrence.

➤ **Les clés de la réussite :**

- Au moment de la recherche de clientèle, le maraîcher doit s'appuyer sur ce qu'il sait faire et faire évoluer son exploitation à partir de ses bases.
- Etablir la relation avec ses clients,
- Créer l'adéquation client/produits,
- Mobilité d'esprit.

➤ **Quelques chiffres 2012 de La Rosée :**

Légumes	Surfaces cultivées	Production	Rendement	Heures de	Coûts de main	Prix de vente
---------	--------------------	------------	-----------	-----------	---------------	---------------

				travail	d'œuvre	moyen
Aubergine	3 000 m ²	20 170 Kg	6,7 Kg/m ²	834 h	11 676 €	1,70 €/Kg
Concombres	4 000 m ²			775 h	12 000 €	
Noa (épineux)		9 949 Kg				2,05 €/Kg
Lisse		6 428 colis				8,63 €/colis
Poivrons	7 000 m ²	29 000 Kg	4 Kg/m ²	1 540 h	25 000 €	2,31 €/Kg
Tomates	2 ha 60	148 000 Kg	6 Kg/m ²	6 000 h	84 000 €	2,47 €/Kg

Remarques :

- Les prix de vente indiqués sont une moyenne, ils varient en fonction de la saison et des variétés.
- Les rendements indiqués sont une moyenne des différentes variétés cultivées pour chaque légume.
- La saison des tomates a été courte (3 semaines de production en moins cette année).

L'objectif de Jean-Pierre MENINI n'est pas d'obtenir des rendements élevés, mais de valoriser ses légumes et de fidéliser sa clientèle.

- Achats de plants : 84 000 € à Printemps du Lot à qui il fournit les graines.
- Chiffre d'Affaire : 800 à 850 000 €