

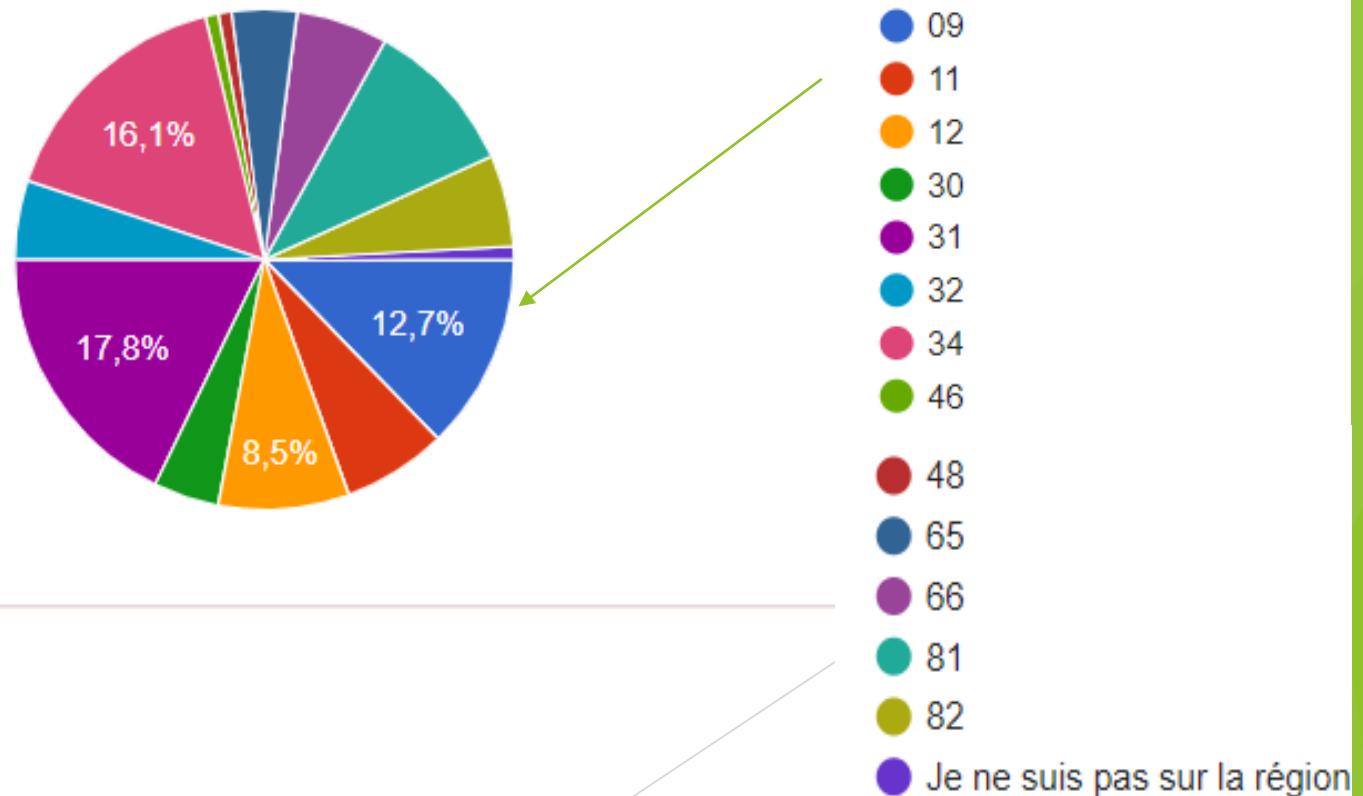
Premiers résultats de l'enquête sur l'impact du Covid-19 sur la vente des légumes bio en Occitanie en 2021

Comité technique maraichage
26/11/2021



Résultats généraux

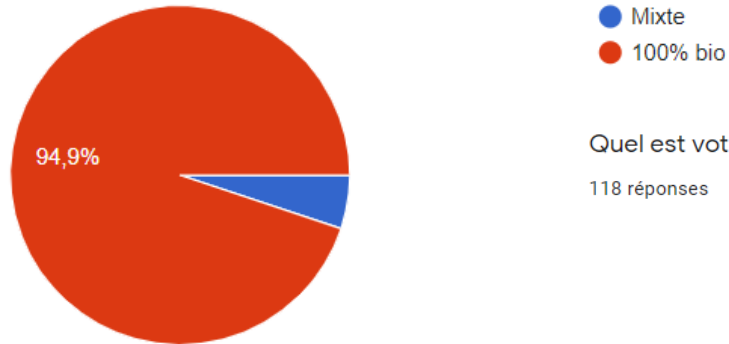
- ▶ Période de collecte : 2 - 26 novembre 2021
- ▶ 118 réponses (10 % des maraîchers bio Occitanie) :
- ▶ Par département :



Mixité et productions

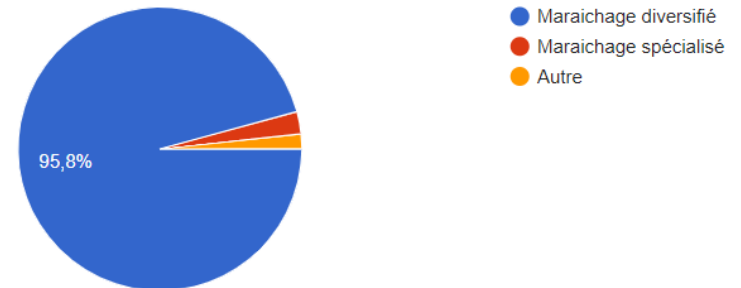
Votre exploitation est-elle :

118 réponses

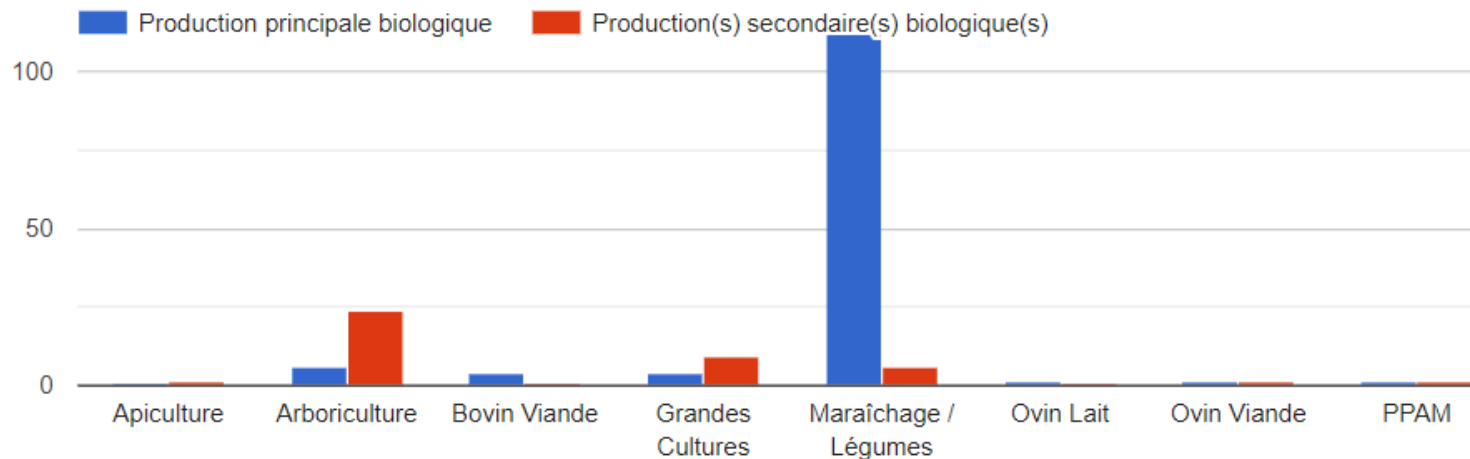


Quel est votre système de production ?

118 réponses



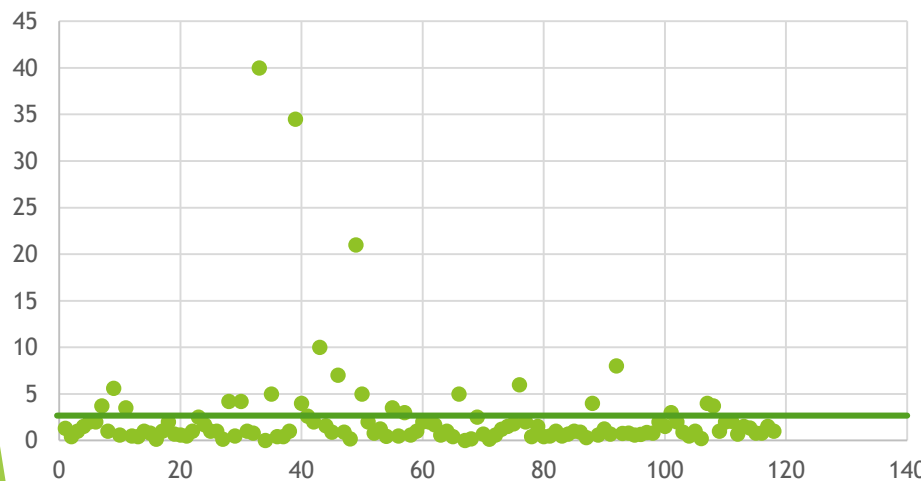
Quelles sont vos productions biologiques ?



Surfaces et productions en légumes bio

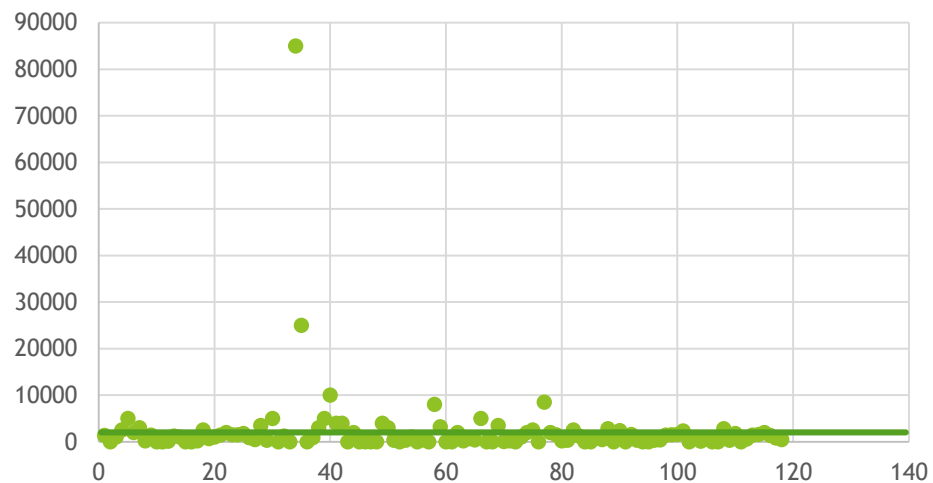
Surfaces légumes	PC en ha	Abris en m ²
Moyenne	2,45	1100
Médiane	1	850
Min	0	0
Max	40	8500

surface en plein champ ha



Moy : 2,45 ha

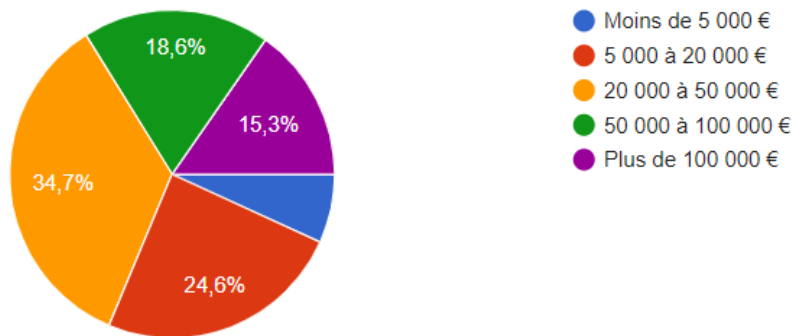
surface sous abris en m²



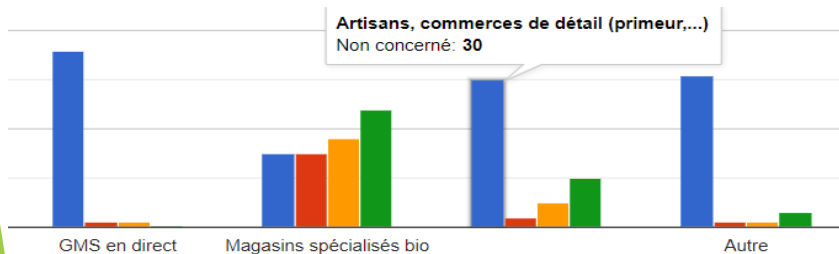
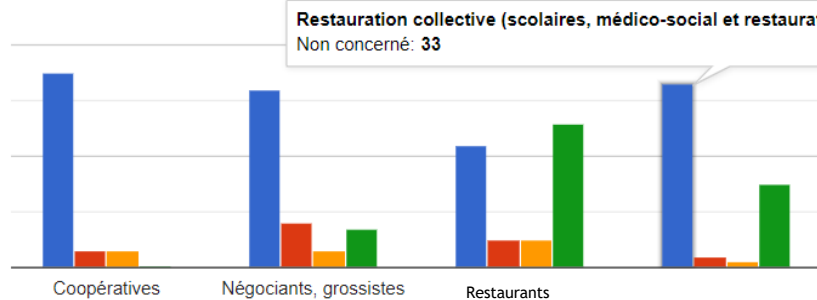
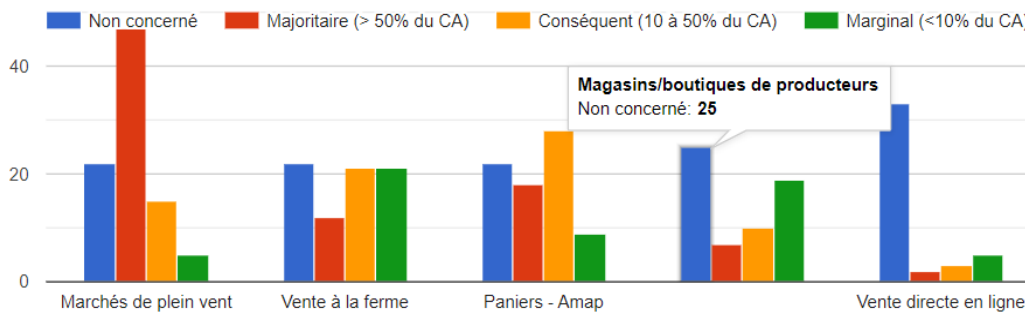
Types de circuits de commercialisation

Pouvez vous mentionner votre chiffre d'affaires annuel en LEGUMES bio (avant la crise, en 2019) ?

118 réponses



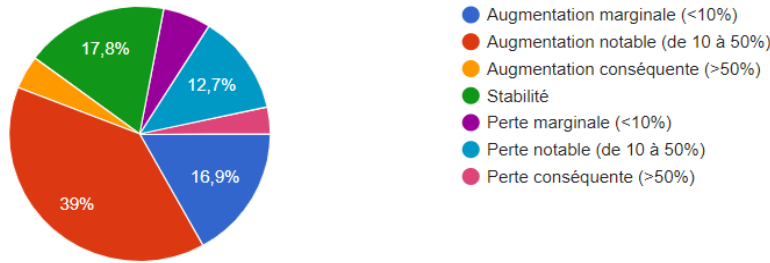
Quel était le poids de vos différents débouchés en légumes bio avant la crise, en 2019 ? CA = chiffre d'affaires



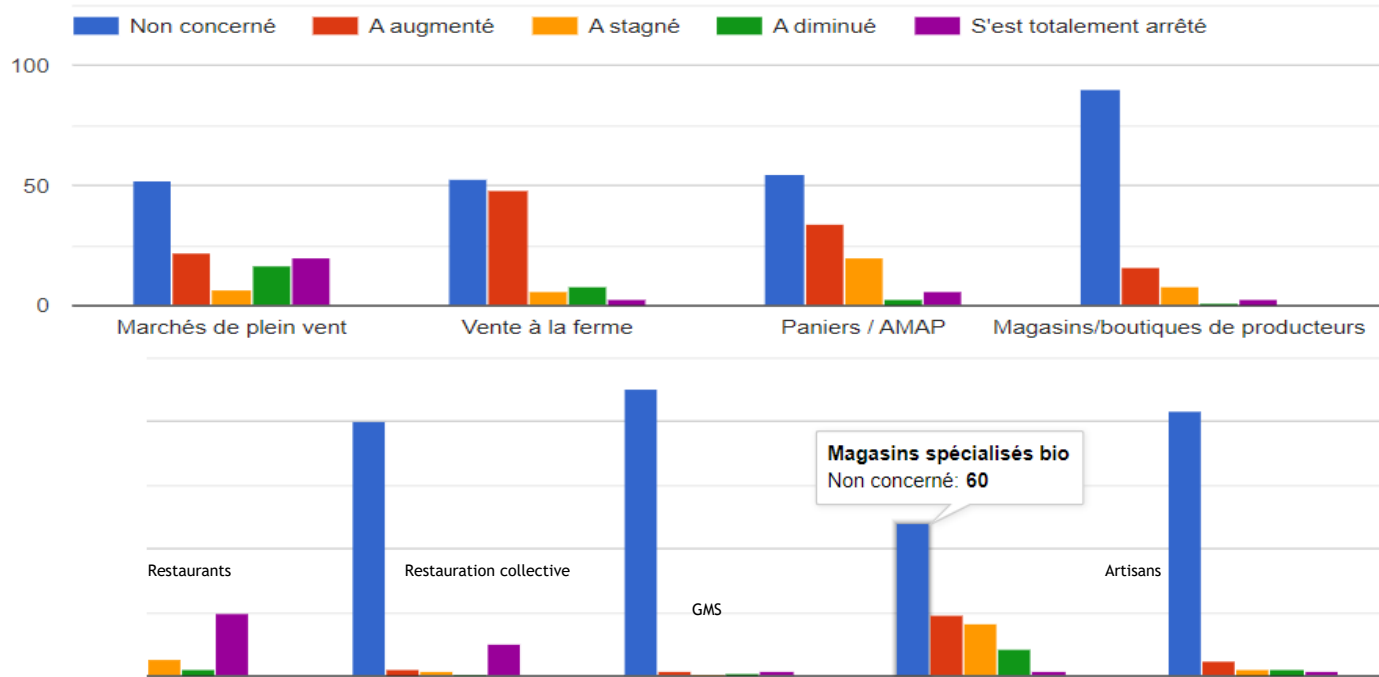
Evolution du CA par circuit lors du confinement

Comment a évolué votre CA en légumes bio durant le confinement du printemps 2020, par rapport à la même période en 2019 ?

118 réponses



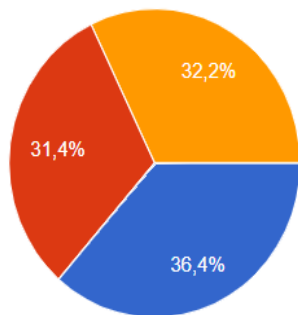
Comment ont évolué vos débouchés au cours du printemps 2020 pour les légumes biologiques ?



Réorientation des débouchés lors du confinement

Globalement, est-ce que la perte de certains débouchés a pu être compensée par la réorientation vers vos autres débouchés ?

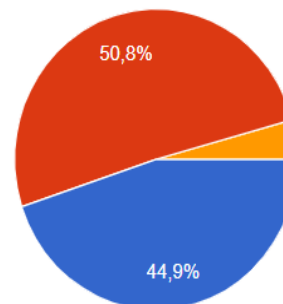
118 réponses



● Oui
● Non
● Ne se prononce pas

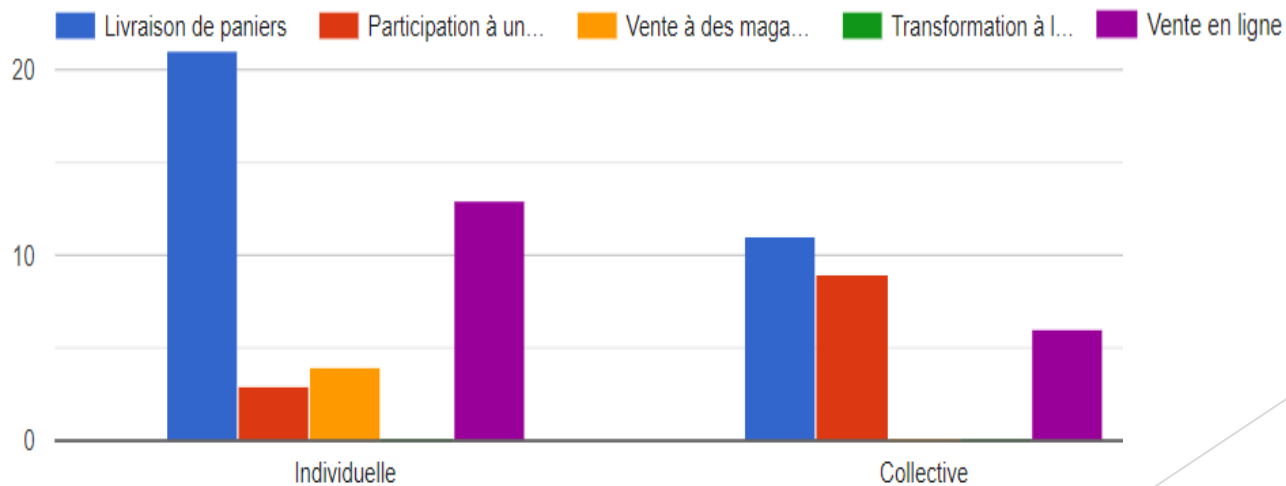
Avez-vous mis en place ou participé à des initiatives de vente adaptées pendant le confinement du printemps 2020 ?

118 réponses



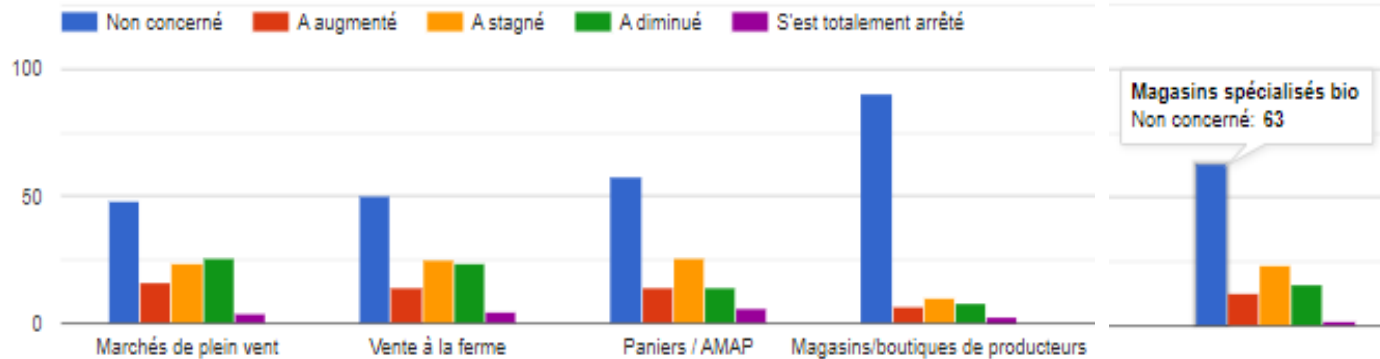
● Oui
● Non
● Ne se prononce pas

Si oui, quelles initiatives ?

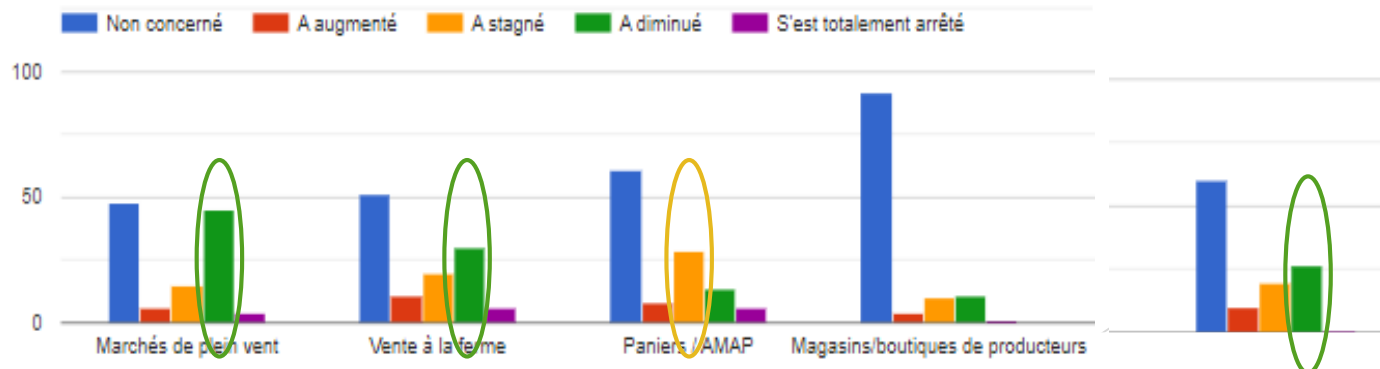


Evolution des ventes par circuits fin 2020 / 2021

Comment ont ensuite évolué vos ventes sur ces circuits entre juin 2020 et mai 2021 ?



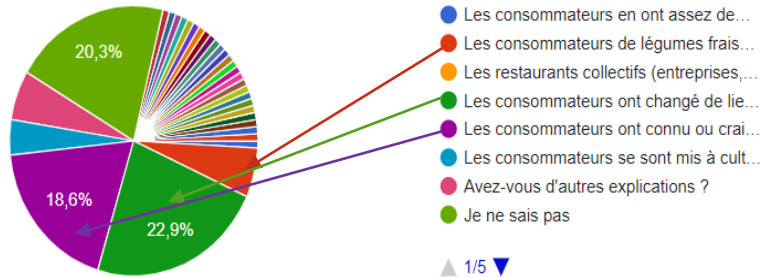
Et enfin, depuis juin 2021, soit après le dernier confinement, comment ont évolué vos ventes ?



Quelques pistes d'explications

Selon vous, qu'est-ce qui peut expliquer cette évolution ?

118 réponses



Peur du lendemain, changement des habitudes,

Retour à leurs habitudes GMS

Création de beaucoup de petites structures non labellisées, de petits marchés dans les villages, de vente de paniers (achat auprès des grossistes malgré la mise en avant des producteurs locaux), flou entre local, naturel, bio, et j'en passe

baisse du pouvoir d'achat et augmentation des prix à cause du climat (manque de productivité)

retour à la normale après les confinements

Pas de problème de déboucher mais plus un problème de production vu les conditions climatiques pour ma part

La concurrence augmente de toute part

Beaucoup plus de plaintes sur les prix alors qu'ils n'avaient pour la plus part des légumes pas augmentés

baisse générale des ventes sur les marchés de plein vent

L'engouement pour la vente directe chez le producteur était lié à la peur d'attraper le Covid dans les lieux clos. Une fois passée, la plupart des gens ont repris leurs anciennes habitudes. Heureusement, environ 10 à 15 % sont restés.

nous sommes plus nombreux à vendre des légumes bio et la clientèle n'a guère augmentée au final

On a le sentiment que les clients veulent profiter des restaurants, bars etc... après en avoir été privés. Le chiffre de vente n'est pas revenu au niveau avant COVID.

37 réponses

Les consommateurs n'ont plus forcément le temps de venir en directe sur notre ferme, beaucoup sont partis en vacances où on reprend leurs loisirs en week end donc cuisine moins, une partie a aussi repris ses anciennes habitudes de consommations : retour en GMS

La diversité des modes de ventes et la facilité de certains...drive et livraison à domicile...font que les clients comparent et s'habituent à faire leurs courses plusieurs fois par semaine chez différents producteurs et le panier moyen diminue...il veulent tout quand ils veulent et où ils veulent...et ceux qui rentrent dans ce jeu courent partout des fois pour les mêmes clients...il ne faut pas céder et les habituer à cela...la production prend du temps et il est indispensable de rationaliser la vente.

Je suis seule sur l'exploitation

Reprise du travail avec des heures supp, moins le temps de cuisiner et moins l'envie de dépenser de l'argent dans l'alimentation (mais plutôt dans les loisirs-voyages)

+peur ou réelle baisse de pouvoir d'achat - potager

drive et grandes surfaces ne cessent de mettre en avant "producteurs", "local", "bio"... les gens ne prennent plus la peine d'aller voir les producteurs car ils ont l'impression qu'ils font déjà une "bonne action" en

Les priorités des consommateurs ont peut-être changées...
Autre possibilité : l'offre a augmentée suite à de nombreuses conversions.

augmentation de la production bio plus rapide que la consommation

Toutes les propositions justifient cette évolution négative.
Si nos volumes de ventes en "expédition" coopérative/grossiste ont augmenté, les prix ont considérablement chuté.
Les grands gagnants de cette crise sont la GMS, qui tient les prix toujours au plus bas avec des importations massives !!!!

LES CONSOMMATEURS SONT RETOURNES DANS LES SUPERMARCHES

Changement de clientèle, plus jeune en ce moment

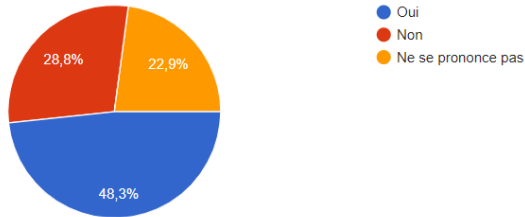
Beaucoup de point de vente bio et/ou locaux dans le centre ville de Toulouse qui concurrence notre principal marché de plein vent.

Concurrence

Stratégies pour faire face à ces évolutions

Avez-vous mis en place ou envisagez-vous de mettre en place des stratégies pour faire face à ces évolutions, de la production à la commercialisation ?

118 réponses



Moins de diversification pour faire des économies d'échelle et avoir des prix plus attractifs

vente en restauration collective EGALIM

modification complète de l'assolement et spécialisation sur certains fruits et légumes

Plus de démarchages au niveau local

Je fais des pizzas avec mes propres légumes bio et des ingrédients bio dans un food truck

Réflexion autour d'un petit regroupement de producteurs afin de partager la logistique préparation/distribution.

Réflexion autour de l'approvisionnement des collectivités...

Rien de concret pour l'instant.

transformation

vente en collectif à la ferme

ras le bol

orienter la production sur des produits plus facile à vendre

Chercher des nouveaux débouchés en demi-gros local (magasins bio, RHD)

Revoir le prévisionnel de production à la baisse

Actions de communication pour faire connaître le marché. Actions pour rendre le marché plus attractif

amélioration de la production, embauche de personnels, casiers libre service, par enariat commerciaux avec livraison à domicile, site internet etc...

réorientation commerciale des volumes du marché de plein vent vers une AMAP

Pouvez-vous préciser SVP ? (par ex. projet individuel ou collectif...)

58 réponses

Vente en ligne

développer la vente sur toulouse

nous avons initié un nouveau créneau de vente hebdomadaire, un "marché" spontané sur une aire de vente aménagée par la chambre d'agriculture.

Mise en place de panier, développement semi-gros

réorganisation de la vente sur l'exploitation, revoir le lieu de vente et plus communiquer

développement sur les réseaux sociaux, montrer que nous sommes toujours là

Individuel

Projet de collectif de producteurs et projets de développement de la production

Regroupement de 2 fermes et développement des ventes vers magasins spécialisés

Recentrer la production et arrêter le direct

Contrat signé avec une coopérative

Magasins de producteurs

création d'un drive (préparation de commande), livraisons en point relais

Mise en place d'un abonnement vente panier

projet vente à la ferme et production d'œuf, de livraison de panier

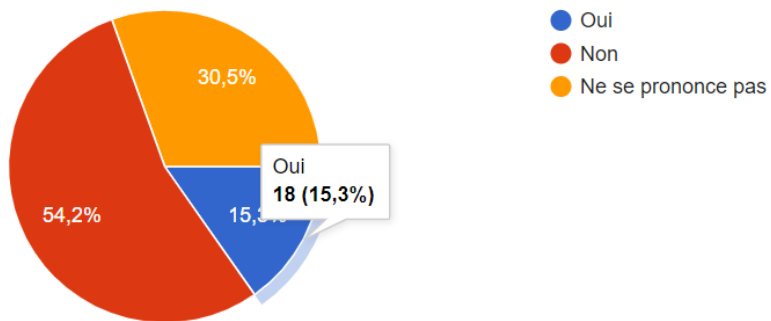
mise en place d'un système de surgélation pour les fruits.

diversification de la commercialisation : j'ai créé une amap à toulouse et je travaille avec deux nouveaux restaurateurs. Je fais plus de km pour écouler les récoltes et il me reste encore pas mal de légumes. Ce n'est pas évident.

Accompagnement souhaité

Souhaitez-vous être accompagnés ?

118 réponses



Si oui, quel accompagnement ? (formation, appui individuel...) Et par qui ?

20 réponses

Formation, accompagnement Commercialisation. Transformation restauration collective.?

Formations Civam, accompagnement chambre agri

Echange collectif entre maraichers pour éviter la concurrence et se caler sur les tarifs

Formation

formation

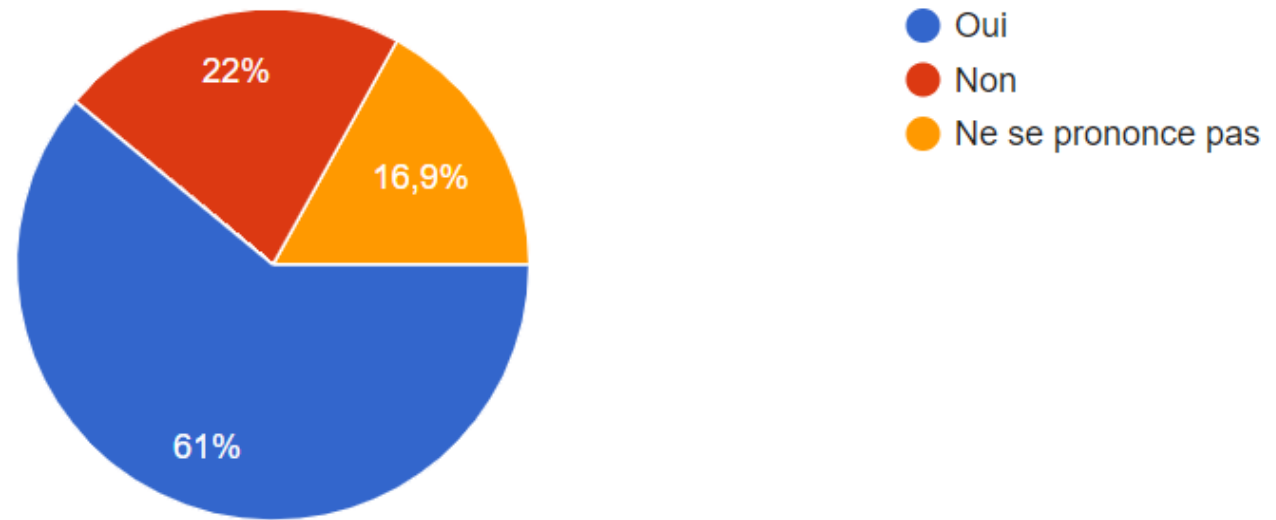
les 2

Appui individuel pour établir planning et pour être plus performant dans la technique.

Aller plus loin

Accepteriez-vous d'être recontactés pour d'éventuelles précisions sur vos réponses ?

118 réponses



A nous de jouer 😊