



## Fiche technique

Rédigée par le CIVAM BIO 09 et ERABLES 31



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

L'accès au marché de demi-gros et de la restauration collective nécessite une maîtrise de la qualité des légumes cultivés et le respect de règles de traçabilité. Les maraîchers et porteurs de projet de l'Ariège et de la Haute-Garonne ont participé à une formation de deux jours au cours de laquelle ils ont rencontrés des professionnels qui leur ont donné des éléments leur permettant de s'ouvrir au marché du demi-gros.

#### Rencontre du chef cuisinier de la cuisine centrale de la Bastide de Sérou, visite des locaux et découverte du matériel

##### 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.

Son fonctionnement 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 assure les 320 repas servis par jour dans les écoles ou portés à domicile sur La Bastide de Sérou et les communes environnantes.

Les besoins annuels en légumes s'élèvent à 12 tonnes dont 8 tonnes de légumes bio. 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 des maraîchers bio dont les exploitations se situent à 5 Km maximum de la cuisine. Une Biocoop complète l'approvisionnement. Les menus bio sont établis en fonction des disponibilités des produits de saison.



Les maraîchers visualisent les règles de la cuisine centrale.

##### Points fondamentaux à respecter

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

Au sein du réseau FRAB, des formations à destination des cuisiniers sont organisées. Des visites d'exploitations maraîchères leur permettent de prendre conscience des contraintes de travail auxquelles sont soumis les maraîchers.

Avec le soutien de :



FRAB Midi-Pyrénées- Fédération Régionale des Agriculteurs Biologiques  
61, allées de Brienne - BP 7044 - 31069 Toulouse Cedex  
Tél: 05 61 22 74 99 - frab@biomidipyrenees.org - www.biomidipyrenees.org



## Définition des règles à respecter pour approvisionner le marché de demi-gros, organisation collectives de maraîchers et mises en situation

### Traçabilité et organisations collectives de maraîchers bio

Des documents présentant la traçabilité à suivre et des exemples d'organisation de maraîchers pour approvisionner le marché de demi-gros sont disponibles au CIVAM BIO 09.

### Planification de ventes de légumes pour une cantine sur une année scolaire

A partir du grammage nécessaire pour chaque légume, de leur fréquence dans le menu et de la saisonnalité, il est possible de définir la surface de production nécessaire et le chiffre d'affaires qui en découle.

Suite à des études de cas concrets, il ressort 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.

- Les besoins en légumes pour des cantines servant jus qu'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.

### Calculs des coûts de revient de la production de légumes destinés à une cantine scolaire

**Coût de revient (€/Kg) =**  
**total des charges (€) / quantité de légumes produits (Kg)**

Ex: 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 m<sup>2</sup>

Achats agrofournitures : plants, amendements + fertilisants (compost végétal, Orgabio, Patenkali), eau, électricité, produits de traitements (cuivre + Bacillus thuringiensis).

Coût de main-d'œuvre : préparation du sol, amendement, fertilisation, plantation, montage ligne d'irrigation, désherbage, traitements, récolte, triage, pesage, ensachage et livraison.

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

### 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.

## Points essentiels à maîtriser par les maraîchers pour accéder au marché du demi-gros Expérience d'un maraîcher du Lot-et-Garonne (1/2)

### 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.

### 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.

### Choix de la clientèle

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 des consommateurs.

#### 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.

### Quelques chiffres 2012 de La Rosée :

Légumes	Surfaces cultivées	Production	Rendement	Heures de travail	Coûts de main d'œuvre	Prix de vente moyen
Aubergine	3 000 m <sup>2</sup>	20 170 Kg	6,7 Kg/m <sup>2</sup>	834 h	11 676 €	1,70 €/Kg
Concombres	4 000 m <sup>2</sup>			775 h	12 000 €	
Noa (épineux)		9 949 Kg				2,05 €/Kg
Lisse		6 428 colis				8,63 €/colis
Tomates	2 ha 60	148 000 Kg	6 Kg/m <sup>2</sup>	6 000 h	84 000 €	2,47 €/Kg

## Points essentiels à maîtriser par les maraîchers pour accéder au marché du demi-gros Expérience d'un maraîcher du Lot-et-Garonne (2/2)

### 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,...),
- et la logistique pour que le produit arrive sur le site à temps.

#### 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,...

La logistique de ces produits rares proposés doit être également prise en compte car elle peut s'avérer compliquée de par 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 de 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 pratiquer et faire évoluer son exploitation à partir de ses bases.
- Il doit ensuite établir la relation avec ses clients,
- créer l'adéquation client/produits,
- et avoir une mobilité d'esprit :

Faire preuve de professionnalisme dans les domaines technique, commercial, comptable, pour savoir travailler à perte sur certains légumes, vendre parfois en dessous du coût de revient mais dégager suffisamment de marge pour rémunérer le travail fourni.



Fiche réalisée par :

CIVAM Bio 09 - Les Bios d'Ariège - Cottes - 09240 La Bastide de Sérour -

Tél: 05 61 64 01 60 - civambio09@bioariege.fr - www.bioariege.fr

ERABLES 31 - Les Margalides - 601, route des Pyrénées - 31 370

Poucharramet - Tél: 05 61 34 47 13 04 -

erables31@biomidipyrenees.org - www.erables31.org

FRAB Midi-Pyrénées - Fédération Régionale des Agriculteurs Biologiques

61, allées de Brienne - BP 7044 - 31069 Toulouse Cedex

Tél: 05 61 22 74 99 - frab@biomidipyrenees.org - www.biomidipyrenees.org

Avec le soutien de :

