

## La consommation bio en France

**85%** des français s'intéressent aux produits bio et locaux, et 29% ont l'intention d'augmenter leur consommation de produits bio (Agence bio, 2016).

**6 français sur 10** préfèrent acheter leur fruits et légumes en circuits court (FranceAgriMer 2016).

**40% des achats de F&L ont lieu en Grandes et Moyennes Surface (GMS)**, 28 % sur les marchés et 12% en magasins bio (Agence bio, 2018).

L'offre diversifiée et centralisée des GMS et magasins attire les 18-35 ans, les actifs, les nouveaux consommateurs et ceux fréquentant rarement les marchés.

Les GMS attirent plutôt les petits budgets et les consommateurs occasionnels. Les consommateurs « convaincus » et plus exigeants s'orientent davantage vers les magasins spécialisés (Agence bio, 2018).

- ➔ **Diversifier les débouchés permet de toucher une clientèle aux profils diversifiés**
- ➔ **90% des magasins bios recherchent des produits en direct et 95% sont satisfaits de leur qualité !**

## 13 magasins bios dans le Lot : 7 indépendants, 6 en réseau

- **Commerçants indépendants** : le gérant est le seul décisionnaire (Naturellement, Au Quercy bio, etc)
- **Commerçants en réseau**, en relation avec une marque : un contrat fixe le degré de liberté du gérant (cahier des charges, obligations d'achat...
  - ➔ Plusieurs statuts de gérant possibles :
    - **Franchise** = accord commercial et juridique, le franchisé bénéficie de services (produits, publicité, fournisseurs...) contre redevance (ex : La Vie Claire)
    - **Sociétaire** = participe aux décisions de l'entreprise/coopérative, bénéficie de services contre redevance (ex : Biocoop)

Les approvisionnements sont faits principalement chez des grossistes pour les indépendants et auprès des centrales pour les Biocoops et La Vie Claire.

**4 à 150** producteurs par magasin bio

**3 à 7** maraichers principaux pour approvisionner un magasin bio dans le Lot

**4 à 100 t** de légume acheté par magasin soit en moyenne **40t par magasin**.

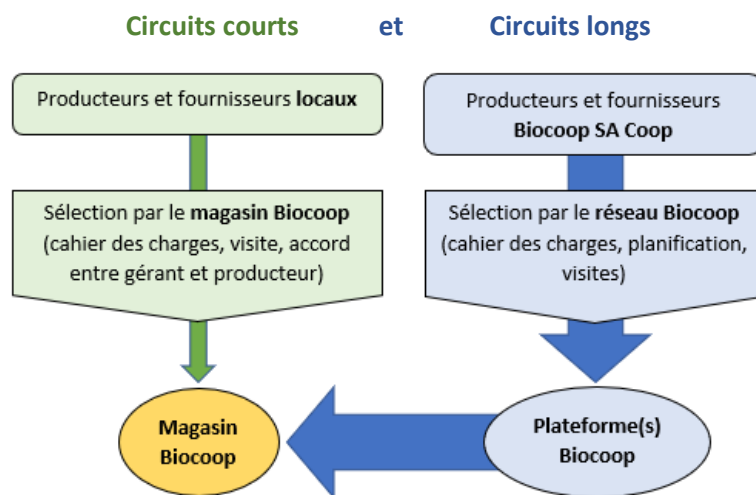
## Fonctionnement des Biocoop

Biocoop est une coopérative (Biocoop SA Coop) : les gérants sont sociétaires, **libres de leurs choix** d'approvisionnement mais doivent **respecter le cahier des charges de la marque**.

### Fonctionnement et services de la Coopérative Biocoop :

- **Direction de Biocoop SA Coop** : conseil d'administration (magasins, producteurs, salariés, consommateurs)
- **Services centraux de Biocoop SA** : 7 plateformes (ou centrales) en France (Sud-Ouest : Agen et Damazan)
- **Catalogue plateforme Biocoop SA** (régional ou national) : 8000 produits sélectionnés selon le cahier des charges Biocoop et achetés par la coopérative

### Approvisionnement des magasins Biocoop :



### Contraintes et engagements

- Un engagement sur 150 références du catalogue.
- Les achats en direct donnent droit à des réductions tarifaires sur les produits de centrale
- **Les produits bio locaux** répondent à une charte : producteurs ou groupement de producteurs avec exploitations 100% bio ou en conversion, à moins de 150 km du magasin.
- Visite de la ferme obligatoire pour fournir les magasins.
- Incitation voire obligation de planifier la production avec les maraichers engagés.
- + d'info : [www.biocoop.fr](http://www.biocoop.fr)

## Fonctionnement des autres magasins

**La Vie Claire** : 1<sup>er</sup> réseau de magasins bio franchisés mais dispose aussi de magasins en propre. Approvisionnement en centrale d'achat et auprès de quelques producteurs locaux.

**Magasins indépendants** : approvisionnement libre, principalement auprès de grossistes, et quelques producteurs locaux.

- **Approvisionner un magasin c'est :**
  - **Se faire connaître auprès d'une nouvelle clientèle**
  - **Un gain de temps** sur la commercialisation
  - Une **alternative et/ou un complément rémunérateur** aux marchés de plein vent
  - Du volume
  - **La sécurité d'un débouché par la planification**
  - **Travailler** en collectif pour optimiser et sécuriser les approvisionnements
  - **Des prix encore très attractifs**
- **Contraintes des magasins spécialisés :**
  - **Manque de temps et de moyens** pour contacter de nouveaux producteurs, prendre et réceptionner les commandes, la mise en valeur, l'administratif... ;
  - **Faible capacité de stockage** pour les produits frais ;
  - **Besoin d'un approvisionnement régulier en quantité juste** : crainte du rayon vide, demande forte en produits parfois rares localement (F&L à forte valeur ajoutée, en début et fin de saison...) ;
  - **Administratif** : certification bio et respect du cahier des charges obligatoires (contrôles).

### ▪ **Solutions :**

#### **Comprendre les contraintes de chacun**

Visite de ferme et de magasins, partage des contraintes et des plannings de productions, ...

#### **Évaluer les besoins et les capacités de production**

Nécessité pour les magasins d'**évaluer leur besoin** en volume par légume et de les mettre à disposition des producteurs **avant les mises en production**

Nécessité pour les producteurs d'être force de proposition et de consacrer des surfaces à l'approvisionnement de ce débouché et pas seulement des surplus.

#### **Organiser au mieux la logistique**

Adapter les livraisons aux contraintes du magasin et du producteur, mutualiser si possible la logistique entre les différents producteurs, livrer une quantité conséquente (volume, diversité) pour rentabiliser le trajet

#### **Fixer oralement ou par écrit les engagements des 2 parties**

Fixer les volumes, les fréquences et modes de livraison, les moyens de communication...

### ▪ **Comment bien vendre aux magasins bios ?**

- **Connaitre la demande** : positionnez-vous sur les légumes et/ou les périodes de production peu pourvus
- **Bien se connaître et connaître sa ferme** : préparez un argumentaire mettant en avant votre ferme et vos pratiques. Définissez vos atouts et limites.
- **Se faire connaître** : proposez votre gamme et votre calendrier de production
- **Planifier et se coordonner avec le magasin** : Définissez : jours de livraison, conditionnements, volumes, calibrage, ...
- **Travailler en collectif pour optimiser la logistique et sécuriser les approvisionnements**
- **Proposer un juste prix rémunérateur** : connaissez vos coûts de production, sachez les expliquer et adapter vos marges.
- **Bien gérer la facturation**, fixer un cadre mutuel (contrat moral ou écrit) avec le gérant et faire le point régulièrement.