

# ÉTUDE DES DÉBOUCHÉS DEMI-GROS en LÉGUMES BIOLOGIQUES

## ANNEXES



Appui à l'Espace Test Agricole d'Embarou à Mirepoix



• **Bio Ariège-Garonne** •

Le groupement des agriculteurs **BIO**  
d'Ariège et de Haute-Garonne



Réalisé par **Bio Ariège-Garonne**  
[bio-ariege-garonne@bio-occitanie.org](mailto:bio-ariege-garonne@bio-occitanie.org)  
[www.bio-ariege-garonne.fr](http://www.bio-ariege-garonne.fr)  
05 61 64 01 60



# 1. Annexes

## Liste des annexes :

**ANNEXE 1 :** Exemple de contrat-cadre annuel d'un grossiste

**ANNEXE 2 :** Synthèse 2022 du référentiel « Occitanie » de prix au stade demi-gros

**ANNEXE 3 :** Tutoriel pour la création d'une carte en ligne

**ANNEXE 4 :** Questionnaire utilisé pour l'enquête auprès des acheteurs-distributeurs

**ANNEXE 5 :** Recueil des fiches d'acheteurs-distributeurs

- ▶ Politique générale du réseau Biocoop
- ▶ Biocoop « Grandeur Nature » à Rangueil-Toulouse – Fiche 1
- ▶ Biocoop « Quint F » à Quint Fonsegrive – Fiche 2
- ▶ Biocoop « Bioterive » à Auterive – Fiche 3
- ▶ Biocoop « Les Châtaignes » à Castanet Tolosan – Fiche 4
- ▶ Biocoop « De Lauragais » à Villefranche de Lauragais – Fiche 5
- ▶ Biocoop « Pays'en Bio » à Castelnaudary – Fiche 6
- ▶ Biocoop « Tourne-Sol » à Carcassonne – Fiche 7
- ▶ Biocoop « Grandeur Nature » à Labège : Reste à compléter début 2023
- ▶ « La Verte d'Oc » à Mirepoix – Fiche 8
- ▶ « So Bio » à Pamiers – Fiche 9
- ▶ « Ethique Verte » à Ramonville, Villefranche-de-Lauragais, Cugnaux, Toulouse – Fiche 10
- ▶ « La Borietà » à Carcassonne – Fiche 11
- ▶ « Terroir Ariège-Pyrénées » – Fiche 12
- ▶ « Manger Bio Occitanie-Pyrénées » – Fiche 13
- ▶ « Produit sur son 31 » – Fiche 14
- ▶ « Relais Cocagne » – Fiche 15
- ▶ « Droites dans nos Bottes » (le lancement de l'activité est prévu pour le début de l'année 2023) – Fiche 16

**CONTRAT-CADRE ANNUEL**  
***(Article L 441-3 du code de Commerce)***

ENTRE LES SOUSSIGNES :

Ci-après dénommée, « Le Distributeur » ou

D'une part,

Et,

La Société ..... au capital de .....€,  
Inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés de ..... sous le numéro .....,  
Ou sous le numéro CIF.....,  
dont le siège social est sis .....,  
Représentée en la personne de .....,  
ès qualité de .....

Ci-après dénommée, « Le Fournisseur »,

D'autre part,

le Fournisseur étant ci-après dénommés les « Parties ».

**IL A ETE PREALABLEMENT EXPOSE CE QUI SUIT :**

ou Distributeur est une société agroalimentaire spécialisée dans la commercialisation de fruits et légumes biologiques.

Le Fournisseur exploite une entreprise de production et/ou de distribution de fruits et légumes biologiques frais.

C'est dans ce contexte que les Parties se sont rapprochées et ont échangé librement pour convenir de formaliser les conditions et les modalités de leurs accords en régularisant la présente Convention cadre, servant de base à la relation commerciale qu'elles entendent développer.

**EN CONSIDERATION DE CES DECLARATIONS PREALABLES, LES PARTIES CONVIENNENT ET ARRENTENT CE QUI SUIT :**

Article 1 – Objet et durée de la présente convention.

La présente Convention a pour objet de définir l'engagement du Fournisseur de vendre au Distributeur, les produits selon les conditions spéciales ci-après détaillées.

La durée de validité de cette Convention est de 12 mois, et commence à courir le 1<sup>er</sup> Janvier 2022.

La tacite reconduction n'étant pas vouée à s'appliquer, chaque année, une nouvelle convention sera signée par les parties, et celle-ci pourra faire l'objet d'une éventuelle renégociation.

Dans l'hypothèse où les Parties ne parviendraient pas à se mettre d'accord sur les nouvelles conditions applicables pour l'année suivante, mais souhaiteraient néanmoins continuer à travailler ensemble, les stipulations du Contrat continueront d'être appliquées temporairement de plein droit jusqu'à l'intervention d'un nouvel accord qui devra en tout état de cause être signé avant le 1er mars de l'année suivante.

Article 2 - Résiliation de la Convention.

La Convention peut aussi être résiliée par anticipation et notamment en cas de non-respect de ses obligations par l'une ou l'autre des Parties.

[REDACTED]

Pour ce faire, une mise en demeure doit être adressée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception à la partie défaillante. Si cette dernière demeure sans effet UN mois après la date de présentation, la Convention sera résiliée de plein droit aux torts exclusifs de la Partie défaillante.

La résiliation interviendra sans préjudice de dommages et intérêts éventuels qui pourraient être réclamés par l'autre Partie à la présente Convention.

Par ailleurs, en cas de faute grave, ou de non-respect de ses obligations par l'une ou l'autre des Parties, le Contrat sera résilié de plein droit.

### **Article 3 - Engagements et obligations du Fournisseur.**

Le Fournisseur s'engage à ce que les produits qu'il fournit, ainsi que leurs emballages et étiquetages soient conformes aux normes françaises, communautaires et européennes imposées par la réglementation en vigueur, et notamment celle de l'agriculture biologique. Il se soumet à cette réglementation pendant toute la durée de la relation commerciale quelles que soient les modifications et les évolutions qui puissent y être apportées. Toute modification législative ou réglementaire en matière d'étiquetage ou d'emballage doit être immédiatement appliquée par le Fournisseur qui s'engage à procéder aux modifications nécessaires.

Les marchandises sélectionnées par [REDACTED] et produites ou distribués par le Fournisseur doivent être conforme au mode de production biologique, conformément au règlement européen 2092/91 modifié, remplacé à compter du 01/01/2009 par le règlement 834/2007 ainsi que le règlement n°889/2008, cela comprenant également les produits certifiés « En conversion vers l'agriculture biologique ». Ainsi :

- Les produits doivent bénéficier d'une certification en agriculture biologique délivrée par un organisme de contrôle agréé.
- Les produits doivent être conformes à la normalisation fruits et légumes en vigueur les concernant.
- Les produits doivent être de qualité marchande saine et loyale.
- Les produits doivent être conformes aux critères de qualité [REDACTED] (voir fiches produits).

Il est convenu que toute non-conformité du ou des produits à ces spécifications, pourra entraîner l'arrêt immédiat des livraisons des marchandises concernées.

Le Fournisseur s'oblige à communiquer, sans délai, la copie de tout document attestant de la conformité des produits, ainsi que les certificats et licences requis par la certification en agriculture biologique.

Le Fournisseur s'oblige à être très actif sur la traçabilité des produits qu'il fournit pour permettre d'identifier tout produit dans les meilleurs délais lors de toutes les étapes de la relation commerciale.

[REDACTED]

Le Fournisseur se doit de fournir des produits conformes à ceux qui ont été sélectionnés par le Distributeur, tant concernant les caractéristiques, les formulations et emballages. S'il arrivait qu'une modification même mineure soit avérée, le Fournisseur devrait prévenir [REDACTED] au moins quarante-huit heures avant ladite modification. A défaut, le Distributeur se réserve le droit de refuser la marchandise.

Le Fournisseur s'oblige pour toute commande passée, à respecter, pendant la durée de validité des présentes, les conditions commerciales particulières (délais et conditions de livraison etc...).

Toute modification significative dans le fonctionnement de l'opérateur doit être communiquée au bureau d'achat [REDACTED]

### **Article 4 – Prix et conditions financières.**

Pour les produits agricoles et alimentaires définis conformément aux dispositions de l'article L 441-8 du Code de commerce, les conditions de la renégociation sont fixées par ce même article.

Lorsqu'un accord est trouvé entre les parties, il doit être contenu dans un écrit conformément aux dispositions de l'article D 441-7 du Code de commerce. Ledit écrit vaudra alors avenant à la Convention.

### **Article 5 – Respect éthique et déontologique.**

#### **5.1 Respect de la réglementation sociale en vigueur.**

Le Fournisseur s'engage à respecter les droits de l'homme contenus dans la déclaration des droits de l'Homme et les dispositions des principales conventions internationales du travail en particulier les normes internationales du travail définies par la déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail et son suivi ainsi que les autres Normes Internationales du travail applicables. Dans tous les cas, le Fournisseur s'engage à faire appliquer les normes internationales relatives aux droits de l'Homme (y compris droit du travail et législation locale) assurant la plus grande protection aux travailleurs.

Ainsi, le Fournisseur atteste sur l'honneur :

- Respecter la législation en vigueur relative au travail des enfants,
- Qu'aucun de ses employés ne travaille sous la contrainte et que la sécurité de ses derniers est assurée,
- S'être acquitté de toutes les obligations et avoir procédé à toutes les déclarations qui lui incombent au regard de la réglementation en vigueur dans son pays.

## 5.2 Engagement environnemental.

Le Fournisseur s'engage à respecter la réglementation locale et les conventions internationales, et à posséder les documents administratifs à jour et en règle sur son site ; à assurer la sécurité des travailleurs ; à agir pour minimiser l'impact de son activité sur l'environnement et à agir dans sa chaîne d'approvisionnement pour des achats durables.

## 5.3 Engagement éthique.

Le Fournisseur s'engage à respecter strictement la légalité, à éviter toute situation de conflits d'intérêts, à refuser tout acte de corruption, à interdire toute entrave au droit de la concurrence et à garantir la confidentialité des relations avec le Distributeur.

## Article 6 – Commandes.

Le Fournisseur s'engage à respecter sans réserve l'ensemble des dispositions ci-dessous :

- **Licences et certificats concernant le mode de production biologique** : Le Fournisseur est tenu de communiquer au bureau d'Achat les licences et les certificats lors de leur renouvellement ou de leur modification. Les documents en possession doivent toujours être en cours de validité. Dans le cas contraire, le Fournisseur suspendra toute approvisionnement, jusqu'à la mise en conformité du Fournisseur.
- **Commande** : Pour chaque commande émise par le Fournisseur, le Fournisseur doit impérativement accuser réception de celle-ci, puis confirmer l'expédition des marchandises au plus tard après l'enlèvement par le transporteur, par tous moyens à sa convenance (Email, Fax) en détaillant pour chaque produit expédié, la certification, le nombre de colis, le calibre et la catégorie, l'origine (en toute lettre), le colisage, les poids bruts et nets, la marque, le prix négocié et convenu.  
Le Fournisseur doit également confirmer et indiquer la date et l'heure de livraison prévues, conformément à l'accord passé avec le Distributeur.  
En cas d'impossibilité de livrer en temps et en heure, le Fournisseur s'engage à prévenir immédiatement le bureau d'achat.
- **Prix Franco de port** : Les prix des marchandises s'entendent Franco (Rendu Perlepan ou chez le client direct). En cas de situation exceptionnelle, et seulement dans ce cadre, le Fournisseur se réserve la possibilité de se substituer au Fournisseur quant au choix du Transporteur. Cet accord se fera par écrit entre le Distributeur et le Fournisseur.
- **Traçabilité** : Le Fournisseur s'engage à respecter toutes les obligations légales et réglementaire en matière de traçabilité, ainsi que la Directive 2001/95CE du 3/12/2001 et notamment l'obligation d'indication du numéro de lot sur chaque référence de vente repris sur le Bon de

Livraison et la facture. Par ailleurs, le Fournisseur s'engage à être proactif en matière de traçabilité des produits et s'engage à pouvoir répondre à toute demande du Distributeur relative à la traçabilité des Produits, dans les 6h maximum suivant la demande du Distributeur.

## Article 7 – Logistique.

Le Fournisseur s'engage à veiller aux bonnes conditions de préparation, de livraison et de transport de ses marchandises. Par ailleurs, le Fournisseur s'engage à respecter les consignes suivantes :

- **Étiquetage** : Le Fournisseur doit garantir un étiquetage solide des conditionnements utilisés, devant résister à l'ensemble des contraintes logistiques, l'entreposage, et la livraison jusqu'au point de vente.
- **Colisage / Emballage** : Le Fournisseur garantit que le type de contenant utilisé répond à l'exigence de contact alimentaire, de résistance à l'humidité, de résistance au poids contenu, et qu'il est en tout point conformes au standard de la filière fruits et légumes. Le fournisseur s'engage à favoriser, autant que faire se peut, des contenants respectant au mieux les critères environnementaux : recyclable, compostable, exempt de plastique etc... Le Fournisseur s'engage à ne pas utiliser, pour l'emballage des Produits, de matières contenant du PVC, du Polycarbonate, ou toutes autres matières contenant des phtalates.
- **Palettisation** : Le Fournisseur, s'assure que les palettes utilisées, quels que soient leurs formats, garantissent une solidité à même de supporter le poids de la marchandise et d'assurer une livraison en parfaite condition jusqu'aux entrepôts, ou bien, jusque chez le client dans le cadre d'une livraison directe.  
Le montage des palettes doit permettre la stabilité de celle-ci. Le cerclage ou le filmage assure l'intégrité du contenu de la palette.  
Le Fournisseur s'engage à respecter de plein droit les consignes de palettisation établies par le Distributeur en Annexe 2.
- **Transport** : Le Fournisseur s'engage à prendre en charge l'organisation du transport. Le Fournisseur s'engage à vérifier que le transporteur respecte toutes les règles d'hygiène liées au transport de fruits et légumes biologiques, et doit veiller à ce que la température soit adaptée à la conservation optimale des Produits transportés et livrés. Par ailleurs, le Fournisseur s'engage à ce que le transporteur ne transporte que des Fruits et Légumes, et aucun autre produit, jusqu'à la livraison de la marchandise au Distributeur ou sur les sites appartenant au Distributeur, selon sa demande.
- **Réception** : Les heures de réception dans les entrepôts du Distributeur sont les suivantes : du lundi au vendredi de 9H à 18H, sans interruption. Exceptionnellement, suivant la saisonnalité, un accroissement d'activité important, ou un cas très particulier, le Fournisseur se réserve la possibilité d'élargir la plage de réception au samedi et au dimanche, ou de nuit.

- **Respect du Cahier des Charges Client :** Le Fournisseurs s'engage à respecter le Cahier des Charges Clients qui lui sera transmis, notamment en cas de livraison directe, où lorsque le conditionnement est effectué par le Fournisseur lui-même. Pour se faire, le Fournisseur s'engage à transmettre le Cahier des Charges Client au Fournisseur dans un délai raisonnable antérieur à la livraison.

En cas de problèmes inhérents à l'ensemble des critères logistiques cités ci-dessus, le Fournisseur se réserve le droit de refuser la marchandise, ou, à sa convenance, de procéder à une mise en conformité.

Dans tous les cas, dans le cadre d'une défaillance justifiée, cette décision sera prise unilatéralement par le Fournisseur et le Fournisseur devra s'y conformer. Le Fournisseur pourra accepter des mises en conformité mineures, afin d'éviter la conséquence d'un refus de marchandise générant un impact carbone lié au transport retour chez le Fournisseur. Dans ce cas, le Fournisseur supportera d'office les frais de mise en conformité.

#### Article 8 – Réception / Agréage.

Le Fournisseur s'engage à veiller au strict respect de la réglementation en matière de documentation et de normalisation, des fruits et légumes issus de l'agriculture biologique :

- **Liase documentaire transport :** Le Fournisseur s'assurera que toutes les marchandises expédiées sont bien accompagnées des documents de livraisons, conformément à la législation en vigueur : bon de Livraison, lettre de voiture, CMR, documents douaniers. Il aura auparavant transmis une copie de l'ensemble de ces documents, par Email ou par Fax, au bureau d'achat du Fournisseur.
- **Etiquetage :** Le Fournisseur veillera à ce que l'étiquette présente sur les colis soit en tout point conforme à la normalisation fruits et légumes, relativement au produit concerné, et au cahier des charges européen de l'agriculture biologique en vigueur.
- **Contrôle quantitatif et qualitatif des Produits :** A réception, le service agréage du Fournisseur procédera à la vérification de la conformité des produits en quantités et en qualité conformément aux règles et usages de la profession.
- **Contrôle qualitatif et quantitatif des unités logistiques et des contenants :** A réception l'état général des unités logistiques, des contenants, et leur quantité, sont contrôlés : solidité, propreté, nombre, conformité par rapport à la commande etc...
- **Réserves :** Suite au déchargement des marchandises, les réserves sont formulées sur la CMR ou la lettre de voiture. Le Quitus donné au transporteur vaut acceptation pour les quantités

d'unités logistiques en nombre de palettes et de contenants livrés (colis, palox, etc...). Cependant, il ne vaut pas pour acceptation des quantités de vente (poids net par colis, nombre de pièces par colis, etc...), de la qualité des produits et de leur conformité à la normalisation fruits et légumes. Le contrôle qualité produit, en d'autres termes l'agréage réalisé par le Fournisseur, rendra la marchandise disponible à la vente si celle-ci est conforme. Dans le cas contraire, elle sera refusée ou acceptée avec réserve. Si une mise en conformité est accordée au Fournisseur par le Fournisseur afin de libérer la marchandise, le Fournisseur prendra à sa charge l'intégralité des frais de remise en conformité. Dans le cas d'un refus, la marchandise est laissée à disposition du Fournisseur qui se chargera de la faire enlever par un transporteur à sa convenance. Dans le cas où ce refus génère une destruction de la marchandise sur ordre du Fournisseur, ce dernier en assumera tous les frais.

#### Article 9 – Protocole résidus d'analyse / pesticides.

Le Fournisseur s'engage à respecter, sans restriction et de plein droit, le « Protocole Résidus de pesticides » établi en Annexe 1. Conformément à ce Protocole, le Fournisseur s'oblige, entre autres, à déclarer au Fournisseur les résultats de toute analyse de résidus de pesticide positive.

#### Article 10 – Certification IFS FOOD de la Société

Le Fournisseur atteste savoir que la Société est certifiée IFS FOOD et s'engage à répondre aux exigences que cette certification implique.

Ainsi, conformément à notre certification IFS FOOD, le Fournisseur s'engage :

En ce qui concerne la Food Fraud : A avoir mis en place une procédure et un plan de réduction des fraudes alimentaires, et à les présenter dans un délai de 72h, sur simple demande de la Société

En ce qui concerne la Food Defense : À avoir mis en place une procédure et un plan de réduction des risques liés aux risques malveillants, et à les présenter dans un délai de 72h, sur simple demande de la Société

#### Article 11 – Gestion de crise.

Une crise se définit comme une situation de risque réel ou supposé, pouvant présenter une menace en termes de risque sanitaire.

En cas de crise, le Fournisseur doit immédiatement contacter l'un des gestionnaires suivants :

[REDACTED]

En cas de crise, le Fournisseur déclare comme gestionnaire le contact suivant :

Nom/Prénom :

Poste occupé :

Numéro de téléphone :

Adresse mail :

#### Article 12 – Déclarations, garanties et indépendance des Parties.

Les Parties déclarent avoir donné un consentement libre et éclairé lors des négociations, pour convenir d'un commun accord du présent Contrat.

Les Parties déclarent être dans une situation civile, civique et commerciale normale, leur permettant d'avoir la pleine capacité de contracter et d'avoir la libre disposition de leurs engagements. Les Parties disposent de toutes les autorisations et agréments nécessaires à l'exercice de leur activité telle que décrite en préambule du Contrat.

Les Parties déclarent et reconnaissent qu'elles sont et demeureront, pendant toute la durée du Contrat, des partenaires et professionnels indépendants, assurant chacun les risques de sa propre activité.

Par ailleurs, le Fournisseur reconnaît [REDACTED] exige aucune relation commerciale exclusive. Ainsi, le Fournisseur est totalement libre de nouer des relations commerciales avec la clientèle de son choix. Afin d'éviter toute situation de dépendance économique, [REDACTED] encourage même le Fournisseur à développer et diversifier sa clientèle. Le Fournisseur reconnaît qu'il serait le seul et unique responsable d'une situation de dépendance économique.

#### Article 13 – Confidentialité.

Le Fournisseur et le Distributeur s'interdisent, chacun pour ce qui les concerne, tant pendant la durée du Contrat que pendant les cinq (5) années suivant sa cessation ou son expiration, de divulguer et d'exploiter sous quelque forme que ce soit, et pour un objet autre que les présentes, tout renseignement technique, commercial, financier concernant l'autre Partie ou toute donnée nominative concernant des clients adressés par l'autre Partie ou tout client de l'autre Partie avec qui il aura été en relation pendant la durée de la Convention.

[REDACTED]

En cas de non-respect par le Fournisseur de la présente obligation de confidentialité, le Fournisseur devra payer au Distributeur, à titre de clause pénale, une somme forfaitaire de dix mille (10.000) euros, sans préjudice de toute action en dommages et intérêts.

#### Article 14 – Dispositions diverses.

Le présent Contrat et ses suites sont régis par les lois et règlements de la République française, à l'exclusion de toute autre législation.

Au cas où un différend surviendrait entre les Parties dans la validité, l'exécution, l'interprétation ou la résiliation du présent Contrat et de leurs suites, les Parties s'obligent à le soumettre préalablement à une tentative de conciliation. A défaut d'accord amiable entre les Parties dans un délai de trente (30) jours à compter de la Notification par l'une des Parties du début de la phase amiable, les parties s'engagent à soumettre leur différend au Tribunal de Commerce [REDACTED] en vertu de l'article 48 du Code de procédure civile.

Dans tous les cas, en cas de carence ou de difficultés d'interprétation des présentes Clauses, le règlement COFREUROP s'appliquera d'un commun accord des Parties.

Fait  
Le [REDACTED]

En 2 exemplaires originaux,  
(Signature précédée de la mention « Bon pour accord »)

[REDACTED] Pour le Fournisseur  
.....



## ANNEXE 1 : Protocole résidus de pesticide

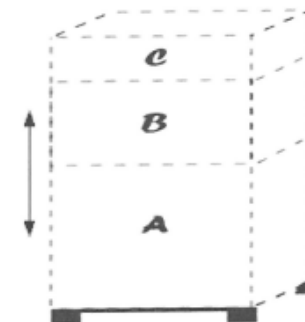
Le présent Protocole a pour objet d'élaborer un ensemble de règles simples à respecter lorsque des résidus de pesticides sont décelés par analyse chimique dans des fruits et légumes provenant de l'agriculture biologique. Ainsi, il est convenu que toute analyse positive de résidus de pesticides déclenchera la procédure suivante :

1. Avertir notre organisme certificateur ECOCERT en remplissant leur formulaire FSC 397 « FORMULAIRE DE SIGNALEMENT D'UN CAS DE RESIDUS A ECOCERT » à retourner complété à ECOCERT selon l'article 91 du RCE 889/2008.
2. Suspendre les approvisionnements du lot de marchandise mise en cause.
3. Bloquer le stock éventuel du lot de marchandise mise en cause.
4. Avertir par téléphone, puis par courrier accompagné de l'analyse, le Fournisseur de la marchandise mise en cause.
5. Demander au Fournisseur si une analyse multi-résidus a déjà été réalisée sur le lot de marchandise mise en cause. Si c'est le cas, le Fournisseur s'engage à la fournir en moins de 4h.
6. Consigner l'analyse en remplissant la fiche d'enregistrement prévue à cet effet.
7. « Tracer » le lot de marchandise incriminée jusqu'à la parcelle où elle a été produite
8. Mettre en place immédiatement une contre-analyse concernant la ou les matières actives rencontrées, dans le cas où la culture est encore en place sur la parcelle. Le Fournisseur s'engage à effectuer cette contre-analyse auprès d'un laboratoire accrédité COFRAC.
9. Informer par courrier le demandeur du résultat de la contre-analyse et des dispositions prises par rapport à celui-ci.
10. Stopper définitivement les approvisionnements de la marchandise mise en cause dans le cas où le résultat de la contre-analyse confirme un taux de résidus supérieur à la LMR.
11. Si la contre-analyse est positive et inférieure à la LMR, l'étude s'effectuera au cas par cas.
12. La commercialisation de la marchandise pourra reprendre si la contre analyse est négative.
13. Dans tous les cas où la contre-analyse s'avère positive, effectuer une analyse multi-résidus sur la prochaine culture mise en place sur la parcelle incriminée du producteur concerné. Cette analyse sera effectuée par un laboratoire accrédité COFRAC aux frais du Fournisseur.
14. Investiguer en coopération avec le Fournisseur et le ou les laboratoires d'analyses pour essayer de déterminer l'origine de la présence du ou des résidus de pesticides révélés par l'analyse sinon d'évoquer les pistes possibles de contamination.
15. Établir un compte-rendu d'investigation, en coopération avec le Fournisseur.
16. Tenir informé par courrier le Fournisseur et le demandeur de la conclusion donnée au dossier.

## ANNEXE 2 : Consignes de palettisation

### 1. Palettisation :

- Cercler la totalité des palettes avec des cornières 100 % carton recyclable sans plastique ou pvc broyé à l'intérieur (film ou filet interdit).
- Chaque colis doit être étiqueté.
- Travailler au plan en séparant les produits et les différents calibres avec une palette intermédiaire.
- Les petites quantités doivent être au-dessus de la palette (C).
- Apposer une fiche indiquant le contenu de la palette sur chaque palette.
- Hauteur Palette 2,30 mètres maximum (palette bois incluse).



### 2. Type et Format de support :

DEUX formats de palettes adaptés au matériel de manutention des entrepôts


- Format **80x120 lourde** 4 entrées, capacité de charge minimum 1000 kg. Épaisseur de planche : min 17 mm
- Format **100x120 lourde** 4 entrées, capacité de charge minimum 1200 kg. Épaisseur de planche : min 17 mm

Les palettes types américaines (fermées sur le côté) et les palettes de types plastiques sont interdites. Elles seront systématiquement refusées.

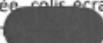
### 3. Produits en filet :

Évitez au maximum les produits en filet (ex : filet de pomme de terre), privilégiez les colis bois pour conditionner la pomme de terre.

Dans le cas contraire, la palette de filet doit être protégée par des « cartons container » pour éviter d'avoir de la casse pendant le transport (sacs déchirés) et pour stabiliser la palette. 4.



#### 4 . Condition des refus :

- La charge maximale de la palette n'est pas adaptée à l'épaisseur et au format de planche et de ce fait, présente un risque d'effondrement / La palette multiproduits est livrée sans respect des consignes du plan de palettisation.
- Tout autre cas où la palette ne peut être déchargée dans les conditions normales de sécurité (palette cassée, colis écrasés à la base, palette sur le point de tomber...) avec les outils de déchargement  se réserve le droit de refuser la réception de la marchandise.

## SYNTHESE ANNUELLE - COTATION LEGUMES ET FRUITS BIO VENTE DIRECTE DE DEMI-GROS - OCCITANIE -2022



Contact local : Bio Ariège-Garonne - Delphine DA COSTA  
06 49 23 24 44 / delphine.da-costa@bio-occitanie.org

Produit/unité	Moyenne Vente Directe	Min Vente Directe	Max Vente Directe	Moyenne magasins	Min magasins	Max magasins	Moy grossistes OCCITANIE	Moy grossistes RNM
<b>LEGUMES</b>								
Ail frais (€/kg)	12,83		14,50			9,14		
Ail sec (€/kg)	10,75	7,97	10,67	12,00	9,00	14,50	6,06	8,68
Aillet (€/botte)	3,85	1,87	2,37	2,78	2,73	2,83		
Artichaut camus (€/kg)	4,20		5,00				1,60	
Artichaut violet (€/kg)	2,44	3,88	5,38	3,88	3,38	4,50	3,68	3,77
Artichaut violet (€/pièce)	0,70		0,60				2,78	
Asperge verte (€/kg)	14,11	12,33	15,27	14,11	11,75	16,48	12,35	14,34
Aubergine blanche (€/kg)	3,83	3,65	4,25	3,60	2,50	4,50	7,00	
Aubergine noire (€/kg)	4,15	2,50	4,40	3,22	2,20	4,54	3,83	
Aubergine violette (€/kg)	3,89	3,45	4,50	3,62	2,67	4,33		3,02
Basilic (€/botte)	1,29	1,00	1,50	1,22	1,40	1,43	1,33	
Batavia (€/pièce)	1,72	0,94	1,88	0,94	0,78	1,22	1,41	
Betterave crue (€/botte)	2,38	2,10	2,77	1,84	2,47	2,60		
Betterave crue (€/kg)	2,81	2,20	3,47	2,49	1,74	2,84	1,81	1,73
Betterave cuite (€/kg)	3,76	3,68	4,17	3,83				
Blette (€/botte)	2,25	1,73	2,64	2,45	2,50	2,79		
Blette (€/kg)	2,89	2,36	3,45	2,59	2,17	3,13	2,27	2,26
Carotte (€/kg)	2,93	2,19	3,60	2,33	1,67	2,88	1,54	1,44
Carotte fanes (€/botte)	2,56	2,30	2,94	1,96	1,94	2,49	1,95	2,04
Céleri branche (€/botte)	1,57		1,20				2,67	
Céleri branche (€/kg)	3,01	2,70	3,18	3,74	2,96	3,96	2,12	2,60
Céleri rave (€/kg)	3,00	2,60	3,38	3,10	2,42	3,29	2,30	2,12
Chicorée chioggia (€/kg)	3,75	2,50	2,75	3,00	2,00	4,00		
Chou brocoli (€/kg)	4,38	3,93	5,17	3,43	3,10	3,50	2,95	2,65
Chou chinois (€/kg)	3,15	2,80	3,51	3,40	2,58	2,98	2,39	2,89
Chou de Milan (€/kg)	3,36	2,51	3,85	2,35	1,79	2,74		
Chou fleur (€/kg)	3,58	2,78	4,42	2,60	1,37	2,32	2,20	
Chou fleur (€/pce)	2,08	2,00	2,17	1,13			2,16	1,83
Chou frisé (€/kg)	3,05	2,40	3,79	2,40	1,95	2,08		
Chou kale (€/botte)	1,91	1,59	2,41	1,90				
Chou kale (€/kg)	5,46	4,65	7,58	3,63				3,68
Chou lisse B ou R (€/kg)	2,96	2,46	3,42	2,20	1,59	2,60	1,60	1,72
Chou lisse B ou R (€/pce)	2,44	1,93	3,30	2,00	1,30	1,70		1,72
Chou pak choi (€/kg)	3,49	3,30	3,60	2,15	2,00	2,20		
Chou pak choi (€/pce)	1,50	1,38	1,59				1,40	
Chou pointu (€/kg)	2,75	2,50	3,25	2,53	2,30	2,75	1,84	
Chou rave (€/kg)	3,27	2,36	4,30	2,42	1,53	2,45	1,76	
Chou rave (€/pce)	1,42	1,25	1,55	1,13	0,98	1,55		1,07
Chou romanesco (€/kg)	3,75	3,00	4,00	3,50			2,39	
Chou romanesco (€/pce)	2,38			3,95			1,53	2,27
Cima di rapa (€/botte)	1,50							
Concombre épineux (€/kg)	3,43	2,67	4,00	3,34	2,33	2,67		
Concombre épineux (€/pce)	1,48	0,73	3,17	1,71	1,10	2,50		
Concombre long lisse (€/kg)	3,45	2,17	3,83	2,77	1,63	2,67	2,11	
Concombre long lisse (€/pce)	1,54	1,30	1,60	1,79	1,20	1,60		1,21
Concombre mini lisse (€/pce)	1,38						0,60	
Coriandre (€/botte)	1,11	0,94	1,36	1,30	1,25	1,38	0,90	
Courge (à la coupe) (€/kg)	2,48	1,88	2,78	2,27	1,44	2,80	2,00	
Courge Butternut (€/kg)	2,70	2,22	3,00	2,12	1,49	2,98	1,61	1,73
Courge longue de Nice (€/kg)	2,48	2,20	2,77	1,87	1,27	2,92	1,44	
Courge Musquée (€/kg)	2,38	1,68	2,98	2,12	1,64	3,29	1,55	
Courge Potimarron (€/kg)	2,84	2,36	3,49	1,97	1,48	2,84	1,84	1,82
Courge Spaghetti (€/kg)	2,75	2,25	2,86	2,90	1,66	2,32	2,73	
Courge sucrine du Berry (€/kg)	3,17							

ATTENTION: les prix "vente directe" et "magasins" correspondent au prix de vente du producteur. Par contre, les prix "grossistes Occitanie" et "grossistes RNM" correspondent au prix de vente du grossiste à ses clients. Le prix d'achat du grossiste au producteur est donc certainement de 30 % inférieur à minima.

Courgette jaune (€/kg)	2,83	1,57	3,17	3,17	1,93	2,73		
Courgette ronde (€/kg)	2,85	2,37	3,17	3,64	2,80	4,54	2,17	2,25
Courgette verte (€/kg)	2,98	2,00	3,13	2,73	2,28	3,36	2,38	2,54
Echalote (€/botte)								
Echalote (€/kg)	6,62	4,77	7,00	5,18	4,44	5,54	2,56	3,23
Épinard (€/kg)	6,12	4,16	5,73	4,78	3,24	6,31	3,77	3,42
Fenouil (€/kg)	3,67	3,29	4,68	2,89	2,27	3,59	2,76	2,87
Feuille de Chêne (€/pce)	1,33	0,93	1,36	0,94	0,78	1,17	1,53	
Fèves (€/kg)	3,93			3,53			6,00	3,48
Frisée Scarole (€/pce)	1,56	1,23	1,96	1,32	1,23	1,42	1,29	
Haricot beurre, mange-tout (€/kg)	6,13	5,00	9,00	8,54			8,96	
Haricot plat (€/kg)	7,13						4,95	4,78
Haricot vert filet (€/kg)	8,26	4,46	7,82	7,19	6,33	8,81	7,43	8,31
Haricots blancs (€/kg)	3,10		3,50	4,50				
Laitue (€/pièce)	1,24	0,93	1,72	1,20	0,92	1,58	1,53	0,98
Mâche (€/kg)	14,18	11,80	17,00	9,76	8,50	12,75	7,39	8,94
Mais (€/pce)	1,57	0,93	2,93	2,60	0,80	3,50		
Mesclun, jeune pousse (€/kg)	13,91	7,70	17,46	9,46	7,40	7,90		
Mini blette et blette pied (€/kg)	3,17	2,77	3,83	2,16	1,20	1,70		
Namenia, mizuna (€/botte)	1,78	1,20	2,65					
Navet (€/kg)	2,64	2,14	3,33	2,24	1,87	2,69	2,15	2,34
Navet (€/botte)	2,20	1,63	3,25	1,66	1,33	2,95	1,89	1,99
Navet boule d'or (€/kg)	2,82	2,45	3,13	2,69	2,90	2,54	2,37	2,34
Oignon cébette (€/botte)	2,43	1,74	2,54	1,84	1,68	2,30	1,98	
Oignon doux (€/botte)	2,11	1,52	2,37	2,52	1,70	2,34		
Oignon doux (€/kg)	3,29	2,83	3,55	2,63	2,50	2,78	3,14	
Oignon jaune (€/kg)	2,82	2,24	3,58	2,37	1,80	2,74	1,62	1,62
Oignon rose (€/kg)	3,12	2,58	3,32	2,74	2,50	2,90	2,52	
Oignon rouge (€/kg)	3,86	2,62	3,47	2,48	2,19	2,43	2,94	2,22
Panais (€/kg)	3,26	3,40	3,50	2,56			2,35	2,43
Pastèque (€/kg)	1,96	1,27	1,93	2,29	1,50	3,47	1,72	1,71
Patate douce (€/kg)	3,46	2,45	4,70	2,84	2,24	3,59	2,18	2,75
Patisson (€/kg)	2,61			1,60				
PDT conservation (€/kg)	2,36	1,78	2,83	2,29	1,84	2,71	1,36	1,31
PDT nouvelle (€/kg)	3,21	2,54	3,40	2,53	2,39	3,14	1,67	1,59
Pomme de terre (€/sac 5 kg)	7,33	7,25	7,50	11,00				
Persil (€/botte)	1,25			1,45	1,24	1,53	1,98	1,12
Persil (€/kg)	6,47	5,60	6,48					
Petit Pois (€/kg)	6,17			14,21			5,25	9,65
Piment doux (€/kg)	7,44	6,84	11,63	5,50				
Piment Espelette (€/kg)	9,00	7,83	11,45	5,50				
Piment fort (€/kg)	7,27						6,42	
Plante aromatique (€/botte)	1,23	0,80	1,79	1,12	0,93	1,44	1,26	
Pleurotes (€/kg)	9,50		14,00				6,43	9,47
Poireau (€/kg)	3,56	2,78	4,50	2,73	2,26	3,14	2,00	
Poireau (€/botte 3gr)	2,20	1,80	2,31				2,56	
Pois gourmand (€/kg)	12,35	11,63	12,15	9,00				
Poivron jaune (€/kg)	4,58	3,82	5,80	4,55	3,30	3,80	3,68	
Poivron padron (€/kg)	5,57	5,67	11,00				3,62	
Poivron rouge (€/kg)	5,26	4,35	6,67	4,80	4,53	4,87	3,48	
Poivron vert (€/kg)	4,57	4,14	5,29	3,83	2,55	3,92	3,47	
Pourpier (€/kg)	5,80			3,70	3,50			
Radis daicon (€/kg)	2,90	2,67	3,17	1,50				
Radis noir (€/kg)	2,97	2,29	3,56	2,68	1,92	2,80	1,88	1,88
Radis Redmeat (€/kg)	2,95	2,37	3,67					
Radis rose (€/botte)	1,78	1,31	2,60	1,41	0,97	1,47	1,36	1,25
Romaine (€/pce)	1,10			1,23	0,65	1,28		
Roquette (€/botte)	1,57	1,21	1,67	1,21	0,95	1,23		
Roquette (€/kg)	12,89	9,78	14,78	11,50	9,38	13,83	8,75	
Rougette, sucrine (€/pce)	1,12	0,85	1,40	0,84	0,68	1,30		
Rutabaga (€/kg)	2,84	2,60	2,87	2,37			2,10	2,05
Salades au poids (laitues, batavia...) (€/kg)	4,23	2,50	4,70	3,54	2,83	3,97		
Scarole (€/kg)								
Scarole (€/pce)	1,70	1,30	1,94	1,65	1,22	2,28		
Scarole, frisée (€/kg)	3,64	3,50	3,70					
Scorsonère (€/kg)	3,60			3,60				
Sucriner (€/kg)	0,90			0,75				
Tanous (€/kg)	6,50			6,50				
Tomate ancienne (€/kg)	4,15	3,20	4,33	3,68	2,40	4,20	4,16	4,09
Tomate cerise (€/kg)	6,95	5,00	7,55	5,84			4,44	5,53
Tomate grappe (€/kg)				4,95			3,48	2,48
Tomate ovale (€/kg)	3,78	3,60	4,50	4,42			2,83	3,88
Tomate ronde (€/kg)	3,60	2,88	3,90	3,85	3,50	4,56	2,57	2,48

Topinambour (€/kg)	3,88	3,43	4,00	2,74	2,15	3,50	2,60	2,29
Yacon (€/kg)	4,50							
<b>FRUITS</b>								
Abricot (€/kg)	4,80						7,22	5,25
Amande sèche (€/kg)							12,18	
Cerise (€/kg)							8,15	8,26
Figue verte dauphine (€/kg)							8,93	10,03
Fraise (€/250 g)	3,65	2,50	3,50	3,00	2,50	3,30	2,89	3,77
Framboise (€/250 g)	5,00							5,46
Grenade (€/kg)								
Kaki (€/kg)	5,20						4,31	4,07
Kiwano (€/pce)	1,92	1,40	2,70	2,50				
Kiwi (€/kg)	4,00	3,50	4,50	3,50			3,76	
Mandarine (€/kg)							2,54	2,18
Melon Charentais (€/kg)	2,94	2,67	3,50	2,00	1,50	2,59		2,48
Melon ovale canari	2,84			2,50				1,93
Nectarine Blanche A (€/kg)							6,30	
Nectarine Blanche B (€/kg)							5,60	5,10
Nectarine Jaune A (€/kg)							4,92	5,04
Noisette (€/kg)							9,40	8,02
Pêche Blanche A (€/kg)	4,80						5,85	
Pêche Blanche B (€/kg)	4,80						5,39	4,47
Pêche Jaune A (€/kg)							5,45	4,99
Pêche Jaune B (€/kg)							4,10	
Physalis (€/kg)	12,50							
Poire eliot (€/kg)							3,27	3,36
Poire william (€/kg)							2,16	
Pomme (var non définie) (€/kg)				1,80				2,16
Pomme Ariane Conversion (€/kg)							2,25	
Pomme crimson (€/kg)								
Pomme dalinette (€/kg)							1,77	
Pomme Elstar, gala (€/kg)							1,67	
Pomme Golden (€/kg)							1,82	
Pomme Juliet (€/kg)							2,56	
Pomme Reine des Reinettes (€/kg)							2,20	
Pomme Topaz, harmonie (€/kg)							2,43	
Prune Reine Claude (€/kg)							4,45	5,70
Raisin blanc Chasselas (€/kg)				4,00				4,63
Raisin noir Muscat (€/kg)							5,40	4,05
Raisin noir Ribol (€/kg)				3,00			4,40	4,06
Rhubarbe (€/botte)	3,12	2,68	4,50	3,86			3,24	

Coordination et synthèse : CRA Occitanie - Cédric Portal

Collecte des données : APABA, Civambio 34, Civambio 66, Biocivam 11, Bios du Gers, Bio Ariège-Garonne, CDA du Tarn, CDA du Gard, GAB 65

# Créer une carte des acteurs / débouchés locaux

Avec MY MAPS

## 1. Intérêt

Lors de la réalisation d'un projet, de la création d'une ferme ou d'un objectif de diversification, la recherche d'acteurs en lien direct avec le projet, ou de débouchés est essentiel. Afin de s'y retrouver, ou d'organiser des plans d'actions comme une tournée de livraisons, il peut être intéressant de les situer sur une carte et les classer par catégorie.

Grâce à l'outil gratuit disponible en ligne [MY MAPS](#), cette étape est particulièrement simple à réaliser.

## 2. PROTOCOLE

### Connectez-vous à MY MAPS

1. Tapez dans la barre de recherche internet « My Maps » ou cliquez sur [ce lien](#).
2. Connectez-vous avec votre compte Google ou créez-en un.

Google  
Connexion  
Utiliser votre compte Google

Adresse e-mail ou numéro de téléphone

[Adresse e-mail oubliée ?](#)

S'il ne s'agit pas de votre ordinateur, utilisez le mode Invité pour vous connecter en mode privé. [En savoir plus](#)

[Créer un compte](#) [Suivant](#)

Français (France) Aide Confidentialité Conditions d'utilisation

Google  
Bienvenue

Saisissez votre mot de passe

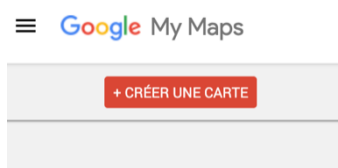
Afficher le mot de passe

[Mot de passe oublié ?](#) [Suivant](#)

Français (France) Aide Confidentialité Conditions d'utilisation

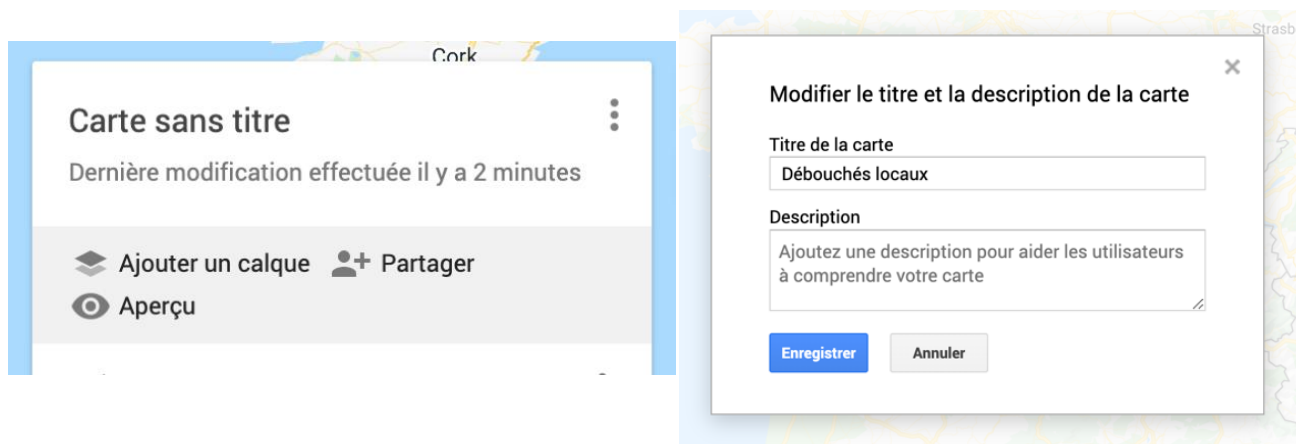
### Créez une carte

3. Une fois connecté, cliquez sur « créer une carte » (en haut de l'écran)



## Débutez votre carte

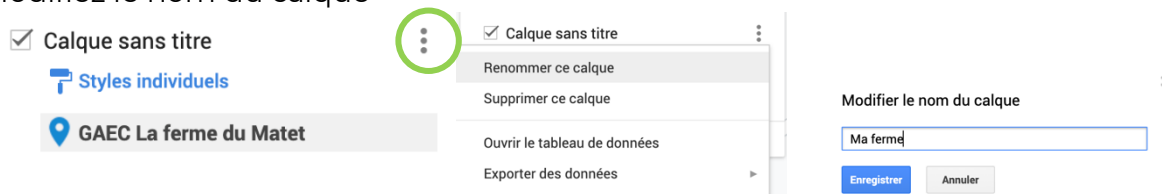
### 4. Nommez votre carte



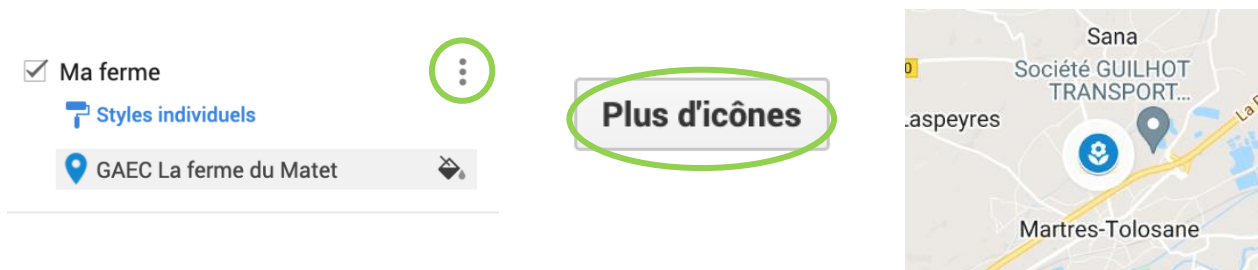
### 5. Localisez votre point ou votre zone de recherche (ferme, ville, ...) puis cliquez sur « Ajouter à la carte »



### 6. Modifiez le nom du calque

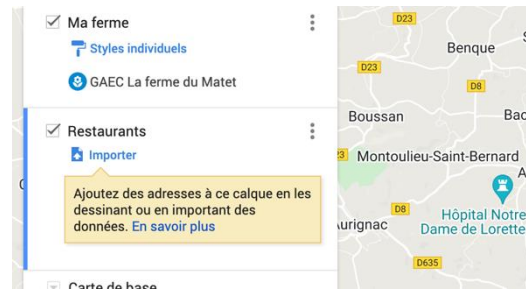
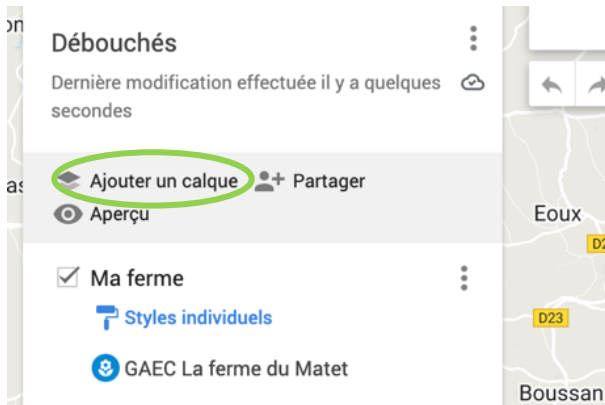


### 7. Personnalisez le logo afin de le reconnaître (Logo, couleur).

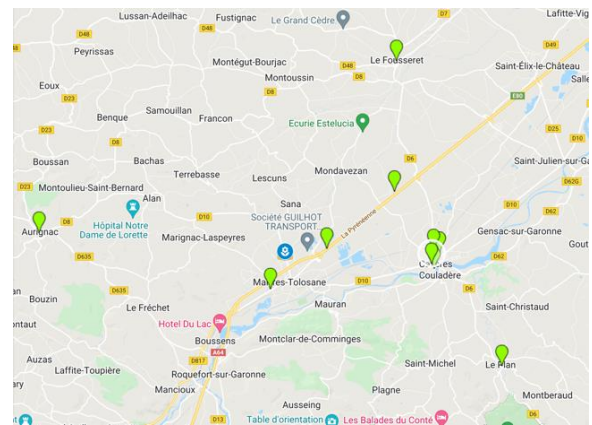
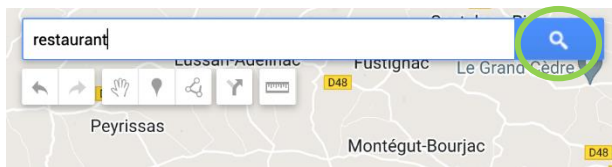


## Identifiez les acteurs qui vous entourent

8. Ajoutez un nouveau calque afin de catégoriser un type d'acteurs (Exemple : restaurants) puis nommez le.



9. Cherchez les acteurs qui vous entourent grâce à la barre de recherche

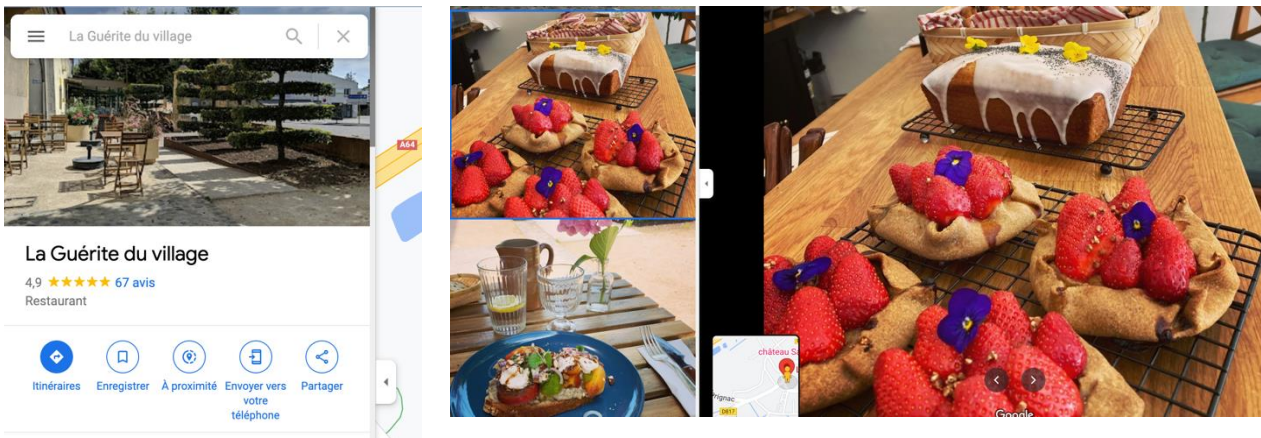


10. Ajoutez-les à la carte s'ils semblent être de potentiels acteurs/débouchés. Si vous avez un doute, cliquez sur « Affichez dans Google Maps » pour obtenir plus d'informations.

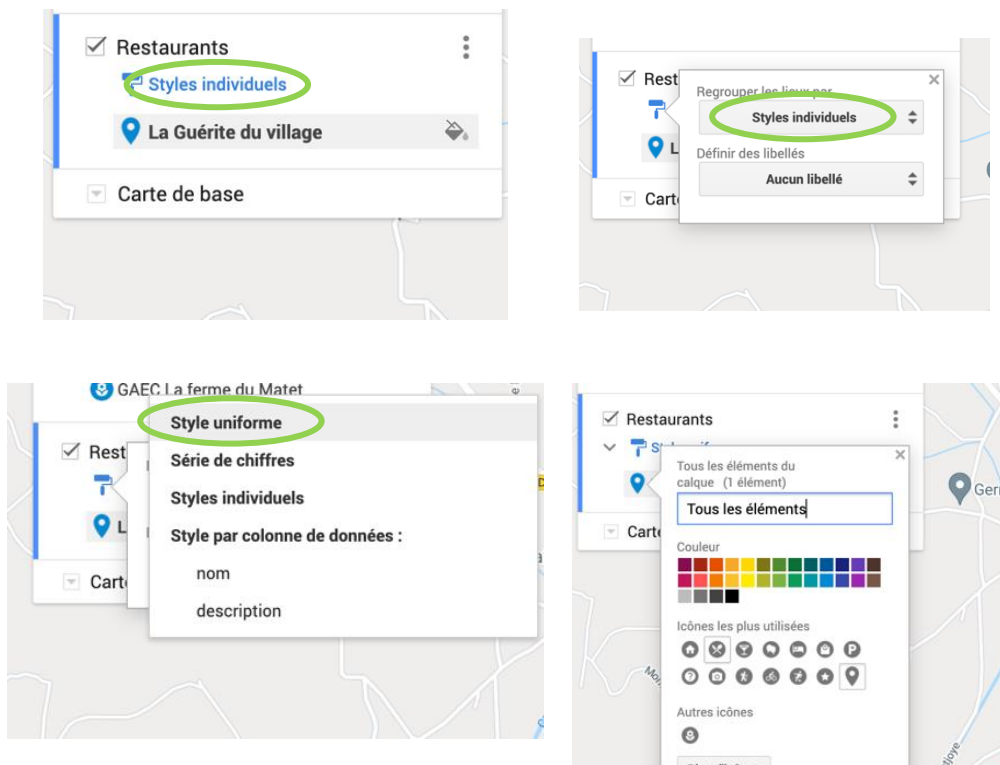




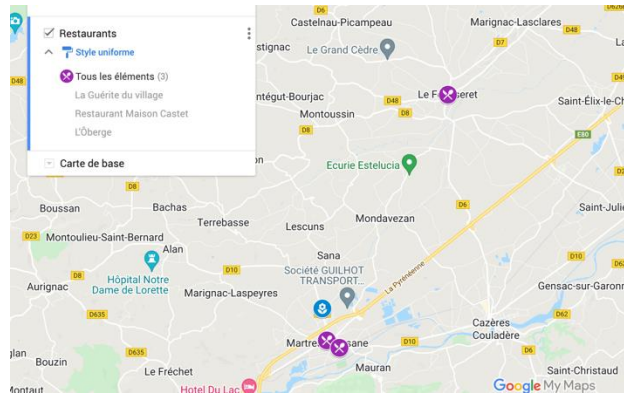
11. Un onglet va s'ouvrir affichant ainsi l'acteur dans Google Maps.



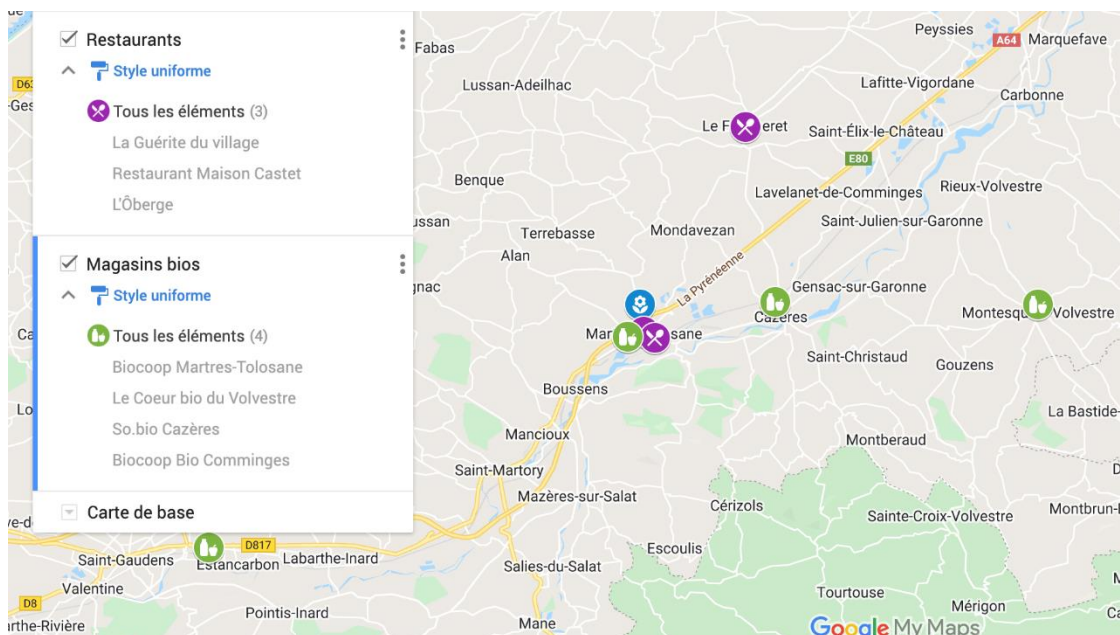
12. Uniformisez la catégorie, et personnalisez-la (logo + couleur).



13. Ajoutez de la même manière les acteurs de cette catégorie qui vous semblent pertinents.

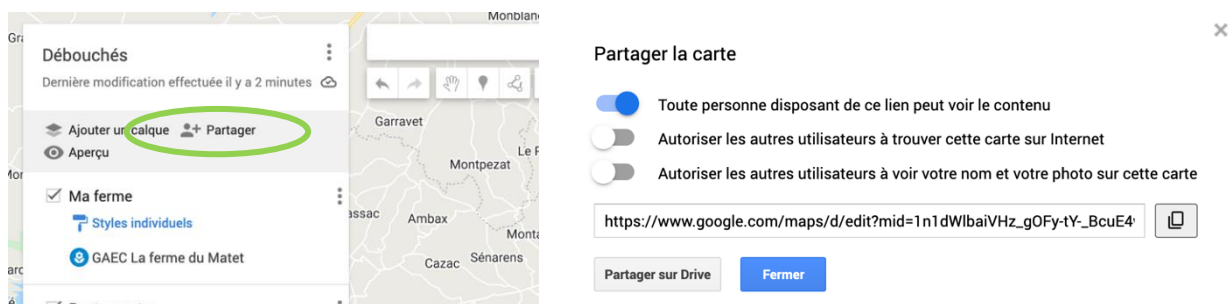


14. Si votre carte comprend plusieurs catégories d'acteurs, créez de nouveaux calques.



## Partagez la carte

15. Si vous le souhaitez, publiez ou partagez la carte en copiant le lien et en l'envoyant



**ETUDE DES BESOINS EN LEGUMES BIOLOGIQUES EN DEMI-GROS POUR AUTOMNE 2023**

Dans le cadre de la mise en place de l'espace test agricole d'Embarou à Mirepoix, la Communauté de communes du Pays de Mirepoix a demandé à Bio Ariège-Garonne une étude des débouchés pour sécuriser la future commercialisation des maraîchers qui vont produire des légumes biologiques demi-gros.  
Le but de cette enquête est de recenser les besoins des potentiels débouchés pour déterminer le calendrier de culture des couvées, et leur proposer un outil d'aide à la décision pour la commercialisation.



Les données que vous nous communiquerez seront transmises aux couvées sous forme de fiche synthèse et pourront être diffusées à d'autres porteurs de projet.

**Identité et contact**

**1. Raison sociale**

**2. Type de structure**

- Forme juridique
- Autres magasins gérés par le même responsable

**3. Présentation générale de la structure**

- Année de création
- Nombre de salariés
- Composition du conseil d'administration
- Composition des sociétaires
- Chiffre d'affaires annuel
- Chiffre d'affaires annuel sur les légumes
- Chiffre d'affaires annuel sur les légumes bio de producteurs
- Typologie générale de clientèle
- Prix du panier moyen

**4. Localisation de la structure**

**5. Personne en charge des achats**

- Nom
- Fonction
- Coordonnées
- Moment privilégié pour contacter

**Approvisionnements en légumes**

**6. Charte ou politique d'approvisionnement (quota produits bio, produits locaux...)**

- Provenance des matières premières
- Nombre de producteurs
- % d'achats à une plateforme magasin
- Présence de produits issus du commerce équitable
- Respect de la saisonnalité
- Périmètre approvisionnement local
- Labels ou marques privilégiés

**7. Besoins en légumes**

Espèce / variété de légume	Mois												Gamme de prix	Colisage (volume par conditionnement)	Format de conditionnement (cagette, sac, filet...)	Calibrage	
	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept	oct	nov	déc					

**8. Modalité de fixation des prix**

- Une contractualisation sur les prix est-elle mise en place ?
- Comment les prix sont-ils fixés et négociés (mercuriales nationales? fournisseurs fidèle favorisés?) ?
- Existe-t-il des modèles type ?
- Quel coefficient multiplicateur est appliqué ?

**9. Logistique de livraison**

- Jour de livraison
- Contrainte horaire
- Nombre et lieu de livraison si multiple
- Contrainte d'accès (bornes, zfe, ...)
- Présence d'un quai de déchargement
- Utilisation d'un intermédiaire logistique (ex: Agriflux, Le Chemin des Mûres, Coop MIL...)
- Possibilité de ramasse sur les fermes)

**Modalités d'engagement**

**10. Procédure de référencement**

- Existe-t-il différents niveaux de référencement (national, local, plate-forme logistique...)
- Part pour chaque niveau de référencement
- Modalités pour se faire référencer (étape par étape)

**11. Forme l'engagement (ex: contractualisation)**

- détailler étape par étape

**Communication externe**

**13. Une communication et mise en valeur est elle faite auprès des clients concernant les producteurs locaux bio ?**

**14. Une communication est elle faite auprès des consommateurs pour expliquer la politique de prix ?**

**Recommandations pour les couvées**

# BIOCOOP

## Le réseau de DISTRIBUTION HISTORIQUE DE LA BIO

biocoop

Réseau de magasins indépendants d'alimentation biologique (sous forme coopérative ou non) depuis maintenant plus de 30 ans, Biocoop s'inscrit comme l'un des acteurs incontournables de l'agriculture biologique en France. Engagé entre-autre dans une démarche d'approvisionnement local par sa politique interne, le réseau peut aujourd'hui être un débouché intéressant pour des fermes de toutes tailles.

## 1. FONCTIONNEMENT

### 1.1. Structure et équipe

Les magasins Biocoop sont structurés en entreprises indépendantes coopératives ou non.

### 1.2. Politique interne

L'un des objectifs du réseau est la relocalisation de la production. Pour ce faire, **Biocoop a mis en place un système de points de fidélité privilégiant l'approvisionnement local (moins de 150 km du magasin)** et l'approvisionnement « producteurs associés ».



« Je donne la priorité à la production locale »

Valeur affichée dans la convention Biocoop.



Ces points de fidélité permettent aux magasins de bénéficier d'avantages. Les magasins Biocoop ont donc tout intérêt à travailler avec les fermes locales.

### 1.3. Approvisionnement

Chaque magasin gère individuellement son approvisionnement, tout en respectant au mieux la politique du réseau.

L'approvisionnement des magasins provient de deux sources différentes :

► **La source interne** qui correspond à la plateforme Biocoop et rassemble les **produits de groupement associés** (groupements de fermes associés au réseau Biocoop sous forme de contractualisation (CABSO, BIO BREITZ, BIO LAIT...)) et les **produits référencés** (produits provenant d'entreprises bio référencées au niveau national).

► **La source externe** : les **acteurs locaux** (fermes et artisans situés dans un rayon de 150 km) et les **grossistes**.

Comme expliqué précédemment, les approvisionnements issus des « plateformes internes » et des « acteurs locaux » sont privilégiés.

L'approvisionnement du rayon Fruits et légumes est géré en général par le ou la responsable du rayon Fruits et légumes ou par le ou la gérant-e du magasin.

→ Ce sont vos interlocuteurs privilégiés pour un premier contact.

Vous trouverez ci-dessous une synthèse du cahier des charges concernant les approvisionnements.

## 2. MODALITÉS DE PARTENARIAT

### 2.1. Procédure de référencement

Afin de faciliter l'approvisionnement local au sein des territoires, le réseau Biocoop a fait le choix de mutualiser sa base de données des fermes. De cette manière, si vous travaillez déjà avec un magasin Biocoop vous êtes enregistré dans la base "Producteurs locaux" de Biocoop et les démarches administratives pour intégrer d'autres magasins du réseau seront simplifiées.

Bonne nouvelle, la démarche est identique dans toutes les Biocoop :

1. **Prise de contact téléphonique :** Appelez le magasin et demandez à parler au responsable du rayon Fruits et légumes.
2. **Premier rendez-vous en magasin :** Échangez sur les besoins du magasin en produits locaux et vos disponibilités si vous avez déjà de la production. Si le rendez-vous est concluant, un accord est passé sur les volumes, les espèces et variétés ainsi que sur les prix.
3. **Création de la « Ferme locale » + visite de la ferme :** Le responsable complète la fiche de votre ferme avec vos informations et documents légaux. Dès que possible, il vient visiter votre ferme. Cette visite est obligatoire pour toute première collaboration.
4. **Début de la collaboration.**

### 2.2. Modalités de livraison

Les livraisons sont assurées par les producteurs eux-mêmes. Cependant, certains magasins Biocoop fonctionnent avec la société Agriflux qui propose un service de ramasse et de livraisons dédié aux circuits-courts alimentaires de proximité. En mettant en relation des producteurs et des commerçants, les livraisons peuvent être mutualisées. Par ailleurs, cet outil facilite la logistique de commandes et de transport.

## 3. CONTACTS

Ville	Nom du magasin	Interlocuteur	E-mail	Téléphone
<b>Auterive</b>	Bioterive	Jean-Baptiste	<a href="mailto:bioterive@orange.fr">bioterive@orange.fr</a>	05.61.86.32.35
<b>Carcassonne</b>	Tourne-Sol	Romain	<a href="mailto:tourne-sol-fel@orange.fr">tourne-sol-fel@orange.fr</a>	04.68.72.47.62
<b>Castelnaudary</b>	Pays'en Bio	Alexandre	<a href="mailto:producteurs@paysenbio.coop">producteurs@paysenbio.coop</a>	04.68.23.81.68
<b>Castanet-Tolosan</b>	Les Châtaignes	Charles-Gwenn	<a href="mailto:biocoopcastanet@gmail.com">biocoopcastanet@gmail.com</a>	05.32.59.43.36
<b>Labège</b>	Grandeur Nature	Jean-Philippe	<a href="mailto:granla.fel@hotmail.fr">granla.fel@hotmail.fr</a>	05.61.52.00.10
<b>Quint-Fonsegrives</b>		Carole	<a href="mailto:commande@biocoop-quint.fr">commande@biocoop-quint.fr</a>	05.62.47.08.31
<b>Saint-Orens-de-Gameville</b>	Grandeur Nature	Fermeture en janvier 2023		
<b>Toulouse</b>	Grandeur Nature	Damien	<a href="mailto:naturegrandeur31@orange.fr">naturegrandeur31@orange.fr</a>	05.61.53.95.63
<b>Villefranche-de-Lauragais</b>	De Lauragais	Sylvain	<a href="mailto:magasin@biocoopdelauragais.fr">magasin@biocoopdelauragais.fr</a>	05.62.52.10.69

Contacts des magasins interrogés lors de l'enquête

# LA CONVENTION DISTRIBUTION

Elle assure au consommateur un choix de produits issus d'une agriculture biologique exigeante et cohérente

Ces obligations concernent tous les produits vendus dans la sphère du magasin (y compris vente par un tiers)



Valeur fondamentale du Cahier des Charges (CDC)	Pourquoi cet engagement ?	Annexes / CDC
<b>Certification / labellisation !</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits 100% bio (Hormis produits listés en annexe : produits dérogatoires)</li> <li>• Produits issus d'un SPG (Système Participatif de garantie)</li> <li>• Produits en conversion</li> <li>• Produits avec un label reconnu Biocoop</li> </ul>	1 - 5 11
<b>100% bio</b>	Tous les produits alimentaires et compléments alimentaires distribués dans les magasins Biocoop sont certifiés agriculture biologique sauf produits non certifiables en liste dérogatoire (Annexe 1)	1
<b>Priorité au local</b>	Un produit bio parcourant des milliers de kilomètres impacte l'environnement.	
<b>Respect des saisons</b>	Pas de produits lointains en dehors des fruits exotiques de la zone tropicale (banane, ananas, mangue notamment). Pas de produits de contre saison qui confortent des systèmes de production énergivores (serres chauffées) et des circuits logistiques incohérents.	1
<b>Commerce équitable Nord / Sud (N/S)</b>	Liste : banane, sucre de canne, tablette chocolat, thé, café (produit fini et non ingrédient). L'objectif : garantir l'éthique dans les filières incontournables (ou relation économique et sociale plus juste et durable).	4
<b>Commerce équitable Biocoop</b>	Commercialisé sous la marque Ensemble (produits plateforme) Si achat direct : cf cahier des charges commerce équitable Biocoop L'objectif : soutien au développement des filières	4
<b>0% OGM</b>	On refuse le principe des cultures génétiquement modifiées. Et pour éviter toute contamination fortuite, les ingrédients à risque OGM sont interdits : dérivés de soja, colza, maïs et riz non bio : lecithine, émulsifiant...	
<b>Zéro transport par avion</b>	Pour limiter le rejet de CO <sub>2</sub>	
<b>Arômes naturels certifiés bio</b>	« Tout doit être bio » surtout quand l'arôme est dans le nom générique du produit	
<b>Produits Nature et Progrès ou Simples (SPG)</b>	Biocoop reconnaît à ces labels la même finalité que la réglementation bio. Le magasin doit participer au SPG.	11
<b>Produits de la mer</b>	Élevage bio Espèces sauvages en respectant les critères de pêche durable Pour préserver les espèces de poissons sauvages menacées.	3
<b>Eau</b>	Pas de distribution d'eau plate préemballée Réduction des déchets et émission de CO <sub>2</sub>	
<b>Tomates anciennes</b>	Pas d'hybrides chez les tomates dites « anciennes » . L'objectif est de ne pas tromper le consommateur.	
<b>Taux de soufre dans le vin</b>	Limitation du taux de soufre en deçà de la norme AB	12
<b>Cosmétiques certifiés</b>	Pour prolonger l'exigence de l'alimentaire sur les autres produits de consommation courante. Dérogation pour quelques cosmétiques non certifiables.	5
<b>Zéro produit contenant de l'ALS (Amonium Lauryl Sulfate) ou du SLS (Sodium Lauryl Sulfate)</b>	Objectif : on va plus loin que les labels de certification cosmétique (Produits irritants)	
<b>Pas de dioxyde de titane et dioxyde de silicium</b>	Produits alimentaires et compléments alimentaires On va plus loin que le règlement AB	
<b>Compléments alimentaires</b>	Les capsules molles et les gélules doivent être certifiées AB (capsule* dans la liste d'ingrédients) et refus des gélules HPMC (indiquées dans la liste d'ingrédients comme : hydroxy propyl méthyl cellulose, hypromellose, gélules végétales)	
<b>Jardin</b>	Plants, semences et produits de jardinage doivent être bio ou utilisables en agriculture biologique	5
<b>Produits culturels</b>	Militant reconnu comme tel : pas n'importe quoi dans nos rayons (pas n'importe quel livre ou revue...)	17
<b>Étiquetage (vert / orange / jaune / blanc) et codification bio</b>	Pas de confusion possible chez Biocoop : un étiquetage qui garantit au consommateur un repérage aisé du niveau de garantie du produit (tableau des codifications)	2
<b>CLV (Communication sur Lieu de Vente) et affichages</b>	Un air de famille commun mettant en avant les valeurs Biocoop	13

## LA CONVENTION GESTION

Elle permet de rendre la bio de Biocoop accessible au consommateur tout en préservant la pérennité des magasins

Valeur fondamentale du Cahier des Charges (CDC)	Pourquoi cet engagement ?	Annexes / CDC
Animation commerciale	Répercussion de l'intégralité du taux promotionnel au consommateur Mise en œuvre des outils de communication dédiés au magasin	
PMA 500 produits	Respect du Prix Maximum Autorisé (PMA) si le magasin détient le produit	
Commerce équitable Biocoop	Des PMA dans les produits à la marque Ensemble pour garantir l'équité dans la filière	
Décrochage vrac	Une politique tarifaire cohérente de la plateforme jusqu'au magasin pour favoriser la réduction des emballages Exemple : le taux de marge d'un produit vrac ne peut dépasser celui du produit identique conditionné	
Taux de marge nette comptable distribution	= < 31,5% objectif : compromis entre le prix de la bio et la pérennité du magasin	

## LA CONVENTION SOCIALE

Elle inscrit Biocoop dans l'économie sociale et solidaire

Valeur fondamentale du Cahier des Charges (CDC)	Pourquoi cet engagement ?	Annexes / CDC
Convention collective	En fonction des structures juridiques de chacun (exemple 3244, ...)	
GPS : Grille de progression sociale	Favoriser l'enrichissement ou la mise en place d'avancées sociales au sein de la structure	14
<b>1 - Favoriser l'accès à l'emploi</b>		
Pas de CDD précaires à la place d'un emploi durable		
<b>2 - Rémunérer équitablement et partager les richesses</b>		
Écart de rémunération	Pour l'encadrement de la rémunération entre dirigeants et salariés (1 à 5).	
15% minimum de remise en caisse pour les salariés	Pour encourager la consommation de produits bio	
<b>3 - Favoriser l'intégration et le bien-être des salariés</b>		
Fiches de postes et entretien annuel pour chaque salarié	Pour établir une relation de travail transparente et sécurisante	
Réunions d'équipe régulières	Pour favoriser la coopération, l'échange d'informations, la transparence et la dynamique d'équipe	
Médiation	Pour désamorcer des situations de blocage entre dirigeants et équipes de salariés et encourager le dialogue sur des problématiques collectives	
Être sociétaire de Biocoop SA Coop	Pour participer aux décisions de la coopérative au sein du collège des sociétaires salariés et apporter sa voix à la construction du projet Biocoop	
Tous Biocoop's	Pour être ambassadeur du projet Biocoop auprès des clients, s'imprégner des actualités du réseau, de la vie des produits, des partenariats, des initiatives du réseau...	
Formations incontournables	Pour des consommateurs bien conseillés dans un magasin accueillant et militant.	

## LA CONVENTION ÉCOLOGIQUE

Elle vise à limiter l'empreinte écologique des magasins

Valeur fondamentale du Cahier des Charges (CDC)	Pourquoi cet engagement ?	Annexes / CDC
Papier 100% recyclé ou issu de forêts gérées durablement	Pour préserver les forêts et la nature (exemple de labels FSC et PEFC)	
Pas de sacs de sortie de caisse en plastique ou en amidon	Pour limiter la pollution de la nature	
Electricité renouvelable	Contrat à électricité renouvelable afin de promouvoir la transition énergétique	

## LA CONVENTION COMMUNICATION

Valeur fondamentale du Cahier des Charges (CDC)	Pourquoi cet engagement ?	Annexes / CDC
Fichier client (carte fidélité, emailing, newsletter...) pour mieux connaître notre clientèle	Pour mieux connaître notre clientèle mais <ul style="list-style-type: none"> <li>en s'engageant à recueillir le consentement explicite des clients pour constituer une base de données.</li> <li>en s'interdisant la commercialisation de ces données.</li> </ul>	

# Biocoop « Grandeur nature » à Toulouse



21 Av. des Écoles Jules Julien  
31400 Toulouse



Société coopérative  
et participative  
(SCOP)



Damien  
Responsable rayon Fruits et légumes  
[naturegrandeur31@orange.fr](mailto:naturegrandeur31@orange.fr)  
05 61 53 95 63

La Biocoop "Grandeur Nature" de Toulouse a été **créée en 1992**. C'est le premier magasin Biocoop sur Toulouse et l'un des plus anciens magasins bio de la ville. Le magasin est **rattaché au magasin Biocoop "Grandeur Nature" de Labège**.

Le rayon Fruits et légumes représente **24% du chiffre d'affaires**. Lors de l'enquête, le magasin ne souhaitait pas nous transmettre d'autres données chiffrées.

Site internet : [www.biocoop-rangueil.com](http://www.biocoop-rangueil.com)

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les approvisionnements proviennent environ à 75% de la plateforme et 25% sont achetés localement (minimum 150 km du magasin). Avant la crise sanitaire de 2019, cette répartition était équilibrée : 50% / 50%. La diminution de produits locaux s'explique notamment par le départ à la retraite de 2 maraîchers qui, lors de l'enquête, n'avaient pas été remplacés. Le rayon Fruits et légumes est approvisionné par 13 fermes différentes. Des réunions de planification sont organisées.

### 1.2. Besoin en légumes

Bien que le magasin recherche des maraîchers locaux pour l'ensemble des espèces de légumes, il n'a pas souhaité transmettre de données concernant les volumes et prix d'achats des légumes lors de l'enquête.

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Les prix des légumes locaux étant plus bas que ceux proposés par la plateforme en

interne, leur approvisionnement est plus avantageux pour le magasin. Celui-ci ne discute pas les prix qui sont fixés par les producteurs. Ils doivent néanmoins être en cohérence avec le marché.

### 1.4. Logistique de livraison

Les commandes sont passées par téléphone, par l'intranet Biocoop ou par mail.

## 2. MODALITÉS D'ENGAGEMENT

### 2.1. Procédure de référencement

Pour être référencés, ce sont les producteurs eux-mêmes qui contactent le magasin. La procédure de référencement respecte la procédure classique du réseau Biocoop.

## 3. COMMUNICATION EXTERNE

Le magasin est très actif sur les réseaux sociaux sur lesquels il met en avant les produits locaux et présente ses producteurs et fournisseurs locaux. Il propose des dégustations, des ateliers et également des animations, notamment par les fournisseurs. Des visites chez les producteurs peuvent également s'organiser. Il communique par ailleurs par le biais d'affichage, de spot radio, de panneaux publicitaires et également à travers la communication du réseau Biocoop.



# Biocoop à Quint-Fonsegrives



12 chemin de Ribaute  
31130 Quint-Fonsegrives



Société à  
responsabilité  
limitée (SARL)



Carole  
Responsable du rayon Fruits et légumes  
[commande@biocoop-quint.fr](mailto:commande@biocoop-quint.fr)  
05 62 47 08 31

Le magasin historique était un magasin bio ouvert depuis 2008. En mars 2014, il a rejoint le réseau Biocoop avec un changement de gérant. Il emploie aujourd'hui 16 personnes. La clientèle du magasin est variée : cadres, retraités, mères de famille, militants, et le prix du panier moyen s'élève à une dizaine d'euros.

Seul le chiffre d'affaires réalisé sur le rayon Fruits et légumes a été communiqué par le magasin. Il est compris **entre 30 000 et 40 000 euros par mois dont environ 40% proviennent de producteurs locaux** (suivant les saisons).

Site internet : [www.biocoop-quint.fr](http://www.biocoop-quint.fr)

## 1. APPROVISIONNEMENTS en LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les achats proviennent environ à 60% de la plateforme Biocoop et pour 40% de producteurs locaux.

Le magasin compte environ 67 producteurs locaux dont 6 maraîchers locaux. Aucune réunion de planification n'est organisée, tout passe par les échanges lors des commandes.

### 1.2. Besoin en légumes

Le magasin n'a pas communiqué de besoins, ni de données chiffrées sur les légumes qu'il distribue et dont il aurait besoin.

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Le magasin ne négocie pas les prix qui sont proposés par les producteurs et qui doivent être cohérents avec les prix de la plateforme.

La marge appliquée par le magasin est de 35%.

## 1.4. Logistique de livraison

La relation avec les producteurs, et notamment, les commandes se fait par appels téléphoniques.

## 2. MODALITÉS D'ENGAGEMENT

### 2.1. Procédure de référencement

La procédure de référencement est la procédure classique au réseau Biocoop. Pour devenir fournisseur, ce sont les maraîchers qui doivent contacter le responsable du rayon Fruits et légumes.

## 3. COMMUNICATION EXTERNE

Le magasin propose peu d'affichage en rayon. Il communique sur les réseaux sociaux en particulier sur les caractéristiques de produits de la plateforme ou en partageant des recettes. Des animations sont également proposées en magasins, notamment par des producteurs locaux.

## FICHE 3

# BIOCOOP "BIOTERIVE" à AUTERIVE



10 Rte de Toulouse  
31190 Auterive



Société à  
responsabilité  
limitée (SARL)



Jean-Baptiste  
Responsable du rayon Fruits et légumes  
05 61 86 32 35  
[bioterive@orange.fr](mailto:bioterive@orange.fr)  
Disponible les mercredi et jeudi

Le magasin Biocoop d'Auterive a ouvert en novembre 2017.  
En 2021, le chiffre d'affaires s'élevait à **1,2 millions d'euros dont 18 à 25% correspondaient au rayon Fruits et légumes. En 2022, le rayon Fruits et Légumes a réalisé un chiffre d'affaires de 230 000 €.**

La Biocoop d'Auterive se place comme un magasin de flux (sur le chemin quotidien des clients). Le **prix moyen du panier est d'environ 30 euros.**

Le magasin emploie aujourd'hui 7 salariés dont un apprenti.

Site internet : [auterive.biocoop.net](http://auterive.biocoop.net)

## APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 3.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Le magasin compte 97 producteurs locaux référencés sur l'ensemble des secteurs dont 17 en fruits et légumes (la plupart ayant une activité maraîchère).

Concernant les approvisionnements en fruits et légumes, 20 à 25% proviennent de producteurs locaux et 80% de la plateforme Biocoop. Une réunion de planification est organisée en automne. Aujourd'hui chaque producteur fournit un ou deux légumes

maximum mais le magasin prévoit de répartir l'ensemble de la production entre les maraichers.

Le magasin n'accepte pas les surplus de producteurs avec lesquels il ne travaille pas.

### 3.2. Besoin en légumes

De nombreux légumes ne sont pas suffisamment fournis par les producteurs locaux déjà en place, c'est le cas par exemple des choux, des oignons et des melons.

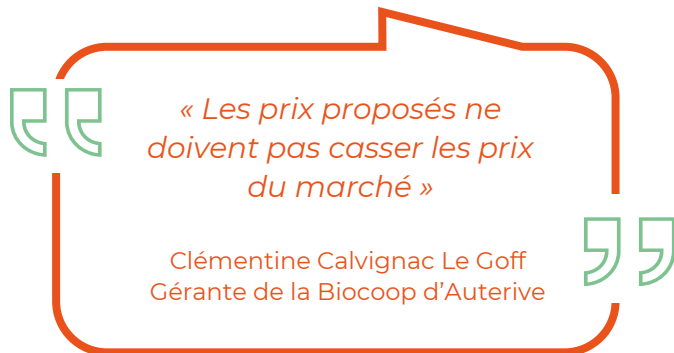
Le tableau ci-dessous donne une idée des volumes passés dans la saison pour certains légumes et les prix moyen associés :

	Volumes (kg)												Prix moyen sur l'année
	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	
Salade	300 à 400 pc/mois (en hiver)					200 pièces/mois (en été)						300 à 400 pc/mois	0,80 €/pièce
Poireau	200 /mois (en hiver)											200 /mois (en hiver)	2,00 €/kg
Carotte	300						130						1,45 €/kg
Chou-fleur	170 pièces/mois (en hiver)											170 pc/mois (en hiver)	1,50 €/p
Oignon conservation	70 à 100 kg/mois												1,60 €/kg
Melon petit/gros						200 à 400 kg /mois (en été)							1,8 €/kg (petit) 2,8 (gros)

### 3.3. Modalité de fixation des prix

Les producteurs proposent leurs prix et ceux-ci doivent être cohérents avec le marché. Le magasin ne les discute pas dans la limite du raisonnable.

La marge brute appliquée est comprise entre 24% et 32%. Le coefficient de marge pour les légumes se situe entre 1,31 et 1,47.



### 3.4. Logistique de livraison

Ce sont les producteurs qui livrent le magasin.

## 4. Modalités d'engagement

### 4.1. Procédure de référencement

Les producteurs intéressés doivent contacter directement le responsable du rayon Fruits et légumes. Le magasin recherche de nouveaux producteurs seulement quand des producteurs déjà en place partent.

La procédure de référencement est la procédure classique du réseau Biocoop

### 4.2. Format de l'engagement

Aucune contractualisation n'est signée.

## 5. Communication externe

Une communication sur les producteurs locaux est relayée en magasin mais les clients paraissent peu réceptifs.

Les produits provenant de producteurs sont placés en tête de rayon et des animations avec des producteurs locaux sont organisées en magasins. A l'occasion de son anniversaire par exemple, le magasin a proposé pendant une semaine de nombreuses animations et offres promotionnelles sur des produits locaux en présentant les producteurs. Par ailleurs, il est partenaire lorsque ses producteurs-fournisseurs ouvrent les portes de leur ferme.

Le magasin communique sur sa page Facebook et diffuse une newsletter.

## FICHE 4

# Biocoop "Les CHÂTAIGNES" à Castanet-Tolosan



2 Av. du Lauragais  
31320 Castanet-Tolosan



Société à  
responsabilité  
limitée (SARL)



Charles-Gwenn  
Responsable du rayon Fruits et légumes  
05 32 59 43 36  
[biocoopcastanet@gmail.com](mailto:biocoopcastanet@gmail.com)

L'établissement a été créé en janvier 2020 et emploie aujourd'hui 7 personnes. Il accueille une clientèle variée dont le prix du panier varie en fonction de la saison.

Le chiffre d'affaires de 2021 s'élève à **1,2 millions d'euros** dont 19% correspondent aux fruits et légumes. Le chiffre d'affaires des légumes provenant des producteurs ne peut pas être communiqué car la provenance n'est pas différenciée lors de la saisie informatique des approvisionnements. La provenance est indiquée seulement au niveau de l'affichage en rayon.

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Pour ses approvisionnements, l'établissement répond à la charte d'approvisionnements du réseau Biocoop ; le label AB (ou Nature et progrès) est au minimum obligatoire et les produits doivent respecter la saisonnalité. Les approvisionnements locaux (cultivés à moins de 150 km du magasin) en légumes s'élèvent à 30% et ils sont complétés par des achats auprès de la plateforme de Biocoop. Le magasin souhaite augmenter la part de ses produits locaux.

Lors de l'enquête, le nombre de producteurs-fournisseurs n'a pas pu être transmis.

### 1.2. Besoin en légumes

Lors de l'enquête et pour l'année 2022, l'établissement a exprimé la recherche des légumes suivants qui n'étaient peu ou pas fournis par ses producteurs-fournisseurs locaux : carottes, poireaux, choux divers, légumes feuilles, légumes racines, tomates rondes et allongées, salades.

Le tableau ci-dessous présente les volumes achetés pour certains de ces légumes.

Tableau : Besoins en légumes

	Volumes (kg)												Colisage	Format de conditionnement				
	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc						
Carotte	400	340	380	430	320	240	180	200	300	400	390		10-12kg	cagette				
Poireaux	190	150	160	150	65	25	20	30	60	160	170		5 ou 10kg 8 à 11 pc	cagette cagette				
Choux divers																		
Légumes feuilles													5kg	cagette				
Légumes racines													5kg	cagette				
Tomate ronde/allongée				5	15	10	100	15	100	190	50	150	20	90	35	10	6kg	cagette
Salade	470	430	430	520	420	370	340	310	360	510	400		12 pc	cagette				

### **1.3. Modalité de fixation des prix**

L'établissement ne négocie pas les prix proposés par les producteurs à condition qu'ils soient en adéquation avec les prix du marché. Les producteurs qui livrent le magasin intègrent directement le franco de port dans leur prix de vente.

La marge (différence entre le prix de vente d'un produit et son coût de revient qui mesure le profit direct (« brut ») généré par la vente d'un produit) et le coefficient multiplicateur (rapport entre le prix de vente et le coût de revient, ce qui donne une idée du rapport entre le coût de revient et le prix de vente) pratiqués par l'établissement sont adaptés aux mercuriales dans la limite du possible. Ils sont respectivement de 34% et de 1,51. Ils sont moins forts sur les produits locaux.

### **1.4. Logistique de livraison**

L'établissement effectue ses commandes soit par téléphone, soit par l'intranet Occi'Bio de Biocoop. Les jours de livraison sont ensuite convenus avec chaque producteur.

Deux modalités de livraison sont possibles : les producteurs livrent eux-mêmes, les livraisons sont assurées par la société Agriflux (cf. fiche de présentation du réseau Biocoop).

## **2. Modalités d'engagement**

### **2.1. Procédure de référencement**

La procédure de référencement correspond à celle du réseau Biocoop (cf. fiche de présentation du réseau Biocoop). La première prise de contact doit être initiée par les producteurs.

### **2.2. Forme de l'engagement**

Aucun engagement ne lie l'établissement au producteur. Le producteur propose sa production selon le rythme des livraisons qui lui a été déterminé et le magasin commande en fonction de ses besoins.

## **3. Communication externe**

Pour communiquer sur ces produits locaux, le magasin dispose de la signalétique en rayon. Les producteurs peuvent également intervenir et y proposer des animations ou mettre des fiches à la disposition des clients.

Les produits locaux sont valorisés auprès des clients par des échanges informels.

# Biocoop "De Lauragais" à VILLEFRANCHE-DE-LAURAGAIS



2 Pl. des Cerisiers 31290  
Villefranche-de-Lauragais



Société Coopérative  
d'Intérêt Collectif  
(SCIC)



Sylvain  
Responsable du rayon Fruits et légumes  
[magasin@biocoopdelauragais.fr](mailto:magasin@biocoopdelauragais.fr)  
05 62 52 10 69

Le magasin est ouvert depuis septembre 2021.

Site internet : [www.biocoopdelauragais.fr](http://www.biocoopdelauragais.fr)

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les approvisionnements du magasin proviennent à 90% de la plateforme et à 10% de producteurs locaux. Le rayon Fruits et légumes est fourni par 2 maraîchers locaux.

### 1.2. Besoin en légumes

Lors de l'enquête, le magasin recherchait des producteurs pour fournir les choux et les champignons. A titre indicatif le magasin écoule environ 100 salades par semaine.

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Les prix sont proposés par les producteurs et doivent être cohérents par rapport aux tarifs de la plateforme Biocoop.

pas dans le magasin.

### 1.4. Logistique de livraison

La communication des produits disponibles et la livraison sont effectués par les maraîchers.

## 2. MODALITÉS D'ENGAGEMENT

### 2.1. Procédure de référencement

Les maraîchers intéressés contactent directement le responsable du rayon Fruits et légumes. La procédure de référencement correspond à la procédure classique du réseau Biocoop.

## 3. COMMUNICATION EXTERNE

Les producteurs locaux mis en avant dans le magasin et par le biais des outils de communication Biocoop. Les maraîchers n'interviennent

## FICHE 6

# Biocoop "Pays'en Bio" à CASTELNAUDARY



120 Av. Monseigneur  
de Langle  
11400 Castelnaudary



Société Coopérative  
d'Intérêt Collectif  
(SCIC)



Alexandre  
Responsable du rayon Fruits et légumes  
04 68 23 81 68  
[producteurs@paysenbio.coop](mailto:producteurs@paysenbio.coop)  
[commande@paysenbio.coop](mailto:commande@paysenbio.coop)

L'établissement a été créé en 2013 et emploie aujourd'hui 9 personnes. Pour l'année 2022, son chiffre d'affaires s'élève à **2 millions d'euros**.

L'établissement contribue aux approvisionnements de deux lycées de Castelnaudary. Il participe par ailleurs au diagnostic en cours concernant la création d'une plateforme logistique d'approvisionnements pour la restauration collective de la communauté de communes.

## 4. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 4.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Pour ses approvisionnements, l'établissement répond à la charte d'approvisionnements du réseau Biocoop.

Il travaille au cours de l'année avec 25 à 30 producteurs et la coopérative agricole du Pays de Sault. L'établissement organise 4 réunions par an concernant les approvisionnements dont deux d'entre elles portent sur la planification : la première a lieu au mois de janvier ou février et est réservée aux coopérateurs qui ont la priorité sur les approvisionnements, les suivantes conviennent les producteurs non sociétaires.

En 2021, 50% des approvisionnements en légumes étaient locaux (dans un périmètre de 150 km autour de l'établissement) et ceux-ci évoluent de façon croissante.

Pour les variétés de légumes qui sont difficiles à produire sur le territoire (brocolis, choux fleur) et dont les ventes ne sont pas attractives, l'établissement privilégie les achats auprès de la plateforme Biocoop qui fournit des légumes plus attrayants et plus calibrés. Pour d'autres variétés (choux verts lisses et rouges), les approvisionnements locaux sont majoritaires.

### 4.2. Besoin en légumes

Lors de l'enquête et pour l'année 2022, l'établissement a exprimé la recherche des légumes suivants qui n'étaient peu ou pas fournis par ses producteurs-fournisseurs locaux : choux, brocolis, patates douces, oignons, céleris.

Le tableau ci-dessous présente les volumes achetés par quinzaine pour certains légumes et précise ceux achetés auprès de producteurs locaux (cases bleues).

Tableau : Besoins en légumes

	Volumes (kg)																						
	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc											
<b>Chou</b>	100 choux / semaine																						
<b>Brocoli</b>	176	137	150	191	124	11	90	96	83	162	104	24	166	10	65								
<b>Patate douce</b>	74	102	155	0	94	0	194	0	171	0	114	0	65	0	65	0	94	0	10	97	103	54	10
<b>Oignon</b>	0	192	0	223	82	155	123	0	158	146	128	87	36	0	115	16	131	43	124	54			
<b>Céleri</b>	0	5	0	35	0	48	40	7	24	21	13	8	22	3	49	22	24						
<b>Tomate ronde autonome</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	156	485	443	148	78	109	0	0							
<b>Carotte</b>	appro local : 2020: 3 tonnes ; 2021: 2 tonnes																						

### 4.3. Modalité de fixation des prix

Les 4 réunions organisées durant l'année permettent par ailleurs de déterminer et discuter les volumes et prix (mini et maxi). Dans leur prix de vente, les producteurs intègrent le franco de port. Concernant l'établissement, il applique un coefficient multiplicateur (rapport entre le prix de vente et le coût de revient, ce qui donne une idée du rapport entre le coût de revient et le prix de vente) de 1,25 et une marge (différence entre le prix de vente d'un produit et son coût de revient et mesure le profit direct (« brut ») généré par la vente d'un produit) de 20% brut sur l'offre locale.

### 4.4. Logistique de livraison

Ce sont les producteurs qui livrent eux-mêmes l'établissement en fonction du jour qui leur est attribué. Plusieurs maraichers livrant l'établissement, un roulement pour les livraisons a été mis en place.

## 5. MODALITÉS D'ENGAGEMENT

### 5.1. Procédure de référencement

La procédure de référencement correspond à celle du réseau Biocoop (cf. fiche de présentation du réseau Biocoop).

## 6. COMMUNICATION EXTERNE

L'établissement ne met pas en place de communication. En revanche, de nombreux échanges informels avec les clients permettent de valoriser les produits locaux.

## 7. La recommandation DU RESPONSABLE F&L

- ▶ Privilégier des légumes précoces et tardifs ;
- ▶ Faire un travail sur les choix variétaux ;
- ▶ Garantir et s'assurer de la qualité gustative des légumes.

## 8. CITATION D'UN PRODUCTEUR FOURNISSEUR

"Je livre Pays'en Bio quasiment toutes les semaines de l'année. C'est la Biocoop idéale, les producteurs sont réellement privilégiés et considérés. Il y a une réunion de planification et tous les producteurs (sociétaires ou pas) peuvent s'y retrouver"



# Biocoop « Tourne-sol » à Carcassonne



275 Bd Denis Papin  
11000 Carcassonne



Société coopérative  
et participative  
(SCOP)



Romain  
Responsable du rayon Fruits et légumes  
04 68 72 47 62  
[tourne-sol-fel@orange.fr](mailto:tourne-sol-fel@orange.fr)

Le magasin qui a été créé il y a plus de 25 ans a inauguré sa nouvelle adresse fin 2021.  
Le chiffre d'affaires de 2021 s'élevait à **3,5 millions d'euros**.  
Le rayon fruits et légumes emploie aujourd'hui 4 salariés.

Site internet : <https://www.tourne-sol-biocoop.fr/>

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Le rayon Fruits et légumes est approvisionné par 51 producteurs dont une trentaine sont des producteurs locaux avec lesquels les échanges sont permanents et parmi lesquels 13 sont maraichers.

Une réunion de planification s'organise en novembre avec les producteurs et les potentiels nouveaux producteurs. Elle s'appuie sur les quantités globales de produits qui ont été vendus et permet ainsi de proposer la répartition entre les producteurs. La dernière réunion de planification a rassemblé une dizaine de maraichers.

Les surplus de production ne sont pas acceptés pour les producteurs qui ne sont pas référencés.

### 1.2. Besoin en légumes

Lors de l'enquête, le magasin recherchait des maraichers pour les légumes présentés en couleur ci-dessous. Les volumes n'ont cependant pas pu être communiqués car ils nécessitent une extraction fastidieuse de la base de données. Les prix présentés donnent

néanmoins une idée des prix auxquels le magasin achète les légumes aux maraichers locaux.

Tableau : Prix et besoins des légumes

	Prix d'achat aux maraichers (€/kg)
Patate douce	1,9
Chou-fleur	1,8
Cèleri Rave	2,3
Brocoli	2,7
Cèleri branche	2,3
Chou de Bruxelles	7
Chou chinois	2,5
Chou romanesco	2,8
Chou rouge / Vert	1,9
Fenouil	3
Poivron	3,5
Radis Noir	2,9

« Ça serait bien que les producteurs décalent leurs semis pour avoir des légumes le plus longtemps possible car en période de vacances estivales, le magasin a la demande la plus faible. »

Romain, responsable du rayon Fruits et légumes de

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Les prix sont fixés en novembre lors de la réunion de planification. Les producteurs y déterminent d'un commun accord deux types de prix : celui de début de saison et de milieu de saison.

Le magasin applique un coefficient multiplicateur de 1,3 à 1,4 sur les produits de producteurs locaux et de 1,6 aux produits achetés à la plateforme.

Afin de pouvoir écouler leurs produits, un effort est fait de la part de maraîchers et Biocoop.

### 1.4. Logistique de livraison

Les producteurs ont chacun un jour fixe de livraison attribué et livrent directement le magasin. Bien qu'une planification soit réalisée en amont, le magasin commande aux producteurs deux jours en amont du jour de livraison souhaité et par téléphone.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

La procédure de référencement est la procédure classique à Biocoop ; les maraîchers s'adressent directement à l'établissement.

### 2.2. Format de l'engagement

Des volumes n'ayant pas pu être assurés par le passé, la contractualisation n'est plus mise en place.

## 3. Communication externe

Pour valoriser les producteurs locaux, le magasin organise des expositions photos, met des fiches recette à disposition, diffuse des informations sur les réseaux sociaux et affiche des portraits de producteurs en magasin. Il souhaite néanmoins renforcer cette communication.

*"Les producteurs doivent veiller à être rigoureux sur les bons de livraisons et sur leur facturation."*

*Romain, responsable du rayon Fruits et légumes de la Biocoop de Carcassonne*

## La VERTE d'Oc à MIREPOIX



1 cours du Docteur Chabaud  
09500 Mirepoix



Association appartenant à la coopérative Biomonde



Alesio FERRONI GONZALEZ  
Responsable magasin

05 34 01 70 73

[lavertedoc@gmx.fr](mailto:lavertedoc@gmx.fr)

Le magasin La Verte d'Oc appartient au réseau **Biomonde qui est un groupement coopératif de magasins bio indépendants (non franchisés)**. Parmi les 170 magasins du réseau, 11 magasins se situent en Occitanie dont 2 en Ariège (Tarascon, Mirepoix), 2 en Haute-Garonne (Toulouse, Cadours) et 1 magasin dans l'Aude (Quillan).

Le magasin de Mirepoix est **ouvert depuis 2015** et a été repris par le propriétaire actuel en 2017. Aujourd'hui, il emploie 4 salariés à temps plein.

Le chiffre d'affaires s'élève en moyenne à **700 000€ dont 10% pour fruits et légumes bio** (local et plateforme) **dont 5% correspondent aux légumes locaux** qui sont en constante augmentation. **La part des légumes dans les achats représente environ 8 000€ par mois.**

La clientèle du magasin est variée et majoritairement entre 40 et 70 ans avec un **panier moyen à 18 €**.

Site internet : [www.biomonde.fr/la-verte-d-oc,3,309](http://www.biomonde.fr/la-verte-d-oc,3,309)

### 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

#### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les approvisionnements proviennent de producteurs locaux et de 5 plateformes différentes dont Alter bio. Les produits locaux représentent 10% dont la majorité provient des légumes (4%).

Concernant les légumes locaux, le magasin se fournit auprès de 7 maraîchers dont 3 à 4 d'entre eux approvisionnent régulièrement le magasin et à tour de rôle. Sur l'année, 2 maraîchers sont constants : l'un livre en début de semaine et l'autre en fin de semaine. Par ailleurs, un projet de coopération est en cours de création avec des maraîchers locaux.

Les surplus de légumes sont acceptés.

Afin d'« annoncer » aux clients le choix et les prix des légumes locaux de saison qui sont à venir, environ 1 mois avant, le responsable du magasin achète les mêmes légumes à la plateforme.

#### 1.2. Besoin en légumes

Des variétés particulières comme des courgettes jaunes, des carottes colorées, des aubergines blanches ou des tomates green zebra ou tomates hybrides F1 sont particulièrement recherchées par le magasin.

A titre indicatif, les besoins en fruits et légumes du magasin représentent environ 8 hectares de surface. Le tableau ci-dessous présente les légumes et leurs volumes qui ont été commandés chaque semaine en saison par le magasin pour l'année passée.

Les magasins de Tarascon, Toulouse, Albi, Quillan, Lavaur et Port-Leucate pourraient également être intéressés par la production de l'espace test agricole d'Embarou.

Tableau : Légumes commandés en 2022

	Volumes commandés (kg/semaine)
<b>Aubergine</b>	20
<b>Poivron</b>	40
<b>Tomate</b>	120 à 140
<b>Courgette</b>	50
<b>Concombre</b>	30 à 40
<b>Pomme de terre</b>	50
<b>Chou</b>	25
<b>Courge</b>	25
<b>Oignon</b>	40
<b>Carotte</b>	40 à 60
<b>Fenouil</b>	7 à 12
<b>Salade</b>	centaine
<b>Epinard</b>	10 à 15
<b>Mâche</b>	15
<b>Poireau</b>	10 à 15

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Les prix sont fixés par les producteurs, le magasin ne discute pas. Ils doivent être cohérents avec le marché et prendre en compte l'ensemble des coûts logistiques et être rémunérateurs.

Le coefficient appliqué par le magasin est le même pour tous les légumes, soit 1,43 à 1,45.

*"Ils sont maîtres de leurs prix, il ne faut pas baisser face aux plateformes."*

*"Quand un maraîcher vend à un magasin bio, le maraîcher doit prendre en compte la livraison. Le prix doit être cohérent par rapport à tout le monde."*

### 1.4. Logistique de livraison

Chaque maraîcher choisit son jour de livraison et livre une fois dans la semaine. Si le magasin a des demandes supplémentaires, la ramasse est possible.

Le producteur avertit le magasin de son jour de livraison 2 jours avant.

Le magasin transmet ses besoins aux producteurs le mardi et les commandes sont passées auprès des maraîchers locaux en général dès le mardi soir. Il complète ensuite ces achats auprès de la plateforme le vendredi.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

Au niveau du réseau Biomonde, 3 niveaux de référencement existent :

- ▶ Référencement au niveau du réseau Biomonde
- ▶ Référencement au niveau régional (les prix sont "libres" sans négociation, négociation seulement du franco et de promotions selon si surproduction)
- ▶ Référencement par magasin : les maraîchers intéressés doivent se rapprocher du responsable de magasin.

### 2.2. Format de l'engagement

A ce jour, le magasin n'a pas mis en place la contractualisation mais l'envisage pour le lancement d'un nouveau maraîcher. Le maraîcher devra transmettre sa certification et son RIB. Un engagement sur la quantité et le prix sera signé.

## 3. Communication externe

Le personnel du magasin entretient des liens étroits avec sa clientèle qui est déjà sensibilisée aux enjeux environnementaux, notamment par le biais d'information informelle.

## 4. La recommandation du responsable magasin

- ▶ Se diversifier en termes de productions et de débouchés ;
- ▶ Prévoir des productions complémentaires entre les maraîchers ;
- ▶ Avoir du volume ;
- ▶ Attention aux prix proposés pour qu'ils soient alignés avec ceux proposés par les maraîchers actuels (qui fonctionnent sans subventions).

## So.BIO à Pamiers



Av. de la Bouriette  
09100 Pamiers



Enseigne de  
magasins franchisés



Frédéric LABAN  
Responsable magasin  
05 34 02 55 55  
[pamiersdirecteur@sobio.fr](mailto:pamiersdirecteur@sobio.fr)

Le magasin So.bio de Pamiers a été créé en **2015** et appartient au réseau d'enseignes So.bio qui regroupe 76 magasins franchisés. Bien qu'en 2018, l'enseigne So.Bio ait rejoint le groupe Carrefour, **les magasins sont indépendants et autonomes dans leur organisation et modes de fonctionnement.**

Site internet : <https://www.sobio.fr/magasin/so-bio-pamiers>

### 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

#### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les achats sont réalisés auprès de deux plateformes nationales (Pronadis et Pronatura) et sont complétés par des achats auprès de producteurs locaux (82 producteurs locaux dont 5 en légumes).

L'enseigne So.bio étend le périmètre du "local" à 100 km mais le magasin de Pamiers le restreint au département d'Ariège.

Concernant les approvisionnements en légumes bio, ceux-ci doivent être de saison. Les productions cultivées sous serre chauffées ne sont pas acceptées.

L'offre en magasin est adaptée en fonction des produits des producteurs. Une réunion entre les producteurs-fournisseurs est organisée 1 fois par an. Par ailleurs, lorsqu'il est en capacité, le magasin accepte les surplus dès lors que le producteur concerné est référencé. Dans ce cas, le responsable du magasin de Pamiers renvoie également vers d'autres magasins situés dans la région toulousaine (Muret, Fonsorbes, Toulouse,

Launaguet) mais ces magasins suivent difficilement en raison des prix trop élevés.

#### 1.2. Besoin en légumes

Lors d'une prise de contact en décembre 2022, le magasin couvrait tous ses besoins en légumes locaux et ne recherchait pas de maraîchers locaux pour compléter son offre.

#### 1.3. Modalité de fixation des prix

Le magasin s'appuyant sur les mercuriales du marché, les prix de vente sont adaptés quotidiennement. Concernant les prix de vente des légumes, bien que ce soit les producteurs qui donnent leurs prix, ceux-ci doivent être cohérents avec le marché.

Les marges appliquées par le magasin sont réduites pour les produits locaux.

Lorsque les producteurs ont des surplus, un arrangement est passé entre le producteur pour qu'il baisse ses prix afin que le magasin puisse lui acheter en quantité.

#### 1.4. Logistique de livraison

Le magasin effectue des commandes quotidiennement aux plateformes et les adapte en fonction des produits disponibles des producteurs locaux. Lorsque les

producteurs locaux ont beaucoup de stock qu'ils doivent écouler, le magasin les prend autant qu'il peut les stocker.

Les livraisons sont en général effectuées le matin mais le magasin s'adapte aux producteurs.

Lorsque plusieurs producteurs ont des surplus qu'ils doivent livrer dans un magasin de la région toulousaine, ils mutualisent le trajet en regroupant leurs produits et un seul d'entre eux effectue le trajet.

## **2. Modalités d'engagement**

### **2.1. Procédure de référencement**

Le référencement s'établit au niveau national :

1. Prise de contact avec le responsable du magasin.
2. Transmission du relevé d'identité bancaire (RIB) et de la certification Agriculture biologique au responsable du magasin. Celui-ci transmet la demande au référent "producteurs" de l'enseigne So.bio qui visitera la ferme.

### **2.2. Format de l'engagement**

Le producteur signe un contrat de 3 ans avec le magasin qui n'implique aucune clause d'exclusivité pour le producteur.

## **3. Communication externe**

Le magasin valorise les produits locaux lors de l'évènement "Producteurs locaux" organisé au mois de septembre avec les producteurs qui sont présents en magasin. Les provenances sont également indiquées dans les rayons.

Au niveau des magasins locaux et du réseau national, les produits sont présentés à travers de films.

## ÉTHIQUE VERTE / NATURALIA à RAMONVILLE, VILLEFRANCHE, CUGNAUX, TOULOUSE



### NATURALIA TOULOUSE LION

25 rue des frères Lion  
31000 Toulouse  
05 61 26 87 21

### ETHIQUE VERTE RAMONVILLE

106 Av. Tolosane  
31520 Ramonville Saint-Agne  
05 61 75 66 86

### ETHIQUE VERTE CUGNAUX

25 chemin Petit Jean  
31270 Cugnaux  
05 82 95 69 30

### ETHIQUE VERTE VILLEFRANCHE

ZA Borde Blanche  
31290 Villefranche-de-L  
05 34 43 34 88



Christophe LADEVANT  
Responsable secteur régional Naturalia  
en charge de la région toulousaine

06 10 91 40 10

[cladevant@naturalia.fr](mailto:cladevant@naturalia.fr)



Enseigne de magasins  
franchisés Naturalia

L'enseigne Ethique Verte a été rachetée par Naturalia en 2021. En région toulousaine, 4 magasins sont franchisés : Ramonville Saint-Agne, Villefranche-de-Lauragais, Cugnaux qui ont conservé l'enseigne Ethique Verte, et Toulouse sous l'enseigne Naturalia.

Le panier moyen est de 30 à 35€ à Villefranche-de-Lauragais et de 28 à 30€ dans les magasins de Cugnaux et Ramonville Saint-Agne.

Site internet : <https://www.naturalia.fr/>

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

D'après le cahier des charges de Naturalia, au moins 80% des approvisionnements doivent provenir des plateformes de l'enseigne.

Aujourd'hui, les approvisionnements des magasins proviennent pour plus de 90% de la plateforme Naturalia, ainsi que de fournisseurs extérieurs.

Les magasins Naturalia de la région toulousaine se fournissent très peu auprès de producteurs locaux. Les 20% des approvisionnements qui ne doivent pas être couverts par les produits des plateformes Naturalia pourraient permettre d'intégrer des

produits locaux. Le périmètre local est limité 150 km.

### 1.2. Besoin en légumes

Lors de l'enquête, le magasin recherchait des producteurs pour l'ensemble des espèces de légumes. Aucune donnée chiffrée n'a été transmise.

Il est recommandé aux producteurs qui souhaitent fournir les enseignes Naturalia de la région toulousaine de cibler les magasins de Toulouse, Cugnaux et Ramonville Saint-Agne qui commandent des volumes plus importants que le magasin de Villefranche-de-Lauragais.

« Le franco de port étant difficilement atteignable avec des légumes, n'hésitez pas à proposer d'autres produits, notamment en partenariat avec d'autres producteurs ou fournisseurs. »

Christophe Ladevant, responsable

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Les prix proposés par les producteurs doivent être cohérents avec les prix de la mercuriale de la plateforme Naturalia qui est publiée chaque semaine. Le prix final est déterminé par le chef du rayon et le chef de secteur en fonction des attentes de l'enseigne Naturalia.

Le coefficient multiplicateur appliqué est de 1,60 à 1,65 lorsqu'il n'y a que peu de pertes et de 1,70 à 1,75 les pertes sont importantes sur les légumes reçus.

### 1.4. Logistique de livraison

Les producteurs communiquent les produits disponibles le lundi, mercredi, vendredi matin au plus tôt, voire le mardi et jeudi soir en fin journée. Le magasin effectue les commandes à ce moment-là.

Le magasin ne prévoit pas de ramasse chez les producteurs qui doivent donc livrer le magasin avec lequel il fonctionne, le mardi ou le vendredi.

Pour faciliter la logistique de livraison, le magasin peut proposer un roulement avec les caquettes des producteurs en les gardant en magasin.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

Pour les producteurs intéressés, la procédure de référencement est la suivante :

1. Prise de contact avec le responsable secteur régional Naturalia
2. Les coordonnées du producteur sont saisies dans la plateforme "approvisionnements" de l'enseigne Naturalia et la demande de référencement est transmise au service des achats.
3. Le service des achats transmet un dossier au producteur

### 2.2. Format de l'engagement

L'engagement avec les producteurs est contractualisé.



# La BORIETA à Carcassonne



385 Bd Denis Papin  
11000 Carcassonne



Association



04 68 25 86 65

[boutiquelaborieta@ouvaton.org](mailto:boutiquelaborieta@ouvaton.org)

Maraîcher référent : Franck Van Der Wal  
06 38 22 74 49 / [franck.vanderwal@gmail.com](mailto:franck.vanderwal@gmail.com)

La "Borieta" est un **dépôt-vente paysan 100% bio ou conversion** qui est ouvert depuis **février 2019**. Elle appartient au **réseau "Boutique paysanne"** qui correspond à des points de vente collectifs tenus et gérés par des paysans qui vendent sans intermédiaire les produits de leurs fermes aux consommateurs. **Chaque producteur cotise et une commission est prélevée sur les ventes réalisées.**

La boutique de Carcassonne propose une gamme complète de produits alimentaires. Elle rassemble **62 fermes** qui se répartissent sur 3 catégories : permanents (12 fermes), sympathisants (18 fermes), déposants (32 fermes).

- Les "permanents" doivent tenir une permanence d'une demi-journée par semaine et participer à une réunion par mois. Ils s'engagent au minimum pour 1 an. La commission prélevée est de 20% et la cotisation est de 500€ par an.
- Les "sympathisants" assurent une permanence par mois. Ils s'engagent au minimum 1 an. La commission prélevée est de 25% et le chiffre d'affaires réalisé à la boutique est limité à 1 000€ par mois.
- Les "déposants" effectuent une permanence par semaine. La commission prélevée est de 30% et ils cotisent à hauteur de 20€ par an.

Chaque maraîcher est en charge de ses produits : ils gèrent la quantité qu'ils déposent, les prix qu'ils fixent et ils s'occupent de leur présentation en rayon. Si une production n'est pas vendue, elle n'est pas payée au producteur. **Les ventes à la boutique représentent 60 à 75% du chiffre d'affaires des maraîchers.**

Pour l'année 2021, le **chiffre d'affaires s'élève à 600 000 € dont 1/3 correspond aux fruits et légumes.**

La boutique emploie par ailleurs 1 salariée.

Site internet : <https://boutiquelaborieta.fr/>

## 1. APPROVISIONNEMENTS en LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Chaque magasin du réseau "Boutique paysanne" doit répondre au cahier des charges du réseau. Les produits doivent être cultivés dans un rayon de 80 km du magasin.

Ils doivent être labellisés Agriculture Biologique ou Nature & Progrès. Les produits en conversion sont également acceptés.

Les producteurs organisent une réunion de planification entre septembre et novembre pour l'année à venir. Deux maraîchers ne peuvent pas proposer le même légume. Aujourd'hui, 9 maraîchers fournissent les légumes. Parmi eux, 4 sont permanents et prioritaires, 1 sympathisant et 4 sont déposants.

## 1.2. Besoin en légumes

Lors de l'enquête, la boutique n'avait pas de besoins de nouveaux légumes et ne recherchait pas de nouveaux maraîchers. Le tableau ci-dessous indique les volumes moyens des légumes qui ont été vendus en 2022 et les prix de vente associés.

Tableau : Volumes et prix des légumes vendus en 2022

	Volumes moyens (kg)	Prix de vente moyens
<b>Pomme de terre</b>	3 650	2,80 €/kg
<b>Poireau</b>	1 500	3,50 €/kg
<b>Carotte vrac</b>	2 700	3,10 €/kg
<b>Carotte fane</b>	700 bottes	3 €/botte
<b>Chou-fleur</b>	1 000	2,90 €/kg
<b>Chou brocoli</b>	250	5 €/kg
<b>Chou cabus (vert)</b>	460	2,90 €/kg
<b>Chou rouge</b>	340	2,90 €/kg
<b>Chou frisé</b>	430	2,90 €/kg
<b>Chou romanesco</b>	140	3,60 €/kg
<b>Salade</b>	5600 pièces	1,20 €/pièce
<b>Navet</b>	780	2,80 €/kg
<b>Oignon conservation</b>	1 800	3 €/kg
<b>Oignon botte</b>	1500 bottes	2,60 €/kg
<b>Courgette</b>	2 000	2,80 €/kg
<b>Tomate</b>	3 700	3,10 €/kg
<b>Melon</b>	900	2,80 €/kg
<b>Pastèque</b>	600	2 €/kg
<b>Courge musquée</b>	850	2,80 €/kg
<b>Butternut</b>	1 300	3 €/kg
<b>Potimarron</b>	450	3,10 €/kg
<b>Radis botte</b>	1000 bottes	2,10 €/botte
<b>Mâche</b>	300	15 €/kg
<b>Haricot vert</b>	250	9,20 €/kg
<b>Epinard</b>	160	6 €/kg
<b>Betterave</b>	450	2,60 €/kg
<b>Blette</b>	400	3,80 €/kg

## 1.3. Modalité de fixation des prix

Chaque producteur étant responsable de ses propres produits, il fixe son prix de vente TTC. L'accord sur les prix est implicite entre les producteurs.

Une commission est prélevée sur les ventes réalisées selon la catégorie à laquelle appartient le producteur : 20% pour les membres "permanents", 25% pour les membres "sympathisants" et 30% pour les membres "déposants".

## 1.4. Logistique de livraison

Les commandes pour réassort se font par l'intranet ou par appel. L'intranet est également utilisé pour créer les bons de livraison, les factures ou encore comptabiliser les ventes. Les produits sont livrés par les producteurs.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

Les producteurs contactent directement la boutique et adhèrent d'eux-mêmes. Les producteurs qui souhaitent devenir membre permanent ont la possibilité de tester le fonctionnement de la structure pendant un an avant de s'engager.

Lorsqu'ils s'engagent, une fiche est pré-saisie pour chaque producteur. La ferme est visitée puis le collège valide l'engagement.

### 2.2. Format de l'engagement

Les producteurs "permanents" et "sympathisants" s'engagent au minimum pour 1 an.

## 3. Communication externe

Des photos de producteurs sont affichées dans la boutique. La communication est en développement, notamment sur les réseaux sociaux.

# TERROIRS ARIÈGE PYRÉNÉES à PAMIERS



ZI de PIC rue Henry FABRE  
09100 PAMIERS



Société Coopérative d'Intérêt  
Collectif (SCIC)



Sylvie FEUILLERAT  
Responsable commerciale  
06 75 47 96 51

[terra.plateforme@gmail.com](mailto:terra.plateforme@gmail.com)

Philippe BEAUFORT  
Directeur de la coopérative  
06 42 92 49 32

[philippe.beaufort@ariege.chambagri.fr](mailto:philippe.beaufort@ariege.chambagri.fr)

**Créée en 2011**, la plateforme "Terroirs Ariège Pyrénées" distribue des **produits ariégeois bio et conventionnels en Ariège auprès de la restauration hors domicile** (prioritairement restauration scolaire).

Le Conseil d'Administration se compose de 18 membres et l'équipe salariée de 3 personnes.

Sur les 11 premiers mois de 2022, "Terroirs Ariège Pyrénées" a réalisé un chiffre d'affaires de **987 371€ H.T.** A titre indicatif, sur l'année complète 2021, le chiffre d'affaires s'élevait à 1,1 million d'euros H.T (dont 142 000 € d'opération spéciale "paniers solidarité Région" non renouvelée en 2022) dont 45% concernaient les produits bio.

La plateforme fournit **46 clients en moyenne par mois** qui sont majoritairement des cuisines centrales (40%), des collèges (25%) et lycées ainsi que des EHPAD, des restaurants commerciaux et des sociétés de restauration collective. Suite à un accord avec le Département de l'Ariège, **"Terroirs Ariège Pyrénées" approvisionne la légumerie départementale de Laroque d'Olmes et commercialise les légumes transformés en fraîche découpe pour les collèges.** L'ouverture aux clients hors collèges en 2023 donne une **prévision de transformation de 25 tonnes supplémentaires.**

Site internet : [terroirs-ariege-pyrenees.jimdofree.com](http://terroirs-ariege-pyrenees.jimdofree.com)

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les légumes produits en Ariège respectent la saisonnalité. Aucun label n'est privilégié.

Les lots doivent être homogènes et de calibre plutôt gros. Les légumes doivent être lavés (sauf les pommes de terre).

Les légumes biologiques sont à 80% fournis par des maraichers ariégeois et le reste en achats complémentaires auprès de

grossistes pour certains légumes manquants sur le département ou selon la période.

### 1.2. Besoin en légumes

Le tableau ci-dessous indique les besoins en légumes de « Terroirs Ariège Pyrénées » qui étaient insuffisamment fournis par les producteurs d'Ariège en 2021. Les besoins en légumes bio de "Terroirs Ariège Pyrénées" sont aujourd'hui de mieux en mieux couverts par le collectif des maraichers coopérateurs qui s'est organisé et que l'association CASTA

a rejoint en 2022. Le planning d'approvisionnements est travaillé deux fois par an avec les producteurs, en novembre et éventuellement en février/mars à leur demande ou au gré des différentes crises et de l'inflation. Le tableau ci-dessous indique les quantités prévisionnelles en légumes bio et conventionnels destinés à « Terroirs Ariège Pyrénées » et à la légumerie départementale. Les besoins de la plateforme étant conditionnés par la croissance de l'approvisionnement local dans la restauration scolaire du département (dont les marges de manœuvre sont très importantes) ainsi que par la mise en marché sur d'autres secteurs que la RHD, la structure n'est pas en mesure d'estimer précisément ses futurs besoins.

**A titre indicatif, en 2022, les achats en légumes biologiques et conventionnels représentaient 200 000 € et 115 tonnes dont 56 tonnes de légumes biologiques (pommes de terre comprises). Sur ces 56 tonnes, 45 tonnes provenaient des producteurs locaux et 11 tonnes des grossistes. Les lignes de développement que se donne la structure pour 2023-2024 sont les suivantes :**

- Substituer à terme 80% des grossistes bio (+10 tonnes) ;
- Répondre à une prévision de croissance d'activité annuelle de 10% (+ 5 à 6 t / an) ;
- Assurer la fourniture pour le nouveau quota de 25 t en légumerie départementale (+ 25t / an) ;
- Substituer 20% par an des légumes conventionnels par de l'AB (+ 10 t / an) ;

Ce qui donne **une augmentation de 50 t/an.**

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Une commission des prix est organisée au sein de la coopérative au cours de laquelle un prix de référence est établi pour la saison.

Les prix sont révisés seulement si une crise survient (comme en 2022 pour la première fois en 10 ans), sinon ils sont ajustés en cours d'année si besoin et selon les marges de manœuvre laissées par les marchés publics.

La plateforme applique un coefficient multiplicateur de 1,25 sur les achats, ce qui correspond à une marge commerciale de

20% sur les ventes. Pour compléter ces données, l'une des dernières mercuriales de la plateforme ci-dessous donne une idée de sa politique de prix.

### 1.4. Logistique de livraison

Les producteurs livrent les légumes à Pamiers directement à la plateforme. En lien avec la SETAK (partenaire local de "Terroirs Ariège Pyrénées"), il est également possible d'envisager la ramasse.

Dès la réception, l'agrèage des produits est effectué.

La plateforme dispose de chambres froides à 4°C et à 8°C pour les légumes fragiles, et a également la capacité de stocker des courges et des pommes de terre.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

L'intégration de nouveaux producteurs au sein de la coopérative se fait dans le respect des fournisseurs actuels. Pour qu'un maraîcher puisse fournir la plateforme, il doit être coopérateur au terme d'une "période d'essai" qui s'étend de 6 à 12 mois.

Pour cela, il doit proposer des produits qui sont attendus par les clients et pour lesquels la coopérative a des besoins.

### 2.2. Forme de l'engagement

L'engagement se fait sur la base d'un document écrit. Aujourd'hui, la contractualisation n'est pas faite mais des réflexions sont en cours sur certains légumes.

## 3. Communication externe

Une communication et mise en valeur est faite auprès des clients concernant les producteurs locaux bio, ainsi qu'une sensibilisation concernant les prix.

	Besoins en légumes en 2021 (kg)													Qtés prévi. destinées à TAP pour 2022 (kg)	Qtés prévi. légumes conventionnels destinées à légumerie pour 2022 (kg)
	Sept 2020	Oct 2020	Nov 2020	Déc 2020	Janv 2021	Fév 2021	Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juil 2021	Août 2021	Sept 2021		
<b>Aubergine</b>		25								320				1 000	2 300
<b>Brocoli</b>							132								
<b>Carotte</b>	1040			1100	1741	685	967		348	80				12 000	8 000
<b>Cèleri rave</b>	40													800	
<b>Chou chinois</b>					118										
<b>Concombre</b>	306	27	55						90	290	112	81		1 200	
<b>Courge butternut</b>					180	48	13							500	
<b>Courge potimarron</b>				190	307	386	12							1 800	1 800
<b>Courgette</b>	1083	233							467	302	280	235		3 000	4 300
<b>Endive</b>				4	5	51	120								
<b>Mâche</b>				7	1										
<b>Oignon jaune</b>						140	280	130	220	230				2 800	6 500
<b>Patate douce</b>					183	131	96							1 200	
<b>Salade</b>	348	612	562	172	366			300						6200 pièces	
<b>Betterave</b>	VOLUMES SUFFISAMMENT FOURNIS PAR LES PRODUCTEURS D'ARIEGE EN 2021													1 000	
<b>Chou blanc/lisse</b>														1 200	
<b>Chou-fleur</b>														500	2 200
<b>Chou frise</b>														800	
<b>Chou rouge</b>														500	
<b>Navet</b>														1 500	
<b>Panais</b>														900	350
<b>Poireau</b>														1 300	
<b>Poivron</b>														700	
<b>Pdt conservation</b>														12 000	20 000
<b>Radis</b>														120 bottes	
<b>Tomate</b>														3 000	

32 AV. General de Gaulle 09000 FOIX

Tel 06 75 47 96 51 mail : terra,plateforme@gmail.fr

Legumes BIO locaux		TARIF	Sem 50/51	
		Condit.		pvht
Salades		12 pièces		1,08 €
Scarole		8 pieces		1,25 €
chicoré	nouveau	5 kg		2,57 €
Mache		1 kg		9,43 €
Mesclum		1 kg		8,75 €
Aneth		5 bottes		1,06 €
Persil plat	12 bottes	6 bottes		1,00 €
Champignon de Paris brun, Pied coupé,		2 kg	lot/garonne	11,14 €
Betterave		5 kg		1,93 €
Betterave cuite 14X 500 gr		7 kg		4,31 €
Blette		5 kg		2,60 €
Brocoli		6 kg	france	6,69 €
Carotte		10 kg		1,93 €
carotte couleur		7 kg		2,06 €
Celeri branche		5 kg		3,00 €
Celeri rave		8 kg		3,00 €
Chou blanc "lisse"		8 kg		2,06 €
Chou chinois		8 kg		2,60 €
Chou fleur colis 8 pieces		8 pieces	france	28,29 €
Chou rave		5 kg		2,57 €
Chou Rouge		5 kg		2,31 €
Courge Butternut ou Potimarron		10 kg		1,89 €
Courge Musqué ou longue de nice		10 kg		1,55 €
Endive		5 kg	France	5,49 €
Epinard		5 kg		3,90 €
Fenouil		5 kg		2,75 €
Navet		7 kg		1,93 €
Navet Jaune		7 kg		2,06 €
Panais		5 kg		2,83 €
Patate douce orange		13 kg		2,83 €
Patate douce violette à chair blanche		7 kg		3,12 €
Poireau		5 kg		2,57 €
poivron vert		5 kg		3,86 €
Radis noir ou blanc		5 kg		1,93 €
Rutabaga		7 kg		1,87 €
<b>Pomme de terre "grenaille"</b>	<b>PROMO</b>	<b>10 Kg</b>	<b>PROMO</b>	<b>1,63 €</b>
Pomme de terre		10 kg		1,55 €
Ail sec 5 kg 40/60 60/80		5 KG	gers	10,29 €
Echalotte		5 KG	france	4,29 €
Oignon Jaune ou Rouge		10 kg		1,89 €

FIN SAISON

# MANGER BIO OCCITANIE-PYRÉNÉES à TOULOUSE



## Plateforme de Tarbes

28 Av. de la Libération Août  
1944 65000 Tarbes

## Plateforme de Toulouse

146 Av. des États-Unis  
boîte N°39 31200 Toulouse



Société  
coopérative d'intérêt  
collectif (SCIC)



Aline BERTHIER

Directrice

06 73 57 16 01

[restobio65@free.fr](mailto:restobio65@free.fr)

"Manger Bio Occitanie-Pyrénées" est une **plateforme logistique et commerciale de produits alimentaires bio locaux**, adhérente au Réseau Manger Bio.

Créée en 2004 à Tarbes d'abord sous le nom de Resto Bio 65, elle est depuis 2022 également implantée à Toulouse. Elle possède désormais deux plateformes : la plateforme historique à Tarbes dans un entrepôt de la STEF et une plateforme située au MIN de Toulouse dans les locaux de "Produit sur son 31" à qui elle sous-loue les locaux et confie la prestation logistique.

Les sociétaires de la SCIC sont répartis en collèges : producteurs, salariés, distributeurs, acteurs territoriaux (groupements d'agriculteurs bio, Réseau Cocagne), comités d'entreprises et bénévoles. L'équipe salariée représente 4,5 Equivalents Temps Plein.

Le débouché principal de la plateforme est la **restauration collective** : essentiellement des cuisines centrales, EHPAD, associations, collèges et lycées. Lors de l'enquête, la plateforme comptait **26 clients répartis en Ariège et Haute-Garonne**.

Site internet : [restobiomidipyrenees.mbim.fr](http://restobiomidipyrenees.mbim.fr)

## 1. APPROVISIONNEMENTS en LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les légumes proposés par la plateforme sont issus de l'agriculture biologique uniquement (si possible du commerce équitable notamment pour les fruits exotiques). Ils doivent provenir en priorité de Haute-Garonne et de ses départements limitrophes (Ariège, Hautes-Pyrénées, Gers et éventuellement Tarn et Tarn-et-Garonne). Une forte attention est à porter sur les calibres des légumes La plateforme effectue ses achats en gré à gré. Lors de l'enquête, elle

s'approvisionnait en légumes bio auprès de la plateforme « Aux Saveurs du Quercy », de "Biocoop Restauration" ainsi que d'un groupement de maraichers situé dans la région de Tarbes mais dont les légumes permettaient d'approvisionner seulement les clients locaux.

**La plateforme souhaite faire évoluer ses approvisionnements, notamment en relocalisant les achats réalisés à "Biocoop Restauration" et en travaillant avec des maraichers qui produisent de plus gros volumes.**

### 1.2. Besoin en légumes

Le tableau ci-dessous indique les volumes en légumes que la plateforme a commandés en 2021. La répartition mensuelle n'a pas pu être

précisée car la base de données de la plateforme n'inclue pas ce détail.

Les besoins concernent tous les légumes de saison. La structure étant en développement, elle n'a pas assez de visibilité sur les volumes futurs nécessaires.

Tableau : Légumes commandés en 2021

	Volumes commandés en 2021 (kg)
<b>Carotte</b>	4920
<b>Pomme de terre</b>	4341
<b>Poireau</b>	3110
<b>Courgette</b>	1047
<b>Tomate</b>	875
<b>Oignon</b>	839
<b>Céleri rave</b>	953
<b>Courge diverse</b>	479
<b>Champignon</b>	454
<b>Chou divers</b>	390
<b>Concombre</b>	379
<b>Salade</b>	500 unités
<b>Poivron</b>	210

### 1.3. Modalité de fixation des prix

Les producteurs fournissent leurs prix de vente indicatifs. C'est ensuite à partir des volumes dont a besoin "Manger Bio Occitanie-Pyrénées" et sur lesquels la plateforme peut s'engager que les prix peuvent être discutés et construits. Le producteur doit indiquer son seuil de commande attendu (en volume ou en valeur) pour justifier d'une livraison sur site.

Les prix et marges sont travaillés au plus juste avec les fournisseurs pour les marchés publics (lorsque les flux sont identifiés).

La plateforme applique une marge de 20 à 25% ou plus si elle récupère les produits et livre directement le client et que le coût du transport est élevé.

### 1.4. Logistique de livraison

Les achats en légumes se font en fonction des commandes. Selon les clients et les commandes, les producteurs-fournisseurs peuvent livrer :

- ▶ La plateforme de Tarbes (pour les clients des départements 65 et 32) ;
- ▶ La plateforme de Toulouse (pour les clients des départements 31, 81,82 et 09) ;
- ▶ Le client en direct si c'est possible et pertinent.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

Le processus de référencement est assez simple :

1. Prise de contact auprès de la directrice et un rendez-vous est organisé.
2. Au cours de ce rendez-vous, vous présenterez vos pratiques de culture, votre modèle commercial, les produits proposés. Vous discuterez également des possibilités logistiques, des prix et des conditions de vente.
3. Transmission du certificat d'Agriculture biologique.
4. Visite éventuellement de la ferme.

### 2.2. Forme de l'engagement

La contractualisation avec les producteurs n'est pas encore mise en place mais elle est envisagée pour la suite.

## 3. Communication externe

L'activité de "Manger Bio Occitanie-Pyrénées" étant de proposer une offre locale, la plateforme communique en permanence sur ce point.



# PRODUIT SUR SON 31 à Toulouse



146 Av. des Etats-Unis  
Boite n°39  
31200 Toulouse



Association de  
producteurs



Etienne Sassé  
Directeur

[esasse@produitsurson31.fr](mailto:esasse@produitsurson31.fr)

"Produit sur son 31" est une **plateforme commerciale et logistique mixte** créée en **2012** par des producteurs de Haute-Garonne et du Tarn à l'initiative de la Chambre d'agriculture de ces deux départements. Le siège ainsi que l'entrepôt se situent au Grand Marché (MIN) de Toulouse et une antenne relais est installée à Albi.

Le Conseil d'administration se compose de 5 membres des deux Chambres d'agriculture ainsi que de 10 producteurs. La structure emploie aujourd'hui 10 salariés (commerciaux, préparateurs, chauffeurs, administratifs).

En 2022, la plateforme a réalisé un chiffre d'affaires de **2 millions d'euros dont 60% sont couverts par les légumes**.

Sur l'année, la plateforme compte **350 à 400 clients actifs qui se répartissent en Haute-Garonne et dans le Tarn**. Pour l'année 2021, la structure a enregistré 310 clients avec une **majorité d'acteurs de la restauration commerciale et de magasins détaillants** (épiceries et magasins fermiers). Elle fournit également 5 grandes et moyennes surfaces (GMS) ainsi que la restauration collective.

La plateforme fournit tout type de produits avec une majorité de fruits et légumes et propose également des produits de 4ème gamme en prestation par l'entreprise "Droites dans nos bottes".

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Concernant les approvisionnements, "Produit sur son 31" a son propre cahier des charges dont les éléments n'ont pas été communiqués lors de l'enquête.

La plateforme s'appuie sur 200 producteurs adhérents-fournisseurs situés en Haute-Garonne et dans le Tarn. Tous cotisent sur le chiffre d'affaires de la structure : ceux de Haute-Garonne cotisent à hauteur de 1 à 1,5% et ceux des autres départements cotisent à hauteur de 1,5% à 2%.

En étant implanté au MIN de Toulouse, "Produit sur son 31" présente l'avantage de pouvoir travailler avec des producteurs qui livrent au carreau du MIN. Les approvisionnements proviennent à 70% de Haute-Garonne. Ils sont complétés par des achats effectués dans les départements de l'ex-région Midi-Pyrénées, dans les départements limitrophes, ainsi qu'auprès d'une plateforme située dans les Pyrénées-Orientales pour les produits absents ou insuffisamment disponibles sur les territoires habituels. La majorité des fruits et légumes provient de Haute-Garonne, du Tarn et d'Occitanie.

Aujourd'hui l'offre en produits biologiques est en construction. Les produits issus de

l'agriculture biologique représentent moins de 15% de l'ensemble des produits. Cette catégorie de produits labellisés tend à être développée, elle est aujourd'hui proposée pour les produits laitiers, les légumes, les produits d'épicerie et la viande. **Les légumes biologiques proviennent principalement d'une plateforme située dans les Pyrénées-Orientales.**

Aucune réunion de planification n'est organisée avec les producteurs. Des ajustements de cultures peuvent néanmoins être discutés avec les maraichers et les restaurateurs par rapport aux disponibilités et aux besoins. Les producteurs livrent la plateforme qui redistribuent ensuite leurs produits mais ils peuvent néanmoins choisir les débouchés auxquels ils souhaitent que leurs produits soient livrés.

A part certaines espèces, les fruits et légumes ne sont pas stockés : ils sont livrés dès le lendemain de leur réception.

## 1.2. Besoin en légumes

L'offre bio étant en construction, la plateforme ne maîtrise pas encore les variations de volumes qui évoluent en fonction des périodes et n'a pas la capacité d'estimer les volumes en légumes bio qui seront nécessaires.

Les espèces classiques (tomates, poivrons, concombres, courges, pommes de terre...) sont suffisamment couvertes par la plateforme située dans les Pyrénées-Orientales. Les variétés particulières (courgettes ronges, courgettes jaunes, éventuellement choux rouges...) sont à privilégier. **Si des espèces classiques sont produites par l'espace test d'Embarou, un partenariat pourra néanmoins s'envisager avec « Produit sur son 31 ».**

## 1.3. Modalité de fixation des prix

Concernant les modalités de prix, "Produit sur son 31" possède une grille tarifaire propre qui se base sur les prix pratiqués au MIN. La mercuriale des fruits et légumes est mise à jour 3 fois par semaine après que les producteurs aient informé la plateforme de leurs produits disponibles. La mercuriale est ensuite transmise aux clients la veille des

jours de commande. A savoir, pour les autres produits (viande, produits de pisciculture...), les prix ne sont révisés qu'une fois par an, aucune variation de mercuriales n'est réalisée en cours d'année.

Sur les produits issus de l'agriculture biologique et tous les autres produits, "Produit sur son 31" applique un coefficient multiplicateur de 1,28, tandis que pour les légumes conventionnels, il s'élève à 1,35.

Les prix ne sont pas négociés avec les producteurs. Dans le cas où des produits similaires venant de producteur sont vendus au même prix, la fiche catalogue est commune mais elle précise les provenances différentes. Si des prix différents sont proposés pour un même produit et que les producteurs ne trouvent pas d'accord sur le prix à fixer, 1 fiche catalogue par produit est publiée.

## 1.4. Logistique de livraison

"Produit sur son 31" effectue les commandes auprès des producteurs les mardis, jeudis et samedis. Les producteurs livrent ensuite directement à l'entrepôt du MIN entre 6h et 10h les lundis, mercredis et vendredis. La plateforme possède sa propre flotte de véhicules et propose la ramasse pour les producteurs dans le Tarn. A ce jour, aucune ramasse n'est organisée sur l'Ariège.

Les livraisons clients sont ensuite organisées par département.

## 2. Modalités d'engagement

### 2.1. Procédure de référencement

Pour les producteurs intéressés, la procédure de référencement est la suivante :

1. La première prise de contact est réalisée soit par le producteur, soit par "Produit sur son 31". Les types de productions, les prix, les conditions de livraisons sont présentés à ce moment par le producteur.
2. Une visite qui fait office d'audit est ensuite organisée chez le producteur. Elle permet de connaître l'histoire du producteur et de la ferme, et de vérifier si

le producteur répond au cahier des charges de la plateforme.

3. Pour se faire référencer, chaque producteur doit renseigner la forme juridique de sa structure, le détail des produits à référencer, sa grille tarifaire, son relevé d'identité bancaire (RIB) ou autre selon la modalité de paiement retenue.
4. Une date de début de partenariat est déterminée.
5. La plateforme récupère les commandes des clients et les transmet directement au producteur ; la première commande peut alors être effectuée.

Aucun audit ou visite supplémentaire n'est prévu à part quand le producteur propose des nouveautés. Une nouvelle visite de la ferme est alors programmée pour goûter les produits, ce qui peut permettre par ailleurs de rediscuter des perspectives d'évolution.

## **2.2. Format de l'engagement**

A ce jour, aucune contractualisation n'est signée entre les producteurs et la plateforme.

## **3. Communication externe**

Lorsque de nouveaux produits paraissent dans le catalogue, une annonce est publiée avec des photos et des idées de préparation.

Toutes les 2 semaines, un producteur est mis en avant dans la newsletter. Les différents produits, notamment ceux venant des producteurs, sont mis en valeur à travers les mercuriales. Une communication est également diffusée sur les réseaux sociaux de la plateforme.

# Relais Cocagne

## Groupement Haute-Garonne



Association française à but non lucratif

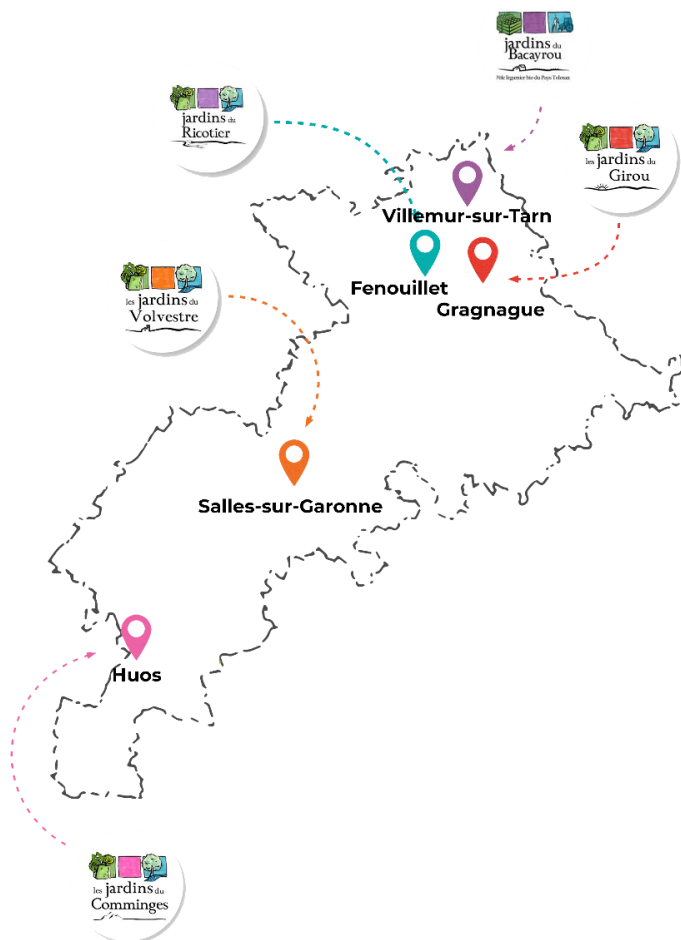


Charlotte FOUREST  
 Coordinatrice de l'approvisionnement bio  
 et local sur le département  
 07 69 19 53 77

[c.fourest@cocagnehautegaronne.org](mailto:c.fourest@cocagnehautegaronne.org)

Yann MENONI – Encadrant au Jardin du  
 Volvestre et en charge des relations  
 producteurs pour le relais Cocagne  
 06 87 59 15 19

[y.menoni@cocagnehautegaronne.org](mailto:y.menoni@cocagnehautegaronne.org)



Les "Jardins de Cocagne" sont des **chantiers d'insertion qui ont pour activité économique la production et la commercialisation en circuit court de légumes bio.**

En Haute-Garonne, le réseau Cocagne est présent à travers le groupement Cocagne qui est porté par **200 sociétaires et emploie 160 personnes** dont 100 postes d'agents polyvalents en insertion et 60 postes salariés permanents. Ce groupement réunit **4 Jardins** ainsi que l'association Cocagne Alimen'Terre, un groupement d'employeurs et un organisme de formation et d'accompagnement. Le réseau Cocagne n'est pas présent dans les départements de l'Ariège et de l'Aude.

La production des jardins se répartit sur **6 sites de production : 20 ha en légumes diversifiés, 5 ha de verger et 12 ha en production de 1/2 gros de plein champ.**

Les légumes produits sont commercialisés sous la forme de paniers livrés dans des points de vente. D'octobre à mai/juin, environ **1 200 paniers de légumes sont distribués chaque semaine** dont 20 % de paniers solidaires. Pour l'année 2021, le chiffre d'affaires réalisé avec la commercialisation des légumes était de **660 000 euros.**

En parallèle, chaque Jardin coordonne d'autres activités :

- les "Jardins du Volvestre" possèdent une micro-plateforme logistique et commerciale dans laquelle notamment un atelier de transformation à façon a été lancé en fin 2022.
- les "Jardins du Bacayrou" constituent le pôle légumier du Pays Tolosan et ont l'objectif de produire des légumes en 1/2 gros pour fournir les paniers, la restauration collective et des plateformes.

# 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

## 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les paniers de légumes distribués par les Jardins sont constitués pour les 3/4 du contenu avec les productions de chaque jardin. Le quart restant est fourni par une vingtaine de maraîchers bio et locaux partenaires essentiellement basés en Ariège, en Haute-Garonne et dans le Tarn-et-Garonne. Ces compléments sont apportés essentiellement d'octobre à mai et s'élèvent à 50 000 €. Si l'offre n'est pas disponible chez les producteurs partenaires, les Jardins font appel à des plateformes (Terra Alter) ou des groupements de producteurs (Produit sur son 31, Saveurs du Quercy).

Afin de prévoir ces approvisionnements complémentaires, une réunion de planification est programmée avec les maraîchers bio partenaires en fin d'année. Ceux qui ont de la disponibilité, indiquent le volume qu'ils pourraient réserver pour le groupement et le prix proposé. De cette façon, les producteurs se répartissent entre eux les lots par légumes et conviennent ensemble d'un prix.

Les Jardins acceptent les surplus proposés par des producteurs qui ne sont pas partenaires quand ils sont en capacité de les intégrer au panier.

## 1.2. Besoin en légumes

Le tableau ci-dessous donne une idée des besoins du groupement en légumes bio pour cet hiver 2022/2023.

*Dans le cas des approvisionnements complémentaires en carottes, celles-ci peuvent être livrées en palox et non lavées. Ce n'est qu'après la vente des carottes par les jardins que le prix d'achat sera communiqué aux maraîchers : à partir de la quantité livrée par le maraîcher et du prix auquel les carottes ont été vendues après lavage. La décote est d'environ 5 à 10%.*

Par ailleurs, les jardins souhaitent substituer les approvisionnements complémentaires

qui sont fournis aujourd'hui par les grossistes par des légumes provenant de maraîchers bio locaux partenaires.

## 1.3. Modalité de fixation des prix

Les producteurs bio locaux partenaires proposent leurs prix de vente aux jardins, notamment au cours de la réunion de planification. Bien qu'ils ne soient pas négociés, le prix d'achat final est fixé à partir des mercuriales du marché et en accord avec les maraîchers. Une marge de 30% (entre le prix du panier et le prix d'achat) est appliquée.

La valeur du panier de légumes est publiée chaque semaine avec la visibilité pour chaque légume de la provenance (nom du producteur et département).

## 1.4. Logistique de livraison

Les producteurs livrent directement sur le site du Jardin.

# 2. MODALITÉS D'ENGAGEMENT

## 2.1. Procédure de référencement

Il n'y a pas de référencement, ni de démarche particulière (hormis l'envoi de la certification Agriculture Biologique en amont de la première livraison). Les producteurs intéressés doivent contacter les référents et proposer leurs prix et quantités des légumes disponibles.

## 2.2. Format de l'engagement

Il n'y a pas de contractualisation mais un accord tacite lors de la réunion de planification.

# 3. COMMUNICATION EXTERNE

Une newsletter est envoyée aux clients et indique le nom du producteur et inclut des petites présentations quand cela est possible.

Une ou deux fois par an, la politique d'achat et la politique de prix sont expliquées aux clients.

Tableau : Légumes recherchés et volumes associés par période

	Volumes (kg)												
	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	
<b>Betterave</b>		1 400											
<b>Carotte conserv.</b>	11 128												
<b>Cèleri rave</b>	1 280												
<b>Chou-fleur</b>	1 200 pièces sur l'hiver												
<b>Chou blanc</b>	1 200 pièces sur l'hiver												
<b>Chou milan</b>	1 200 pièces sur l'hiver												
<b>Chou rouge</b>	1 200 pièces sur l'hiver												
<b>Endive</b>		720											
<b>Fenouil</b>	Non communiqué												
<b>Navet (violet &amp; boule d'or)</b>		1 200											
<b>Oignon</b>		4 000											
<b>Panais</b>		1 670											
<b>Patate douce</b>	2 770												
<b>PDT</b>				10 500									
<b>Poireau</b>				7 000									

# « DROITES DANS NOS BOTTES » à Toulouse



Marché d'intérêt national  
de Toulouse-Occitanie  
Av. des Etats Unis  
31000 Toulouse



Société par Actions  
Simplifiée (SAS)



Catherine ARRIBAGE, co-fondatrice  
06 88 50 63 01 / [catherine@ddnb.fr](mailto:catherine@ddnb.fr)  
Hélène CANTON, co-fondatrice  
06 63 31 41 24 / [helene@ddnb.fr](mailto:helene@ddnb.fr)

Créée par deux co-fondatrices en 2022, "Droites dans nos bottes" est un **atelier de transformation de plats préparés à base d'ingrédients végétaux** dont l'offre s'adresse à la grande distribution (GMS et magasins spécialisés) et à la restauration commerciale et collective. L'atelier se déploie sur une surface de 900 m<sup>2</sup> et est en cours d'installation au MIN de Toulouse ; **le lancement de l'activité est prévu pour début 2023.**

L'entreprise se démarque en proposant un outil de praticité concernant les plats végétariens, notamment en facilitant le travail de légumerie et en prenant à sa charge le temps de préparation des légumineuses. Aucun additif n'est prévu d'être utilisé. Les plats précuits au four à vapeur à basse température seront conditionnés en barquettes operculées mises sous vide. Ils seront ainsi prêts à être réchauffés. Deux gammes de produits seront proposées : la 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> gamme.

Concernant son périmètre d'action, l'entreprise est fortement engagée : **l'ensemble des approvisionnements, la transformation et les distributions s'effectuent dans un rayon maximum de 200 km de Toulouse.**

« Droites dans nos bottes » a reçu le soutien de la Métropole de Toulouse et de la Région Occitanie. Des acteurs privés toulousains ont également apporté leur contribution en investissant à hauteur de 25% du capital mais ne participent cependant pas aux prises de décision.

Site internet : [droitesdansnosbottes.fr](http://droitesdansnosbottes.fr)

## 1. APPROVISIONNEMENTS EN LÉGUMES

### 1.1. Charte ou politique d'approvisionnement

Les ingrédients utilisés dans la préparation des plats sont des ingrédients végétaux : céréales, légumineuses et légumes. Ils proviennent d'un rayon de maximum 200 km de l'atelier et peuvent être issus de l'agriculture biologique et conventionnelle. La 4<sup>e</sup> gamme sera développée à partir d'ingrédients issus de l'agriculture biologique

et conventionnelle. Seule la 5<sup>e</sup> gamme sera proposée à partir d'ingrédients uniquement issus de l'agriculture biologique.

Dans le souci de maîtriser sa traçabilité, la structure souhaite développer ses approvisionnements auprès des producteurs présents au MIN, ce qui facilitera par ailleurs sa logistique. Les approvisionnements réalisés directement auprès de producteurs seront également privilégiés.

Soucieuse de réduire le gaspillage alimentaire, les légumes non calibrés seront acceptés.

## 1.2. Besoin en légumes

Certains légumes sont particulièrement recherchés comme le panais et la carotte. Des besoins sont également exprimés sur les légumes d'été dont les tomates (qui devront idéalement être fermes et peu juteuses), les courges, les choux blancs et rouges, des légumes d'hiver, les poireaux, les pommes de terre et les oignons. Pour sublimer les plats, les aromates sont également recherchés. Parmi les légumes verts, seuls les salades et les haricots verts seront utilisés.

## 1.3. Modalité de fixation des prix

Les prix seront fixés par les producteurs et devront être en adéquation avec les mercuriales du MIN.

## 1.4. Logistique de livraison

La ramasse n'est à ce jour pas prévue. Les producteurs devront livrer directement la plateforme au MIN de Toulouse. Il est prévu que les commandes soient réalisées 1 à 2 fois par semaine.

## 2. Modalités d'engagement

Après une première prise de contact concluante, la ferme sera visitée et ses produits dégustés. L'engagement devrait prendre la forme d'une contractualisation mais celui-ci n'a pas encore été déterminé.

## 3. Communication externe

Des animations et des campagnes de communication présentant les producteurs seront organisées dans les GM .