



VENDRE EN MAGASINS SPÉCIALISÉS

LES MAGASINS SPÉCIALISÉS BIO : UN DÉBOUCHÉ À DÉVELOPPER POUR LES PRODUCTEURS ?

Au delà d'un certain volume d'activité, la vente directe peut ne pas suffire à écouler toute la marchandise produite. Il faut alors se tourner vers un intermédiaire : transformateur (restauration scolaire ou commerciale) ou distributeur (magasin spécialisé). Ce débouché a l'avantage de procurer un gain de temps sur la commercialisation. De plus, travailler avec des magasins spécialisés ou des intermédiaires peut faciliter la planification de la production. Un travail sur les volumes et les prix d'achat doit cependant être réalisé conjointement avec les responsables des magasins clients.

L'APPROVISIONNEMENT BIO ET LOCAL, DES ATOUTS ET DES CONTRAINTES POUR LES DISTRIBUTEURS :

Les consommateurs sont de plus en plus exigeants sur la provenance de leurs achats. L'approvisionnement local direct nécessite un véritable investissement en temps et en moyens pour les magasins spécialisés, il faut :

- être volontaire, l'approvisionnement local demande du temps ;
- être proche des producteurs pour mieux connaître leurs produits, leurs contraintes, leurs besoins ;
- être capable d'annoncer des volumes d'achat potentiels aux producteurs ;
- adopter un modèle économique différent pour les produits locaux [marge plus petite, exposition avantageuse, pas de concurrence trop forte avec des produits plus lointains, plus industriels...]
- communiquer sur le local, associer le produit au producteur.

LES BONNES PRATIQUES DU PRODUCTEUR-FOURNISSEUR :

Le producteur bio doit être organisé pour fournir au magasin client les documents nécessaires à la commercialisation des produits - cf fiche technique « Vendre des produits bio en circuits courts : réglementations et étiquetage... » (n° ?)

• LE BON DE LIVRAISON :

- il doit être systématiquement joint à la livraison ;
- il comporte le prix hors taxe des produits surtout si des évolutions sont fréquentes ;
- il comporte la mention « produits issus de l'agriculture biologique certifiés par nom de l'organisme certificateur ».

• L'ÉTIQUETAGE

Chaque colis livré doit être étiqueté selon les normes en vigueur.

• LE CERTIFICAT BIOLOGIQUE :

Le logo bio présent sur les produits sous emballages fermés suffit pour en assurer la certification.

Mais il est nécessaire aux magasins de justifier de l'origine bio des produits vendus en vrac ou déballés : fruits et légumes, fromages, pain, œufs... Le producteur doit donc transmettre, au moment de sa mise à jour – et donc tous les ans, son certificat aux magasins clients... Le certificat est de plus en plus souvent disponible sur le site internet des différents organismes certificateurs.

UN MAGASIN SPÉCIALISÉ BIO : KÉZAKO ?

Les magasins spécialisés bio sont de 2 types : indépendants ou en réseau. De taille très variable, ces derniers sont regroupés sous une même enseigne et peuvent s'approvisionner auprès d'une centrale d'achat commune. Les principales enseignes en Bretagne : Biocoop, Biomonde, La Vie Claire. Ces distributeurs sont profondément engagés dans la démarche Bio souvent officialisée avec un cahier des charges interne ou des démarches particulières pour soutenir le développement du Bio et du Bio local. Ils ont une bonne connaissance des produits et de leurs fournisseurs.

ZOOM

En 2012, la Bretagne est la 4^e région* de France en nombre de magasins spécialisés bio : 151 magasins spécialisés pour une surface moyenne de 193 m² et une surface cumulée de 29 005 m².

* Source : BioLinéaires n°45 – janvier/février 2013.

QUELQUES CHIFFRES DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS BIO :

Dans le secteur des fruits et légumes bio, 42% des ventes sont effectués par le biais des magasins spécialisés bio, devant les grandes surfaces alimentaires (31%) et la vente directe (26%). Le reste est vendu par les détaillants en fruits et légumes.

En revanche, dans le secteur de la crème, 68% des ventes de lait et autres produits laitiers/œufs sont effectués par le biais des grandes surfaces alimentaires, devant les magasins bio (24%) sachant que la vente directe est estimée à 8%.

Source : Agence Bio – Les « Chiffres Clés » Edition 2014.

• LES FACTURES

Éditées mensuellement pour les livraisons fréquentes, elles peuvent l'être systématiquement pour les livraisons très ponctuelles.

Elles devront être datées du dernier jour du mois de la livraison afin de rentrer dans l'éventuelle clôture d'exercice comptable du magasin livré.

• LE RYTHME DE LIVRAISON

Les rythmes réguliers sont toujours préférables. En fonction des produits et de l'espace de stockage du magasin, les livraisons peuvent être mensuelles pour les produits secs, hebdomadaires pour les produits frais, bihebdomadaires pour les légumes.

• LES PRIX DE VENTE

Une bonne pratique semble être de proposer aux magasins spécialisés un prix de vente qui permette au produit d'être, en rayon, à un prix proche de celui de la vente directe par le producteur.

Généralement la marge d'un magasin spécialisé se situe entre 25 et 30 % du prix consommateur, ce à quoi il faut ajouter la TVA.

Exemple : des carottes vendues à un magasin 2€ HT seront en rayon à 3€ TTC. Le magasin gagne 85ct et verse 15ct de TVA.

L'EXEMPLE DES MARAÎCHERS

• LA MERCURIALE

L'envoi d'une mercuriale régulière sous forme d'un tableau permet au responsable des achats de fruits et légumes de maximiser ses achats locaux et d'être au fait de la saisonnalité, de la disponibilité des produits, de l'évolution des prix.

• LE CONTACT

Les commandes et livraisons bihebdomadaires et la variabilité de la gamme et de la qualité des produits nécessitent un contact régulier et si possible téléphonique entre le producteur et le responsable de rayon.

Idéalement, la commande se passe au téléphone, mais si la mercuriale est bien faite et complète, la qualité des produits régulière, la commande peut être passée par courriel ou par fax.

TÉMOIGNAGES

Florent Palicot et Nicolas Girardeau, maraîchers en GAEC à la Ferme du Fessiou - La Forest-Landerneau (29)

«Nous avons fait le choix de livrer un seul magasin spécialisé : la Biocoop la Clé des Champs à Landerneau. Sa démarche cohérente et transparente nous convient. Les livraisons pour ce magasin représentent 15 % du chiffre d'affaire du GAEC, le reste de notre chiffre d'affaire est en vente directe. Les volumes de légumes fournis à ce magasin permettent de planifier et massifier certaines cultures (carottes, courges...). Les temps d'échanges avec les responsables du magasin sont réguliers et permettent de partager certaines problématiques mais aussi de bons moments.

Chaque année, une réunion entre le magasin et tous les maraîchers fournisseurs est organisée pour répartir les cultures et partager les chiffres de volumes attendus. Cela permet une vraie anticipation des mises en culture, l'optimisation des rotations, ce qui est à la base de l'agriculture bio selon nous.»

ILS SOUTIENNENT
UNE AGRICULTURE
DE QUALITÉ EN
BRETAGNE



Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural :
l'Europe investit dans les zones rurales



Adrien ABHERVE, co-gérant de la Biocoop La Clef des Champs – Landerneau (29)

«La relocalisation de la production agricole répond aux trois enjeux du développement durable. Économique, en relocalisant on réduit les circuits de commercialisation, hors moins d'intermédiaires, ce sont des prix plus attractifs pour les consommateurs et une rémunération plus juste pour les producteurs. Social, la relocalisation des échanges permet de créer du lien humain entre les acteurs, le redimensionnement des entreprises, plus nombreuses et plus petites, favorise la création d'emploi. Écologique enfin, par la réduction des circuits de transport.

Le principal avantage pour nous est la convivialité des échanges avec les producteurs. Le principal inconvénient est le surcroît de travail que génère la multiplication des fournisseurs et donc des commandes, livraisons et factures à traiter. Nous organisons chaque année une réunion des 5 maraîchers qui fournissent le magasin. Cette réunion permet de garantir une certaine transparence dans nos relations les uns avec les autres et de répartir officiellement les cultures par producteur. C'est l'occasion de faire un point sur les volumes vendus et les volumes attendus...

Pour notre jeune magasin de 300m², et vu la proximité et l'abondance de production locale, la contractualisation ne présente pas d'intérêts. En revanche, pour nos fournisseurs, c'est l'engagement de notre magasin à s'approvisionner chez eux pour les produits sur lesquels ils sont prioritaires.

Nous avons visité les exploitations de la plupart de nos fournisseurs de fruits et légumes, rédigé des comptes-rendus pour nos clients. Nous pensons mettre en place une aide pour les producteurs qui adhèreraient à Biocoop, petit à petit nous pensons privilégier ceux-ci dans nos approvisionnements. Dans cette démarche, la qualité serait garantie par un contrôle externe.»



POUR EN SAVOIR PLUS SUR L'AGRICULTURE BIO

► Contacter le Groupement
d'Agriculteurs Biologiques de
votre département

> CÔTES D'ARMOR

GAB d'Armor ■ 02 96 74 75 65

> FINISTÈRE

GAB 29 ■ 02 98 25 80 33

> ILLE ET VILAINE

Agrobio 35 ■ 02 99 77 09 46

> MORBIHAN

GAB 56 ■ 02 97 66 32 62



Réseau Gab • Frab
Les Agriculteurs Bio de Bretagne