



Témoignage
FRUITS



Commercialisation
EN INDIVIDUEL

(72)

La FERME de SAINT FRAY

Yves HENNEQUIN

Le
B.A.-BA de la

RESTAURATION COLLECTIVE

pour les **producteur·ices** **bio**



SAU : 9 ha (partiellement exploités)

Volume vendu en restauration collective : faible

ETP : 1 + saisonniers

Fournir la resto co, c'est une volonté éthique de contribuer à développer l'approvisionnement bio et local des cantines.

Quels sont les **principaux débouchés commerciaux** de votre ferme ?



40%

MAGASINS SPÉCIALISÉS



45%

VENTE DIRECTE
à la ferme et hors ferme.



> 5%

RESTAURATION COLLECTIVE

La cible

Avec **quels types d'établissements** commercialisez-vous vos produits ?

Un collège et un lycée dans un rayon de 20 km.

Le mode de commercialisation

Commercialisez-vous **en direct** avec ces établissements ?

Oui, mais j'ai aussi fait des tentatives pour de la vente par l'intermédiaire de plateformes. Sans appels d'offres. Sans documents d'engagements.

Vous êtes-vous **organisé-e avec d'autres fermes** pour vendre vos produits en restauration collective ?

De multiples contacts ont été pris avec Manger Bio Pays de la Loire, Manger bio en Normandie, et le grossiste Provinces Bio, ayant abouti à plusieurs réponses à des marchés publics portées par ces structures. Seul un marché a été remporté qui n'a donné lieu qu'à une seule livraison (de 20 kg de pommes). De nombreux établissements regroupent les fruits et légumes bio en un unique lot, pour lequel un arboriculteur seul n'est pas en mesure de répondre.

Avez-vous mis en place des **activités particulières** en lien avec votre commercialisation en restauration collective ?

Du démarchage commercial, des échanges et rencontres avec des cuisiniers et gestionnaires et des élus, dans le cadre d'une Charte constituée localement (Charte Qualité proximité sur le Pays du Mans) afin de valoriser les établissements scolaires et les producteurs acteurs de l'approvisionnement local de la restauration collective. Néanmoins, par manque de temps et compte tenu des résultats très mitigés obtenus par ce biais, j'ai dû réduire le temps consacré.

Le produit

Quels produits commercialisez-vous en restauration collective ? Sous quelle forme et quel conditionnement ?

Des pommes, principalement en cru (Cagettes en bois de 13kg) et de la purée en poches plastiques de 5 litres.

Est-ce que la **saisonnalité de vos produits** a un impact dans votre relation commerciale avec la restauration collective ?

Non, la pomme est assez bien adaptée au calendrier scolaire.

La restauration collective vous permet-elle de **valoriser des produits** que vous ne commercialiseriez pas dans d'autres débouchés ?

Oui cela peut me permettre de vendre des petits calibres bien adaptés aux enfants et moins vendeurs en magasins.

La logistique

Combien de **temps de travail** est dédié à la restau co ?

Le temps consacré n'a pas été évalué. Le démarchage et les relances sont les plus chronophages.

Quand et à **quelle fréquence** les livrez-vous ?

1 fois toutes les 6 semaines environ, le matin tôt en général.

Quel est le **décalé** entre la commande et la livraison ?

En sous traitance, pour ce genre de marché public, le délai peut être très court, ce qui pose des difficultés pour intégrer ces commandes aux tournées déjà en place. Sinon en direct je suis prévenu au moins une semaine à l'avance.

Le prix

Vos prix pratiqués en resto co ?

2 €/kg, c'est le prix le plus faible pratiqué et une condition nécessaire pour valider des commandes.

Comment avez-vous **fixé vos prix** pour la restauration collective ?

Sur la base du tarif pratiqué par les autres acteurs économiques en resto co et mes besoins. Souvent les petites structures ne cherchent pas à négocier, si le prix ne convient pas d'emblée, elles ne reviennent pas vers vous.

Conclusion

1 bonne raison de fournir la resto co !

Une volonté éthique de contribuer à développer l'approvisionnement bio et local des cantines

Les **3 plus gros freins**

1. Le prix très bas.
2. L'intérêt très variable des cuisiniers et gestionnaires pour les produits locaux (en particulier si les prix sont plus élevés que ceux proposés par les grossistes), et pour les petits établissements (qui sont les plus accessibles en gré à gré).
3. La quantité commandée est souvent faible, ce type de livraison n'est rentable que si elle est intégrée à une tournée (et/ou si le cuisinier accepte de regrouper les commandes pour plusieurs semaines), ce qui n'est pas toujours possible. Ou alors il faudrait que plusieurs écoles de communes proches mutualisent leurs commandes de fruits à un même producteur pour faire un peu de volume.

Contact



GAB 72 - Sandrine Gouffier
Animatrice technique filières longues et polyculture élevage
estoco@gab72.org
06 22 56 97 28

