



Témoignage
LÉGUMES



Commercialisation
**EN COLLECTIF ET
EN INDIVIDUEL**

(44)

GAEC DES FAILLIS MARAIS

Martin & Antoine JOFFRE

Le
B.A.-BA de la

RESTAURATION COLLECTIVE

pour les **producteur-ices bio**



SAU : 10 ha dont 2 en maraîchage
(3 000 m² sous serre, 1,2 ha plein champs)

Chiffre d'affaires : 140 000 € (2024)

UTH : 2,3 + 5 mois saisonniers + 1 ETP à venir en 2025

Volume vendu en restauration collective :
environ 10% sur le total des ventes actuellement.
Objectif 20 à 30% dans 2 ans.

Avant de fournir la resto co, on pensait que c'était un débouché inaccessible pour notre petite ferme diversifiée, que cela n'était réservé qu'aux grandes fermes mécanisées, mais **NON!** La restauration collective est un débouché compatible et intéressant pour les fermes diversifiées.

Le mode de commercialisation

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



45%

MAGASINS À LA FERME

45% de notre chiffre est lié à la vente de nos produits dans la boutique de la ferme.



45%

AMAP ET BIOCOOP

40% avec deux AMAP. Et 5% avec nos ventes auprès de Biocoop «l'été», la restauration collective sur l'année scolaire et des paniers proposés par le CCAS de La Chapelle sur Erdre, où se situe la ferme. Il s'agit pour le moment d'une expérimentation sur 5 mois pour 15 familles en association avec un autre producteur de la commune.



10%

RESTAURATION COLLECTIVE

La restauration collective représente environ 10% du CA. Mais nous souhaitons augmenter cette part ainsi que la production dédiée à l'aide alimentaire pour des questions d'organisation du travail et de valeurs : accessibilité de la bio au plus grand nombre possible. A noter : Les cantines tournent au ralenti pendant les vacances scolaires (20 à 25% du volume commandé hors vacances).

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

Dans le cadre de deux projets de planification de l'approvisionnement de la restauration collective co-portés par le GAB44, un pour Nantes Métropole et l'autre sur la Communauté de Communes Erdre et Gesvres (dans un rayon de 10-15 km de la ferme) la ferme travaille en collaboration avec d'autres fermes maraîchères du territoire. Une tarification collective a été travaillée, les fermes se sont réparties les établissements et les gammes de produits à fournir et essaient de mutualiser les livraisons lorsque cela est possible. Les volumes et la diversité des gammes demandés obligent les fermes à travailler ensemble, afin d'être complémentaires. Il est très confortable de pouvoir compter sur d'autres fermes en cas d'aléas de production. L'objectif est de pouvoir honorer un maximum de commandes, tout au long de l'année. Cette organisation permet aussi de réduire le temps de livraison (en moyenne, une livraison sur deux est effectuée par la ferme). Le collectif est aussi un lieu d'échanges de pratiques, d'informations techniques et commerciales.

Commercialisez-vous en direct avec ces établissements ?

Oui, sans répondre à des appels d'offres et sans engagements ou documents de contractualisation. Peut-être que ce serait sur ce dernier point qu'il faudrait réfléchir à l'avenir.

Avez-vous mis en place **des activités particulières** en lien avec votre commercialisation en resto co ?

Avec le collège de notre commune, nous avons une sorte de convention pour faire de la sensibilisation et de la pédagogie sur la ferme et en classe. Nous rencontrons régulièrement les cuisiniers et les agents des communes. Les volumes demandés par les établissements que nous approvisionnons sont déjà trop importants pour avoir à faire du démarchage commercial.

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

Plusieurs cuisines centrales qui livrent des établissements médico-sociaux et scolaires mais aussi des cantines scolaires et un collège en direct. Ils sont tous situés dans un rayon de 10 km de la ferme.

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

Peu de temps, mais il est difficile à estimer. Nous passons moins de temps sur la production dédiée à la resto co que celle dédiée aux autres débouchés car nous avons choisi des légumes avec des itinéraires techniques assez simples. Nous réussissons à livrer les établissements de resto co les mêmes jours que nos autres débouchés. Il faut prévoir un peu de temps au lancement pour mettre en place des outils de communication et des tableaux de prise de commande. C'est peu chronophage mais cela constitue une certaine charge mentale. L'étape qui nous prend le plus de temps est celle du lavage et du tri des légumes. Nous sommes plus vigilants sur le conditionnement des produits pour ce débouché.

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

Toutes les 2 à 3 semaines. Le vendredi entre 8h30 et 9h30. Pour la plupart des établissements, la ferme est en lien avec d'autres fermes qui livrent aussi les établissements, c'est pourquoi les commandes sont assez espacées.

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

C'est assez variable d'un établissement à l'autre. Cela peut aller de 7 jours à 15 jours. Le temps souhaitable est de 15 jours. Les cuisiniers ne modifient presque jamais les commandes à la dernière minute. La ferme, elle, doit parfois ajuster les commandes. Petite astuce : il est très important de décider du délai minimum possible pour modifier la commande avec le chef de cuisine. Généralement, 4 jours suffisent pour permettre au chef de se retourner et commander auprès de l'un de ses grossistes.

Quels produits commercialisez-vous en restauration collective ?

Courges, choux, navets, radis d'hiver, poireaux, patates douces, fenouils, céleris raves, tomates rondes, poivrons, concombres, beaucoup de courgettes. Ils sont livrés sous forme brute, en cagette de bois tout simplement. Parfois, avec l'ajout d'un fond de caisse si le légume est fragile.

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

Oui évidemment. C'est un aspect très important. Il faut faire un peu de sensibilisation auprès des chefs sur cette thématique.

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

Nous n'avons jamais fait d'analyse de notre coût de production ou prix de revient, nous partons des moyennes de prix de vente directe départementales auxquelles nous soustrayons 25% environ. Il n'y a pas de négociation avec l'acheteur. Mais il est possible que certains cuisiniers ne commandent pas nos produits, non pas parce qu'ils n'en ont pas besoin mais parce qu'ils sont un peu plus chers que les prix pratiqués par leurs grossistes au même moment.

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

Oui, en particulier sur certains produits d'hiver que nous vendons peu en direct : navets, céleris par exemple. Au delà du projet de planification en construction, nous pouvons également absorber certains surplus de temps en temps (excès de courgettes par exemple). Nous sommes plus que favorables au fait d'écouler en grande quantité les produits qui ne se vendent pas bien en vente directe. Nous voyons une vraie complémentarité entre la vente directe et la resto co !

Vos prix pratiqués en resto co ?

De -20 à -30% par rapport à la vente directe. Les prix pratiqués à la resto co ne sont pas les mêmes en fonction des collectivités locales. La ferme a souvent des prix de vente directe supérieurs aux autres fermes (proximité métropole).

Conclusion

L'approvisionnement de la resto co a-t-elle un **impact sur votre ferme** ?

Très peu. Avec l'installation de notre nouvel associé et un financement par la MSA, nous prévoyons d'investir dans une laveuse pour les légumes.

3 bonnes raisons de fournir la resto co !

1. Œuvrer pour l'accessibilité du bio pour tous (écoles publiques, aide alimentaire)
2. Pouvoir choisir certains produits (les mieux adaptés à son outil de travail / conditions de stockage, marge brute intéressante) à cultiver en grande quantité pour la resto co
3. Valoriser certains produits d'hiver au moment où la vente directe faiblit

3 plus gros freins !

1. Planification à construire pour une meilleure visibilité des commandes
2. La rigueur demandée sur la qualité, le lavage et le calibrage
3. La rigueur / l'anticipation / la régularité de la communication avec les cantines et le partage des prises de commande avec les collègues maraîcher.e.s.

Le conseil

Il est primordial d'utiliser des outils pour la planification des commandes et pour la prise de commande et de bien définir les moyens de communication à utiliser avec chaque établissement. Cela demande du temps lors du lancement du partenariat mais permet de rendre les échanges et les commandes fluides par la suite. Nous utilisons avec la majorité de nos interlocuteurs des outils et tableaux fournis par le GAB44. C'est un ingrédient majeur ! Attention toutefois à trouver autant que possible un fonctionnement identique pour tous les établissements et éviter les fonctionnements à géométrie variable.

Contact



GAB44 • Beryl Rouiller
Chargée de mission filières locales
commercialisation@gab44.org
06 17 18 86 39

