



Les paniers de fruits et légumes : comparaison des différentes pratiques



Avec le soutien de



Wallonie

Introduction

Depuis quelques années, on voit fleurir de nombreuses initiatives de livraisons de paniers de fruits et légumes. Il peut s'agir de producteurs proposant directement leur propre marchandise comme de simples distributeurs faisant uniquement de la revente. Entre ces deux extrêmes, toute la gamme de possibilités existe. Par contre, presque tous les modèles existants proposent des "produits locaux", de "nos partenaires locaux", "en direct des producteurs" et il est difficile pour le consommateur de s'y retrouver et pour un producteur de se distinguer des distributeurs.

Ce document décrit les pratiques existantes, avec leurs avantages et inconvénients. Il est à destination des maraîchers qui voudraient se lancer dans ce mode de commercialisation.

I. Types de structure

Les paniers peuvent être proposés par différents types de structures : des maraîchers indépendants, des "revendeurs", des coopératives de producteurs, des asbl...

Type de structure	Maraîcher indépendant	Coopérative de producteurs	Distributeur
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - maîtrise de l'outil - maîtrise des bénéfices - 100% de la marge du produit - contact direct avec le client : possibilité d'expliquer un problème éventuel, le client met un visage sur le produit 	<ul style="list-style-type: none"> - solidarité entre producteurs et contacts - répartition de la production - bonne image auprès du public - mise en commun des coûts : camionnette, site internet, campagne publicitaire... - prise en charge de la partie "commercialisation" - partenaire privilégié, travail à long terme 	<ul style="list-style-type: none"> - s'il est important, le distributeur commande de grandes quantités en une fois - peut travailler sous contrat (Topino) avec producteur : garantie d'écoulement à long terme ; - les distributeurs consacrent plus de temps et de moyen à la commercialisation : marketing plus étudié, démarchage plus agressif, professionnalisme...
Inconvénients	<ul style="list-style-type: none"> - risque d'épuisement, de dispersion - coût élevé en matériel de transport, hangar pour confection paniers - coût de la main d'oeuvre, nécessité d'engager du personnel 	<ul style="list-style-type: none"> - nécessite des réunions pour définir le mode de collaboration, ... - mise en place lente, réajustements nécessaires - perte d'une certaine marge sur le produit 	<ul style="list-style-type: none"> - si absence d'engagement vis-à-vis du producteur, s'approvisionne au moins cher - grande exigence au niveau de la qualité du produit

II. Provenance des produits (structure)

Les maraîchers indépendants revendent, dans la plupart des cas, également des produits provenant de chez un grossiste ou d'autres producteurs. Des distributeurs revendent des produits "en direct du producteur". Pour les clients, ces différentes provenances sont source d'amalgame, que les distributeurs entretiennent en jouant sur les termes "en provenance de notre ferme" etc.

Provenance des produits	100% producteur	Part d'autres maraîchers locaux	Part du grossiste
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - correspond à la demande d'un nombre croissant de producteurs : garantie de la provenance locale - produits vendus avec 100% de la marge - un maraîchage diversifié est plus écologique (moins de problèmes de parasite, d'épuisement de sol...) 	<ul style="list-style-type: none"> - crée solidarité et possibilité accrue de vendre également aux autres maraîchers - choix plus grand de produits - bénéfice lié à revente uniquement (moins de temps de travail que production et permet de rentabiliser mieux outils : camionnette, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - grande constance et grand choix dans approvisionnement - commande de semaine en semaine, pas d'obligation - différentes origines avec différents prix - bénéfice lié à revente uniquement (moins de temps de travail que production et permet de rentabiliser mieux outils : camionnette, ...) - facilité d'approvisionnement : tout au même endroit
Inconvénients	<ul style="list-style-type: none"> - petite gamme peut déplaire à clientèle qui est obligée de compléter - risque de dispersion si gamme très variée : nécessité d'investir dans outillage différent - toutes les variétés de légumes ne conviennent pas sur tous les sols, tous les climats - difficulté de se "retourner" si problème dans cultures 	<ul style="list-style-type: none"> - organisation, temps, coût pour acheminer les légumes - problèmes peuvent survenir dans approvisionnement : mauvaise récolte, culture ratée 	<ul style="list-style-type: none"> - absence de connaissance sur mode de culture et philosophie du projet quand origine lointaine - clientèle veut de + en + une garantie sur l'origine et aspect éthique des produits, mettre un visage...

II. Provenance des produits (localité)

Le terme "locavore" est apparu récemment dans le vocabulaire des consommateurs. Face à l'aberration des kilomètres parcourus en moyenne par les aliments, une part croissante de consommateurs décide d'être plus attentif à la provenance des produits et à favoriser un maximum les produits locaux dans leurs achats.

Localité	100% belge	100% Europe	Part de produits exotiques
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - message clair, correspondant de + en + à exigences consommateurs - + écologique - + pour économie locale - + pour souveraineté alimentaire - connaissance des lieux de production 	<ul style="list-style-type: none"> - message clair - grande variété de fruits et légumes à toute saison 	<ul style="list-style-type: none"> - toute la gamme des fruits et légumes, intéressant pour familles avec jeunes enfants (bananes) - correspond à l'exigence de la majorité des consommateurs - les clients ne doivent pas s'approvisionner ailleurs
Inconvénients	<ul style="list-style-type: none"> - gamme réduite, surtout en hiver - bilan énergétique pas toujours évident (mieux vaut tomates espagnoles que belges sous serres chauffées) 	<ul style="list-style-type: none"> - manque de connaissance des conditions de travail, des projets (irrigation, main d'oeuvre au noir, sous-payée ...) - empreinte carbone + élevée 	<ul style="list-style-type: none"> - manque de connaissance des conditions de travail, des projets (irrigation, main d'oeuvre au noir, sous-payée ...) - empreinte carbone + élevée

IV. Différents modes de culture

En maraîchage et horticulture, il existe les labels reconnus suivants : l'agriculture biologique et la production intégrée des fruits à pépins. Pour être "bio", il faut être certifié, ce qui engendre une série d'obligations (respect d'un cahier de charge, contrôle d'un organisme certificateur, coût de la certification). L'inscription du producteur dans le mode de production biologique peut donner accès à certaines aides européennes. Il existe des producteurs choisissant de produire sans avoir recours aux pesticides et travaillant sans label : mode de production sans pesticide.

Mode de culture	Productions avec label		Productions sans label	
	Label bio	Production intégrée de fruits à pépin	Conventionnel	Production sans pesticide
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - message clair - demande croissante pour des produits bio 	<ul style="list-style-type: none"> - utilisation raisonnée de pesticides - prix moins élevés que les produits bio 	<ul style="list-style-type: none"> - pas de certification - prix moins élevés 	<ul style="list-style-type: none"> - pas de contrôle à payer
Inconvénients	<ul style="list-style-type: none"> - la proximité d'approvisionnement n'est pas prise en compte par le label - contrôle et certification à payer par le producteur et cahier de charge à respecter 	<ul style="list-style-type: none"> - seul un label pour les fruits à pépins existe - manque de connaissance du grand public 	<ul style="list-style-type: none"> - méfiance grandissante pour l'agriculture conventionnelle de la part des consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - difficulté de communication vers le consommateur - absence de garantie officielle sur les pratiques suggérées (pas de contrôle) - attention : Référence à la dénomination «bio» interdite sans certification

V. Abonnement ou panier "à la semaine"

Pour que des maraîchers arrivent à une rentabilité suffisante, le fait de pouvoir programmer entièrement leurs cultures en fonction d'un nombre de clients fixe est très important. Les maraîchers ou les structures qui proposent des abonnements à des paniers pour une saison entière sont ainsi assurés d'un revenu sur l'année diminuant considérablement les pertes et bénéficient en plus de pré-paiement. Ces formules, qui demandent un engagement fort de la part du client, ont vu le jour récemment grâce à une conscientisation croissante du public face aux problèmes liés aux réalités agricoles.



Engagement du client	Aucun	Période de quelques semaines	Un an
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - liberté totale pour le consommateur - peut être la première formule d'approche qui n'effraie pas le client, test - plus facile de convaincre clients à faire le pas 	<ul style="list-style-type: none"> - permet de stabiliser les livraisons sur une période plus longue - possibilité de sensibiliser le client à la nécessité pour un maraîcher de prévoir ses cultures - le travail de démarchage du client est amorti sur plusieurs paniers - le client ne se fait pas une idée sur un panier mais sur un ensemble 	<ul style="list-style-type: none"> - possibilité de planifier ses cultures et d'éviter les surplus - facilité de livraison car la tournée varie peu ou pas - engagement fort du client qui se sent acteur - possibilité de conscientiser le client sur difficulté du métier et de créer un lien - le travail pour convaincre n'est à faire qu'au début - possibilité de prépayer les cultures pour achats semences etc.
Inconvénients	<ul style="list-style-type: none"> - impossibilité pour le maraîcher de planifier ses cultures - impossibilité de connaître son revenu sur l'année, - grande baisse des commandes en été - gestion des livraisons plus difficile 	<ul style="list-style-type: none"> - il est plus difficile de convaincre le client par rapport au panier à la semaine. - gestion nécessaire de la situation de chaque client (où il se situe dans son abonnement) - ces formules proposent qq fois la possibilité de ne pas recevoir son panier si prévenu à l'avance : difficulté de gestion en plus mais souple pour le client 	<ul style="list-style-type: none"> - il est plus difficile de "faire" un client car l'engagement est contraignant - nécessité de payer une grosse somme à l'avance ou possibilité de payer en mensualités

VI. Panier personnalisé

Différentes formules de paniers existent, du panier unique à contenu "imposé", aux formules adaptées à la taille de la famille (petit, moyen, grand), avec possibilités de choisir des légumes uniquement, ou des formules mixtes (légumes et fruits), en passant par le choix ou le refus de certains produits. Il est déjà arrivé que des clients arrêtent le système de panier en avançant comme argument qu'ils devaient jeter des légumes et qu'ils n'aimaient pas gaspiller. Grosses Légumes propose une formule de panier avec la possibilité d'acheter à côté des surplus. Cette formule connaît un grand succès. Certains proposent des paniers et des produits "à la carte" et voient surtout cette dernière formule croître.

Degré de personnalisation	Aucun, un type de panier est proposé	Période de quelques semaines	Possibilité de modifier un ou plusieurs légumes
Avantages	Cela facilite énormément la mise en panier, la gestion, les livraisons, la répartition de la production entre les paniers s'il y a des produits provenant de différents producteurs.	<ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit de se rapprocher au mieux de la demande spécifique de chaque consommateur tout en gardant une facilité de gestion et une maîtrise sur ce qui est vendu d'une semaine à l'autre. - Compromis entre l'imposition d'un choix aux clients et la possibilité de choisir (commerce classique). 	<ul style="list-style-type: none"> - Certains offrent la possibilité aux clients d'exclure un ou plusieurs produits. Cela permet de fidéliser la clientèle qui bénéficie d'un service personnalisé.

Degré de personnalisation	Aucun, un type de panier est proposé	Période de quelques semaines	Possibilité de modifier un ou plusieurs légumes
Inconvénients	- Peut induire une lassitude chez le client ou une impression de gaspillage.	- Plus il y a de formules différentes, plus la gestion est complexe. La partie "distribution" prendra plus de temps. Cela va se ressentir sur le prix.	- nécessité d'avoir un système informatique performant. La partie "distribution" est encore plus conséquente et pèse d'autant plus sur le prix final du panier. - Difficulté à la livraison avec nécessité d'avoir paniers nominatifs.



Avec le soutien de



Wallonie