

DOCUMENTER, DIFFUSER ET SOUTENIR LES PRODUCTEURS BIOLOGIQUES DANS LEUR MISE EN MARCHÉ

Geoffroy Ménard, agr.¹

No de projet : 10-MEM1-06

Durée : 03/2011 – 01/2013

FAITS SAILLANTS

Le CETAB⁺ a enquêté auprès d'acheteurs de légumes biologiques et de formules novatrices de mise en marché afin de documenter les exigences des acheteurs, de même que des modèles de mise en marché. Dans beaucoup de magasins de détail, les légumes biologiques ne se vendent pas suffisamment en raison de leur prix jugé trop élevé. Les détaillants et distributeurs veulent acheter des produits uniformes d'une apparence impeccable, dont l'origine et la certification sont clairement identifiées. Ils recherchent des fournisseurs qui peuvent livrer régulièrement et qui peuvent offrir plusieurs produits afin de limiter les sources d'approvisionnement.

Le regroupement des producteurs pour une mise en marché commune de leurs produits pourrait contribuer à résoudre certaines problématiques et saisir des opportunités.

Le CETAB⁺ a produit deux rapports et présenté des conférences pour diffuser ces résultats. Ces documents sont disponibles sur le site du CETAB⁺².

Les objectifs initiaux du projet comprenaient celui de proposer aux acheteurs de la filière des formules facilitant les partenariats d'affaires avec les producteurs. Aucun des détaillants ou des distributeurs interrogés ne s'est montré intéressé à travailler en partenariat avec des producteurs, à contractualiser des ententes ou à développer des chaînes de valeur.

Des producteurs rencontrés se sont intéressés au regroupement, mais les défis qui attendent ceux qui entreprennent une telle démarche, en particulier la charge de travail pour mettre sur pied une organisation et la prise de décision collective, ralentissent le déploiement de ces solutions. Il est à prévoir une certaine forme d'accompagnement des producteurs intéressés à développer des projets spécifiques.

OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

L'objectif de ce projet était, d'une part, d'obtenir une meilleure compréhension des besoins des différents acheteurs de produits maraîchers biologiques, et d'autre part, de proposer aux producteurs de cette filière des modèles de partenariats pour regrouper leur offre.

Une enquête a été menée auprès de 42 acheteurs de légumes biologiques du Québec, sous forme d'entrevues semi-dirigées, afin d'identifier leurs besoins et leurs attentes. Une revue de littérature sur le fonctionnement de la distribution des fruits et légumes, ainsi que sur les organisations de distribution régionale et regroupements de producteurs consacrés à la mise en marché a été faite. L'information est publiée sur Agri-Réseau et le site du CETAB⁺ en deux rapports, l'un sur les besoins des acheteurs et l'autre sur les regroupements de mise en marché. Des conférences ont été offertes pour présenter les informations recueillies, l'une à Victoriaville le 27 novembre 2012 (11 présences), l'autre à Saint-Nicolas le 18 janvier 2013 (33 présences). Une troisième sera donnée le 18 mars 2013 à Longueuil. Les diapositives de ces présentations ont été publiées sur le site du CETAB⁺.

¹ CETAB⁺

² <http://www.cetab.org/documents.aspx>

RÉSULTATS SIGNIFICATIFS POUR L'INDUSTRIE

Les détaillants essuient beaucoup de pertes de légumes biologiques invendus. Le principal facteur limitant l'achat de produits biologiques est le prix. Des détaillants jugent également que les produits biologiques du Québec ne sont pas suffisamment disponibles. La fraîcheur des produits, la durée de vie des produits, la régularité des livraisons, l'étiquetage et l'apparence visuelle des produits sont les critères les plus importants pour le choix d'un fournisseur. La qualité des produits est jugée particulièrement sur leur fraîcheur, leur apparence visuelle, leur propreté et leur uniformité. Les produits les plus demandés par les détaillants sont, en ordre, les carottes, les concombres, les oignons, les céleris, l'ail, le brocoli et les pommes de terre.

Les producteurs voulant approvisionner les détaillants ou les distributeurs doivent fournir une qualité constante, les produits doivent être généralement emballés, la provenance des produits doit être identifiée (ferme et région) et la certification biologique doit être bien visible. Il est important que les produits soient uniformes et de calibre standard, et qu'ils aient leur code-barres et leur code UPL. Il faut utiliser des caisses de format standard, mais plusieurs détaillants seraient intéressés à acheter des demi-caisses afin d'améliorer la rotation des stocks. Les producteurs devraient fournir à l'avance une liste de produits, prix et quantités disponibles; pouvoir fournir des volumes constants et effectuer des livraisons à intervalles réguliers et respecter la chaîne de froid, du champ aux entrepôts de l'acheteur. Il y a un intérêt chez les distributeurs et détaillants pour une offre regroupée, c'est-à-dire avoir un plus grand assortiment de produits par fournisseur.

L'analyse de formules novatrices de mise en marché démontre que les regroupements peuvent exercer plusieurs fonctions utiles à leurs membres et aux acheteurs : coordination de la production, agrégation des produits, tri, conditionnement et emballage des produits, entreposage, livraisons ou coordination de la logistique de livraison, développement de marché, promotion des produits, développement de marque, transformation, service-conseil, formation, recherche, achats d'intrants et importation de produits.

APPLICATIONS POSSIBLES POUR L'INDUSTRIE ET/OU SUIVI À DONNER

Le premier volet de l'étude fournit, pour les producteurs qui ne connaissent pas les exigences des marchés des détaillants et de la distribution, des informations sur les exigences qu'ils doivent rencontrer pour s'y conformer et entretenir de bonnes relations avec leurs acheteurs. Le deuxième volet de l'étude démontre aux producteurs les possibilités que présentent les regroupements pour apporter des solutions à certaines problématiques de mise en marché et pour saisir des opportunités d'affaires. Les étapes à franchir et les défis à relever lors d'une telle démarche sont également abordés.

Ces informations, rendues disponibles aux producteurs, peuvent alimenter leur réflexion et les inspirer pour l'organisation de la mise en marché des légumes. Il leur revient ensuite d'établir les partenariats nécessaires. Le CETAB⁺ peut agir comme accompagnateur auprès d'éventuels producteurs désirant entreprendre des démarches de regroupement pour organiser une mise en marché commune. Il peut aussi aider les producteurs à se réseauter grâce au projet Réseau Bio, réalisé en partenariat avec le MAPAQ.

POINT DE CONTACT

Responsable du projet : Geoffroy Ménard
Téléphone : (819) 758-6401, poste 2780
Télécopieur : (819) 758-8960
Courriel : geoffroy.menard@cetab.org

PARTENAIRES FINANCIERS

Ce projet a été réalisé grâce à une aide financière accordée dans le cadre du Programme d'appui à la mise en marché des produits biologiques du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.