



Pôle Territorial
Albigeois-Bastides



Atelier sur la logistique des circuits courts



21 septembre 2022



Atelier sur la logistique des circuits courts



21 septembre 2022



Albi

Déroulé de l'atelier

Présentation de l'étude
et des enseignements

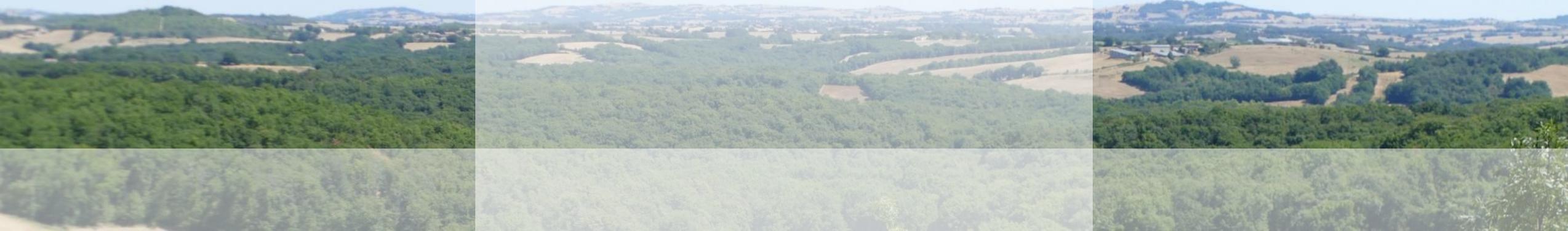
Travaux de
groupes

Priorisation des
actions

Clôture de l'atelier

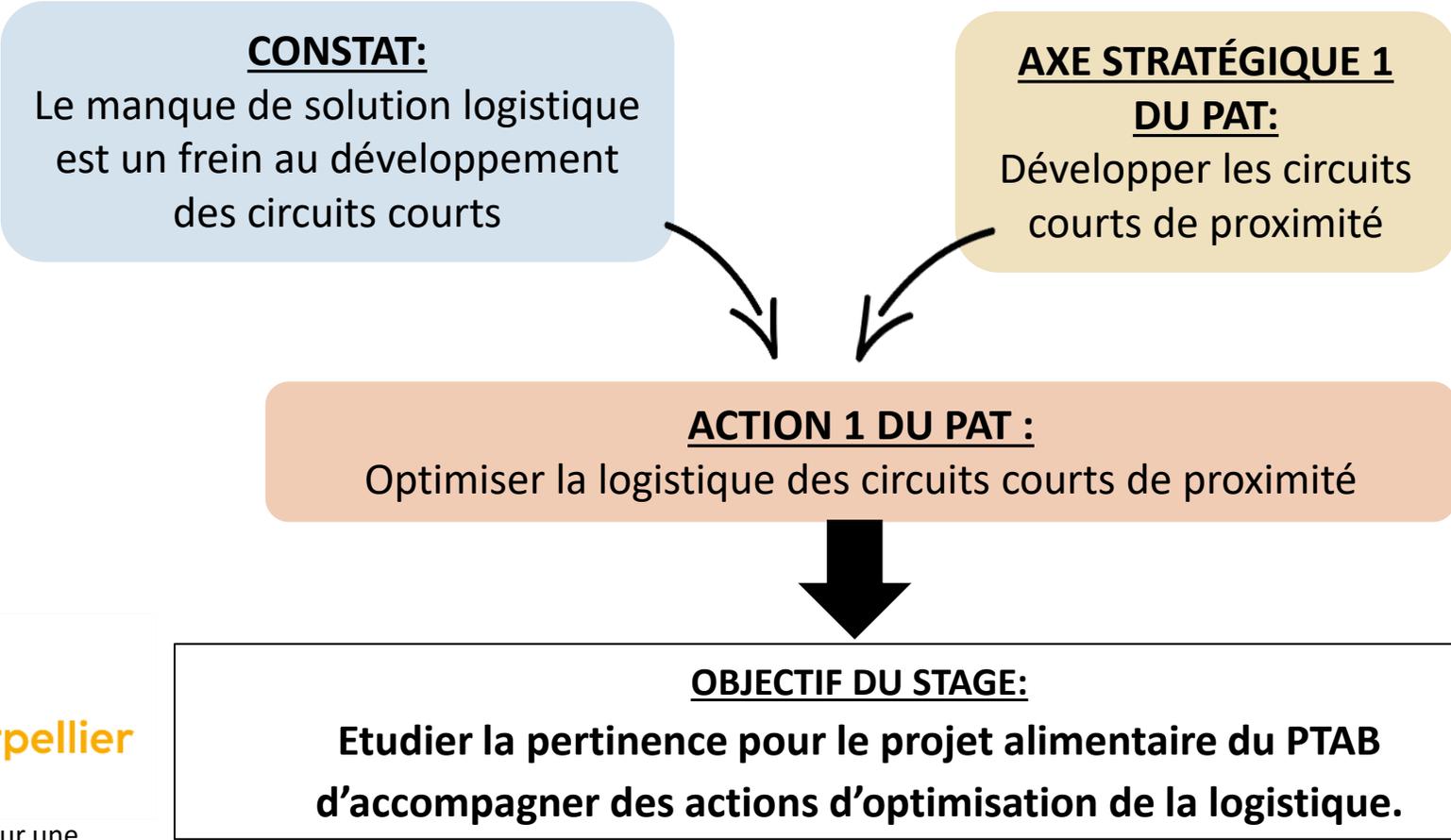


CONTEXTE ET ENJEUX





Contexte de l'étude

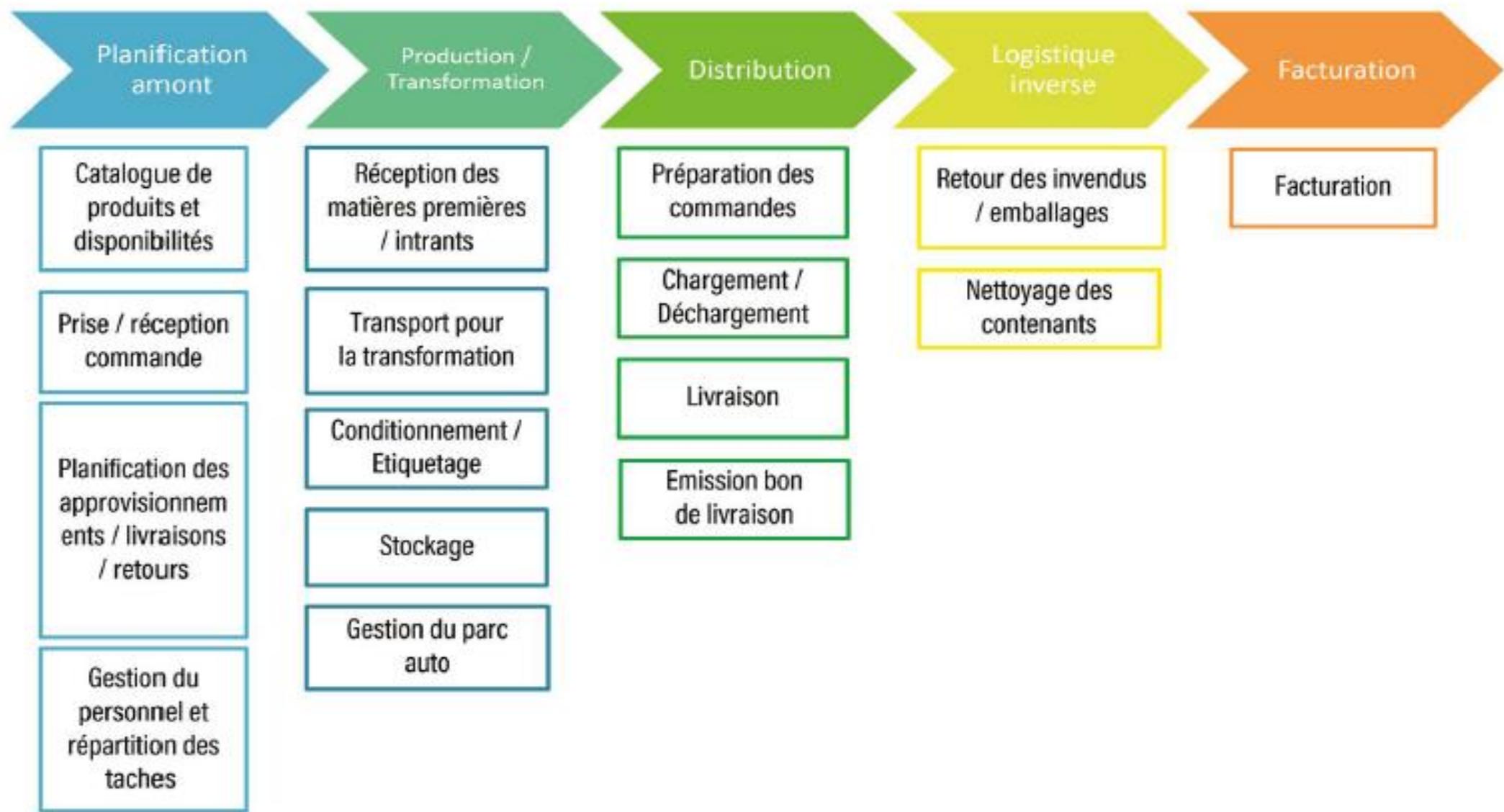




Pôle
Territorial
Albigeois-Bastides



La logistique des circuits courts...



➤ Les enjeux autour de la logistique

Une logistique prise en charge par les agriculteurs qui implique...

- **DES COÛTS SUPPLÉMENTAIRES** pour les agriculteurs
- **DES INVESTISSEMENTS NECESSAIRES** dans du matériel
- **DES COMPÉTENCES** supplémentaires à acquérir
- **DÉTÉRIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL**
- Un **IMPACT ÉCOLOGIQUE ÉLEVÉ**

8h



60%

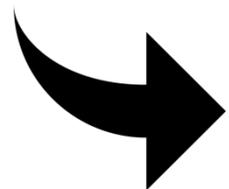
n'intègrent pas ce coût
au prix de vente

16
points de
vente

20 à 30%

du chiffre d'affaires

*Enquêtes menées auprès de 180 producteurs entre 2016 et 2018
en Normandie et Ile-de-France (projet OLICO-Seine)*



**Une logistique non optimisée peut être un frein au développement
des circuits courts**



PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE





Présentation de l'étude

Mai / Juin

Connaître les spécificités de la logistique, le territoire et ses acteurs

Septembre

Analyser les résultats et ouvrir un espace de dialogue multi acteurs



Juin / Juillet / août

Identifier des besoins logistiques des producteurs et acteurs des circuits courts

Objectifs

- ✓ Identifier des pistes d'actions d'optimisation pertinentes au regard des besoins du territoire
- ✓ Ouvrir un espace de dialogue multi acteurs sur la logistique alimentaire de proximité



Présentation de l'étude

Entretiens qualitatifs avec **32 producteurs**



26 par téléphone



6 en face à face



7



4



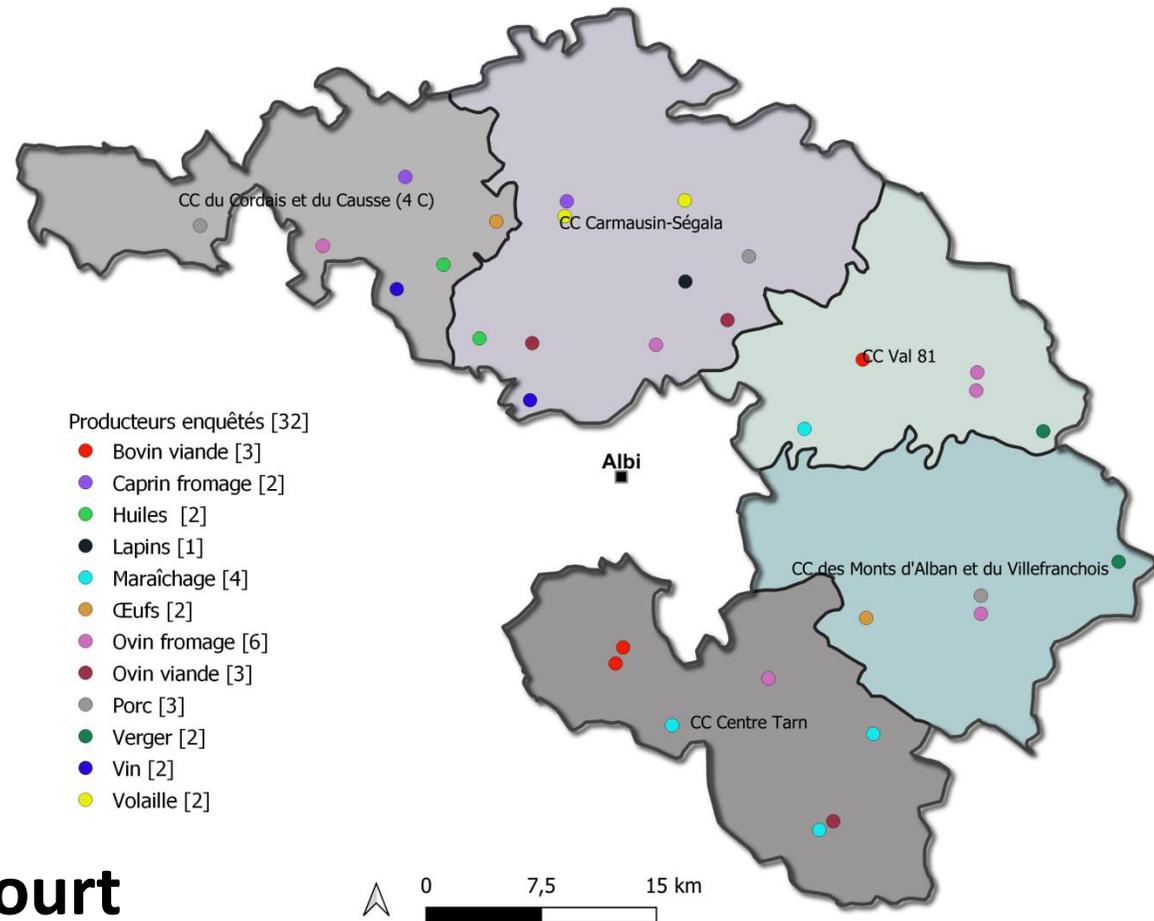
5



10



6



... Et 5 acteurs locaux des circuits court

- Drive In Tarn / Omeloko
- Association Produit sur son 31
- Miladiou
- Corbeille du Ségala



LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE



➤ Résultats de l'étude

Les typologies d'exploitations au regard de leur mode de vente

1

Les producteurs qui multiplient les points de vente

- 12 personnes
- **19** points de vente en moyenne
- **Petits volumes** de vente et livraisons **fréquentes**
- Tournées **>150 km**
- Collectif ++

Dynamique de vente:



« Un jour, j'ai dû livrer une commande de 2 pots de yaourts, ça faisait 1,60€ »

« On ne fait pas attention aux heures qu'on passe sur ça, on s'en rendrait compte si on devait payer quelqu'un pour le faire »

« Quand on passe livrer les clients, c'est toujours en coup de vent »

➤ Résultats de l'étude

Les typologies d'exploitations au regard de leur mode de vente

2

**Les producteurs qui font
des circuits courts et des
filières longues**

- 5 personnes
- Gèrent les livraisons locales (< 25km)
- **Prestataires privés** pour les autres
- Souhaitent mutualiser pour ↓ **les coûts**

Dynamique de vente:



« S'il y a des petites optimisations à trouver, je veux bien y aller »

« Ça pourrait être une ramasse dans les fermes du territoire « les Tarnais de l'Albigeois » qui irait ensuite livrer à Toulouse »

« la livraison ce n'est pas le seul acte de livrer, c'est bien d'autres choses mais faire toutes les livraisons, commercialement, ça ne vaut pas le coup »

➤ Résultats de l'étude

Les typologies d'exploitations au regard de leur mode de vente

3

Les ultra locaux

- 9 personnes
- **Points de vente <35km**
- Bio ou races anciennes
- Ancienneté a permis de relocaliser les débouchés

Dynamique de vente: **==**

« Il faut l'insérer dans le planning mais c'est sympa de rencontrer les clients »

« Tout est optimisé mais ça prend encore trop de temps, donc je vais réduire ma production ».

"On début, on allait partout parce qu'on en avait besoin, mais depuis on a arrêté certains points de vente comme La Ruche qui dit Oui à Toulouse"

➤ Résultats de l'étude

Les typologies d'exploitations au regard de leur mode de vente

4

Les aficionados de la relation client

- 5 personnes
- **Relation client** au cœur de leur modèle
- Veulent **garder la main de** la prod. à la commercialisation
- **Gros volumes** de vente lors des tournées

Dynamique de vente:



« un truc super important, c'est la maîtrise du produit du début à la fin »

« Je préfère laisser quelqu'un faire autre chose sur la ferme mais pas la livraison »

« on est une vingtaine à proximité et je suis sûre qu'on achète les mêmes emballages, alors le carton on pourrait l'avoir à 30€ au lieu de 40€ »



➤ Résultats de l'étude

Note moyenne donnée sur le caractère contraignant de chaque étape logistique

1 = Pas du tout contraignant / 10 = Très contraignant

Les producteurs qui multiplient les points de vente	Les producteurs qui font des circuits courts et des filières longues	Les ultra locaux	Les aficionados de la relation client
---	--	------------------	---------------------------------------

7,5/10	7/10	4/10	5/10
--------	------	------	------

La livraison

La prise de commande & facturation

La préparation des commandes

Les permanences de vente

3/10	3/10	2/10	3/10
5/10	2/10	3/10	4/10
4/10	2/10	3/10	2/10



Résultats de l'étude

Les besoins identifiés et pistes d'action imaginées

MUTUALISER LES LIVRAISONS

- ✓ Mettre en place un salarié-livreur commun à plusieurs producteurs
- ✓ Développer le cotransport
- ✓ Passer par un prestataire de transport

DIMINUER LES CHARGES

- ✓ Structurer un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement (emballage, étiquettes) et le matériel de transport (glacières, cagettes)

TROUVER DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS

- ✓ Structurer une offre demi-gros locale



Résultats de l'étude

Niveaux d'intérêt de chaque typologie pour les différentes pistes d'actions

Les producteurs qui multiplient les points de vente

Les producteurs qui font des circuits courts et des filières longues

Les ultra locaux

Les aficionados de la relation client

Structurer un groupement d'employeur avec un salarié livreur	Fort	Fort	Faible	Faible
Livraison par un prestataire de transport	Fort	Fort	Faible	Faible
Développer le cotransport entre producteurs	Fort	Moyen	Moyen	Faible
Structurer un groupement d'achat de producteurs pour le matériel de conditionnement / transport / étiquette	Fort	Fort	Fort	Fort
Structurer une offre demi-gros locale	Fort	Fort	Moyen	Faible

Niveau d'intérêt

Fort Moyen Faible



PISTES D' ACTIONS



STRUCTURER UN GROUPEMENT D'ACHAT POUR LE MATÉRIEL DE CONDITIONNEMENT ET DE TRANSPORT

Priorisation à l'aide de 3 gommettes/personne
15 gommettes



DESCRIPTION DE L'ACTION: Création d'un groupement d'achat de producteurs qui ont besoin du même matériel de conditionnement, d'étiquettes ou de matériel de transport (glacières, caisson frigorifique). **Ca peut être mis en place également pour le matériel nécessaire aux marchés et la petite restauration.**

Fort intérêt pour ceux qui sont en conserverie et ceux qui utilisent des pots de yaourts.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?

Identifier les besoins des producteurs

Besoin d'une personne qui se charge de la coordination

Définir une échelle d'action

Quel moyen de paiement: de l'achat / revente ou un regroupement des commandes ?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?

CUMA

Certains acteurs proposent déjà des emballages floqués à leurs adhérents:

Saveur du Tarn & Bienvenue à la ferme



QUELS AVANTAGES?

✓ **Diminution des coûts** des emballages

✓ **Constituer un stock disponible sur le territoire**



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

✓ Recenser et vérifier que plusieurs producteurs utilisent les **mêmes emballages**

✓ Besoin d'un endroit pour **réceptionner et stocker** ce matériel →

Attention à l'hygiène / sécurité

✓ **Anticipation** des producteurs pour commander le matériel simultanément

✓ **Difficile à mettre en place pour les emballages floqués avec différentes étiquettes**

✓ **Temporalité**

✓ **Balance temps passé / gain d'argent**

STRUCTURER UN GROUPEMENT D'EMPLOYEUR POUR UN SALARIÉ LIVREUR COMMUN À PLUSIEURS EXPLOITATIONS

Priorisation à l'aide de 3
gommettes/personne
14 gommettes



DESCRIPTION DE L'ACTION: Création d'un poste de chauffeur-livreur via un groupement d'employeurs composé de plusieurs producteurs.
Cette solution a été mentionnée dans le cas des livraisons vers la région Toulousaine.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?

Définir les secteurs / l'échelle d'action pour mutualiser le poste
Achat (via subventions?) d'un véhicule frigo → En CUMA?
Définir le rôle du salarié: Livreur + ambassadeur + commercial / technicien?
Intégrer des producteurs de différentes filières
Coopération et entraide entre producteurs des mêmes types de produits (vs concurrence)



QUELS ACTEURS ASSOCIER?

CUMA
Groupement d'employeur
Banques
Collectivités



QUELS AVANTAGES?

- ✓ Gain de temps
- ✓ Rassurance les producteurs sur la qualité de la livraison
- ✓ Maintient la relation avec le client à travers le salarié qui n'est pas un simple livreur mais également un « ambassadeur » des produits
- ✓ Flexibilité de la livraison (quantité, spécificités & horaires des clients)
- ✓ Accès à de nouveaux débouchés / relocalisation des débouchés

QUELS POINTS DE VIGILANCE?



- Charges supplémentaires pour les producteurs
- ✓ Une organisation **transparente** devra être définie pour calculer le prorata du salaire de cet emploi à facturer à chaque producteur
- ✓ Cet emploi doit s'inscrire dans un **temps long**
- ✓ Spécificités de chaque produit à respecter lors du transport
- ✓ **Retours des consignes qui peuvent représenter de gros volumes**
- ✓ **Gérer les spécificités de chaque client (horaire de livraison, type de conditionnement etc)**
- ✓ **Neutralité du salarié vis-à-vis des producteurs**
- ✓ **Il faut du volume pour que ce soit viable**
- ✓ **Les producteurs ont différents types de matériel de transport et ne s'organisent pas tous de la même manière**



DESCRIPTION DE L'ACTION: Un producteur pourra transporter ses produits mais également ceux d'autres producteurs et inversement. On peut mettre en place une rotation du producteur-livreur toutes les semaines ou ça peut être toujours le même producteur qui effectue le rôle du livreur, en échange d'un dédommagement. Cette action peut s'organiser au sein d'un collectif de producteurs ou bien avec des producteurs deux à deux.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?



QUELS AVANTAGES?

- ✓ Les producteurs gardent la main sur la partie livraison et la **relation client**
- ✓ Économies de **temps et d'argent** par rapport à une tournée individuelle
- ✓ Accès à de **nouveaux débouchés / relocalisation** des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ Répartir les charges de façon **équitable et transparente**
- ✓ Définir qui a la **responsabilité** des produits
- ✓ Nécessite une relation de **confiance** entre les producteurs (également concurrents)
- ✓ Doit s'organiser par **petits groupes** ou bien être accompagné d'un **investissement dans un véhicule** plus grand
- ✓ Spécificités de chaque produit à respecter lors du transport



DESCRIPTION DE L'ACTION: Structuration d'un offre qui regroupe plusieurs producteurs au sein d'une même plateforme numérique à destination des acheteurs en demi-gros locaux ; épiceries, supermarchés ou restauration collective.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?



QUELS AVANTAGES?

- ✓ **Simplifie la prise de commande** des épiceries, supermarchés ou collectivités
- ✓ **Incite** de nouveaux acteurs à **s'approvisionner localement** en levant certaines contraintes
- ✓ Permet à ceux qui achètent localement uniquement certains produits **d'étoffer leur gamme de produits locaux**
- ✓ Accès à de **nouveaux débouchés / relocalisation** des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ Producteurs également **concurrents**
- ✓ Offre en **cohérence** avec ce qui existe déjà (PSS31)



DESCRIPTION DE L'ACTION: Les producteurs passent par un prestataire de transport qui livrerait leurs produits. Ce prestataire peut être un acteur privé avec qui les producteurs traitent directement ou bien être organisé par la collectivité. Ce prestataire peut être un transporteur classique ou un spécialiste du transport de produits alimentaires locaux en circuit court, comme Agriflux.



COMMENT METTRE EN PLACE L'ACTION?



QUELS ACTEURS ASSOCIER?



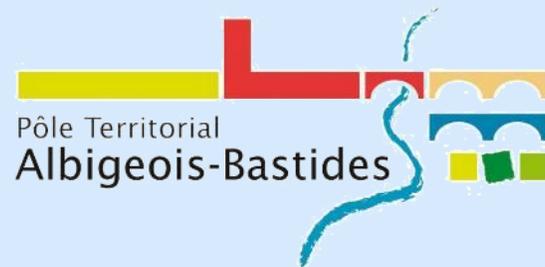
QUELS AVANTAGES?

- ✓ **Gain de temps**
- ✓ Accès à des **camions adaptés** aux produits à transporter (T° dirigée, grands volumes)
- ✓ Livraison effectuée par un **professionnel**
- ✓ Accès à de **nouveaux débouchés / relocalisation** des débouchés



QUELS POINTS DE VIGILANCE?

- ✓ **Appréhension** sur la qualité de la livraison
- ✓ **Manque de flexibilité** des prestataires de transport
- ✓ Un fonctionnement qui n'est **pas toujours adapté** au type de produits à livrer (des colis vs des palettes)
- ✓ La personne en charge de la livraison doit être toujours la même pour ne pas multiplier les erreurs
- ✓ **Perte de la relation** client
- ✓ **Coût**
- ✓ Spécificités de chaque produit à respecter lors du transport



**Merci pour
votre
attention**

