

Optimiser la logistique des circuits courts de proximité : Le cas du territoire de l'Albigeois et des Bastides

LE TERRITOIRE RURAL DE L'ALBIGEOIS ET DES BASTIDES

5 communautés de communes et 59 000 habitants



QUELS SONT LES ENJEUX AUTOUR DE LA LOGISTIQUE DES CIRCUITS COURTS?

Une logistique qui est très majoritairement prise en charge par les agriculteurs, ce qui implique...

- Des **coûts supplémentaires** pour les agriculteurs (prix carburants)
- Des **investissements nécessaires** dans du matériel (camions froids)
- Des **compétences** à acquérir (la réglementation du transport de produits pour autrui, organisation des tournées)
- Une **détérioration des conditions de travail** (↑ de la pénibilité et du temps de travail)
- Un **impact écologique élevé** si elle n'est pas optimisée (faible taux de remplissage des camions, multiplication des kilomètres, etc)

PROJET OLICO-SEINE*

- En moyenne, les producteurs passent **8h / semaine** sur des activités logistiques et livrent **16 points de vente**
- Le coût logistique représente **20 à 30% du chiffre d'affaires**
- 60%** des producteurs **n'intègrent pas ce coût au prix de vente**

**Enquêtes auprès de 180 agriculteurs en Normandie 2016-2018*

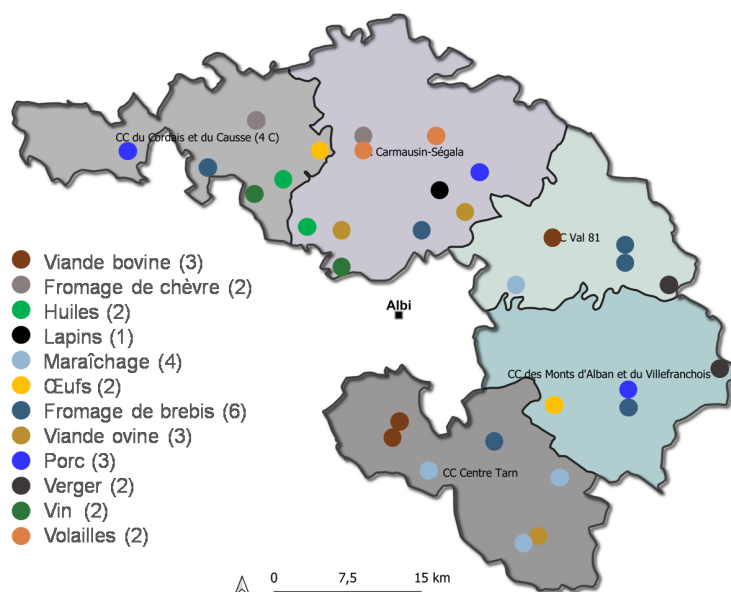
UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE POUR COMPRENDRE LES BESOINS DES PRODUCTEURS

ETAPE 1 : Connaître le territoire et les enjeux logistiques

ETAPE 2 : Identifier les besoins des producteurs

ETAPE 3 : Identifier des pistes d'actions pertinentes et ouvrir un espace de dialogue multi acteurs

Carte des producteurs enquêtés



Des **entretiens semi-directifs** avec

32

producteurs (multi-filières)

&

5

acteurs clés des circuits courts (drives fermiers, l'association Produit sur son 31, un magasin de producteurs, la SARL Miladiou)

Atelier logistique:

- 16 participants (agriculteurs et partenaires)
- Présentation des résultats de l'étude
- Priorisation de 2 pistes d'actions
- 2 groupes de travail pour enrichir les actions

PRÉSENTATION DES 4 TYPOLOGIES D'EXPLOITATIONS

L'analyse des entretiens a permis de distinguer quatre typologies d'exploitations au regard de leurs modes de vente et des problématiques rencontrées

LES PRODUCTEURS QUI MULTIPLIENT LES POINTS DE VENTE

- 1 ou 2 personnes sur l'exploitation
- **19 points de vente** en moyenne
- Des **livraisons fréquentes de petits volumes**
- Des tournées de plus de **150 kilomètres**
- Intégrés dans des **collectifs** de producteurs
- Économiquement fragiles
- Des livraisons **chronophages**

LES PRODUCTEURS QUI FONT DES CIRCUITS COURTS ET DES FILIÈRES LONGUES

- Entre 2 et 8 personnes sur l'exploitation
- Ils font les livraisons **< 20 km** et passent par un **transporteur** pour les autres
- Commercialisation en **local** et en **filière longue** (grossistes, export)
- Des livraisons **coûteuses**

LES ULTRA LOCAUX

- Entre 1 et 3 personnes sur l'exploitation
- Installations **anciennes** (>10 ans)
- Signes de **qualité** (AB, races anciennes)
- L'ensemble de la production est vendu dans un **rayon de 35 km** de la ferme
- La livraison est suivie d'une **permanence** de vente
- Des livraisons **peu contraignantes**

LES AFICIONADOS DE LA RELATION CLIENT

- Entre 2 et 3 personnes sur l'exploitation
- **La relation client** est au cœur de leur modèle
- Ils veulent **garder la main** de la production à la commercialisation
- Tournées optimisées avec de **gros volumes**
- Livraisons un peu contraignantes en raison du nombre de kilomètres mais **indispensables**

5 PISTES D'ACTIONS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS IDENTIFIÉS



BESOIN N° 1 : MUTUALISER LES LIVRAISONS

- **Structurer un groupement d'employeur** de plusieurs producteurs et créer un poste de salarié-livreur



Action priorisée
lors de l'atelier

- **Développer le cotransport entre les producteurs** : Un producteur transporte les produits de plusieurs agriculteurs, via une rotation ou non du producteur-livreur. Cela peut s'organiser au sein d'un collectif ou bien avec des producteurs deux à deux.
- **Passer par un prestataire de transport** : Les producteurs passent en direct avec un prestataire de transport ou cela peut être organisé par la collectivité. Ce prestataire peut être un transporteur classique ou un spécialiste du transport de produits alimentaires locaux en circuit court.



BESOIN N° 2 : DIMINUER LES CHARGES DE L'EXPLOITATION

- **Création d'un groupement d'achat de producteurs** qui ont besoin du même matériel de conditionnement, d'étiquettes ou de matériel de transport (glacières, caissons frigorifiques) pour diminuer le coût de ce matériel



Action priorisée
lors de l'atelier



BESOIN N° 3 : ACCÉDER À DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS

- **Structuration d'une offre demi gros locale** qui regroupe les produits de plusieurs agriculteurs au sein d'une même plateforme numérique à destination des acheteurs en demi-gros locaux ; épiceries, supermarchés ou restauration collective.

AVANTAGES ET POINTS DE VIGILANCE DES PISTES D'ACTIONS

1 Structurer un groupement d'employeur pour un salarié-livreur*



AVANTAGES

- Gain de temps
- Rassure les producteurs sur la qualité de la livraison
- Maintient la relation client à travers le salarié qui peut également être un ambassadeur des produits
- Souplesse des conditions de livraison (quantité, conditionnement, horaires des clients)

POINTS DE VIGILANCE

- Charges supplémentaires
- Une organisation transparente devra être définie pour calculer les charges à facturer à chaque producteur
- Cet emploi doit s'inscrire sur le long terme
- Nécessite une relation de confiance entre les producteurs/concurrents et une neutralité du salarié
- Le retour des consignes doit être assuré
- Il faut du volume pour que ce soit viable

2 Développer le cotransport entre producteurs



AVANTAGES

- Gain de temps et d'argent par rapport à une tournée individuelle
- Les producteurs gardent la main sur la livraison et la relation client

POINTS DE VIGILANCE

- Répartition équitable et transparente des charges et dédommagements
- Il faut définir qui a la responsabilité des produits lors du transport
- Nécessite une relation de confiance entre les producteurs/concurrents
- Doit s'organiser par petits groupes ou bien être accompagné de l'achat d'un véhicule plus grand
- Le retour des consignes doit être assuré

3 Passer par un prestataire de transport



AVANTAGES

- Gain de temps
- Accès à des camions adaptés aux produits à transporter (T° dirigée, gros volumes)
- Livraison effectuée par un professionnel

POINTS DE VIGILANCE

- Appréhension sur la qualité de la livraison et perte de la relation client
- 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)
- Multiplication des erreurs si le livreur n'est pas toujours le même
- Charges supplémentaires

4 Structurer un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement*



AVANTAGES

- Diminution des coûts des emballages et du matériel de transport
- Constitution d'un stock disponible sur le territoire

POINTS DE VIGILANCE

- Recenser et vérifier que plusieurs producteurs utilisent le même matériel
- Définir un endroit pour réceptionner et stocker ce matériel
- Anticipation des producteurs pour commander le matériel simultanément
- Respect de l'hygiène et de la sécurité des emballages
- Difficile à mettre en place pour les emballages floqués
- Balance temps passé / gain d'argent
- Logistique à mettre en place pour redistribuer ce matériel

5 Structurer une offre demi-gros locale



AVANTAGES

- Simplifie la prise de commande des acheteurs demi gros
- Incite de nouveaux acteurs à s'approvisionner localement en levant certaines contraintes
- Permet à ceux qui achètent uniquement certains produits au niveau local, d'étoffer leur gamme
- Permet aux producteurs d'accéder à de nouveaux débouchés

POINTS DE VIGILANCE

- Nécessite une relation de confiance entre les producteurs/concurrents
- L'offre doit être en cohérence avec ce qui existe déjà (PSS31, Agrilocal)

INTÉRÊT DES PRODUCTEURS POUR LES PISTES D'ACTION

	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
BESOIN 1 : MUTUALISER LES LIVRAISONS				
1 Structurer un groupement d'employeur pour un salarié-livreur	Fort	Fort	Faible	Faible
2 Développer le cotransport entre producteurs	Fort	Fort	Faible	Faible
3 Passer par un prestataire de transport	Fort	Moyen	Moyen	Faible
BESOIN 2 : DIMINUER LES CHARGES DE L'EXPLOITATION				
4 Structurer un groupement d'achat pour le matériel de conditionnement	Fort	Fort	Fort	Fort
BESOIN 3 : ACCÉDER À DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS				
5 Structurer une offre demi-gros locale	Fort	Fort	Moyen	Faible

Niveau d'intérêt pour chaque piste d'action

Fort Moyen Faible

QUEL RÔLE POUR LE PÔLE TERRITORIAL ALBIGEOIS BASTIDES?

- Il peut accompagner la **structuration de collectifs logistiques** car il dispose de compétences en **animation de réseaux**, d'une **vision territoriale** et peut **mettre en relation** différents types d'acteurs.
- Il peut ouvrir un espace de dialogue et **impulser une dynamique** autour de la logistique.
- Il peut aider dans la **recherche de financements publics** pour faciliter la démarche commune.
- Une fois le collectif créé, le pôle peut avoir un rôle de **tierce personne**, et veiller à ce qu'il n'y ait pas d'appropriation individuelle des ressources.

ET APRÈS ?

Cette étude est une première étape exploratoire, qui a permis de montrer que :

- Le **manque de mutualisation logistique est un frein au développement des circuits courts** pour certaines exploitations, notamment les plus fragiles
- La **livraison est l'étape la plus contraignante**
- Les solutions imaginées par les producteurs sont principalement **collectives**

Pour la suite, le pôle territorial Albigeois Bastides évaluera **le niveau d'engagement des producteurs pour mettre en place une ou plusieurs actions**.

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter **Anaïs Huot : ahuot@ptab.fr**