

# en DIRECT

Hiver 2017 n°36



## Approvisionner la restauration collective en viande bovine locale

Dans le cadre de l'approvisionnement des cantines en viande par les éleveurs locaux, de véritables évolutions des habitudes de fonctionnement des gestionnaires de cantine sont nécessaires et une nouvelle organisation collective de la part des producteurs de viande est incontournable pour créer une relation offre/ demande répondant aux exigences de chaque partie.

Rappelons que développer une alimentation de proximité en restauration collective est un objectif clairement affiché par le PNA (Programme National pour l'Alimentation) et que par ailleurs, le GEMRCN (groupement d'étude des marchés en restauration collective et de nutrition) recommande de servir en restauration collective, au moins 1 repas sur 5 à base de viande non hachée de bœuf, veau ou agneau et de plus l'oblige en restauration scolaire.

### Une nouvelle façon d'acheter la viande

Aussi, pour faciliter l'achat de viandes de bœuf par la restauration collective, Interbev a créé des fiches techniques ([www.interbev.fr](http://www.interbev.fr)) qui permettent notamment de définir les besoins en viande avec une approche, non plus par le muscle, mais par le plat. Ainsi, maintenant le cuisinier demandera de la viande pour faire du sauté de bœuf ou des morceaux à braiser ou des rôtis ou des émincés... Car derrière chaque nature de plats, il y a plusieurs muscles de la carcasse ciblés tels que indiqués sur ces fiches ; y apparaissent également les valeurs nutritionnelles, les grammages et fréquences recommandées par nature de convive (jeunes enfants, adolescents...).

### Une nouvelle organisation pour fournir la viande

Par ailleurs, afin de valoriser toutes les parties de la carcasse (quartier avant et quartier arrière) dans le but de viser « l'équilibre matière », les éleveurs ont intérêt à jouer sur la complémentarité des demandes des différents circuits (restauration collective, grandes surfaces, bouchers, particuliers, restauration...) ou sur la complémentarité entre plusieurs cantines scolaires (collèges, lycées...) qui cuisineront à tour de rôle les différents morceaux.

Quelques initiatives de producteurs, à l'image de ces schémas, ont vu le jour en Côte d'Or, en Lorraine, en Normandie... Elles supposent, pour les gestionnaires de cantines, d'établir 3 à 4 mois à l'avance un plan périodique des menus et, en parallèle, exigent des éleveurs une bonne planification des lots d'animaux à l'engraissement pour assurer une qualité d'engraissement optimale à la date d'abattage prévue.

La réussite d'une telle évolution réclame de l'anticipation, de la réflexion et un pilote.

## Nouvelle stratégie de communication de Bienvenue à la ferme



Cette nouvelle offensive de la marque des Chambres d'Agriculture doit permettre à ses adhérents de conquérir de nouveaux clients et de renforcer son réseau en attirant de nouveaux producteurs. Car l'attente des consommateurs en produits fermiers est en

## FORMATIONS INDRE

- « Se diversifier en productions de plantes aromatiques et médicinales » (2j) 12 décembre 2017, 11 janvier 2018
- « Fabriquer des yaourts à la ferme » (2j) en mars 2018
- « Se professionnaliser en maraîchage » (2j) 1er et 8 février 2018
- « Créer un point de vente collectif de produits fermiers » (2,5j) 22 et 23 janvier 2018 à et 0.5j en février 2018
- « Reconnaître les pathologies des volailles » (1j) 18 janvier 2018
- « Respect du bien-être des volailles à l'abattage » (1j) en mars 2018

Pour tous renseignements : Sylvie RAFFEAU Tél : 02 54 61 61 41

## LOIRET

- « Concevoir le projet commercial de la vente de sa production en circuits courts » (1j) 6 février, 13 février 2018
- « Se perfectionner dans la pratique et l'analyse de l'autopsie des volailles » (1j) 24 janvier 2018
- « Bien étiqueter ses produits fermiers » (1j) 17 janvier 2018

Pour tous renseignements : Valérie SERVANT - Assistante formation, 02 38 71 90 50

## CHER

- « Connaître la communication » (1j) 15 janvier, 22 janvier 2018 - NN
- « Bien étiqueter ses produits fermiers » (1j) 23 janvier 2018 - PF
- « Bien connaître les Circuits-Courts » (1j) 27 mars, 10 avril 2018 - NN
- « Hygiène : soyez en règle ! » (1j) 17 avril, 15 mai 2018 - NN
- « Réaliser mon étude de marché » (1j) 18 avril, 23 mai 2018 - NN
- « Réussir ses supports de communication » (1j), 12 juin 2018 - PF
- « A quel prix vendre mes produits fermiers ? » (1j) 18 septembre 2018 - PF
- « Création d'un point de vente sur son exploitation » (2j) 1 et 2 octobre 2018 - NN
- « Construire et tenir mon fichier client » (1j) 16 octobre 2018 - NN

Pour tous renseignements :

NN - Nabella NEDDJAR Tél : 02 48 23 04 45

PF - Pierre FARLOTTI Tél : 02 48 23 04 42

## INDRE-ET-LOIRE

- « Contrôle de la production de viande de volailles et de lagomorphes à l'abattoir » (2j) 5 et 6 février 2018
- « Les fondamentaux de la vente directe » (1j) 12 février 2018

Pour tous renseignements : Marie-Françoise FIGIEL Tél : 02 47 48 37 96

progression régulière car en 2016, 75% se disent prêts à consommer autant que possible des aliments produits à proximité et 70% essentiellement des produits de saison\*.



## Une nouvelle communication

D'abord «**MANGEZ FERMIER**» : ce slogan correspond à tous les circuits de commercialisation de produits fermiers que couvre la marque : vente à la ferme, magasins de producteurs, marchés des producteurs de pays, Drive fermier. Ces nouveaux circuits valorisent l'offre de produits fermiers, facilitent l'approvisionnement près de chez soi et participent à inscrire la marque au quotidien dans l'esprit des consommateurs

«**VIVEZ FERMIER**» regroupe les offres de séjours, de loisirs et de restauration et permet aux consommateurs de prolonger l'expérience du « mangez fermier » et de découvrir les réalités d'une exploitation agricole

Et enfin, «**VENEZ NOUS VOIR**», car derrière chaque adhérent Bienvenue à la Ferme, il y a des femmes et des hommes mais aussi une ferme et ça, Bienvenue à la ferme peut l'assurer aux consommateurs.

## Un nouveau site WEB

Bientôt opérationnel, il devra :

- Devenir un acteur incontournable de la vente directe
- Faciliter la consommation des produits fermiers et des expériences à la ferme
- Faire monter en puissance les points de vente : magasins de producteurs, boutique à la ferme, Drive fermier, Marchés des Producteurs de Pays.

Le réseau Bienvenue à la ferme, fort de ses 30 années d'expériences, a la volonté d'être reconnu comme le leader national de la vente directe de produits fermiers.

\*(sondage Daniel et Nina Carasso 2016)

## Une montée en puissance de la mesure "transformation/commercialisation à la ferme" du FEADER

La mesure 422 constitue un outil de financement intéressant pour les investissements de transformation et de commercialisation de produits agricoles à la ferme. Elle est ouverte pour la période 2014-2020 et permet de bénéficier de financements de l'Union Européenne en complément de l'aide apportée par un Pays et/ou un Département.

5 projets ont été financés en 2016 et 16 projets en 2017. La mesure monte donc en puissance.

A noter tout de même que l'enveloppe consacrée pour les sept ans à cette mesure va être revue à la baisse en 2017 de 1 000 000€ à 800 000 € de FEADER. Mais ceci tient à ce que, même au rythme actuel, l'enveloppe initialement prévue ne pourra pas être consommée. N'hésitez donc pas à y faire appel !



# Goût et Qualité, Le premier magasin

## “Partenaire Bienvenue à la Ferme” a les feux au vert.

En septembre 2015, Sébastien Olivier, professionnel expérimenté de la distribution concrétise son ambition de mettre en avant les producteurs et les produits de son territoire. Il crée Goût et Qualité, un magasin à mi-chemin entre un super marché et un magasin de producteurs, à Bretteville-sur-Odon dans l'Agglomération de Caen.

Avec l'appui des Chambres d'Agriculture, la structure met en place une charte stricte en faveur d'un approvisionnement en circuits courts basée sur 4 engagements majeurs :

- Proposer une **large gamme de produits de la marque Bienvenue à la Ferme** (viande, charcuterie, fruits et légumes, crèmerie, boissons, épicerie...) complétés par des produits de PME ou d'artisans locaux
- Avoir une politique tarifaire de **juste rémunération pour le producteur**
- **Valoriser les producteurs locaux** et les produits emblématiques de nos régions
- Offrir l'opportunité de consommer des produits gouteux, de saison et de **bon rapport qualité/prix.**

Contrairement à un point de vente collectif, les producteurs ne sont pas assignés à la vente. En revanche, ils sont mis à l'honneur en permanence dans le magasin. Tous les samedis, des producteurs viennent parler de leurs productions, réaliser des démonstrations culinaires et échanger avec les clients. Des vidéos de présentation du travail des producteurs au sein de leur ferme sont diffusées en continu dans le magasin.

### En quelques chiffres :

- 2500 références produits
- Plus de 180 producteurs
- 9 salariés
- Plus de 80% du chiffre d'affaire réalisé avec des agriculteurs en circuits courts et environ 70% avec des produits Bienvenue à la Ferme
- 63 000 clients après un an d'ouverture

Les consommateurs, de plus en plus en recherche de transparence alimentaire sont ravis, et les producteurs très satisfaits du fonctionnement de la structure. Déjà deux ans que le magasin connaît un franc succès et les activités ne manquent pas de se diversifier, vente en ligne, driver fermier, livraison en entreprises...

**Pour plus d'informations :** <https://www.goutetqualite.fr/>



Publication réalisée par le groupe circuits de proximité des Chambres d'agriculture : Agnès Bonaventure -Loir-et-Cher-, Nabella Neddjar -Cher-, Laura Angers -Indre-et-Loire-, Sylvie Raffeau -Indre-, Aurélie Toutain -Eure-et-Loir-, Isabelle Dumé -Loiret- et Karine Vignal -Centre Val de Loire-.

