

SE LANCER EN BTOB, QUELS RISQUES ET QUELS POINTS D'ATTENTION ?

CAFÉ 5C - 12/03/2024

EN UN COUP D'OEIL

État des lieux	2
Publics identifiés	2
Freins et points d'attention	3
Pistes	4
Besoins futurs	4

Présents : Coop Alimentaire, CoopESEM, Réseau paysan

État des lieux

Coop Alimentaire Alessandro	Principalement du BtoB. 15 producteurs. Producteurs qui font eux même de la vente directe. Transformateurs qui font des soupes. Collation dans les écoles (fruit, produits laitiers). Ca ne fait pas vivre la coopérative mais ça fait tourner l'activité.
CoopESEM Emilie	Activités en démarrage. Quelques clients (cuisine pour des soupes, un institut, un cpas, une épicerie sociale). Produit : principalement légume, beurre et yahorut. Recensement chez les producteurs pour identifier qui est prêt => pas tout le monde
Réseau paysan Philippe	Vente en BtoB exclusivement. 95 producteurs et 100 acheteurs (pas de franchisés, pas de grand groupe – on privilégie les indépendants). Le projet est né de la géographie du territoire (il faut faire bcp de distance pour toucher plusieurs épiceries). Ramassage le mercredi et livraison le jeudi. On cherche à toucher les collectivités mais la demande est différente. On doit organiser les producteurs pour identifier ce qu'il est possible de faire.

PUBLICS IDENTIFIÉS

- HoReCa
- Collectivité
- Magasin/épicerie
- Entreprise (achat de F&L – panier- ou de fruit sec pour offrir à leur personnel. Attention, public pas pérenne car conditionné à un subside. L'enjeu et de leur faire poursuivre la collaboration au-delà du subside.

FREINS ET POINTS D'ATTENTION

- **Le volume et l'homogénéité du produit** : L'appro des collectivités nécessite de grands volumes, homogènes, livrés en une fois. Ça pose la question de l'homogénéisation des méthodes de production et du calibrage entre les producteurs (est ce réaliste ?). Frein présent chez la Coop alimentaire et le Réseau Paysan.
- **La diversité** : Principalement dans les épiceries/magasins. Frein identifié chez la Coop alimentaire
- **Régularité des produits** : Cela nécessite d'organiser les filières et de sensibiliser les épiceries/magasin. Frein identifié chez la Coop alimentaire
- **Nombre de livraison par semaine** : Une fois par semaine ok mais pour les F&L, et surtout les produits fragiles, deux livraisons sont plus adaptées (le Réseau Paysans s'associe d'ailleurs à une nouvelle structure pour prendre en charge ce type de produit).
- **Concurrence aux producteurs qui font de la vente directe** : Frein identifié par la Coop alimentaire. **Cela n'est pas un frein réel**. La vente en BtoB va diversifier les canaux de commercialisation et aura plutôt tendance à diversifier les canaux de vente des producteurs et augmenter leurs ventes.
- **Contact direct entre les consommateurs et les producteurs absent** : **Pas un réel frein**. Pour les producteurs cela n'enlève pas le contact client puisqu'ils gardent, pour la plupart, de la vente directe. Le BtoB va élargir leur clientèle.
 - ⇒ HoReCa : ça ne décolle généralement pas bien parce que le restaurateur qui a une démarche engagée va souhaiter voir le champ, rentrer en contact avec le producteur, goûter, éventuellement adapter la demande.
- **Politique de marge** : Frein identifié au Réseau Paysans. Les producteurs doivent avoir deux prix de vente : un pour le BtoB et un pour le BtoC afin d'avoir une cohérence globale (le prix de vente producteur au client final doit être sensiblement le même que celui qui sera appliqué par l'épicerie). Sans cela, le BotB ne décollera pas car cela déforce la coopérative. Certains producteurs ne sont peut-être pas prêts. Les garder pour le BtoC mais pas en BtoB.
 - **Marge du Réseau paysans** : 1,3. 13% pris en charge par le producteur, et 13% pris en charge par l'épicerie. Service : ramassage et livraison
 - **Marge chez PA (informatin indirecte)** : 1,13 mais pas de ramassage.
 - **Franco au Réseau paysans** : 100€ htva (sinon, possibilité de commande mais avec 18€ htvtva de frais de livraison).

- Les différents publics du BtoB n'ont pas les mêmes freins

	HoReCa	Collectivité	Magasin	Entreprise
Volume et homogénéité du produit		XX		X
Diversité			X	
Régularité de l'offre		X	X	
Nombre de livraison		X	X	X
Absence de contact direct entre producteur et client	X			
Politique de marge	X	X	X	x

⇒ Stratégie de développement à adapter en fonction des possibilités des coopératives.

PISTES

1) Lien avec Manger Demain

Personne ne semble avoir fait appel à MD.

Ce qu'ils peuvent faire :

- Si collectivités intéressées, mise en lien avec coopératives.
- Si besoin de répondre à un marché public, soutien via Simon

2) Info

Journée du 11 avril organisé par SAWB autour de « Acheteurs publis et économie sociales » Prenez conscience de votre capacité à répondre à des marchés publics et venez présenter la qualité de vos biens et services dans les grands secteurs : Construction-déconstruction-rénovation, Espaces verts, Energie, Call-Gestion électronique des documents-Print, équipements de bureaux et ICT, Catering, Nettoyage. Venez à la rencontre des pouvoirs adjudicateurs wallons et devenez leurs partenaires !

BESOINS FUTURS

- Comprendre comment gérer les demandes en BtoB concrètement (quantité sur l'eshop, le lien avec les organes de gouvernance, le lien producteurs, ...) => mobiliser PA et Circuit paysans-THB pour un retour d'expérience
- Faire un retour sur l'utilisation de la charrette comme outil de mise en relation