

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation,
pour des relations durables et
équitable dans les filières légumes
de plein champ bio"

Depuis une quinzaine d'années, la commercialisation des légumes biologiques se développe en circuit long sur la base de relations commerciales renouvelées capables de valoriser les spécificités de la bio. Le changement d'échelle des filières légumes de plein champ en agriculture biologique passera par le renforcement et le déploiement de partenariats durables et équitables entre les acteurs économiques.

**Pourquoi de nouvelles relations commerciales sont nécessaires en bio ?
Quels sont les principes clés de tels partenariats ?**

La contractualisation est-elle un levier adapté au secteur des légumes bio ?

Dans le cadre du projet CASDAR n° 9016 "Accompagnement du développement agricole et de la structuration de la filière légumes de plein champ biologique des zones céréalières biologiques" piloté par Bio Centre, une réflexion a été menée à ce sujet, qui a abouti à la création de la présente boîte à outils. Celle-ci se compose d'une présentation des grands principes régissant les partenariats durables et équitables, de témoignages d'opérateurs économiques, d'un argumentaire en faveur de la contractualisation et de repères législatifs sur cette dernière.



Cette boîte à outils est à destination des producteurs, expéditeurs, distributeurs et autres acteurs économiques souhaitant mettre en place un partenariat. Elle s'adresse également aux personnes les accompagnant dans une telle démarche. Elle a pour objectif de fournir des éléments et repères pour appréhender les bases de nouvelles relations commerciales dans le secteur des légumes biologiques, qu'ils soient destinés à la vente en frais ou à la transformation.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Préambule¹ :

Pourquoi de nouvelles relations commerciales sont-elles nécessaires en agriculture biologique ?

L'agriculture biologique est un mode de production reposant sur des principes fondamentaux et des exigences réglementaires. Leur respect donne lieu à des spécificités tant en terme de production que de commercialisation.

L'agriculture biologique répond à des enjeux de préservation et d'amélioration de la qualité des sols, de l'eau, de l'air, de la biodiversité et de notre alimentation. L'interdiction des produits chimiques de synthèse est un des engagements réglementaires qui implique, en production végétale, des pratiques agronomiques tels que les rotations, la gestion préventive des cultures, le respect de la saisonnalité, la prise en considération des particularités pédoclimatiques et des risques pesant sur les cultures. Ces pratiques entraînent des frais spécifiques et des temps de travaux importants.

De plus, les producteurs bio vont développer des stratégies pour favoriser l'autonomie à l'échelle de leur ferme, diversifier leurs productions et débouchés et gagner en résilience. Par exemple, les fermes bio produisant des légumes de plein champ sont plus bien diversifiées en termes de production et de circuits de commercialisation que les systèmes conventionnels (cf. les fermoscopies réalisées dans le cadre du projet LPC).

Par leurs pratiques, les agriculteurs bio participent à la qualité environnementale des territoires, mais également à la création d'emploi et de nouvelles relations sociales. Cet ancrage au territoire se traduit aussi par la volonté de valoriser le lien entre production et consommation et par la volonté de maintenir une activité économique et sociale relocalisée. Les producteurs bio s'inscrivent donc dans une approche transversale répondant aux attentes sociétales des consommateurs.



¹ Cette partie est inspirée du préambule au contrat bio établi par la FNAB en 2011.

Les principes fondamentaux de partenariats durables et équitables



Les partenariats commerciaux doivent pleinement intégrer ces spécificités bio. Leur objectif premier : valoriser durablement les productions biologiques à leur juste prix du producteur au consommateur en permettant à chacun de vivre de son métier au sein des filières, et en veillant à ce que les performances sociales et environnementales de l'agriculture biologique soient préservées voire améliorées. De tels partenariats vont se construire autour de relations basées sur la connaissance mutuelle, la co-construction et la co-gestion, la durabilité et la transparence.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Les principes fondamentaux de partenariats durables et équitables

La connaissance mutuelle est la base de toute relation durable.

Elle permet de mieux connaître les valeurs, les métiers, les spécificités, les besoins et les contraintes propres aux différentes parties prenantes. Elle se crée dans le temps au travers de rencontres et d'échanges, participe à l'instauration de la confiance, du dialogue et à l'apprentissage du travail partenarial.

Le partenariat doit permettre de formaliser les engagements réciproques dans le respect des objectifs définis et des besoins de chacun.

Il est primordial qu'il soit véritablement le fruit d'une **co-construction**, que les différentes parties prenantes soient impliquées et entendues...

Il s'agit de définir collectivement les engagements, les modalités opérationnelles, mais également les objectifs partagés, les impacts escomptés en termes économiques, environnementaux et sociaux et de réfléchir à comment valoriser les spécificités de la bio... Il est important que des lieux et temps d'échanges soient formalisés pour suivre et co-gérer le partenariat. Les points réguliers de suivi et bilan sont l'occasion de verbaliser les insatisfactions et problèmes rencontrés, de trouver collectivement des solutions aux problématiques, de veiller à ce que les pratiques commerciales restent en cohérence avec les objectifs du partenariat et de le faire évoluer, le cas échéant.

Connaissance mutuelle

- Connaître les métiers, spécificités et contraintes respectifs
- Base du dialogue et de la compréhension
- Préalable à la confiance

Co-construction et co-gestion

- Partager et formaliser des ambitions communes
- Veiller à un égal investissement des parties prenantes sur le suivi et l'évolution du partenariat
- Prévoir des lieux et temps de concertation

Partenariats durables et équitables

Durabilité

- Engagements inscrits dans le temps
- Équité dans la construction des prix
- Solidarité des producteurs aux consommateurs et vis-à-vis des générations futures

Transparence

- Transparence entre parties prenantes
- Transparence vis-à-vis des consommateurs

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"



Le partenariat doit se construire autour d'un objectif de durabilité.

Les différentes parties vont chercher à ce que le partenariat s'inscrive dans un temps long. Les engagements doivent être pris et renouvelés sur plusieurs années. L'équité fait partie intégrante de la durabilité. Elle va se traduire par des garanties en termes de débouchés et d'approvisionnements au travers d'engagements réciproques sur des volumes et prix, par une juste répartition de la valeur ajoutée définie en fonction du travail de chacun, mais également

des risques pris. La solidarité doit également motiver le partenariat, solidarité entre les parties prenantes, mais également vis-à-vis des consommateurs et des acteurs des filières légumes bio. Les pratiques commerciales doivent chercher à favoriser la coopération entre les différents acteurs économiques et en aucun cas une mise en concurrence exacerbée. C'est pourquoi il est primordial que les partenariats soient construits non pas individuellement, mais avec des organisations collectives de producteurs, qui auront comme rôle d'organiser les complémentarités entre les différentes fermes bio présentes sur leur territoire.

La transparence est le quatrième pilier d'un partenariat durable et équitable.

Elle doit être instaurée entre les parties prenantes. L'organisation de producteurs doit être transparente sur son fonctionnement, l'origine des produits bio, ses autres débouchés et partenariats... Le transformateur, expéditeur ou distributeur doit être transparent sur l'origine de ses approvisionnements en légumes bio, sa politique de prix et de marges, son fonctionnement... Il est également important que ces informations soient également restituées au consommateur au travers d'actions de communication (*origine des produits, engagements réciproques, chaîne de la valeur...*).

Exemple d'engagements qui font sens dans les partenariats pour la valorisation de légumes bio :

- **Prendre en compte** les coûts spécifiques inhérents à la production biologique en définissant les prix producteurs sur la base des prix de revient dans leur diversité ;
- **Reconnaître** que l'agriculture biologique est une agriculture connectée aux territoires en favorisant des approvisionnements relocalisés et la complémentarité entre bassin de production ;
- **S'inscrire** dans une approche de gamme diversifiée permettant de valoriser au mieux l'ensemble des productions des rotations au sein de la ferme et des territoires ;
- **S'engager** dans une communication basée sur les qualités de ce mode de production et de transformation ;
- Et **adapter** les procédés de transformation à la diversité et à la qualité des légumes biologiques en préservant au mieux les qualités intrinsèques des productions.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Les partenariats commerciaux en bio doivent se construire autour d'un objet qui n'est pas uniquement d'ordre économique. Les relations commerciales mises en place vont chercher à valoriser les légumes bio à leur juste prix du producteur au consommateur, mais également à renforcer l'agriculture biologique dans les territoires et ses performances sociales et environnementales. C'est pourquoi il est pertinent d'associer au partenariat des tierces personnes ou structures, non liées commercialement, qui sont en capacité d'exercer une veille et si nécessaire une médiation.



Ces nouvelles relations commerciales qui s'articulent autour de la connaissance mutuelle, de la co-construction, de la durabilité et de la transparence, sont traduites en engagements réciproques. La formalisation de ces engagements et leur inscription dans le temps sont nécessaires pour que le partenariat fasse sens. Plusieurs "outils" peuvent être mobilisés dans ce but : la contractualisation bien entendu, mais également de nouvelles formes d'organisations issues de l'économie sociale et solidaire telles que les Sociétés Coopératives à Intérêt Collectif (cf. SCIC Douar Den - fiche 6 - boîte à outils "Accompagner l'émergence d'organisations économiques de producteurs de fruits et légumes bio"). Les témoignages associés à cette "boîte à outils" illustrent deux formes différentes de partenariat, avec leurs avantages et limites.

SCIC, quezako?

- **La SCIC existe en France depuis 2001** (loi du 17 juillet 2001 modifiant la loi n° 47-1775 du 10 septembre 1947 portant statut de la coopération, et confirmée par le décret du 21 février 2002). Elle s'inscrit complètement dans le champ de l'économie sociale et solidaire. Elle est une catégorie de coopérative constituée sous forme de société commerciale (SARL ou SA), à capital variable régie par le code du commerce et fonctionne comme toute entreprise soumise aux impératifs de bonne gestion et d'innovation.
- **La SCIC permet d'associer autour du même projet des acteurs multiples (salariés, bénévoles, usagers, collectivités territoriales, entreprises, associations, particuliers...) pour produire des biens ou services** qui présentent un caractère d'utilité sociale et répondent aux besoins collectifs d'un territoire par la meilleure mobilisation possible de ses ressources économiques et sociales, et ce dans le respect des règles coopératives (1 personne = 1 voix, implication de tous aux décisions de gestion, implication de tous les associés à la vie de l'entreprise et aux décisions de gestion, maintien des résultats dans l'entreprise sous forme de réserves impartageables qui en garantissent l'autonomie et la pérennité...).
- **La SCIC s'inscrit dans une logique d'utilité sociale et de développement local et durable.** Elle favorise une pratique de dialogue entre acteurs du développement. Elle permet donc d'entreprendre avec une approche globale, impliquant les différentes parties prenantes et plaçant l'économie au service d'une finalité sociale.

Pour lire la suite de l'article : www.repasbio.org

→ rubrique "Ils se mobilisent" → sous-rubrique "Se fournir en bio et local"

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

→ *Témoignages d'opérateurs économiques investis dans des partenariats pour la valorisation des légumes bio*

Partenariat et contractualisation pour la valorisation de la betterave bio cuite sous vide :
Organisation économique de producteurs de F&L bio - Transformateur.



Témoignage de Norabio,
Coopérative Bio du Nord de la France
Entretien du 6 décembre 2012 réalisé par l'ABP avec Valérie Thiault, coordinatrice de Norabio

Pour en savoir plus sur Norabio se conférer à la fiche 5 - boîte à outils "Accompagner l'émergence d'organisations économiques de producteurs de fruits et légumes bio".

Contexte

Suite à la sollicitation du réseau de magasins spécialisés Biocoop, un partenariat tripartite Organisation de producteurs-Transformateur-Distributeur est initié en 2006 pour la commercialisation de betteraves biologiques cuites sous vide. Norabio qui était déjà partenaire de Biocoop pour la mise en marché de fruits et légumes bio en frais dans le cadre de la démarche LOGO "Ensemble pour plus de sens", commence alors à travailler sous contrat avec un cuiseur de betteraves, puis par la suite avec deux autres. Parallèlement, la commercialisation des betteraves cuites sous vide bio s'est élargie à d'autres réseaux de distribution.

L'objectif initial du partenariat : construire une filière régionale pour valoriser des légumes transformés issus d'organisation économique de producteurs bio et accompagner le développement des surfaces de légumes de plein champ bio dans les régions Nord Pas de Calais - Picardie.

Les termes du contrat Norabio-transformateurs

- **Produit concerné :**
Betterave rouge cuite sous vide sachet de 500g, puis plus récemment en cubes à destination du secteur de la restauration hors domicile
- **Durée :**
les engagements sont pris pour une durée d'un an. Ils sont renouvelés en amont de chaque campagne.
- **Engagements réciproques :**
ils portent sur les variétés, les volumes, la grille de prix et l'obligation de respecter la réglementation bio. Les prix producteurs sont différenciés en fonction de la qualité : calibre, état sanitaire, propreté (terre).
- **Formalisation des engagements :**
contrat entre Norabio et les transformateurs.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Dialogue et connaissance mutuelle

Les années passées ont permis une bonne connaissance réciproque entre l'organisation de producteurs et les transformateurs. La confiance qui s'est instaurée entre les différentes parties prenantes est considérée comme une des clés de réussite de ce partenariat.

Co-gestion du partenariat

Au moins une fois par an, Norabio et les transformateurs se rencontrent pour faire le point sur la campagne passée, les aspects techniques et opérationnels, le potentiel de production pour la campagne à venir et les besoins des transformateurs. C'est sur la base de ce bilan que seront définis les engagements pour la campagne suivante, dont la grille de prix et les plus-values ou pénalités prévues en fonction de la qualité. Si des problèmes sont rencontrés en cours de campagne (*qualité, volumes...*), la concertation est privilégiée pour trouver les solutions adéquates.

Transparence

Pour les approvisionnements qui sont destinés au distributeur Biocoop, les volumes et la marge du transformateur sont connus également par Norabio. Sur la question de la transparence, des pistes d'amélioration existent. A ce jour, l'organi-

sation de producteurs n'a en effet que peu de visibilité sur les volumes et prix pratiqués pour les autres sources d'approvisionnement en betterave bio des cuiseurs. Le partenariat n'est pas non plus valorisé auprès des consommateurs (*pas de communication spécifique*).

Durabilité

Les relations commerciales sont inscrites dans le temps. Les prix producteurs sont rémunérateurs. Les approvisionnements se font auprès d'une organisation économique de producteurs bio de F&L, Norabio qui organise les solidarités et complémentarités entre différents types de fermes. En effet, sont adhérents des maraichers diversifiés, des légumiers et arboriculteurs et de polyculteurs-éleveurs. Ce sont principalement ces derniers qui sont positionnés sur le marché des légumes industries. D'autre part, Norabio a mis en place un système de lissage des prix producteur pour mutualiser les différences de valorisation liées au calibre des betteraves.

Perspectives

Développer de nouveaux partenariats sur ce même modèle pour construire de nouvelles filières régionales de transformation de légumes de plein champ bio.



Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

→ *Témoignages d'opérateurs économiques investis dans des partenariats pour la valorisation des légumes bio*

Partenariat autour de la valorisation des fruits et légumes bio en Provence
Producteurs - Expéditeur bio

Témoignage de Michel et Fernande Tamisier, producteurs à Pernes-les-Fontaines (84), adhérents de MédiTerraBio

Entretien réalisé en 2012 par Bio Centre auprès de Michel et Fernande Tamisier.

Pour en savoir plus sur MédiTerraBio : www.mediterrabio.fr



MédiTerraBio en quelques mots :

Après 25 ans de collaboration étroite et plusieurs tentatives pour mettre en place une organisation, 40 producteurs de fruits et légumes bio de Provence et Pronatura, expéditeur de fruits et légumes bio, se sont regroupés au sein de MédiTerraBio en 2009. Leurs objectifs : faire reconnaître leurs pratiques et la qualité de leurs produits, planifier collectivement les cultures et mettre en place un appui technique performant. De son côté, Pronatura souhaitait sécuriser ses approvisionnements en termes de diversité de produits, de volumes, de fréquence et de qualité. Les producteurs ne sont pas tenus d'engager la totalité de leur production via ce circuit.

Le partenariat se fait autour du socle commun qu'est la charte MédiTerraBio, dont les principes sont les suivants :

- **Construire** un modèle économique basé sur le respect mutuel,
- **Accompagner** durablement les projets de conversion,
- **Adopter** de bonnes pratiques culturales,
- **S'obliger** à des pratiques respectueuses de l'environnement,
- **Faire** de la diversité un moteur économique et social,
- **Promouvoir** l'identité saisonnière,
- **Transmettre** connaissance et savoir-faire,
- **Mettre** en marché des produits de qualité gustative, sanitaire et nutritionnelle.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Les termes du partenariat

Le partenariat est formalisé par l'engagement à respecter les différents principes énoncés dans la charte, dont l'encadrement de certaines pratiques culturales, comme l'interdiction des traitements thermiques du sol en profondeur. Il porte notamment sur la planification collective, c'est-à-dire la répartition des volumes par produit et par ferme en fonction des potentialités agronomiques de celles-ci. Cette planification permet à l'expéditeur de définir des objectifs de vente en lien avec les calendriers de production.

Transparence

Nous avons une visibilité sur les prix, et sur les autres sources d'approvisionnement de Pronatura. Pour le moment, nous trouvons que les prix qui nous sont payés sont justes et équitables.

Solidarité

Oui, le partenariat est basé sur la solidarité. A titre d'exemple on peut se concerter et chercher ensemble des solutions pour l'écoulement de toute la production même lors de périodes difficiles.



La co-gestion du partenariat

Nous avons chaque année plusieurs rendez-vous au sein de l'association MédiTerraBio. Le bureau se réunit quatre fois par an, et nous organisons une assemblée générale annuelle. Par ailleurs, nous nous regroupons chaque année lors de quatre journées techniques, ainsi que lors de la journée MédiTerraBio à laquelle tous les clients, principalement les magasins spécialisés, sont invités. Pour terminer, nous organisons deux réunions de révision calendaire des productions. Ces réunions régulières nous permettent de nous connaître et d'instaurer un climat de confiance.

Perspectives

En ce qui concerne le chiffre d'affaires, il continue à être en augmentation. La gamme de produits se diversifie et nous menons des essais sur de nouveaux produits. Le nombre de producteurs engagés est stable. On peut dire que nous sommes dans un partenariat durable !

Points forts et clés de réussite

Les points forts sont incontestablement les engagements humains et commerciaux. Le premier élément indispensable est la confiance entre les producteurs et les metteurs en marché. Pour les opérateurs de l'aval, le principal intérêt réside dans la sécurisation de l'approvisionnement, sans risque de rupture d'un produit durant la saison et une communication commune auprès des clients magasins.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Pourquoi développer la contractualisation pour les échanges de fruits et légumes biologiques ?

Qu'est-ce que la contractualisation ?

De façon générique, la contractualisation est définie comme une convention formelle ou informelle passée entre au moins deux parties ayant pour objet l'établissement d'obligations à la charge ou au bénéfice de chacune de ses parties. D'un point de vue législatif, le décret d'application n° 2010-1754 paru le 30 décembre 2010 donne un cadre à la contractualisation dans le secteur des fruits et légumes pour la revente en frais. Depuis le 30 mars 2011, les premiers metteurs en marché sont dans l'obligation de proposer aux producteurs un contrat présentant un certain nombre de clause :

- Durée du contrat au moins 3 ans;
- Volumes engagés par période (semaine, mois...) et les conditions d'ajustement (marge d'évolution tolérée);
- Les caractéristiques des F&L engagés (espèces, variétés, qualités...);
- Les critères et modalités de détermination des prix;
- Les modalités de collecte et livraison;
- Les modalités de paiement;
- Les règles et sanctions applicables en cas de non-respect des obligations;
- Les modalités de résiliation, révision et rupture.

La parution de ce décret n'a pas permis à ce jour le développement de la contractualisation dans le secteur des fruits et légumes pour la revente en frais (cf. extrait du rapport de la CGAER sur le sujet). Sa mise en œuvre n'est en effet pas chose simple, mais c'est un bon outil pour le développement de filières légumes de plein champ biologiques durables et équitables.

Extrait du rapport sur la contractualisation dans le secteur agricole – CGAER n°12100 – juillet 2012

A ce jour, aucun contrat ne semble avoir été signé, même si, pour se prémunir, la majorité des acheteurs s'est obligée à proposer par écrit des contrats formels comprenant les principales obligations du cadre fixé par le décret. Une des difficultés mise en avant pour contester l'applicabilité du texte est la durée minimale de trois ans pour les contrats, incompatible avec la saisonnalité et les modalités de production et de commercialisation de la majorité des fruits et légumes frais.



Pour plus d'information sur le décret d'application n° 2010-1754 sur la contractualisation dans le secteur des fruits et légumes pour la revente en frais se conférer à la "Notice sur la contractualisation dans la vente des fruits et légumes frais".

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Quelles sont les difficultés de mise en œuvre dans le secteur des fruits et légumes ?

Formaliser les engagements commerciaux au travers de la contractualisation peut susciter des craintes pour différentes raisons.

D'une part, les filières fruits et légumes doivent composer avec l'incertitude, tant côté production que consommation, liée entre autre aux aléas climatiques et sanitaires. Difficile de prévoir avec exactitude les volumes disponibles et demandés d'une campagne à l'autre, mais également au sein d'une même campagne. Les fruits et légumes étant des produits sensibles et périssables, le recours au stockage pour faire tampon n'est pas possible (*légumes feuille*) ou sur des périodes réduites et avec des pertes (*plusieurs mois pour les carottes, pommes de terre...*).

Ces mêmes difficultés de prévision sont rencontrées sur les prix, dont la volatilité est importante (*en lien avec les aléas climatiques, sanitaires, mais également les stratégies de spéculation*). A ceci s'ajoute la complexité d'appréhender les prix de revient en fruits et légumes biologiques de par la grande diversité des productions, des fermes et des bassins.

D'autre part, les fruits et légumes regroupent une très grande diversité de produits présentant des spécificités fortes ayant des effets sur les mises en marché. La contractualisation des échanges n'est pas non plus dans les mœurs et habitudes des acteurs économiques intervenant dans les filières fruits et légumes frais, la vente de gré à gré reste la règle.

Pourquoi faut-il développer la contractualisation au sein des filières fruits et légumes bio ?

Côté producteur, la contractualisation est pertinente, car elle permet de limiter le risque, sécuriser les revenus et l'outil de travail. Les producteurs doivent déjà faire face aux risques présents à la production en lien avec les aléas techniques, climatiques et sanitaires, ils vont donc favoriser des pratiques commerciales garantissant les débouchés, volumes et prix.

Côté transformateur, expéditeur ou distributeur, la contractualisation leur fournit des garanties en termes de volumes, régularité des approvisionnements, qualité et origine, nécessaires pour développer de nouvelles gammes en bio. Dans un contexte de filières bio qui sont de plus émergentes, la contractualisation est un outil nécessaire au développement de nouvelles filières légumes bio, pour mettre en place une dynamique entre acteurs et sortir d'un certain attentisme.



Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Quelles sont les principales préconisations ?

La contractualisation pour les échanges concernant des légumes bio ne s'improvise pas de par sa complexité de mise en œuvre.

C'est un métier à part entière. Elle nécessite des moyens humains, des compétences et des outils pour sa mise en place et son suivi, tant côté production que côté expédition/transformation/distribution. Les organisations collectives de producteurs permettent de mutualiser ces moyens, de porter à plusieurs les engagements pris, ce qui facilite leur respect, de mener un véritable travail sur l'organisation de la complémentarité entre systèmes de production et ainsi d'éviter de mettre en concurrence systématique les producteurs d'un même territoire (cf. Boîte à Outils "accompagner l'émergence d'organisation économique de producteurs bio de F&L").

Il n'est pas possible de tout anticiper et maîtriser en termes de production et de consommation pour les fruits et légumes. Il est donc primordial que le contrat prévoit une certaine souplesse, des mécanismes d'information et de concertation et des règles et principes devant encadrer les réajustements en cours de campagne. Ils seront nécessaires. L'intérêt de définir des engagements en termes de volumes et de prix en amont de la campagne est d'avoir une base validée par les parties prenantes pour gérer ses imprévus en cours de campagne et limiter les tensions qu'ils peuvent créer. Pour la contractualisation des fruits et légumes bio, des mécanismes de fixation des prix pertinents existent. Ils sont en capacité de remplir le double objectif de garantir des prix justes tout en restant connectés au cours des marchés. (cf. Les mécanismes de fixation des prix pour la contractualisation des légumes bio).

SIPPIA :
un outil professionnel pour
le suivi de la planification
et de la contractualisation
en fruits et légumes frais

Comment suivre de façon efficace le déroulement de la campagne, suivre les planifications producteur et les contrats client sur plus de 500 références produits différentes ?

Pour répondre à cette problématique, six organisations économiques de producteurs bio de fruits et légumes ont fait le choix de développer un outil informatique commun : SIPPIA. Ce projet a été soutenu dans le cadre du fond Avenir Bio géré par l'Agence Bio. Accompagnées par la FNAB, ces organisations de producteurs ont confié au développeur Hespérid (53) la création d'un outil adapté à leurs besoins. SIPPIA leur permet aujourd'hui d'être plus efficaces dans la répartition des planifications entre les producteurs adhérents et surtout de suivre de façon hebdoma-



naire les livraisons producteur et les ventes clients. Ce suivi régulier permet ainsi de détecter rapidement tout problème et d'être plus réactif pour procéder aux réajustements nécessaires.

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Les mécanismes de fixation des prix pour la contractualisation des légumes bio pour la vente en frais

Différents mécanismes de fixation des prix dans le cadre d'une contractualisation sont possibles. Ils doivent être réfléchis en fonction :

- des **comportements de marché** pour un produit donné, fluctuations plus ou moins prévisibles,
- et du **niveau d'acceptation des opérateurs** économiques à acheter ou vendre à un prix différent de celui du "marché".



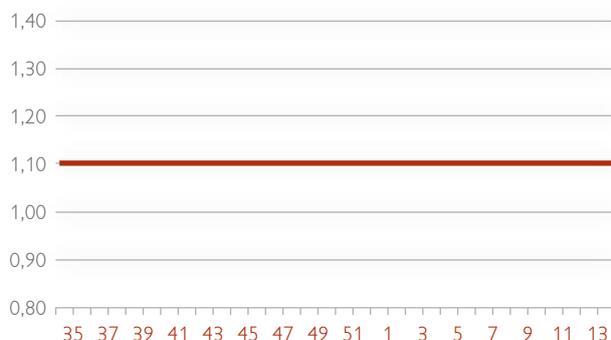
Plusieurs dispositifs peuvent être réfléchis :

- un **prix d'objectif fixe**,
- un **prix par palier**,
- un **prix pondéré lissé**,
- un mécanisme de **prix encadré**.

Pour les fruits et légumes, dont les prix varient peu en cours de campagne et sont prévisibles, les trois premiers types de mécanisme peuvent être utilisés. Pour les légumes, dont les prix fluctuent avec d'importantes amplitudes en cours de campagne et sont peu prévisibles, un mécanisme de prix encadré est plus adéquat.

Prix fixe

Un prix d'objectif est défini. Il est utilisé comme prix d'achat pour toute la campagne.



■ Intérêts

- Facile à comprendre et à mettre en œuvre.

■ Limites

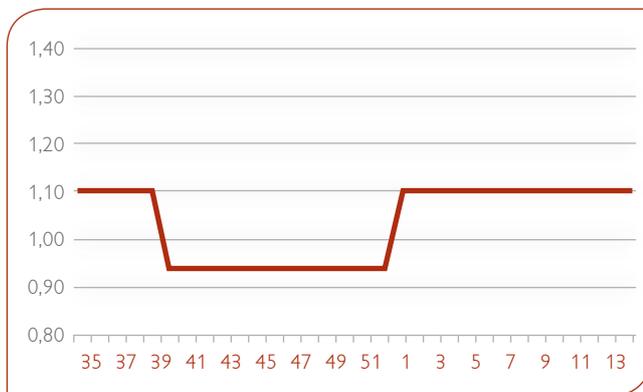
- Risque de déconnexion importante avec les prix effectivement pratiqués sur les marchés à certaines périodes.
- Dispositif ne permettant pas de rémunérer les surcouts liés au stockage ou à la prise de risque des producteurs (*précocité*).

Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Prix par palier

La campagne est découpée en segment : début (*primeur*), milieu (*pleine saison*), fin de campagne (*avec stockage possible*). Pour chacun, un prix d'achat est défini.



Intérêts

- Idem que pour le prix d'objectif fixe
- Adapté pour valoriser les surcoûts liés au stockage ou à une prise de risque plus importante du producteur (*primeur ou fin de saison*).

Limites

- Risque de déconnection est présent, mais atténué. Les décrochages peuvent avoir principalement lieu lors des transitions d'un palier à un autre.
- Important de bien choisir les périodes de transition voire de prévoir une concertation en cours de campagne pour les arrêter.



Prix lissé pondéré

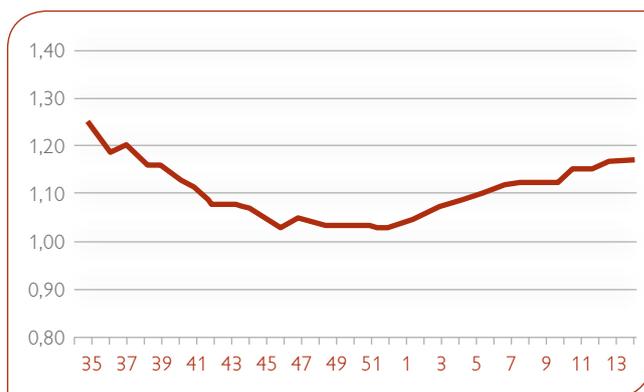
Un prix d'objectif de campagne est défini. Sur la base des campagnes passées, une courbe de variation des prix est construite. Ces variations sont appliquées au prix d'objectif pour obtenir un prix d'achat hebdomadaire. Il peut être pondéré par le prix de "marché" de la semaine précédente.

Intérêts

- Facile à mettre en œuvre (*une fois le modèle construit*)
- Evolution des prix généralement cohérente avec les évolutions de marché (*s'il y a une pondération intégrée*)

Limites

- Complexe à comprendre et à appréhender
- Risque en voulant trop corréler le prix d'achat au prix du marché de ne pas atteindre au final le prix d'objectif.

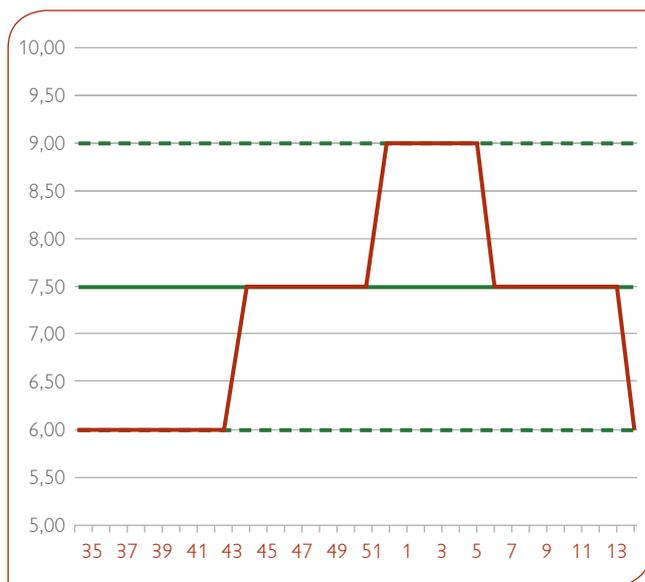


Boîte à outils

"Partenariat et contractualisation, pour des relations durables et équitables dans les filières légumes de plein champ bio"

Prix encadré

Un prix d'objectif est défini associé à un prix plancher et à un prix plafond. Chaque semaine le metteur en marché et l'acheteur se mettent d'accord sur le prix d'achat à appliquer et, ceci, en fonction des volumes à venir et des prix pratiqués sur le marché. Tous les mois, le prix moyen d'achat est suivi pour qu'en fin de campagne il soit le plus proche possible du prix d'objectif.



Intérêts

- Facile à comprendre et à appréhender
- Evolution des prix cohérente avec les évolutions de marché

Limites

- Chronophage
- Nécessité de suivre de façon fine les évolutions sur les marchés et au champ.

Ressources



Rédaction : Jérôme Allais, ABP
Cécile Perret, Bio Centre
Mélise Willot, FNAB

Création & réalisation graphique :
Nathalie Fernandes/creation@nathaliefernandes.com

Crédits photos : Commission européenne, photothèque ITAB,
photothèque ADIB, photothèque Bio Centre.

Juin 2011

Cette fiche a été élaborée dans le cadre du projet CAS DAR n°9016, coordonné par Bio Centre, "Accompagnement du développement et de la structuration de la filière légumes de plein champ en zones céréalières biologiques".

www.lpcb.bio.org



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE,
DE L'AGROALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT

Avec la contribution financière du
compte d'affectation spéciale
« Développement agricole et rural »