



TerreAzur
groupe pomona



APPROVISIONNEMENTS LOCAUX : LE ROLE DU DISTRIBUTEUR en FRUITS et LEGUMES

□ LE TRAIT D'UNION ENTRE PRODUCTION ET RESTAURATION COLLECTIVE :

- Faire du Sourcing, rencontrer les producteurs et nouer des partenariats, les accompagner pour adapter leur production aux attentes des convives en restauration collective (calibres, maturité, consommation saisonnière) leur garantir des volumes et un juste prix (plan de production, contractualisation et engagements économiques, capacité à fournir)
- Etre garant de la qualité : Normalisation et traçabilité, calibres adaptés et maturité, sécurité alimentaire
- Regrouper l'offre et massifier les livraisons : le rôle du Grossiste A Service Complet, l'impact économique et environnemental de la logistique
- Parler le même langage : s'entendre ensemble sur la définition du local.

□ LA STRUCTURE TERRE AZUR :

- Un positionnement clé sur le MIN de Toulouse, au cœur de la production
- 3 Acheteurs issus de formation agricole et/ou de la production
- Environ 660 clients en restauration collective livrés.
- Plus de 1000 tonnes de produits régionaux en restauration collective, soit 35% des fruits et légumes livrés issus de la production régionale.



DEVELOPPER LES PRODUITS LOCAUX EN RESTAURATION COLLECTIVE : POINTS FORTS, POINTS FAIBLES, AXES DE PROGRES

- UNE ATTENTE PARTAGEE PAR TOUS :
 - Intérêt croissant des acteurs de la restauration collective
 - Prise de conscience en production et adaptation de celle-ci à ce nouveau marché
- LES CONTRAINTES DE LA PRODUCTION, LES GAMMES SOUS REPRESENTEES :
 - Forte dépendance à la saisonnalité à intégrer dans les plans de menus; baisse des besoins lors des pics de production (été)
 - Marché pénurique ou peu développés sur certains produits (Agriculture Biologique, Fruits à noyaux) à prendre en compte pour les très grosses structures type Cuisine Centrale
 - Peu d'offre en salade et légumes 4ème gamme issus de la production locale
- LE CAS DES APPELS D'OFFRE :
 - Difficulté de faire de la production locale un critère de choix dans les appels d'offre.
 - Les critères de choix pas toujours en phase avec la volonté de développer les approvisionnements locaux (notion de moins disant)
 - Consultations et marchés subséquents : la place du local?



DES OUTILS POUR PROMOUVOIR LES PRODUITS LOCAUX JUSQU' AUX CONVIVES



Affiches, chevalets, fiches producteurs...

Fruits & Légumes de ma Région

Laurent et Jérémy Martin
Maraîcher à St. Mars du Désert (44)
(25 km au nord de Nantes)

La passion de la qualité !

« Entreprise familiale depuis 3 générations, notre grande expérience de la culture maraîchère nous permet de vous offrir le meilleur de notre région »

Mes produits :

- Radis
- Salades

TerreAzur
groupe papeterie

La communication → clé du succès pour aider vos convives à mieux consommer



ASSURER AUX COLLECTIVITES LA TRAÇABILITE DE L'OFFRE LOCALE

Identification des partenaires et producteurs à travers une marque bannière « Fruits & Légumes de ma Région » sur les colis

Ces informations sont présentes jusque sur la facture et les BL par une identification dans le libellé (mention REG) .

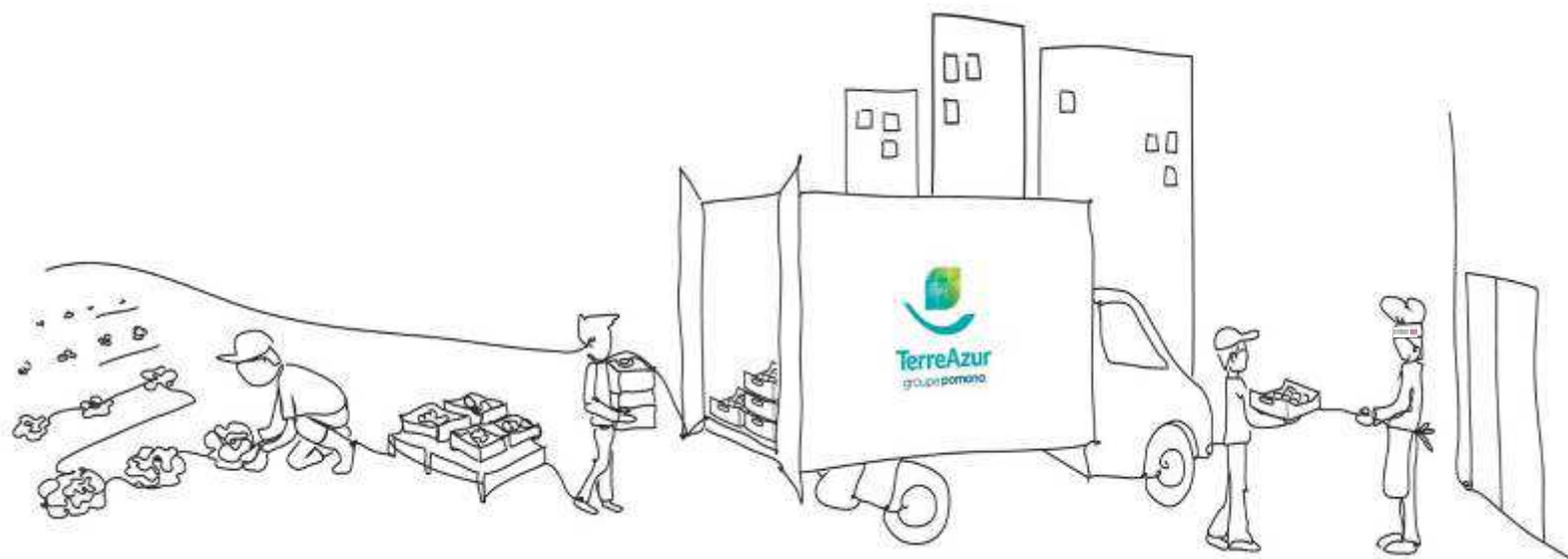


DONNER DE LA LISIBILITE EN TERME DE PERFORMANCE, ET ACCOMPAGNER LA PROGRESSION

Statistiques et quota produits locaux mis à disposition sur demande

	Produit Régional	Produits REG	Total	Quota REG
Résultat		394 296,936	1 289 897,612	30,57%
Cerises		314,000	314,000	100,00%
Betteraves		1 111,225	1 336,575	83,14%
Salades		47 962,675	59 527,978	80,57%
Pommes		158 550,601	212 380,722	74,65%
Carottes		75 995,000	126 019,504	60,30%
Poireaux		10 910,040	19 364,645	56,34%
Herbes aromatiques		1 563,000	3 006,850	51,98%
Kiwis		25 205,410	58 779,777	42,88%
Pommes de terre		49 745,000	177 977,515	27,95%
Asperges		218,000	885,260	24,63%
Epinauds (grandes feuilles)		40,999	176,999	23,16%





Aider les professionnels des métiers de bouche
à toujours mieux nourrir leurs clients

