

Synthèse de la rencontre maraîchère 29/01/26.

1. Échanges autour de la légumerie (intervention de Pascal Hennen, directeur)

La rencontre a débuté par une présentation de la légumerie et une discussion ouverte sur ses perspectives de développement.

Pascal a posé 2 questions aux maraîcher-es :

- La légumerie pourrait-elle faire de la soupe/du potage avec les légumes en surplus (exemple l'été) que les maraîcher-es vendraient eux-mêmes ?
- Y a-t-il un avenir possible pour une unité de lavage des légumes à la légumerie ?

Les maraîchers ont posés les questions suivantes à Pascal :

- *La légumerie pourrait-elle faire des « plats de légumes » (transformation rapide de légumes) que les producteurs vendraient eux-mêmes ?*
 - Pascal répond « spontanément, dit-il » : ce ne serait rentable pour personne.
- *La légumerie pourrait-elle mettre des cornichons ou petits oignons en bocaux ?*
 - Pascal répond : pas de problème ! C'est relativement simple ! La Légumerie sait le faire ! Mais il faudrait voir au niveau du prix final et du revenu pour les producteurs.
- *Concernant les transformations à façon, faut-il venir avec sa propre recette ou la légumerie a-t-elle ses recettes ?*
 - Pascal : cela peut se discuter ensemble ! Tout est possible ! Il n'y a pas vraiment de contrainte par rapport à ça ! Le plus important n'est pas d'être dans quelque chose de standard, mais de travailler en fonction de la réalité des champs !
- *De la déshydratation est-elle envisageable ?*
 - Pascal : oui ! Il y a déjà des tests avec de l'échalote, des piments, etc.
- *Si une école nous demande de la soupe, peut-on passer par la légumerie ?*
 - Pascal : à priori, pour le moment, la légumerie n'est pas équipée pour faire du vrac et service chaud. Elle fait de la soupe en bouteille !
- *Comment est-ce que c'est organisé au niveau du transport :*
 - Pascal : pour le moment la légumerie travaille avec 5 producteurs qui livrent et puis la légumerie livre elle-même ses clients finaux. Dans le futur, on aimerait absorber le transport du ramassage et son coût, mais pour le moment ce n'est pas encore possible ! Cela devrait être absorbable à terme !
- *La légumerie pourrait-elle être concurrentielle avec de grosses légumeries comme celle de Bruxelles (Les cuisines Bruxelloises) ?*
 - Pascal : non parce que c'est du surgelé conventionnel ! Mais oui si on compare concernant le bio frais !

- *Pourquoi n'envisage-t-on pas d'intégrer d'autres petits producteurs, plutôt que de permettre à des gros de devenir plus gros et de proposer des services à façon ?*
 - o Pascal : On n'a pas dit que ce sont les 5 producteurs actuels qui vont profiter de la croissance ! Le but c'est de trouver l'équilibre financier, mais de travailler avec les maraîchers de petite taille. Mais il faut apprendre à mieux connaître ces petits maraîchers !
- *Question des pertes ?*
 - o Pascal : plus le calibre est petit, plus les pertes sont grandes. Mais on travaille à avoir de meilleurs rendements ! Des fois les pertes sont trop importantes (exemple : oignons) !

2. Prix, commercialisation et modèles économiques

Un premier atelier, animé par Cécile Thibault a porté **sur les prix de vente, leur perception par les clients et les pratiques existantes**. Quels sont nos prix ? Comment certains vendent ? Comment Delhaize et Bio Planet vendent ? Comment nous pourrions vendre ? Comment vendre mieux nos produits ? Est-ce qu'il faudrait être 10%, 20% plus cher que chez Bio Planet ? On a du mal à augmenter les prix... Le risque c'est de perdre une partie des clients > compensé par la hausse des prix... Parce que nous avons une clientèle opportuniste !

EXERCICE : Cécile propose une liste d'une quinzaine de prix ! Pour chaque légume, trouvons la personne qui vend le « mieux » (cela ne signifie pas le plus cher) ses légumes !

Les échanges ont montré :

- une grande hétérogénéité des prix selon les producteurs,
- une difficulté partagée à augmenter les prix par crainte de perdre une clientèle jugée parfois « opportuniste »,
- l'importance de raisonner en équilibre global plutôt qu'en comparaison directe avec la grande distribution.

Des exemples concrets (laitues, tomates, concombres...) ont illustré que certains producteurs parviennent à vendre plus cher grâce à la présentation (vente à la pièce, à la botte, en portion) ou au contexte d'achat (recette précise, panier).

Vous trouverez ici le fichier reprenant les prix discutés : [Mercuriale prix .xlsx](#)

Vous pouvez y ajouter vos propres prix pour alimenter le suivi et le partage d'informations entre vous.

3. Atelier 1 - Choix du modèle de vente et charge de travail

Animé par Christian Deltour et Cécile Thibault, les témoignages ont souligné qu'il n'existe pas de modèle unique : autocueillette, vente directe, partenariats, ou combinaisons hybrides. Le point clé reste la cohérence entre le modèle choisi, le territoire, la clientèle et les valeurs du producteur.

Plusieurs intervenants ont insisté sur un message fort : *L'épuisement vient souvent du non-choix.*

La diversification des canaux de vente peut renforcer la robustesse économique, mais elle augmente fortement la charge mentale, administrative et logistique. La numérisation, la concentration des tournées et l'acceptation de limiter volontairement sa clientèle apparaissent comme des leviers importants à considérer.

4. Atelier 2 – Achat-revente et élargissement de la gamme

Le second atelier animé par Cédric Saccone, a approfondi la question de l'achat-revente comme outil de rentabilité. Les principaux enseignements sont :

- l'achat-revente peut permettre de créer de l'emploi et d'augmenter la rentabilité,
- il implique des choix clairs sur la gamme (abandon de certaines cultures peu rentables),
- il nécessite une gestion rigoureuse des marges, du stockage et de la logistique.

Les échanges ont aussi porté sur les horaires d'ouverture (le samedi étant le plus rentable), les nouvelles formes de vente (self-service, ouverture dominicale) et leur impact sur l'équilibre vie professionnelle / vie privée. La mutualisation des achats (produits secs, importation raisonnée) et des surplus a suscité un vif intérêt, tout en soulevant des limites pratiques (coordination, outils, échelle pertinente). Plusieurs initiatives existantes ont été présentées, ainsi que la nécessité de mieux partager l'information sur les fournisseurs, notamment pour les petits producteurs. Vous nous avez donc demandé de revenir vers vous avec un ensemble d'informations concernant les revendeurs existants et les contraintes logistiques associées.

5. Les données sur votre logistique

Nous avons eu l'occasion de vous présenter le travail que réalise la CATL pour récolter les données logistiques de transport des maraîcher-es. Cette récolte de donnée permettra, à terme, d'avoir une vue plus globale de l'état de cette logistique actuelle et de ce qui pourrait être fait pour la faciliter/la diminuer ou pour mutualiser certains transport.

Si vous désirez participer à cette récolte de données vous pouvez remplir le formulaire ici : [Simulateur Logistique - CATL \(V117 Debug\)](#)