

7 Une crêperie en approvisionnement local

Bretagne

Contexte local

Dans la commune, présence d'une épicerie associative, locale, bio et équitable, «le Local», et d'une autre crêperie engagée dans une démarche d'approvisionnement auprès de producteurs locaux. Selon les gérants de la crêperie la violette, il y a une tendance générale vers ce type de consommation « dans l'air du temps ».

Type de territoire : rural-urbain

Description

Un couple, F et E, reprend la crêperie «La Violette» en 2011. L'ancien propriétaire s'approvisionnait sur tous les produits chez un grossiste, sauf pour le lait cru qu'il prenait auprès d'un producteur de Pancé. La crêperie marchait bien, avec des tarifs légèrement moins élevés que les tarifs actuels. A la reprise de la crêperie, dans un premier temps ils n'ont rien changé pour maintenir à peu près la clientèle (souvent perte de clientèle au changement de propriétaire) puis ont « amorcé le virage progressivement ». Ils ont envie de « travailler simplement mais honnêtement, en recherche du mieux ».

Ils ont commencé à travailler avec un paysan minotier en bio de Bain de Bretagne pour la farine ; c'est le producteur qui est venu les démarcher peu de temps après la reprise. Puis F et E ont fait la démarche de se rapprocher d'une productrice-transformatrice de porc de Bain. La ferme n'est pas en bio mais la charcuterie et la viande sont de qualité et les conditions d'engraissement (7 mois au lieu de 5 mois en industriel, travail avec l'INRA sur la conservation des charcuteries avec une alimentation des porcs riches en vitamine D pour ne pas que la viande s'oxyde). Pour les œufs, ils s'approvisionnaient chez un grossiste jusqu'au jour où le prix a doublé du jour au lendemain. Quelques jours plus tard, F ren-

contre un producteur voisin qui lui propose des œufs bio au même prix, d'excellente qualité !

Petit à petit, en fonction des opportunités, F et E ont développé des partenariats avec une dizaine de producteurs sur les produits suivants :

- farine de froment et de sarrasin
- jambon et viande de porc (sur la commune)
- œuf bio (< 20 km)
- fromage de vache (< 20 km) et fromage de chèvre bio (sur la commune)
- cidre et jus de pomme (< 50 km)
- glaces (artisan du département)
- pommes (sur la commune), d'octobre à septembre, le reste de l'année chez un grossiste « les clients ne comprendraient pas qu'il n'y ait pas de pommes », à l'inverse ils ne servent plus de fraises hors saison. Peut-être qu'un jour ils arrêteront les pommes en été !
- volailles.

F et E sont vraiment dans une démarche d'augmentation progressive de la part de produits locaux, pas forcément en bio, dans l'approvisionnement de leur crêperie. Leur idée est de rester cohérent, ne pas acheter des produits bio intensif et de travailler avec des producteurs, le plus proche possible, avec qui ils tissent des liens. Il leur faut être satisfait de la qualité du produit et de pouvoir discuter, échanger régulièrement avec le producteur « ils ne sont pas loin, je peux aller les voir, s'il me manque des tranches de jambon, hop j'y file ! » « ce que j'apprécie, c'est la relation directe et savoir comment travaille l'autre ».

Sur certains produits tels que la viande bovine, notamment la bavette, pour les 20% de plats du jour, et les légumes, ils essaient d'entamer la démarche de passer en produits locaux même si cela leur semble plus compliqué que sur les autres produits :

7

- pour la viande bovine, les producteurs qu'il avait contactés conditionnent en caissettes. F a surtout besoin de bavettes ou autre pièce à rôtir, et éventuellement d'autres morceaux mais en quantité moindre (pas les mêmes proportions que ce qui peut être proposé dans les caissettes). Il pourrait prendre de grande quantités pour proposer un jour de la bavette, un jour un ragoût avec les autres morceaux, mais cela voudrait peut-être dire congeler les produits, ce qu'il ne veut ou peut pas faire. Ils sont en réflexion sur le sujet de la viande bovine.

- pour les légumes, salades, poireaux, pommes de terre, oignons, ils avaient approché un producteur mais qui a pris peur vu les quantités demandées. Depuis n'ont pas refait de démarches. La problématique sur les légumes est la « régularité ».

Sur les légumes, ils se posent la question des tomates qu'ils proposent pour l'instant toute l'année. « C'est un chantier progressif, dans quelques années, quand on changera de cuisines, on s'équippa pour faire des bocaux ».

Ce qui pose aussi la problématique de l'investissement pour le rachat du fonds de commerce et de l'établissement et des prêts en cours qui ne permettent pas de tout changer du jour au lendemain.

L'augmentation des prix d'approvisionnement, en particulier liée au fait que le propriétaire précédent s'approvisionnait en produits fin de date, a été progressivement répercutée sur le prix de la galette. Par exemple, le prix de la galette complète est passé de 5,50 euros à 6 euros. Ils essaient d'expliquer les raisons au consommateur.

Pour F, une variation du coût de l'approvisionnement joue peu dans le prix final d'une galette. Il explique que sur le prix d'une galette, 25 % du coût correspond aux matières premières, 40% aux frais de personnel et 30 % aux autres charges et impôts.

Tout de même, pour limiter l'augmentation des prix des galettes, ils ont diminué leur marge de 3%.

Le changement dans l'approvisionnement n'a pas entraîné de modification dans les quantités de produits mises dans les galettes.

Travailler avec des produits locaux « c'est plus valorisant pour moi »

Avec quasiment tous les producteurs, une discussion annuelle a lieu au sujet des prix de vente. De façon qualitative, il a quand même souvent « l'impression de lâcher ». Mais sur l'année en général, c'est « quand même beaucoup moins fluctuant que lorsqu'on s'approvisionne chez un grossiste »

Partenaires

Pas de partenaires ou d'accompagnement particulier.

Relations duales.

Pas d'accompagnement.

Personnes concernées

Une petite dizaine de producteurs pour l'instant

En savoir plus

Accueil Paysan Ille-et-Vilaine

Vanessa Drouot /
coordination35@accueil-paysan.com
02 99 77 09 54

7

Relations humaines, coopération, liens sociaux

Importance de la relation humaine avec les producteurs. Cela ne les intéresse pas de travailler avec des gens qu'ils ne connaîtraient pas.

Logistique, organisation

Livraison ou lui va à la ferme une fois par semaine en général

Bases éthiques, valeurs communes et partagées

Valorisant et honnête envers le consommateur et le producteur de travailler avec des produits locaux. Ils avaient une crêperie dans le centre-ville de Nantes qu'ils ont vendu pour s'installer à Bain et développer cette démarche (livraisons fréquentes et régulières de produits locaux plus compliquées dans le centre-ville de Nantes et impossibilité d'aller aussi régulièrement voir les producteurs).

Communication, logique pédagogique

Communique par l'explication orale auprès des consommateurs. Pas de site internet, ils ont le label « crêperie gourmande » par lequel leur approche produits locaux peut être mise en valeur.

Ils ne tiennent pas à communiquer de façon « ostentatoire » sur leur démarche : « la meilleure des com', c'est celle qui viendra toute seule »

Difficultés rencontrées, solutions

Approvisionnement viande bovine (répartition des morceaux), légumes (régularité et quantité)

Changement de mentalité :

les clients ne comprendraient pas si on ne servait pas de pommes toute l'année »

Et pourtant ils ne servent plus de fraises. Ils ont pris la décision de ne plus faire de fraises et de l'expliquer aux clients.

Investissement de départ pour l'achat d'un restaurant ; tous les changements ne peuvent être réalisés simultanément, il faut assurer le remboursement des prêts. De plus, mettre en place ces partenariats mobilise de l'énergie qu'il faut fournir en plus du travail quotidien.

« les choses se font progressivement, on est en chantier »
