

Trophées PLANET-D 2009-2010



*École de
Management
Pierre Séraud*

*de Vita
mard
de*



Présentation du projet

Nature et objet de l'opération :



Notre opération s'intitule « Paniers bio ». Il s'agit de nouer un partenariat avec un agriculteur bio local afin de fournir chaque semaine un panier de fruits et légumes aux membres de l'école (étudiants, professeurs et personnel administratif), et ce à un tarif préférentiel.

Les commandes sont effectuées en début de semaine, pour une livraison et une distribution le jeudi après-midi. Les paniers sont de poids variable (3, 5 ou 10 kg), pour un prix allant de 10 à 20 euros. Ils sont composés de fruits et légumes de saison, différents chaque semaine, la composition de l'assortiment étant confiée à l'agriculteur. En outre, il est possible, à la demande, d'ajouter à ce panier des œufs ou confitures que produit également notre partenaire, pour un prix dont nous conviendrons avec lui.

Notre projet a été lancé suite à plusieurs constats :

Tout d'abord, beaucoup d'étudiants de GEM, s'ils se disent sensibilisés aux problèmes de développement durable, ne savent quelles actions entreprendre à leur échelle.



Par ailleurs, beaucoup sont attirés par le concept du biologique, mais sont freinés par le prix, le temps nécessaire pour effectuer leurs achats au marché, etc. Peu font partie d'un réseau de type AMAP (partenariat entre un groupe de consommateurs et une ferme locale pour une livraison hebdomadaire de produits de la ferme, et où les consommateurs paient à l'avance la totalité de leur consommation).

C'est la deuxième année que notre projet est mis en place. Nous avons introduit cette année quelques innovations :

- Nos partenaires sont désormais directement les agriculteurs (auparavant, nous passions par un distributeur spécialisé dans le bio, La Vie Claire)
- Nous proposons en plus des fruits et légumes des suppléments (œufs, confitures), issus eux aussi de l'agriculture biologique. Nous envisageons d'en vendre une centaine par mois.

Objectifs poursuivis:

Nous souhaitons toucher un public qui n'a pas pour habitude de consommer des produits bio, même s'il est sensibilisé aux problématiques concernant la santé ou l'environnement. Même s'il ne s'agit pas d'une consommation régulière, car il est parfois difficile pour des étudiants de consacrer régulièrement une vingtaine d'euros par semaine à des fruits et légumes, notre objectif est de leur faire découvrir les avantages liés à la consommation de produits biologiques. Nous aimerions également leur faire adopter ce comportement à long terme (même une fois partis de l'école).

Analyse des enjeux :

A l'heure actuelle, il apparaît d'urgence nationale de repenser notre mode de consommation. Or, le fait de promouvoir une agriculture biologique, locale et respectueuse de l'environnement par le biais de nos Paniers Bio nous semble être l'une des actions qui pourrait répondre à cette urgence de changement. De plus, avec la crise actuelle de l'économie, promouvoir l'activité de producteurs locaux peut également être présenté comme une solution à la nécessité de repenser notre fonctionnement économique.

Analyse du problème dans son contexte local :

L'Isère est traditionnellement un département agricole : 40% seulement de sa superficie est occupée par des terres agricoles, les zones montagneuses étant peu propices à la culture des sols. Il apparaît alors important de soutenir les producteurs locaux, dont les conditions de travail ne sont pas toujours faciles, tout en favorisant une agriculture plus raisonnée. Dans cette optique, le conseil général de l'Isère encourage la reconversion vers l'agriculture biologique dans le cadre de sa politique en matière de soutien à l'agriculture¹. Le travail à effectuer est considérable : en 2008, le bio représentait en Isère 202 exploitations pour une surface cultivée de 6171 ha, soit seulement 2,9% de la SAU départementale (source : *fédération nationale d'agriculture biologique des régions de France* : www.fnab.org).

Mais il ne peut exister d'agriculture biologique de façon durable si les consommateurs boudent les produits qui en sont issus. Notre projet a pour ambition de faire découvrir aux étudiants grenoblois les bénéfices de l'agriculture biologique et donc de supporter les producteurs bio isérois.

Cohérence du projet :

Notre projet s'inscrit dans un cadre local, un de ses aspects principaux étant de favoriser la consommation de denrées produites dans la région : en conséquence, nos partenaires sont Isérois, et notre cible est exclusivement grenobloise.

De plus, les produits que nous proposons sont exclusivement issus de l'agriculture biologique, que ce soit les fruits et les légumes que les suppléments proposés (confiture bio, œufs bio...).

Pour être en cohérence avec notre objectif de séduire une cible étudiante, nous avons décidé de rendre nos paniers attractifs en les remplissant à la fois de légumes et de fruits (ce qui est rarement le cas dans les AMAP traditionnels dont

¹ Site du Conseil Général de l'Isère : <http://www.isere.fr/80-agriculture.htm>; <http://www.isere.fr/479-agriculture-aide-a-la-conversion-a-l-agriculture-biologique.htm>
Site de la Direction départementale de l'agriculture et de la forêt : http://ddaf.isere.agriculture.gouv.fr/article.php3?id_article=411

les paniers sont souvent exclusivement remplis de légumes). En effet, il est plus facile d'attirer une population jeune vers nos paniers avec la perspective pour eux d'avoir à disposition des fruits en plus des traditionnels légumes.

Gestion du projet

Equipe et motivations :



Caroline Clerc, 21 ans, ESC 1A. Chef de projet.



Louise Schwander, 20 ans, ESC 2A. Responsable partenariats.



Celia Metzen, 20 ans, ESC 1A English Track.
Trésorière.

L'équipe des Paniers bio souhaite transmettre des valeurs de respect : que ce soit le respect de l'environnement par la promotion d'une agriculture biologique et peu intensive ou le respect de l'être humain dans sa globalité. En effet, en favorisant une activité économique locale, c'est le respect du travail des producteurs qui est promu en même temps que le fait de favoriser le biologique. La

consommation de fruits et de légumes apparaît alors comme une manière d'inciter chaque étudiant au respect de sa propre personne.

Le recours aux paniers bio permet d'encourager le développement de l'agriculture biologique, qui ne représente pour le moment que 2% des surfaces cultivées en France. En accord avec les principes du développement durable, privilégier les produits locaux permet de réduire le transport, et donc les émissions de gaz à effet de serre. L'agriculture biologique limite aussi le recours aux pesticides, et par là participe à la protection de la faune et la flore.

Parties prenantes et partenaires :

Notre partenaire principal est l'agriculteur biologique: il fournit des produits à un tarif préférentiel, compose les paniers et les livre à l'école. Nous sommes entrés en contact avec deux autres associations étudiantes de l'école : Millési'mets et Gem en débat. Millési'mets proposera aux étudiants des recettes utilisant les ingrédients du panier de la semaine et organisera une dégustation au moment du lancement du projet; et Gem en débat organisera la rencontre entre l'agriculteur et les étudiants. Enfin, Grenoble Ecole de Management mettra à notre disposition un local pour assurer la distribution des paniers.

Evaluation financière :

Notre but est que notre projet soit auto-suffisant financièrement. Pour ce faire, nous prévoyons de nous ménager une marge de 50 centimes sur chaque panier vendu.

Les prix de vente et d'achat ne sont pas fixés définitivement : nous sommes encore en train de négocier avec nos partenaires.

Notre budget prévisionnel est le suivant :

<i>Dépenses</i>		<i>Recettes</i>	
Achat des produits	15 000€	Vente des Paniers (prix initial + marge de 0,50€ par Panier)	15 750€
Campagne de communication	200€		
Frais de transport pour le démarchage	50€		
Achat de produits pour dégustation	500€		
TOTAL	15 750€	TOTAL	15 750€

Planning de réalisation :

Notre projet s'étend sur tout le second semestre de l'année scolaire 2009-2010 (voir [calendrier](#)). Il se déroulera de la façon suivante :

1° Courant Novembre 2009, réalisation d'un sondage à l'école. Administré par Internet, il a pour but de définir combien de personnes souhaitent commander des paniers, à quelle fréquence, pour quelle quantité et quel prix. Il s'agit de nous donner les premières informations qui nous permettront de négocier avec les agriculteurs que nous contacterons (texte du sondage : voir [annexe](#)).

2° Fin Novembre-début Décembre 2009, recherche d'un agriculteur partenaire. Il doit produire à la fois des fruits et des légumes bio (car avoir deux fournisseurs différents pour les fruits et les légumes poserait des problèmes de logistique trop importants), ainsi que des œufs et des confitures. Il doit aussi accepter de vendre ses produits à un prix adapté à un budget étudiant et d'assurer la livraison des paniers à l'école à date fixe.

3° Décembre 2009 : lancement de la campagne de communication dans l'école. Organisation de petits déjeuners pour promouvoir le projet, de réunions d'information, d'une rencontre avec le partenaire... (visuel mailing : voir [annexe](#)). En parallèle, il nous faudra mettre en place un système pour recevoir les commandes et les règlements de celles-ci, puis les transmettre à l'agriculteur; nous devons aussi réserver un local pour abriter la distribution hebdomadaire.

4° Janvier 2010, lancement de l'opération.

5° Janvier-Mai 2010 : réalisation d'une base de données consommateurs. Elle nous sera utile pour recontacter ces personnes en 2010-2011. Elle nous permettra aussi de faire des statistiques pour appréhender l'évolution du projet. En parallèle, partenariat avec d'autres associations de l'école afin d'enrichir le projet. Proposition de recettes avec les ingrédients de la semaine, conférence sur le biologique en France...

Difficultés surmontées et problèmes à venir :

Les principales difficultés auxquelles nous sommes confrontés concernent deux aspects principaux : la composition de notre population-cible et l'aspect financier.

Notre population-cible est principalement composée d'étudiants. C'est une population dont les habitudes d'achat sont en grande partie conditionnées par les envies du moment. Son régime alimentaire comporte généralement assez peu de fruits et légumes ; par ailleurs, le « bio » souffre de sa réputation de cherté et de son aspect peu attrayant.

En conséquence de quoi nous éprouvons des difficultés à intéresser d'abord, et à fidéliser ensuite cette population versatile.

Par ailleurs, le prix auquel nous souhaitons proposer ces paniers est une autre source de préoccupation. Un benchmarking (voir [annexe 4](#)) sur Internet nous a permis de constater que la majeure partie des paniers était proposée à des prix élevés : environ 17 € pour 4-5 kilos. Or les étudiants sont très sensibles au prix : leur budget fruits et légumes avoisine les 10 € par semaine. Il nous faut donc négocier fermement avec le producteur pour abaisser les prix, tout en conservant un prix suffisamment décent pour récompenser justement le travail de l'agriculteur. Notre marge de manœuvre sur ce point est donc limitée.

Autour du projet...

Méthodes d'évaluation du projet :

Nous nous sommes donné des indicateurs chiffrés pour évaluer la réussite de notre projet :

- Nombre de paniers vendus : 300/mois
- Nombre d'acheteurs fidèles (au moins un achat de panier par mois) : 60
- Contenu du panier (nombre de fruits et légumes différents) : en moyenne 5 produits différents.

De surcroît, nous envisageons de lancer à la fin de l'opération un sondage parmi nos acheteurs afin de savoir s'ils sont satisfaits du service proposé, et s'ils ont des critiques ou des suggestions d'amélioration à formuler.

Nous souhaitons également obtenir un retour de la part de notre partenaire concernant les prix pratiqués et les conditions de livraison.

Stratégie de communication :

Notre campagne de communication se déroule en trois temps :

- Collecte d'information : le sondage proposé aux membres de l'école a pour double objectif de se faire une idée de leurs besoins et de commencer à parler des Paniers bio. Le lien Doodle pour le sondage est relayé par un spam, et un lien sur le site Internet de notre association ainsi que dans la newsletter bimensuelle de Dolce Vita.
- Lancement de la campagne de communication pour le lancement du projet : envoi d'un mail pour informer les étudiants ; liens sur l'Intranet de l'école, sur le site associatif de GEM et sur celui de Dolce Vita ; newsletter ; article dans le journal de l'école, le Gem In Way.
- Relance de l'intérêt pour les paniers bio : lancement de recettes hebdomadaires, conférence sur l'agriculture biologique.

Perspectives de développement et pérennisation :

L'opération de l'an passé (année scolaire 2008-2009) a été plébiscitée tant par le personnel que les étudiants. Elle s'est auto-financée, et a même permis à Dolce Vita de gagner un peu d'argent. C'est donc un succès, et elle sera renouvelée l'an prochain (2009-2010).

Nous envisageons de développer les axes suivants :

- Elargissement de la gamme de produits proposés : pain, lait, miel...
- Mise en place de nouveaux partenariats pour répondre à cet élargissement

Perspectives d'évolution :

- Proposer des paniers bio au personnel de la CCI, qui travaille en étroite collaboration avec GEM
- Organiser des événements parallèles (visite de l'exploitation agricole)
- Création d'un blog : mise en ligne de recettes, d'informations sur les exploitations de nos partenaires...

Annexes

Annexe 1 : sondage initial

Nous avons obtenu 117 réponses en une semaine, concernant 125 paniers mensuels.

<http://www.doodle.com/2swzicy7cf77ep3i>

Le sondage est un sondage caché : les réponses d'autres personnes ne sont pas visibles par le répondant, qui est ainsi protégé de toute influence.

Texte du sondage :

« Ce sondage a pour but d'évaluer votre intérêt pour la distribution des Paniers Bio à GEM. Il ne constitue en aucun cas un engagement définitif, mais nous servira uniquement à estimer la demande existante pour les Paniers. D'avance, un grand merci pour votre participation. L'équipe du projet Paniers Bio de Dolce Vita. »

Cases à cocher :

Je suis intéressé(e) par le projet Paniers bio

Je ne suis pas intéressé(e)

Je souhaite acheter un panier pour une personne

Je souhaite acheter un panier pour 2 personnes

Je souhaite acheter un panier pour 3 personnes ou plus

Je souhaite acheter un panier par semaine

Je souhaite acheter un panier deux fois par mois

Je souhaite acheter un panier une fois par mois

Copie d'écran :

The screenshot shows a web browser window displaying a Doodle poll. The poll is titled "Sondage: Les Paniers Bio de Dolce Vita !" and was created by Caroline CLERC. The text of the poll explains its purpose: to evaluate interest in the distribution of Bio baskets at GEM, without any commitment. It asks for the number of people per basket and the frequency of purchase. The poll options are as follows:

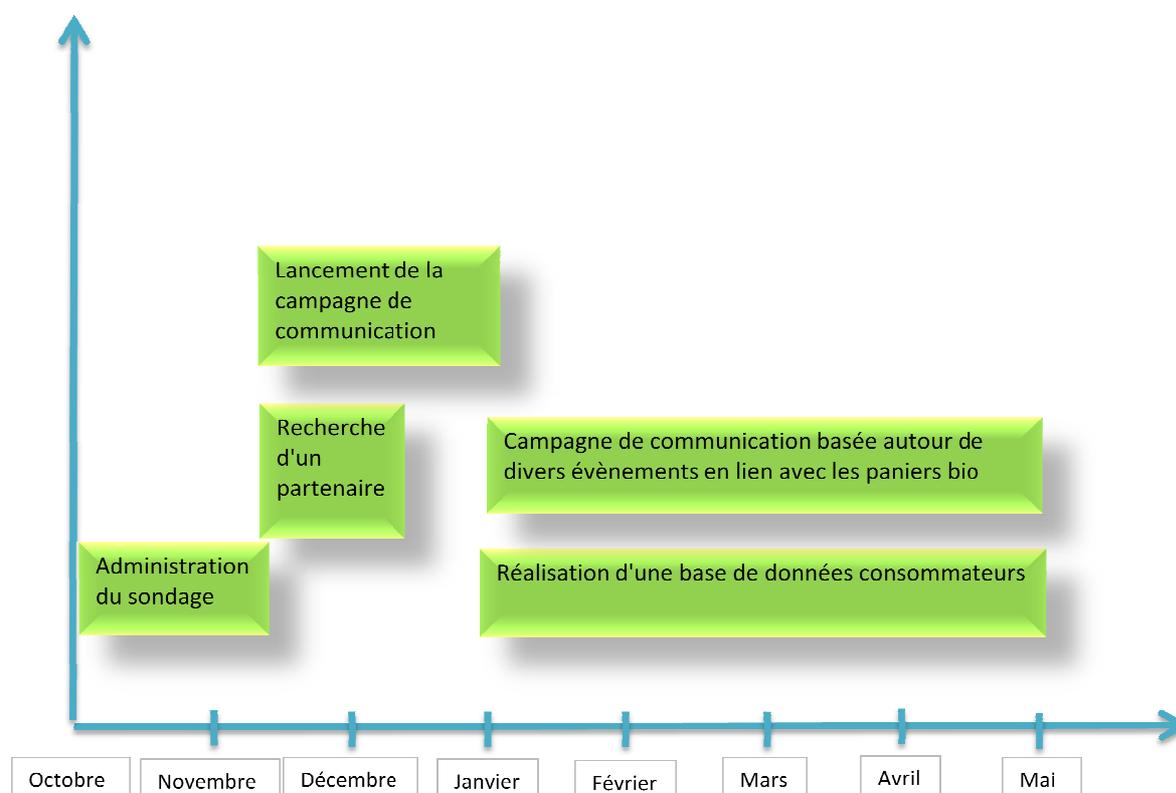
<input type="checkbox"/> Je suis intéressé(e) par le projet Paniers Bio	<input type="checkbox"/> Je ne suis pas intéressé(e) par ce projet.	<input type="checkbox"/> Une fois le projet mis en place, je prendrai un panier pour 1 personne	<input type="checkbox"/> Je prendrai un panier pour l'équivalent de 2 personnes	<input type="checkbox"/> Je prendrai un panier pour 3 personnes ou plus	<input type="checkbox"/> Je prendrai un panier par semaine	<input type="checkbox"/> Je prendrai un panier 2 fois par mois	<input type="checkbox"/> Je prendrai un panier 1 fois par mois
---	---	---	---	---	--	--	--

Below the options is a text input field labeled "Votre nom" and a button labeled "Enregistrer".

Annexe 2 : visuel utilisé comme base lors de la campagne de communication



Annexe 3 : calendrier de réalisation du projet



Annexe 4 : benchmarking

Site	Adresse	Produits biologiques	Possibilité d'avoir un panier fruits&légumes tout fait	Prix petit panier	Prix grand panier
Potager city	www.potagercity.fr	oui	oui	16,90 €	32,00 €
Le panier paysan.com	www.lepanierpaysan.com	non	non	75,00 €	121,00 €
Biau panier	www.biaupanier.com	non	non	en fonction des produits	en fonction des produits
LabelBio	www.labelbio.org	oui	oui	30,00 €	52,00 €
Court Circuit Grenoble	www.court-circuit.org	non	non	en fonction des produits	en fonction des produits