

## 3. Circuits courts : des typologies d'organisations logistiques variées

Les organisations logistiques dédiées aux circuits courts sont complexes, variées et dépendent autant du type de production, du volume transporté, de l'équipement logistique de l'exploitant que du canal de distribution choisi. Les choix d'organisation logistique sont bien souvent contraints par la taille et la nature de l'exploitation et les choix du producteur dans le ciblage de sa clientèle.

L'étude des organisations des producteurs en circuits courts permet de définir 7 typologies d'organisation. Chacune se définit grâce à une multitude de caractéristiques : types de clients, modalités de vente et de facturation, site de consolidation ou de préparation de commandes, forme de la rémunération et de la contribution du producteur (cotisation annuelle ou commission prélevée sur le prix de vente), CGV, traitement des litiges, éventuelle ramasse, modes de distribution (livraison à domicile, sur un site), organisation de la ramasse et de la livraison.

### 1 Gestion individuelle des tâches logistiques à l'échelle de la seule exploitation

Cette forme d'organisation concerne généralement les modèles de vente à la ferme, de distribution sur des marchés locaux et/ou de distributeur automatique. L'exploitant vise une clientèle locale avec une relation directe et quasiment sans intermédiaire avec le minimum d'outils. Le site d'exploitation regroupe toutes les activités du processus de production et de vente (stockage des matières premières, éventuelle transformation, conditionnement, vente). Le prix du produit bénéficie ainsi pleinement au producteur qui ne paye aucun prestataire ou partenaire. Le chiffre d'affaire de l'exploitant va cependant être fortement associé à sa proximité avec un bassin de consommation important puisqu'il ne pourra toucher qu'une clientèle locale.

### 2 Vente à un intermédiaire (grossiste) prenant en charge la ramasse et/ou la livraison

La vente à un intermédiaire permet à l'exploitant de se décharger des activités logistiques pour se concentrer sur sa production. Il doit générer de gros volumes dans ce type d'organisation. Par ce modèle, il touche une clientèle très large au détriment du prix de sa production tout en sécurisant son volume de vente et ainsi que ses revenus.

### 3 Mutualisation des tâches logistiques avec d'autres producteurs dans un cadre informel

La mutualisation des tâches logistiques dans un cadre informel permet aux producteurs de créer des synergies locales au bénéfice des quelques exploitants intégrés dans la démarche. L'échelle de l'action reste cependant réduite et sa bonne réalisation suppose un échange et une relation partenariale constante. Elle ne permet généralement pas de gains de revenus (exception faite quand elle permet d'élargir sa clientèle) mais plutôt des gains de temps. La mutualisation informelle peut impliquer certains risques notamment si elle n'est pas organisée dans le respect du cadre réglementaire (ex : respect des conditions permettant de transporter les produits d'autrui).

## L'insertion dans un groupement / collectif de producteurs ayant une forme sociale (association, GIE, SCIC) et impliquant éventuellement d'autres acteurs (collectivités, chambre d'agriculture, MIN)

4

L'insertion d'un exploitant dans un groupement de producteurs est généralement initiée par la volonté d'élargir sa propre clientèle à celle d'un réseau pré-existant. La structuration juridique de cette coopération permet de la rendre plus pérenne et professionnalise le partenariat : gouvernance et répartition des tâches/rôles détaillées par la loi et clairement identifiée dans les statuts de la structure. La forme sociale permet d'intégrer des partenaires soutenant l'activité ou les débouchés du groupement. Elle facilite les investissements communs sur des équipements logistiques et permet de développer des activités de vente (magasin de producteurs, communication commune, site de vente en ligne, etc.). En fonction des activités exercées par la structure, son coût peut être élevé pour les exploitants mais compensé par l'augmentation du volume de vente (ou l'augmentation des prix) ou la mutualisation de certaines tâches (ex : ramasse, livraisons). La forme sociale offre enfin une certaine sécurité juridique à la mutualisation du transport (dérogations permises par le code des transports) et un certain poids pour négocier avec d'éventuels prestataires.

## 5 Le recours à une entreprise de l'économie sociale et solidaire proposant à la fois une vente en ligne et des services logistiques

Ce genre d'organisation permet d'externaliser les tâches commerciales et logistiques auprès d'un acteur qui, tout en présentant un certain degré de professionnalisme (certaines entreprises de l'ESS sont par exemple inscrites au registre des transporteurs), partagent a priori les mêmes valeurs qu'un producteur en circuit court. C'est une option qui permet au producteur de trouver des solutions logistiques sans pour autant s'intégrer dans un groupement à la forme sociale plus liante ou recourir à un prestataire purement commercial. Une entreprise de l'ESS peut être un organisme facilitateur dans les relations producteur-client. Passer par un réseau commercial pré-existant permet aussi au producteur d'accéder à une clientèle importante dès son entrée et son éventuel caractère digital ne limite pas cette clientèle à un marché local qu'il pourrait toucher d'une autre manière.

## 6 Le recours à une entreprise commerciale (pas de producteurs dans la gouvernance) proposant à la fois de la vente en ligne et des services logistiques (KELBONGOO, ALANCIENNE, La Ruche qui dit Oui !)

6

Avoir recours à une entreprise commerciale proposant de la vente en ligne mais aussi des services logistiques (ramasse, préparation de commandes, livraisons par ses salariés ou des prestataires) peut permettre d'externaliser les tâches commerciales et logistiques en touchant un marché déjà constitué et ne se limitant pas à une échelle locale, marché qu'un producteur peut toucher d'une autre manière. Cependant, cette solution n'intègre pas nécessairement les questions des valeurs et de la relation producteur-client qui peuvent être fondamentales pour certains producteurs. Leur degré d'intervention dans l'opération de vente (achat/revente ou simple encaissement du prix pour le compte du producteur) n'est pas toujours clairement identifiable. Elles se développent surtout pour la livraison de produits locaux aux consommateurs des grandes agglomérations et peinent encore à trouver un modèle économique.

## 7 Le recours à un prestataire (transporteur, loueur de véhicule avec chauffeur, etc.)

Le recours à un prestataire logistique permet à l'exploitant d'externaliser les activités logistiques pour se concentrer sur ses activités de production. Pour s'assurer d'une rentabilité économique, cette solution requiert généralement un volume important de production et un nombre assez faible de points de livraison. Les producteurs faisant ce choix ont souvent de grosses exploitations et s'inscrivent généralement dans un partenariat avec un réseau de distribution (type GMS) leur permettant d'écouler leurs volumes en touchant une très large clientèle, parfois à l'échelle nationale (Ex : La Ferme des Peupliers). Le coût du service est bien souvent compensé par les volumes de vente importants.

Une démarche portée par :



Avec le soutien de :



Pour en savoir plus :

