

Le témoignage  
d'agriculteurs  
**innovants !**

# INNOV' ACTION 2016

## COMMENT VALORISER LES INVENDUS ET ACCROÎTRE SON CHIFFRE D'AFFAIRES ?

MICHEL GARCIA



Installé depuis 1997, Michel a une sensibilité depuis toujours pour les circuits de proximité tout comme Véronique sa sœur, Maeva sa nièce et Eliane, sa mère qui a une boutique de vente à Villeveyrac et qui pratique les marchés historiquement. C'est en 2004, qu'il tente de transformer les fruits déclassés des circuits de commercialisation en frais en jus de fruits. Le seul atelier de transformation existant, situé dans les Bouches du Rhône est un atelier industriel et transforme à façon à partir de 3 tonnes de fruits. Cela a fait réfléchir Michel et en 2012, il a ficelé son projet et a créé son atelier de transformation. Il propose essentiellement de la prestation de services les deux premières années à hauteur de 80% de ses activités.

J'ai une sensibilité et suis très investi dans les circuits de proximité. « Aller à la rencontre des consommateurs a un sens » exprime-t-il. Dans la famille, on participe aux marchés locaux, on commercialise des paniers fraîcheurs et on adhère à la marque Bienvenue à la ferme. Dans cette même démarche, en 2009 j'ai initié le premier marché Producteur de Pays. Je suis attaché à la qualité des produits et c'est ce qui a motivé l'envie de concevoir mes propres jus

de fruits artisanaux sous la marque « Verger de Thau ». J'ai effectué une formation au CFPPA de Florac sur l'hygiène et la traçabilité. Je ne cache pas que ce ne fut pas toujours facile car la transformation n'est pas une science exacte, et demande énormément de connaissances. Mais après quatre années, j'atteins largement mes objectifs et pense à une extension de 60m<sup>2</sup> de la zone de stockage.

### REPÈRES

- Responsable professionnel à la Chambre d'Agriculture de l'Hérault, Michel Garcia introduit l'action Marchés de Producteurs de Pays dans le département de l'Hérault. En 2009, Véronique sa sœur, crée le premier marché de Producteurs de Pays à Villeveyrac.
- Investissement de 200000 € pour l'atelier de transformation de 240m<sup>2</sup>.
- 150 000 bouteilles commercialisées / an



# ZOOM SUR LES PRATIQUES INNOVANTES

## LA VALORISATION DU PRODUIT ARTISANAL

« Après récolte, il reste à la charge du producteur 20 à 30% de fruits écartés des circuits de commercialisation en frais.»

La transformation est une solution économiquement intéressante qui permet d'acheter aux producteurs jusqu'à 6 fois plus que le prix de marché. Le prix d'achat peut aller jusqu'à 0.80 cts/l alors qu'il représente 0.03 cts pour l'agro-industrie. Les fruits à pépins donnent un 100% jus (1,3 kg de pommes = 1l de jus) alors que les fruits à noyau donne un nectar qui doit être couplé avec de l'eau et du sucre. Quant à la fraise, mon nectar artisanal contient 60% de fruits alors que le nectar industriel n'en compte que 40%.

Nous travaillons à partir d'un produit non linéaire et une bonne sélection des fruits est importante. Ce qui est compliqué, c'est de trouver les bons fournisseurs tant en quantité qu'en qualité car toutes les variétés ne sont pas adaptées à la transformation.



## LA COMMERCIALISATION

Le jus artisanal est un 100% pur fruits pressés à partir de fruits frais.

C'est la «Rolls» des jus de fruit et reconnu comme tel car 15 à 20% plus cher que d'autres jus de fruits frais.

La marque « Verger de Thau » commercialise neuf arômes différents en bouteille de 0.25 l pour les bars/restaurants, 1 l pour les cavistes, épiceries fines et autres boutiques de produits du terroir et en bag in box pour la restauration hors domicile.

Je ne travaille qu'avec des commerçants qui reconnaissent la qualité du produit. Et ça marche puisque nous sommes passés de 30 000 bouteilles à 150 000 commercialisées / an.

Plus on grossit, plus il faut gérer le stockage et les flux.

J'embauche un saisonnier 6 mois par an et un jeune en contrat professionnel m'a rejoint en avril pour m'assister en commercialisation grand compte et sur la distribution. Le potentiel de développement est encore large mais la logistique doit suivre.

## LA PHILOSOPHIE LOCALE

Si la majorité de mes clients sont des clients locaux, pour les fournisseurs, c'est du 100% local.

Tout d'abord, les producteurs sont tous dans un rayon de 100 kms. Aussi, mon imprimeur est de Clermont l'Hérault, le fournisseur de bouteilles la verrerie du Sud à Gigan et le fournisseur de cartons basé à Lunel.

Les prix sont quasiment identiques et se fournir en local, c'est plus de services et des partenariats possibles.



## L'EXPLOITATION

**Typologie :** Exploitation familiale de 70 ha

**Description :** 35 ha de vignes en cave coopérative, 10 ha en arboriculture, 2 ha d'asperges, 1 ha de fraise, 3 ha de maraichage et le reste en jachère.

**Une organisation avec une équipe :**

4 familles sur l'exploitation

Jusqu'à 12 saisonniers

1 saisonnier et 1 contrat professionnalisation pour la structure Verger de Thau

