

JARDIN LIBRE-CUEILLETTE

Nécessité d'une situation géographique propice

I - DE QUOI PARLE-T-ON ?

Le jardin libre-cueillette correspond à la commercialisation de productions végétales : fruits, légumes ou fleurs cueillis sur place par le client.

Le marché des jardins libre-cueillette bénéficie de l'engouement des consommateurs pour les produits frais, naturels, issus d'exploitations identifiées. Ce concept de vente, grâce à l'importance de l'image du jardin de grand-mère et aux contacts avec la nature qu'il offre, répond aussi aux attentes des consommateurs à la recherche de valeurs traditionnelles et authentiques mais aussi de convivialité et de loisirs. Dans le cadre du développement durable, le jardin libre-cueillette répond également aux attentes des consommateurs qui souhaitent davantage consommer des produits cultivés près de chez eux.

Il peut proposer une gamme plus ou moins large (spécialisation parfois sur quelques productions : fraises, asperges, fraises et asperges, ...). Le prix payé par le client tient compte à la fois des pertes occasionnées par les clients et de la fraîcheur des produits mais aussi de l'absence de frais de récolte.

Certains jardins libre-cueillette vendent aussi en complément des produits déjà récoltés.

II - CONTEXTE ET DEBOUCHE

Les premiers jardins libre-cueillette apparus, notamment en région parisienne, ont plus de quarante ans. Certains d'entre-eux se sont regroupés au sein d'un G.I.E « Chapeau de Paille » de façon à mettre en commun leur savoir-faire et à communiquer.

Les cueillettes « Chapeau de Paille » ont réalisé une étude sur les « Français et leurs fruits et légumes ». Cette étude menée en avril 2017, par Opinion Way, auprès d'un échantillon de 1 016 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, démontre que :



Les Français ont confiance dans les cueillettes :



Et 79 % pensent aussi que c'est rassurant par rapport au mode de culture.

En Bourgogne Franche-Comté des maraichers et des producteurs de petits fruits proposent un service de libre cueillette en saison.

Le jardin libre-cueillette doit offrir une large gamme de productions végétales : légumes, fruits et fleurs (de l'ordre de 20 à 30 produits différents) de façon à rester ouvert en continue sur une période la plus large possible. Outre la fraîcheur des produits commercialisés, il se caractérise par

la qualité de l'accueil et l'importance des services offerts : accessibilité en voiture, parking ombragé, seaux, brouettes, conseils oraux, signalétique de conseils visibles de loin dans le jardin lui-même, commercialisation de produits cueillis..., services que la clientèle ne retrouve pas dans les grandes et moyennes surfaces.

Une enquête réalisée en Bourgogne sur la saison 2001 auprès des clients de 5 jardins libre-cueillette confirme ces caractéristiques et met en évidence une certaine hétérogénéité de la clientèle. L'analyse des différents groupes d'acheteurs montre que la clientèle des jardins libre-cueillette est une clientèle fidélisée. En effet, elle connaît le jardin depuis de nombreuses années et réside plutôt dans un rayon de 10 kilomètres autour, favorisant ainsi une venue régulière au sein du jardin. Cette étude met également en évidence la présence d'un segment de clientèle composé d'acheteurs plus jeunes qui se distinguent par une connaissance du jardin beaucoup plus récente (1 ou 2 ans). Ce groupe se caractérise avant tout par une venue moins régulière qui trouve son origine à la fois dans leur récente découverte du jardin et dans leur éloignement du jardin plus important (jusqu'à 30 kilomètres et plus). Ce groupe, nécessaire au renouvellement de la clientèle, est à fidéliser. Le renouvellement de la clientèle s'accompagne, dans certain cas, d'une évolution des mentalités vers une consommation voulue plus responsable. Face aux préoccupations sanitaires et environnementales, la communication, la pédagogie et le choix d'un positionnement culturel est nécessaire.

III - LA MISE EN ŒUVRE D'UN JARDIN LIBRE-CUEILLETTE

3.1. Stratégie d'implantation

Le jardin doit être idéalement placé : l'accessibilité ainsi que la présence d'un potentiel de clientèle sont des prérequis indispensables à l'installation d'un jardin libre cueillette.

Il est aussi important, lors de la création du jardin, de prendre en compte les possibilités foncières d'extension du jardin avec la croissance de la demande.

Selon sa situation géographique et la nature de la concurrence, le jardin libre-cueillette sera orienté vers une gamme ou des services différents. Il s'agit donc de caractériser sa clientèle potentielle (âge, secteur, catégorie socio-professionnelle, ...) puis de définir quelles sont ses attentes en terme de production, d'accueil et de prix afin de mettre en place la stratégie du jardin.

Une étude de marché doit permettre de répondre à aux questions suivantes :

- quelle sera la gamme proposée (types de produits proposés, produits cueillis ou non, mode de production,...) ?
- quelle sera la période d'ouverture, les horaires d'ouverture ?
- quels seront les services à instaurer (boutiques avec vente de produits annexes, grandeur du parking, toilettes et point d'eau, jeux,...) ?
- quels seront les prix des produits ?

3.2. Aspects techniques

Quelles que soient les orientations choisies, les principes techniques suivants, facteurs de réussite, seront à rechercher :

- un sol et un climat adaptés aux cultures maraîchères,
- la possession d'un équipement agricole,
- la mise en place d'un système d'irrigation, condition nécessaire à l'activité,
- l'achat de plants : il s'agit de travailler principalement sur des plants-mottes et de trouver un fournisseur de qualité.
- une gestion de la surface prenant en compte les allées (20 % en allées pour 80 % cultivées) ; il faut, de plus, nécessairement une organisation spatiale étudiée entre les allées, les différents produits, et la caisse.

Les aspects de production sont de plus en plus difficiles. Il est nécessaire de s'appuyer sur un réseau technique (technicien chambre d'agriculture ou indépendant, réseau de producteurs, ...) pour se tenir informé des problèmes sanitaires, de l'arrivée de nouveaux ravageurs et de l'évolution des moyens de lutte.

L'activité économique d'un jardin libre cueillette est très liée aux aléas climatiques. C'est pourquoi, il faut penser, dans la phase de progression du jardin, à développer des productions sous abri afin d'assurer une sécurité de l'activité.

Posséder au préalable une exploitation et la diversifier avec un jardin libre cueillette constitue donc un plus par rapport à la création *ex-nihilo* de ce type d'activité.

Le temps de travail pour produire et vendre est très important. Il est nécessaire de bien déterminer les heures d'ouverture afin de bien structurer l'activité.

La main d'œuvre à employer est directement liée à la taille et à la stratégie du jardin libre cueillette. La main d'œuvre d'un jardin libre cueillette a des caractéristiques très spécifiques : cette dernière doit souvent posséder un savoir-faire aussi bien technique que commercial. De plus, cette main d'œuvre est souvent une main d'œuvre saisonnière, or la diversité des tâches implique fréquemment au responsable de déléguer, ce qui n'est pas facilité par ce caractère saisonnier. Des qualités de manager seront donc un atout majeur du responsable.

3.3. Aspects commerciaux

Le jardin libre cueillette est une activité saisonnière. Il faut donc privilégier une période large d'ouverture grâce à :

- une gamme large (20 à 30 produits différents),
- une complémentarité entre les produits commercialisés
- et à un étalement de la production pour une même culture.

Lors de l'installation ou de l'ouverture saisonnière du jardin libre cueillette, des actions de communication permettant de faire venir la clientèle en l'informant de l'ouverture du jardin et de la disponibilité des produits sont indispensables.

Lorsque la clientèle est présente, il est envisageable de développer un point de vente de d'autres produits offrant ainsi une gamme complémentaire à la clientèle.

IV – ECONOMIQUEMENT PARLANT

4.1. Investissements

L'aspect financier et économique est fonction de l'ampleur que l'on veut donner à son jardin, de la possession ou non de matériel agricole (diversification d'exploitation ou création).

La mécanisation est indispensable mais onéreuse car les machines nécessaires sont très diverses du fait d'une gamme de production large. De plus, ces dernières sont d'un usage restreint dans le temps. Il est donc recommandé d'acquérir d'occasion le matériel.

Si les investissements de communication (de type panneaux, etc.) sont indispensables pour attirer la clientèle, il est recommandé d'éviter, dans un premier temps, des investissements d'aménagement trop lourds (parking, clôture, magasin...).

Les investissements doivent être raisonnés dans le temps parallèlement à la montée en puissance de la clientèle.

4.2. Approche économique globale d'un jardin libre cueillette

Les résultats économiques avancés correspondent à un jardin libre cueillette de 5 ha de production (sans compter les surfaces des allées, ni le parking ni le lieu de vente).

Ce jardin cultive environ 30 produits (fruits, légumes et fleurs) qui ne seront vendus qu'à hauteur de 60 à 70 % de leur production (les pertes qui découlent de ce type de production sont inévitables, car la demande des consommateurs incite à produire plus que pas assez).

Gamme cultivée :

- Fruits : fraise, framboise, cassis, groseille, rhubarbe.
- Légumes : salade, petit-pois, épinards, carotte, navet, haricots verts et demi-sec, courgette, tomate, aubergine, poivron, pomme de terre, choux divers, poireau, betterave rouge, cardes, potiron, herbes aromatiques.
- Fleurs annuelles, œillet, glaïeuls.

L'espace vente est ouvert de mai à octobre.

Tableau récapitulatif des résultats observés

Charges d'exploitation (en €/ha)		Produits d'exploitations (en €/ha)	
Charges opérationnelles	3 950 €	Vente de produits	20 000 €
-Engrais, amendement	350 €		
-Plants, semences	1 800 €		
-Produits phytosanitaires	600 €		
- Irrigation et fournitures diverses	1 200 €		
Charges fixes (sans la main d'œuvre)	10 050 €		
- de production	6 000 €		
- de commercialisation et communication	4 050 €		
Total charges	14 000 €	Total produits	20 000 €

Il reste donc 6 000 €/ha pour rémunérer la main d'œuvre, l'exploitant et l'autofinancement partiel d'un nouvel investissement.

On peut compter sur un panier moyen de 12 € (montant fonction de la largeur de la gamme) par client.

Cependant cette activité craint la concurrence car le produit n'a qu'un micro-marché local : 50 000 habitants à 20 minutes de voiture est un minimum nécessaire.

Une situation géographique propice et **non-concurrentielle** est donc absolument nécessaire.

V – ADRESSES UTILES

G.I.E « Chapeau de Paille »

Route de Courcelles – 95650 PUISEUX-POINTOISE

Tél. 01 34 32 19 99

Site : <http://www.chapeaudepaille.fr>

e.mail : contact@chapeaudepaille.fr