

Titre : Étude de préféabilité sur l'export des produits fermiers de la Réunion

Date : 25/04/2024

Mots clés : Etude de marché / Export / Stratégie de développement / La Réunion

Maitre d'œuvre : Essentiels conseils et stratégie

Contexte

L'Association des Producteurs Fermiers du Grand Sud (APFGS) regroupe, début 2023, une trentaine de producteurs fermiers du Sud de La Réunion. La particularité des adhérents de l'Association est de **transformer eux-mêmes** leurs produits agricoles (confitures, achards, pâtes de piment, sirops, fruits séchés, ...). Déjà présente sur le marché local, l'Association souhaite savoir quelles sont les opportunités à l'Export sur la Métropole pour leurs produits fermiers. L'objectif de l'étude est de déterminer les possibilités d'export de ces produits, d'identifier les réseaux de distribution susceptibles de commercialiser ces produits, d'identifier les produits susceptibles d'intéresser distributeurs et consommateurs, de préconiser la meilleure organisation possible.

Méthodologie

L'étude a été menée durant l'année 2023, notamment à l'occasion de deux déplacements en métropole afin de rencontrer les différents acteurs de la filière. Une grande partie des opérateurs cités dans ce rapport a été interviewée lors de rendez-vous physiques, lors de réunions en visio, lors d'entretiens téléphoniques, ou pour certains via des échanges par mail. Tous les acteurs de la filière cités dans ce rapport ont été informés de la volonté des producteurs fermiers du grand sud de distribuer leurs produits dans les réseaux de l'Hexagone. Cette étude a permis d'identifier entre autres, un opérateur privé intéressé par la création en métropole d'une plateforme de distribution des produits réunionnais. Complétée par une partie technique (règlements, labels, recherches), cette étude a été actualisée jusqu'au mois de mars 2024 à l'issue du Salon International de l'Agriculture.

Résultats :

ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE DE MARQUE ICI C'EST PÉI

- Création d'un règlement de marque pour ICI C'EST PÉI
 - o Rédaction d'un cahier des charges
 - o Élaboration des grilles de notation
 - o Processus d'attribution de la marque, contrôles
- Proposition de logos : préconisations en matière d'identité visuelle
- Réflexions et préconisations en matière d'affichage légal et commercial : gencode, qrcode, analyse nutritionnelle, identification du producteur (avec photo), ingrédients, origine, ...

IDENTIFICATION DES 5 RÉSEAUX DE DISTRIBUTION DES PRODUITS RÉUNIONNAIS EN MÉTROPOLÉ : QUELS RÉSEAUX POUR LES PRODUITS RÉUNIONNAIS ?

- Les grossistes : généraliste, ethniques, spécialisés (bio, terroir, ...)
- Les distributeurs : hypers, gms, épicerie fines, multifrais, spécialisés bio, spécialisés surgelés, spécialisés terroir et circuits courts, ethniques, e-commerce
- La distribution réunionnaise de métropole : identification des 350 points de vente réunionnaise de métropole. Zoom spécifique sur ilothenik, Nout Kaz à Paris, Exceptions d'Ailleurs, dodo blanc
- Les restaurateurs : restauration commerciale, restauration collective, food trucks, cavistes
- Les professions agroalimentaires Intermédiaires qui utilisent des ingrédients réunionnais (épices, fruits, vanille, ...)
- La diaspora réunionnaise qui réclame des produits réunionnais pour le développement (et le financement) de leurs activités en métropole

IDENTIFICATION DES PRODUITS RÉUNIONNAIS LEADERS SUR LEUR MARCHÉ

- Epicerie sucrée, épicerie salée, boissons, produits surgelés, fruits et légumes, produits divers
- Zoom sur les « copies » de produits réunionnais : privilégier l'original à la copie
- Les produits « tendance » à développer : jaquier, yacon, vinaigres de fruits

SYNTHÈSE : LES ATTENTES DES DISTRIBUTEURS

- Les atouts indéniables des produits de La Réunion
- Les attentes et les exigences des réseaux de distribution : régularité, traçabilité

NOTRE PRÉCONISATION

- Collaboration avec les structures existantes : MACEO, NOUT KAZ, EXCEPTIONS D'AILLEURS, les distributeurs existants
- Création d'une structure de distribution dédiée aux produits réunionnais Création de la plateforme réunionnaise de Montpellier en partenariat avec un opérateur privé
 - o Référencement par univers produits
 - o Référencement par labels et marques régionales
 - o Partenariat avec le MIN de Montpellier : intégration de nouveaux partenaires réunionnais sur le pôle de Montpellier
 - o Création (à moyen terme) d'une boutique réunionnaise à Montpellier avec réflexion sur le développement en franchise si succès
 - o Création (à moyen terme) d'une boutique en ligne à partir de la plateforme de Montpellier
 - o Développement d'un partenariat actif avec les opérateurs présents sur le MIN / utilisation à moyen terme des ateliers partagés de transformation agroalimentaire
- Elaboration d'une stratégie commerciale et d'une politique de communication



ÉTUDE DE PRÉFAISABILITÉ D'UN PROGRAMME D'EXPORTATION DE PRODUITS FERMIERS DE L'ÎLE DE LA RÉUNION VERS L'HEXAGONE



31/01/2024

sommaire

- **CONTEXTE DE L'ÉTUDE : les objectifs de l'APFGS**
- **LA MARQUE ICI C'EST PÉI : la nécessité d'une garantie d'authenticité de l'origine**
 - réflexions sur la structure de portage de la marque
 - principe fondateur
 - administration
 - cahier des charges
 - attribution de la marque
 - grille de notation
 - attribution du logo
 - logo et étiquettes : propositions
- **EXPORTATION DE PRODUITS BRUTS OU DE PRODUITS FINIS : quelle solution adopter ?**
- **DISTRIBUTION EN MÉTROPOLE : quels réseaux pour les produits réunionnais ?**
 - grossistes : généralistes, exotiques, bio
 - réseaux bio, vente en ligne bio
 - réseaux multifrais ; réseaux surgelés
 - circuits courts et magasins de producteurs
 - sites e-commerce (exotiques, terroir, fermiers)
 - les points de vente péi : épicerie, restaurants, food trucks, traiteurs / zoom ilôthentik montpellier
 - zoom sur 2 distributeurs : nout kaz à Paris / exceptions d'ailleurs
 - transformateurs, Ingrédients et Production Agroalimentaire Intermédiaire
 - les associations réunionnaises de métropole : diaspora et followers
- **DISTRIBUTION MÉTROPOLE : quels produits réunionnais pour les consommateurs métropolitains ?**
 - top ventes des produits péi dans les différents réseaux métropolitains
 - concurrence des "faux" produits réunionnais : Rougail Saucisses et achards de légumes
 - les produits à développer (exemple natexpo : le fruit du jaquier, le yacon, les vinaigres de fruits)
- **SYNTHÈSE DISTRIBUTION**
- **NOTRE PRÉCONISATION**
 - collaboration avec les structures existantes : Nout Kaz à Paris, Exceptions d'Ailleurs, Macéo
 - mise en place d'une plateforme logistique réunionnaise en métropole
 - partenariat avec la plateforme du MIN MERCADIS de Montpellier
 - utilisation des services de stockage (sec et surgelé) mutualisés
 - ouverture d'un bureau de promotion et de commercialisation
 - gestion de la logistique réunion - métropole, et distribution métropole
 - animations, représentation, salons
 - partenariat avec BOC D'OC pour le salon de l'Agriculture 2024
 - estimation des coûts : fret avion bateau, location des espaces de stockage à Montpellier, logistique France, promotion et représentation
 - création d'une boutique réunionnaise à Montpellier : extension en franchise à moyen terme
 - création d'une boutique e-commerce à Montpellier
 - le rôle des collectivités locales
- **STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET STRATÉGIE COMMERCIALE 2024**
 - réseaux sociaux : supports dédiés pour plus d'interactions, partenariat Berryfield
 - développement corners Réunion, stratégie de visite et dégustation
 - foire de Montpellier, Natexpo Lyon, Sial Villepinte
- **ESTIMATION "PRUDENTE" DE CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN**

L'Association des Producteurs et Fermiers du Grand Sud (APFGS) a formulé la requête suivante :

A la Réunion, comme dans les autres territoires d'outre-mer, nous connaissons une période de surproduction agricole chaque année. Malheureusement, ce surplus est rarement conservé ou transformé, alors que nous importons des fruits et légumes en période de faible production. Le développement de la transformation devient donc un enjeu important pour la souveraineté alimentaire de nos territoires.

Depuis une dizaine d'années, les agriculteurs réunionnais ont lancé des projets de transformation comme les confitures, les produits à base de canne à sucre (galabé, sirop de la cuite), les jus de fruits et les farines issues de tubercules. En 2019, on recensait 218 unités de transformation de produits agricoles (toutes productions confondues) à La Réunion (source : Tableau économique de La Réunion 2019).

La qualité des produits agricoles transformés à la ferme, élaborés avec soin selon les traditions et à partir de produits exclusivement réunionnais, connaît un franc succès sur les marchés locaux ainsi que dans les rayons des grandes surfaces de l'île. Les visiteurs de La Réunion aiment acheter ces produits locaux lors de leur séjour sur l'île, mais ont du mal à les trouver une fois de retour sur le continent. Des boutiques en ligne spécialisées dans les produits du monde et les rayons dédiés dans les supermarchés ont connu un grand succès en proposant ces produits. De plus en plus de commerçants cherchent à entrer en contact avec les producteurs de l'île pour distribuer ces produits fermiers agro-transformés dans leurs magasins.

Cette étude a fait l'objet d'une demande de financement dans le cadre de l'Appel à Projets no 1 «*Amélioration des savoirs en mobilisant des dispositifs de formation, d'encadrement technique, de mise en réseau, de projets de recherche, de transfert de connaissances et d'études* » publié sur le site internet de la DAAF de La Réunion en date du 10 mars 2023.

Pour rappel, cette demande s'inscrit dans la dotation budgétaire de 1,6 millions d'euros allouée à la Réunion par le Ministère des Outre-Mer au titre des «*Crédits d'Orientation Territorialisés ODEADOM* » pour l'année 2023.

L'Association des Producteurs et Fermiers du Grand Sud a reçu un avis favorable de l'Odeadom suite au Comité de Sélection du 23 avril 2023. Le cabinet Essentiels Conseils & Stratégie, société basée à saint Pierre, a été mandaté par l'APFGS pour mener à bien cette étude. La convention entre l'Odeadom et Essentiels Conseils & Stratégie a été signée en août 2023



LA MARQUE ICI C'EST PÉI

LES DISTRIBUTEURS EXIGENT UNE MARQUE FORTE !!!

L'authenticité du produit réunionnais, la traçabilité des ingrédients, et la maîtrise du savoir faire des producteurs fermiers constituent les exigences fortes, et **INCONTORNABLES**, des réseaux de distribution. La marque de garantie **ICI C'ET PÉI** constitue la **réponse nécessaire** à ces exigences.



Principe fondateur de la marque Ici c'est Péi :

c'est l'agriculteur (producteur / fermier) qui transforme lui-même le ou les produit(s) issus de son exploitation. Cela permet de valoriser le producteur et son savoir-faire. **Ici c'est Péi** est une marque déposée à l'INPI qui appartient à l'association **Ici c'est Péi** créée à saint Pierre (974) le 17/08/21 sous le numéro RNA W9R2009908

Administration de la marque Ici c'est Péi :

la marque **Ici c'est Péi** est administrée par un Comité de Promotion, seul organisme habilité à réglementer l'attribution, l'utilisation, et le retrait de la marque. Ce Comité de Promotion est composé de 6 personnes habilitées :

- 3 membres représentant l'APFGS dont le Président et 2 producteurs élus
- 1 membre représentant la Chambre d'Agriculture de la Réunion
- 1 personnalité extérieure habilitée pour ses compétences
- 1 membre représentant Essentiels Réunion

Ce comité se réunit à minima 2 ou 3 fois par an : les décisions sont prises à la majorité simple. Il est possible de réaliser des consultations par mail et visio si besoin.



cahier des charges de la marque Ici c'est Péi :

une charte Ici c'est Péi est élaborée pour permettre l'agrément du producteur et de ses produits.



grille de notation et de contrôle de la marque Ici c'est Péi :

la grille de notation a été élaborée sur excel pour une utilisation simple, à la portée de tous les agents habilités à valider le processus d'adhésion. Le Comité de Promotion est la seule structure habilitée à confirmer une adhésion



ICI C'EST PÉI



ILE DE LA RÉUNION

attribution du logo Ici c'est péi

la note minimale de 14/20 est exigée à l'issue du contrôle d'adhésion. Elle permet au producteur fermier d'apposer le logo sur ses produits et de l'utiliser librement sur ses différents supports de communication (marchés, réseaux sociaux, ...)

Le cahier des charges Ici c'est péi

Principe fondateur de la marque Ici c'est Péi : c'est l'agriculteur (producteur / fermier), membre de l'APFGS, qui transforme lui-même le ou les produit(s) issus de son exploitation. **Cela permet de valoriser le producteur et son savoir-faire.**

Rappel administratif : la marque a été déposée sans logo à l'INPI le 13/07/2021, sous le numéro 4785013 dans les classes 29, 30, 31 et 32. La marque a été déposée par Mme Sophie Bègue pour le compte d'une Association en formation (**Il serait bien d'officialiser le dépôt au nom de l'association**)

Sa date de validité est de 10 ans, jusqu'au 13/07/2031 où elle pourra être renouvelée pour 10 ans.

Classe 29 : Viande, poisson, volaille et gibier ; extraits de viande ; fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits ; gelées, confitures, compotes ; œufs, lait et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles. Graisses alimentaires ; beurre ; charcuterie ; salaisons ; crustacés (non vivants) ; conserves de viande ou de poisson ; fromages ; boissons lactées où le lait prédomine.

Classe 30 : Café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café ; farine et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie, glaces comestibles ; miel, sirop de mélasse ; levure, poudre pour faire lever ; sel, moutarde ; vinaigre, sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir. Sandwiches, pizzas ; crêpes (alimentation) ; biscuiterie ; gâteaux ; biscottes ; sucreries ; chocolat ; boissons à base de cacao, de café, de chocolat ou de thé.

Classe 31 : Produits agricoles, horticoles et forestiers ni préparés, ni transformés ; animaux vivants ; fruits et légumes frais ; semences (graines), plantes et fleurs naturelles ; aliments pour les animaux ; malt. Gazon naturel ; crustacés vivants ; appâts vivants pour la pêche ; céréales en grains non travaillés ; arbustes ; plantes ; plants ; arbres (végétaux) ; agrumes ; bois bruts ; plantes séchées pour la décoration ; fourrages.

Classe 32 : Bières ; eaux minérales et gazeuses ; boissons de fruits et jus de fruits ; sirops et autres préparations pour faire des boissons. Limonades ; nectars de fruit ; sodas ; apéritifs sans alcool.



La marque **Ici c'est Péi** appartient à l'**association Ici c'est Péi** (création le 17/08/21 sous le numéro RNA W9R2009908) qui en délègue la gestion à l'**APFGS**

CHARTRE ICI C'EST PÉI POUR LES PRODUITS BRUTS, TRANSFORMÉS ET ÉLABORÉS

- Les producteurs doivent adhérer à l'Association des Producteurs et Fermiers du Grand Sud (voir conditions d'adhésion)
- Sont concernés uniquement les produits agricoles bruts, les produits de la pêche et les produits aquacoles, et les produits transformés qui sont réalisés en exploitation ou en Entreprise Agro-Alimentaire. Il est possible, dans certaines conditions, de faire appel à un sous-traitant pour une partie de la transformation.
- Le "produit transformé" issu de la transformation contient de 1 à 3 ingrédients agricoles bruts : ils représentent obligatoirement plus de 95 % du produit fini en poids sec (hors eau).
- Les produits agricoles bruts qui déterminent la dénomination commerciale du produit fini doivent être produits intégralement à la Réunion.
- Produits à base de fruits et légumes : jus de fruits, nectars, sirops de fruit, compotes, confitures, gelée, pâte de fruits, purée de fruits, fruits au sirop, chips de légumes et de racines, fruits et légumes confits, pâte piment, soupes, veloutés, chutneys, coulis, vinaigres, achards, préparations, condiments, confiserie, petits pots bébé. **Cette liste n'est pas limitative**
- Plantes à Parfums, Aromatiques et Médicinales (PPAM) : plantes brutes, et déclinaisons de produits à base de PPAM : infusions, sirops, confitures, gelées et marmelades, condiment, confiserie, préparations pour rhum arrangé. **Cette liste n'est pas limitative**
- Produit à base de céréales : farine, pâtes, pain, semoule

Le cahier des charges Ici c'est péi

- Produits de la mer : poissons fumés, terrines, soupes, poissons préparés et conditionnés, plats cuisinés ...
- Produits apicoles : pain d'épices, bonbons, gelée royale, nougats, pâte à tartiner à base de miel, vinaigre de miel, ...
- Le sucre, nature ou aromatisé, exclusivement produit à la Réunion
- Le sel, nature ou aromatisé, avec une préférence pour le sel de saint leu
- Produits de charcuterie produits à la Réunion
- Produits laitiers : yaourt, beurre, fromage, ... produits à la Réunion

Cas Particuliers

- Les produits d'origine agricole, halieutique ou aquacole pas ou insuffisamment produits à la Réunion mais nécessaires à l'élaboration d'un produit fini reconnu ou apprécié à la Réunion seront soumis pour approbation au Comité de promotion de la marque ICI C'EST PÉI

Fonctionnement général du cahier des charges

- Pour bénéficier de la marque « ICI C'EST PÉI », le produit doit répondre aux exigences du cahier des charges et obtenir lors de la procédure d'adhésion la note minimum de 14/20.
- Un certain nombre de critères sont obligatoires : le non-respect de ce critère entraîne automatiquement un refus d'obtention de la marque.

LA MARQUE ICI C'EST PÉI

la grille de contrôle

ASSOCIATION PRODUCTEURS ET FERMIERS DU GRAND SUD - APFGS

Lecture du cahier des charges

Chaque critère est formulé sous la forme de 12 questions, dont certaines avec coefficient et/ou éliminatoires.

Cahier des charges des Produits agricoles bruts et transformés

ordre	points	critères	numéro	question	informations complémentaires	réponses
APFGS / ORIGINE DE LA PRODUCTION / SUIVI DE LA TRANSFORMATION						
		OBL	1	Le producteur est bien adhérent à l'APFGS et à jour de ses cotisations		
		OBL	2	Les produits proposés à la marque ICI C'EST PÉI figurent bien dans la liste des produits habilités (cf liste)		
		OBL	3	La production se situe exclusivement à la Réunion		

ASSOCIATION PRODUCTEURS ET FERMIERS DU GRAND SUD - APFGS

		obl	4	Le producteur (agriculteur / fermier) transforme lui-même ses produits ?	<i>L'activité de transformation est-elle intégralement ou en partie sous-traitée ?</i>	OUI NON
			5	Le site de transformation est situé sur l'exploitation ? Le site de transformation est extérieur à l'exploitation ?		
CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT						
		OBL	6	Le produit fini comprend de 1 à 3 ingrédients agricoles bruts maximum qui représentent au moins 95 % du produit fini en poids sec (hors eau). Ces ingrédients agricoles bruts sont impérativement d'origine réunionnaise <i>On considère le pourcentage sur le poids de matière sèche</i>		
			7	Votre produit dispose-t-il d'un label qualité suivant ?		SIQO (aoc / aop, igp, stg, label rouge) AGRICULTURE BIOLOGIQUE PRODUIT PAYS LOGO RUP AUTRES : NON

LA MARQUE ICI C'EST PÉI

la grille de contrôle

ASSOCIATION PRODUCTEURS ET FERMIERS DU GRAND SUD - APFGS

			8	Pour ce produit, quelles distinctions votre entreprise a-t-elle déjà obtenu parmi les suivantes ?	<i>Ces distinctions peuvent concerner des produits reconnus pour leurs qualités organoleptiques, des produits dits innovants ou des packagings innovants.</i>	Concours Général Agricole Paris Miel Vert Foire de Bras -Panon Autres : Aucune
			9	Votre produit dispose-t-il de la mention valorisante "Fermier", "Produits à la ferme", "Produits de la ferme" ?		Oui ; Non
			10	Disposez-vous d'une des certifications environnementales suivantes ?	<i>On entend par certification environnementale les démarches reconnues par le ministère de l'agriculture.</i>	
			11	Votre produit est-il référencé à l'une des marques suivantes ?	<i>Ne sont reconnues que les marques adossées elles-mêmes à un cahier des charges (privé)</i>	100% LA RÉUNION (REU, EXC, BIO) NOU LA FÉ ESPRIT PARC LA RÉUNION
			12	Adhérez-vous à l'une de ces démarches en circuit court reconnue par la Région ?	<i>Seuls les circuits-courts reconnus par la Région sont retenus.</i>	OUI : (lesquelles) NON

ASSOCIATION PRODUCTEURS ET FERMIERS DU GRAND SUD - APFGS

			13	votre entreprise est-elle engagée dans des démarches qualité et sécurité des aliments ?		Plan de maîtrise sanitaire Agriconfiance BRC IFS ISO 9001 Ouin
			14	Conditions de stockage		Non Non Concerné

LA MARQUE ICI C'EST PÉI

le logo

Vous trouverez ci-dessous une proposition de visuels correspondant à des approches différentes. Le logo étant essentiellement destiné à la clientèle métropolitaine, on n'utilise pas ou peu la silhouette de l'île ou le drapeau, pas suffisamment connus en France hexagonale. On essaie de garder une dominante verte pour le côté naturel, ou rouge pour le côté premium ...

ICI C'EST PÉI



ILE DE LA RÉUNION

LE LOGO ACTUEL

le logo de l'APFGS a été intégré dans un visuel intégrant la marque ICI C'EST PÉI ainsi que l'origine ILE DE LA RÉUNION et un drapeau réunionnais. Ce visuel peut être utilisé sur le marché réunionnais : j'y crois moins sur le marché français pour lequel je préconise une approche plus "métier".

spécial SIA 2024

Pour le salon de l'Agriculture 2024, l'Association a choisi un autre logo et une étiquette qui met en avant le producteur, son histoire, et sa localisation à la Réunion



LES PROPOSITIONS



NOTRE PRÉCONISATION

Chaque logo doit, avant toute chose, raconter une histoire. Le logo **ICI c'est péi** doit rappeler que le produit vient de l'île de la Réunion, et qu'il est issu du travail d'un producteur fermier.



l'étiquette recto



ETIQUETTE RECTO : elle met l'accent sur l'ingrédient principal du produit tout en rappelant l'origine réunionnaise de cet ingrédient. On y retrouve la signature **ICI C'EST PÉI** insérée dans l'étiquette avec un drapeau réunionnais en rappel. On y retrouve également les éléments obligatoires du règlement INCO 1169/2011 et les éléments spécifiques du produit.

Prévoir acquisition d'une série de codes EAN13, indispensables pour le marché métropolitain.

l'étiquette verso



ETIQUETTE VERSO : elle est **centrée sur le producteur** puisque c'est le principe fondateur de la marque. On insère une photo du producteur en rappelant son nom et son lieu de production qui est indiqué sur une carte de la Réunion. Un **QR CODE** inséré sur l'étiquette permet au consommateur qui le souhaite d'en savoir plus (il faut construire la base de données internet permettant d'accéder facilement à ces informations)

exporter produit brut ou produit fini ?

La question se pose depuis toujours !

La réponse à cette question est mixte : il faut que les producteurs et les agriculteurs puissent se doter d'un outil de transformation car c'est la seule solution économiquement viable pour pallier aux pics et aux aléas de production. **L'investissement coûte cher et doit être mutualisé pour être rentable.** Des solutions se dessinent, entre la banque alimentaire et le projet de l'APFGS, mais d'autres solutions doivent être étudiées, avec les collectivités.

La transformation en métropole n'est cependant pas à exclure : elle serait économiquement rentable;

MUTUALISATION DES OUTILS DE TRANSFORMATION A LA RÉUNION



A la Réunion, il est impératif que les producteurs fermiers puissent bénéficier d'une structure de transformation mutualisée car c'est souvent ce qui pose problème, notamment lors des pics de production ou lors des événements météo comme ceux connus en janvier 2024. S'équiper coûte cher, mais cela permettra de transformer pour ne pas perdre, et étaler les ventes dans le temps !

L'atelier de la Banque Alimentaire de Montvert permet d'assurer un certain nombre de prestations



Banque Alimentaire
des Mascareignes

création de l'atelier de transformation mutualisé de Grand Bois (apfgs)

EXTERNALISATION DE LA TRANSFORMATION ET DU CONDITIONNEMENT EN MÉTROPOLE



Un certain nombre de solutions externalisées sont mises en avant. Dans le cadre des relations développées avec le MIN de Montpellier, il est possible d'utiliser les ateliers partagés. Une réunion de présentation de l'agrandissement de la structure pour mieux répondre aux besoins est prévue le mardi 13 février 2024.

possibilité de transformer en métropole des produits exportés bruts

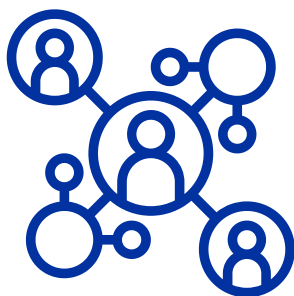


Quels réseaux pour les produits réunionnais ?

L'un des objets de cette étude est de déterminer l'**ensemble des réseaux de distribution** susceptibles d'être intéressés par des produits fermiers réunionnais.

Au cours de cette étude, nous avons pu déterminer qu'il y a au moins **5 segments de distribution** des produits réunionnais en métropole, chaque segment possédant plusieurs déclinaisons. **Certains segments ne sont aujourd'hui quasiment pas exploités.**

- **Grossistes**
 - généralistes
 - exotiques (ethniques), spécialisés (terroir, fermier, thématiques)
 - bio
- **Distributeurs**
 - gms : hypermarchés et supermarchés (via leurs centrales d'achat)
 - épicerie fines
 - épicerie ethniques
 - réseaux spécialisés (circuits courts, bio, surgelés, produits fermiers et terroirs)
 - marchés
 - boutiques en ligne
- **Restaurateurs & traiteurs, cavistes**
 - restauration traditionnelle
 - restauration réunionnaise
 - food trucks
 - cavistes
- **Transformateurs, ingrédients et PAI (Productions Agroalimentaires Intermédiaires)**
 - artisans, PME, PMI qui utilisent une matière première réunionnaise pour leur activité (kir goyavier, chips au massalé, sirop à la vanille, ...)
- **Les Associations Réunionnaises**
 - animations, journées réunionnaises



Dans les pages suivantes, nous vous proposons une liste (la plus exhaustive possible) des différents réseaux de distribution identifiés. Dans le document pdf, nous avons choisi d'insérer un lien de connexion internet (*il suffit de cliquer sur le logo*) permettant de découvrir le distributeur en question.

Il faut noter que j'ai rencontré un certain nombre d'entre eux, téléphoné à d'autres, et adressé un message de présentation du projet produits fermiers de la Réunion à l'ensemble des distributeurs évoqués dans ce rapport. Le projet **ICI C'EST PÉI** est donc connu, même si un gros travail de promotion reste à faire

distribution métropole : les grossistes

les grossistes généralistes et spécialisés

Ce sont les principaux grossistes implantés à Rungis et dans les 20 marchés d'intérêt national de province. Ils fournissent le réseau des épiceries spécialisées, ethniques, les cavistes, les restaurants ainsi que les gms.

Certains grossistes sont spécialisés en produits exotiques : le plus connu pour les produits ultramarins est MACÉO (ex maxiseç) qui livre la quasi totalité des épiceries réunionnaises de l'hexagone. Le rhum, les FL ont aussi leurs distributeurs dédiés.



les grossistes en produits bio

Des actions de promotion et de communication s'imposent auprès des réseaux spécialisés bio, car c'est à leur demande que les grossistes bio vont proposer des gammes réunionnaises à leurs clients.



distribution métropole : les distributeurs

les réseaux bio

Après une période difficile (covid, ukraine), les réseaux bio connaissent un rebond significatif que la crise agricole de ce début d'année 2024 va probablement renforcer. C'est un réseau sur lequel il faut s'appuyer pour développer la filière BIO réunionnaise à l'export. Certains produits péi ont en effet l'immense avantage d'être **BIO MADE IN FRANCE** ce qui apporte garantie et sérieux : c'est un atout pour des réseaux comme Biocoop ou autres qui veulent se positionner en soutien au développement des filières locales made in France. Près de 2000 établissements pour un chiffre d'affaires de 3.2 Milliards d'euros.



740



245



81



74



7



39



150



27



5



62



36



19

la vente bio en ligne



À propos de **Biocoop**, nous avons travaillé depuis la Foire de Bras Panon 2023 sur une première approche des produits **BIO Réunion** susceptibles d'intéresser les réseaux spécialisés métropolitains. Les acheteurs Biocoop nous avaient demandé d'envoyer une liste d'une quinzaine de produits "possibles". Une réunion de travail, initialement prévue avec Biocoop en octobre 2023 lors de Natexpo à Villepinte, a été reportée faute de temps. Essentiels Conseils travaille à la prise en charge d'un grand espace RÉUNION BIO lors de l'édition 2024 de Natexpo à Lyon pour continuer à développer ce projet important pour la filière. Il faut noter que certains membres du tout nouveau Conseil d'Administration de Biocoop élu en janvier 2024, ont inscrit le développement du réseau dans les régions d'Outre Mer dans les années qui viennent : **c'est une immense opportunité !**

liste des produits BIO



produits de la ruche



rhums et rhums arrangés



baby food



confitures péi



vanille de la Réunion



thé



jus de fruits



farines de fruits fruits séchés



piments



curcuma



épices



cannelle



achards de légumes



sirops vinaigres de fruits



tisanes et infusions



plantes aromatiques et médicinales



préparations pour rhum arrangé



chocolat



confiserie



galabé

distribution métropole : les distributeurs

les réseaux multifrais

Le réseau des 400 multifrais, totalement dominé par Grand Frais, se développe dans toute la France, souvent en franchise. Très axés sur les fruits et légumes, les fromages, la poissonnerie (cœur de cible de grand frais actuellement), ces réseaux laissent une place significative aux gammes d'épicerie et de produits régionaux. Il y a de la place pour une gamme réunionnaise sur des produits d'épicerie fine, des plats cuisinés (bocaux)



les réseaux surgelés

Le développement des réseaux surgelés en France hexagonale ne doit pas laisser les producteurs réunionnais indifférents. Thiriet, Picard et Ecomiam proposent une courte gamme de produits des îles (rougail saucisses, bouchons, samoussas poulet, plats cuisinés divers, fruits et légumes exotiques), mais il y a très certainement de la place pour une gamme de produits surgelés réunionnais à l'image de ce que propose la SOPEMA 01 (réseau Îlot Surgelé / Aügur) avec ses découpes pour carry (espadon marlin, cabri, etc ...). Il ne faut pas oublier la gamme des poissons (origine océan indien, TAAF) qui devraient séduire les professionnels de la restauration en métropole.



Le concept de l'Assiette Réunionnaise d'Îlot Surgelé et de la SOPEMA : une promesse forte pour l'export métropole, notamment pour la restauration commerciale et collective

Norbert Baesa a fondé la Sopema dans les années 1990. Il achetait des poissons entiers de retour de pêche, les surgelait et les vendait.

Il a été l'un des premiers à proposer le poisson en cubes et en tranches à La Réunion, il y a trente ans de cela. Les caris et les rougails demeurent le pilier du groupe. C'est ce que disait Îlot Surgelé il y a huit ans, avec le slogan : **Îlot Surgelé, c'est la Réunion dans l'assiette et dans le cœur.**



distribution métropole : les distributeurs



les circuits courts et magasins de producteurs

les magasins de circuits courts peuvent être séduits par des partenariats avec les producteurs fermiers de la Réunion car il y a une sorte de solidarité paysanne que j'ai constatée. Attention cependant, les quantités commandées sont généralement faibles : pas de prise de risque.



annuaire des magasins de producteurs en France (365 magasins référencés)



annuaire des 83 drive fermiers

la plateforme de l'état sur les lieux de vente directe



les sites e-commerce (produits des régions de France)

Il y a de très nombreux sites de vente en ligne de produits des régions de France : c'est une tendance qui se développe, et dans laquelle l'Outre Mer doit s'intégrer. Si certains sites incluent une région "outre mer", il reste un travail colossal à effectuer pour faire en sorte que le produit réunionnais (ultramarin) soit vendu comme un produit des régions de France et non comme un produit exotique ou ethnique.



Les sites de ventes en ligne de produits fermiers privilégient la proximité pour les produits frais. Pourtant certains se disent intéressés par un produit fermier réunionnais (confitures, achards, piment, ...) sous réserve d'un approvisionnement rapide et régulier, et d'une origine en direct du producteur. Attention, quantités faibles



Les sites de produits réunionnais sont installés à la Réunion (plus de choix mais frêt en plus) ou en métropole, souvent en complément d'une activité d'épicerie et de restaurant. Souvent groupés avec des produits exotiques, antillais, asiatiques ou africains. Les appro de ces sites ne sont pas vraiment structurés : opportunités à saisir !



Plus qu'un colis, tout un pays



La Reunionboutik



distribution métropole : les distributeurs

les points de vente péi : plus de 300 répertoriés

Ce réseau extrêmement dense est très dynamique, mais particulièrement fluctuant. Ce sont les difficultés liées à l'approvisionnement régulier en produits réunionnais qui conditionnent généralement la pérennité de ces entreprises. **C'est le réseau prioritaire du projet Ici c'est Péi.** Réunionnais du Monde référence des restaurants, des épicerie, des food trucks, des traiteurs, des prestataires événementiels, des sites de vente en ligne ... Présentation d'une sélection (chiffres octobre 2023)



101
épicerie



La distribution de produits exotiques (catégorie dans laquelle sont souvent catalogués les produits réunionnais) est dominée par les épicerie asiatiques et africaines. Il est primordial de se positionner en tant que produit du terroir français.



120
restaurants



57
food truck



65
traiteurs



l'ilôthentik montpellier



Restaurant, traiteur, épicerie péi : l'ilôthentik de Montpellier est très certainement l'une des implantations réussies de commerce réunionnais en Métropole. Lors de nos rencontres, le problème de l'approvisionnement revient systématiquement : aujourd'hui Rungis + quelques commandes en direct en fonction des opportunités. Il souhaite élargir sa gamme, pouvoir référencer plus de fournisseurs et plus de produits péi, mais sans contraintes logistiques.

distribution métropole : les distributeurs

Deux initiatives sont à souligner actuellement : ouverture d'une boutique de produits péi à Paris menée par Cédric Daly au nom de l'UTAR et la coopérative SCA Fruits, mais aussi le développement d'Exceptions d'Ailleurs, la structure mixte menée par Emeric Romignac à Angers (boutique et logistique)



NOUT KAZ À PARIS : RÉOUVERTURE D'UNE BOUTIQUE ALIMENTAIRE RÉUNIONNAISE AU COEUR DE LA CAPITALE

Grâce à Cédric Daly Erraya, le Président de l'UTAR (Union des Transformateurs Agroalimentaires de la Réunion) et patron de la société Oté Gran Mèr, j'ai eu la chance de visiter en avant première le magasin Nout Kaz à Paris.

Cette boutique de produits réunionnais, née d'un partenariat entre l'Utar et la coopérative SCA fruits, est située 21 rue du renard à Paris dans le 4ème arrondissement, juste à proximité du centre Pompidou. C'est aussi l'adresse de la représentation du Département de La Réunion dans la Capitale.

Vous trouverez une très large sélection de produits de la Réunion : confitures, achards, confits de citron, piments, sirops, jus de fruits, galabé, vanille, sucre, massalé, chocolats, petits pots bébé, limonades cot, pâtes de fruits, gâteaux, chips de manioc, bananes séchées, et bien d'autres choses encore. Par ailleurs, chaque fin de semaine, SCA fruits propose également un large choix de fruits réunionnais. La maison Robert propose également de la charcuterie péi.

Plus que jamais, l'approvisionnement régulier de ce genre de magasins via une plateforme réunionnais en France se justifie, d'autant que Cédric Daly a évoqué l'ouverture de plusieurs magasins en métropole.



Fondée par deux frères réunionnais conscients des richesses naturelles de leur île et de tous les Outre-mer, **Exceptions d'Ailleurs** est aujourd'hui une petite entreprise aux convictions fortes et aux valeurs authentiques. Leur volonté première est de valoriser le savoir-faire des producteurs originaires des départements et des territoires ultra-marins. Le souhait est de renforcer leur visibilité et diffuser leurs produits au-delà des frontières d'Outre-mer. Les prestations proposées par Exceptions d'Ailleurs sont variées, de la simple vente sur le site internet à la mise en place d'une logistique personnalisée et adaptée aux besoins du client. Les invendus du Salon de l'Agriculture restent cependant la principale source d'approvisionnement.

distribution métropole : transformateurs

les transformateurs qui ont besoin de produits péi

De nombreuses entreprises se sont développées en métropole sur la vente de produits exotiques en utilisant de la vanille, des fruits exotiques, du rhum, des épices, des piments : des produits de la Réunion qu'il n'est pas toujours facile (et pas toujours bon marché) de se procurer. Il y a un gros travail de prospection à effectuer auprès de ce segment transformateurs, ingrédients et PAI (Production Agroalimentaire Intermédiaire)

Afin de marier les Régions Bourgogne et Réunion, création du KER BOURBON, mélange d'une crème de goyavier et d'un vin blanc type Aligoté ou local comme le Ladilafé de la Maison Cadarbacasse à Cilaos



chips au curry de la Réunion

coulis de mangue de la Réunion



marque distributeur de Macéo

distribution métropole : la diaspora



groupe facebook (25 200 membres)

Les associations réunionnaises de métropole sont nombreuses et dynamiques. Dans le cadre de leurs activités, elles sont souvent à la recherche de produits de la Réunion pour animer des journées portes ouvertes, approvisionner des pique-niques ou des soirées créoles, tenir des stands péi lors de manifestations diverses. L'atout du produit Ici c'est Péi est de personnaliser la relation entre le producteur et l'acheteur avec sa photo et sa localisation : ça va plaire aux réunionnais de métropole.

Réunionnais du Monde recense **179 associations** en métropole (octobre 2023) : c'est un réseau sur lequel il faut s'appuyer pour commercialiser les produits Ici c'est Péi en métropole.



le site Réunionnais du Monde revendique, au 19/10/23, 17 606 membres. C'est un formidable levier pour développer la commercialisation des produits péi, et générer des interactions commerciales.

distribution métropole : les produits péi

les **top ventes** de produits réunionnais



La gamme des produits réunionnais distribués en métropole provient essentiellement des grossistes de Rungis (macéo) qui font la part belle aux produits industriels de la Réunion. De nombreuses petites structures de distribution font appel à la famille et aux relations pour s'approvisionner en produits péi ce qui permet à certains producteurs ou artisans d'être présents sur les rayons, mais c'est ponctuel et fragile.

**rhum et
rhum arrangé**



rhums et rhums arrangés : ils sont distribués en métropole via des généralistes (macéo) ou des spécialistes (Picard Vins et spiritueux)

**épicerie
sucrée**



confitures (letchi, mangue, ananas victoria, goyavier, papaye, tomate arbuste), **miels** (baie rose, letchis), **sucres, galabé, chocolats**

**épicerie
salée**



achards (légumes, citron, ...) **pâte piment, épices** (curcuma, massalé, baies roses), **saucis carry et massalé, boeuf assaisonné** (fabriqué en métropole), **dakatine, légumes secs** (pois du cap, haricots, lentilles)

boissons



boissons : bière dodo, limonades cot, portello, diego, thé, café bourbon pointu, pokka melon

surgelés



surgelés : bouchons, samoussas, bonbons piment, piments farcis, saucisses, boucané, sarcives, boudins, découpes poissons et viandes pour carry, plats cuisinés, glaces et sorbets, fruits et légumes

**fruits et légumes
produits divers**



le quinté gagnant : ananas victoria, mangues, letchis, fruits de la passion + palmiste frais

VANILLE IGP



distribution métropole : les produits péi

zoom sur les produits réunionnais de métropole

Grâce à la richesse de sa gastronomie, la Réunion devrait être positionnée sur la carte du monde, à l'heure où sa cuisine se fait connaître massivement. Etre identifiée sur la carte des cuisines du monde (au même titre qu'il existe une gastronomie mexicaine, japonaise, etc), c'est tout bénéf pour la Réunion en termes de création d'activité, d'emploi, de structuration des filières agricoles, agroalimentaires, industrielles, d'innovation, d'export... Mais le constat, c'est que les plats et recettes péi sont appropriés et détournés : à l'échelle artisanale dans les foires, salons, marchés, et à l'échelle industrielle en boîtes de conserves et dans les grandes surfaces. L'image, les prix et la qualité de nos produits sont tirés vers le bas par ceux qui font moins bien que nous. On perd de nombreux consommateurs, trompés lorsqu'ils goûtent les plats dont ils avaient entendu parler en bien. Sur le long terme, la concurrence industrielle grignote les parts de marchés des entreprises réunionnaises. Concurrence déloyale, parasitisme, perte d'image, de qualité, de business, d'emploi local... : on paye sans le savoir les pots cassés du manque de protection de nos fleurons. Recettes fraudées, appellations à la limite de l'arnaque, packaging antillais... La communauté réunionnaise de métropole s'indigne souvent et communique largement à ce sujet sur les réseaux sociaux : exemple des achards de légumes et du rougail saucisses ...



Présentés comme une authentique recette de la réunion, les achards de légumes deviennent aussi parfois des recettes bretonnes ou des pickles. L'origine chinoise ou malgache se retrouve souvent, la plupart des épicerie fines ont développé leur propres recettes. Il y a plus de 43 achards référencés sur open food facts dont assez peu d'achards réunionnais. **Ici c'est Péi** peut se positionner sur ce créneau en recette originale !

POURQUOI IL EST IMPORTANT DE VALORISER LES PRODUITS RÉUNIONNAIS AUTHENTIQUES ?

le marché du produit réunionnais est un marché sur lequel il faut faire **attention à la concurrence** des produits "réunionnais" fabriqués en métropole, ou importés d'ailleurs. Deux exemples significatifs sur des recettes emblématiques de la cuisine réunionnaise viennent confirmer cet avertissement : les achards de légumes, et le rougail saucisses. Mais c'est aussi vrai pour le rhum arrangé par exemple



quand le rougail saucisses devient antillais ou une recette 100% sud Ouest



l'exemple du rougail saucisses montre bien qu'une protection de l'origine réunionnais d'un produit, voire d'une recette traditionnelle de la Réunion, est une nécessité pour protéger son marché.

Pour info, une étude de protection et de valorisation du rougail saucisses de la Réunion est en cours (menée par Essentiels Conseils en 2024 avec Réunionnais du Monde)



© recette officielle

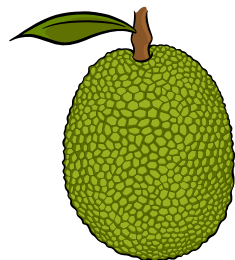
la marque ICI C'EST PÉI permet de protéger et d'authentifier grâce à son cahier des charges rigoureux l'origine fermière et réunionnais du produit

les produits à développer (bilan natexpo 2023)



Parmi les produits star de Natexpo, plébiscités par les professionnels et largement récompensés, figurent 3 produits bien connus des réunionnais mais qui ne sont pas exploités de manière régulière dans notre île alors qu'il y a un vrai potentiel à développer !

LES PRODUITS STARS DE NATEXPO : LE FRUIT DU JACQUIER



On le connaît depuis toujours à la Réunion, mais c'est bien en métropole que le fruit du jacquier révolutionne les assiettes. Cuisiné en préparation salée, sous forme de blanquette, de tandoori coco, ou à la provençale, il a la texture et le visuel d'une viande. Il prend aussi l'aspect d'un poisson effiloché, présenté récemment par Senfas sous forme de thon végétal (ton veggie)



LES PRODUITS STARS DE NATEXPO : LE YACON



Le sirop de yacon est un édulcorant avec des propriétés uniques car il est constitué de Fructo-Oligosaccharides (connu sous l'abréviation de FOS). Le sirop de yacon est par conséquent un prébiotique au faible indice glycémique. Ce produit est exceptionnel en cuisine comme en diététique. Il est aussi connu sous le nom de « poire de terre ». C'est une plante vivace tubéreuse, parent du topinambour et du tournesol. Le yacon pousse spontanément dans les zones de montagne : on en trouve beaucoup à la Réunion où certains artisans le travaillent déjà. Il peut aussi se consommer comme un fruit ou comme un légume.



LES PRODUITS STARS DE NATEXPO : VINAIGRE DE FRUITS

Le vinaigre de fruit est issu de la pulpe de fruit mûrie et fermentée. Ces vinaigres sont doux et moins acides que les vinaigres de vin. Le vinaigre de fruit est un vinaigre pur fruit, fabriqué exclusivement avec des fruits soigneusement sélectionnés. Les fruits subissent une fermentation alcoolique et acétique naturelle et donnent ainsi à ce vinaigre son arôme authentique. Il y a 2 types de vinaigre : les vinaigres issus de la macération du fruit, et les vinaigres aromatisés. Peut augmenter la sensation de satiété et aider à réduire l'apport calorique. Peut réduire le poids et la graisse corporelle. Des études suggèrent que cela pourrait être bénéfique pour le taux de cholestérol et la tension artérielle.



distribution en métropole

synthèse des pages précédentes sur la distribution des produits fermiers et régionaux en métropole

Le produit Réunion sait attirer l'attention et possède indiscutablement la capacité de séduire les distributeurs et les consommateurs métropolitains, bien au-delà de la communauté réunionnaise. De toutes les rencontres professionnelles que j'ai pu avoir lors de cette mission, le produit réunion bénéficie d'un capital sympathie indéniable. La notoriété de l'île, la diversité et l'authenticité de nos productions, la qualité du produit, et en règle générale la rigueur de la production dans un cadre "France", constituent des **atouts forts** qu'ici c'est Péi peut exploiter.

Le produit réunionnais suscite néanmoins des interrogations fortes, essentiellement liées à une logistique de distribution particulièrement contraignante. Les distributeurs veulent bien proposer du produit Réunion, mais sans devoir passer par les contraintes liées au frêt (durée et coûts). **C'est l'opposition MAJEURE** : aujourd'hui, le distributeur, qu'il soit grossiste, réseau ou indépendant, veut une livraison à J+7 sans avoir à constituer (et financer) du stock. Le produit réunionnais doit respecter scrupuleusement la réglementation en vigueur, s'appuyer sur des marques fortes, offrir une information détaillée aux consommateurs qui le souhaitent. Le produit Réunion doit faire preuve de rigueur sur pérennité de la Qualité : la transparence s'impose !

Nous préconisons une gamme courte mais ciblée, des conditionnements de petite taille, et la mise à disposition d'informations détaillées sur les produits (recettes, conseils d'utilisation, trucs et astuces, présentation des producteurs) via des outils de communication modernes et adaptés.



produits de l'île de la Réunion

les attentes *incontournables* des distributeurs

- **régularité des approvisionnements**
- **pérennité de la qualité** : traçabilité totale
- **accompagnement par des labels et marques de qualité** (Ici c'est Péi, 100% réunion)
- **réassort RAPIDE et RÉGULIER (max J+7)**
- **savoir-faire et authenticité** : le produit doit raconter une histoire
- **petits conditionnements** (maxi 250g) pour favoriser la découverte (et la fidélisation)
- **gamme courte** mais diversifiée et ciblée
- EAN13
- affichage légal conforme (inco 1169/2011)
- QR code pour développer l'expérience client
- utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir le produit fermier réunion
- animations en magasin
- approche écologique de la relation commerciale (malgré la distance !)
- franco de livraison à 250 € max (trésorerie)



Création d'une structure logistique dédiée aux produits réunionnais en métropole ouverte à l'ensemble des structures de production réunionnaises, dont ICI C'EST PÉI.

Dopée par une fréquentation touristique qui se développe, il est évident que l'île de la Réunion bénéficie d'un à priori favorable sur ses produits. La notoriété de notre île et des ses produits est bonne : c'est un élément capital qu'il faut entretenir et développer. Le produit fermier de la Réunion doit être encadré et proposer une vraie transparence pour garder sa crédibilité. La signature **Ici c'est Péi** doit aussi s'appuyer sur des démarches collectives officielles telles IGP, 100% la Réunion, ou Esprit Parc par exemple.

Le constat effectué lors de cette étude montre cependant que le principal frein à l'extension de la diffusion des produits réunionnais en métropole est lié à la difficulté logistique tant pour le producteur réunionnais qui souhaite exporter, que pour le distributeur qui souhaite commercialiser ns produits. Les réseaux "terroir" ou "ethniques" de métropole n'ont pas les moyens, ni la volonté d'ailleurs, de financer des stocks, et ils veulent un réassort rapide pour pouvoir assurer la promotion et la distribution des produits réunionnais.

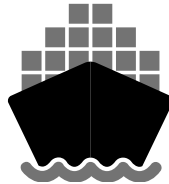
Les produits fermiers de la Réunion peuvent intéresser plusieurs réseaux de distribution : grossistes (généralistes et spécialisés), épiceries (généralistes et spécialisées, notamment BIO), magasins de producteurs et circuits courts,

Nous préconisons d'utiliser dans un premier temps les structures existantes pour développer les ventes des produits fermiers dès l'issue du Salon International de l'Agriculture 2024, tout en développant une structure collaborative de distribution de produits réunionnais en métropole.

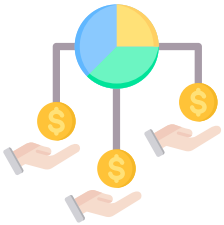
- **collaboration avec les structures existantes, en fonction des "univers produits"**
 - Exceptions d'Ailleurs pour une mise en place légère, et notamment une acquisition facilitée de produits à l'issue de grandes manifestation comme le Salon de l'Agriculture
 - nout kaz à Paris pour la vitrine (partenariat avec SCA Fruits)
 - les grossiste BIO pour les produits BIO
 - macéo pour les produits exotiques de Rungis
 - les associations réunionnaises de métropole qui peuvent parfois s'engager pour des missions ponctuelles
- **création d'une plateforme réunionnaise à Montpellier** : nous proposons la création d'une société dédiée à la promotion et à la distribution des produits réunionnais en métropole. L'option privilégiée est de se tourner vers un investisseur privé (en cours de validation) pour développer une société commerciale traditionnelle. Cette structure est hébergée sur le MIN de Montpellier : stockage partagé (sec et surgelé), utilisation des ateliers de transformation partagés, partenariats région Occitanie - région Réunion. **Cette plateforme assure les missions suivantes** :
 - achat des produits à la Réunion, y compris filière "produits surgelés"
 - fret aérien et/ou maritime entre la Réunion et Montpellier **AIDES DE LA RÉGION RÉUNION**
 - stockage Montpellier (stockage mutualisé pour débiter)
 - transformation, conditionnement si nécessaire dans le cadre des ateliers partagés (mutualisation)
 - gestion des stocks depuis Montpellier en lien avec la Réunion
 - création d'un catalogue commun
 - promotion commerciale : création d'outils internet, visites, visio-dégustations, créoles box, animations, réponses aux appels d'offres, salons et foires
 - livraison france / belgique / suisse à J+4 maxi (Partenariat avec Emotion Intense / Club Export)
 - facturation / gestion / recouvrement
- **création d'une boutique réunionnaise à Montpellier** avec options de développement en franchise à moyen terme lorsque la logistique sera pleinement opérationnelle
- **création d'une boutique en ligne gérée par la structure de Montpellier**

notre préconisation

création d'une plateforme de distribution



société commerciale privée



- Actionnaire privé majoritaire (en cours d'identification)
- Autres actionnaires privés
- Association des Producteurs Fermiers du Grand Sud
- Partenaires Institutionnels



les activités majeures de la société



achats
Réunion



expédition
métropole



opérations
douanes



stockage
montpellier



création
catalogue



promotion
commerciale



livraisons



animations



facturation



boutique
montpellier



boutique
e-commerce

les clients de la société



grossistes
spé & bio



réseaux
spé & bio



food trucks et
restaurants



e-commerce



réseaux
réunionnais



artisans
transformateurs

les gammes produits de la plateforme

référencement par univers produits



La future plateforme de Montpellier s'appuie prioritairement sur les produits identifiés lors de cette étude (voir pages précédentes), à savoir les **produits d'épicerie** (produit secs, y compris alcools, bières et jus de fruits) et les **produits surgelés**.

A ce stade, nous ne préconisons pas de proposer des produits frais, notamment les fruits et légumes. D'une part parce que la filière export des fruits et légumes Péi est organisée et performante, d'autre part parce que c'est un flux contraignant. On ne s'interdit rien pour l'avenir, notamment la possibilité de monter des opérations ponctuelles si l'opportunité se présente (quinzaine réunionnaise par exemple)

référencement par labels et marques

L'objectif, pour une meilleure promotion des produits réunionnais, est de s'appuyer sur un certain nombre de marques régionales, labels, marques collectives existantes, marques privés représentatives d'une gamme complète : le catalogue sera axé sur ces marques pour une plus grande transparence.



produits
100% péi



produits
fermiers



produits
fabriqués à la Réunion



A taste of Reunion Island

groupement
collaboratif



produits
bio réunion



produits
du parc national



gamme carry



produits
logo RUP



produits
halal



gamme péi
complète



gamme péi
complète



gamme péi
complète

partenariat avec le MIN de Montpellier



COMPTE RENDU DE LA VISITE DE TRAVAIL DU JEUDI 19 OCTOBRE 2023 AU MIN DE MONTPELLIER



Lors d'une réunion de travail organisée avec Laurent Fourcade le jeudi 19 octobre à Montpellier, nous avons validé la faisabilité de l'installation de la société de promotion des produits réunionnais sur le MIN de Montpellier.

Dans le cadre de cette installation, nous avons notamment retenu les prestations suivantes :

- espace de stockage partagé pour les produits surgelés et pour les produits secs (tarifs ci-après).
- commercialisation des produits sur le carreau des producteurs (produits non concurrentiels)
- location d'un bureau pour héberger la structure commerciale
- partenariat avec les entreprises déjà engagées sur le MIN (découpe de fruits et légumes, plats cuisinés, conserves, confection)
- utilisation des ateliers partagés qui permettent à terme d'envisager de découper, conditionner, emballer, et transformer en métropole



une réunion de présentation du projet d'extension des ateliers de transformation partagés du MIN de Montpellier est prévue le mardi 13 février 2024



Il faut noter que Madame Carole Delga, Présidente de la Région Occitanie et Présidente des Régions de France, avait lors de sa visite à la Réunion il y a quelques mois, appelé à des collaborations entre Occitanie et Outre Mer. Un courrier de présentation du projet de plateforme Péi lui a été adressé avec copie Madame Huguette Bello, Présidente de la Région Réunion

partenariat BOC D'OC



Donner un coup de projecteur sur la marque
ICI C'EST PÉI à l'occasion du Salon International
de l'Agriculture 2024 sur le stand de l'APFGS



Boc d'Oc est une jeune entreprise installée sur le pôle transformation du MIN. Elle propose des plats cuisinés "frais" en bocal verre, recyclable. Nous préconisons un partenariat avec Boc d'Oc pour proposer lors du Salon de l'Agriculture 2023 une sélection de 3 plats emblématiques de la cuisine créole préparés par Danylo Taïlamé : rougail saucisses, cabri massalé, carry citrouille (végé). Ces 3 plats seront commercialisés sous marque BOC D'OC, ICI C'EST PÉI et MAISON ROBERT dans le cadre d'un partenariat pérenne qui permettrait également à l'APFGS de fournir des épices à Boc d'Oc, et à Maison Robert de fournir de la viande réunionnaise.



dernière minute 24/01/2024

suite au passage du cyclone Belal, et compte tenu de l'impact sur la production réunionnaise, le projet Boc d'Oc est annulé pour 2024 et reporté pour le SIA 2025



frais

La fraîcheur de nos produits vous garantit un maximum de saveurs et d'apports nutritifs



local

Nous prônons une rémunération juste pour les producteurs locaux, en favorisant les circuits courts.



bocal

Nous utilisons des emballages non polluants et réutilisables.

tarifs moyens frêt



palette frigo

L120 x l80 x h160
poids : 250 kg
tarif : 979 €
prix moyen kg : 3.91 €



palette dry

L120 x l80 x h160
poids : 250 kg
tarif : 500 €
prix moyen kg : 2.50 €



TC20 DRY

10 / 11 palettes
tarif : 2516 € (fos sur mer)



TC20 reefer

10 / 11 palettes
tarif : 4158 € (fos sur mer)



À l'image de ce qui a été mis en place pour le **salon de l'agriculture 2024** avec la compagnie aérienne **French Bee** (frêt avion à 1.10 € le kg), nous préconisons de développer un partenariat avec l'une des compagnies aériennes desservant la Réunion afin de pouvoir, en fonction des disponibilités frêt, faire partir des palettes pour le stockage sur la plateforme de Montpellier.



les coûts fixes d'une structure en France



tarifs

stockage en chambres partagées,
sur le MIN de Montpellier

Stockage produits surgelés (emballés):
1.61 € ht/palette/jour.

Stockage produits secs (emballés) :
0.82 € ht/palette/jour.

Prestation « coup de fourche » pour chargement
ou déchargement camion :
3.99 € ht/palette.

Location de bureau :
145 € ht/m²
(hors électricité, hors téléphone, hors internet).



Lorsqu'une entreprise prévoit d'embaucher un salarié, elle doit commencer par budgétiser le coût lié au recrutement. Les charges à prévoir concernent plusieurs éléments. Il y a tout d'abord les rémunérations et les cotisations sociales, qui constituent la majeure partie du budget. Ensuite, il faut également budgétiser toutes les dépenses additionnelles : la mutuelle collective, les équipements nécessaires pour exercer l'activité et les frais de gestion (paie, contrat de travail).

Le budget à prévoir au niveau de la rémunération du salarié

En contrepartie du travail qu'il effectue dans l'entreprise, le salarié perçoit une rémunération. À ce niveau, il est nécessaire de distinguer deux notions importantes :

la rémunération nette, qui correspond au salaire que vous versez au salarié,

la rémunération brute, qui correspond à la rémunération indiquée dans le contrat de travail. Elle comprend les cotisations sociales salariales. Au niveau de l'entreprise, ce montant est donc divisé en deux : une partie reversée au salarié (le net) et une partie reversée à l'Urssaf (les cotisations salariales).

Concernant le budget au niveau de la trésorerie, un salarié perçoit généralement sa rémunération en fin de mois ou au début du mois suivant.

calcul d'un salaire mensuel smic

salaire net 1361 €
salaire brut 1747 €
coût employeur 1820 €



calcul d'un salaire mensuel moyen

salaire net 1500 €
salaire brut 1923 €
coût employeur 2150 €

le rôle des partenaires publics et privés

On a vu, tout au long de cette étude, que la logistique était le **maillon faible** de la chaîne de distribution des produits réunionnais en métropole : c'est compliqué, c'est cher, c'est chronophage, et il est illusoire de monter une filière de distribution pérenne en métropole sans une logistique adaptée aux exigences actuelles des distributeurs et des clients. L'exportateur de produits réunionnais doit impérativement s'appuyer sur les collectivités pour trouver un appui dans le financement et le déploiement de ce projet.



AVEC L'EUROPE,
FEDER & NOU
— DU CÔTÉ DE CHEZ VOUS

La problématique majeure étant liée aux coûts du fret, les aides de la Région Réunion sont indispensables. La Région peut aussi contribuer à l'organisation et à la mise en place de manifestations publiques et professionnelles (foires, salons, événements sportifs et culturels par exemple)



La Région Réunion a lancé fin 2023 une consultation publique liée à la future marque territoriale qu'elle souhaite mettre en place. Cette nouvelle marque est une opportunité formidable à l'export car elle va contribuer à la notoriété des produits réunionnais.



Emotion
INTENSE
A taste of Reunion Island

Pour la première fois, le club export met en place un groupement d'exportateurs collaboratif. Onze adhérents ont été retenus pour cette première action collective sur les marchés belges, luxembourgeois et suisses. Appuyés par quelques grands noms de la production réunionnaise, cette structure permet à quelques structures artisanales de s'attaquer au marché export. Il serait intéressant que la marque Émotion Intense s'appuie sur la plateforme de Montpellier



Le Département de la Réunion a lancé en 2023 sa marque régionale. C'est un atout précieux pour se développer sur le marché métropolitain. La gamme 100% la Réunion, avec ses déclinaisons Excellence et Bio, doit trouver une place dans le catalogue de la future plateforme réunionnaise de Montpellier



Les chambres consulaires et organisations professionnelles devraient être les partenaires prioritaires de ce projet de plateforme réunionnaise en métropole: conseils, aides, suivi, subventions, aides diverses ...

Parce que le produit réunionnais va véhiculer l'image de la Réunion en métropole, il est naturel de développer des partenariats avec les acteurs réunionnais du tourisme

communication 2024 : les éléments privilégiés



Éléments incontournables d'une communication grand public, **Ici c'est péi** développe ses réseaux sociaux : Facebook et Instagram, ainsi qu'une page LinkedIn qui permet de plus cibler les professionnels.



Puisque la plateforme s'appuie sur Montpellier pour développer son activité, et parce que la région Occitanie (axe Toulouse Montpellier) est une région où les réunionnais sont nombreux, nous proposons de prendre un stand à la Foire de Montpellier qui sera organisée à l'ARENA SUD DE FRANCE du 11 au 21 octobre 2024.

natexpo
LYON 2024
DEPARTEMENTALISER

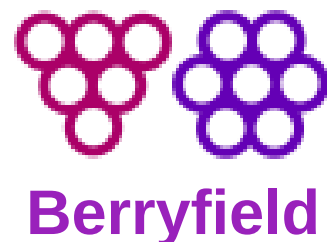
ICI mettront les
Bio-Tendances
de devant
23-24 SEPT. 2024
EUREXPO LYON

présenter
le meilleur de
la Réunion BIO



L'année 2024 verra la mise en place de 2 salons d'envergure nationale et internationale : NATEXPO à Lyon du 24 au 26 septembre 2024, et le SIAL (Salon International de l'Alimentation) à Paris du 19 au 23 octobre. Nous préconisons un investissement significatif de la Réunion sur Natexpo pour lancer la gamme ICI C'EST PÉI en métropole et développer la plateforme réunionnaise. Pour les produits BIO, Essentiels Réunion propose de louer un stand sur NATEXPO et d'organiser le premier cluster bio de la Réunion. Nous éviterons ainsi l'absence flagrante de notre île dans ces rendez-vous incontournables de la distribution agroalimentaire.

Berryfield est une plateforme numérique visant à encourager et promouvoir la découverte des savoir-faire locaux et des loisirs durables dans toute la France (y compris outremer). Elle permet de faire connaître les artisans d'art, producteurs, artistes plasticiens, commerces, restaurants, hébergements, loisirs de plein air et autres, qui partagent la même philosophie environnementale et de promotion des circuits courts. Elle donne également la possibilité à ces professionnels de se mettre en réseau grâce à un système de messagerie dédié.



actions commerciales : 2 actions originales



Afin de permettre un développement rapide de l'offre Ici c'est Péi, nous préconisons la création de 3 offres découverte pour 500, 750 et 1000 euros. Ces offres



Nous préconisons de privilégier les visio-visites et les visio-dégustations à l'image de ce que pratiquent déjà quelques acteurs majeurs de la distribution agroalimentaire. Plus écologique, plus économique, plus originale

estimation du chiffre d'affaires

C'est un exercice périlleux car il faut avoir beaucoup plus d'informations sur la composition de l'offre produits pour pouvoir travailler sur un chiffre d'affaires prévisionnel.

Cela dit, on peut tabler sur quelques données recueillies lors de cette étude :

- une épicerie fine, une boutique de produits régionaux, une e-boutique, un magasin circuit court commande généralement entre 1000 et 2000 euros par an à un fournisseur nouveau
 - sur une base de 250 clients (une vingtaine par mois) sur une année, cela peut faire un chiffre d'affaires annuel compris entre 250 000 et 500 000 euros.
 - pour un prix de vente pro moyen à 3.50 €, cela représente entre 71 000 et 142 000 unités sur l'année à produire
 - attention, la mise en place de ce flux commercial ne se fera qu'à partir du moment où nous pourrions proposer une logistique performante répondant aux critères développés dans cette étude
- un grossiste va commander entre 10 et 20 K€ sur l'année pour démarrer. On doit pouvoir raisonnablement développer des relations commerciales avec une dizaine d'entre eux, soit un CA compris entre 100 000 et 200 000 euros
- les professions intermédiaires, les restaurants, la diaspora permettront un complément de chiffre d'affaires, difficilement quantifiable sans avoir commencé une prospection active
- la boutique en ligne peut réaliser entre 2 et 4 K€ par mois, soit entre 25 et 50 K€ sur l'année

Tous ces éléments permettent d'espérer un chiffre d'affaires annuel compris entre 400 et 800 K€. La rentabilité sera dépendante de la logistique mise en place.



Essentiels Conseils & Stratégie

43 rue Auguste Babet
les Docks du Sud - F03
97410 SAINT PIERRE

✉ essentiels.conseils@laposte.net

SASU au capital de 500 €

RCS ST PIERRE (974) : 912 324 027 00016

APE : 7022 Z TVA : FR 14 912 324 027