

## Vendre à la grande distribution

### Les GMS qu'est-ce que c'est ?

#### Définition

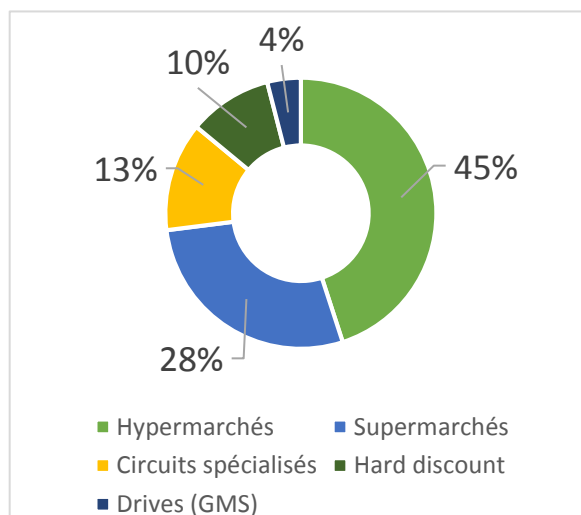
Le sigle GMS pour **Grandes et Moyennes Surfaces** regroupe principalement les **supermarchés et les hypermarchés**.

Ces deux catégories se distinguent par leur surface : les grandes surfaces (ou hypermarchés) ont une surface supérieure à 2500m<sup>2</sup>, les moyennes surfaces (ou supermarchés) ont une surface comprise entre 400 et 2500m<sup>2</sup>.

Dans tous les cas, cette surface doit être affectée à 50% par des produits alimentaires pour être considéré comme GMS.

#### Marché

Part des circuits de commercialisation dans les achats des ménages (2017) :



Source : FranceAgriMer, 2018. Évolution des dépenses alimentaires des ménages dans les circuits de distribution de 2008 à 2017.

Les achats réalisés dans les hypermarchés, supermarchés et leurs Drives respectifs représentent **77% des dépenses alimentaires des français (en valeur)**. Ces parts de marchés sont en augmentation, notamment pour les supermarchés et magasins de proximité.

## La tendance des produits locaux

Les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits locaux, produits de qualité, produits fermiers, produits bio ...

Cette tendance de consommation n'est **pas une mode et semble s'inscrire dans la durée** et dans les habitudes de consommation des français. Cette tendance, les GMS l'on bien comprise, et de plus en plus d'entre elles font la part belle aux produits locaux dans leurs rayons et leur communication. Ces

partenariats sont appelés, les « alliances locales ».



Selon une étude Opinion Way (2017) **61% des Français seraient prêts à payer plus cher des produits s'ils sont fabriqués dans leur région.**

## Vendre ses produits

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduction du temps de commercialisation (par rapport à la vente à la ferme ou sur le marché),</li> <li>- Permet découler un volume important de produits,</li> <li>- Permet de se faire connaître auprès d'autres types de consommateurs que ceux de la ferme ou du marché,</li> <li>- Avoir accès à plus de consommateurs et se faire connaître.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nécessite un investissement en temps important au départ pour la prospection et les négociations commerciales.</li> <li>- Prix de vente souvent plus faibles (mais ce n'est pas systématique, certaines GMS ne négocient pas à outrance voire pas du tout le prix des produits fermiers),</li> <li>- Délais de paiement parfois long (à + 30 jours),</li> </ul>

## Prérequis

- Être en capacité de fournir en volume et de manière régulière,
- Avoir une approche commerciale : savoir « vendre » son produit, négocier sur le prix et l'emplacement du produit dans le magasin, relancer, connaître le vocabulaire de la GMS ...
- Si le produit est vendu en rayon : Avoir un emballage adapté pour ce circuit de vente : aussi bien l'aspect pratique (possibilité d'empiler le produit, suremballage, etc.), l'aspect commercial (packaging, logo ...) que l'aspect réglementaire avec un étiquetage conforme à la réglementation.



Voir la fiche pratique « Etiquetage des produits alimentaires » sur le site internet de la Chambre d'agriculture : <https://extranet-loire.chambres-agriculture.fr/>

- Avoir établi ses tarifs et leur cohérence avec les autres circuits de vente.
- Se différencier des autres produits dans le rayon : effort à faire sur le packaging du produit, l'étiquetage, prévoir des animations en magasin.
- Se préparer : avoir établi un document récapitulatif de votre gamme de produits et le détail (grammage, packaging, parfums ...), le prix des produits (possibilité d'établir des tarifs dégressifs suivant le volume commandé), la saisonnalité de vos produits (fromages de chèvres, brebis ...), la possibilité de réaliser des animations en magasin.

## A savoir :

Deux possibilités d'achat de vos produits : soit le magasin achète directement vos produits, soit il faudra passer par une centrale d'achat régionale voir nationale.

Le produit peut être vendu en rayon libre-service et également au rayon à la coupe pour le fromage notamment ou les produits carnés.

## Le coût de revient



Etablir votre coût de revient et votre prix de vente « plancher » pour vendre vos produits au prix juste est indispensable avant d'aller à la rencontre de la grande distribution.

Pour rappel, votre coût de revient représente ce que vous coûte la production de votre produit (charges d'alimentation, frais d'élevage, charges de transformation, eau, électricité ...). Ce coût, augmenté de votre marge vous donnera votre prix de vente.

Il est également nécessaire de prendre en compte la rémunération du temps de travail, trop souvent négligé en productions fermières.

Pour établir votre prix de vente, et notamment votre marge, vous devrez également étudier la concurrence sur votre produit.

Il est souvent établi que les grandes surfaces négocient les prix à la baisse. Ce n'est pas ou plus forcément le cas pour les produits fermiers achetés en direct chez le producteur. En effet, les produits fermiers apportent une image de marque à ces grandes enseignes et au vu de la demande croissante des

consommateurs, il semble que les GMS négocient moins les prix des produits à la baisse.

## Ai-je besoin d'un agrément sanitaire européen ?

La vente aux GMS est un circuit de vente indirect car il y a un intermédiaire (la GMS) entre vous et le consommateur final. **Tout dépendra de votre statut sanitaire.** Il existe trois types de statut sanitaire pour les ateliers de transformation fermière :

- **La remise directe** : vous vendez l'intégralité de vos produits en vente directe auprès du consommateur. Pour cela, une déclaration d'activité est à réaliser auprès des services de la DDPP (Cerfa n° 13984\*05).

- **La dérogation à l'agrément** : vous vendez la majorité de vos produits en vente directe et une partie en vente indirecte à des intermédiaires. Pour cela, en plus de la déclaration d'activité à réaliser à la DDPP (Cerfa n° 13984\*05), vous devez réaliser une demande de dérogation à l'agrément (Cerfa n° 13982\*06). 2 conditions néanmoins : les intermédiaires se trouvent à une distance maximale de 80Km à vol d'oiseau autour de votre siège d'exploitation et la quantité vendue à ces intermédiaires ne dépasse pas un certain seuil.

- **L'agrément européen** qui vous permet de vendre via tous les circuits de vente possibles (vente directe, indirecte), dans des quantités non plafonnées et dans toute l'union européenne.

Vous pouvez donc vendre aux GMS en dérogation à l'agrément ou en agrément

européen. A noter que la dérogation à l'agrément est une spécificité accordée aux producteurs fermiers, elle n'est pas forcément connue des acheteurs des grandes surfaces qui demandent parfois ce numéro. Il faudra alors leur expliquer que vous avez le droit de leur vendre vos produits. Pour cela, n'hésitez pas à leur fournir les Cerfa que vous avez fournis à la DDPP ainsi que le détail de votre Plan de Maîtrise sanitaire pour les rassurer.

## Les CGV

Les conditions générales de vente (CGV) sont définies dans le Code de commerce.

Elles comprennent obligatoirement : les conditions de règlement et les éléments de détermination du prix tels que le barème des prix unitaires et les éventuelles réductions de prix.

Leur rédaction n'est pas obligatoire cependant elles doivent être communiquées à l'acheteur qui en fera la demande.

## Et les supermarchés coopératifs ?

Dans la Loire, on compte pour le moment un seul supermarché coopératif : La fourmilière basé à St Etienne. Cependant un second est en cours de création à Roanne et c'est un nouveau circuit de distribution qui tend à se développer.

Le principe : ce sont des consommateurs qui s'associent dans une structure de type coopérative. Ce sont eux qui s'occupent de l'approvisionnement, de la vente et de toutes les tâches inhérentes à la gestion du magasin. Seuls ses membres ont la possibilité de faire leurs achats dans le supermarché. Ainsi, ses membres sont clients, propriétaires et bénévoles.

Plus d'infos sur le magasin coopératif de St Etienne : [www.coop-lafourmiliere.fr](http://www.coop-lafourmiliere.fr)



## Vendre à la grande distribution

Dernière mise à jour : 2020



### Pour aller + loin :

Fiches techniques produits fermiers : technologies de transformation, innovations, réglementation et qualité des produits ... sur le site de la Chambre d'agriculture de la Loire. <https://extranet-loire.chambres-agriculture.fr/>

### Contact

#### Equipe produits fermiers

**Chambre d'agriculture de la Loire**

43 avenue Raimond –BP 40050

42272 St Priest en Jarez

Tél. : 04 77 92 12 12