

Étude de marché pour la farine renouvelable F-10

Jérôme Bouglé et Ernest Badertscher
Le 11.02.2014

Nous avons réussi à sensibiliser et solliciter les jeunes d'aujourd'hui au projet de la Farine F10. Voici comment:

Pour ce faire, un bon sujet d'étude universitaire est la clef du succès! Les étudiants bénéficient ainsi d'un sujet ancré dans la réalité; ce qui est primordial pour de futurs économistes.

Madame Leu, de l'Association pour le développement du Nord vaudois (ADNV), nous a mis en relation avec Madame Borter de la Haute école d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud (HEIG-VD), responsable des étudiants du cours de méthodologie de première année. L'étude de marché s'est déroulée à la fin de l'année 2013.

Aujourd'hui, le projet de la Farine F-10 est donc en voie de commercialisation puisque la phase de développement et de prototypage de la ligne de production est terminée. La farine testée autant par des laboratoires reconnus que par des boulangers est au point et de qualité. La question actuelle étant de savoir si le marché est au rendez-vous et si oui, comment l'aborder?

Pour rappel, la farine F10 est produite par un moulin multibroches – développé par Anutec – tournant à très haute vitesse pour une consommation énergétique, un encombrement et un coût financier nettement inférieurs aux moulins dit « traditionnels » à cylindre à production industrielle équivalente avec, en prime, une grande facilité d'utilisation.

Pourquoi avec de la farine bio?

La qualité bio était au cœur de l'étude car notre première expérience sur le blé normal s'est soldée par un échec puisque, pratiquement, chaque boulanger a son fournisseur de farine avec lequel il est presque toujours lié pour des questions de financement du laboratoire ou du bâtiment. **Mais il ne faut pas croire que ce moulin n'est prévu que pour moudre du blé bio. Il est possible de moudre pratiquement chaque type de céréales, même le blé dur que les meuniers classiques ne peuvent pas réaliser.**

L'étude de marché

Les vingt-huit étudiants se sont répartis en huit groupes. Cinq de ces groupes se sont attachés à étudier l'intérêt suscité chez les boulangers à utiliser de la farine bio; un autre groupe aux petits commerces bio et les derniers à de multiples acteurs de la filière: des agriculteurs labellisés bio, une banque, une commune, un programme du canton de Vaud et de deux associations actives dans le domaine agricole vaudois. Les chaînons manquant de l'étude sont les moulins.

Trois questionnaires par courriel ont été adressés respectivement à 340 boulangeries, 57 commerces et 103 agriculteurs, dans les districts du Jura-Nord Vaudois et Lausannois ainsi que plusieurs entretiens directs ont été obtenus avec des boulangers par téléphone ou sur rendez-vous.

Il en ressort que moins de la moitié des boulangers qui ont répondu au questionnaire ont déjà travaillé avec de la farine bio, car selon leur point de vue, la demande est insuffisante. Pourtant selon les chiffres de Bio Suisse, le marché des produits bio est en constante progression (+5.3 % en 2012).

Mais alors, pourquoi l'offre ne se fait-elle pas en fonction de la demande?

Car, selon les boulangers, la farine bio est trop chère: «Les gens sont prêts à payer Frs 7.- pour une chope de bière mais pas encore pour une livre de pain». Pourtant, le sondage des boulangers révèle que ce qui prime pour le choix de la farine est la proximité, en second la qualité et en troisième le prix. Néanmoins, l'élément qui fait probablement pencher la balance en défaveur de la farine bio du côté des boulangers est les contraintes associées à la labellisation: laboratoire spécifique ou nettoyage de l'ensemble à chaque changement de qualité standard à bio. « Pourquoi tout changer quand tout va bien? » a affirmé l'un des boulangers. Est-ce que tout va bien lorsqu'on constate que le nombre de boulangeries artisanales depuis près de trente ans a été divisé par deux?

En outre, de nombreux boulangers considèrent le bio comme du marketing. Ils n'ont pas tort si l'on ne considère que les grandes surfaces. Mais ils ne devraient pas s'accrocher à cette idée, puisque les acteurs réellement engagés que sont les producteurs et les vendeurs bios (petits commerces) le font surtout par respect de la nature, prise de conscience et pour une production de qualité.

Il existe donc une rivalité entre les producteurs de bio (ceux qui en produisent plus de 50%) et ceux qui n'en produisent pas ou très peu. Ce qui implique une divergence d'opinion et ne permet pas de favoriser le dialogue ou un réel changement de vision des choses.

Ce qui met tout le monde d'accord est le fait que les grandes surfaces détournent l'appellation bio (dont certaines n'appliquent pas le label Bourgeon Bio, labellisation la plus stricte) pour en faire un produit Marketing et augmenter ainsi leur marges. L'avantage indéniable du Marketing est le fait qu'aujourd'hui la labellisation bio est reconnue des consommateurs et démocratisée. **Mais, finalement, pourquoi faire payer aux consommateurs de produits bios la labellisation de ces produits, alors qu'il serait « normal » de la mettre au compte des producteurs de produits non bio (chimiques) qui sont plus nocifs pour la santé et l'environnement? Ce qui augmenterait le prix des produits non bio, responsable de la dégradation de notre environnement. Cela permettrait également de réduire la concurrence déloyale, puisque le coût de la dégradation de notre environnement n'est pas considéré dans le prix des aliments utilisant des produits chimiques!**

Nous tenons à souligner que nous ne souhaitons pas remplacer les fournisseurs actuels mais leur proposer une farine différente.

Les pistes

Sur la base de toutes ces réflexions et des recommandations concernant le travail des étudiants, de multiples pistes s'offrent maintenant à nous, à prendre ou à éviter.

La proposition de s'approcher des grandes surfaces est vraiment à éviter, car le système monstrueux de ces vendeurs/acheteurs nuit à long terme: dès qu'ils ont le monopole du marché, ils fixent eux-mêmes les prix, comme on peut le voir par exemple dans les prix du lait. Nous souhaitons réellement offrir une nouvelle chaîne pour la production, la transformation et la distribution du pain de manière à favoriser la décentralisation et le regroupement des différents acteurs sous la forme de coopératives: pour cela il aurait été utile de connaître l'avis des agriculteurs, des boulangers et des commerçants à ce propos.

Nous comptons améliorer la communication de notre projet en réalisant tout prochainement un site Internet et en référençant le moulin sur Wikipédia.

Nous retenons également le fait que nous devons détailler le prix de la farine et assurer une traçabilité de nos produits, tel qu'il est remarquablement pratiqué au moulin d'Yverdon-les-Bains.

Il n'est pas nécessaire d'être labellisé bio, les boulangers qui ne veulent pas forcément faire de marketing peuvent malgré tout utiliser de la farine bio qui représente l'essentiel des ingrédients. Cela permet de s'affranchir des contraintes de conditionnement pour la production de qualité bio tout en garantissant un produit de grande qualité.

Assurer la production électrique pour la consommation énergétique de la ligne de production de la farine par les énergies renouvelables (photovoltaïque par exemple) est également un excellent moyen d'assurer la cohérence et la crédibilité de notre projet.

La location du moulin à des agriculteurs ne faisant pas partie de la coopérative pourrait-être également une autre voie prometteuse à étudier pour assurer le financement du projet.

Nous pouvons également diversifier les produits issus de la farine (céréales de petit-déjeuner à base de son), mouture d'autres types de farine sans gluten (châtaigne, maïs, sarrasin, lentilles, etc.) dont la demande est de plus en plus importante car près de 25% de la population suisse serait concernée par des problèmes d'allergie.

L'étude de marché est aujourd'hui le passage obligé pour obtenir l'appui financier nécessaire pour se lancer dans l'aventure de l'innovation. Pourtant, faire trop d'études de marché nuit à la créativité.

Actuellement, dans de nombreuses entreprises – qui autrefois finançaient sans compter, en faisant confiance aux employés qui faisaient de la recherche pour de nouveaux développements –, il n'est plus possible d'entreprendre une innovation sans avoir estimé un retour sur investissement de moins d'un an, ce qui réduit considérablement les chances d'une innovation à voir le jour. N'oublions pas que notre société actuelle – éphémère, mais qui se veut durable et sur laquelle est basée toute notre richesse – repose sur des ressources épuisables et des acquis culturels, scientifiques, historiques multi millénaires, tout comme l'aventure du blé et du pain, qui est loin d'être finie!

Heureusement, pour notre projet, la Loterie romande nous a subventionnés (sans étude de marché) pour financer la faisabilité du projet. Aujourd'hui nous avons besoin d'autres fonds pour l'achat complet de la ligne de production et d'un prêt pour assurer les deux premières années de fonctionnement de la coopérative.

Agriculteurs, boulangers, commerçants, joignez-vous à nous!

Cette expérience se concrétisera entre autre avec Matthieu Glauser, agriculteur bio de Champvent (canton de Vaud) qui souhaite ouvrir dans le même temps un petit commerce lui permettant de vendre les produits issu de son exploitation.

Nous sommes très satisfaits de l'expérience menée par les étudiant-e-s, suivis par Madame Borter et Florian Dufour que nous remercions, et nous espérons pouvoir partager avec eux de nouveaux projets. Le but recherché, soit de savoir si une farine bio trouverait des acheteurs a été le principal effort réalisé par les différents groupes de travail, à un tel point, qu'ils se sont vraiment impliqués avec force détails sur le bio en Suisse et les intérêts que susciterait cette mouture auprès des multiples acteurs pour la production de cette farine.

En outre, grâce à cette étude, de très nombreux contacts ont été établis par le biais des questionnaires ce qui a probablement éveillé la curiosité de ces acteurs qui ne nous connaissaient pas jusqu'alors.

Les étudiants: Agathe Stauffer, Aline Ryser, Jim Zbinden – Raphaël Moret, Gaëtan Perrenoud, Romain Wagnières – Amela Talovic, Audrey Kalbfuss, Adelina Pululo, Renaud Stalder – Anita Ivanovski , Jennifer Tshimpaka , Ferda Sava s, Joëlle Pichonnat – Diane Tuor , Carolina Orsino , Marina Gorra – Yves Kumbu , Morgane Jaquet, Haniyeh Rezai – Awot Mengheshia, Cédric Monney, Yann Patthey, Vincent Roscigno – David Guereiro Rosa, Andrés Ortiz, Patrick Michaud, Arnaud von Allmen