

**1<sup>ère</sup> Semaine**  
de la **COOPÉRATION AGRICOLE**  
du 6 au 14 juin 2015



Une semaine pour médiatiser notre modèle et les coopératives engagées dans la campagne



La Coopérative  
du Haricot Tarbais  
s'engage  
dans la campagne.

# La Coopérative hier :



- 1988 (création) : 12 producteurs
  - 1er salarié en 1994
- locaux dans l'étable du premier Président.
- mono-produit : Haricot Tarbais sec en 5 kg.
- 2,5 tonnes produites et commercialisées.

# La Coopérative aujourd'hui :



- *57 producteurs*
- *30 équivalents temps plein :*
  - 8 salariés et plus de 200 saisonniers*
- *des locaux commerciaux, un atelier, un outil*
- *une gamme de 25 références (sec et cuisiné).*
  - *150 tonnes de production moyenne.*

\*

# Objectif :



*Maintenir et développer  
sur le territoire  
une filière non délocalisable.*

# Un double enjeu :



- 1. Attirer et satisfaire des producteurs.*
- 2. Attirer et satisfaire des consommateurs.*

# Attirer et satisfaire des producteurs :



*1. Sécurité d'un prix garanti.*

\*

# Attirer et satisfaire des producteurs :



- 1. Sécurité d'un prix garanti.*
- 2. Réputation et image de marque.*

# Attirer et satisfaire des producteurs :



- 1. Sécurité d'un prix garanti.*
- 2. Réputation et image de marque.*
- 3. Services amont et aval.*

# Les services aux producteurs :



*I. Matériel agricole spécifique (CUMA).*

\*

# Les services aux producteurs :



- 1. Matériel agricole spécifique (CUMA).*
- 2. Appui à la gestion du personnel saisonnier.*

\*

# Les services aux producteurs :



- 1. Matériel agricole spécifique (CUMA).*
- 2. Appui à la gestion du personnel saisonnier.*
- 3. Outil collectif*  
*séchage/triage/conditionnement.\**

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



*1. La qualité du Haricot Tarbais.*

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *1. La qualité du Haricot Tarbais.*

*. exigence au champs (cueillette manuelle)*

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *1. La qualité du Haricot Tarbais.*

- . exigence au champs (cueillette manuelle)*
- . semence certifiée (2000) et reconnaissance Label Rouge (1997) et I.G.P. (2000)*

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *1. La qualité du Haricot Tarbais.*

- . exigence au champs (cueillette manuelle)*
- . semence certifiée (2000) et reconnaissance Label Rouge (1997) et I.G.P. (2000)*
- . Performance de l'atelier (séchoir, trieur optique, rayon X, ensachage automatique, traçabilité amont/aval) \**

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *2. La qualité des plats cuisinés.*

*. ingrédients Sud-Ouest et sous SIQO*

*\**

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *2. La qualité des plats cuisinés.*

*. ingrédients Sud-Ouest et sous SIQO*

*. recettes élaborées avec le CTCPA d'Auch*

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## 2. *La qualité des plats cuisinés.*

- . *ingrédients Sud-Ouest et sous SIQO*
- . *recettes élaborées avec le CTCPA d'Auch*
- . *transformateur performant (capacité de production, certification IFS, expérience MDD, traçabilité totale)\**

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *3. L'adaptation aux évolutions du marché.*

*. diversification produits et recettes*

# La diversification produits :



- *haricot sec et semence vrac*

# La diversification produits :



- *haricot sec et semence vrac*
- *haricot sec sachets et semence boîte 150 g*

# La diversification produits :



- *haricot sec et semence vrac*
- *haricot sec sachets et semence boîte 150 g*
- *plats cuisinés recettes traditionnelles*

# La diversification produits :



- *haricot sec et semence vrac*
- *haricot sec sachets et semence boîte 150 g*
- *plats cuisinés recettes traditionnelles*
- *plats cuisinés nouvelles recettes et barquettes micro-ondables (en co-branding)*

# Attirer et satisfaire des consommateurs :



## *3. L'adaptation aux évolutions du marché.*

*. diversification des circuits de distribution*

# La diversification des circuits :



- *conserveurs et restauration*

# La diversification des circuits :



- *conserveurs et restauration*
- *épiceries fines et fruitiers*

# La diversification des circuits :



- *conserveurs et restauration*
- *épiceries fines et fruitiers*
- *grossistes, GMS et LISA*

# La diversification des circuits :



- *conserveurs et restauration*
- *épiceries fines et fruitiers*
- *grossiste, GMS et LISA*
- *Vpcistes et export*

\*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



*I. Renouvellement et accueil de  
nouveaux adhérents.*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



*I. Renouvellement et accueil de  
nouveaux adhérents.*

*. revalorisation du prix*

*\**

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *I. Renouveau et accueil de nouveaux adhérents.*

- . revalorisation du prix*
- . intensification des services*

\*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



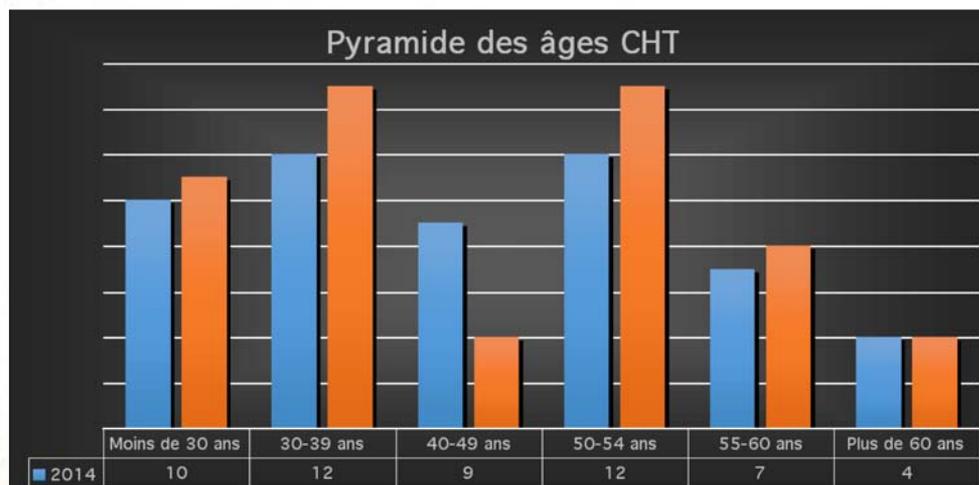
## *I. Renouveau et accueil de nouveaux adhérents.*

- . revalorisation du prix*
- . intensification des services*
- . appui à l'intégration des nouvelles générations*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *I. Renouvellement des générations.*



\*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



*2. Poursuite de la diversification.*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *2. Poursuite de la diversification.*

➤ *diversification produits :*

*haricot surgelé, recettes ethniques, sans gluten,  
produit appertisé en sachet souple (Doypack) ...*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## 2. *Poursuite de la diversification.*

➤ *diversification produits :*

*haricot surgelé, recettes ethniques, sans gluten,  
produit appertisé en sachet souple (Doypack) ...*

➤ *diversification circuits :*

*RHF (cuisinés), rayon et réseau diététique, freeze-center ...*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



*3. Amélioration de la force  
commerciale.*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *3. Amélioration de la force commerciale.*

*. création de la SAS Pyren'Alliance :*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *3. Amélioration de la force commerciale.*

- . création de la SAS Pyren'Alliance :*
  - mutualisation équipe et moyens*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *3. Amélioration de la force commerciale.*

*. création de la SAS Pyren'Alliance :*

- mutualisation équipe et moyens*
- synergies inter-marques*

# 2015-2020, nouveaux enjeux à relever :



## *3. Amélioration de la force commerciale.*

- . création de la SAS Pyren'Alliance :*
  - mutualisation équipe et moyens*
  - synergies inter-marques*
- élargissement de l'offre (demain Natâma, ...) \**

# Le Haricot Tarbais demain :



- 1. Un produit reconnu, apprécié et consommé partout en France.*
- 2. Des emplois pérennes sur notre territoire.*