



Pour plus d'information venez visiter notre site internet  
Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Website

[www.legem-bio-rhin.eu](http://www.legem-bio-rhin.eu)



Organisateurs / Organisation:

**OPABA**  
2 allée de Herrlisheim - F-68000 Colmar  
Tél. : +33 (0)3 89 24 45 35  
contact@opaba.org

**ITADA / LTZ**  
Auf der Breite 7 - D-79379 Müllheim/Baden  
Tel +49 (0)7631/3684 50  
juergen.recknagel@ltz.bwl.de

### Plan d'accès / Anfahrtsplan:



Parking sur le E-Center / Ausreichende Parkplätze am E-Center:  
E-Center, Wilhelm-Röntgen-Straße 1, 77656 Offenburg

### Partenaires du projet / Projektpartner:



### Co-Financeurs / Kofinanzierungspartner:

Ce projet est co-financé par l'Union Européenne (FEDER) dans le cadre du programme INTERREG IV Rhin Supérieur, ainsi que la Région Alsace et le Land du Bade-Wurtemberg.

Dieses Projekt wird kofinanziert durch die Europäische Union (EFRE) im Rahmen des Programme INTERREG IV Oberrhein, und durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR).



Realisation: Friedlind Graphique - Rheinhelm / Kaysersberg / MPRIM'VEFF - Credit photos: Benoit Facchi



# LEGEM BioRhi'n

Développer des outils pour améliorer la compétitivité de la production de fruits et légumes biologiques de la région du Rhin supérieur

Entwicklung von Instrumenten für die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von ökologisch erzeugtem Obst und Gemüse aus dem Oberrheingebiet

## Forum transfrontalier Perspectives pour la production et la commercialisation de légumes dans la région du Rhin Supérieur

Judi 13 Novembre 2014  
Plate forme EDEKA Südwest à Offenbourg

## Grenzüberschreitendes Forum Perspektiven für den regionalen Anbau- und Absatz von Biogemüse im Oberrheingebiet

Donnerstag, 13. November 2014  
EDEKA Südwest in Offenburg



[www.legem-bio-rhin.eu](http://www.legem-bio-rhin.eu)

**Perspectives pour la production et la commercialisation de légumes dans la région du Rhin Supérieur**

**Jeudi 13 Novembre 2014**

Plate forme EDEKA Südwest à Offenburg

*Modérateur du forum : Michael WÜRTH, Regierungspräsidium-Freiburg*

- 9.00 **Inscriptions - Café d'accueil**
- 9.30 - 9.35 **Mot d'accueil**  
Christhard DEUTSCHER, Leitung Unternehmenskommunikation, EDEKA Südwest
- 9.35 - 9.40 **Introduction**  
Michael WÜRTH, Regierungspräsidium-Freiburg
- 9.40 - 10.40 **Les débouchés en grande distribution dans le Rhin Supérieur**  
Dr. Hans-Christoph BEHR, Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI)  
Sara GUNTZ, Interprofession des fruits et légumes d'Alsace  
Discussions
- 10.40 - 11.40 **Les coûts de production des légumes bio**  
Johanna BODENDORFER, Planète Légumes  
Philippe SCHWÖHRER, Chambre d'agriculture Région Alsace  
Discussions
- 11.45 - 12.30 **Plan de développement de la bio dans le Bade-Wurtemberg**  
Heidi SCHMELZLE, Ministerium Ländlicher Raum - Baden-Württemberg
- 12.45 **Pause déjeuner**
- 13.45 - 14.30 **Légumes frais bio chez EDEKA : gammes, stratégies et perspectives pour la production régionale**  
Alfons KOPF, Warenbereichsleiter Einkauf Obst und Gemüse, EDEKA Südwest
- 14.30 - 16.00 **Table ronde : Quelles opportunités et stratégies de développement de la production et de la commercialisation de légumes bio dans le Bade-Wurtemberg**  
Animation : Dr. Alexander WIRSIG, MBW Marketinggesellschaft mbh  
Participants : Jürgen REINHARD, producteur Bioland Hoch-Reinhard, Fischingen  
Wolfgang HEES, producteur Bioland Hees, Eichstetten  
Alfons KOPF, EDEKA Südwest, Offenburg  
Wilhelm RINKLIN, grossiste RinklinNaturkost, Eichstetten  
Dr Hans-Christoph BEHR, consultant AMI  
  
Echanges avec la salle
- 16.00 - 16.15 **Conclusions des travaux**
- 16.15 **Visite de la plate forme de distribution EDEKA Sud-Ouest**

**Traduction simultanée / Participation gratuite**

**Perspektiven für den regionalen Anbau- und Absatz von Biogemüse im Oberrheingebiet**

**Donnerstag, 13. November 2014**

EDEKA Südwest in Offenburg

*Tagungsmoderation: Michael WÜRTH, Regierungspräsidium-Freiburg*

- 9.00 **Anmeldung - Begrüßungscafé**
- 9.30 - 9.35 **Begrüßung**  
Christhard DEUTSCHER, Leitung Unternehmenskommunikation EDEKA Südwest
- 9.35 - 9.40 **Einführung**  
Michael WÜRTH, Regierungspräsidium Freiburg
- 9.40 - 10.40 **Analyse von Bio-Absatzkanälen im Projektgebiet**  
Dr. Hans-Christoph BEHR, Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI)  
Sara GUNTZ, Interprofession des fruits et légumes d'Alsace  
Diskussion
- 10.40 - 11.40 **Produktionskostenberechnung zum ökologischen Gemüsebau**  
Johanna BODENDORFER, Versuchsanstalt Planète Légumes  
Philippe SCHWÖHRER, Landwirtschaftskammer Elsass  
Diskussion
- 11.45 - 12.30 **Öko-Aktionsplan "Bio aus Baden-Württemberg"**  
Heidi SCHMELZLE, Ministerium Ländlicher Raum - Baden-Württemberg
- 12.45 **Mittagspause**
- 13.45 - 14.30 **Marktbedeutung von Biogemüse im Produktportfolio Frischgemüse der EDEKA Südwest – Strategien, Wünsche an die regionalen Bio-Gemüseproduzenten**  
Alfons KOPF, Warenbereichsleiter Einkauf Obst und Gemüse, EDEKA Südwest
- 14.30 - 16.00 **Podiumsdiskussion : Chancen und Entwicklungsstrategien zur Förderung der Produktion und Vermarktung von Biogemüse in Baden-Württemberg**  
Moderation : Dr. Alexander WIRSIG, MBW Marketinggesellschaft mbh  
Teilnehmer : Jürgen REINHARD, Bioland-Gärtnerei Hoch-Reinhard, Fischingen  
Wolfgang HEES, Bioland-Erzeuger Hees, Eichstetten  
Alfons KOPF, EDEKA Südwest, Offenburg  
Wilhelm RINKLIN, Rinklin Naturkost, Eichstetten  
Dr. Hans-Christoph BEHR, AMI  
  
Diskussion mit dem Publikum
- 16.00 - 16.15 **Schlussfolgerungen**
- 16.15 **Möglichkeit zur Besichtigung von EDEKA Südwest**

**Simultanübersetzung / Kostenlose Teilnahme**

# Analyse des circuits de commercialisation dans la distribution de produits alimentaires dans la région du projet

GRENZÜBERSCHREITENDER WORKSHOP  
13. NOVEMBER, EDEKA SÜDWEST, OFFENBURG  
HANS-CHRISTOPH BEHR, AMI

# Agenda

- Résultats de l'enquête début 2014 (rappel)
- Evolution de la demande en légumes biologiques en Allemagne
- La demande régionale en légumes biologiques en Bade-Wurtemberg
- Développement des circuits de commercialisation – régional et national
- La régionalité dans la promotion
- Conclusions

# Agenda

- Résultats de l'enquête début 2014 (rappel)
- Evolution de la demande en légumes biologiques en Allemagne
- La demande régionale en légumes biologiques en Bade-Wurtemberg
- Développement des circuits de commercialisation – régional et national
- La régionalité dans la promotion
- Conclusions

# Le commerce de produits alimentaires (I)

- 7 gérants de supermarchés ont été questionnés (2 x REWE, 5 x EDEKA, et aussi l'acheteur d'une SB-chaîne de produits ménagers. Les centrales de EDEKA et REWE n'ont pas souhaité livrer d'informations.
- La part de marchandises bio allemande a été souvent évaluée à 60%-70 %, mais pour les fruits la tendance est à moins. Cette part est sans doute sur-estimée, comme les données pour les principaux produits l'indiquent (ex. bananes). La régionalité est plus importante pour les produits conventionnels que pour les produits biologiques.
- Tous les responsables de magasins enquêtés s'approvisionnaient en produits bio. par leurs centrales d'achats, et 3 exclusivement par ces centrales.

# Le commerce de produits alimentaires (II)



- 2 chefs d'établissements achètent directement auprès d'agriculteurs, l'un avait une entreprise avec plus de 10 filiales qui pour partie achètent de manière indépendante chez différents agriculteurs.
- Seulement 2 responsables parmi les enquêtés ont cité des stratégies pour augmenter le chiffre d'affaire.
- L'offre de produits uniquement sous étiquette „Bio-“ a été écartée par tous les responsables enquêtés :
  - 3 d'entre eux pourraient envisager pour les produits biologiques de ne distribuer que des produits de la Région
  - 4 seraient prêts à louer un espace de vente dans les magasins.

# Le commerce de produits alimentaires (III)



- La participation à des formations a été considérée presque toujours comme intéressante, l'intérêt n'était cependant pas très fort dans 3 cas.
- Le potentiel pour les fruits et légumes biologiques a été évalué comme élevé à plusieurs reprises, avec plus de prudence pour les légumes biologiques. La régionalité est considérée avec plus d'enthousiasme pour les marchandises conventionnelles, pour lesquelles plusieurs avantages sont reconnus.

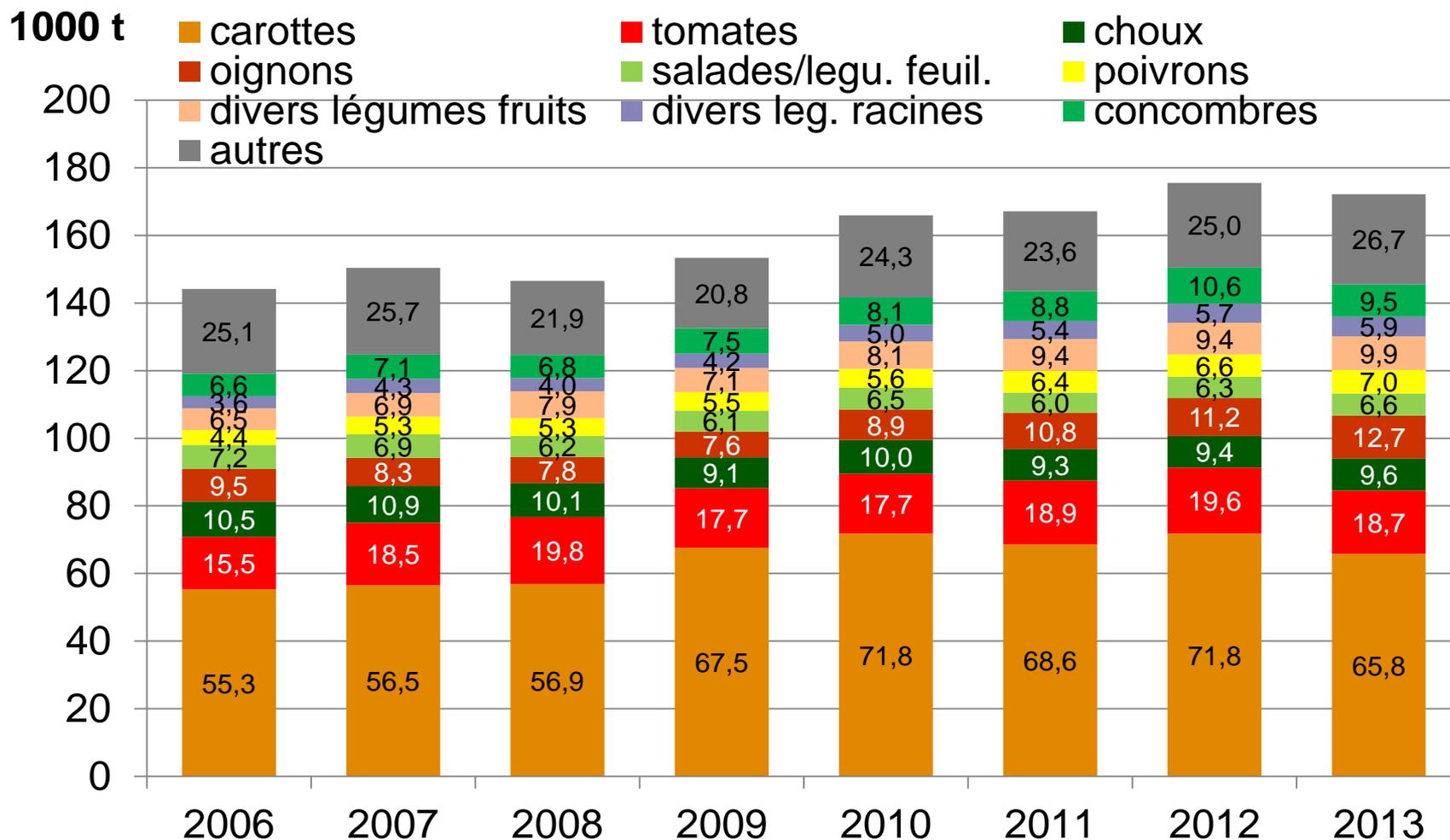
# GMS : résumé intermédiaire

- Les produits bio. ne devraient si possible pas différer foncièrement des marchandises conventionnelles, cela vaut pour qualité et continuité. Même les responsables qui se disent fort „sympathisant du Bio.“ jugent ainsi.
- On voit du potentiel pour les produits biologiques „ultra-frais“ (salade, herbes aromatiques).
- Une offre rassemblée serait appréciée.

# Agenda

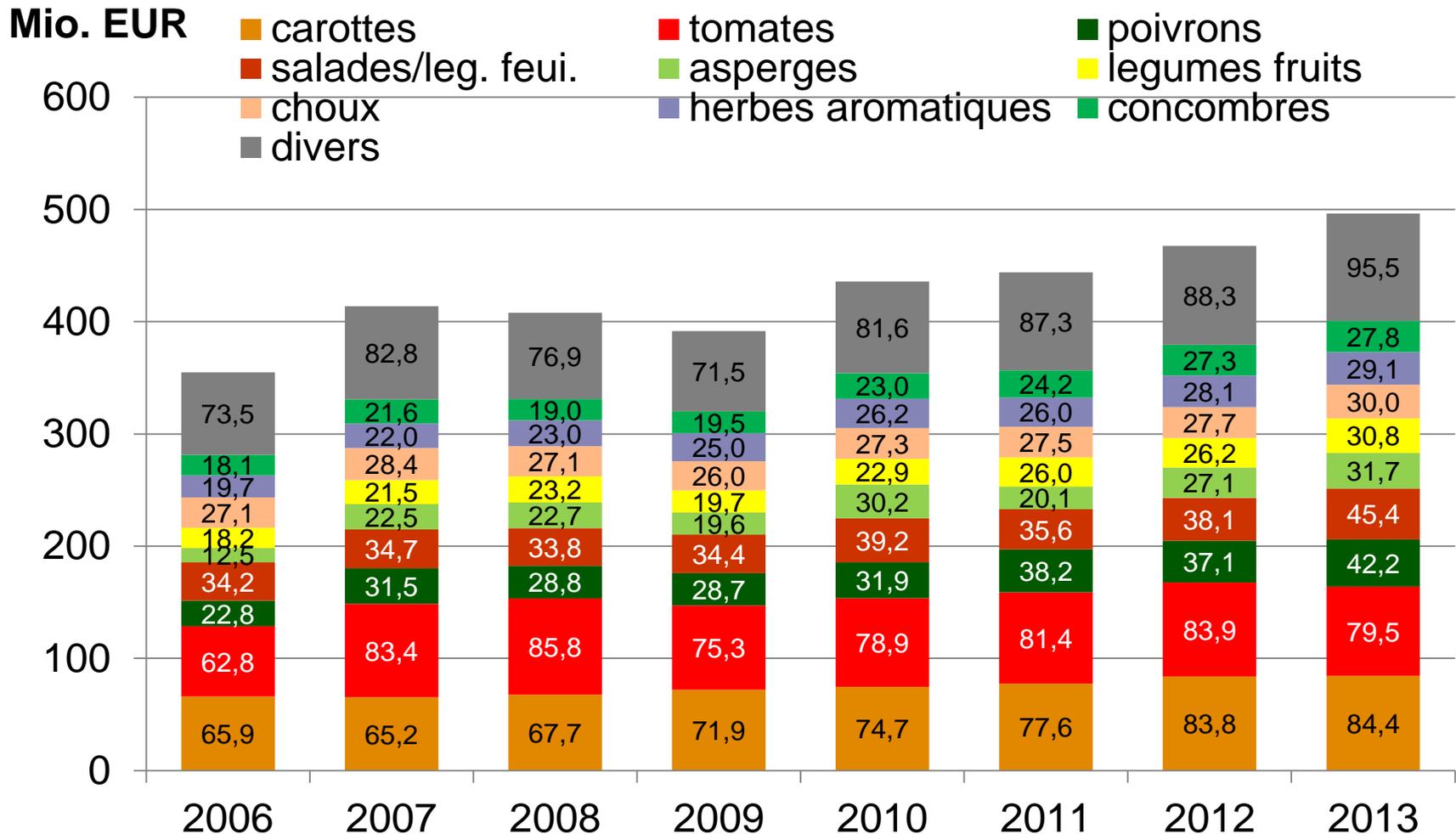
- Résultats de l'enquête début 2014 (rappel)
- Evolution de la demande en légumes biologiques en Allemagne
- La demande régionale en légumes biologiques en Bade-Wurtemberg
- Développement des circuits de commercialisation – régional et national
- La régionalité dans la promotion
- Conclusions

# Allemagne : volumes achats des ménages en légumes frais biologiques



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Allemagne : dépenses des ménages en légumes frais biologiques

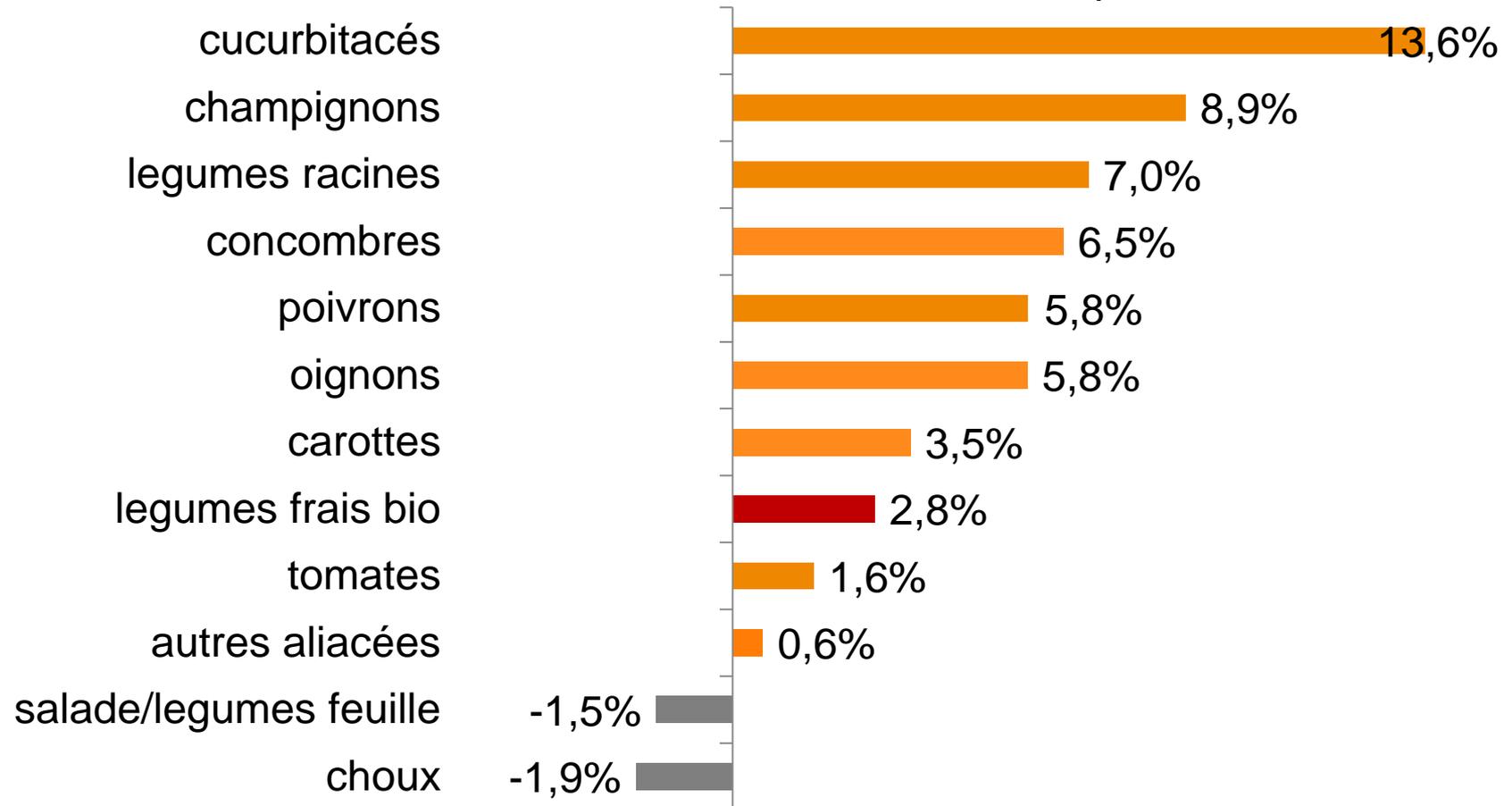


Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# D: développement de la demande privée de légumes frais et bio (2006-2013)



Évolution annuelle en % p.a.

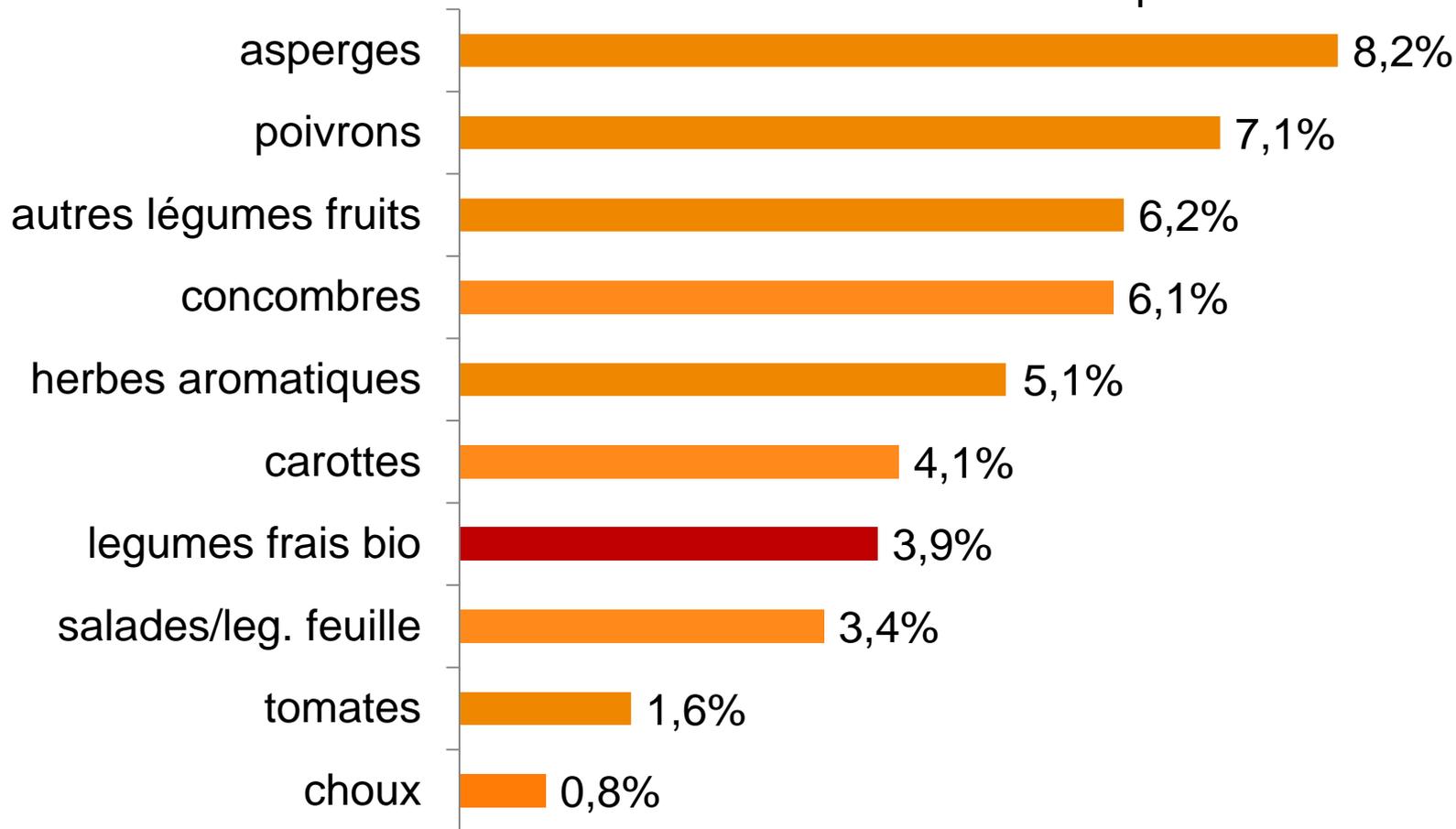


Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Haushaltspanels

# D: évolution des dépenses des ménages pour des légumes frais bio (2006-2013)



Évolution annuelle en % p.a.

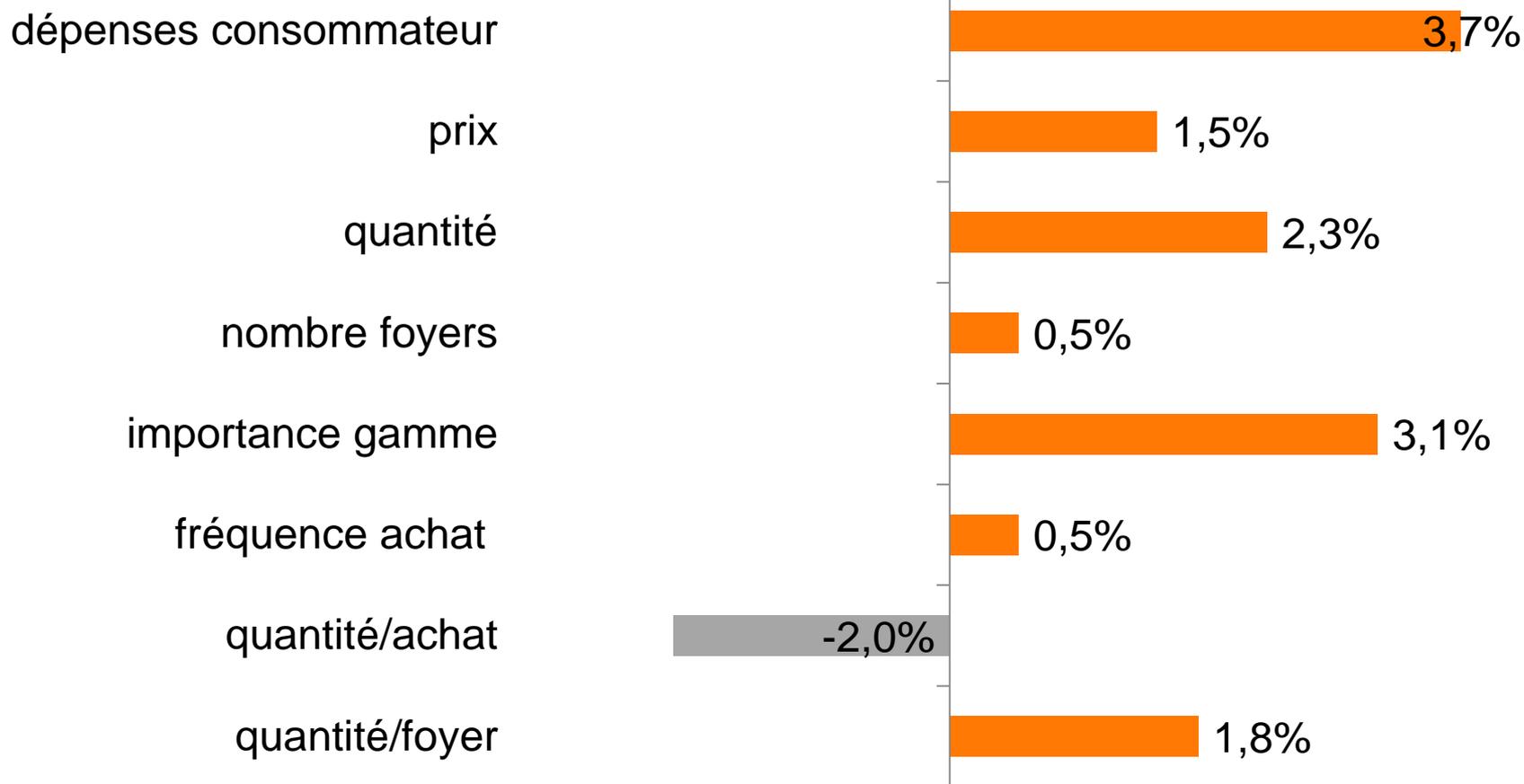


Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Haushaltspanels

# Légumes-Bio : Anatomie du développement du chiffre d'affaire 2006-2014 (Jan.-Sep)

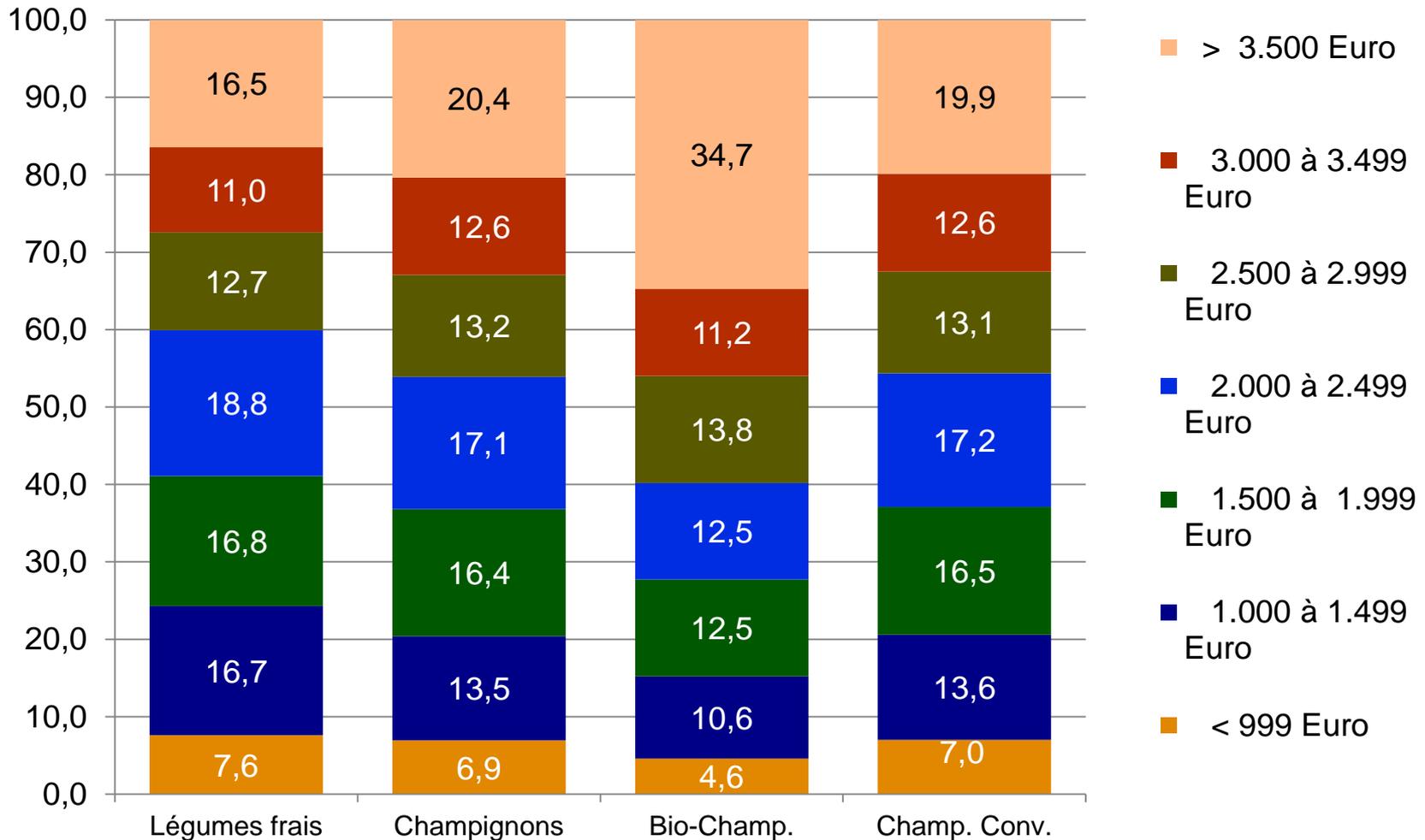


Évolution annuelle en % p.a.



Quelle: AMI-Analyse auf Basis GfK-Haushaltspanel

# Quantité de champignons frais achetés selon revenu disponible (% du volume total)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis GfK-Haushaltspanel

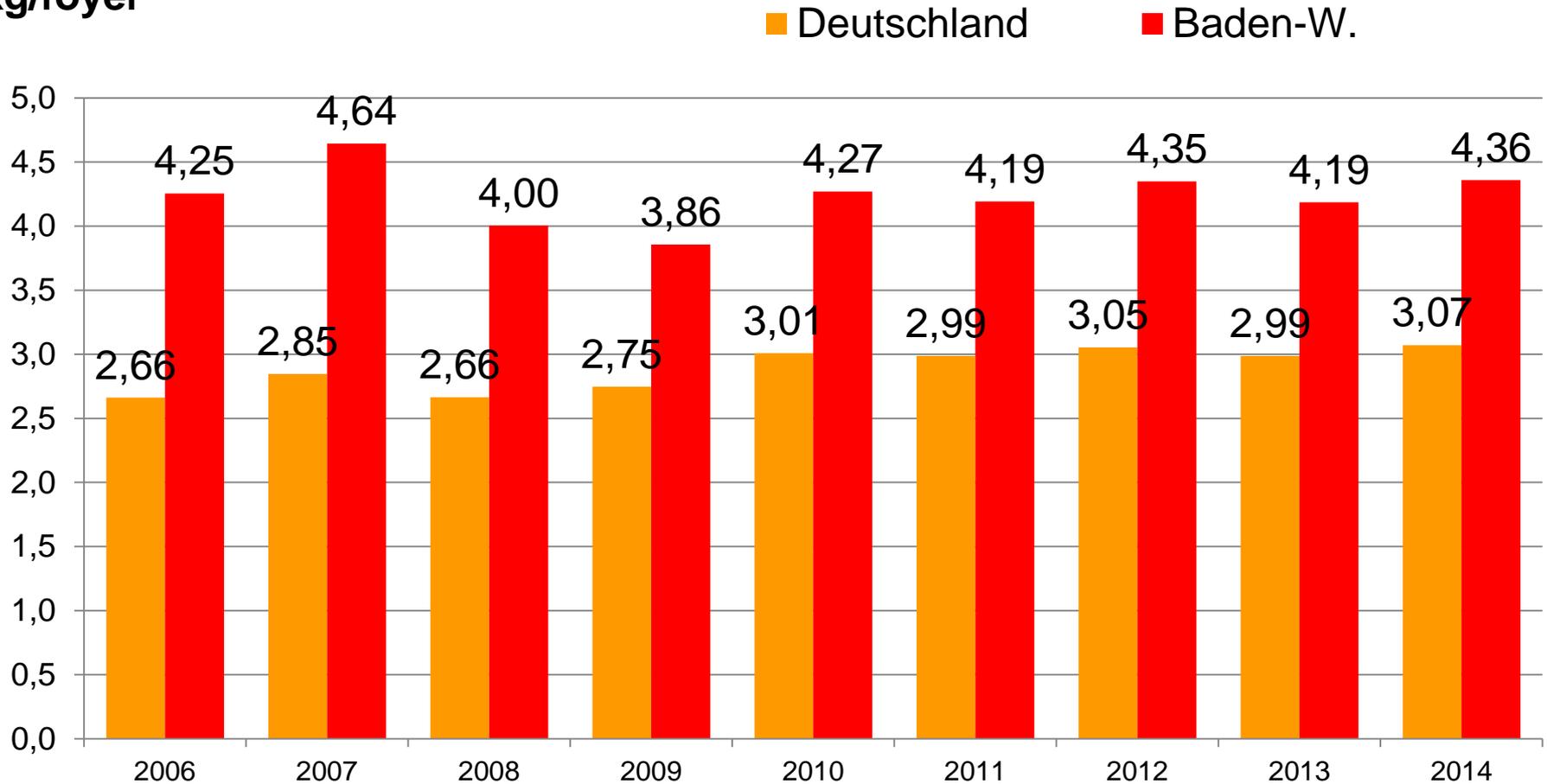
# Agenda

- Résultats de l'enquête début 2014 (rappel)
- Evolution de la demande en légumes biologiques en Allemagne
- La demande régionale en légumes biologiques en Bade-Wurtemberg
- Développement des circuits de commercialisation – régional et national
- La régionalité dans la promotion
- Conclusions

# La demande régionale en légumes biologiques (Jan-Sep)



Kg/foyer



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

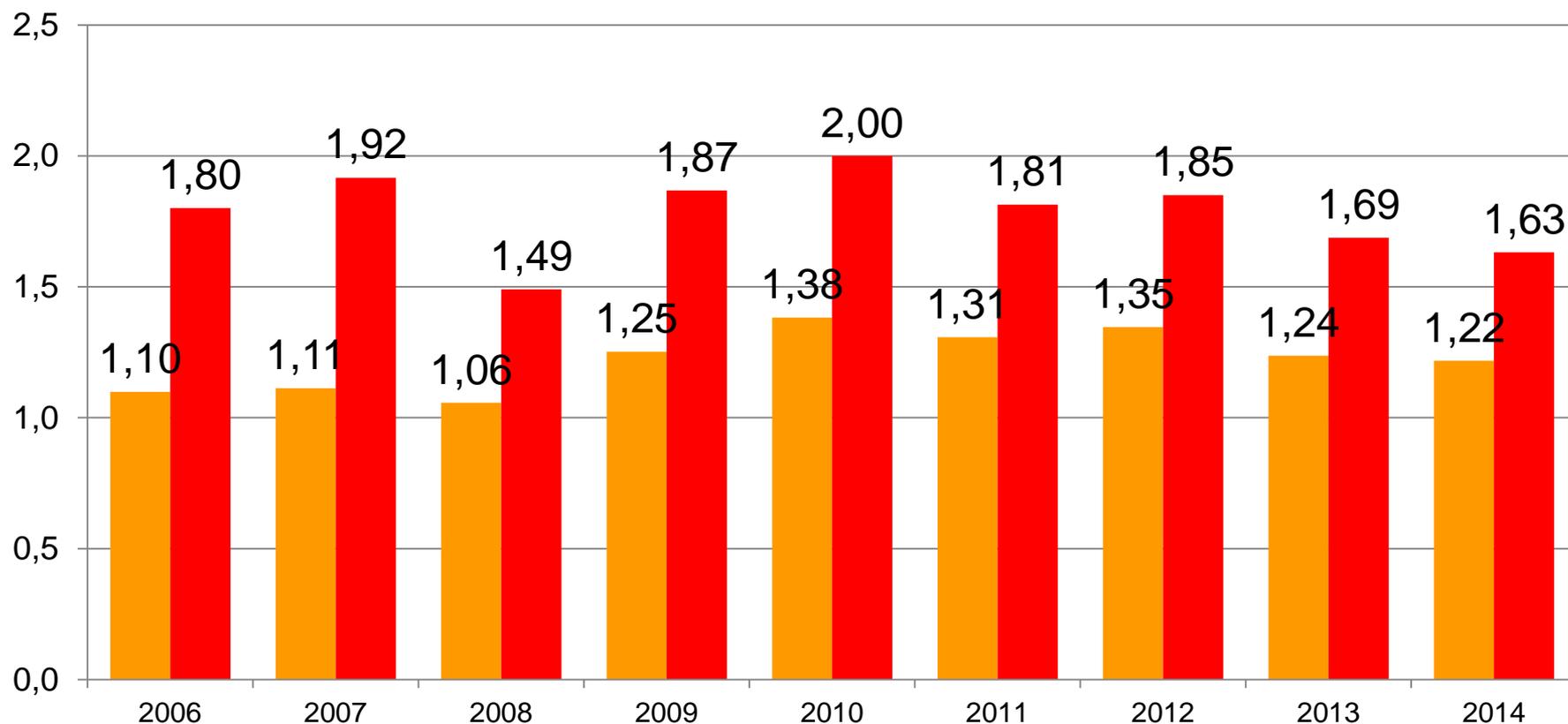
# La demande régionale en carottes biologiques (Jan-Sep)



Kg/foyer

■ Deutschland

■ Baden-W.



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

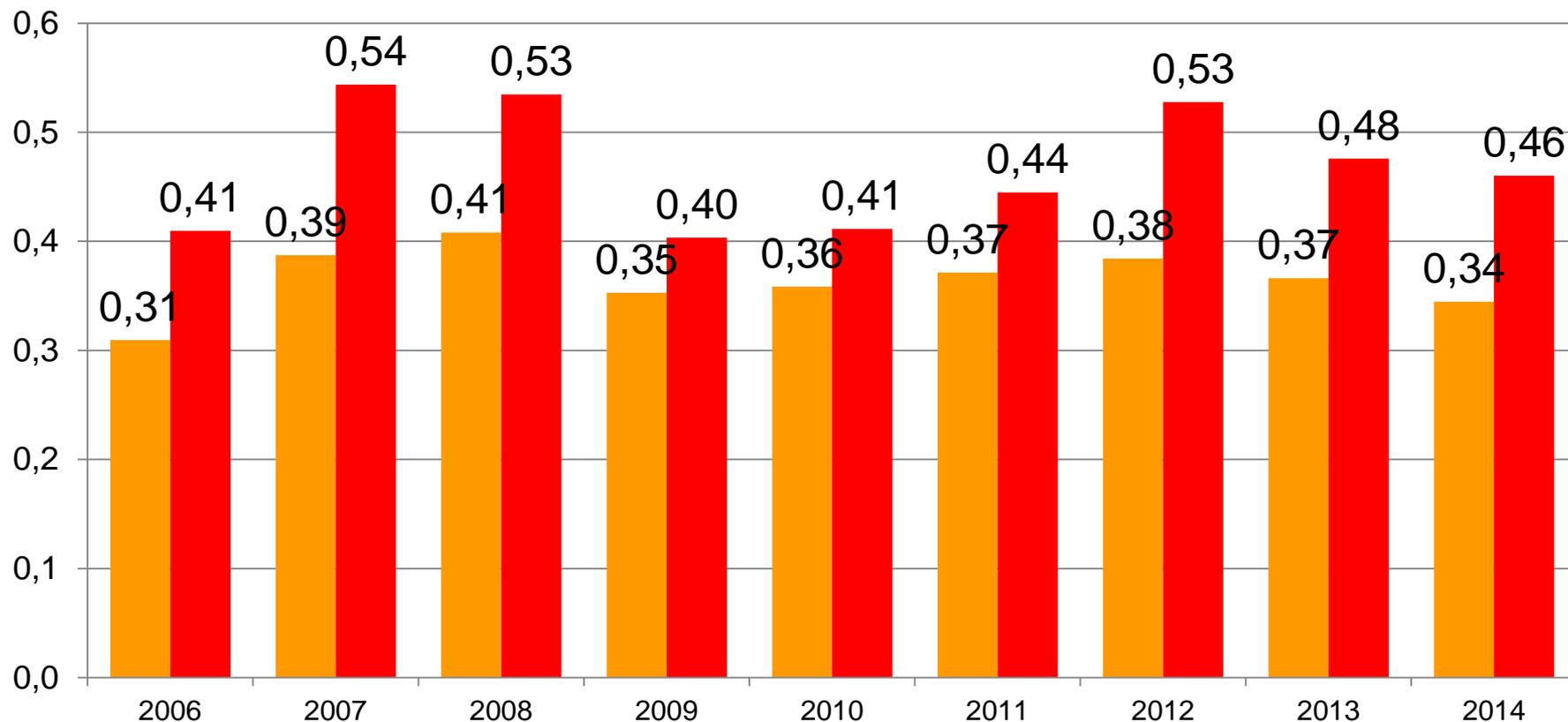
# La demande régionale en tomates biologiques (Jan-Sep)



Kg/foyer

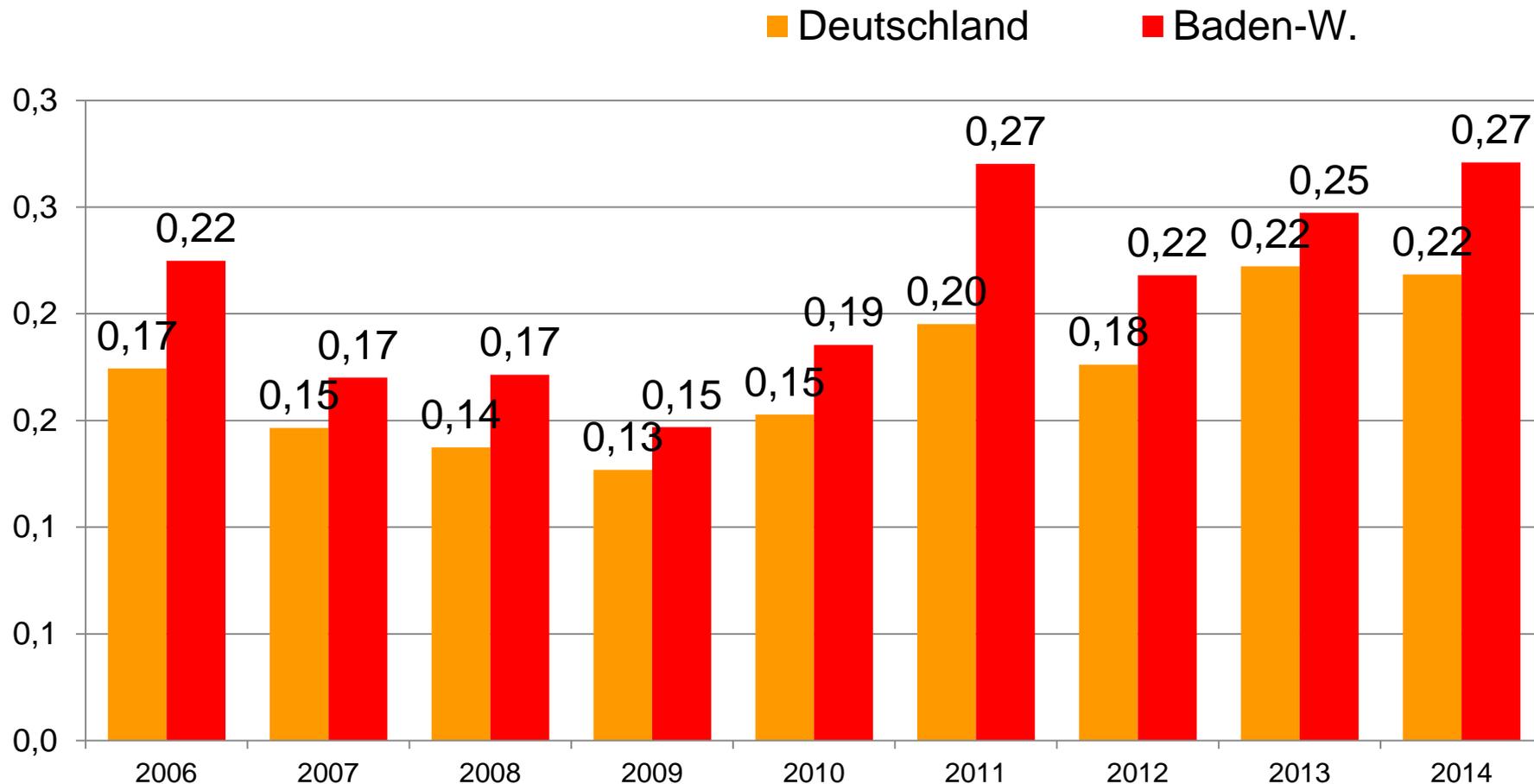
■ Deutschland

■ Baden-W.



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# La demande régionale en oignons biologiques (Jan-Sep)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

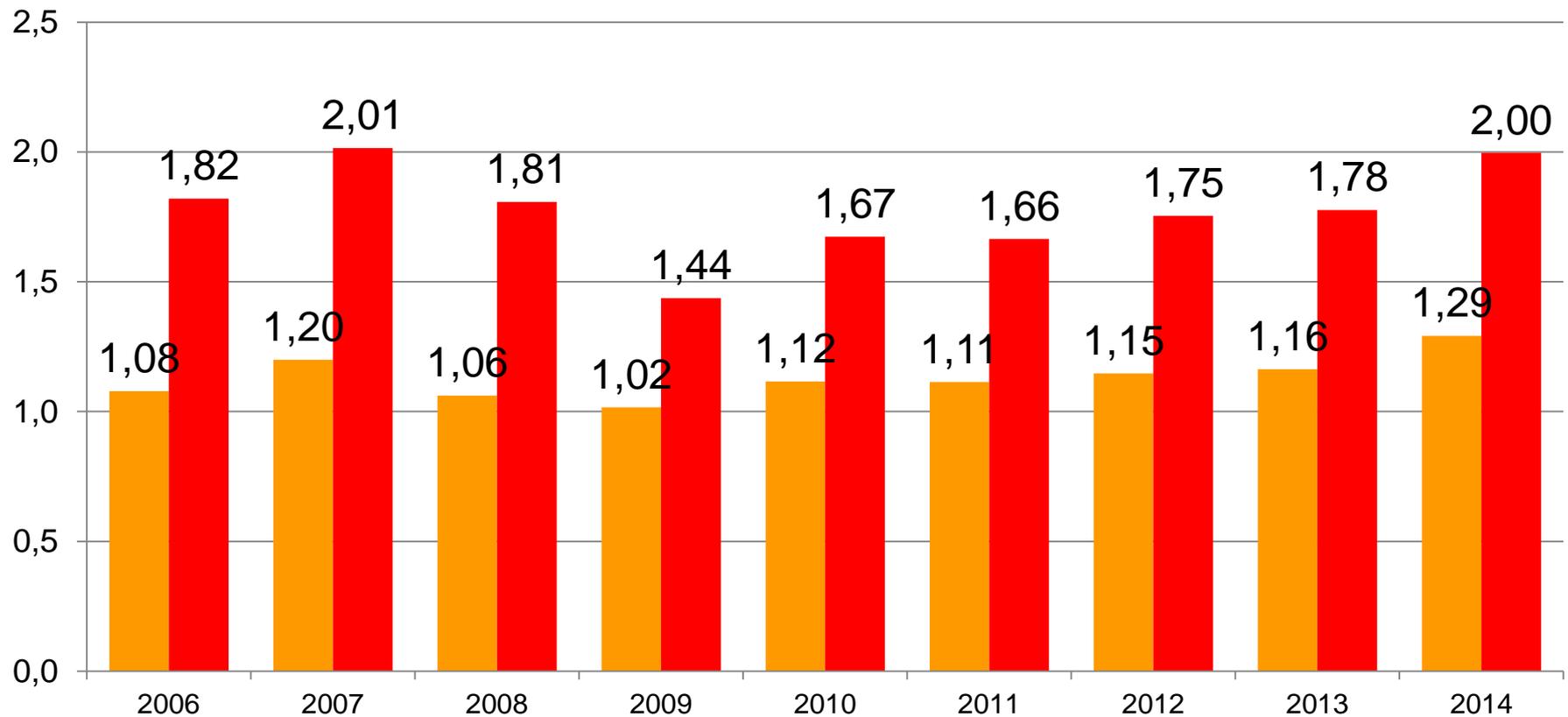
# La demande régionale en autres légumes biologiques (Jan-Sep)



Kg/foyer

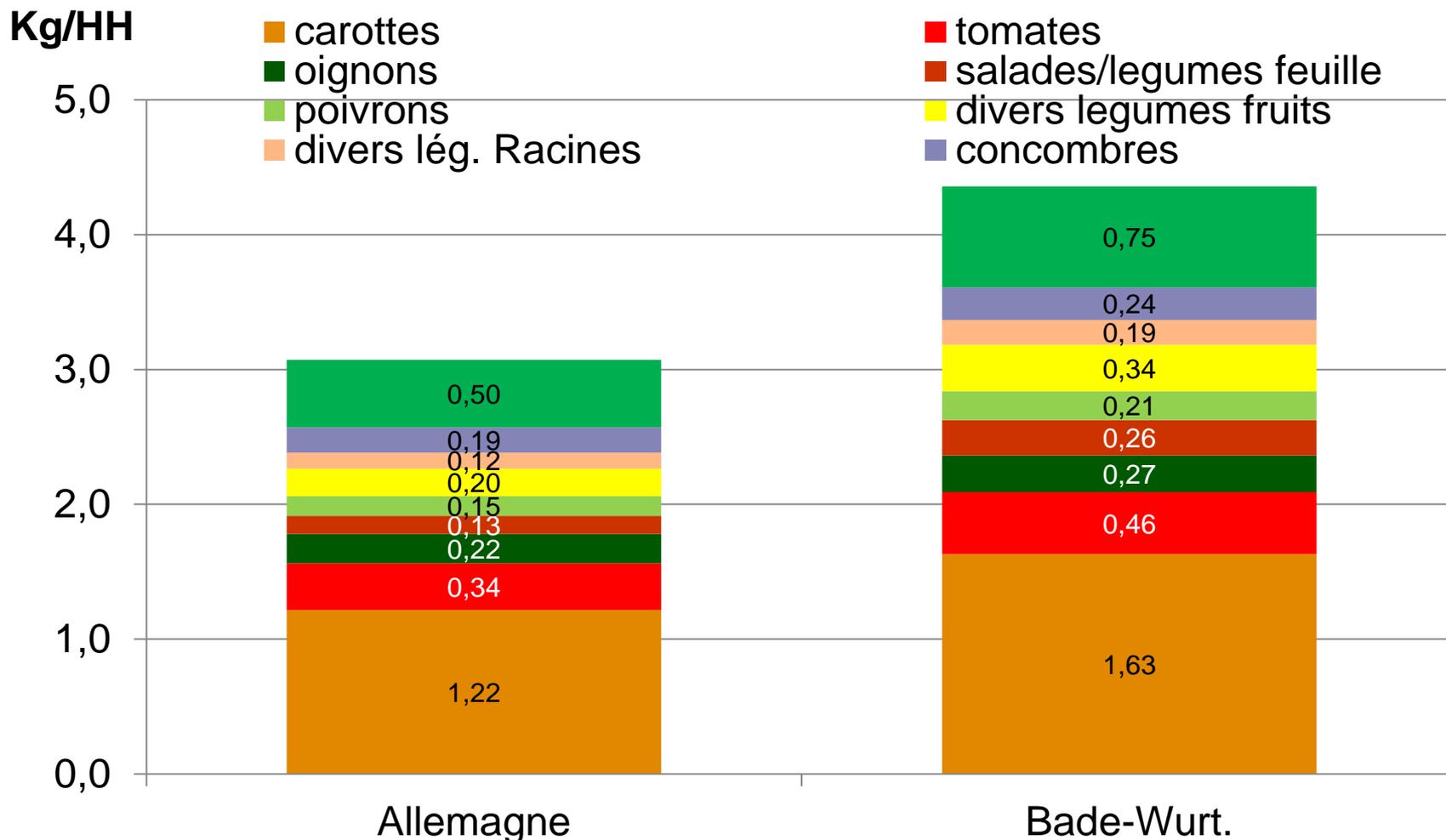
■ Deutschland

■ Baden-W.



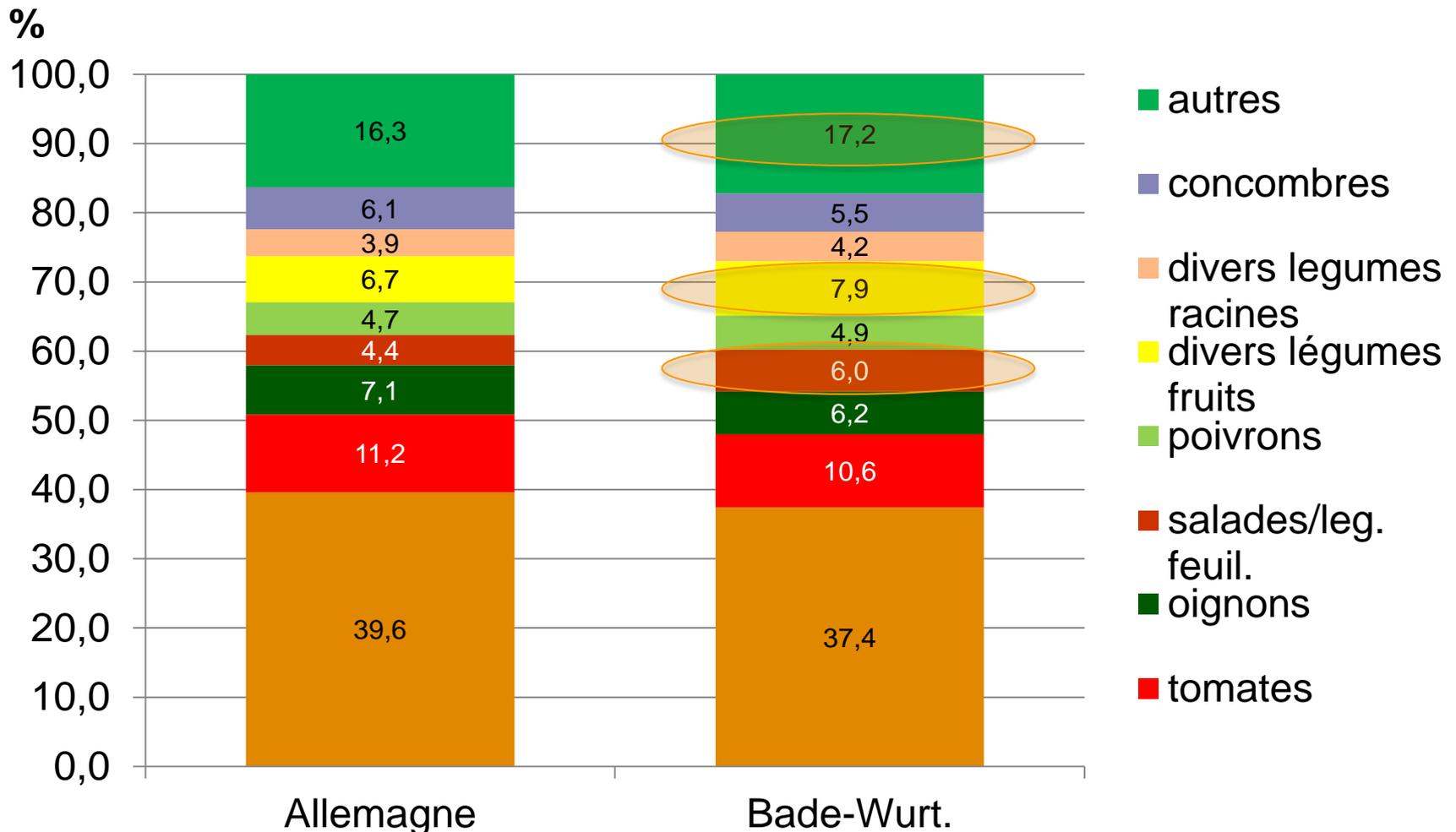
Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Allemagne : quantités de légumes frais bio. achetées par foyer (Jan-Sep 2014)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Allemagne : achats par foyer de légumes frais biologiques (Jan-Sep 2014)

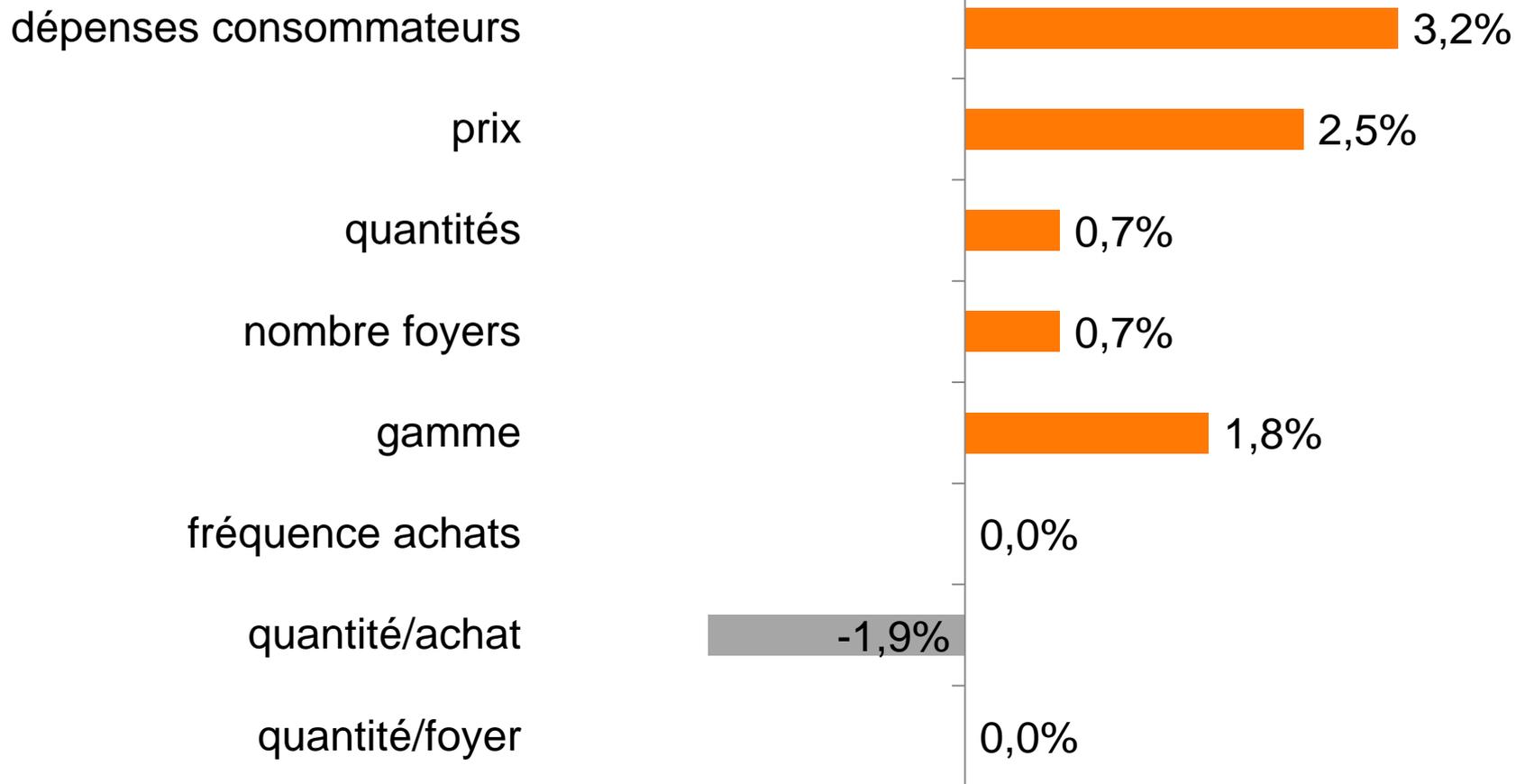


Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Légumes biologiques en Bade Wurtemberg : Anatomie chiffre d'affaires 2006-2014 (Jan.-Sep)

AMI

Évolution annuelle en % p.a.

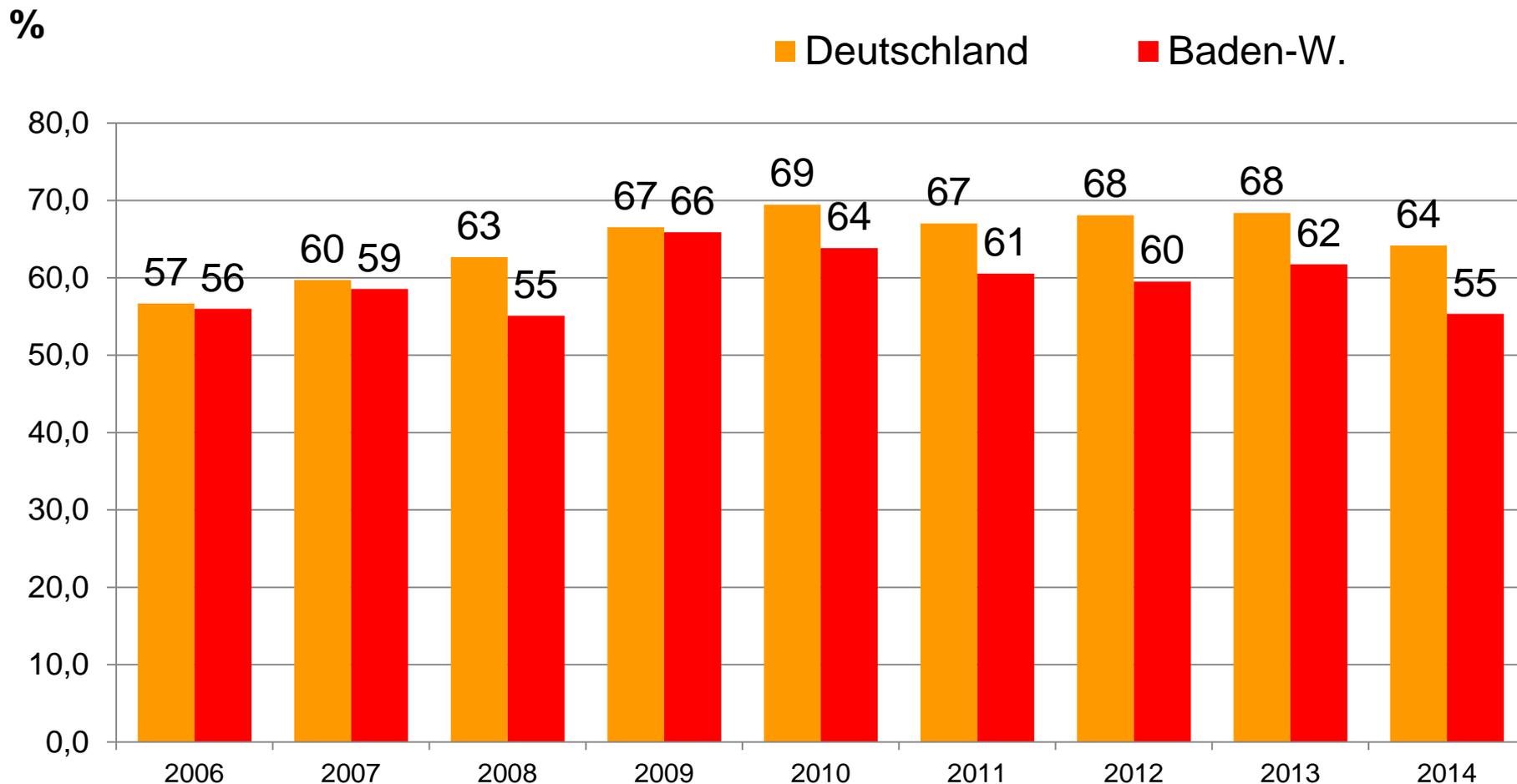


Quelle: AMI-Analyse auf Basis GfK-Haushaltspanel

# Agenda

- Résultats de l'enquête début 2014 (rappel)
- Evolution de la demande en légumes biologiques en Allemagne
- La demande régionale en légumes biologiques en Bade-Wurtemberg
- Développement des circuits de commercialisation – régional et national
- La régionalité dans la promotion
- Conclusions

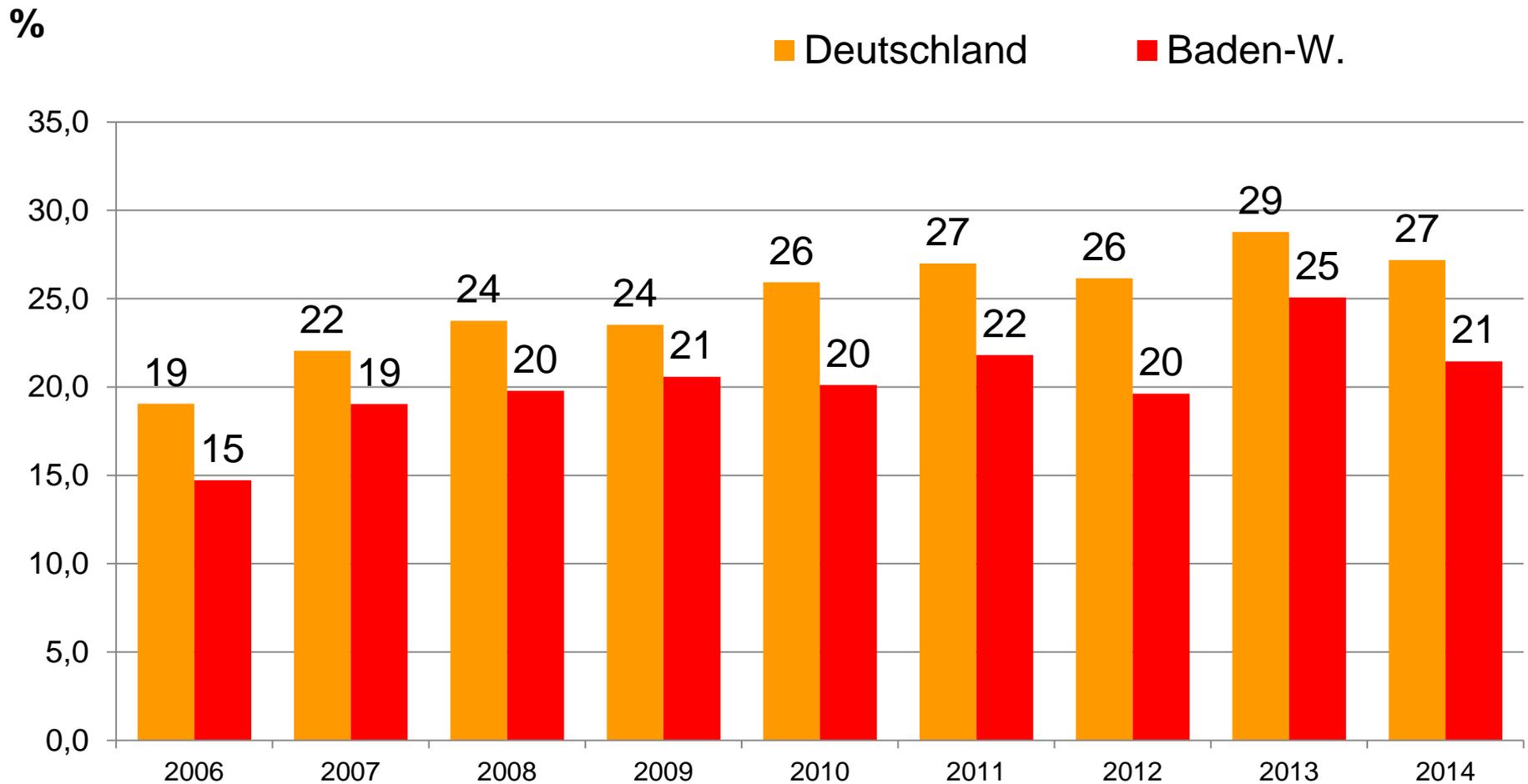
# Part du discount dans les quantités de légumes biologiques achetées (Jan-Sep)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

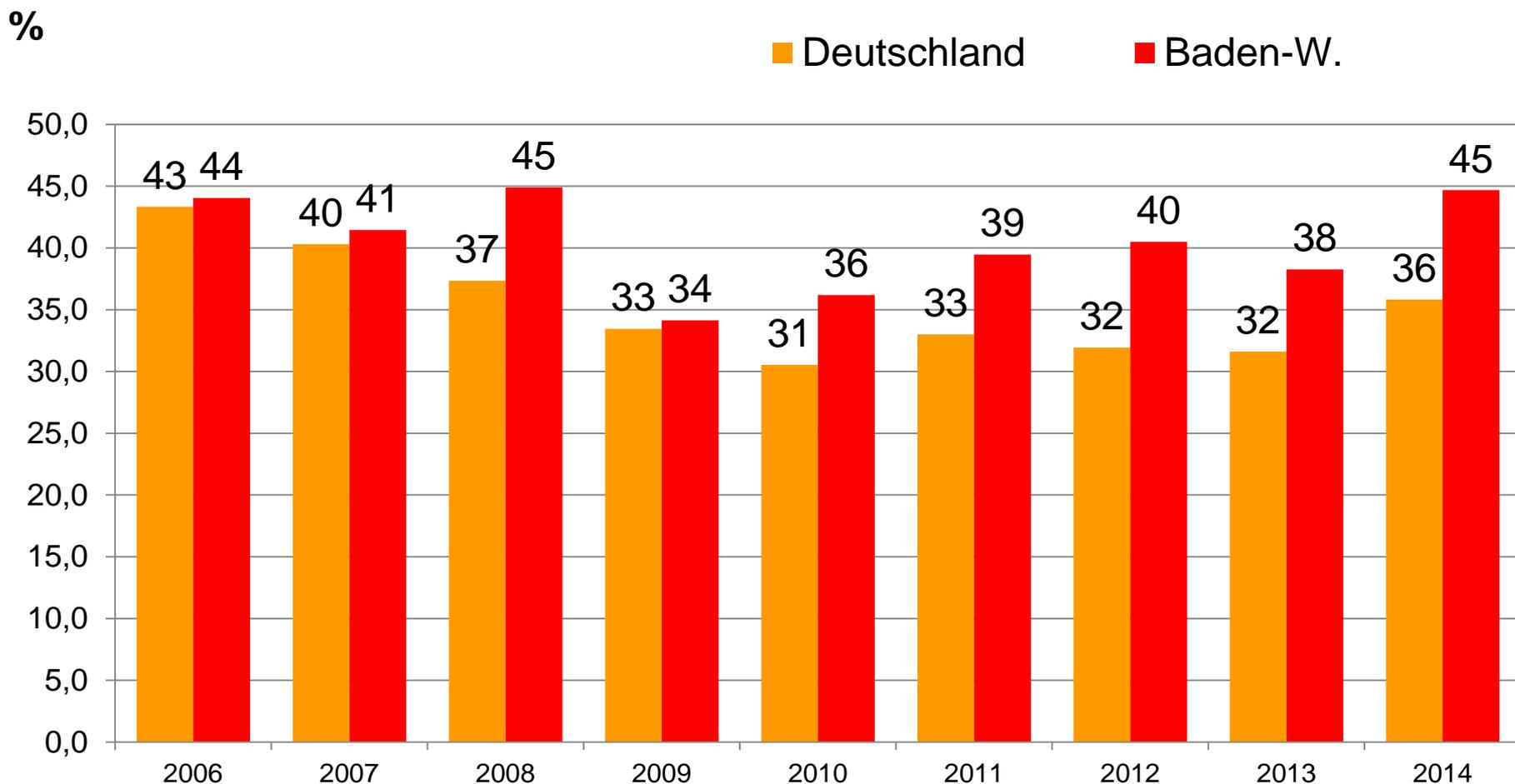
# Part grande distribution (gamme complète) dans les achats de légumes bio. (Jan-Sep)

AMI



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

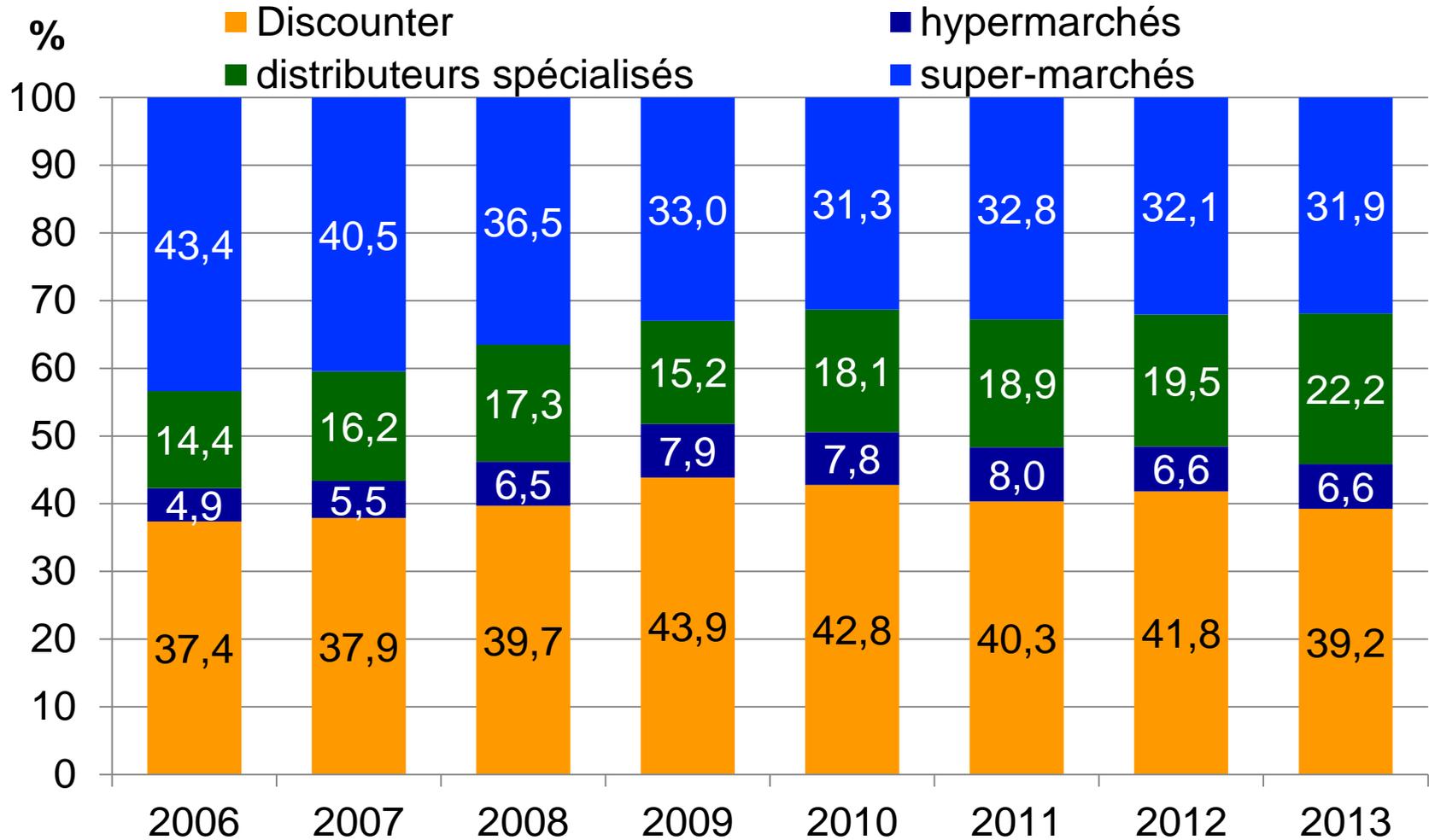
# Part des magasins ex LEH dans les achats de légumes biologiques (Jan-Sep)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

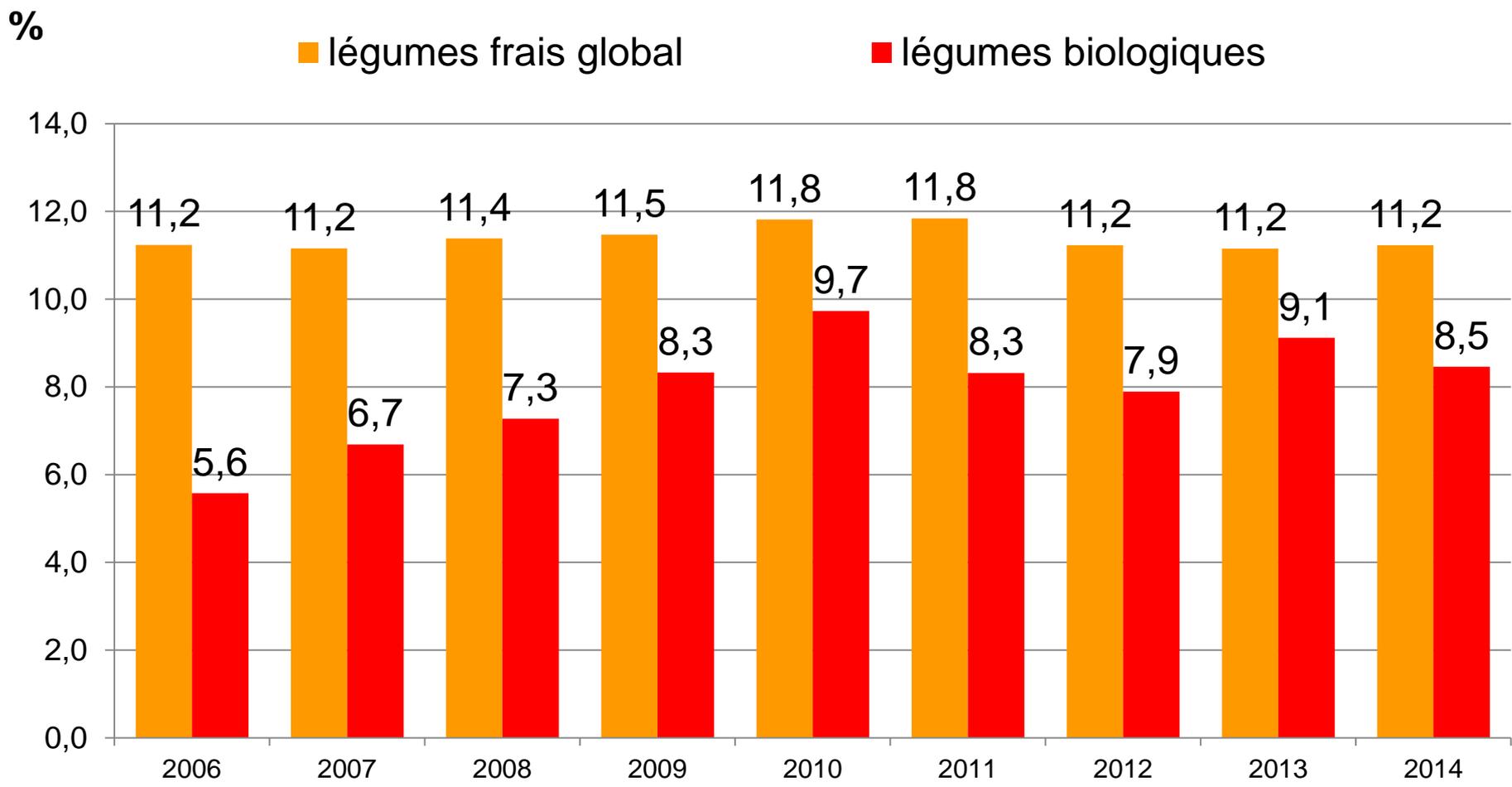
# Allemagne : légumes bio dans les magasins

% des ventes



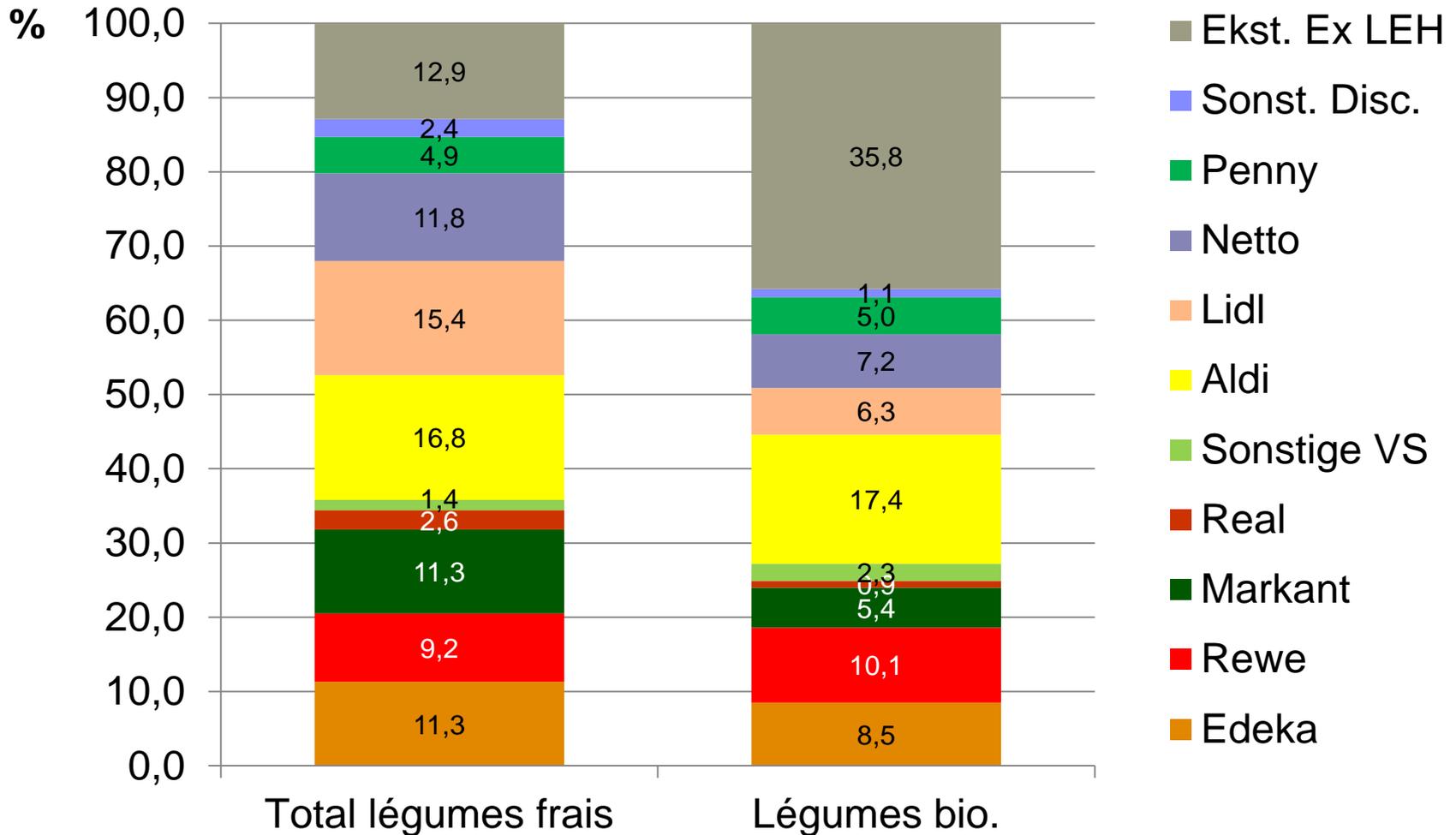
Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# EDEKA : Part des ventes de légumes frais et de légumes biologiques (Jan-Sep)



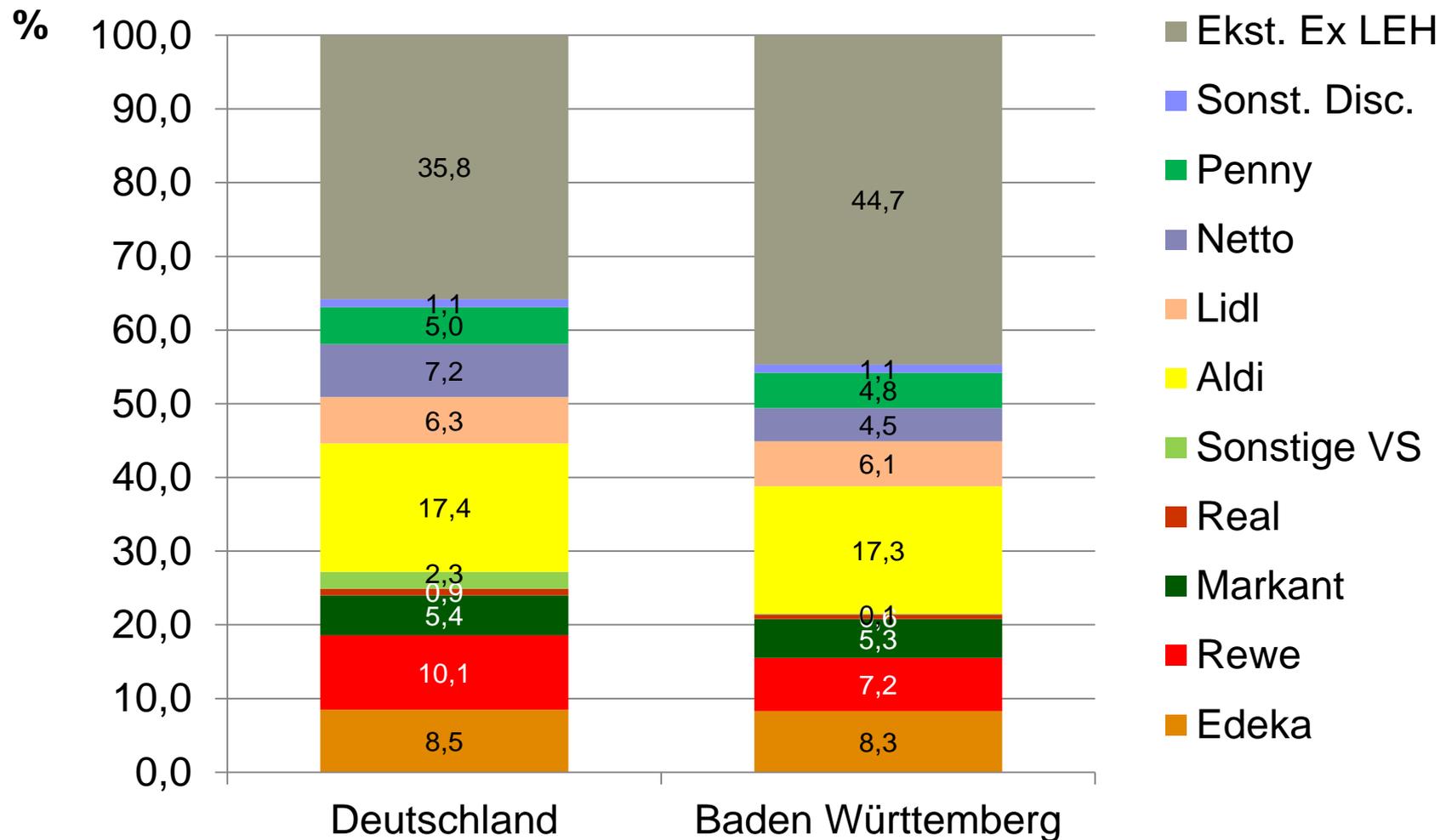
Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Allemagne : quantités achetées par foyer (Jan-Sep 2014)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Légumes bio. et régional : quantités achetées par foyer (Jan-Sep 2014)



Quelle: AMI-Analyse auf Basis des GfK-Panels

# Agenda

- Résultats de l'enquête début 2014 (rappel)
- Evolution de la demande en légumes biologiques en Allemagne
- La demande régionale en légumes biologiques en Bade-Wurtemberg
- Développement des circuits de commercialisation – régional et national
- La régionalité dans la promotion
- Conclusions

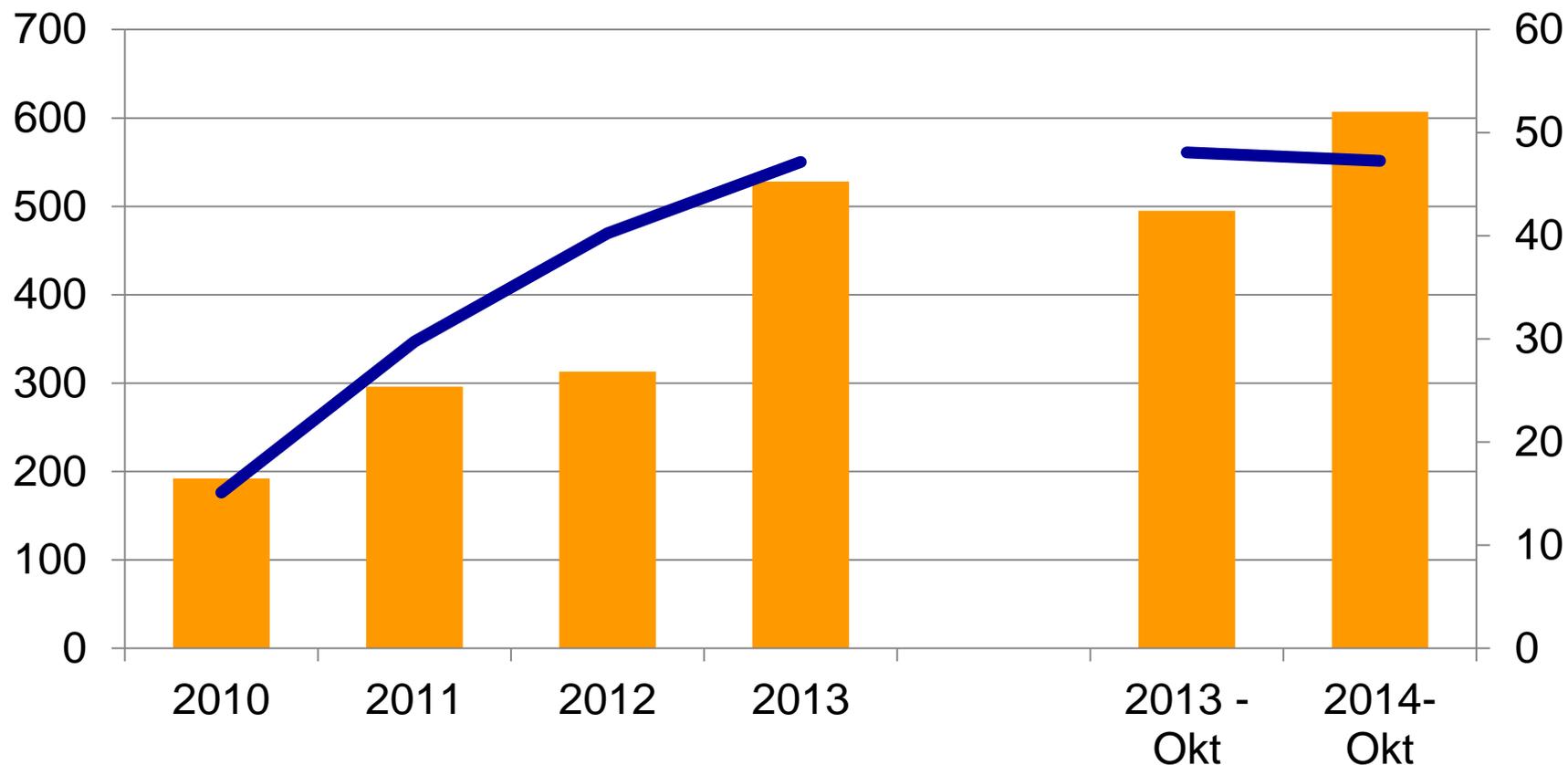
# Nombre d'actions de promotion pour les tomates allemandes et part d'annonces avec lien à la provenance régionale



Anzahl

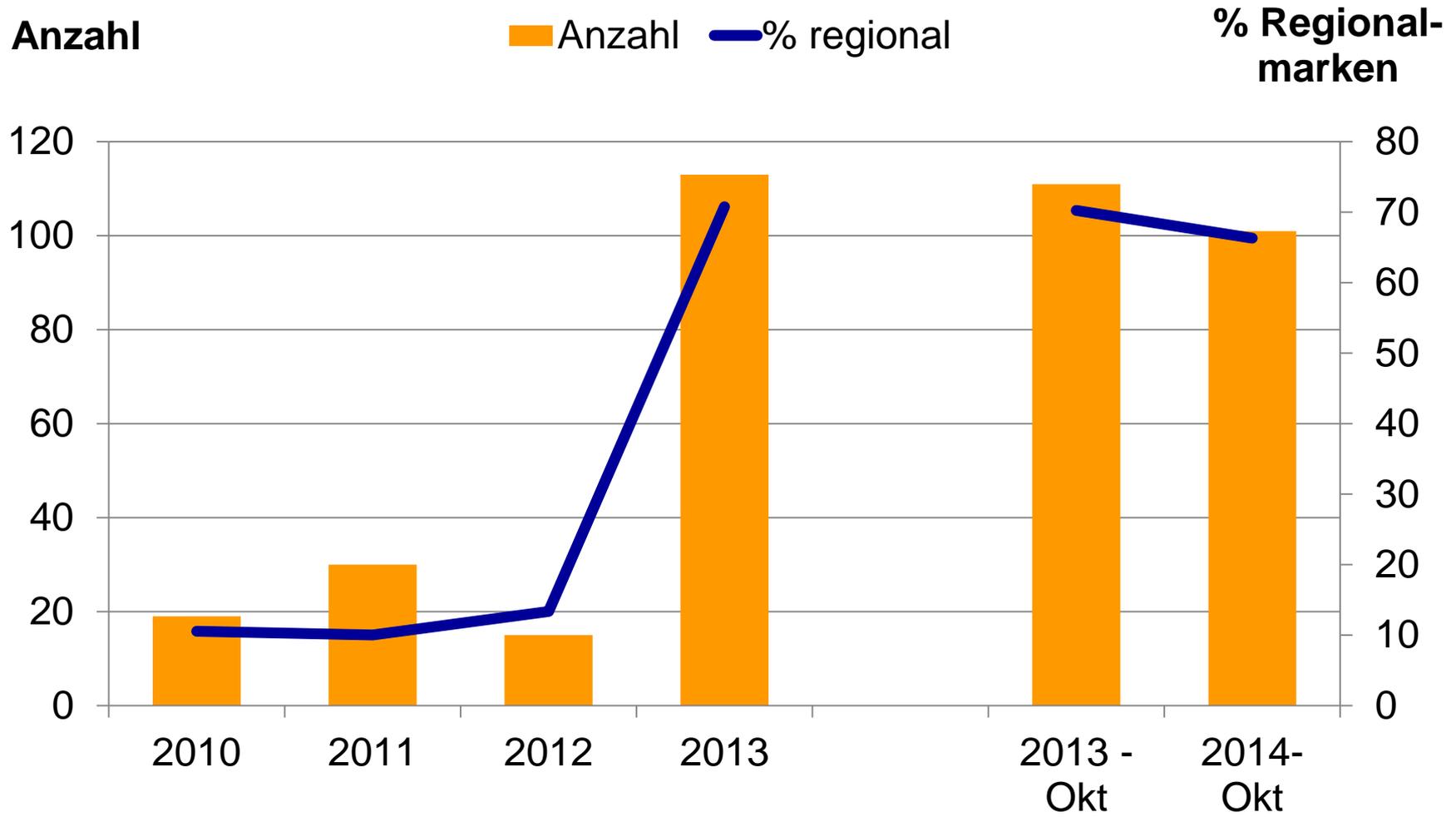
Anzahl % regional

% Regional-  
marken



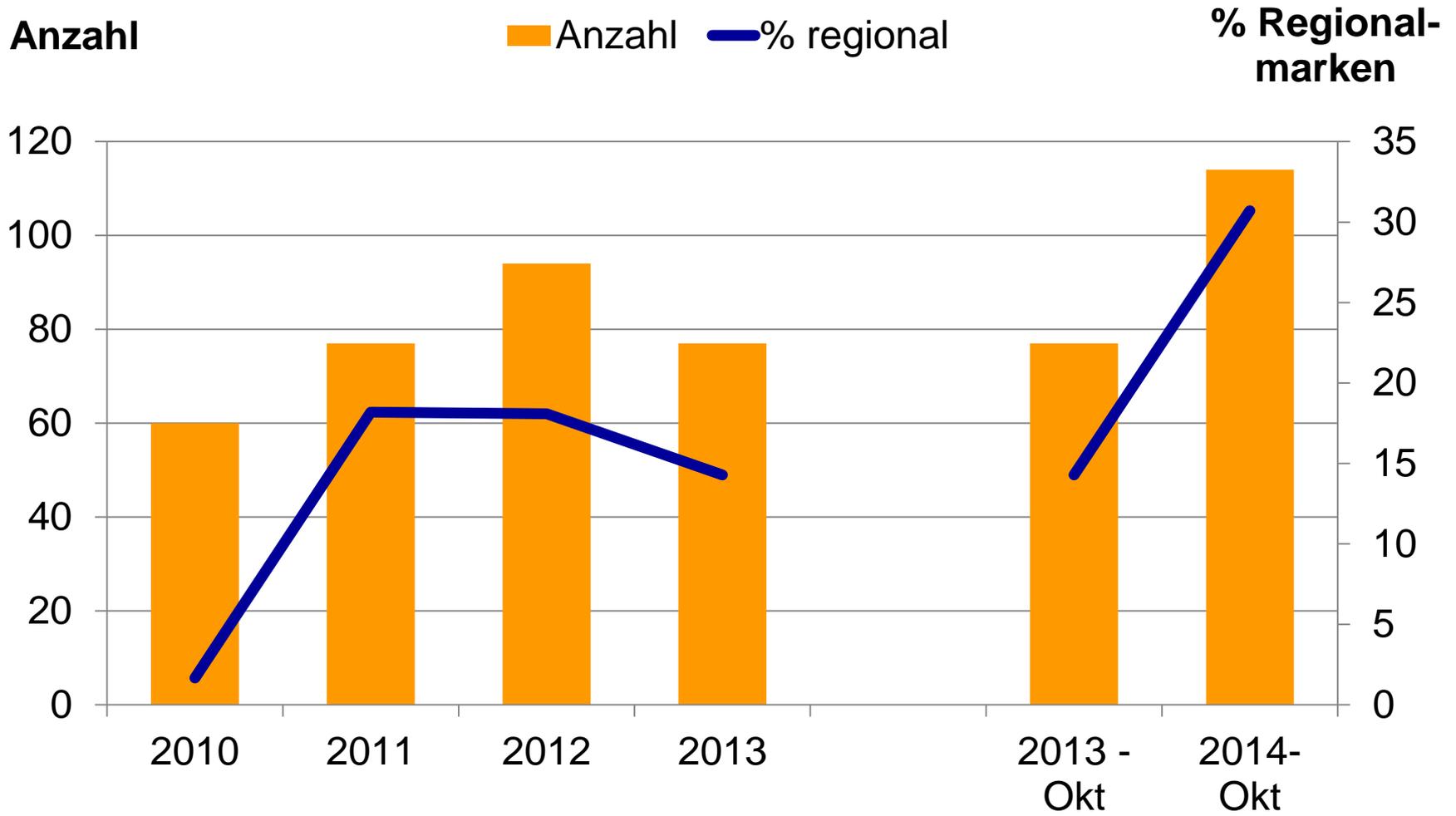
Quelle: AMI -Werbepreisspiegel

# Nombre d'actions de promotion pour les tomates Bio allemandes et part d'annonces avec référence à l'origine régionale



Quelle: AMI -Werbepreisspiegel

# Nombre d'actions de promotion pour les concombres et part d'annonces avec lien régional



Quelle: AMI -Werbepreisspiegel

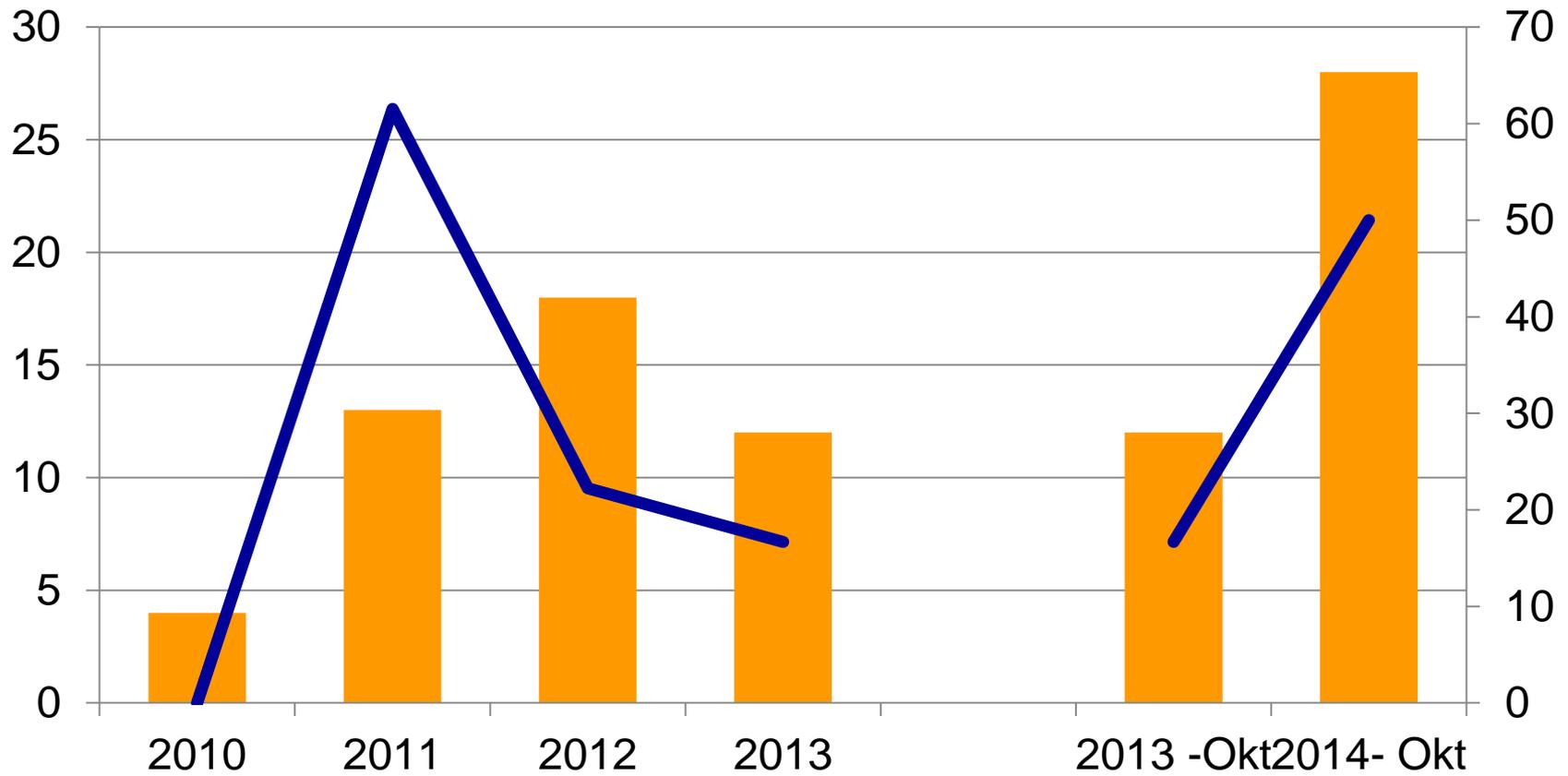
# Nombre d'actions de promotion pour les concombres biologiques et part d'annonces avec lien régional



Anzahl

Anzahl % regional

% Regional-  
marken



Quelle: AMI -Werbepreisspiegel

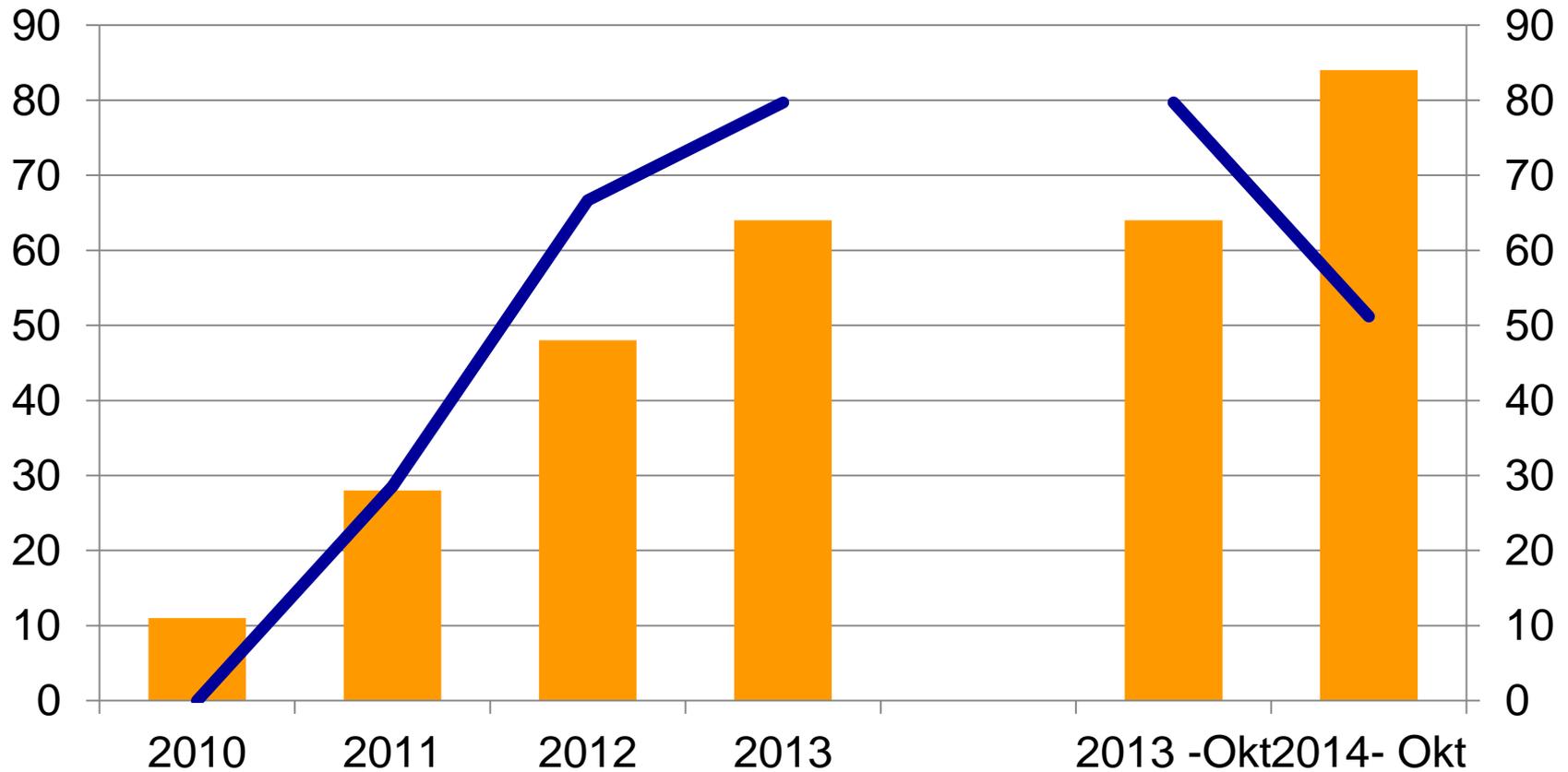
# Nombre d'actions de promotion pour les poivrons et part d'annonces avec lien régional



Anzahl

Anzahl % regional

% Regional-  
marken



Quelle: AMI -Werbepreisspiegel

# Je vous remercie pour vos questions !

AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

Dreizehnmorgenweg 10

53175 Bonn

[www.ami-informiert.de](http://www.ami-informiert.de)

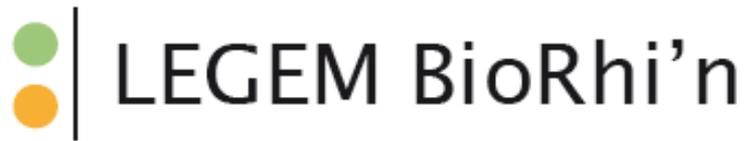
Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft erstellt unabhängig und übergreifend aktuelle Fakten und Analysen für das gesamte Agribusiness.



*natürlich informiert.*

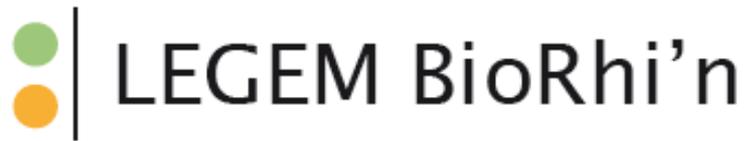


Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt



Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

# Les débouchés des fruits et légumes bio en grande distribution en Alsace



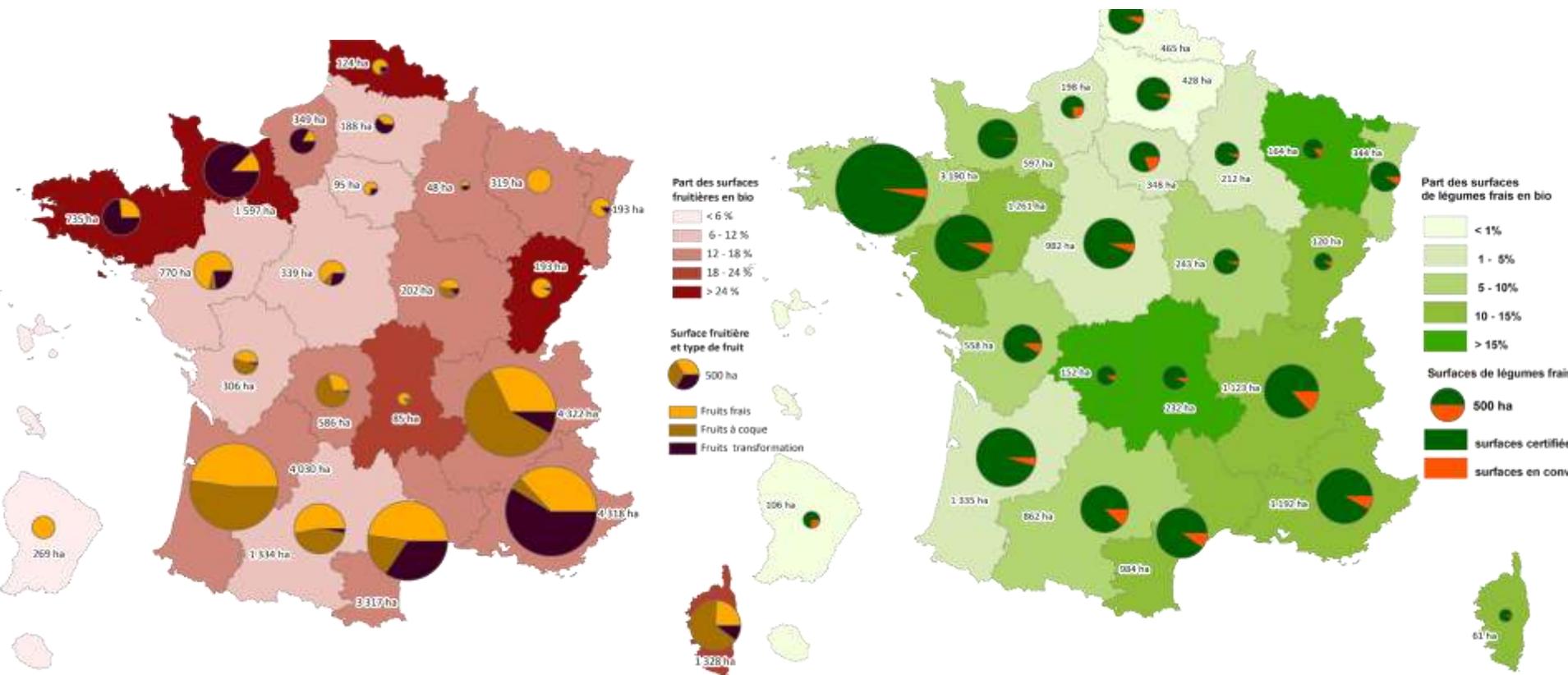
Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

## Contexte : tendances générales sur le marché français

- Contexte du marché des fruits et légumes bio en France et en Alsace
- Principaux résultats des enquêtes auprès des chefs de rayon et centrales d'achats
- Bilan et Perspectives

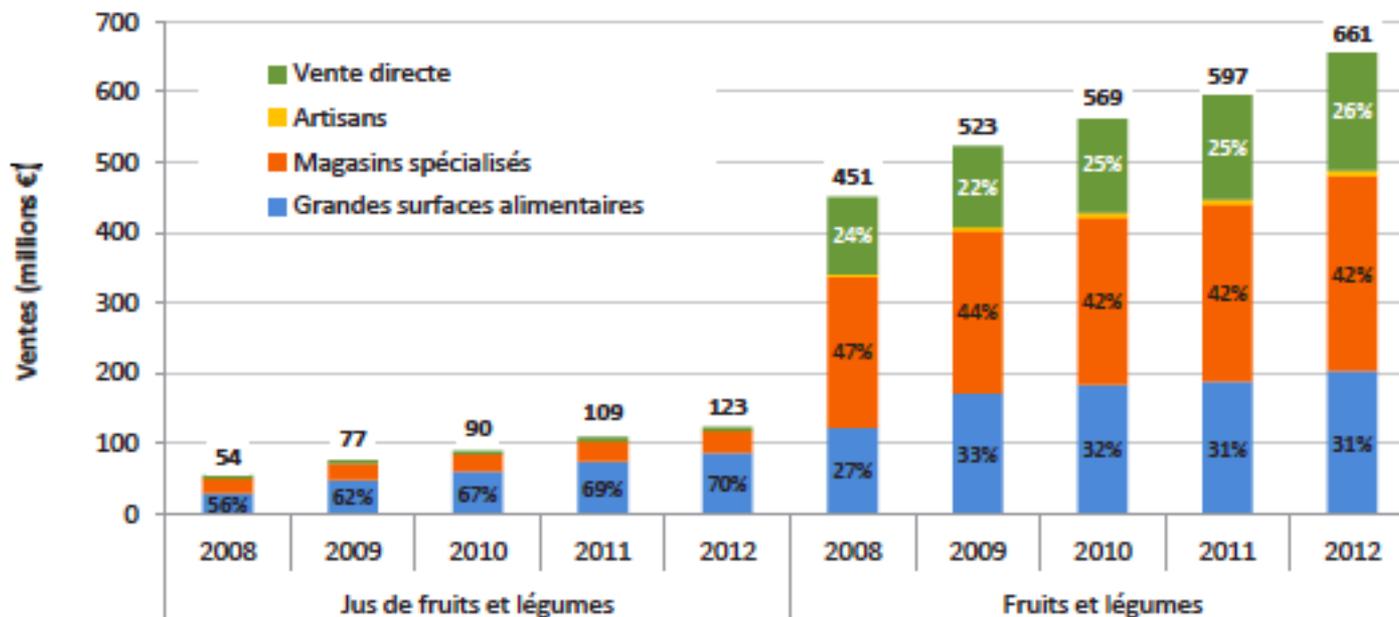
## Contexte : tendances générales sur le marché français



## Contexte : tendances générales sur le marché français

- Circuits de distribution des fruits et légumes bio : Les grandes surfaces alimentaires, environ 30% de part de marché (contre 75% pour les fruits et légumes conventionnels)

Evolution du marché bio des fruits et légumes frais et des jus en France, par circuit





LEGEM BioRhi'n



Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

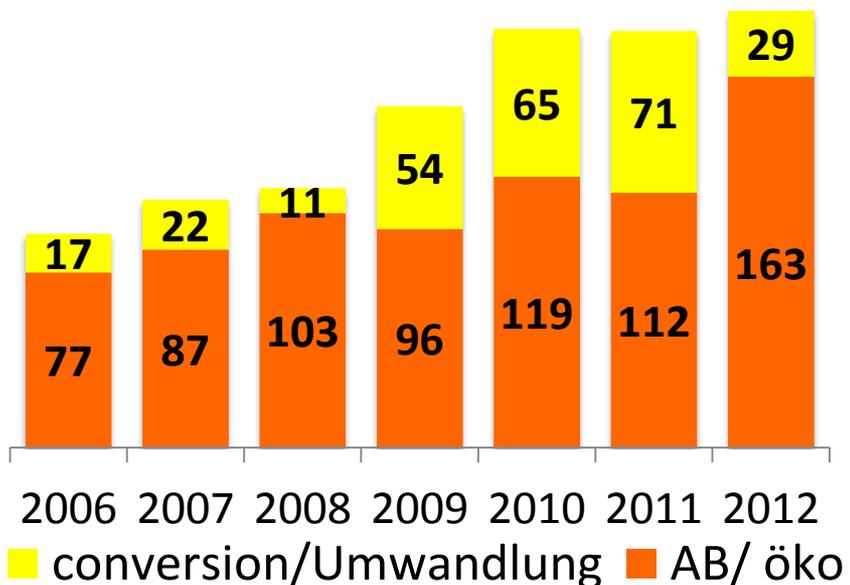
Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

## Contexte : tendances générales sur le marché français

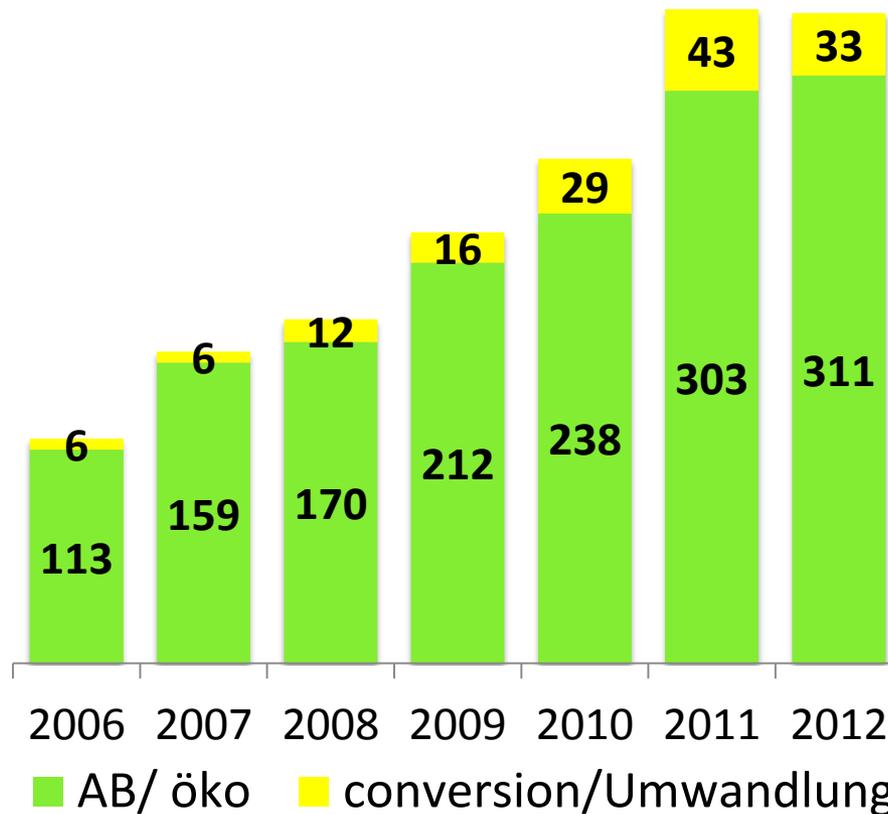
- Recul du Hard Discount
- Les grandes surface organisent la quasi totalité de leurs achats en fruits et légumes bio de façon centralisée (marque MDD ou gamme basique)
- Approvisionnement auprès d'une diversité de fournisseurs, sans arbitrage entre généraliste et bio

## Les fruits et légumes bio en Alsace

### Fruits bio



### Légumes bio





Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

## Les Chiffres

**Lieux de vente** : grandes et moyennes surfaces

**Les enseignes** : Cora, Auchan, Match, Super U, Simply Market, Carrefour, Leclerc et Intermarché

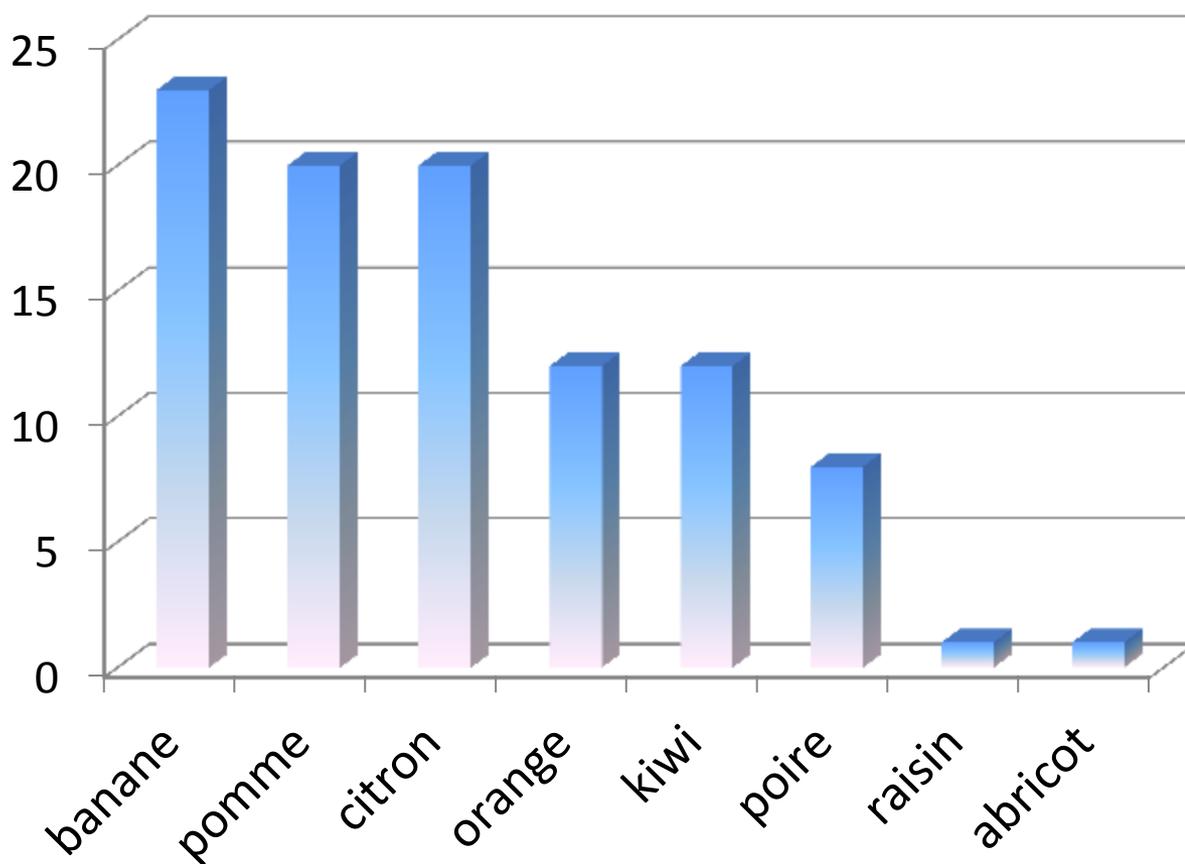
**Nombre de magasins interrogés** : 31

**Secteur** : Région Alsace

**Période** : 3<sup>ème</sup> trimestre 2013

**Durée des enquêtes** : entre 20 minutes et 1 heure

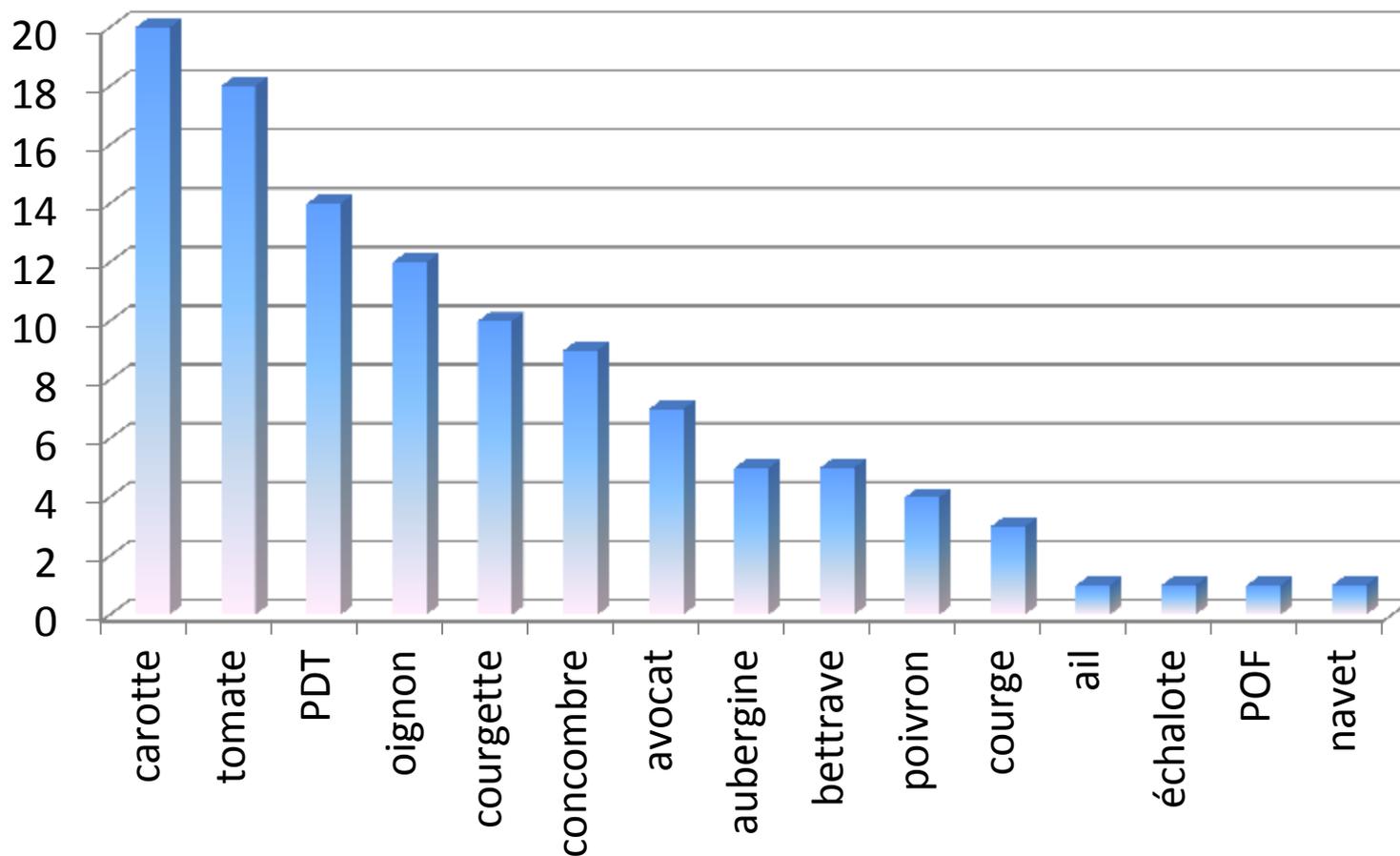
## Les fruits BIO les plus vendus en magasin



On observe le plus souvent les produits habituels et historiques en bio comme la banane, le citron, l'orange et le kiwi.

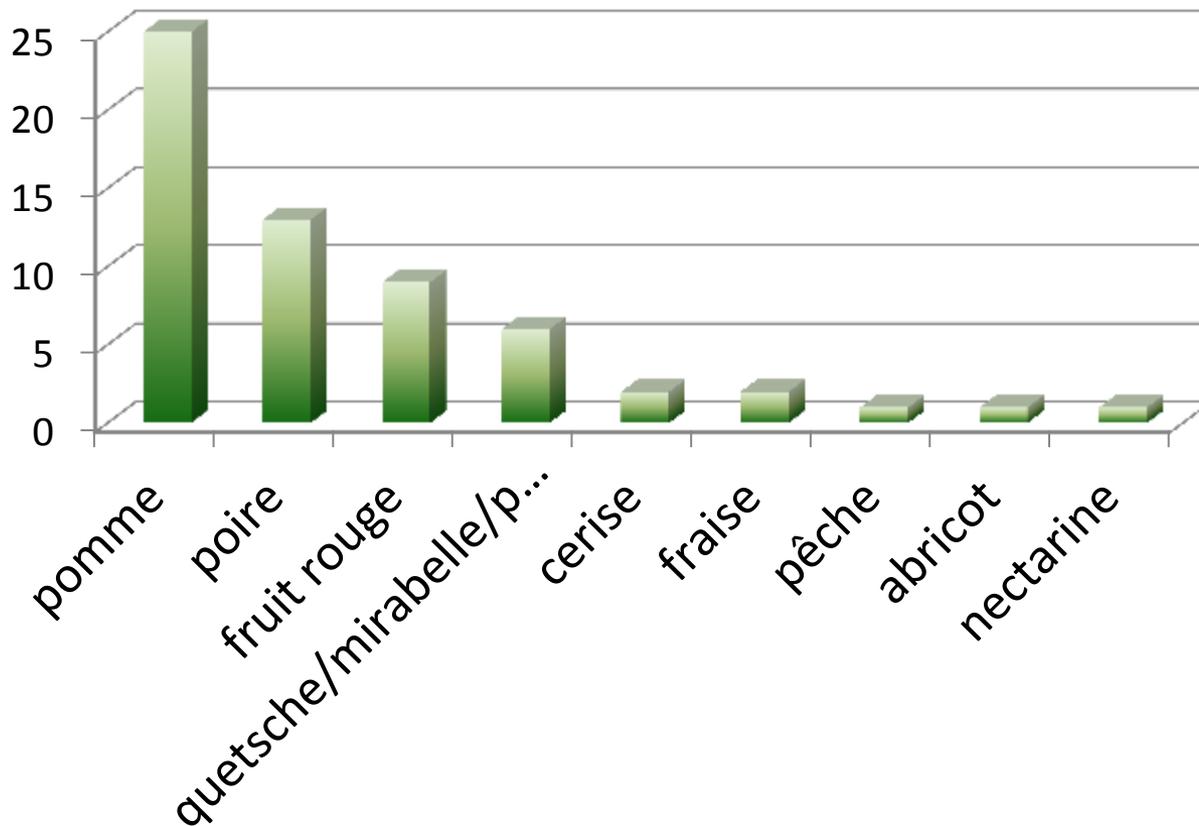
Mais se place en 2<sup>ème</sup> position **la pomme.**

## Les légumes BIO les plus vendus en magasin



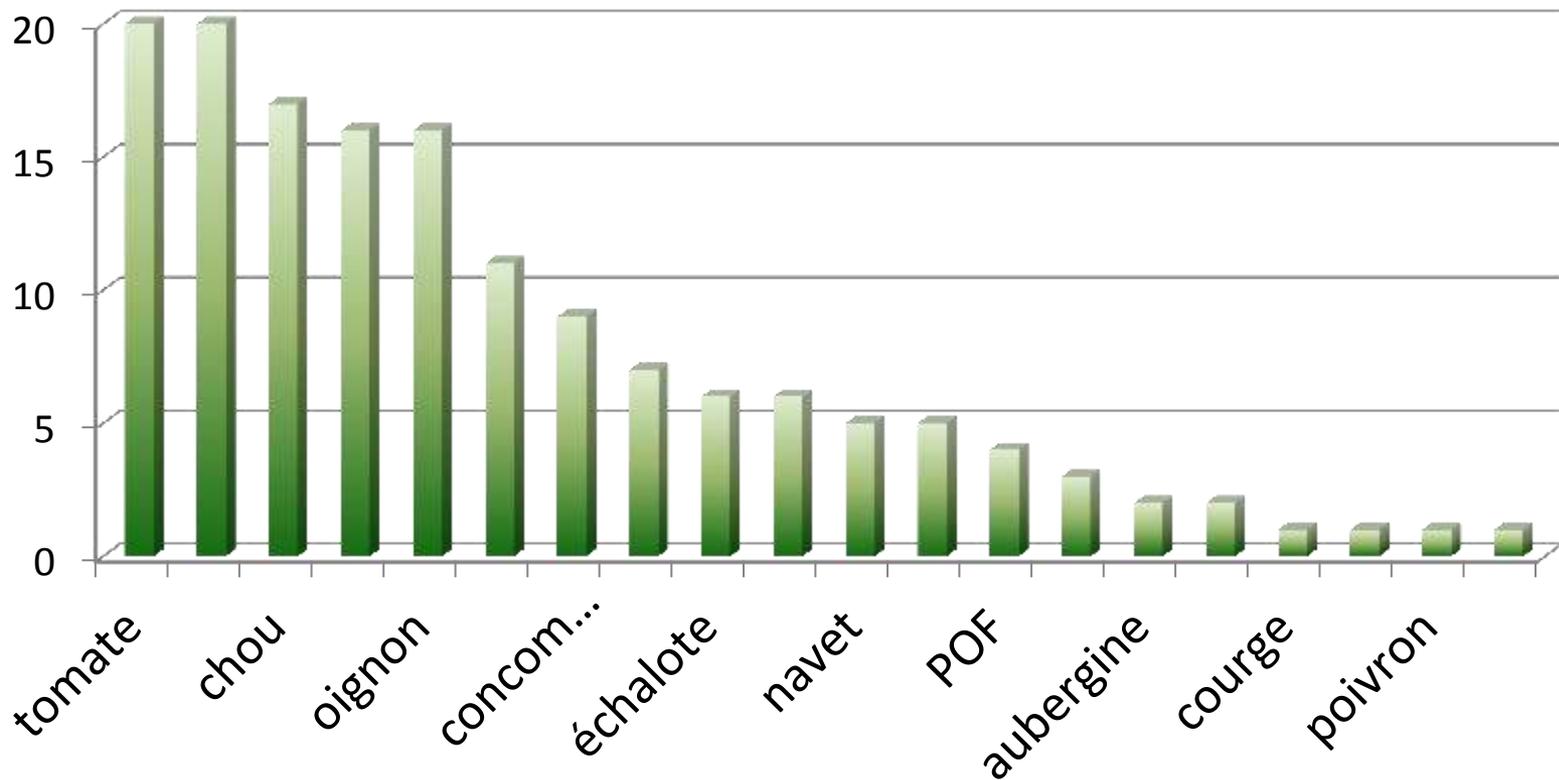
La carotte, la tomate et les pommes de terre sont les produits bio les plus vendus en magasin.

## Assortiment fruits bio pertinent pour la production alsacienne



Les chefs de rayon souhaitent en priorité des **produits de saison**. Les produits les plus pertinents seraient donc la pomme, la poire puis les fruits rouges.

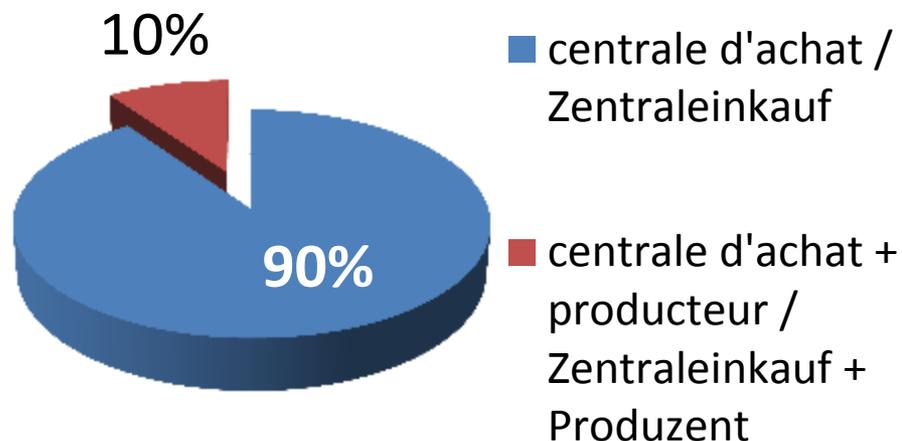
# Assortiment légumes bio pertinent pour la production alsacienne



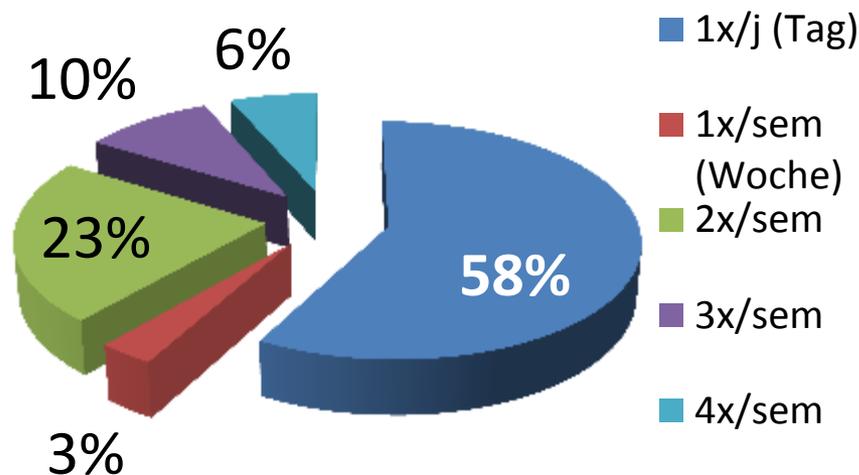
- En général les chefs de rayon sont intéressés pour travailler du **bio local**, même sur certains produits fragiles mais sur une courte période.
- Par contre il faut garder une cohérence des **calibres** avec les produits conventionnels. (ex. : calibre chou souvent trop petits)
- Attention tout de même au **conditionnement**. Le nombre de produits par colis et parfois trop élevé et devient source de perte. Une solution serait des colisages mixtes.

## Approvisionnement et prix

### Sources d'approvisionnement

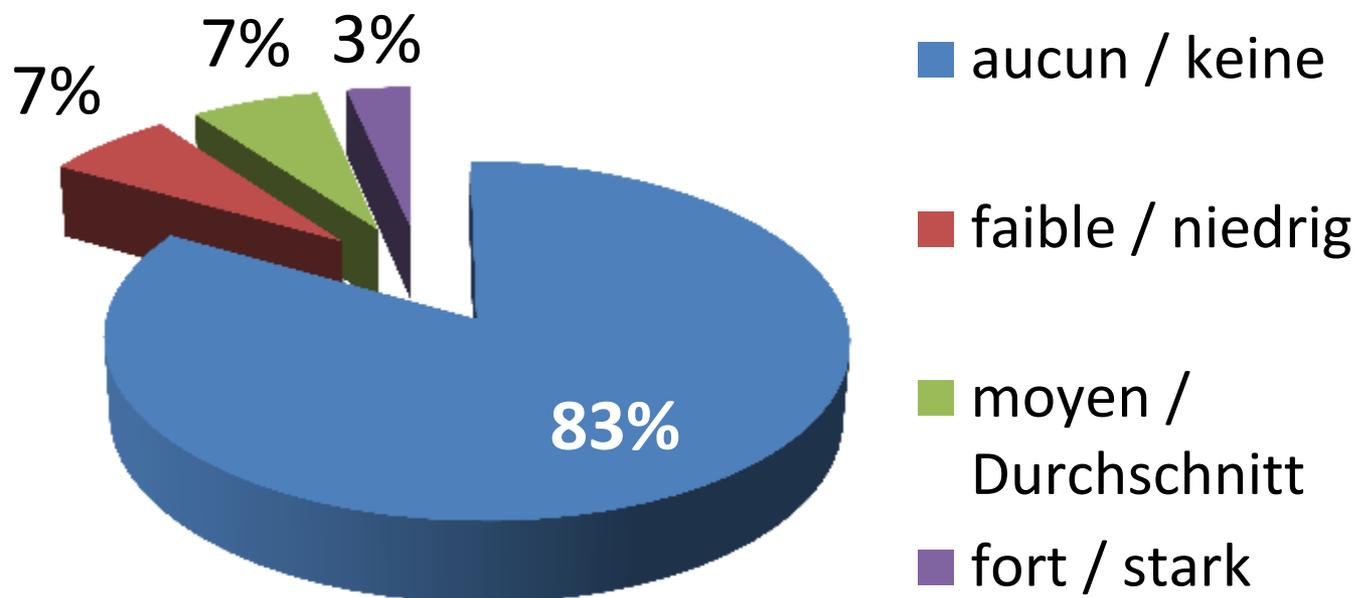


### Fréquence d'approvisionnement



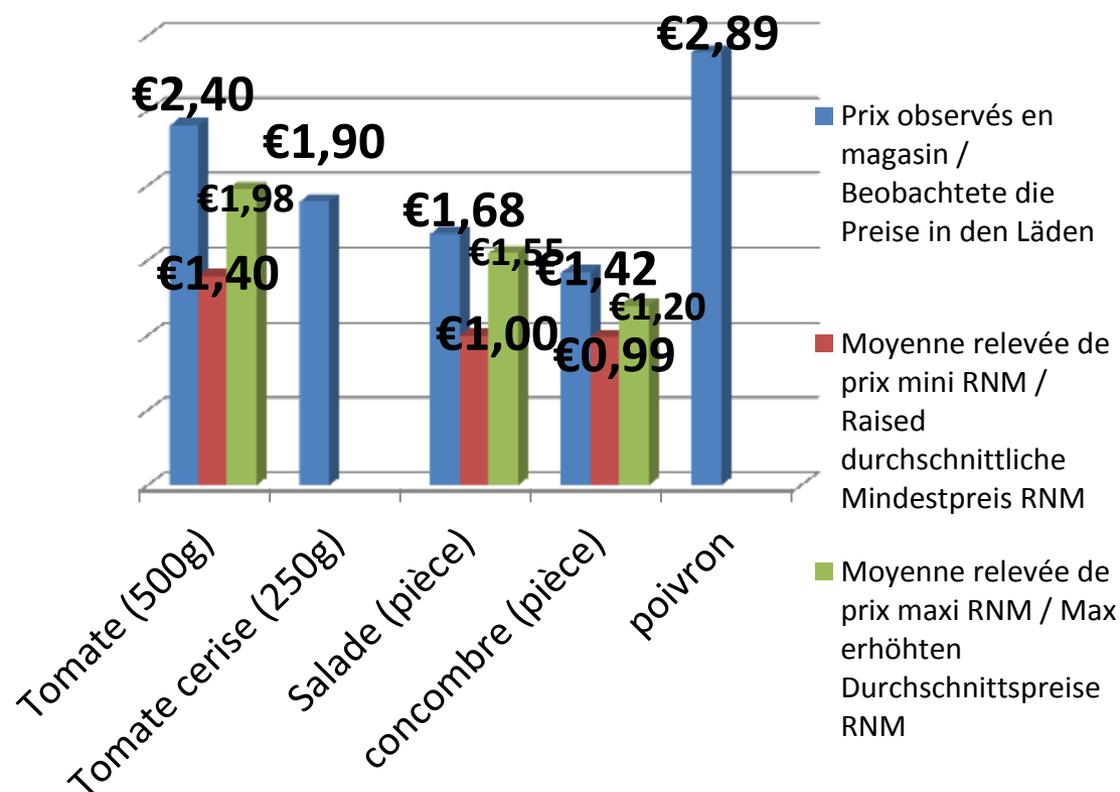
Plus de 50 % des chefs de rayons passent une commande tous les jours.

## Difficultés ressenties au niveau du prix d'achat

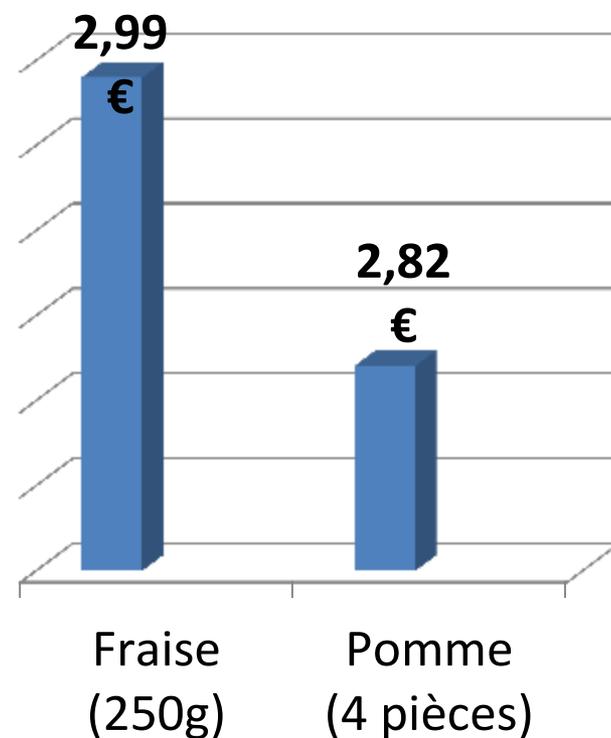


## Les **prix observés** en magasin au mois d'octobre / novembre 2013 : En comparaison avec la moyenne relevée de prix mini et maxi du Réseau des nouvelles des marchés (RNM) Source : France AGRIMER

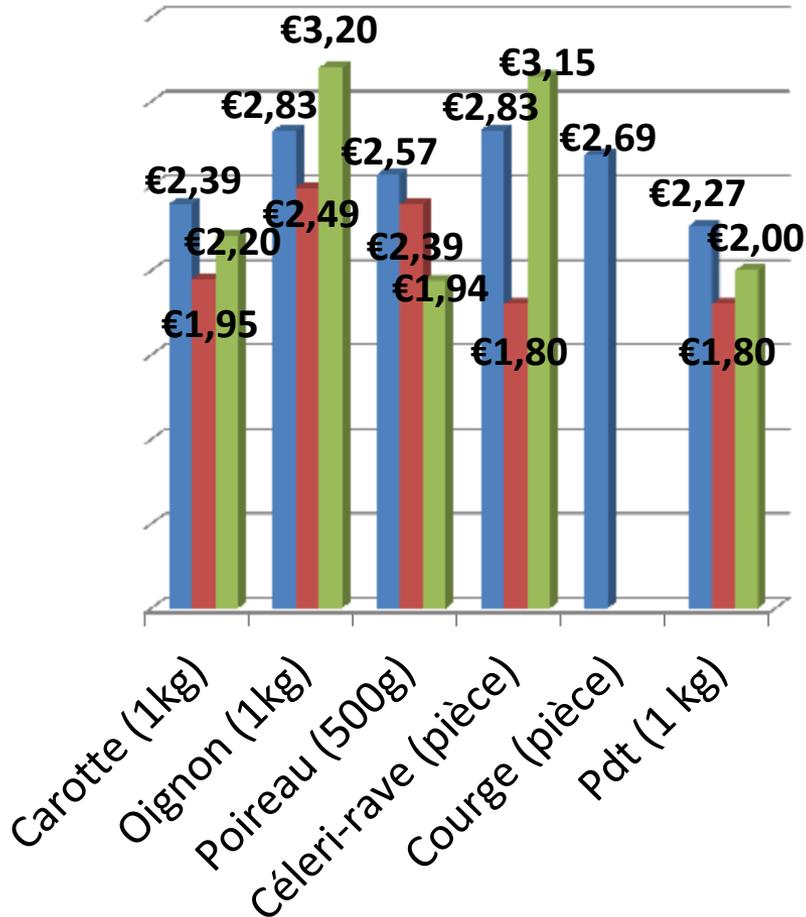
### ✓ *Les Produits d'été*



### ✓ *Les fruits*

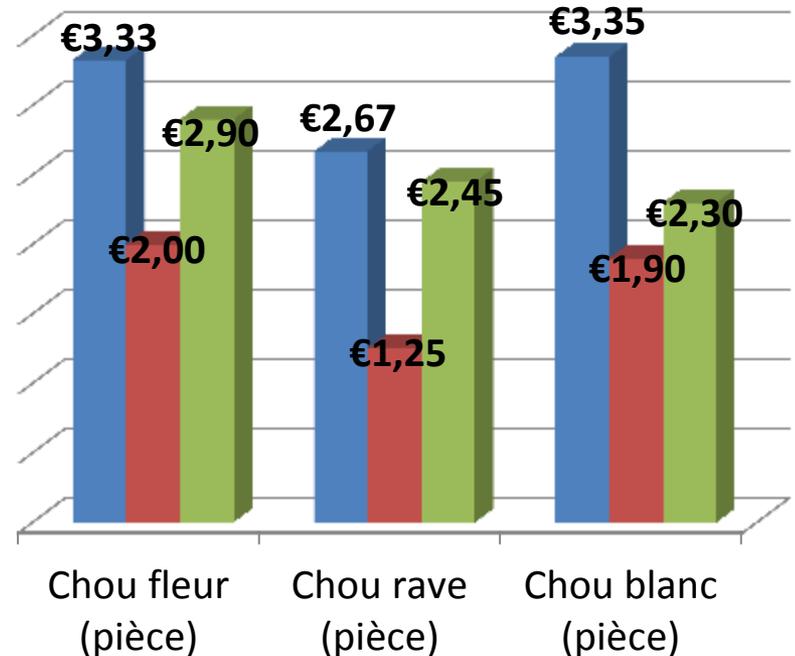


## ✓ Les Produits d'automne

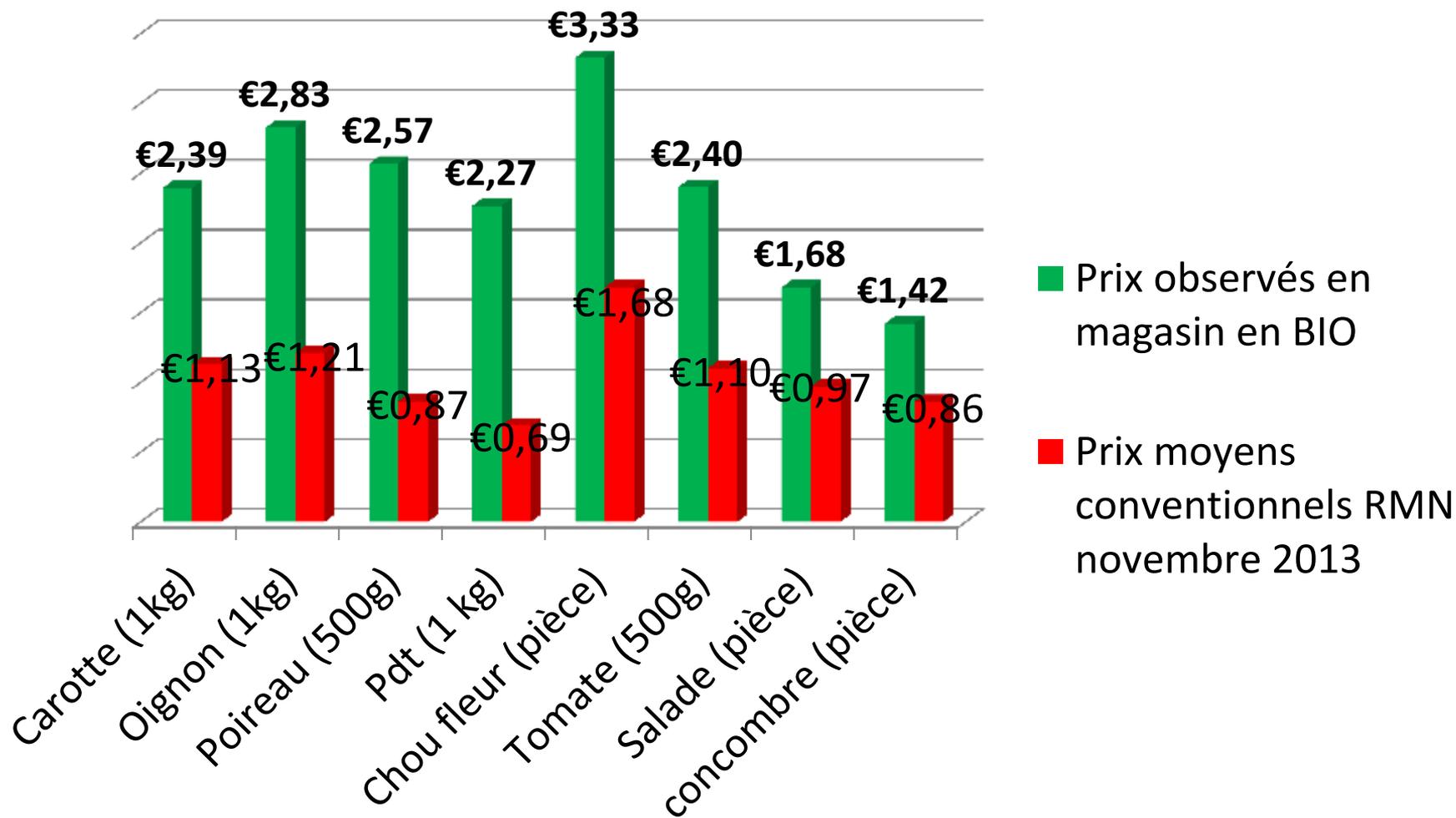


- Prix observés en magasin
- Moyenne relevée de prix mini RNM
- Moyenne relevée de prix maxi RNM

## ✓ Les choux

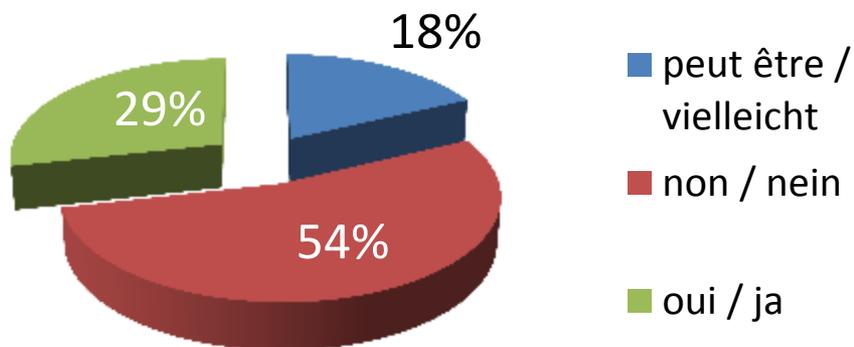


## ✓ Différence des prix des fruits et légumes BIO Alsace et des prix conventionnels en France



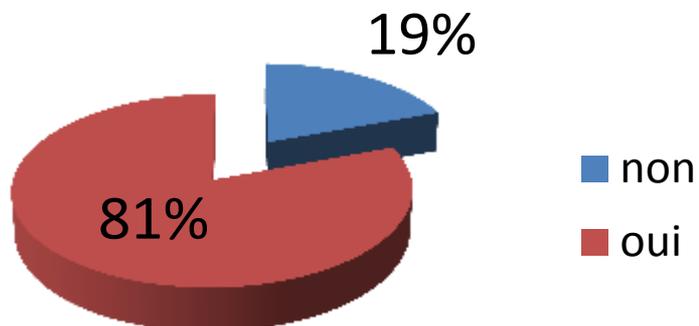
## Gamme et difficultés

Proposer une ou plusieurs références uniquement en BIO ?



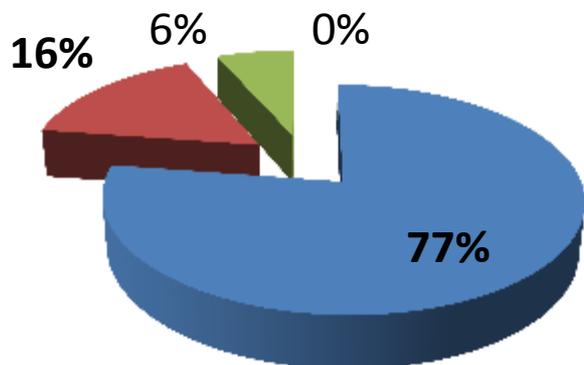
Plus de 50 % des chefs de rayons ne souhaitent pas mettre en place une référence uniquement en bio. D'après la plupart, il faut laisser le choix au consommateur surtout au niveau du prix.

Proposer une référence BIO Alsace limitée dans le temps ?



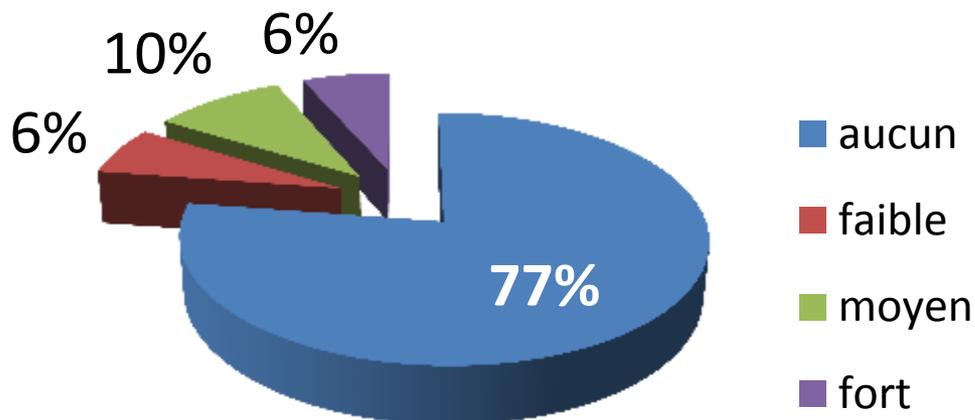
Plus de 80 % des chefs de rayon sont prêts à référencer et mettre en rayon un produit bio d'Alsace juste pendant une période donnée, pendant la saison.

## Difficulté de la gamme disponible



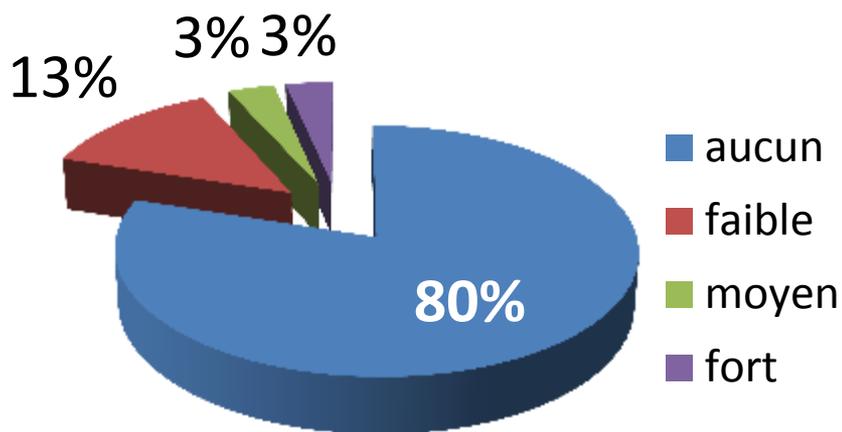
- aucun / keine
- faible / niedrig

## Difficulté sur les contraintes réglementaires



- aucun
- faible
- moyen
- fort

## Difficulté de la quantité disponible

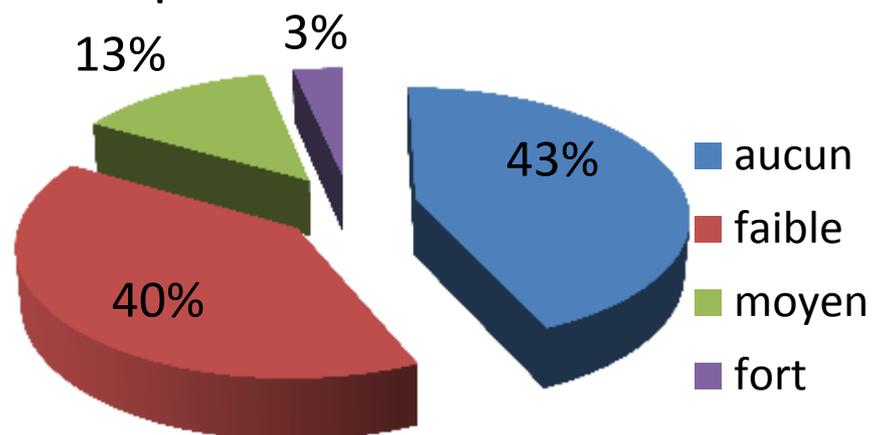


En général, les chefs de rayon n'éprouvent **pas de difficulté particulière** pour la gestion de leur rayon bio.

Sauf pour 40 % des interrogés qui soulèvent des **problèmes de qualité** sur certains produits.

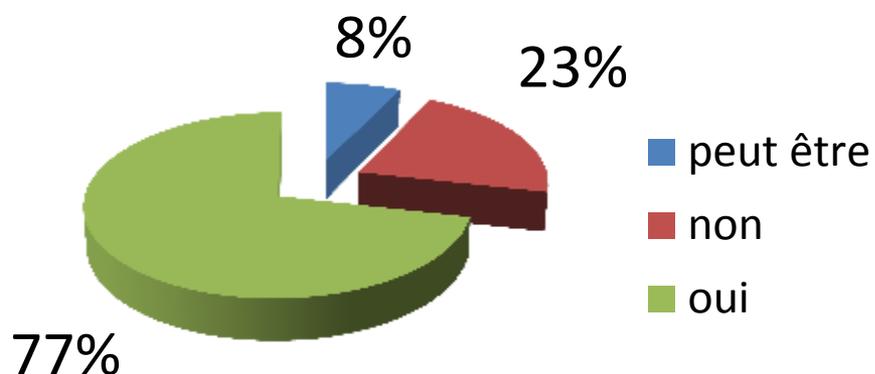
On n'observe **aucune difficulté sur la connaissance des sources d'approvisionnement.**

## Difficulté de la qualité disponible



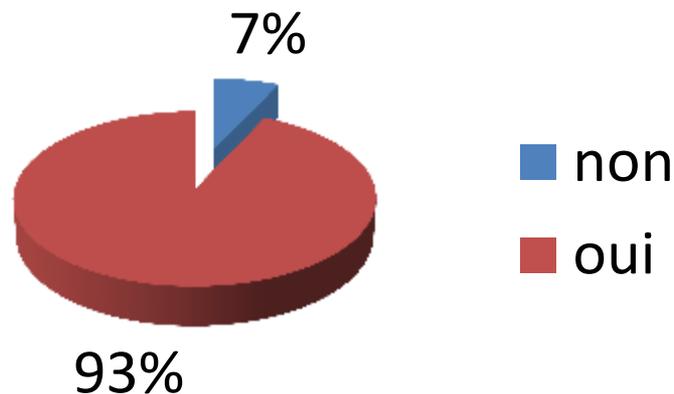
## Animations et formation

Acceptez-vous un îlot de fruits et légumes bio en vente assisté par un producteur ?



Pour les magasins qui ne sont pas intéressés ce serait dû à des contraintes de certification et de gestion de la balance. Mais la majorité des magasins y sont favorables.

Êtes-vous intéressé par une formation spécifique sur les fruits et légumes Bio d'Alsace ?



## Projets et motivations

La plupart des projets sont des **projets d'agrandissement** pour **5** magasins. **8** magasins n'ont **pas de projet particulier** sur le bio pour l'instant. **5** magasins envisagent des **agrandissements** s'ils observent de **meilleures ventes**.

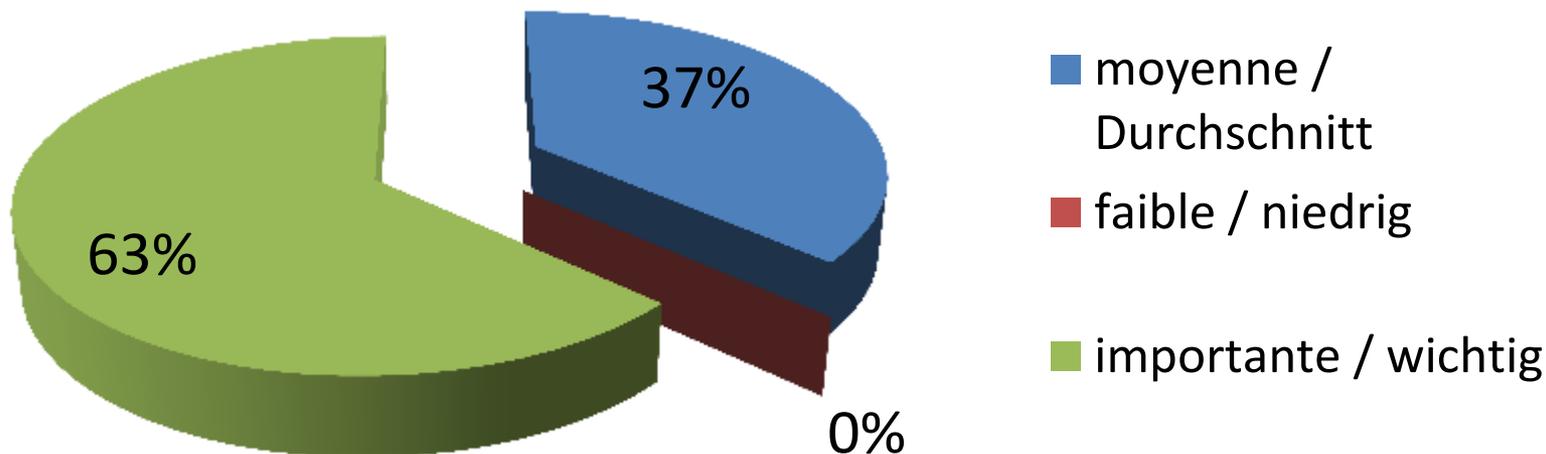
**3** magasins ont **déjà un rayon bio bien délimité** en entrée de magasin.



Pour les autres, **3** magasins vont proposer des **îlots de vente assistée** des produits bio en vrac ou en sachets temporaires ou permanentes ainsi que des **animations**.

Il y a même un projet de développement d'un **drive bio** et la proposition de plus de **produits bio** dans les **prospectus**.

## La motivation du chef de rayon



Plus de 60 % des chefs de rayons interrogés ont une forte volonté de développer les produits bio en magasin. Un peu moins de 40 % ont une motivation moyenne mais toujours présente pour valoriser ces produits.

Lors de nos enquêtes nous n'avons rencontré personne qui ne s'intéressait pas au bio.



Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

## Objectifs de l'enquête auprès des centrales d'achats :

- Faire un état des lieux de la demande des centrales d'achats régionales
- Evaluer le potentiel de développement du marché des fruits et légumes régionaux dans les centrales d'achats

## Echantillon :

Les entretiens en face à face ont eu lieu en été 2013, auprès des acheteurs en fruits et légumes ou acheteurs en produits bio

- Système U, Auchan Scofel, Simply Market, Scapest, Coop Alsace



Dépasser les frontières : projet après projet  
 Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

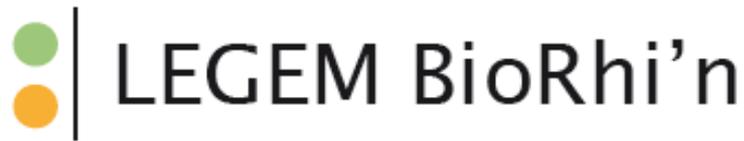
Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

## Positionnement des centrales d'achats sur les fruits et légumes bio

### SCOFEL-Auchan (Marché gare Strasbourg)

Nombres de magasins	12 hypermarchés intégrés, dépendance avec le bureau d'achat basé à Lille
Aire de distribution	Grand-Est
Evolution de l'activité bio	Nombreux essais, infructueux
Fournisseurs « bio »	Grossistes spécialisés, mixtes multiproduits
Origine	France prioritaire, sinon Espagne
Logistique	En A pour A voire en A pour B, passage obligatoire par la plate-forme, pas de direct magasin
Rayon	Conditionnement obligatoire
Références bio à développer	Tous les légumes alsaciens

- **Perspectives** : Planification des volumes envisageables, recherche d'argumentaire à l'attention des chefs de rayon et acheteurs pour référencer les légumes bio locaux.



Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

# Bilan et perspectives :

## Sur le marché français :

- Forte croissance de la production de ces dernières années semble s'atténuer (ralentissement des conversions...?)
- Consommation : Ralentissement du recrutement de nouveaux consommateurs ( clientèle « modeste ») et meilleure fidélisation du cœur de clientèle



Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace

# Bilan et perspectives :

## Débouchés grande distribution

- Motivations des chefs de rayon et des directeurs de magasins de développer les produits bio régionaux
- Sauf exception, peu de perspectives de valorisation auprès des centrales présentes sur le territoire
- Opportunités auprès de certains magasins en direct

## Conditions

- Massifier l'offre
- Préemballage
- Surcoût bio à limiter

Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen: mit jedem Projekt

Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace



Ilot de fruits et légumes bio en vrac au Cora Housen



Tête de gondole BIO avec utilisation de la PLV au Cora Haguenau



Vente en vrac au Cora Haguenuau



Mise en place des stops rayon  
« Fruits et Légumes BIO d'Alsace »

# Les produits bio d'Alsace dans le tract d'un magasin



**coop**  
ALSACE

## MANGEONS BIO !

Sélection produits bio en page 4

OFFRE VALABLE DU 10 AU 21 AVRIL 2013  
FRUITS ET LÉGUMES VALABLES DU 10 AU 13 AVRIL 2013

**COLIS FRUITS ET LÉGUMES BIO**  
Catégorie 2  
Le colis de 5 kg.  
Le kg : 1,59€

**7€  
,95**  
LE COLIS

**ORIGINE FRANCE/ALSACE**

**FRUITS ET LÉGUMES BIO D'ALSACE**

**CAROTTES BIO**  
Catégorie 2  
La botte de 1 kg.

**1€  
,19**  
LE KG

**BANANES BIO**  
Catégorie 2

**1€  
,19**  
LE KG

**ORIGINE RÉPUBLIQUE DOMINICAINE**



# LEGEM BioRhi'n

Développer des outils pour améliorer la compétitivité de la production de fruits et légumes biologiques de la région du Rhin supérieur



Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen : mit jedem Projekt

## Présentation des coûts de production pour une sélection d'espèces

Forum transfrontalier

13 Novembre 2014

Johanna BODENDÖRFER

Philippe SCHWOEHRER



- **France**

Itinéraires techniques : PLANETE Légumes

Coût de fourniture : Enquête fournisseurs

Coût mécanisation : KTBL „Ökologischer Feldgemüsebau“

- **Allemagne**

KTBL „Ökologischer Feldgemüsebau“

Enquête auprès d'exploitations et de conseillers

- **Division de l'itinéraire technique en 4 phases**
  - Préparation
  - Semis/Plantation
  - Suivi de la culture
  - Récolte

Les travaux après récolte ne seront pas pris en compte dans le calcul.

Itinéraire technique		Temps de travail h/ha		Consommation gasoil (L)
		fixe	variable	
<b>Préparation</b>				
Travail du sol - déchaumage	Pflug (4 Schare, 14m, 67kW)	1,00		23,70
Fraiser et butter	Beetfräse (18 m; 45 kW)	2,00		11,00
Bechage	Spatenrollegge, 3 m; 45 kW	2,00		3,40
Fertilisation de fond	Anbauschleuderstreuer 0,8 m³	1,50		4,20
Desherbage thermique	mit Fronttank 300 kg, 1,8 m ; 45 kW	2,00		9,00
<b>Semis</b>				
Semis	Sämaschine für Dammkultur, doppelreihen; kW45	3,00		7,6
<b>Suivi de culture</b>				
Fertilisation de couverture	Kastenstreuer 1,5m, 0,30 m³	4 x 1,50		7,60
Irrigation	350 m, 26-35 (30) m³/h; 45 kW	4,64		50,00
Binage (mécanique)	Dammflankenhackgerät 4-reihig, 3 m; 45kW	2 x 4,00		3,70
Binage (mécanique)	Dammflankenhackgerät 4-reihig, 3 m; 45kW	3 x 3,00		3,70
Desherbage thermique	mit Fronttank 300 kg, 1,8 m ; 45 kW	2,00		9,00
Desherbage manuel		20,00	80	
<b>Récolte</b>				
Récolte mécanisée	Kartoffelüberlader, Selbstfahrer 250 kW, 4-reihig Dreiseitenkippanhänger, 14 t; 45 kW	10,00	30	51,2 0,6
<b>Total temps de travail :</b>		<b>56,64</b>	<b>110</b>	
<b>Total consommation gasoil :</b>				<b>184,70</b>

## Charges opérationnelles

			Quantité	Coût unitaire	Coût total
<b>Plants</b>					
Semence	biologique	kg/ha	1,60	866	1 386,0 €
<b>Engrais et amendements</b>					
Fumier de cheval composté (5,6-3,2-7,6)		kg/ha	15 000	0,02	300,0 €
Patenkali (0-0-30)		kg/ha	600	0,55	330,0 €
<b>Irrigation</b>					
Eau		m3/ha	1 000	0,019	19,0 €
<b>Divers</b>					
Gaz pour désherbage thermique		kg/ha	50	1,34	67,5 €
<b>Total charges opérationnelles</b>					<b>2 103 €</b>

## Coût de la mécanisation

		Fixe	Variable
Travail du sol - déchaumage	Pflug (4 Schare, 1,4m, 67kW)	15,2	26,0
Fraiser et butter	Beetfräse (1,8 m; 45 kW)	27,3	27,0
Bechage	Spatenrolllege, 3 m; 45 kW	11,7	25,0
Fertilisation de fond	Anbauschleuderstreuer 0,8 m <sup>3</sup>	8,7	15,2
Fertilisation de couverture	Kastenstreuer 1,5m, 0,30 m <sup>3</sup>	14,2	15,1
Irrigation	350 m, 26-35 (30) m <sup>3</sup> /h; 45 kW	79,4	57,0
Semis	Sämaschine für Dammkultur, doppelreihen; kW45	14,8	34,0
Binage (mécanique)	Dammflankenhackgerät 4-reihig, 3 m; 45kW	27,2	50,0
Binage (mécanique)	Dammflankenhackgerät 4-reihig, 3 m; 45kW	27,8	45,0
Desherbage thermique	mit Fronttank 300 kg, 1,8 m ; 45 kW	67,8	96,8
Récolte mécanisée	Kartoffelüberlader, Selbstfahrer 250 kW, 4-reihig	395,4	68,0
	Dreiseitenkippanhänger, 14 t; 45 kW	62,7	100,2
<b>Total de charges de mécanisation</b>		<b>752,19 €</b>	<b>559,34 €</b>

## Carotte

Rendement	35	t/ha	Charges opérationnelles	2 103	€/ha
Coût de mécanisation variable	744	€/ha	Coût de mécanisation fixe	752	€/ha
Charge de main d'œuvre variable	1 242	€/ha	Charge de main d'œuvre fixe	850	€/ha
Coût horaire main d'œuvre temporaire	11,29	€/ha	Coût de main d'œuvre permanente	15,00	€/ha
<b>Total charges variables</b>	<b>4 088</b>	<b>€/ha</b>	<b>Total charges fixes</b>	<b>1 602</b>	<b>€/ha</b>
<b>Total charges affectées</b>	<b>5 690</b>	<b>€/ha</b>			
<b>Autres charges de structure</b>	<b>1 423</b>	<b>€/ha</b>			
(25% des charges affectées)			<b>Coût total</b>	<b>7 113</b>	<b>€/ha</b>
			<b>Coût de production</b>	<b>0,20</b>	<b>€/kg</b>

# Présentation des résultats pour les cultures suivantes

**Carotte**

**Chou pommé**

**Céleri rave**

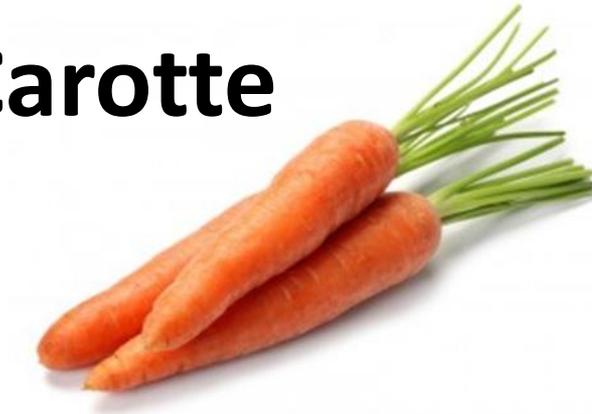


# LEGEM BioRhi'n

Développer des outils pour améliorer la compétitivité de la production de fruits et légumes biologiques de la région du Rhin supérieur

---

## Carotte



## Carotte

Rendement	35	t/ha	Charges opérationnelles	2 103	€/ha
Coût de mécanisation variable	714	€/ha	Coût de mécanisation fixe	752	€/ha
Charge de main d'œuvre variable	1 242	€/ha	Charge de main d'œuvre fixe	850	€/ha
Coût horaire main d'œuvre temporaire	11,29	€/ha	Coût de main d'œuvre permanente	15,00	€/ha
<b>Total charges variables</b>	<b>4 059</b>	<b>€/ha</b>	<b>Total charges fixes</b>	<b>1 602</b>	<b>€/ha</b>
<b>Total charges affectées</b>	<b>5 660</b>	<b>€/ha</b>	<b>Coût total</b>	<b>7 076</b>	<b>€/ha</b>
<b>Autres charges de structure</b> (25% des charges affectées)	<b>1 415</b>	<b>€/ha</b>	<b>Coût de production</b>	<b>0,20</b>	<b>€/kg</b>

## Möhren

Ertrag	35	t/ha	Direktkosten	1 802	€/ha
Variable Maschinenkosten	1 146	€/ha	Fixe Maschinenkosten	957	€/ha
Variable Lohnkosten	1 396	€/ha	Fixe Lohnkosten	885	€/ha
Arbeitgeberlohnkosten	7,50	€/h	Arbeitgeberlohnkosten	15,00	€/h
<b>Summe Variable Kosten</b>	<b>4 344</b>	<b>€/ha</b>	<b>Summe Fixe Kosten</b>	<b>1 842</b>	<b>€/ha</b>
<b>Summe Einzelkosten</b>	<b>6 186</b>	<b>€/ha</b>	<b>Summe aller Kosten</b>	<b>7 733</b>	<b>€/ha</b>
<b>Gemeinkosten</b> (25% der Einzelkosten)	<b>1 547</b>	<b>€/ha</b>	<b>Kosten für 1kg des Endprodukts</b>	<b>0,22</b>	<b>€/kg</b>



## Chou pommé

## Chou pommé

Rendement	30	t/ha	Charges opérationnelles	4 164	€/ha
Coût de mécanisation variable	1 411	€/ha	Coût de mécanisation fixe	652	€/ha
Charge de main d'œuvre variable	2 089	€/ha	Charge de main d'œuvre fixe	1 253	€/ha
Coût horaire main d'œuvre temporaire	11,29	€/h	Coût de main d'œuvre permanente	15,00	€/h
<b>Total charges variables</b>	<b>7 664</b>	<b>€/ha</b>	<b>Total charges fixes</b>	<b>1 905</b>	<b>€/ha</b>
<b>Total charges affectées</b>	<b>9 569</b>	<b>€/ha</b>			
<b>Autres charges de structure</b> (25% des charges affectées)	<b>2 392</b>	<b>€/ha</b>	<b>Coût total</b>	<b>11 962</b>	<b>€/ha</b>
			<b>Coût de production</b>	<b>0,40</b>	<b>€/kg</b>

## Kopfkohl

Ertrag	42	t/ha	Direktkosten	4 230	€/ha
Variable Maschinenkosten	1 228	€/ha	Fixe Maschinenkosten	562	€/ha
Variable Lohnkosten	2 781	€/ha	Fixe Lohnkosten	882	€/ha
Arbeitgeberlohnkosten	7,50	€/h	Arbeitgeberlohnkosten	15,00	€/h
<b>Summe Variable Kosten</b>	<b>8 238</b>	<b>€/ha</b>	<b>Summe Fixe Kosten</b>	<b>1 444</b>	<b>€/ha</b>
<b>Summe Einzelkosten</b>	<b>9 682</b>	<b>€/ha</b>			
<b>Gemeinkosten</b> (25% der Einzelkosten)	<b>2 421</b>	<b>€/ha</b>	<b>Summe aller Kosten</b>	<b>12 103</b>	<b>€/ha</b>
			<b>Kosten für 1kg des Endprodukts</b>	<b>0,29</b>	<b>€/kg</b>



## Céleri rave



## Céleri rave

Rendement

30

t/ha

Charges opérationnelles

3 737 €/ha

Coût de mécanisation variable	959	€/ha	Coût de mécanisation fixe	732	€/ha
Charge de main d'œuvre variable	1 456	€/ha	Charge de main d'œuvre fixe	833	€/ha
Coût horaire main d'œuvre temporaire	11,29	€/h	Coût de main d'œuvre permanente	15,00	€/h
<b>Total charges variables</b>	<b>6 152</b>	<b>€/ha</b>	<b>Total charges fixes</b>	<b>1 565</b>	<b>€/ha</b>
<b>Total charges affectées</b>	<b>7 716</b>	<b>€/ha</b>			
<b>Autres charges de structure</b> (25% des charges affectées)	<b>1 929</b>	<b>€/ha</b>	<b>Coût total</b>	<b>9 646</b>	<b>€/ha</b>
			<b>Coût de production</b>	<b>0,32</b>	<b>€/kg</b>

## Knollensellerie

Ertrag

30

t/ha

Direktkosten

2 668 €/ha

Variable Maschinenkosten	577	€/ha	Fixe Maschinenkosten	365	€/ha
Variable Lohnkosten	2 525	€/ha	Fixe Lohnkosten	468	€/ha
Arbeitgeberlohnkosten	7,50	€/h	Arbeitgeberlohnkosten	15,00	€/h
<b>Summe Variable Kosten</b>	<b>5 771</b>	<b>€/ha</b>	<b>Summe Fixe Kosten</b>	<b>832</b>	<b>€/ha</b>
<b>Summe Einzelkosten</b>	<b>6 603</b>	<b>€/ha</b>			
<b>Gemeinkosten</b> (25% der Einzelkosten)	<b>1 651</b>	<b>€/ha</b>	<b>Summe aller Kosten</b>	<b>8 254</b>	<b>€/ha</b>
			<b>Kosten für 1kg des Endprodukts</b>	<b>0,28</b>	<b>€/kg</b>

Il s'agit d'itinéraires techniques moyens, qui devront être adaptés à chaque exploitation.

Différences principales observées :

- Prix de plants et de semences plus élevés en France
- Différence de coût de main d'œuvre temporaire permet de réduire la part de mécanisation en Allemagne.
- Pas de tendance générale à un coût de production supérieur dans un pays par rapport à l'autre.



# LEGEM BioRhi'n

Développer des outils pour améliorer la compétitivité de la production de fruits et légumes biologiques de la région du Rhin supérieur



Dépasser les frontières : projet après projet  
Der Oberrhein wächst zusammen : mit jedem Projekt

# Merci de votre attention



# Plan de développement „Bio du Bade-Wurtemberg“

Heidi Schmelzle

*Forum Legem BioRhi'n:*

*„Perspectives pour la production et la commercialisation  
de légumes biologiques du Rhin supérieur“*

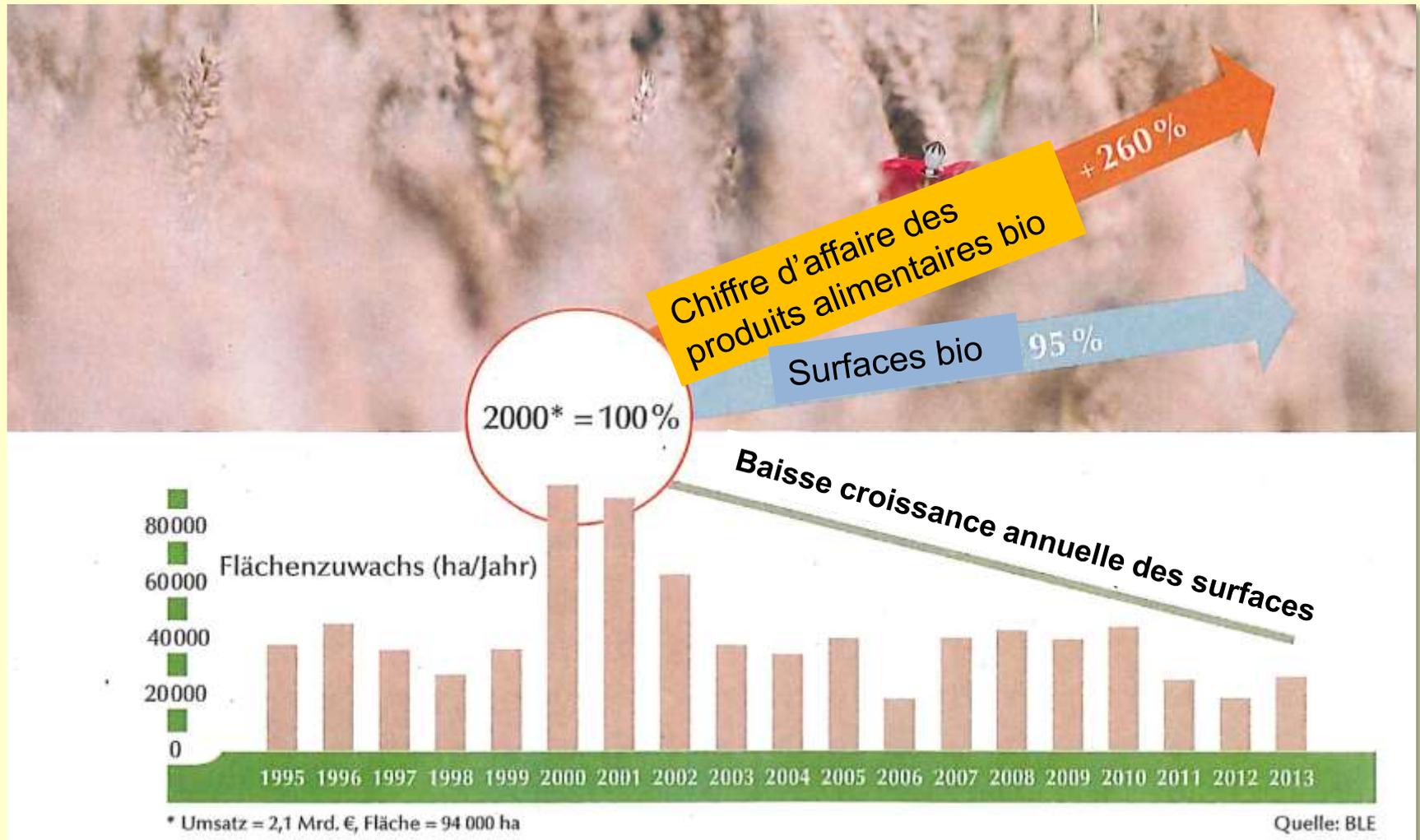
Offenburg, 13. November 2014



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM  
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

# „le marché du bio est en croissance rapide..“

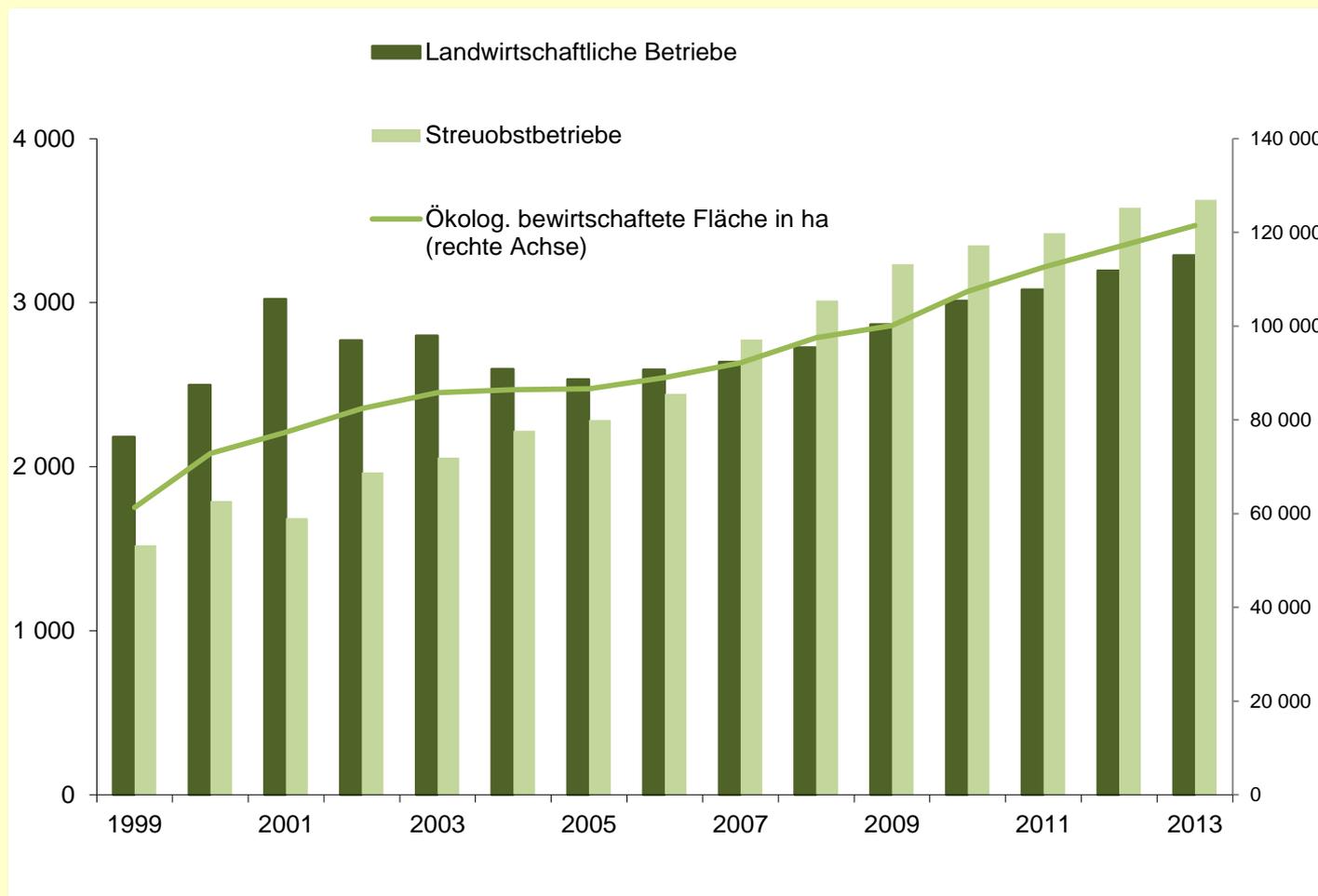


Sources: DLG-Mitteilungen 10/2014



# Agriculture Biologique en Bade-Wurtemberg

## Développement de l'AB dans le Bade-Wurtemberg depuis 1999



Quelle: RP Karlsruhe



# Plan d'action Bio du Land

## Plan d'action „Bio du Bade-Wurtemberg“

### Objectifs :

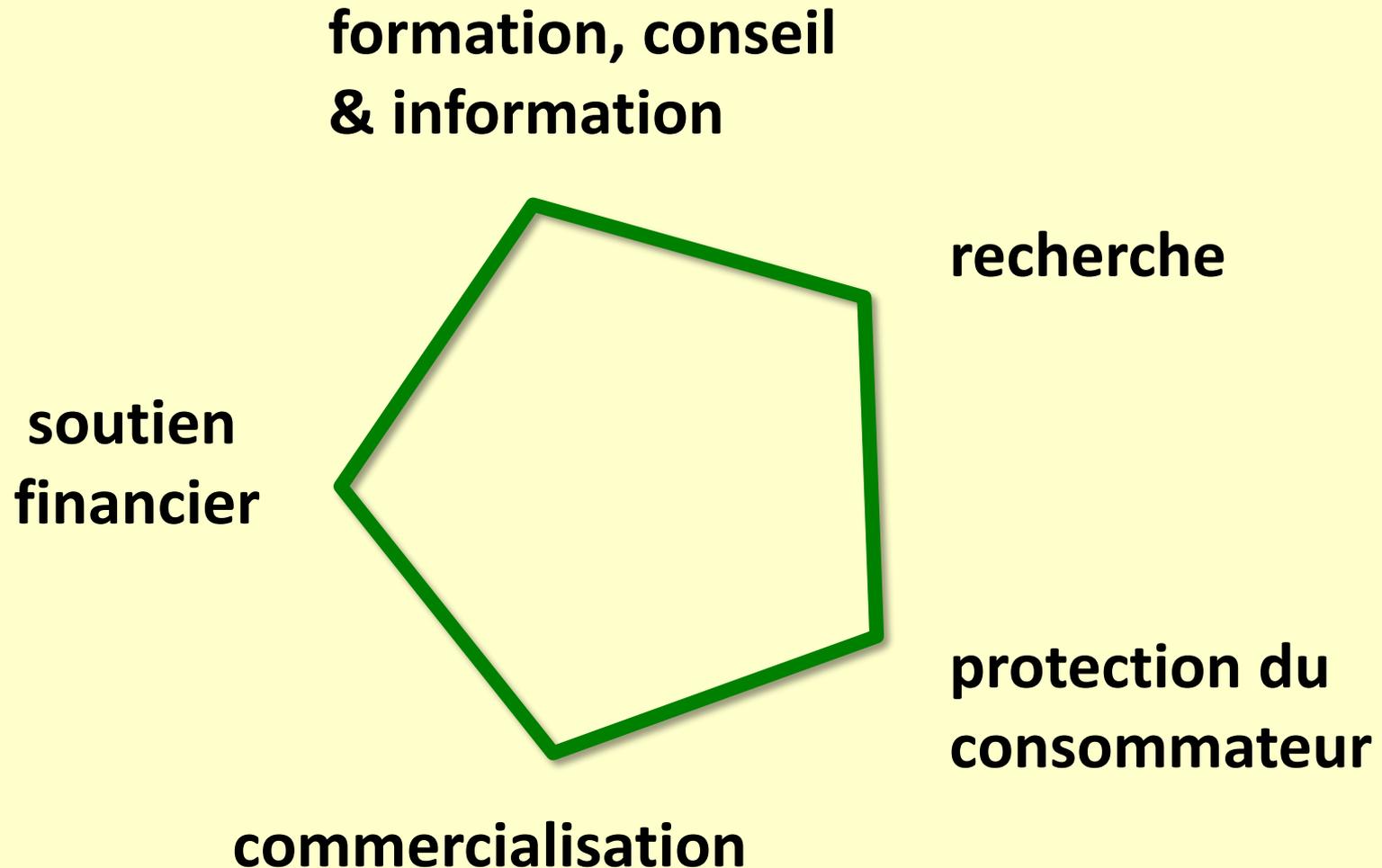
- Améliorer les conditions contractuelles pour les exploitations en production biologique
- Faciliter de nouveaux engagements



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM  
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

# Plan d'action Bio : champs d'action



# Plan d'action Bio : soutien financier

## Exemple : programme pour agro-environnement, protection du climat et bien-être animal- FAKT

Production	FAKT * à partir 2015		MEKA
	<i>conversion**</i>	<b>maintien</b>	2014
<b>Grandes cultures/ Surf. Toujours en herbe</b>	<i>350 €/ha</i>	<b>230 €/ha</b>	190 €/ha
<b>Maraichage</b>	<i>935 €/ha</i>	<b>550 €/ha</b>	550 €/ha
<b>Cultures pérennes</b>	<i>1.275 €/ha</i>	<b>750 €/ha</b>	700 €/ha
Aide coûts du contrôle	<b>60 €/ha</b> max. 600 € par exploitation		40 €/ha max. 400 € par ex.

\* Programme FAKT-: sous réserve de l'acceptation par la Commission de l'UE



# Plan d'action BIO : formation, conseil & information

## Ex : centre de compétence pour agriculture biologique

- Site : Emmendingen-Hochburg
- 3 piliers : formation / conseil / exploitation
- Avec école spécialisée pour agriculture biologique



# Plan d'action BIO : formation, conseil & information

Ex.: portail „Bio du Bade-Wurtemberg“  
[www.bio-aus-bw.de](http://www.bio-aus-bw.de)

- Informations sur thème „Bio du Bade-Wurtemberg“ pour producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs



**Bio aus Baden-Württemberg**

Baden-Württemberg  
MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM  
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

Genießen & Erleben **Erzeugen & Vermarkten** Lehren & Lernen Informieren & Suchen

Sie sind hier: >Startseite >Erzeugen & Vermarkten

Suchbegriff eingeben

produire et vendre

# Plan d'action BIO : recherche

## Ex.: arboriculture biologique, exploitation modèle et expérimentale pour fruits à noyaux au KOB

- Début du projet : avril 2013
- Jusqu'à 2016: 18 ha de vergers exploités en biologique

- Points forts de la recherche:

- sols
- fertilisation
- variétés
- porte-greffe / système de conduite
- biodiversité



# Plan d'action BIO : commercialisation

## Ex. : jour d'action Bio

### Buts :

- Faire connaître la diversité de la production régionale de fruits
- Echanges entre producteurs, transformateurs, consommateurs



Genießen, was nahe liegt.



**Öko-Aktionstag**  
BUNTE Vielfalt aus dem Ländle  
hautnah mit allen Sinnen erleben.

Samstag, 10. Mai 2014, 10–17 Uhr  
Schlossplatz Stuttgart, Untere Kastanienallee



Bio + Regional = Optimal!



# Plan d'action BIO : protection du consommateur

## Ex. : monitoring bio

„ce qui est indiqué Bio,  
doit contenir du Bio.“

### But :

- Renforcer la confiance des consommateurs

### Interventions :

- Analyse systématique des produits biologiques conformément à la réglementation des produits alimentaires



# Au centre : l'exploitant

**formation, conseil  
& information**

**recherche**

**soutien  
financier**

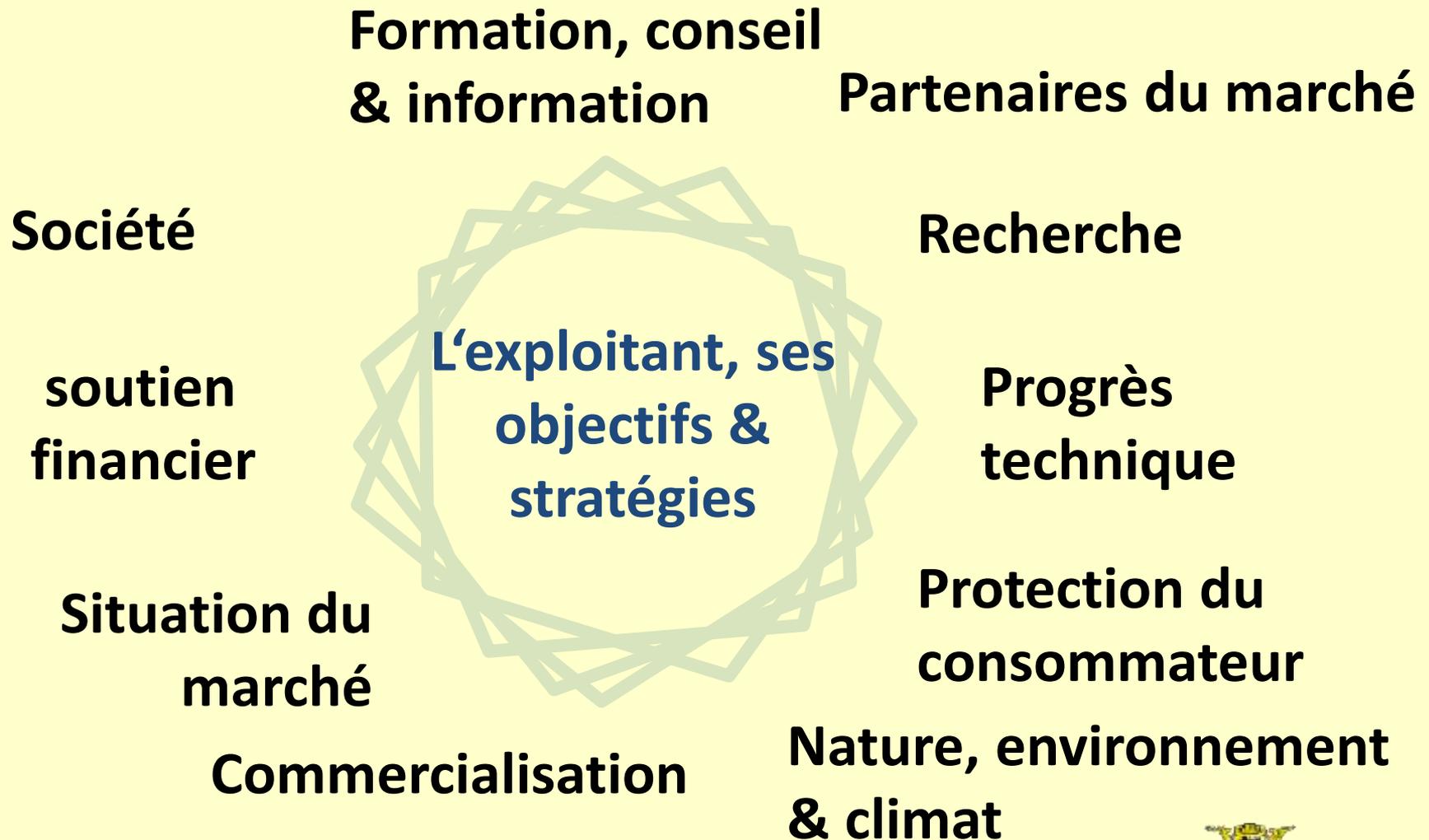
**L'exploitant, ses  
objectifs  
& stratégies**

**protection du  
consommateur**

**commercialisation**



# Au centre : l'exploitant





Merci bien pour votre attention



## Liste participants Forum LEGEM-BioRhin 13.11.2014-Edeka Südwest, Offenburg,

N°	Nom	Prénom	Pays	Code postal/ Ville	Organisation
1	Arzt	Marcus	D	71254 Ditzingen	Bioland LV B-W
2	Behr	Hans-Christoph	D	53175 Bonn	AMI
3	Braig	Matthias	D	71640 Ludwigsburg	BD Öko-Gemüsebau
4	Bodendorfer	Johanna	F	68000 Colmar	OPABA
5	Boissel-Som.	Corinne	D	67368 Westheim	Dolmetscherin
6	Clinkspoor	Hervé	F	68000 Colmar	ITADA/CARA
7	Degener	Theodor	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
8	Delaunay	Guillaume	F	68920 Wintzenheim	Pôle Maraîcher Bio
9	Deutscher	Christhard	D	77656 Offenburg	EDEKA Südwest
10	Dittmann	Michael	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
11	Dorsch	Sebastian	D	67112 Mutterstadt	Pfalzmarkt
12	Dreher	Christian	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
13	Fäth	Benjamin	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
14	Friedrich	Hansjörg	D	67112 Mutterstadt	Pfalzmarkt
15	Guntz	Sara	F	68127 Ste. Croix en Plaine	IFLA
16	Hämmerlin	Martin	D	79426 Buggingen	Gärtnerei Amaranth
17	Hees	Wolfgang	D	79356 Eichstetten	Bioland-Erzeuger
18	Hesselbarth	Remo	D	77815 Bühl	CBET Frischeservice & Handels GmbH
19	Hildbrand	Sandra	D	79312 Emmendingen	ULB
20	Hoopmann	Johannes	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
21	Horrenberger	Michel	F	68320 Durrenentzen	Producteurs Bio
22	Kienlein	Amael	F	68093 MULHOUSE	Mulhouse 100%
23	Kleemann	Gerit	D	69123 Heidelberg	LVG
24	Kopf	Alfons	D	77656 Offenburg	EDEKA Südwest
25	Kopp	Ernst	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
26	Kugelman	Bernd	D	76870 Kandel	KASA
27	Lammert	Pierre	F	68127 Ste. Croix en Plaine	Planète-Légumes
28	Lutz	Dieter	D	76879 Knittelsheim	Bio-Gemüsebau
29	Meyer	Alain	F	67205 Oberhausbergen	Intermarché Oberhausbg.
30	Müller	Jakob	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
31	Postweiler	Karin	D	67105 Schifferstadt	DLR Rheinpfalz
32	Recknagel	Jürgen	D	79379 Müllheim	ITADA/LTZ
33	Reinhard	Jürgen	D	79592 Fischingen	Bioland-Gärtnerei
34	Ringeisen	Christophe	F	68000 Colmar	OPABA
35	Ringeisen	Florent	F	67210 Obernai	Lycée agricole Obernai
36	Rinklin	Wilhelm	D	79356 Eichstetten	Rinklin Naturkost
37	Rueß	Robert	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
38	Saliba	Souzane	F	68000 Colmar	Alsace-Vitae
39	Schindler	Gerd	D	77885 Achern	
40	Schmelzle	Heidi	D	70182 Stuttgart	MLR
41	Schmidberger	Dominik	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
42	Schöffel	Nico	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
43	Schwoehrer	Philippe	F	68127 Ste.Croix-en-Plaine	CARA
44	Schumacher	Hermann	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
45	Schumann	Caroline	D	79312 Emmendingen	KÖL-BW
46	Steinwand	Stefan	D	79312 EM-Hochburg	KÖL-BW
47	Stenzel	Daniel	F	67550 Vendenheim	Comptoir Agricole
48	Sullivan	Eric	F	68000 Mulhouse	Systeme U Mulhouse
49	Weissbart	Joseph	F	68000 Colmar	OPABA
50	Weissenburger	Marion	F	68250 Rouffach	CFPPA
51	Wentz	Bernard	F	67084 Strasbourg	DRAAF Alsace
52	Widmann	Elke	D	79379 Müllheim	Demet.-Gärtnerei Piluweri
53	Wintringham	Christine	CH	8910 Affoltern a.A.	WILCO
54	Wirsig	Alexander	D	70176 Stuttgart	MBW
55	Witt	Sandra	D	79098 Freiburg	RPF
56	Würth	Michael	D	79098 Freiburg	RPF
57	Zuncker	Mareile	D	76227 Karlsruhe	LTZ Augustenberg