



• Apaba •
Les bio de l'Aveyron

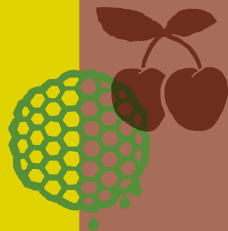


AGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
AVEYRON

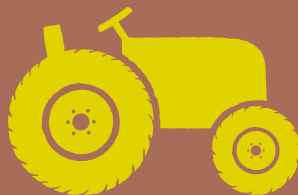
DE LA FERME À LA FOURCHETTE



Parc
naturel
régional
des Grands Causses
Une autre vie s'invente ici



Produire et manger local



LE PETIT MÉMO PRATIQUE DE LA VENTE EN CIRCUIT COURT



Une autre vie s'invente ici !

Le bien manger local en sud Aveyron : un projet qui s'alimente



Produire et manger local

DEPUIS 2009 ET SON ACTION « CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES », LE PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES FAIT DE L'ALIMENTATION LOCALE, UN AXE FORT.

En 2012, le territoire a été retenu dans le cadre de l'appel à projets « **Territoire et gouvernance alimentaire** » pour son projet « **Définition d'un processus de valorisation économique et patrimonial des productions emblématiques du Parc naturel régional des Grands Causses** ».

Lauréate et labélisée « **Projet Alimentaire de Territoire** » en 2019, la stratégie alimentaire élaborée sur le territoire Grands Causses Lévézou, sous l'égide du Parc naturel régional des Grands Causses, en partenariat avec la Chambre d'agriculture de l'Aveyron, l'Apaba (association pour la promotion de l'agriculture biologique en Aveyron) et l'association les Loco-Motivés, vient en soutien à l'agriculture locale, aux circuits courts et au « bien manger ».

ELLE SE FONDE SUR QUATRE OBJECTIFS PRIORITAIRES :

- ❶ le développement de filières locales émergentes (bio, maraîchage, vente directe...) et d'outils de transformation collectifs, pour renforcer et diversifier le milieu agricole
- ❷ le développement d'un approvisionnement local des restaurations collectives et de l'ensemble des professionnels (restaurateurs, épiceries, artisans...) notamment par la mise en œuvre d'une logistique durable
- ❸ la sensibilisation des enfants et des aînés pour valoriser le « bien manger » et le « manger local » dans les services de restauration collective.
- ❹ une communication qui valorise les produits et pratiques agricoles du territoire.



Le périmètre du Projet
Alimentaire Territorial



84 750
HABITANTS

4 014 KM²



20 HAB/KM²

13.3 %



de la population active
occupe des emplois agricoles

La vente en circuits courts, de quoi parle-t-on ?



Qu'elle soit en direct auprès du consommateur ou indirecte (via un intermédiaire maximum), elle permet au producteur d'être maître de son prix de vente. Différents circuits peuvent être complémentaires, à vous de déterminer ceux qui vous correspondent. Dans tous les cas, il est primordial pour vous de calculer vos coûts de production et de commercialisation de sorte à connaître vos marges de négociation des prix.

Catégorie	Conditions de réalisation/de réussite	Avantages	Inconvénients
Point de vente à la ferme	<ul style="list-style-type: none"> - Aménager un point de vente (normes ERP) - Fixer des plages d'ouverture et les respecter - Avoir un parking et des abords propres - Etre facilement accessible avec une signalétique efficace - Intéressant de compléter la gamme 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil possible par toute personne de l'exploitation, selon disponibilité - Pas de déplacement (gain de temps) - Le client se rend compte des conditions de production 	<ul style="list-style-type: none"> - Risque de baisse de productivité (temps de travail) - Difficultés de fidélisation si gamme trop étroite/saisonnière
Cueillette	<ul style="list-style-type: none"> - Cueillette pour les fruits, légumes, fleurs - Clientèle plutôt urbaine et accès facile - Proposer une gamme élargie pour fidéliser la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de coût direct de récolte 	<ul style="list-style-type: none"> - Ouverture le week-end, vacances et jours fériés - Aléas climatiques - Pertes importantes/dégâts potentiels lors des récoltes

Catégorie	Conditions de réalisation/de réussite	Avantages	Inconvénients
Marchés	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir un étal et un véhicule - Se démarquer face aux revendeurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Contact régulier avec les clients - Fidélisation grâce à l'accessibilité - Coût limité 	<ul style="list-style-type: none"> - Gourmand en temps - Physique (chargement...) - Saturation des marchés locaux ?
Point de vente collectif	<ul style="list-style-type: none"> - Se regrouper pour proposer une gamme variée - Permanence partagée avec les autres associés sur des horaires assez larges - Localisation appropriée - Se démarquer face aux autres commerces - Dynamique collective 	<ul style="list-style-type: none"> - Partage des risques et du travail - Stimulation des achats due à la concentration des produits et à la variété de la gamme 	<ul style="list-style-type: none"> - Investissement initial lourd (temps et financier) - Bonne entente et organisation nécessaire entre producteurs - Problème des invendus - Mise en œuvre longue
Vente en paniers	<ul style="list-style-type: none"> - S'organiser entre consommateurs et producteurs pour des paniers chaque semaine - Livraison sur des points de dépôts définis 	Contenu du panier selon la récolte/production	<ul style="list-style-type: none"> - Logistique - Temps de préparation des commandes
Logistique Temps de préparation des commandes			<ul style="list-style-type: none"> - Frais de livraison - Temps passé sur la route - Difficulté de créer ou renouveler la clientèle
Tournées	Trajets fixes à horaires réguliers	<ul style="list-style-type: none"> - Optimisation logistique - Regroupement de clients qui permet d'atteindre des marchés plus éloignés géographiquement 	<ul style="list-style-type: none"> - Frais de déplacement - Horaires non flexibles - Réglementation liée au transport longue distance
Comité d'entreprise	Prendre contact avec le responsable du CE et livrer sur place	<ul style="list-style-type: none"> - Des commandes à l'avance, pas d'invendus - Vente en quantités importantes regroupée 	Prospection commerciale (contact et argumentaire)
Via internet	<ul style="list-style-type: none"> - Créer un site internet ou s'intégrer dans un site collectif - Possibilité de pré-commandes avec retrait à la ferme si proximité d'un bassin de consommation - Référencement gratuit ou payant (mots clefs) - Actualiser le site régulièrement 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de déplacement - Touche une large clientèle potentielle qui veut gagner du temps - Commandes en avance, facilite la gestion - Assure la promotion 	<ul style="list-style-type: none"> - Coût de création d'un site - Coût du conditionnement et frais d'envoi si expédition - Temps et compétences de gestion du site - Communication et animation du site

VENTE À DISTANCE

	Catégorie	Conditions de réalisation/de réussite	Avantages	Inconvénients
VENTE À DISTANCE	Via des distributeurs automatiques	<ul style="list-style-type: none"> - Produits stockés dans des casiers ou tourniquets - Choix primordial de la localisation : lieu de passage et proximité de l'exploitation - Rester disponible en cas de souci ou pour recharger - Proposer une offre adaptée à différents publics 	<ul style="list-style-type: none"> - Produits disponible sur une large plage horaire - Temps passé à la vente restreint, et pas de dépendance aux horaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Investissement assez important - Communication importante à déployer car forme peu répandue - Gestion sanitaire
	Epiceries Magasins spécialisés Artisans	<ul style="list-style-type: none"> - Démarcher les commerçants locaux - Avoir un dispositif de commandes et de livraison efficace - Des commerçants sensibles aux produits locaux 	Bonne visibilité du produit localement	<ul style="list-style-type: none"> - Prix potentiellement plus faibles liés à la marge du magasin - Volumes commandés variables
	Dépôt vente	Chez d'autres agriculteurs, en magasin d'alimentation, dépositaires, aires d'autoroute ...	Accessibilité (complète une gamme déjà existante)	<ul style="list-style-type: none"> - Problèmes de reprise des invendus - Délais de paiement
VENTE INDIRECTE	Restauration commerciale	<ul style="list-style-type: none"> - Conditionnement et fréquence d'approvisionnement parfois spécifiques - Assurer les livraisons - Des restaurateurs sensibles aux produits locaux - Fidélisation à consolider tous les ans - Agrément CE ou dérogation 	Bonne mise en valeur des produits	<ul style="list-style-type: none"> - Volumes limités - Saisonnalité - Concurrence du secteur agroalimentaire
	Restauration collective	<ul style="list-style-type: none"> - Disposer de produits adaptés - Adapter ses tarifs - Avoir un approvisionnement régulier et fiable en qualité et quantité - Des gestionnaires sensibles aux produits locaux - Fidélisation à consolider tous les ans - Agrément CE ou dérogation 	<ul style="list-style-type: none"> - Reconnaissance locale - Planification des volumes et débouché régulier - Sécurité de paiement - Loi Egalim 	<ul style="list-style-type: none"> - Horaires de livraison - Réponse aux appels d'offre - Volumes variables - Saisonnalité (vacances scolaires) - Besoin accru de sécurisation sur le volet sanitaire

Catégorie	Conditions de réalisation/de réussite	Avantages	Inconvénients
Grossistes	<ul style="list-style-type: none"> - Disposer de volumes suffisants - Aptitudes à la négociation - Equipements pour l'accueil de camions (quai d'expédition) - Agrément CE pour les denrées animales 	<ul style="list-style-type: none"> - Gros volumes - Large diffusion 	<ul style="list-style-type: none"> - Prix de vente plus faibles (marges grossiste et revendeur)
Grandes et moyennes surfaces (GMS)	<ul style="list-style-type: none"> - Définir une politique de prix - Démarcher pour se faire référencer - Approvisionner en quantité et qualité régulières - Conditionnements adaptés 	<ul style="list-style-type: none"> - Des commandes à l'avance - Principal lieu d'achat alimentaire - Touche une large clientèle - Grandes quantités écoulées 	<ul style="list-style-type: none"> - Délais de paiement longs - Conditions de stockage des produits - Prix plus faibles liés à la marge du magasin et négociation - Organisation pour respecter les horaires de livraison

Source : « Commercialiser ses produits fermiers », Chambre d'agriculture de Normandie, août 2018, modifications CA12, APABA, CCI, CMA, PNR, CD



Les étapes clés pour vendre en circuit court



PRÉPARER SON PROJET 1 AN AVANT

- ◆ **Définir son activité :**
gamme de produits,
gamme de prestations
- ◆ **Réaliser une étude de marché,**
définir son positionnement
marketing : quels produits ?
pour vendre à qui ? où ?
comment ? quelles quantités ?
à quel prix ?
quelle concurrence ?
- ◆ **Réaliser une étude de
faisabilité pour dimensionner
son projet :** volets humain,
technique, économique, statut
juridique, fiscal et social,
réglementaire
(Cf. « se poser les bonnes questions »)
- ◆ **Se former**
(Cf. « Des formations existent »)

SE LANCER

- 1 Je produis
 - 2 Je transforme
 - A la ferme
 - En louant un laboratoire
 - En faisant appel
à un prestataire
 - 3 Je conditionne
 - 4 Je gère la livraison
 - Moi-même
 - Via des initiatives collectives
 - Via un prestataire
- AVEC LOGICOÛT :**
pour m'aider à calculer
le coût global d'une livraison
et choisir l'option la plus
adaptée à mes besoins
www.logicout.fr/couts/
- 5 Je vends
(cf tableau ci-dessus)

COMMUNIQUER ENTRETIENIR UN RÉSEAU

- ◆ **Définir un plan de
communication adapté** pour
véhiculer le bon message,
au bon moment, à la bonne
personne, par le bon canal de
diffusion, le bon support
- ◆ **Développer les outils de
communication définis dans
le plan de communication :**
site internet, réseaux sociaux...
- ◆ **Rejoindre un réseau, adhérer
à un label pour se démarquer,**
être plus visible, bénéficier
d'une force de communication
supplémentaire, rester informés
des évolutions réglementaires,
de l'actualité...
(Agriculture biologique, Label Rouge,
Appellation d'origine contrôlée...)
- ◆ **Se faire recenser sur
les plateformes en ligne :**
N.B : attention, il s'agit de
simples recensements
(pas de vente en ligne)
 - Site départemental :
MonProducteur.aveyron.fr
 - Page Manger Local :
Parc-grands-causses.fr
 - Agrilocal
www.agrilocal12.fr
 - Plateforme régionale :
Tousoccitariens.fr
 - annuaire en ligne de l'APABA
www.aveyron-bio.fr



LES POINTS DE VIGILANCE RÉGLEMENTAIRES

LE TRANSPORT DE DENRÉES PÉRISSABLES

LES BONNES PRATIQUES D'HYGIÈNE
Plan de maîtrise sanitaire (PMS)

LA TRAÇABILITÉ
Déclaration de l'activité à la DDCSPP
+ agrément CE

LA RÉGLEMENTATION JURIDIQUE ET FISCALE
faisabilité et conséquences pour l'exploitation en place

RÉGLEMENTATION COMMERCIALE
Obligations/règles d'affichage, étiquettes, etc.



Attention : chaque produit a ses spécificités réglementaires et sanitaires. Il est important de vous faire accompagner sur ces étapes.

Voici quelques documents et sites ressources qui pourront vous guider pour ces étapes :

◆ Pour toutes les informations concernant les exigences sanitaires/réglementaires et dérogations pour les petites entreprises en circuits courts, rendez-vous sur cette page : <https://agriculture.gouv.fr/circuits-courts-exigences-sanitaires-et-flexibilite-pour-les-petites-entreprises>

◆ Vous pouvez consulter les fiches thématiques réalisées en 2020, issue d'un travail collectif interministériel : <http://occitanie.directe.gouv.fr/Des-fiches-pratiques-sur-les-nouveaux-circuits-de-distribution>

◆ Pour toutes vos démarches réglementaires, votre contact en Aveyron est la DDCSPP : <http://www.aveyron.gouv.fr/contacts-a65.html>

◆ Pour la transformation, vous trouverez la liste de tous les établissements agréés CE sur le site suivant : <https://agriculture.gouv.fr/liste-des-etablissements-agrees-ce-conformement-au-reglement-ce-ndeg8532004-lists-ue-approved>



SE POSER LES BONNES QUESTIONS SUR MON PROJET

- ◆ Ai-je bien **identifié mon marché** ? les clients ?
- ◆ Ai-je bien **dimensionné mon activité** en conséquence ?
- ◆ De quel **matériel** ai-je besoin ?
Ex : en cas de transformation
- ◆ De quelles **nouvelles compétences** ai-je besoin :
ex : commercialisation, juridique, technique...
- ◆ De quel **budget** ai-je besoin ?
Comment **financer** mon projet ? (Des aides existent !)
- ◆ Comment vais-je **communiquer** sur mon activité ?
- ◆ Combien de **temps** cela va-t-il me demander ?
Suis-je en capacité de porter seul(e) cette activité ?
- ◆ Dois-je **modifier** mon organisation de travail ?
- ◆ Mes associés/collègues sont-ils prêts à **s'engager** dans ces démarches ?
- ◆ **Coût de revient et prix** : ai-je prévu les dépenses dans leur globalité et défini le prix des produits en conséquence ?
- ◆ Quelle est ma **marge** de négociation en fonction des volumes commandés ?





POSER LES BONNES QUESTIONS LORSQU'ON RENCONTRE UN CLIENT

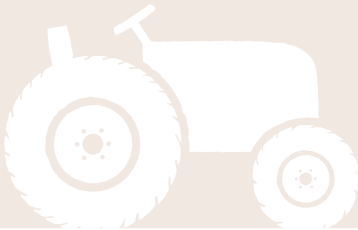


SUR MES PRODUITS :

- ◆ Quels **produits** souhaités ?
Et quand ?
- ◆ De quels **volumes** parle-t-on
(en KG !) ?
- ◆ Quel **calibrage** ?
- ◆ Quel **conditionnement** ?
- ◆ Quelle **fréquence** de commande ?
- ◆ Comment contractualiser
pour assurer les **volumes** ?
(Puis-je répondre à un appel
d'offre ?)
- ◆ Combien de **temps** à l'avance
la commande sera-t-elle passée
(planification possible) ?
- ◆ Quelles sont les **exigences** du
client (règlementaires/sanitaires) ?
- ◆ Quelle **communication** peut être
faite pour ce produit (photos,
échantillons...) ?

SUR LA LOGISTIQUE :

- ◆ Quels seront les **jours**
et **horaires** de livraison ?
- ◆ Quel sera le **temps de trajet** ?
- ◆ Quel **coût du trajet** ?
(Pour quel minimum de
commande le coût de livraison
est-il offert?)
- ◆ Y a-t-il d'**autres clients** alentour ?
(Quelle organisation pour une
tournée vers plusieurs sites de
livraison ?)





DES FORMATIONS EXISTENT !

Quelques exemples :

- ◆ STRATÉGIQUES :
réaliser une étude de marché, développer une stratégie commerciale, créer des outils de communication...
- ◆ TECHNIQUES :
bonnes pratiques d'hygiène, transformation ...



Nous sommes là pour vous accompagner !

PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES

- Sébastien PUJOL
Directeur général adjoint, pilotage du Plan Alimentaire Territorial (PAT), accompagnement au développement de projets territorialisés
✉ sebastien.pujol@parc-grands-causses.fr

CHAMBRE D'AGRICULTURE DE L'AVEYRON

- Manon LILAS
Développeur de projets territorialisés sur le Sud Aveyron, relais pour le Projet alimentaire territorial (PAT)
✉ manon.lilas@aveyron.chambagri.fr
- Emmanuelle RICHARD
Conseillère produits fermiers et circuits courts : questions techniques, réglementaires, financements
✉ emmanuelle.richard@aveyron.chambagri.fr
- Emmanuelle MARBEZY
conseillère produits fermiers laitiers : questions techniques et réglementaires financements
✉ emmanuelle.marbezy@aveyron.chambagri.fr
- Magaly BRUEL-FRAYSSE
conseillère agritourisme, animatrice du réseau « Bienvenue à la ferme »
✉ magaly.bruel@aveyron.chambagri.fr

APABA, LES BIOS DE L'AVEYRON

- Florian DENARD
Technicien production végétale : Animation du Point Info Bio pour les productions végétales (conversion bio, questions techniques et réglementaires)
✉ tech.legumes@aveyron-bio.fr
- Lisa SPETZ
Chargée de mission alimentation, circuits courts, restauration collective
✉ alimentation@aveyron-bio.fr
- Alexandre BANCAREL
Chargé de mission : structuration filière viande et accompagnement de groupes de producteurs
✉ filier@aveyron-bio.fr





Vous souhaitez commercialiser vos produits en circuits courts ou développer cette forme de vente que vous pratiquez déjà, mais vous vous interrogez sur sa mise en place ? par où commencer ? qui peut m'accompagner ?...

Ce mémo a pour but de vous **apporter les principales informations pour vous lancer dans la vente en circuit court**. Il vous donnera quelques clefs de réflexion qui seront à affiner avec vos contacts ressources.



Parc
naturel
régional
des Grands Causses
Une autre vie s'invente ici



PARC NATUREL RÉGIONAL DES GRANDS CAUSSES

71, boulevard de l'Ayrolle
BP 50126 – 12 101 Millau cedex
05 65 61 35 50
info@parc-grands-causses.fr
www.parc-grands-causses.fr



PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN AGRICOLE POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL
LE EUROPE INVESTIT DANS LES ZONES RURALES

Redaction : Manon Lilas (Chambre d'agriculture Aveyron), Lisa Spetz (APABA, les bio de l'Aveyron), Sebastien Pujol (PNR des Grands Causses), Corentin Boyer (PNR des Grands Causses) - **Un document réalisé en coordination avec :** Anne Bousquie et Lucie Bergounhon (Chambre de Métiers et de l'Artisanat Aveyron), Nathalie Ilieff (Conseil Départemental de l'Aveyron), Paul Rétif (Chambre de Commerce et d'Industrie Aveyron)