

Circuits courts et agritourisme : les clés de la réussite

Que le projet concerne la vente de produits en direct ou en circuits courts, ou la commercialisation de prestations d'accueil, la démarche est similaire. Trois étapes majeures sont à respecter pour prendre les bonnes décisions sur la base d'éléments factuels : le temps de la réflexion, le temps de l'analyse et enfin la prise de décisions.

Le temps de la réflexion permet de faire le point sur ses motivations, ses compétences, ses goûts et ses valeurs. Si l'agriculteur travaille seul, il peut identifier ses besoins en formation, ce qui est incontournable pour lui et ce qui lui plaît. Certains vont souhaiter développer l'accueil à la ferme pour privilégier les échanges avec leurs clients quand d'autres préfèrent ne pas recevoir de visiteurs sur la ferme. Ces derniers vont alors plutôt se tourner vers d'autres modes de commercialisation comme les magasins spécialisés.

À chacun ses objectifs

Dans les fermes avec plusieurs associés, cette étape de réflexion est fondamentale et doit être partagée par tous. Elle doit aboutir à la construction d'un cadre commun. Être animé par les mêmes motivations et partager les mêmes valeurs évitent l'apparition de conflits, de divergences sur les modalités de développement du projet.

Pour être pleinement efficace, il est conseillé, au cours de cette période, de réaliser des visites chez d'autres producteurs afin d'échanger avec eux sur leurs choix, leurs modes de commercialisation, leur outil de travail et bénéficier de leurs expériences. Que referaient-ils de la même manière ? Quelles difficultés ont-ils rencontrées ? Comment sont-ils organisés ? Quel est le temps nécessaire pour chaque tâche ? Plusieurs rencontres s'imposent sur des fermes qui ont mis en place des modèles variés, accueil à la ferme, vente sur les marchés, sur Internet, vente à des magasins, drive, propositions de prestations d'accueil à la ferme...

À l'issue de cette phase de réflexion, l'agriculteur saura où il veut aller et pourra fixer des objectifs précis, quantifiés et réalistes.

Vos clients ne vous ressemblent pas !

La deuxième étape est celle de l'analyse. En tenant compte de ses objectifs, de ce qu'il aime ou pas, le producteur pourra attaquer l'étude de marché. Quels que soient les modes de commercialisation choisis, il faudra identifier et caractériser les futurs clients : les particuliers locaux, les touristes, les groupes, les magasins, la grande distribution, la restauration collective. Pourquoi ? Parce que les clients ne ressemblent pas à l'agriculteur : pas les mêmes habitudes de consommation, pas les mêmes loisirs ni les mêmes préoccupations.

Connaître ses clients ou futurs clients est le point central pour s'adresser à eux et répondre à leurs attentes. En effet, les équipements nécessaires ne sont pas les mêmes pour proposer du fromage blanc en grand contenant pour la restauration collective ou en portions individuelles pour des particuliers.

Pour de la vente à la ferme, il est nécessaire de disposer d'un local de stockage, peut-être une chambre froide, d'un lieu d'accueil. Pour des livraisons en magasins, un véhicule de transport, dans certains cas réfrigéré, sera



Vendre en circuits courts, accueillir sur sa ferme, développer un projet agritouristique, nombreux sont les agriculteurs qui souhaitent se lancer. Mais par où commencer ? Réponses...

nécessaire. Autant de facteurs à prendre en compte dans les investissements.

Autre volet important de cette analyse, la connaissance des concurrents, ou plutôt de ses pairs. Savoir ce qu'ils font et comment ils travaillent doit permettre de se positionner et de se différencier. S'ils sont déjà très bien implantés localement, il faudra peut-être chercher de nouveaux clients, dans un pôle urbain par exemple. S'ils proposent des prestations d'accueil à la ferme, il faudra veiller à construire une offre différente. L'objectif est que chacun ait sa place et puisse travailler sereinement, voire en complémentarité.

Dimensionner et chiffrer

À l'issue de cette étape de récolte de données, si toutes les hypothèses de départ sont validées on entrera dans la phase concrète de la réalisation. Dans le cas contraire, peut-être que des adaptations seront nécessaires. Il conviendra alors de dimensionner l'outil de production, de chiffrer les investissements, d'évaluer le chiffre d'affaires potentiel et de travailler sur l'organisation du travail, la rentabilité, la politique de prix et la communication.

Ces différentes étapes sont fastidieuses mais elles permettent de faire les bons choix à partir de données objectives et non pas de simples ressentis. Chaque producteur possède de multiples atouts. Il faut les connaître pour les valoriser et réussir ses projets.

Laurence Batby
conseillère production
fermière et agritourisme
chambre d'agriculture des
Pyrénées-Atlantiques

Contact : Laurence Batby au
06 26 86 82 70
l.batby@pa.chambagri.fr



Rebond

S'informer sur les pratiques, les démarches et les réglementations

Plusieurs réglementations :

- Volet sanitaire pour la manipulation, la transformation et la vente de produits alimentaires : formation obligatoire et respects d'un certain nombre de processus. En production animale, obligation de déclaration à la DDPP.
- Réglementation commerciale concernant l'étiquetage et l'affichage sur le lieu de vente. Demander un avis sur votre étiquette pour être sûr que toutes les mentions sont présentes.
- Accueil du public dans un bâtiment ? Nécessité de respecter les règles des établissements recevant du public : se renseigner avant de réaliser des travaux.
- Respect des règles d'urbanisme, cela concerne tous les projets de construction ou d'aménagement (atelier de transformation, hébergements touristiques, camping...) : se renseigner auprès de la mairie.
- Dispositions relatives au tourisme : classement des hébergements comme les gîtes et les campings. Attention, la fiscalité est différente selon les classements : taux de TVA, taxe de séjour, abattement forfaitaire. Dans tous les cas, une déclaration en mairie est obligatoire

Se faire accompagner par un conseiller

La chambre d'agriculture des Pyrénées-Atlantiques propose un appui et des conseils adaptés à chaque besoin et à chaque étape du projet.

Une réunion d'information mensuelle. Rencontre gratuite et ouverte à tous. Prochain rendez-vous le jeudi 7 septembre, à 14 h 00 à la chambre d'agriculture à Pau puis jeudi 12 octobre à 14 h 00 à la chambre d'agriculture à Saint-Palais.

Des formations collectives. Acquérir des compétences, échanger avec d'autres producteurs, travailler sur son projet, les formations comportent de nombreux avantages. La prochaine session sera consacrée à l'étude de marché et la stratégie commerciale (3 jours : 21 et 28 septembre et 5 octobre).

Des conseils individuels en fonction des besoins. Concevoir son atelier de transformation, réaliser son plan de maîtrise sanitaire ; demander l'agrément d'un centre d'emballage d'œufs ; réaliser un étiquetage réglementaire ; constituer un dossier de demande d'ouverture d'un établissement recevant du public ; les ateliers com pour construire sa communication ; Bienvenue à la Ferme, une marque pour développer votre visibilité, bénéficier de conseils, profiter des services proposés et des échanges au sein d'un réseau ; les Marchés des producteurs de pays, des opportunités pour développer sa notoriété et augmenter ses ventes.