

Savoir s'entourer pour se diversifier

Recruter pour créer un magasin collectif en transformation et vente directe de produits charcutiers



Compétences

Complémentarité

Ressources humaines

Bénéfice de la solution

- Développer la vente directe au plus près du consommateur
- Maîtriser les étapes de la production à la vente par la délégation
- Gagner en prix de vente

Patrice LE BLIMEAU,

ENTREPRISE TY PRODUCTEURS

Le Braigno – 56700 KERVIGNAC

SARL avec 50 salariés

2 associés co-gérants (Patrice et Sébastien)



Patrice Le Blimeau, producteur de porcs et lait, et Sébastien Ollier, producteur de porcs, ont créé Ty Producteurs en 2010 pour transformer et vendre en directe une partie des porcs produits chacun sur leur ferme.



« En 2010, on cherchait tous les deux à vendre une partie de notre production en direct mais il fallait qu'on trouve un endroit stratégique, proche d'une ville un peu importante. L'occasion à la ZA du Braigno s'est présentée. Juste avant, c'était un traiteur donc il y avait déjà du froid, un quai, un bureau. Je voulais aller au plus proche des consommateurs par rapport à un magasin sur la ferme.

On a commencé par la vente de colis (viande de porc + pâté) avec l'embauche d'un salarié pour la transformation. La mise en place d'un distributeur de saucisses-merguez nous a fait connaître. Ensuite, on a embauché Michel qui était charcutier de métier. On a développé la gamme et démarré les marchés. Les locaux existants sont devenus vite trop étroits. On a investi dans un nouveau bâtiment en 2016. La moitié des porcs produits chez nous est vendue à Ty Producteurs et transformée. La vente se fait auprès des particuliers (80% de la clientèle, sur les marchés et les deux magasins de Kervignac) et des collectivités (collèges, cuisines centrales,...).

Aujourd'hui Ty producteur compte 50 salariés. Avec Sébastien, on est tous les deux co-gérants. Michel est directeur de production. Il connaît le métier de charcutier et gère les salariés sur la partie labo. Il est appuyé par une salariée sur la mise en place des plannings (production, marchés, livraisons,...). L'important c'est de bien connaître le métier pour bien gérer les salariés et optimiser le travail. Comme nous n'étions ni l'un ni l'autre formés sur la transformation, c'était indispensable de bien s'entourer en ayant un directeur de production compétent qui s'investit dans l'entreprise.

Comme cela, on peut rester à 70 % sur notre ferme tout en ayant développé la vente directe. »

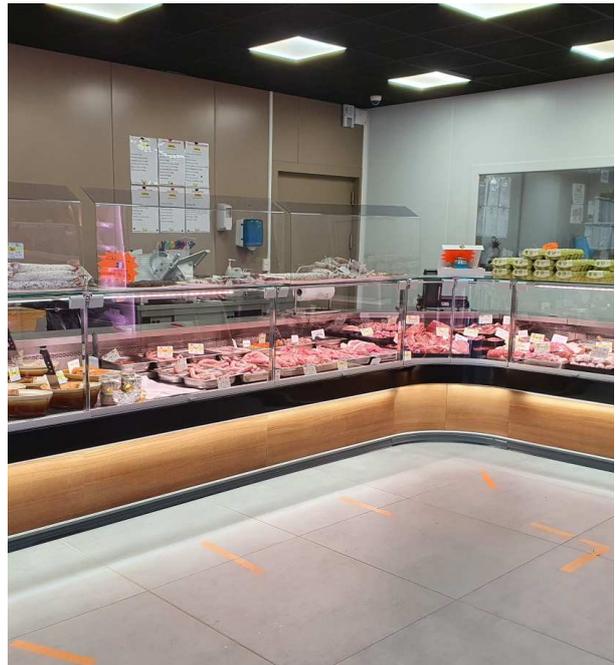
Financé par

Recruter pour créer un magasin collectif en transformation et vente directe de produits charcutiers



Bénéfices et recommandations

- Démarrer doucement pour mettre en place l'entreprise de transformation/vente directe pour maîtriser le risque (lié notamment aux investissements)
- Recruter un directeur pour l'entreprise de transformation qui connaît le métier (ici un charcutier)
- Etre prêt à passer 25% de son temps pour la co-gestion de l'entreprise
- Faire confiance aux salariés, offrir des conditions de travail attractives (polyvalence, horaires, congés, 13^e mois,...) pour éviter le turn-over



Inconvénients

- Le travail en produits frais implique une gestion et une organisation spécifique
- Difficulté de modifier les horaires des salariés (habituels dans les métiers de boucherie-charcuterie à travailler le matin)
- Avec l'augmentation du nombre de salariés, les exigences réglementaires se complexifient (CSE).

A noter

- **Difficulté de mise en œuvre**
Facile / Complexe / Très complexe
- **Temps de mise en œuvre**
Immédiat / Sur la campagne / Plus d'un an
- **Coût d'investissement et de fonctionnement**
< 5 000 € / De 5 000 à 20 000 € / > 20 000 €

Conditions de réussite

- Un tel projet s'est mis en œuvre progressivement, en partant d'un local avec peu de salariés, et s'est développé avec la demande
- Donner confiance aux financeurs alors que l'on n'est pas du métier (d'où l'intérêt de faire ses preuves en démarrant à petite échelle)
- Avoir l'esprit d'entreprise, anticiper, être réactif
- Bien s'entendre entre agriculteurs co-gérants du magasin et être complémentaires
- Trouver les bonnes personnes pour s'entourer et gérer la partie transformation-vente
- Anticiper le départ/remplacement du directeur pour assurer une continuité (formation en interne pour bien connaître l'entreprise et la production)

Contact

marie-helene.desdevises@bretagne.chambagri.fr

Financé par