

Des outils pour prouver la qualité de vos produits

Vous avez à votre disposition des outils pour rendre tangible et concrète la qualité de vos produits. Par exemple les signes officiels de qualité, qui garantissent un avis extérieur, les prix aux concours (concours de la Capelle, concours général agricole), les agréments de marques régionales ou nationales (Bienvenue à la ferme, Terroirs de Picardie), les agréments sanitaires à afficher sans modération ! Ces valorisations officielles permettent de vous distinguer et de faire face aux concurrences éventuelles.



La qualité esthétique de l'emballage induit souvent pour le consommateur la qualité du produit.

L'AFNOR définit «un produit ou service de qualité comme celui dont les caractéristiques lui permettent de satisfaire **les besoins exprimés** ou **implicites** des consommateurs».

■ Les besoins exprimés

Les besoins exprimés de vos clients, c'est la qualité de base, la qualité marchande.

Le produit doit être bon et régulier : cette qualité gustative doit être testée par des essais répétés à chaque changement dans la fabrication (ingrédients, méthode de travail, changement de matériel...). Attention, le test ne s'effectue pas seulement auprès des amis mais d'un public plus large qui comprendra si possible des professionnels ! La marque Terroirs de Picardie vous propose par exemple d'organiser une dégustation de vos produits.

Le produit doit conserver longtemps ses propriétés : c'est l'approche sanitaire réglementaire qui permet de satisfaire le client sur ce point.

Par des analyses microbiologiques, vous pourrez assurer à vos clients une conservation longue de vos produits frais dans des conditions «familiales» et non plus professionnelles (c'est à dire un frigo à 6-8°C !). Ce sont vos techniques de fabrication, le plan de nettoyage et de désinfection et le choix de vos ingrédients qui influent sur la conservation de vos produits.

En satisfaisant les besoins exprimés, vous rassurez vos clients, parfois inquiets vis à vis de leur alimentation suite aux différents scandales populsés par les médias...

■ Les besoins implicites

Les besoins implicites de vos clients sont parfois plus difficiles à cerner. C'est pourtant le «*petit plus*» qui les fidélise, rassure et génère un bouche à oreilles positif.

Ce peut-être la facilité de commande et de livraison, la qualité de l'accueil chez vous, l'étendue de votre gamme, mais aussi votre écoute de leurs besoins !

Contact : Isabelle Aslahé - 03 22 33 69 87

L'enquête qualité

La qualité se mesure par le «*retour client*», grâce par exemple à une enquête «*qualité*» à envoyer par mail ou courrier et portant sur la satisfaction actuelle et les idées d'évolution que proposent vos clients. **La Chambre d'agriculture est à votre disposition dans le cadre d'un contrat de progrès pour construire une telle enquête et exploiter ses résultats, ou pour vous inscrire dans les différentes démarches de qualité.**

Point Info Diversification : un seul contact !

Le Point Info Diversification, c'est un conseiller unique pour donner du sens à votre projet. Il vous permettra d'y voir plus clair. Un accompagnement technique et économique vous sera proposé, en fonction de vos besoins. En savoir plus sur : www.somme.chambagri.fr

Contact :

Claire Lobbé - 03 22 33 69 08

Point Info

Diversification

Formations

5 novembre à Amiens

Hygiène et produits fermiers : validez vos pratiques et construisez votre plan de maîtrise sanitaire obligatoire.

20 et 21 novembre dans l'Ain

Créer un point de vente collectif. Voyage d'études dans l'Ain.

14 novembre à Amiens

Dynamiser ses ventes en ligne : gérer une boutique virtuelle et communiquer sur le web.

Autres formations en novembre

⇒ Circuits courts : maîtriser les clefs du succès pour vendre en ligne.

⇒ Vendre par internet : fidéliser sa clientèle.

Contact :

Laurence Villeret - 03 22 33 69 88

Dans ce numéro

Des outils pour prouver de la qualité de vos produits

A la ferme, j'accueille, tu accueilles, il ou elle accueille... 6 règles à respecter

Somme-produitslocaux.fr : un outil pour simplifier les ventes auprès des professionnels et des particuliers

Production d'énergie : La Chambre d'agriculture innove pour aider les gros consommateurs d'énergie à faire des économies

A la ferme, j'accueille, tu accueilles, il ou elle accueille... 6 règles à respecter

Il ne suffit pas d'être simplement naturel pour réussir l'accueil sur son exploitation agricole. Accueillir le client, savoir l'écouter, comprendre ses attentes avec bienveillance et empathie, tout cela s'apprend. Réussir l'accueil, c'est avant tout rendre notre interlocuteur unique dans un monde où il n'est souvent qu'un numéro.

■ Règle n°1 : personnaliser l'accueil

Serrer la main d'une façon franche et sincère et utiliser le bonjour identifié « *Bonjour Madame, bonjour Monsieur* ». Ce geste et ces mots simples ont toute leur importance. Le visiteur ou l'hôte se sentira alors personnellement attendu dès la première prise de contact, sur la ferme ou au téléphone. Car, même au téléphone, le sourire est perçu.

■ Règle n°2 : être chaleureux

Votre client est comme votre invité. Vous êtes heureux de le recevoir et d'échanger. Votre présentation sera donc irréprochable pour lui montrer l'intérêt que vous lui portez. Votre attitude sera ouverte : le sourire sincère, le regard franc, les bras non croisés en sont les principaux signes. Inquiétez-vous, sans vous appesantir, des attentes particulières de vos hôtes.

■ Règle n°3 : être disponible

Des plages réservées à l'accueil sont prévues dans votre organisation, elles sont connues par vos clients avec la possibilité d'y déroger en accord avec eux. Si vous n'êtes pas là à l'arrivée sur place de vos clients, qu'importe, ceux-ci sont prévenus et votre conjoint, conjointe ou toute autre personne de confiance est capable d'assurer l'accueil aussi bien que vous.

■ Règle n°4 : accueillir sans jugement

Quelle surprise de trouver l'état lamentable de la chambre laissé par ses hôtes pourtant irréprochables au premier abord ? Le non jugement permet de mieux vivre cette situation. Le fait d'accepter les visiteurs tels qu'ils sont et non comme nous voudrions qu'ils soient est un facteur de réussite. Les clients le sentent forcément et la suite de l'échange sera facilité.

■ Règle n°5 : être authentique

Accueillir sur son exploitation agricole est une rencontre. Ce n'est pas la peine de jouer un rôle, soyez vrai, conforme à votre façon de vivre. Vous ouvrez votre maison, votre jardin, votre lieu de travail, vous donnez vos bonnes adresses. Cette authenticité, ce côté unique et intime, c'est ce que recherchent les clients de ce type d'offre touristique. Mais attention, il est indispensable d'y poser des limites. Votre client est sans doute votre invité, mais certainement pas votre ami. Les petits déjeuners, par exemple, ne doivent pas être servis à la bonne franquette.

■ Règle n°6 : organiser la visite

Vos clients doivent vous sentir à l'aise dans cette étape de l'accueil. Vous louez telle chambre, le chemin pour s'y rendre est celui-là et pas l'autre. Vous faites visiter votre exploitation, vous savez par où et par quoi commencer. Aller à l'essentiel lorsque vous présentez les règles de vie du séjour, les consignes de visite de la ferme. Dîtes-les en toute simplicité mais avec assurance. Ajoutez-y une pointe d'humour si cela vous parle.

Le succès de l'accueil réside dans les paroles, les attitudes et les petites attentions, comme le partage d'une boisson à l'arrivée ou un bouquet de fleurs fraîches dans le gîte. A vous de jouer maintenant, vous avez les atouts en main pour accueillir en toute authenticité.

Contact : **Claire Lobbé** - 03 22 33 69 08

Grand Projet Vallée de la Somme : appel à projets touristiques du Conseil général de la Somme

Si vous avez un projet d'équipements (investissements immobiliers ou matériels) ou de développement d'offres touristiques (hébergement, restauration, équipements de loisirs...) vous avez jusqu'au 30 septembre pour présenter votre dossier de candidature. Des subventions sont possibles sur les communes riveraines du fleuve Somme dans un périmètre de 5 kilomètres de part et d'autre du fleuve.

La subvention peut représenter un montant maximum de 30 % du coût HT des dépenses subventionnables avec un plafond de 100 000 €. Renseignez vous !

Contact : **Isabelle Aslahé** - 03 22 33 69 87



Les astuces de Catherine



Catherine Dufour, Saveuse
Crédit Photo : B.Tesseidre

Les 9 ans d'expérience dans le réseau Bienvenue à la ferme permettent à Catherine Dufour d'être très à l'aise dans l'accueil touristique et de partager son savoir-faire. « *Je demande à mes hôtes de me prévenir de leur heure d'arrivée.*

Ainsi, je suis prête à les recevoir et je sors dans la cour de la ferme pour les accueillir. Lors de la réservation, elle a pris soin d'échanger leurs numéros de téléphone au cas où, et de noter leurs noms et prénoms. « *Je tiens à faire connaissance d'abord avant de leur présenter les chambres et tout ce qu'ils doivent connaître pour que leur séjour se passe le mieux possible.* » Ce moment d'échange porte souvent sur le voyage pour arriver jusqu'à chez elle, sur leurs intentions afin de leur proposer des activités ou des visites à proximité. Parfois, si le courant passe bien, elle leur offre une collation. « *J'ai appris à prendre de la distance à propos des réflexions qui pourraient fâcher.* » C'est donc avec un trait d'humour qu'elle fait passer les différentes consignes. Deux mots peuvent caractériser son accueil : le sourire et la disponibilité.

Formation

Un accueil performant avec

Bienvenue à la ferme

Mardi 26 novembre 2013

Profiter de l'expérience du leader français de l'agritourisme

Objectif : mieux connaître le réseau Bienvenue à la ferme et en tirer tous les avantages pour professionnaliser son accueil à la ferme

Programme :

Les outils pour créer une activité d'accueil à la ferme

Les exigences liées à ce type d'activité
Le réseau Bienvenue à la ferme et sa dynamique

Lieu : chez Odile Boone à Jumel

Contact : **Claire Lobbé**

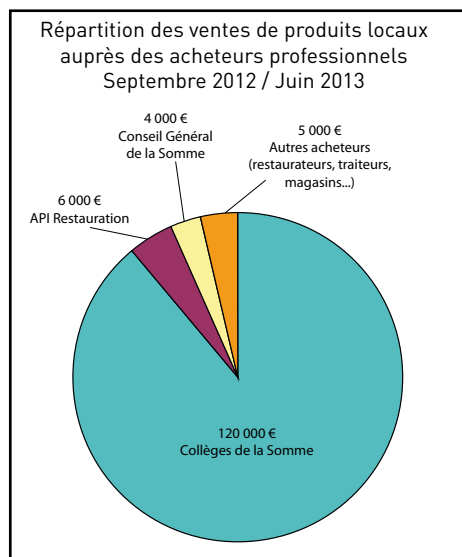
03 22 33 69 08

Somme-produits locaux.fr : un outil pour simplifier les ventes auprès des professionnels et des particuliers

Utilisé par plus de 100 producteurs, somme-produitslocaux.fr est un site internet développé avec le soutien du Conseil général de la Somme, mettant en relation les agriculteurs avec les acheteurs.

■ Acheteurs pros : une base de données actualisée facilite les achats

135 000 € de produits locaux ont été commandés au cours de l'année scolaire 2012/2013 sur somme-produitslocaux.fr. La majorité des commandes ont été passées par les collèges de la Somme, mais de nouveaux acheteurs apparaissent. Ainsi, le Conseil général s'appuie sur les producteurs pour ses commandes de paniers et la confection de ses repas événementiels, une convention de partenariat est en cours de signature avec API restauration, une expérimentation réussie a été réalisée avec les crèches amiénoises...



Dès maintenant, mettez à jour votre profil. La gamme de produits doit être rigoureusement actualisée afin de favoriser les commandes de produits que vous avez en stock et de dynamiser votre catalogue. Vérifiez également que vos attestations à fournir sont toutes en ligne et à jour (année 2013). Non seulement, certaines sont réglementaires, mais, en plus, elles rassurent l'acheteur.

Une offre en certains produits locaux inférieure à la demande locale.

A ce jour, les acheteurs Amiénois de Somme-produitslocaux.fr ont une offre très faible en légumes. Plus globalement sur le département, les acheteurs trouvent difficilement de la viande de bœuf. Contactez-nous si vous souhaitez en savoir plus sur ces débouchés.

■ Acheteurs particuliers

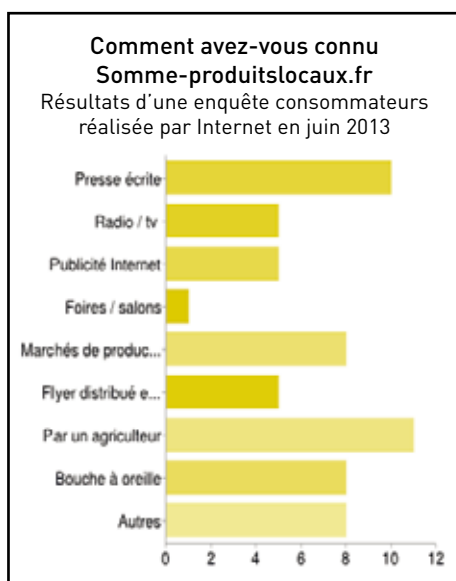
Depuis avril 2013, les particuliers ont commandé plus de 18 000 € de produits locaux sur somme-produitslocaux.fr. La gamme de la rentrée est très belle, notamment en fruits et légumes, ce qui permet d'afficher une offre diversifiée.

Bientôt, de nouveaux points de retrait

Des projets sont en cours d'étude sur Amiens, Cappy, Coisy et Jumel. Les producteurs souhaitant approvisionner ces points de retrait peuvent contacter la Chambre d'agriculture pour être mis en relation avec les agriculteurs porteurs de projet. Les fournisseurs doivent s'engager à signer la charte « *Circuits courts en Somme* ».

Programmer une dynamique commerciale pour booster ses ventes

Les consommateurs souhaitent voir évoluer le catalogue à chaque commande. Les produits de saison facilitent cette dynamique, mais l'offre peut également être travaillée : produits spécifiques au terroir (plat cuisiné avec du cidre local...), produits événementiel (Bière de Printemps,...), offre groupée (coffret cadeau pour Noël, coffret découverte...), produit facile à consommer (salade préparée, fromage apéritif...). Même si le bouche à oreille reste (encore) le créneau de communication le plus efficace, pensez également à communiquer sur vos activités auprès de votre interlocuteur de presse locale (Courrier Picard, ...).



Contact : Marie Deshayes - 03 22 33 69 75

MÉMO

Documents à insérer en pièces jointes sur votre profil

- attestation Amexa,
- attestation responsabilité civile avec clause intoxication alimentaire,
- extrait K-Bis pour les agriculteurs en société,
- dispense d'agrément ou agrément CE (pour ceux fournissant de la viande ou des produits laitiers),
- et pour compléter l'info : analyse DLC, étiquettes d'aliments,...

A savoir !

De nombreuses demandes d'acheteurs nous parviennent de la région d'Abbeville, car ils n'ont pas de point de retrait à proximité. Si vous voulez en créer un, contactez nous !



Les prochaines ouvertures de points de retrait :

- 27 septembre à Jumel
- 19 octobre à Coisy

Agenda

- 1er octobre 2013
Journée « *somme produits locaux* »
Bilan et perspectives : Quelles actions mettre en œuvre pour développer l'approvisionnement des produits locaux auprès des acheteurs professionnels et particuliers ?
- 7 octobre 2013 (14h): « *speed dating* »
à la CCI Amiens Picardie – rencontres professionnelles avec vos acheteurs (restaurateurs, traiteurs, artisans) dans le cadre de l'Interconsulaire Somme.
- 21 octobre 2013 : Convention d'affaires Terroirs de Picardie (Amiens).
- Plus d'infos sur :
www.somme.chambagri.fr

Economie et production d'énergie ▶▶

La Chambre d'agriculture innove pour aider les «gros consommateurs d'énergie» à faire des économies

Raréfaction des énergies fossiles, investissements importants pour la production d'électricité, quelle que soit sa forme, le prix de l'énergie va augmenter.

■ Frigo à pommes de terre et élevage de volailles sont concernés

Dans la Somme, il existe deux profils de «gros consommateurs» d'énergie :

- les consommateurs de froid (sous forme d'électricité pour les groupes froid des bâtiments frigorifiques), principalement les producteurs de pommes de terre et/ou d'endives,
- les consommateurs de chaud (sous forme de combustion de gaz ou de fioul), principalement les producteurs de poulets de chair.

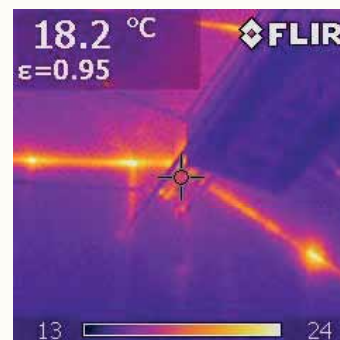
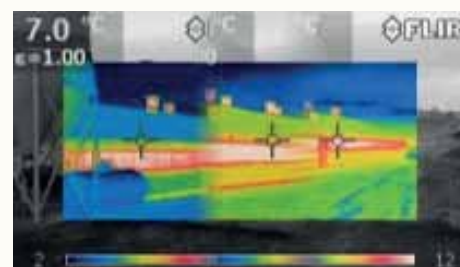
Dans les deux cas, l'isolation du bâtiment est primordiale pour ne pas gaspiller. Les pertes engendrées par les défauts d'isolation du bâtiment peuvent être significatives et le seront de plus en plus.

■ Le diagnostic thermographique

Le diagnostic thermographique à l'aide d'une caméra infrarouge, est une bonne solution pour identifier efficacement les fuites engendrées par les défauts d'isolation. Cette caméra mesure les quantités de chaleur émises par rayonnement et les restitue en un ensemble de points de température de surface. Sur chaque image, la température est associée à un code de couleur. Plus le point est froid, plus la couleur associée apparaît dans les tons de couleurs froides (bleu, violet, noir,...) et inversement. En mesurant la température

Exemple 1 : Prise de vue extérieure sur un bâtiment avicole chauffé. Observation des déperditions au niveau des rideaux, simple bâche, ce qui est normal. En revanche, il existe des déperditions au niveau des sous-bassements, dues à un manque d'isolation des parpaings.

(Température extérieure 7°C et température du bâtiment 23°C)



Exemple 2 : Prise de vue intérieure sur un bâtiment frigorifique. A l'œil nu, les plaques paraissent solidaires mais les joints laissent passer la chaleur extérieure.

(Température extérieure 26°C et température du bâtiment 10°C)

de surfaces des parois, la thermographie permet d'obtenir une image précise et instantanée et d'identifier ainsi les déperditions d'énergie, les défauts ou l'absence d'isolation, les fuites d'air, l'humidité dans l'isolant, le toit et les murs, à l'intérieur comme à l'extérieur, la moisissure et les zones mal isolées, les ponts thermiques, une rupture de conduit d'eau chaude, les erreurs de construction, les problèmes électriques...

La Chambre d'agriculture vous accompagne pour réaliser un diagnostic

Photos à l'appui, ce diagnostic cible tous les défauts repérés, leurs impacts énergétiques et les moyens de les résoudre.

Contact : Aurélien Deceuninck
03 22 33 69 78

Contacts

> Marie DESHAYES

Chef d'équipe
Filière Courte et Energies Renouvelables
m.deshayes@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 75

> Isabelle ASLAHE

Accompagnement personnalisé,
Contrats de progrès (produits, tourisme, activités équestres)
i.aslahe@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 87

> Aurélien DECEUNINCK

Energies renouvelables
a.deceuninck@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 78

> Maximilien LADEUZE

Suivi des producteurs en circuits courts, HVE
m.ladeuze@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 93 51 27

> Claire LOBBE

Bienvenue à la Ferme, marchés
c.lobbe@somme.chambagri.fr
Tél. 06 86 37 56 44

> François MOINARD

Gestion de «pro.somme-produitslocaux.fr»
f.moinard@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 64 59

> Christophe VALLEE

Maraîchage et petits fruits
c.vallee@picardie.chambagri.fr
Tél. 06 08 60 44 60

> Monique POULET

Gestion de «www.somme-produitslocaux.fr»
m.poulet@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 74

> Laurence VILLERET

Assistante
l.villeret@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 88



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale «développement agricole et rural»

Chambre d'agriculture de la Somme
19 bis rue Alexandre Dumas
80096 Amiens Cedex 3
Tél. 03 22 33 69 00 - Fax. 03 22 33 69 29
www.somme.chambagri.fr