

Bien démarrer les ventes aux professionnels de la restauration collective

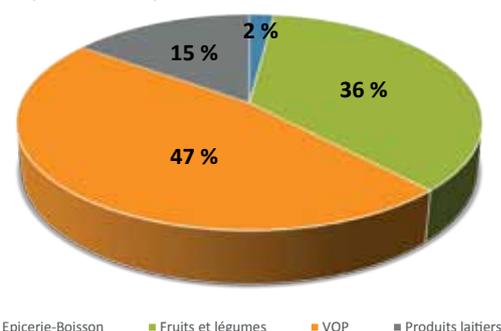
Plus qu'un site internet, www.somme-produitslocaux.fr est également une plateforme de gestion de commandes entre producteurs et professionnels de la Somme. Créée à l'initiative du Conseil départemental et de la Chambre d'agriculture de la Somme, elle a pour objectif de faciliter le développement des circuits courts en restauration collective. Voici 3 conseils pour bien aborder ce nouveau marché.

1 Construire une offre adaptée à sa cible

L'outil de gestion de commande Somme-Produits locaux permet aux acheteurs de passer commande aux producteurs référencés. Utilisés dans la Somme mais aussi dupliqué dans l'Oise, l'Aisne, la Lorraine et bientôt le Nord - Pas-de-Calais, il correspond aux attentes du personnel de cuisine en proposant une gamme complète (fruits, légumes, viandes, produits laitiers...) en direct des fermes.

Si vous souhaitez vous référencer, contactez la Chambre d'agriculture pour obtenir les informations nécessaires. Avec l'ouverture en 2015 de la démarche aux lycées de Picardie, l'offre reste inférieure à la demande notamment en viande de bœuf et en volaille sur l'ensemble du département.

Répartition des volumes de vente par filière sur pro.somme-produitslocaux.fr - Année 2014



2 Se référencer sur Somme Produits Locaux

Volume des ventes en € HT sur pro.somme-produitslocaux.fr



En fonction des acheteurs visés, il est important de construire une gamme pertinente en pensant aux utilisateurs (cuisiniers) et aux consommateurs (scolaires...).

- Un établissement sans légumerie préférera des légumes préparés.
- Un cuisinier préparant 600 repas sera sensible à un conditionnement adapté et différent du client particulier ; également, une offre d'épinard frais ne répondra pas à ses attentes.
- Les produits utilisés pour les maternelles devront obligatoirement avoir obtenu un agrément européen.
- Selon les âges, les grammages diffèrent : les primaires consommeront des saucisses plus petites que les lycéens.

Ecouter et comprendre les attentes des cuisiniers est donc un préalable indispensable.

3 Participer aux actions de communication

La proximité est la clé de la réussite. Le contact généré par les circuits courts implique une relation de confiance qui permet ce fonctionnement unique. Les acheteurs souhaitent travailler en direct pour rencontrer les producteurs. Si vous avez un prestataire qui s'occupe du transport, gardez à l'esprit que la connaissance des besoins de l'acheteur se fait essentiellement grâce à vous et qu'un échange direct avec cet acheteur est primordial. Différentes actions d'animation vous sont régulièrement proposés inscrivez-vous !





❖ Agri-tourisme, restez connecté !

Facebook, le leader des réseaux sociaux, permet de partager avec des amis ou des fans son statut, des photos, des liens, des vidéos mais également «aimer» des contenus. C'est un moyen de communiquer très efficace. Plus vous aurez d'«amis» et de «fans», plus vos informations seront rediffusées et vues : vous pouvez annoncer la naissance d'un veau, une nouvelle activité ou un nouveau produit, une recette et d'autres informations qui créeront du lien avec vos clients...

Twitter, est un outil qui permet d'envoyer des messages très courts, instantanés. Il est surtout utilisé sur les téléphones portables pour suivre l'actualité en direct. Il permet de publier simplement et ainsi faire circuler rapidement l'information. Vous pouvez ainsi informer en temps réel votre communauté sur les actualités de votre ferme.

Youtube permet la circulation de vidéos sur les autres réseaux sociaux. Vous pouvez partager des vidéos de votre exploitation, présenter vos activités et les partager avec vos amis. Vous pouvez les insérer sur les autres réseaux sociaux, votre site internet, ou encore celui de Bienvenue à la Ferme.

❖ Marché de Noël : les clefs du succès

L'édition 2014 de «Somme-produits locaux» au marché de Noël d'Amiens a permis la vente de près de 22 000 € de produits fournis par les 16 agriculteurs participants.



Credit photo : Sergent/CG 80

La réunion de bilan a permis de déterminer quelques clés de succès :

- proposer aux clients de composer des paniers cadeaux personnalisés,
- fournir la liste des produits en vente,
- offrir une dégustation de produits, de préférence chauds,
- alterner les mises en avant de produits sucrés/salés,
- se réunir avant le démarrage pour connaître les produits vendus et renseigner au mieux les clients une fois le marché ouvert.

Contactez-nous dès à présent si vous souhaitez vous inscrire pour l'édition 2015.

❖ Accessibilité des Etablissements Recevant du Public (ERP)

Tout exploitant agricole qui accueille du public sur son exploitation (point de vente, activité de loisirs, location de salle,...) est tenu de respecter les réglementations relatives aux Etablissements recevant du public (ERP), notamment, en suivant l'Agenda d'Accessibilité Programmée (Ad'AP).

Cet agenda est obligatoire depuis le 1er janvier 2015 pour tous ceux qui n'étaient pas aux normes au 31 décembre 2014. Il devra être déposé en préfecture **avant le 27 septembre 2015**. Il indiquera soit que vous allez être en conformité avant le 27 septembre 2015, soit que vous le serez dans les une, deux ou trois années. Dans ce dernier cas, les travaux devront être définis avec un budget prévisionnel. Plus d'informations sur : <http://www.accessibilite.gouv.fr>

Une formation de 2 jours dans l'Aisne les 21 avril et 28 mai à Laon.

❖ du 18 avril au 28 juin

Printemps Bienvenue à la Ferme

❖ **Jeudi 23 avril**

à Amiens (80)
Présentation des statuts de la coopérative «Micro-Abattoir 80»

❖ **Lundi 27 avril**

à Dompierre Becquincourt (80)
Point sur l'approvisionnement des collègues

❖ **Mardi 28 avril**

à Canaples (80)
Point sur l'approvisionnement des collègues

❖ **Jeudi 28 mai**

à Laon (02)
Formation*
Accessibilité des établissements recevant du public

❖ **Vendredi 29 mai**

à Bernaville (80)
Inauguration du marché Terroirs de Picardie / Bienvenue à la Ferme

❖ **Lundi 8 et mardi 9 juin**

à Sancourt (80)
Formation*
Contrôle ante et post mortem en abattoir de volailles

❖ **Mardi 23 juin**

à Boves (80)
Forum des opportunités

* agréées par VIVEA
Inscription obligatoire au 03 22 33 69 88

#accessibleatous



AGENDA D'ACCESSIBILITÉ PROGRAMMÉE

PUBLICITE ET SIGNALISATION :

Faire de la publicité extérieure, oui, mais pas n'importe comment !

La réussite des activités d'accueil et de vente directe passe par internet mais aussi par la mise en place d'une bonne signalisation. En connaître les règles permet d'éviter tout problème avec l'administration locale et départementale.

Apposer une enseigne sur votre ferme

L'enseigne concerne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Leur implantation n'est pas soumise à autorisation mais une déclaration est nécessaire auprès du maire et du préfet. L'enseigne doit être constituée de matériaux durables.

Contactez votre commune pour que votre activité apparaisse en signalisation routière

Parmi les panneaux pour la signalisation routière, ceux appelés «panneaux d'information locale». Ils sont gérés par les communes et permettent d'indiquer, en complément de la signalisation de direction et d'indication, les services et équipements utiles aux usagers. De format réduit, ces panneaux répondent à des normes en terme de couleur, d'idéogrammes et d'activités signalées.

Utiliser les bâches publicitaires ou les pré-enseignes temporaires pour un événement

Il existe des règles particulières pour les bâches comportant de la publicité. Le maire peut autoriser au cas par cas l'installation de ces publicités lorsqu'elles concernent des manifestations temporaires. Ces bâches sont interdites dans les communes de moins de 10 000 habitants. Ces installations doivent faire l'objet d'un avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites.

Les pré-enseignes temporaires qui signalent les manifestations à caractère culturel ou touristique, ou opérations exceptionnelles de moins de 3 mois sont autorisées hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Les conditions d'implantation sont les suivantes :

- dimensions maximum : 1 m de hauteur et 1,50 m de largeur
- nombre maximum : 4 (pas de limite de distance)
- pose 3 semaines avant et dépose 8 jours après

Annoncer votre activité avec les pré-enseignes

La pré-enseigne renseigne la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Il s'agit-là de panneaux de signalisation publicitaire scellés au sol ou installés directement au sol. Les pré-enseignes sont utilisées hors des agglomérations et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Celles employées hors agglomération sont dites « dérogatoires » et répondent à des règles de mise en place :

- au moins 5 m du bord de la chaussée
- au plus à 5 km de l'activité annoncée
- panneaux au maximum de 1 x 1,5 m
- nombre de supports limité en nombre à 2 ou 4 selon le type d'activité : 4 pour l'hébergement ou la restauration et 2 pour les produits locaux

La loi Grenelle supprime certaines pré-enseignes dérogatoires. Cependant, à partir du 13 juillet 2015, les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir, les activités culturelles, les musées historiques ouverts au public pourront encore bénéficier de pré-enseignes dérogatoires. On peut penser que les chambres d'hôtes, les gîtes ruraux et les fermes-auberges sont assimilés à des hôtels et des restaurants et ne peuvent donc plus bénéficier de ce régime dérogatoire. Par contre, ces équipements peuvent être signalés par une signalisation de direction.

Réaliser de la publicité dans et hors agglomération

La publicité concerne toute inscription destinée à informer le public ou à attirer son attention.

En agglomération, elle est admise à condition de respecter les critères prévus par les décrets sur l'emplacement, la densité, la surface, la hauteur... Consulter le Règlement Local de Publicité (appelé RLP) apporte une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du cadre de vie des territoires. Toutefois, il est important de savoir qu'il y a obligation de respecter l'interdiction des pratiques déloyales et trompeuses (publicité mensongère), de l'emploi abusif et trompeur de mention valorisante ou encadrée (produits fermiers, camping à la ferme) si l'on en remplit pas les conditions.

Hors agglomération, la publicité est interdite avec des exceptions dans les aéroports et gares, par le RLP pour la proximité immédiate des centres commerciaux.

Développer ses débouchés en proximité : deux points clés pour bien débuter l'année 2015

❖ Une nouvelle loi encadre les relations entre distributeurs et fournisseurs*



Les fournisseurs doivent signer une convention écrite avec leur distributeur depuis le 1er mars.

La loi Hamon a modifié le code du commerce pour renforcer les obligations des distributeurs avec la signature d'une convention écrite entre le distributeur et son fournisseur.

Cette convention peut prendre le nom de «**convention unique**» ou de «**contrat cadre annuel**». Elle doit être signée avant le 1^{er} mars de chaque année et concerne les produits agricoles périssables (notamment les fruits et légumes) ou issus de cycles courts de production (comme les volailles), d'animaux vifs (les œufs, le lait...), et de carcasses ainsi que les produits de la pêche et de l'aquaculture. Si vous commercialisez vos produits auprès d'un distributeur, le contrat doit contenir :

Vos **tarifs** ainsi que vos **conditions générales de vente**. Si vous n'avez pas de conditions générales de vente (CGV), vous devez fournir une attestation d'absence de CGV et de conditions particulières de vente.

- Les conditions de vente des produits dont les **éventuelles réductions** (ristournes ou remises).
- **Les éventuels services** au distributeur afin de favoriser la vente de produits comme les animations en magasin. L'objet de ce service, ses modalités d'exécution, sa rémunération et les produits concernés doivent être indiqués.

* *Texte de référence : Loi de Modernisation de l'Agriculture et de la Pêche du 27/07/2010, décret d'application de la loi sur la consommation dite «Hamon», n°2014-344 du 17 mars 2014*

❖ Rendez-vous au forum des opportunités le 23 juin à Boves

Le 23 juin prochain, la Chambre d'agriculture organise en partenariat avec Agro-Sphères le Forum des opportunités à la Cité des métiers à Boves. Cet événement a pour objectif de mettre en relation les entreprises agricoles, agro-alimentaires des secteurs de l'énergie, du tourisme et des services, qui ont des projets de développement, et les agriculteurs à la recherche de valeur ajoutée pour leur exploitation.

Vous êtes agriculteur et à la recherche de nouvelles opportunités pour votre exploitation ? Inscrivez-vous gratuitement au forum avant le 1er juin 2015 auprès d'Hélène Crevel - Tél. 03 22 33 69 22 ou en ligne sur www.somme.chambagri.fr



Contacts

> Marie GUILBERT

Responsable équipe «*filiales courtes et agritourisme*» - Association Micro-Abattoir 80
ma.guilbert@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 75

> Anne CATTEAU

Point Info Diversification - Espace test en maraîchage - Contrat de progrès
a.catteau@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 83

> Adrien BOUREZ

Hygiène et qualité des productions fermières, activité équestre
a.bourez@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 74

> Anaïs COLOMBIN

Somme Produits Locaux : «*Mon accès pro*» & facturation
a.colombin@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 64 59



> Véronique FOULON

Somme Produits Locaux «*Mon marché en ligne*»
v.foulon@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 15



> Claire LOBBE

Bienvenue à la Ferme & Marchés Terroirs de Picardie, Agritourisme
c.lobbe@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 08



> Laurence VILLERET

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

