

Une mallette pour comprendre et agir sur le changement climatique

Pour relayer l'information au plus près du terrain, encourager les actions concrètes et la maîtrise des émissions de carbone dans la Somme, un outil spécifique a été conçu, à la fois ludique et pédagogique.

Cet outil peut être utile lors de réunions ou de visites, par exemple en ferme pédagogique, et permet d'illustrer les actions entreprises pour lutter et s'adapter aux évolutions de l'environnement.

■ Un outil 100 % samarien et adaptable

La mallette contient un film DVD de 16 minutes présenté en chapitres, un diaporama DVD, des fiches thématiques sur la météo, l'eau potable, les énergies renouvelables, la prévention des déchets... avec des activités pédagogiques, un quizz, des exemples de visites de terrain et des contacts locaux.

■ Une première étape de test

Dès maintenant, la mallette est disponible et animée par des agents du Pôle Energie Climat du Conseil général et par des associations conventionnées, auprès de tout acteur désireux de s'informer et de communiquer sur le sujet. Une fiche «projet» est à remplir par chaque utilisateur de manière à pouvoir évaluer l'outil et l'améliorer régulièrement.

Contact : Aurélien Deceuninck
Tél. 03 22 33 69 78



Pour en savoir plus !

La mallette est à disposition auprès de Florence Marchandin, à la Direction Environnement du Conseil général de la Somme (Tél. 03 22 71 80 63)

A retenir

>> Deux journées Portes ouvertes professionnelles en juin 2014

(Dates et lieux à définir)

L'objectif de ces journées est de vous donner toutes les clés pour un démarrage en confiance dans votre nouvelle activité : comment se lancer ? quelle est la demande ? la réglementation particulière ? les aides et les conseils possibles ?

Thème 1 : - Produire des fruits et légumes pour les circuits de proximité.

- Transformer les fruits de la ferme.

Thème 2 : Aménager un hébergement insolite à la ferme : roulotte, tipis, cabanes dans les arbres ou flottantes...

Contact : Laurence Villeret - Tél. 03 22 33 69 88



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

> Perrine DIEUDONNE

Animatrice Somme Produits Locaux
p.dieudonne@somme.chambagri.fr
Tél. 06 88 23 21 41

> 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. 03 22 33 69 08

> Véronique MEYLEMANS-FOULON

Gestion de «Somme-produitslocaux.fr»
v.foulon@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 15

> François MOINARD

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

> Monique POULET

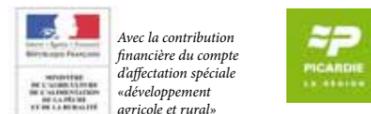
Gestion comptable de «Somme-produitslocaux»
m.poulet@somme.chambagri.fr
Tél. 03 22 33 69 74

> Christophe VALLEE

Maraîchage et petits fruits
c.vallee@picardie.chambagri.fr
Tél. 06 88 60 44 60

> Laurence VILLERET

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



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



Communiquer via les réseaux sociaux

Facebook, twitter... : les réseaux sociaux représentent aujourd'hui un réel canal de communication. Ils ne demandent pas d'investissement financier, mais du temps de gestion. Un «compte» qui ne bouge pas n'a pas d'impact. Mode d'emploi pour s'afficher sur le plus connu : facebook.

■ Créer votre profil facebook

Avec votre nom, ce profil est dédié à une utilisation personnelle.

Il vous permet d'afficher des «statuts», qui consistent à mettre en ligne une petite publication avec ou deux phrases courtes, qui sera vue par tous : «aujourd'hui, retrouvez-nous sur notre radio locale à 11 heures» et de communiquer avec des «amis».

■ Créer une page facebook

A partir d'un profil facebook, peuvent être créées des «pages» facebook. Ces pages sont dédiées à des activités et rattachées à une entité (association, marque, ferme...).

C'est sur cette page personnalisée que vous pourrez communiquer sur votre activité professionnelle. Présentez votre activité, les événements sur la ferme (portes ouvertes mais aussi naissance des animaux, époque des semis, de la moisson...), donnez envie de venir vous voir. Pour cela il faut aller au-delà des informations «techniques» comme les horaires d'ouverture ou les tarifs, mais donner une image positive et enthousiaste de votre activité.

■ Faire connaître votre page facebook

Invitez vos amis à «aimer» votre page, ajoutez le logo facebook sur vos supports de communication. Toutes les personnes qui «aiment» votre page et leurs amis recevront vos mises à jour régulières. En effet, en «aimant» une publication, on s'abonne d'office à son fil d'actualités.

■ Animer votre page facebook

Intéressez et élargissez votre public grâce à des publications régulières. Vous pouvez publier des actualités, ajouter des photos ou vidéos, créer des événements. Quiconque peut voir vos articles peut également les commenter. Mais vous pouvez modérer les commentaires a posteriori.

Contact : Véronique FOULON - Tél. 03 22 33 69 15

Facebook/Twitter : Quelles différences ?

- Des phrases courtes
- Un climat de détente
- Partager en interne
- Dialoguer en public
- Miser sur la fidélisation
- De la publicité
- Poster régulièrement

- Des phrases plus longues
- Un climat plus sérieux
- Partager vers l'extérieur
- Dialoguer souvent en privé
- Miser sur le partage
- Certainement pas de publicité
- Poster très régulièrement

Point Info

Diversification

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 Lobbe - Tél. 03 22 33 69 08

Formations

19 et 22 mai

A Amiens
Optimiser et valoriser mon image : quelle image en adéquation avec mon activité professionnelle ?

Contact : Anne Hotte - Tél. 03 22 33 69 27

Dans ce numéro

- Communiquer via les réseaux sociaux
- Vendre aux intermédiaires, c'est simple !
- Approvisionner un restaurant collectif : mode d'emploi
- Les Français veulent «consommer local»
- Une mallette pour comprendre et agir sur le changement climatique

Vendre aux intermédiaires : c'est simple !

Proposer vos produits aux intermédiaires est une des solutions pour développer vos volumes tout en gagnant souvent du temps sur la commercialisation.

■ Un intermédiaire : un client qui ne consomme pas directement

Les intermédiaires sont tous les clients qui achètent mais ne consomment pas directement vos produits. Ce sont par exemple, les restaurants scolaires ou commerciaux, les magasins de produits locaux, les détaillants, les supermarchés...

En général, vous livrez les quantités commandées à l'avance. Veillez toutefois à choisir le bon intermédiaire : image du produit et emplacement géographique afin d'optimiser votre tournée et à construire une grille de tarif spécifique.

Trois documents pour vendre aux intermédiaires*

Obligations	Préconisations
<p>Déclaration à la DDPP pour les produits carnés</p> 	<p>Un imprimé est à compléter et à envoyer à la DDPP (Direction Départementale de la Protection de la Population), il s'agit d'une déclaration de dérogation à l'obligation d'agrément sanitaire qui précise vos activités, les noms des intermédiaires, et les quantités livrées (CERFA 13982.04). A renouveler en cas de modification. Des limites en volumes sont à respecter (ex. : 250 kg par semaine de viande fraîche), l'intermédiaire doit être situé à moins de 80 km de votre exploitation. Au cas où vous souhaitez livrer plus loin ou dans des volumes plus importants, une demande d'agrément européen est nécessaire.</p>
<p>Bon de livraison</p> 	<p>A remettre lors de la livraison des produits, il mentionne :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un numéro de bon de livraison, - la dénomination des produits livrés, - la quantité et/ou le poids, - la date, - le numéro de lot, - les noms et adresses de votre client et la votre avec le numéro de SIRET, - la signature de votre client. <p>Il est conseillé pour les produits carnés de préciser la température des produits à la livraison. Ce document sera conservé pour la traçabilité au moins 1 an dans le cas de produits périssables, sinon à conserver 5 ans.</p>
<p>Étiquette</p> 	<p>Si vos produits sont emballés, ils portent une étiquette mentionnant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la dénomination du produit, - la quantité, - la composition le cas échéant, - le nom du fabricant, son adresse et téléphone (n° SIRET), - le numéro de lot, - la DLC ou DLUO, - les conseils d'utilisation le cas échéant, - votre marque de salubrité délivrée par la DDPP le cas échéant. <p>Il est conseillé de faire valider votre projet d'étiquette la DDPP.</p>

* Comme la vie de votre produit est plus «mouvementée» que lors d'une vente directe, la DDPP demande des garanties, notamment pour les produits carnés.

Contactez-nous !

La Chambre d'agriculture vous accompagne dans l'ensemble des démarches, depuis le référencement sur le site aux adaptations réglementaires si elles sont nécessaires. Contact : **Isabelle Aslahé** - Tél. 03 22 33 69 87

Approvisionner un restaurant collectif : mode d'emploi

Depuis 2011, la Chambre d'agriculture de la Somme, en partenariat avec le Conseil général, a mis en place une démarche visant à approvisionner les restaurants des collèges en produits locaux. Voici un retour d'expériences pour vous aider à développer un approvisionnement en restauration hors domicile pérenne.



→ Se référencer sur www.somme-produitslocaux.fr

pour approvisionner les établissements référencés (collèges du Conseil général, restaurants API Restauration, ...). Dans ce cadre, il vous sera demandé de mettre en ligne tous les documents justifiant de votre mise en conformité avec la réglementation, notamment en ce qui concerne vos possibilités de livrer des produits laitiers et carnés à des intermédiaires (voir tableau ci-contre). Il vous sera également demandé de signer la charte «circuit court en Somme».

→ Créer un «catalogue» spécifique à la restauration collective

Qui dit catalogue dit facteurs variables : produits, conditionnement, tarifs. Des produits sont plus attractifs que d'autres pour la restauration collective (par exemple la viande à braiser plutôt qu'à griller...). Egalement, un travail spécifique est réalisé au niveau des conditionnements avec des volumes plus importants que ceux utilisés pour la vente au particulier (par exemple la crème fraîche en pot de 3 ou 5L). Enfin, en fonction de vos coûts de revient, des adaptations nécessaires et des volumes de livraison, une grille de tarifs doit être réalisée.



→ Suivre fréquemment ses commandes

afin de les valider régulièrement et de proposer des solutions intermédiaires en cas de rupture d'un produit et livrer les produits.

En restauration collective, il est important de respecter les horaires de livraison, souvent différents d'un établissement à l'autre selon les organisations des équipes.

→ **Echanger régulièrement** avec l'équipe de restauration pour évaluer leur satisfaction, établir de nouveaux produits ou améliorer l'organisation, ainsi qu'avec la Chambre d'agriculture qui référence fréquemment de nouveaux acheteurs.

Contact : **Marie Deshayes**
Tél. 03 22 33 69 75

Les Français veulent «consommer local»

Bonne nouvelle pour les producteurs et les circuits de proximité : la consommation de produits locaux rentre dans les habitudes. 4 Français sur 10 en achètent «souvent», la proportion est la même pour ceux qui en achètent «parfois». C'est ce que révèle une récente enquête* sur le «consommer local» qui éclaire aussi sur les nouvelles motivations des consommateurs, vos clients.

■ Les consommateurs ont besoin d'être rassurés

Si l'intérêt pour les produits locaux ne cesse de se renforcer depuis ces deux dernières années, c'est parce qu'ils sont désormais considérés comme étant plus à même de rassurer sur l'origine et la composition de ce qu'ils mangent. Parmi les éléments les plus rassurants, la vente directe par le producteur arrive d'ailleurs en tête, il est cité une fois sur 5.

La vente «en direct» par le producteur, les appellations officielles et la fabrication locale sont devenues les principales garanties de qualité pour les consommateurs. C'est donc auprès du producteur «à côté de chez soi» ou en consommant les aliments produits «là où j'habite» que beaucoup trouvent une forme de réassurance.

■ Les français veulent aider les producteurs locaux

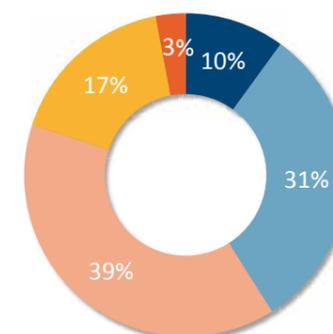
Par ces achats, les consommateurs veulent aussi contribuer à l'économie locale, aider les producteurs locaux. Ils considèrent également que les produits locaux sont de meilleure qualité et ont meilleur goût.

Mais le prix semble constituer un obstacle : 50% des personnes interrogées jugent les produits locaux plus chers. Les autres obstacles cités par ceux qui n'achètent pas de produits locaux sont le manque de visibilité sur l'étiquette, dans les rayons et un manque de disponibilité des produits, malgré des circuits d'approvisionnement diversifiés.

La consommation de produits locaux est rentrée dans les habitudes, 4 français sur 10 en achetant même souvent.

■ A quelle fréquence achetez-vous des produits alimentaires locaux, c'est-à-dire des produits cultivés/élevés et fabriqués à proximité de votre domicile ?

■ Très souvent ■ Souvent ■ Parfois ■ Rarement ■ Jamais



■ Agriculteurs, profitez de cette tendance !

Les consommateurs sont donc prêts à choisir vos produits, pour peu que leur accessibilité soit renforcée. Utilisez les réseaux que la Chambre d'agriculture vous propose : www.somme-produitslocaux.fr, Bienvenue à la Ferme, Terroirs de Picardie, et surveillez vos prix de revient de façon à fixer au plus juste votre prix de vente (formation à venir).

*Source : Les Français et le consommer local – Ipsos Public Affairs - Une enquête Ipsos pour Bienvenue à la Ferme – échantillon de 1008 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, interrogées en ligne du 22 au 27 janvier 2014.

Actualités...

■ **Bienvenue à la ferme : demandez les dépliants pour les remettre à vos visiteurs !**



Le Printemps Bienvenue à la Ferme se déroule du 19 avril au 29 juin 2014 : 30 agriculteurs participent. www.printempsalaferme.com



Calendrier des visites des fermes de découverte de mars à novembre 2014 pour les familles ou les groupes d'amis.

Contact : **Claire Lobbé**

Nouveau !

■ **Circuits courts : de nouveaux projets**

>> Ouverture d'un rayon frais au sein du GAMM VERT d'Amiens.

>> Développement de 6 nouveaux points de retrait à Cahon-Gouy, Cappy, Wanel, Abbeville, Plachy-Buyon, Dury.

>> Les points de retrait actuellement sont :

- La boone ferme à Jumel
- La cidrerie A z'erondes à Demuin
- La ferme du Paraclet à Cottenchy
- Les volailles de Montplaisir à Saint-Fuscien
- Mon panier Bienvenue à la ferme à Amiens
- La ferme des coudriers à Coisy
- L'escargotière du Marquenterre à Saint-Quentin-en-Tourmont



Contact : **Marie Deshayes**
Tél. 03 22 33 69 75