

COMMERCIALISATION

Éléments d'aide à la décision

Pré requis à la diversification

POINTS FORTS



- Lien avec les consommateurs
- Maîtrise de l'ensemble du circuit/processus
- Valorisation de l'ensemble de la production
- Vendre au bon prix

POINTS FAIBLES



- Organisation chronophage
- Aménagement vie professionnelle / personnelle
- Manutention
- Coûts de déplacements
- Gestion des ressources humaines



CHAMBRE
D'AGRICULTURE
AUDE

PRODUCTION



LES DIFFÉRENTS CIRCUITS DE DISTRIBUTION

- Point de vente à la ferme
- Vente sur les marchés hebdomadaires
- Vente sur les foires et salons (professionnel/grand public)
- Commande aux particuliers
- Commande sur internet/Drive
- Magasin de producteurs
- Vente en distributeur automatique
- Vente à la ferme en cueillette
- Vente en grande distribution
- Vente aux commerces de proximité
- Vente en restauration commerciale
- Vente en restauration collective
- Vente aux grossistes
- Coopérative

ÉQUIPEMENT NÉCESSAIRE

- Véhicule adapté / Camion frigorifique
- Vitrine réfrigérée
- Outil de gestion des commandes/facturation
- Site internet marchand
- Gestion fichier clients
- Local de stockage aménagé et ergonomique
- Tables/parasols/barnum/caisse enregistreuse
- Emballage des produits

MOYENS À METTRE EN ŒUVRE



SAVOIR ÊTRE

- Être à l'aise pour parler de ses produits
- Être à l'écoute des consommateurs

PRÉVOIR DU TEMPS À :

- La commercialisation (travailler les outils et la stratégie)
- La prospection (clients privés et professionnels)
- L'administratif
- La communication

RESPECTER LA RÉGLEMENTATION

- Déclaration activité à la DDCSPP (produits transformés)
- Affichage / Etiquetage
- Balance homologuée
- Conditions générales de vente
- Médiateur de la consommation
- Hygiène alimentaire en restauration commerciale
- Assurance foire, marché, intoxication alimentaire
- Fiscal : déclaration des revenus
- Social : gestion des salariés
- Juridique

COMMERCIALISATION ET COMMUNICATION



CONDITIONS DE RÉUSSITE

- Faire une étude de marché : identifier sa clientèle / Etudier ses concurrents
- Etudier le bassin de consommation ciblé
- Infrastructure à proximité : ateliers de transformation, abattoirs
- Adapter les conditionnements
- Disposer d'une gamme diversifiée
- Déterminer le bon prix : par rapport au coût de revient et au marché

COMMUNICATION

- Mise en place d'une stratégie de communication
- Créer des supports et outils adaptés
- Site internet
- Réseaux sociaux
- Papier : affichage et flyer
- Logiciel gestion relation client / commande / facturation
- Office de tourisme
- Intégrer des réseaux, labels (Bienvenue à la ferme, Pays Cathare ...)



Pour en savoir plus, contacter : Jeanne BARREDA
04 68 11 79 42 / 06 84 54 64 77
jeanne.barreda@aude.chambagri.fr

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

MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT



Éditée en juin 2025