



2025

BOOSTER MA COMM AVEC BIENVENUE A LA FERME



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

 **MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE,
DE L'AGRO-ALIMENTAIRE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Présentations

Tour de table



Anaïs BORRELL
Animatrice Bienvenue à la Ferme

- 1 – Qui je suis, mon activité
- 2 – Ma vision du réseau
- 3 – Mes objectifs en termes de communication
- 4 – Mes outils de communication actuels
- 5 - Qu'est ce qui me démarque ? En quoi suis-je unique ?

Objectifs

- 1- Analyser ma stratégie de communication**
- 2- Redéfinir ma stratégie en optimisant les outils de communication du réseau Bienvenue à la ferme**
- 3- S'approprier les outils- travaux pratiques (site BAF, Facebook etc)**

Programme de la journée

Matin : de 9h à 12h30

Analyser ma stratégie de communication

- Mon positionnement : valeurs et messages
- Mon plan de communication : les outils et les supports de communication à développer en fonction de ma clientèle et de ma stratégie de communication.

Présentation des outils de communication de Bienvenue à la ferme

Mettre en avant mon adhésion à la marque BAF

- Les logos, la charte graphique...

Après-midi : de 13h30 à 17h

On pratique !

Le site web Bienvenue à la ferme

- Présentation du site
- Ma page adhérent : connexion, mise à jour des informations, optimisation de son utilisation

Mon Google Business

Les réseaux sociaux

Un mot sur le réseau BAF, les services

- Réseau national
 - Des outils nationaux
 - Des cahiers des charges nationaux
- Réseau départemental
 - 80 adhérents en 2024 → 86 adhérents en 2025
 - Notre offre d'accompagnement



Un mot sur la vie du réseau 66

Un CA de 11 membres qui se réunit tous les 3 mois

Nos Portes Ouvertes collectives le 1^{er} WE de juin (7 & 8 juin 2025)

On se voit :

- 1 AG par an
- Des demi-journées du réseau 3 fois par an
- Des formations réservées aux adhérents

On reste en contact :

- groupe Whatsapp
- 1 Lettre d'infos BAF bimensuelle



Les Rendez-vous du réseau

15/01/2023 >>> Date limite de retour de vos adhésions « Bienvenue à la Ferme » 2023 et de vos modifications pour la brochure 2023

26/02/2023 >>> MPP Le cochon en fête à Ile-sur-Têt



Mot de la Présidente, Corinne Parassols

Bonjour à tous,
Je suis heureuse de vous souhaiter mes meilleurs vœux pour cette année 2023 avec notre nouvelle lettre d'information Bienvenue à la Ferme. Vous la retrouverez régulièrement dans vos boîtes mails. L'objectif est de regrouper les informations qui vous concernent sur un document dédié afin de vous faciliter leur prise de connaissance.



RAPPEL : Renouvellement des adhésions

Les demandes de ré-adhésions 2023 et de mise à jour de vos informations pour la brochure ont été envoyées en version papier et numérique fin novembre. **N'oubliez pas de nous les retourner avant le 15 janvier !** Il est très important que vous respectiez ces délais pour pouvoir être cités dans la brochure 2023-2024. **Attention, pour ceux qui paient par virement, une erreur de RIB s'était glissée dans le 1^{er} envoi. Téléchargez le bulletin d'adhésion rectifié.**

[TELECHARGER BULLETIN](#)



Retour sur la dernière ½ journée du réseau

Le 20 octobre dernier nous avons organisé la **deuxième édition des ½ journées du réseau**. Nous remercions chaleureusement Thomas Cambassédès, Du Bon Miel à Ponteilla, qui nous a accueillis ainsi que GROUPAMA qui nous a parlé de l'assurance de la personne pour les activités de vente directe et d'agritourisme.

1- Analyser ma stratégie de communication

Se mettre à la place du client

Il est **opportuniste**, infidèle

Il veut **tout, tout de suite**, et ne pas attendre

Il veut avoir le sentiment **d'être unique** – et être **rassuré**

Il veut qu'on lui **simplifie la vie**

Il en veut **pour son argent**, et pouvoir réclamer s'il est mécontent

Il veut **sauver la planète** et aider les autres

➔ Importance de répondre à ces besoins dans votre communication

Les motivations d'achat du client

- ✓ Il n'a plus de besoins mais des envies, exprimées et non exprimées.
- ✓ Les achats impulsifs représentent jusqu'à 80 % des ventes.

7 Motivations d'achat (SONCASE):

Sécurité : besoin d'être rassuré par la marque , le vendeur ou le produit

Orgueil : être à la mode, rechercher un certain standing

Nouveauté : besoin de changer

Confort : besoin de bien-être, recherche de praticité

Argent : économie à l'achat, désir de faire une bonne affaire

Sympathie : côté affectif, mobile d'achat cadeau

Ethique : valeurs fortes liées à l'environnement, le local, le bio, la solidarité

Comment le réseau BAF y répond ?

Sécurité : réseau existant depuis 35 ans

Orgueil : effet Label/Marque

Nouveauté : renouvellement constant (adhérents, concepts, comm...)

Confort : choix des fermes et des modes de vente

Argent : VD = économie de l'intermédiaire

Sympathie : rencontre avec le producteur

Ethique : soutien de l'agriculture et l'économie locales

Et vous?

Sécurité :

Orgueil :

Nouveauté :

Confort :

Argent :

Sympathie :

Ethique :

Les bases d'une stratégie de communication

1 – La vision ?

Ce que l'on défend, notre idéal

2- Le positionnement ?

Ce que l'on apporte aux clients, en connaissant la concurrence directe

3- La clientèle ?

Profil, habitudes de consommation, valeurs, attentes et craintes

4- La différence concurrentielle ?

La promesse client, ce qui fait que l'on vous préfère.

La stratégie de comm du réseau Bienvenue à la ferme

1 – La vision ?

Ce que l'on défend, notre idéal

Mangez et vivez fermier !
Soyez les bienvenus sur nos fermes !

2- Le positionnement ?

Ce que l'on apporte aux clients, en connaissant la concurrence directe

Vente directe, marque créée par et pour les exploitants agricoles, pas ou peu d'intermédiaires.
Produits locaux, de saison, de qualité.

3- La clientèle ?

Profil, habitudes de consommation, valeurs, attentes et craintes

Engagés
Sensibles
Pragmatiques
Explorateurs

4- La différence concurrentielle ?

La promesse client, ce qui fait que l'on vous préfère.

Cahiers des charges (agrément).
Authenticité de l'expérience d'achat.
Identification en tant que producteurs.

Votre stratégie de communication

1 – La vision ?

Ce que l'on défend, notre idéal

2- Le positionnement ?

Ce que l'on apporte aux clients, en connaissant la concurrence directe

3- La clientèle ?

Profil, habitudes de consommation, valeurs, attentes et craintes

4- La différence concurrentielle?

La promesse client, ce qui fait que l'on vous préfère.

La promotion = politique de communication

Site web

Réseaux sociaux

Supports papiers (flyers, cartes de visite...)

Marketing direct

Newsletter

Emballages / PLV

Publicité

Enseignes, aménagement du point de
vente

Communication presse gratuite

Événements promotionnels

Lire une stratégie sur les éléments visuels

La cohérence graphique / La force du non verbal



- Le Logo.
- La Typographie
- Les Couleurs
- Éléments graphiques / icônes / pictogrammes. ...
- Utilisation des Images, illustrations, photos. ...
- Règles d'insertion de ces éléments sur chaque support

Quoi dire sur les supports de comm ? (antisèche)

1/ Votre vision d'entreprise

La belle histoire
de votre produit,
du lieu, de la
famille...

2/ La plus-value apportée aux clients

Quelles cibles ?
Bénéfices clients

3/ Votre offre

Produits/
services/ prix

4/ Les moyens d'y accéder

Distribution /
CGV

**2- Redéfinir ma stratégie en optimisant les
outils de communication du réseau
Bienvenue à la ferme**



Je mets en avant mon appartenance au réseau : logo et PLV

Logo : La petite fleur, pour mieux vous retrouver 😊





Matériel de communication

Mettre son point de vente aux couleurs de Bienvenue la ferme



**OPTIMISER VOTRE COMMUNICATION
GRÂCE AUX CONSEILS ET AUX OUTILS DE BIENVENUE À LA FERME**
version du 25 janv.2019



Matériel de communication

La PLV = publicité sur lieu de vente

- kit nouveaux adhérents
- catalogue national → les commandes passent par le relais



Taille ADULTE



Le matériel de communication

- Supports d'identification personnalisés (avec logo)



La communication presse

Partenariats presse (papier + web):

L'indépendant (manchettes MPP + 3 articles/an)

La semaine du Roussillon (nouveau – en test)

France Bleu Roussillon (pubs MPP, émission Marchés, paniers à gagner, invitations émissions...)

Le Guide des Loisirs

Le Petit Agenda

L'Agri...

→ Possibilité d'interviews et articles de presse avec les correspondants locaux → il faut oser !

→ Possibilité de diffuser vos évènements

La communication papier

Brochure imprimée en 15000ex :

- 100 brochures/adhérent, à récupérer lors de l'AG

→ Vous êtes les premiers prescripteurs du réseau

- diffusée à tous les OT du département lors de la Bourse d'Echanges Touristiques le 26/03/2025 à Canet

→ vous êtes les bienvenus sur mon stand ! Je peux transmettre vos flyers...

- Version numérique en ligne à feuilleter sur [Calameo](#)

calameo

5 / 44



La communication digitale

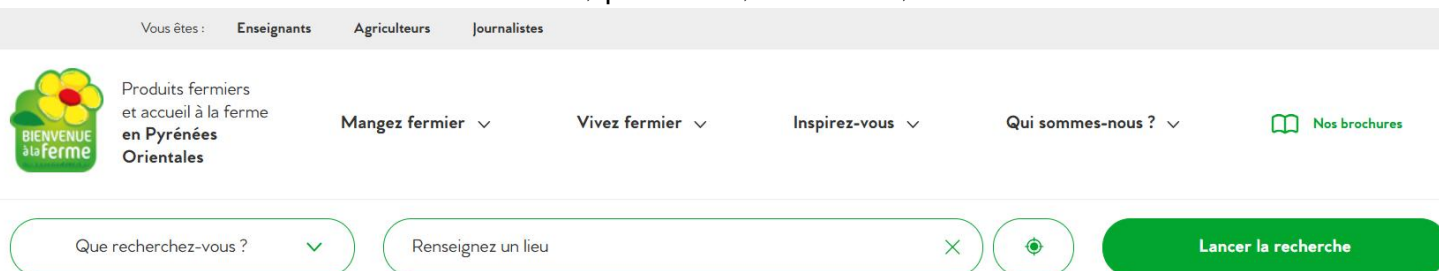
- Site national : www.bienvenue-a-la-ferme.com
(déclinaison <https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/pyrenees-orientales>)

Son point fort : le référencement+++

Le site « racine » de vos informations pratiques

Page individuelle sur laquelle vous pouvez intervenir grâce à vos codes d'accès

Il sert à référencer vos activités, produits, horaires, adresses etc...



La communication digitale

- Site départemental [producteurs66](http://producteurs66.fr)

Animé par notre Service.

Mise en avant des adhérents BAF,

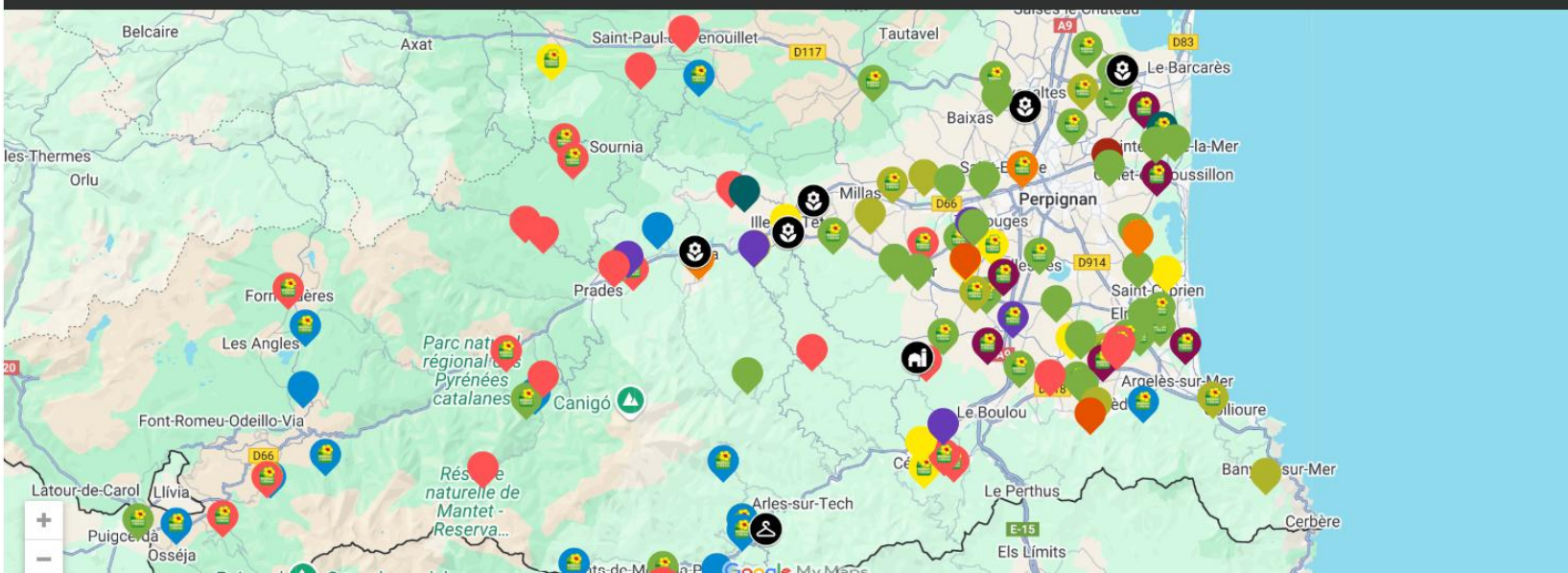


ACCUEIL ACHETER DES PRODUITS LOCAUX JOUER AVEC LES SAISONS ACTUALITÉS

LOCALISEZ TOUS LES AGRICULTEURS

—
QUI FONT DE LA VENTE DIRECTE

Les agriculteurs des Pyrénées-Orientales sont là ! ★



La communication digitale

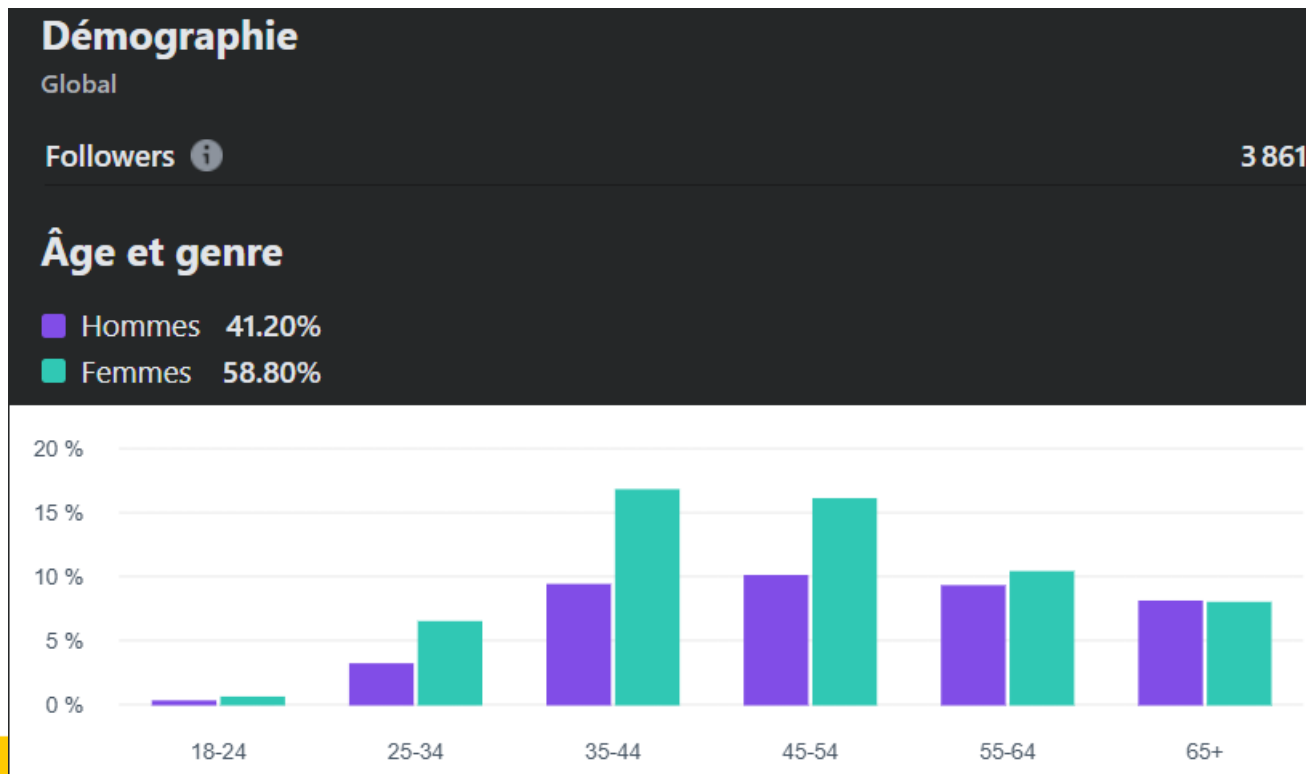
- Les réseaux sociaux : « Bienvenue à la ferme Pyrénées Orientales »

Facebook (page départementale, régionale et nationale) → **profitez de la matière, relayez !**

Instagram (page départementale)

Nos publications : BAF et MPP, relais partenaires

→ [stats](#)



La communication événementielle

Fermes en Fête = Portes Ouvertes collectives 7& 8 juin 2025

Formations Évènementiel et Visites à la ferme

Agenda des événements à la ferme [Open Agenda](#) = agenda collaboratif

→ Intégré sur site Chambre

→ Relayé par OT

→ Relayé par partenaires : La semaine du Roussillon, Le Petit Agenda, Le Guide des Loisirs

→ **Saisissez vos événements !**



Les événements Bienvenue à la Ferme Pyrénées-Orientales ✓

Un agenda qui recense tous les événements organisés par les exploitations agricoles du département.

Contacter Exporter Agréger + Ajouter un événement

13 événements - Afficher uniquement les événements à venir

Il y a 5 mois

Marché à la ferme et repas fermier

Jeudi 24 octobre 16h-21h

MARCHÉ à la ferme

- Une dizaine d'exposants de produits fermiers
- Repas fermier : sauté de porc curry coco et patates, mel i...

Rechercher

Rechercher ici

Leaflet | © OpenStr

3- S'appropriier les outils, travaux pratiques

On pratique selon vos souhaits !

Votre page sur le site Bienvenue à la ferme, Facebook, Instagram, Google Business...

Posez-nous vos questions, on est là pour y réfléchir ensemble.

Votre page sur www.bienvenue-a-la-ferme.com

Le back office

Lien de connexion : <https://maferme.bienvenue-a-la-ferme.com>

Vos codes d'accès : demandez à Anaïs !

Suivez le tuto !



Tutoriel sur mon interface de saisie **Bienvenue à la ferme**

Version février 2024

Harmoniser vos sites/pages

Boîte mail, My Google Business, site web, Facebook, Instagram, page BAF...

Avez-vous bien le même nom d'exploitation ? La même adresse mail ?

Vos sites/pages sont-ils bien liés ?

N°1 : Google Business

J'ai déjà ? Je crée ?

Je vérifie les infos.

Je réponds aux avis,

Quelques pas sur Facebook et Instagram

Nos conseils :

Avoir au moins 1 des 2.

Si on a les 2, utiliser Meta pour lier les pages et publier en même temps sur les 2,

Publier au moins 2 fois / semaine

Utiliser CANVA ou CRELLO (gratuit en ligne) pour les créations graphiques grâce aux modèles préconçus à la taille des post Réseaux Sociaux

Facebook

Photos ou vidéos + texte

Pour le référencement naturel :

L'importance du partage de publications, du @, des émojis 😊, du #, du lien avec vos sites internet ou vos pages,,,

→ partager les publis de Bienvenue à la ferme

→ Taguer @Bienvenue à la ferme Pyrénées Orientales

Instagram

Que des photos ou vidéos

Pour le référencement naturel :

L'importance du @, des émojis 😊, du #, du lien avec vos sites internet ou vos pages,,,

→ Taguer @Bienvenue à la ferme Pyrénées Orientales

Facebook et Instagram : notre plan d'attaque simple

Utiliser Meta pour lier Facebook et Instagram,

Publier au moins 2 fois / semaine,

Visuels : se faire des gabarits sur CANVA

Vidéos : Utiliser l'outil de montage vidéo simplissime d'Instagram sur smartphone,

Penser à taguer « Avec @Bienvenue à la ferme Pyrénées Orientales » quand on publie,

Dresser son calendrier hebdomadaire de publications

L	Annonce des produits ou marchés de la semaine
M	Relayer une publi de BAF ou d'un partenaire
M	Vidéo d'une action agricole du moment
J	Relayer une publi de BAF ou d'un partenaire
V	Réel sur votre stand du marché
S	Relayer une publi de BAF ou d'un partenaire
D	Belle photo de produits/d'animaux

Merci !!!

Nos prochains rdv:

27/03/2025 ? : AG

Aller plus loin en Formation ?

Facebook-Instagram, Photos, Vidéos,,,

A yellow decorative shape, resembling a stylized arrow or a corner piece, pointing towards the bottom right corner of the slide.