



## LE PRINCIPE

- > Des fermes regroupent leur offre et proposent leurs produits sur un site internet dédié et spécialement conçu à cet effet
- > Les consommateurs (particuliers/professionnels) effectuent leur commande en ligne sur ce site
- > Puis ils viennent récupérer cette commande sur des points de dépôt = sur des fermes du collectif de producteurs ou chez des artisans ou commerçants partenaires du projet.

## DES PROJETS TERRITORIAUX VALORISANT LES PRODUCTIONS LOCALES

- > Le point de départ de la création de ces sites de commande en ligne est souvent le développement d'une offre bio locale très diversifiée, liée à des installations, des conversions et des projets de diversifications sur un secteur donné. C'est aussi le premier prérequis. A terme, ces sites offrent aussi des perspectives pour de nouvelles installations sur le territoire.
- > Les consommateurs (particuliers/professionnels) effectuent leur commande en ligne sur ce site
- > Le choix des collectifs existants est de rester à l'échelle d'un territoire délimité, ce qui en fait une expérience reproductible sur les territoires voisins. L'objectif est bien ici de développer un débouché de proximité, de limiter les kilomètres parcourus et si possible (si le chiffre d'affaire réalisé par ce biais le permet), de relocaliser ses débouchés en abandonnant les circuits les plus éloignés.
- > Ces initiatives permettent de créer une dynamique sur le territoire et de renforcer les liens entre agriculteurs et les consommateurs, en y associant éventuellement des artisans et/ou des commerçants.

- > En milieu urbain, ces systèmes privilégient des dépôts en centre ville dans des commerces ou des structures socio-éducatives, ou en périphérie directe, par exemple sur des axes stratégiques de passage (entrées-sorties de roades ou périphériques, zones de covoiturage...).

## UN PROJET COLLECTIF QUI S'APPUIE SUR L'EXISTANT

### • S'INSPIRER DES EXPÉRIENCES EXISTANTES... TOUT EN CONSTRUISANT SON PROPRE GROUPE !

Les expériences déjà réalisées constituent des boîtes à outils grandeur nature : visites, interventions, échanges téléphoniques et modèles de documents, autant d'exemples sur lesquels on peut s'appuyer pour gagner du temps et de l'énergie et éviter quelques erreurs, tout en conservant ses spécificités, et en construisant son propre modèle.

*Comme tout projet collectif, il est fondamental de prendre le temps en amont de construire le groupe et le projet.*

## CRÉER UN SYSTÈME COLLECTIF DE COMMANDE PAR INTERNET

### ETAT DES LIEUX

Les circuits courts se développent et avec eux, des formes innovantes de commercialisation. La généralisation d'internet permet aujourd'hui aux agriculteurs de créer des sites collectifs de commande en ligne (on parle aussi de «drive» fermier ou paysan), facilitant l'accès des habitants de leur territoire à une gamme élargie de produits bio locaux. L'utilisation de l'outil internet facilite en outre la prise de commande et leur gestion, tant pour les producteurs que pour les consommateurs. D'où un succès croissant de ces démarches, notamment en milieu rural. Mais comme tout système collectif, il est important de ne pas griller les étapes pour assurer leur pérennité.

### HISTORIQUE

On le sait peu mais ce type de système existe depuis maintenant plus de dix ans en France ! En Bretagne, c'est «La Binée Paysanne» qui a ouvert la voie en 2004 dans les Côtes d'Armor. Les autres départements bretons et la Loire-Atlantique ont suivi dès 2008, avec un fort développement entre 2008 et 2012. On compte aujourd'hui en Bretagne une dizaine d'initiatives similaires et plusieurs nouveaux projets en cours.



### • S'APPUYER SUR LES RÉSEAUX ET LES LIEUX EXISTANTS

Le fonctionnement du collectif est défini après analyse de l'existant et des caractéristiques du groupe : types de produits, localisation des fermes, pré-existence de lieux de vente sur les fermes ou non, état des lieux des autres sites de vente de produits (bio) locaux, matériels disponibles, salariat en place, temps disponible...

*Il est conseillé de présenter la démarche en amont aux autres lieux de vente déjà en place ; des partenariats peuvent être possibles.*

Ce type de système permet de s'appuyer sur l'existant, les points de vente à la ferme devenant généralement des points de dépôts.

### FONCTIONNEMENT : ORGANISATION, MATÉRIEL, GESTION

> Le site de commande est un outil mutualisé entre les producteurs. Ce système offre une certaine souplesse, les gens sont libres de commander chaque semaine ou non.

**AVANTAGE PRINCIPAL : ON NE PRODUIT OU ON NE RÉCOLTE QUE CE QUI EST COMMANDÉ**

### • EN PRATIQUE

#### Définir le jour d'ouverture des dépôts

- souvent en fin de semaine (jeudi ou vendredi soir), mais certains systèmes fonctionnent sur plusieurs jours (chaque dépôt choisit son jour d'ouverture)

#### Définir en amont la période ouverte pour les commandes sur le site en fonction :

- du jour d'ouverture des dépôts (prévoir 2 ou 3 jours de délai entre la fin des commandes et la livraison aux consommateurs)
- des contraintes des producteurs (comme par exemple le jour de fabrication).

#### Le matin ou la veille du jour d'ouverture des dépôts

- chaque producteur prépare les commandes le concernant.

#### Le jour d'ouverture (ou la veille)

- les différents produits sont regroupés en un même lieu pour réaliser les commandes, puis ces commandes sont redistribuées sur les lieux de dépôts.

#### Différents fonctionnements existent :

- soit chaque producteur vient amener ses produits sur le «lieu de collecte» et participe alors généralement à la réalisation des paniers,
- soit cela est réalisé via une tournée sur les différentes fermes.
- une organisation de producteurs par secteur peut aussi être envisagée

#### Exemple : «Panier des Prés» à l'est de Rennes (35)

> 21 producteurs et un transformateur, tous certifiés bio, avec 9 points de dépôts dont 7 fermes, 1 commerce et 1 Maison pour tous

SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
commandes produits laitiers (fabrication le lundi)				Récapitulatif des commandes	Préparation des commandes		Ouverture commandes semaine suivante
commandes (sauf produits laitiers)					14h Groupage		

### POINTS FORTS

- ▶ Valoriser une offre bio locale diversifiée
- ▶ Simplicité d'utilisation de l'outil internet, tant pour les producteurs que pour les consommateurs.
- ▶ Complémentarité avec des systèmes existants et avec d'autres commercialisation en circuits courts
- ▶ Dynamique territoriale et création d'emploi
- ▶ Réponse adaptée à la demande des consommateurs Attention !

### POINTS FAIBLES

- ▶ Attention à la logistique : ce type de système, étudié pour gagner du temps, peut finalement s'avérer chronophage si les volumes sont trop limités.
- ▶ Gestion collective : mise en place longue et gestion interne complexe ; importance du suivi du temps passé par chacun en fonction de son chiffre d'affaire



## • ORGANISATION INTERNE

- ▶ Un règlement intérieur doit être rédigé. Une charte peut être établie pour préciser les valeurs et le mode de production défendus par le collectif.
- ▶ Prévoir des groupes de travail par production (planification, répartition des volumes et des sites de vente, discussion et harmonisation éventuelle sur les prix...).
- ▶ Si plusieurs producteurs proposent les mêmes produits, il est possible de différencier l'offre selon les dépôts
- ▶ Établir un outil de suivi du temps passé pour le collectif (communément appelé «banque de travail», en lien avec le chiffre d'affaire réalisé). Cet outil doit être mis en place dès le démarrage de l'activité et rempli et analysé régulièrement (trimestre).
- ▶ Chaque producteur doit être très vigilant avec les données présentes sur le site : il est indispensable de bien actualiser les infos (produits, variétés, photos, prix, disponibilité, etc). Cela peut être assez lourd en temps chaque semaine, pour les maraîchers notamment s'il vendent au détail.
- ▶ Photos des produits : non obligatoire mais conseillée (certains produits peu connus et cela donne envie!)

## • MATÉRIEL ET LOCAUX

- ▶ Local : prévoir un lieu assez grand pour préparer les commandes (tables, étagères...) / Matériel informatique et imprimante.
- ▶ Chambres froides, frigos sur les lieux de dépôts.
- ▶ Paniers ou caisses en nombre suffisant pour les consommateurs, glacières, véhicules frigo...

*Ces systèmes doivent bien sûr respecter les règles en matière d'hygiène et de sécurité sanitaire (chaîne du froid)*

## • GESTION DES COMMANDES ET FACTURATION

- ▶ Les sites éditent automatiquement les factures pour les producteurs et par point de dépôt.

*Plus qu'un simple site de commande en ligne, il s'agit bien d'un outil de gestion commerciale, qui facilite la gestion des commandes et la facturation, la comptabilité et la communication entre les membres du collectif.*

- ▶ Le paiement en ligne peut permettre une simplification de la gestion mais suppose un coût supplémentaire
- ▶ Un montant minimum peut être demandé mais ce n'est pas le cas général
- ▶ Pas d'engagement chaque semaine, la commande est libre
- ▶ Une adhésion annuelle peut être demandée (de l'ordre de 5 à 15€) quand il s'agit d'associations
- ▶ Certains sites ouvrent la possibilité de commander jusqu'à 3 semaines à l'avance
- ▶ Autres lieux de livraison possibles : livraison groupée chez un particulier, un comité d'entreprise, dans un commerce ou un restaurant, livraison à domicile (facturées ou non).

*Plus qu'un simple site de commande en ligne, il s'agit bien d'un outil de gestion commerciale, qui facilite la gestion des commandes et la facturation, la comptabilité et la communication entre les membres du collectif.*

## • BUDGET ET INVESTISSEMENT

L'investissement initial peut être limité si les producteurs sont déjà bien équipés : hangar, chambre froide, camion frigo, frigos sur les dépôts, caisses...

Un apport initial est néanmoins recommandé et souvent nécessaire pour l'achat de matériel complémentaires, pour la communication et, bien sûr, pour la création et la gestion du site internet.

## TÉMOIGNAGE

▶ Issus de Symbiose, juin 2013: Sandra Guillemain, de l'association Panier des Prés et associée sur la ferme d'Olivet à Servon-sur-Vilaine, en lait et produits laitiers.

### Quels sont les objectifs de votre projet ?

Sandra Guillemain : «L'objectif du projet est double : nous voulions mettre à disposition du territoire les produits bio locaux, et permettre à des producteurs de se faire connaître, de vendre, et de créer du lien et de la solidarité. Côté ventes, le développement se fera progressivement, il y a une demande. Nous avons déjà 30 inscrits avant même d'avoir commencé la pub».

### Pour toi qui pratique déjà la vente directe à la ferme, comment se fait l'articulation avec ce nouveau projet ?

S.G. : «Pour moi il y a une bonne complémentarité entre le point de vente à la ferme et ce système. Ce ne sont pas forcément les mêmes produits, du coup les gens peuvent compléter à la ferme. Ce n'est pas du tout incompatible. Avec le système par internet, il y aura peut-être un peu moins de temps pour discuter entre producteurs et consommateurs, mais c'est justement pour cela que l'association organisera aussi des événements, pour rencontrer les gens, créer ce lien entre nous».

### Avec le recul, quel regard portes-tu sur la mise en œuvre de ce projet ? Et sur son accompagnement par le GAB ?

S.G. : «Cela prend du temps évidemment et il n'est pas toujours évident d'en trouver. Il y a les aspects administratifs, le règlement intérieur, les statuts... Pour moi prendre 1 ou 2 ans pour monter ce type de projet n'est pas utopique. Et il est très intéressant d'être accompagné par une structure sur un tel projet, cela permet de prendre du recul et d'avoir accès à des informations complémentaires. Cela donne aussi un cadre pour avancer. La stagiaire qui a travaillé avec nous pendant 4 mois a permis de dégrossir le projet et de dynamiser son démarrage».



## Le site

Le choix du prestataire repose sur son professionnalisme, sa disponibilité et son coût.

Le budget global comprend la création (de 0€ à 1500€ selon niveau de personnalisation), l'hébergement, la maintenance et l'assistance. Certains prestataires proposent un coût évolutif en fonction du chiffre d'affaire (notamment au démarrage). Compter en général autour de 1000€ / an

Un prestataire qui travaille avec plusieurs groupes proposera en général une maintenance collective et évolutive : les améliorations apportées à un groupe, une fois validées, servent aux autres.

*Le démarrage se situe souvent autour de 30 paniers en milieu rural. On peut atteindre rapidement les 80 à 100 paniers avec une communication et un bouche à oreille efficaces.*

*La plupart des groupes fonctionnent avec un salarié, souvent à temps partiel, en appui à la gestion, la réalisation des commandes ou encore les livraisons. Le salarié peut être mutualisé avec une ou plusieurs fermes du collectif.*

## • COMMUNICATION

### Avant le lancement

- Communiquer en amont du lancement afin de partir avec une base minimale de commandes.
- Des consommateurs peuvent être invités à rejoindre la démarche dès l'origine. Une occasion de favoriser les échanges et les critiques constructives sur le fonctionnement du système. Une enquête peut être réalisée lors de fermes ouvertes ou autres événements pour identifier les consommateurs potentiels, intéressés par ce projet et des personnes motivées pour s'investir dans sa création.
- Prévoir une ou deux journées test peut aussi s'avérer utile pour les derniers réglages. Les consommateurs peuvent alors être associés à cette phase test. Étudier la faisabilité économique

### Au lancement et après...

- La communication, comme pour toute forme de commercialisation, est bien sûr indispensable, même si le bouche à oreille fonctionne bien au début sur ce type de projet.
- Outre les supports traditionnels (tracts, affiches, presse et autres médias locaux), elle peut être faite de manière collective sur des événements, des fermes ouvertes... Le collectif peut alors exposer les produits sur un stand commun et faire des démonstrations de l'utilisation du site, puis prendre les courriels des personnes intéressées.

*Prévoir une relance régulière par mail des consommateurs qui peuvent oublier de commander et qui sont les premiers demandeurs ! (la relance peut être hebdomadaire, même si cela paraît intrusif, les retours des consommateurs sont favorables car ils peuvent être très déçus s'ils oublient la date limite de commande).*

ILS SOUTIENNENT  
UNE AGRICULTURE  
DE QUALITÉ EN  
BRETAGNE



Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural :  
l'Europe investit dans les zones rurales



## POUR EN SAVOIR PLUS SUR L'AGRICULTURE BIO

▶ Contacter le Groupement  
d'Agriculteurs Biologiques de  
votre département

> CÔTES D'ARMOR

GAB d'Armor = 02 96 74 75 65

> FINISTÈRE

GAB 29 = 02 98 25 80 33

> ILLE ET VILAINE

Agrobio 35 = 02 99 77 09 46

> MORBIHAN

GAB 56 = 02 97 66 32 62



Réseau Gab • Frab  
Les Agriculteurs Bio de Bretagne