

COMMENT NE PAS ÊTRE HORS-CIRCUIT ?

VENTE DIRECTE ET/OU INDIRECTE

Le choix du ou des bons modes de distribution est un des axes de réussite dans les exploitations agricoles en circuits courts.

Il est l'objet, la plupart du temps, d'un panachage entre une relation directe avec le client et des compléments de circuits de distribution, parfois indirects, qui vont permettre d'élargir les possibilités de vente des produits.

Jacques Mathé, ÉCONOMISTE

Les enquêtes montrent que peu de producteurs fermiers utilisent un mode unique de distribution. Les choix de l'espace de vente sont déterminés en fonction de l'organisation propre de la ferme, de la disponibilité en main-d'œuvre ou bien du goût des producteurs à créer une relation avec le client. Dans ce dernier cas, la vente directe s'imposera, que ce **soit à la ferme ou sur des lieux de vente extérieurs**.

La localisation de la ferme offre aussi des opportunités de vente directe grâce à un atout d'accessibilité (le long d'un axe de communication, d'un lieu touristique), ou en raison d'une forte densité de population (périurbain). D'autres producteurs vont privilégier des circuits moins directs avec les consommateurs. Ces lieux de vente vont permettre d'atteindre une clientèle qui ne se serait pas déplacée sur la ferme (éloignement).

La vente indirecte permet d'élargir sa surface commerciale et de multiplier les occasions de rencontres du produit avec les clients. Elle a aussi l'avantage du partage du temps commercial quand les ressources humaines de la ferme en circuits courts sont limitées. La vente par des intermédiaires est incontournable pour des fermes qui ont des gros volumes de produits à commercialiser.

MULTIPLIER LES LIEUX DE VENTE

Multiplier les lieux de vente offrira autant de possibilités de débouchés. Le risque d'une multiplication des intermédiaires est de dénaturer le produit, de perdre son caractère fermier, l'image du produit et du producteur. Passer par un intermédiaire doit s'inscrire dans une vraie délégation de prestations et en aucun cas faire l'objet d'une décharge d'une contrainte commerciale. En conséquence, le producteur doit organiser un suivi de la relation avec son intermédiaire, sur les arguments commerciaux, sur les messages valorisants du produit, sur les

informations de traçabilité, des conditions de production, de transformation. Cela nécessite de visiter, de communiquer très régulièrement avec les vendeurs, les restaurateurs, les détaillants. Pour multiplier les points de contacts, il est conseillé aux producteurs d'effectuer eux-mêmes les livraisons afin de s'obliger à des rencontres régulières avec les intermédiaires. Ils permettent de faire le point sur la situation commerciale du moment, de recueillir de l'information sur les réactions des consommateurs, sur leurs souhaits, sur les adaptations à réaliser.

LES DIFFÉRENTS MODES DE DISTRIBUTION DES PRODUITS FERMIS EN CIRCUITS COURTS

Ventes directes		Ventes indirectes (intermédiaires)
Le producteur est présent lors de la vente. Il assure la relation avec le client final.		Un intermédiaire assure la relation commerciale avec le client final.
À la ferme	Hors de la ferme	
<ul style="list-style-type: none">• Magasin à la ferme• Libre cueillette• Marché à la ferme• Par correspondance• Internet• Portes ouvertes	<ul style="list-style-type: none">• Marché de plein vent• Marché de producteur• Point de vente collectif• Point de vente individuel• AMAP, divers paniers• Foires et salons• Distributeur automatique• Vente en bord de route• Vente en tournée• Comité entreprise, vente groupée• Drive fermier	<ul style="list-style-type: none">• Ventes à un détaillant (boucher, épicerie)• Magasin de producteurs (apporteurs)• GMS, superette• Restauration traditionnelle• Restauration collective• Dépôt-vente (autre producteur, site touristique)• Coopérative de consommateurs• Magasin spécialisé en produits fermiers• Site internet commerçant