



LES MAGASINS DE PRODUCTEURS

Des magasins de producteurs d'une grande diversité ont fleuri sur les territoires depuis les années 2010. Ils apportent de nombreux intérêts sur un territoire : développement économique, soutien à l'agriculture locale, maintien de services et commerces... Ils jouent également un rôle important dans l'accès de tous à une alimentation de proximité et de qualité. En rassemblant différents producteurs et différentes productions, le magasin de producteurs propose une offre complète, ce qui le rend plus attractif. Il facilite ainsi l'organisation des consommateurs.

Les magasins de producteurs sont des points de vente physiques créés et gérés collectivement par des agriculteurs qui proposent leurs produits à la vente.

C'est un mode de distribution qui représente une piste intéressante pour soulager les contraintes qui pèsent sur les fermes commercialisant en circuits-courts. Ils permettent de mutualiser les ressources comme le local de vente et le temps consacré à la commercialisation.

De ce fait, un magasin de producteurs est souvent l'aboutissement d'une dynamique collective engageante qui comporte une phase d'émergence : interconnaissance, objectifs, capacité à travailler collectivement et une phase de construction du projet : recherche d'un local de vente et de financements, mise en place d'outils de gestion (stock, commande, paiement...), d'une gouvernance (charte et règlement intérieur). La personne en charge de tenir le magasin est souvent principale gestionnaire des commandes, planning de livraison et de la vente. Ces tâches peuvent cependant être mises en commun, et la force du nombre peut également permettre l'embauche d'une personne dédiée à la vente.¹

Les magasins de producteurs peuvent rejoindre des réseaux existants comme celui des Boutiques Paysannes ou le réseau CEGA Terre d'envies² qui accompagnent leur développement, proposent des chartes de fonctionnement, etc.



COMMENT ÇA MARCHE ?

Les magasins de producteurs existent sous différentes formes de fonctionnement soit en remise directe et avec la présence des producteurs à la vente (c'est le cas des points de vente collectifs), soit avec une part d'achat-revente ou de dépôt-vente. Le plus souvent, la règle de fonctionnement d'un magasin de producteurs nécessite la présence d'au moins un producteur à la vente. Dans la plupart des projets, le magasin embauche un ou plusieurs salariés pour la gestion quotidienne (plus de 3 magasins sur 4, projet MAGPRO).

Tous les magasins de producteurs ont des associés-agriculteurs, certains associent aussi des artisans alimentaires ou d'autres fournisseurs.

¹ La mutualisation entre producteurs, GABB 32, CIVAM Bio 09, ERABLES 31, 12/2020

² Boutiques Paysannes : www.boutiquespaysannes.fr/boutiques-paysannes

CEGAR Terre d'envies : www.cegar.fr/Pole-circuits-courts.php

AVANTAGES

- Charte encadrant les produits proposés, le fonctionnement limitant la concurrence entre deux produits
- Mutualisation des ressources et compétences, répartition du temps passé à la vente
- Maintien des fermes en confortant un débouché, installations et/ou créations d'emplois
- Offre diversifiée de produits locaux dans un espace unique avec des plages horaires souvent plus larges que les marchés ou vente à la ferme

INCONVÉNIENTS

- De nouvelles situations de conflit peuvent apparaître entre acteurs économiques de la distribution (concurrence avec les commerces de proximité, les GMS, les artisans...)
- La gestion collective demande un investissement humain et financier important pour les producteurs et peut générer des situations de tension entre les associés ou au sein des fermes
- La mise en place de points de vente collectifs demande des connaissances et des capacités de gestion nouvelles pour les producteurs

TOULOUSE (31)



FERME ATTITUDE

À Toulouse, Ferme Attitude est le premier magasin de producteurs fermiers créé au centre-ville par des agriculteurs de la région. Co-fondé en 2010 par 18 agriculteurs, il regroupe aujourd'hui 42 producteurs et artisans (dont 34 agriculteurs). Il bénéficie de l'avantage d'être situé dans une grande métropole avec une large clientèle cible, sensibilisée par le manger local. Le collectif a d'ailleurs ouvert un second magasin, toujours au centre-ville de Toulouse au sein duquel se trouve un restaurant ouvert le midi.

Pour en savoir plus : www.fermeattitude.fr

PROJET MAG'PRO

Réunis pendant 3 ans autour du projet « MAGPRO - Clés de réussite et impacts territoriaux des magasins de producteurs », 18 partenaires du développement agricole et rural ont choisi d'explorer ce mode de commercialisation avec pour objectif de produire des repères techniques, économiques, stratégiques, financiers et organisationnels permettant de favoriser le développement des magasins de producteurs, en cohérence avec leur réalité territoriale.

Pour en savoir plus :

www.magasindeproducteurs.org

Ces nouveaux services répondent à un besoin exprimé par les clients mais sont aussi bénéfiques pour le territoire. Lorsqu'un magasin de producteurs fonctionne bien et est soutenu (par les pouvoirs publics, les clients consommateurs, ...), certains investissent et développent d'autres activités : atelier de transformation collectif, restaurant paysan, service traiteur, distribution de paniers, service de drive...

D'autres sont contraints d'arrêter leur activité pour diverses raisons : mauvaise gouvernance et conflits internes, manque de clientèle, équilibre économique non atteint, locaux inadaptés ou fin de bail (lire ci-après).

POUR ALLER PLUS LOIN :

- Guide « [Collectivités territoriales : pourquoi et comment accompagner les magasins de producteurs](#) » disponible dans la boîte à outil du site Nourrir la Ville