



Source photo Biograneta

LES POINTS DE VENTE À LA FERME

Les points de vente à la ferme existent depuis de nombreuses années avec des modalités de fonctionnement qui varient d'une ferme à l'autre : vente sous un hangar ou dans un local, ouvert façon quotidienne ou hebdomadaire...

“ Au fur et à mesure, la vente directe a pris de l'ampleur. Mes prédécesseurs en faisaient un soir par semaine. Aujourd'hui, on en fait six jours sur sept. On a entre 500 et 600 personnes qui viennent acheter nos produits chaque semaine. [...] Au tout début quand j'ai démarré, il y avait des gens qui venaient de loin. Ce n'est plus le cas. Aujourd'hui, nos clients sont les gens du quartier et des quartiers alentours qui connaissent le lieu par le bouche-à-oreille. ”

Florent Sassé de La Ferme de Borde Bio à Toulouse

La ferme de Borde Bio complète sa gamme de légumes par des fruits et légumes bio de producteurs locaux ou récupérés au MIN de Toulouse.



COMMENT ÇA MARCHE ?

Le producteur vend ses produits directement sur sa ferme en disposant un étal ou au sein d'un local. Le consommateur se rend alors chez l'agriculteur et lui achète en direct les produits qu'il souhaite parmi la gamme proposée.

MAGASIN OU MARCHÉ À LA FERME, QUELLE DIFFÉRENCE ?

Le marché à la ferme	Le magasin à la ferme
<p>L'agriculteur vend sa production comme sur un marché mais sur sa ferme (cour, hangar...). Il y a des horaires fixes ou les clients peuvent venir effectuer leurs achats.</p> <p>Certaines fermes peuvent coupler la vente à la ferme avec d'autres services : récupération de paniers de légumes, de pain en dépôt-vente...</p> <p>Parfois, d'autres producteurs sont invités afin de proposer aux clients une diversité de produits.</p>	<p>Il s'agit également d'un point de vente géré par la ferme mais qui propose généralement d'autres produits fermiers ou artisanaux.</p> <p>La plupart du temps, la ferme crée une nouvelle entité juridique commerciale afin d'effectuer de l'achat-revente et ainsi mieux gérer comptablement les ventes et charges liées à l'activité du magasin.</p> <p>Dans le cas où la vente s'effectue avec la même entité juridique (entreprise agricole), l'achat-revente est limité à 50% du chiffre d'affaires global et dans une certaine limite¹.</p>

AVANTAGES

Pour le producteur :

- Clientèle souvent fidèle
- Lien direct avec une clientèle locale
- Peu chronophage car sur place

Pour le consommateur :

- Choix des produits, échange avec le producteur
- Vente souvent reliée avec d'autres services : récupération de colis de viande, pain...
- Rencontre et lien social avec les clients locaux

INCONVÉNIENTS

Pour le producteur :

- Fluctuation des ventes selon la période, pas d'engagement du consommateur
- Concurrence possible avec d'autres points de vente ou systèmes de vente

Pour le consommateur :

- Créneaux limités dans la semaine
- Vente "isolée" contrairement aux magasins ou marchés (sauf magasins à la ferme)

¹ <https://idf.chambre-agriculture.fr/actualites/detail-de-lactualite/actualites/realiser-une-activite-commerciale-au-sein-de-son-exploitation/>