

Développer la vente directe loin des villes

26/04/2018



Portrait D'Avenir

Le secret d'Emmanuel et Cindy Triot, c'est d'être à l'écoute des clients en proposant régulièrement des nouveautés et en produisant toujours mieux.

Au cœur du Haut-Anjou, à Soeudres en Maine-et-Loire, les Vergers des Moires se tiennent à bonne distance des villes : Château-Gontier est à 17 km et Angers près de 40 km. Pourtant, depuis 20 ans, la famille Triot a installé un magasin de vente à la ferme.

Tout a commencé avec les parents d'Emmanuel, l'actuel exploitant. « Jusqu'en 1998, ils limitaient leur production à trois ou quatre variétés de pommes et adhéraient à une coopérative, raconte-t-il. Mais ce printemps-là, les Golden sont devenues grises, invendables en premier choix. Pour en tirer le meilleur prix, ils les ont écoulées en direct ». La sanction de la coopérative est tombée comme un couperet : exclusion. A l'époque, le contrat spécifiait que la totalité de la récolte devait être livrée. Après un passage en conseil de discipline destiné à remettre les producteurs dans le droit chemin, les Triot ont définitivement quitté la coop et conquis leur propre clientèle. « Cela a été compliqué, il leur a fallu 6 ou 7 ans », se rappelle le fils.

A 51 ans, Emmanuel exploite aujourd'hui 80 ha de céréales, 10 ha d'herbe (vente de foin), 9 ha de verger (7 ha de pommes et 2 ha de poires) et 1 ha de légumes (poireaux, navets, betteraves, salade, choux, radis, courges...). Un peu plus de la moitié de la production est commercialisée à la ferme dans un espace de vente de 300 m² et en jardinerie. Le reste est confié à des négociants en pommes et poires. Emmanuel et son épouse, Cindy (40 ans, salariée de l'exploitation), ont longtemps réfléchi avant de prendre la suite en 2004. Emmanuel était salarié de la ferme familiale tout en étant installé depuis 1992 sur 42 ha de céréales. « Je ne voulais pas reprendre, avoue-t-il. Le commerce, ce n'est pas inné. Et puis, la ferme est isolée. J'aurais préféré un magasin en zone péri-urbaine ».

De la contrainte au plaisir de l'échange

Quatorze ans après, pas de regret. La bosse du commerce est bien là. Madame tient la boutique ouverte 6j/7 toute l'année. Un salarié a été embauché pour la production des pommes. Et Monsieur perpétue la tradition familiale tout en s'adaptant en permanence pour satisfaire les attentes insatiables des consommateurs. Il a d'abord élargi la gamme de produits avec 24 variétés de pommes (nouvelles, anciennes, résistantes...), neuf de poires et la vente des légumes de maraîchers voisins. « La diversification permet de fidéliser et d'attirer de nouveaux clients », souligne Emmanuel. « On nous demande souvent : vous ne faites pas ci, pas ça... On cherche à satisfaire toutes les demandes. Dernièrement, nous avons ajouté les œufs à notre gamme, renchérit Cindy. Et puis j'ai appris à connaître mes produits, en les cuisinant, pour mieux conseiller les clients, leur proposer des recettes.

Depuis quelques années, Emmanuel a fait un autre choix stratégique : produire moins mais de meilleure qualité. « 30 ares suffiraient mais j'ai choisi d'être moins intensif et d'utiliser moins d'intrants », explique-t-il. Il tend vers le bio, sans s'imposer de label. « La hausse du prix effraie les clients et je préfère me laisser le choix de traiter si besoin pour sauver ma production, justifie-t-il. Je suis très transparent avec les clients. Le bouche-à-oreille marche bien et techniquement, c'est plus intéressant, plus motivant.

L'indépendance pour moteur

Emmanuel veut garder son indépendance, décider lui-même. Et les résultats sont au rendez-vous. Le magasin accueille entre 30 et 50 clients par jour. Le chiffre est stable, mais la clientèle de plus en plus âgée. Attirer les jeunes est le prochain défi. Côté prix, la concurrence est rude, entre agriculteurs comme avec les coopératives et la grande distribution. « Je dois rester deux à trois fois moins cher que les supermarchés pour faire la différence », explique Emmanuel. Mais c'est encore le double du prix exigé par le négociant à qui il livre le seul surplus de production. Tous les ans, il augmente quand même ses tarifs de 1 à 3 %. Son chiffre d'affaires, selon les années, oscille entre de 240 et 245 000 € : la moitié en pommes et poires, notamment 10 à 15 % en légumes de la ferme et 15-20 % avec la revente des produits des agriculteurs voisins. « Sa marge de sécurité est de 18 % par rapport à son excédent brut d'exploitation (EBE), alors que la norme agricole est souvent aux alentours de 10 % donc, c'est plutôt bien », constate Pascal Donet au cabinet Altonéo, membre d'AGIRAGRI. « Le plus difficile reste le nombre d'heures à consacrer à la ferme, 12h/j minimum et 14-15 h/j en été », reconnaît Emmanuel. Un travail acharné compensé par une grande satisfaction : la relation client, l'ouverture aux autres et des rencontres parfois inattendues.

source : <https://www.agiragri.com/fr/blog/actualites/article/developper-la-vente-directe-loin-des-villes/>