

BIENVENUE À LA FERME

DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR
DES AGRICULTEURS AU
SERVICE DE LA PROXIMITÉ

Bienvenue à la ferme, rejoint en 2007 par les Marchés des Producteurs de Pays, est un réseau national qui compte aujourd'hui 9 000 agriculteurs.

En 27 ans d'existence, ce réseau, fédéré par les Chambres d'agriculture, est devenu le premier réseau national de vente directe et d'accueil à la ferme. Il s'organise autour de quatre thématiques : la vente de produits fermiers, la restauration, les séjours et les loisirs.

Présents sur l'ensemble du territoire, les agricultrices et agriculteurs adhérents au réseau participent, par leur action quotidienne, à faire vivre nos terroirs, à valoriser nos paysages et préserver ainsi notre patrimoine rural.

En privilégiant l'échange et la proximité, Bienvenue à la ferme répond autant aux attentes de consommateurs en quête de sens et de repères qu'aux enjeux environnementaux et sociétaux actuels.

UNE OFFRE EN PHASE AVEC
LES ATTENTES DE CONSOMMATION

Chaque année avec l'éclosion des premiers bourgeons, certains adhérents ouvrent grandes les portes de leur exploitation et proposent de fêter dignement l'arrivée des beaux jours et la reprise de leurs activités avec l'opération « Printemps Bienvenue à la ferme ». L'occasion également pour les consommateurs de retrouver le plaisir de flâner de nouveau dans les allées des Marchés des Producteurs de Pays. Une façon sympathique de se préparer doucement à la saison touristique. Tour d'horizon de la palette de prestations proposées par le réseau...

En effet, près d'1 Français sur 2 ressent souvent l'envie de se déconnecter (48 %) et ne trouve jamais le temps de faire ce qu'il veut (57 %). Un séjour à la ferme c'est l'assurance d'un dépaysement, d'une rupture avec son quotidien. En famille, en amoureux ou entre amis, en gîte ou en camping à la ferme, c'est l'occasion de goûter au plaisir des saisons, aux bienfaits d'une campagne accueillante.

DES ÉCHAPPÉES
GOURMANDESUNE OFFRE DE SÉJOURS
TENDANCE

Les visites à la ferme sont aussi l'occasion de dégustation, apéritif, goûter ou bons repas du terroir dans une ferme auberge, moment de plaisirs partagés assurés autour des cuisines et produits de pays. Les menus proposés, y compris les vins et les boissons, sont 100 % fermiers et proviennent majoritairement de la ferme qui reçoit.



TOUT UN MONDE DE LOISIRS

La ferme reste également un vaste champ de loisirs. A la recherche d'activités variées, pédagogiques et ludiques pour une sortie le week-end ou pendant les vacances... Il y en a pour tous les goûts, pour tous les âges et pour toutes les passions à la ferme ! Apprendre à traire une vache, chasser les oeufs de Pâques, faire une balade à cheval, connaître les techniques de vinification...

LA VENTE DIRECTE DE PRODUITS FERMIERS : UNE OFFRE MULTIPLE EN PLEIN DÉVELOPPEMENT...

Avec 6 500 producteurs, la vente directe de produits fermiers connaît une belle croissance ces dernières années. Précurseur en 1985 en se fédérant autour de la marque, les agriculteurs adhérents au réseau Bienvenue à la ferme ont su évoluer et rester dans l'air du temps en développant de nouveaux concepts.

Fidèles à leur éthique, ils gardent un lien précieux avec les consommateurs en étant toujours présents au moment de la vente quel que soit le mode de commercialisation. Il est primordial pour eux de pouvoir « raconter » leurs produits.

Echanger avec leur clientèle reste le meilleur moyen d'avoir un retour sur leurs productions, de sensibiliser les consommateurs mais aussi, et surtout, de comprendre leurs attentes pour pouvoir s'y adapter au mieux.

ZOOM SUR...

LES CANAUX DE COMMERCIALISATION DÉVELOPPÉS PAR BIENVENUE À LA FERME

Parce que les agriculteurs savent bien que repartir chez soi avec de bons produits permet de prolonger le plaisir d'un moment partagé, ils sont 4 330 à proposer sur les lieux mêmes de l'exploitation les produits directement issus de leur activité.

Attentifs aux attentes des consommateurs, les membres de Bienvenue à la ferme ont aussi su développer une offre globale accessible au plus grand nombre grâce à la mise en place de nouveaux canaux de commercialisation. Véritable alternative innovante de la vente individuelle à la ferme, ils permettent de proposer collectivement et conjointement un éventail complet de produits fermiers, issus de plusieurs agriculteurs associés, en un même lieu de vente, physique ou virtuel.

LES MAGASINS DE PRODUCTEURS

Bienvenue à la ferme a développé depuis 2012, des magasins collectifs de producteurs, lieux de vente gérés et animés par des producteurs locaux associés, qui s'engagent à commercialiser les produits issus de leur exploitation.

www.bienvenue-a-la-ferme.com



LES MARCHÉS DES PRODUCTEURS DE PAYS

Véritable outil d'animation et de développement des territoires, les Marchés des Producteurs de Pays réunissent uniquement et exclusivement des producteurs locaux, tous engagés au respect d'une charte des bonnes pratiques, garantissant la qualité de leurs produits.

www.marches-producteurs.com



LE DRIVE FERMIER BIENVENUE À LA FERME

L'offre de Drive fermier est la dernière nouveauté Bienvenue à la ferme. Elle permet de commander ses produits fermiers directement sur Internet, de payer en ligne (paiement sécurisé) et de prendre rendez-vous pour récupérer son panier dans l'un des points de retrait.

www.drive-fermier.fr



LES CHIFFRES DU E-COMMERCE ALIMENTAIRE

Le e-commerce alimentaire ne s'est jamais porté aussi bien, soutenu notamment par les Drive. Alors que **63 %** des internautes ont acheté sur en ligne au 4^{ème} trimestre 2014, ils sont **24 %** à avoir acheté au moins une fois des produits alimentaires.

De plus, **8 %** des internautes ont déclaré avoir acheté sur internet des produits alimentaires directement à des producteurs, et **26 %** l'envisagent. Un plébiscite pour nos métiers et nos marques !

Enfin, si le taux de pénétration des Drive en France est de **11 %** de la population, il monte à **28,2 %** pour les jeunes couples et 20 % pour les familles avec enfants.

16
magasins de producteurs

2 600
Marchés des Producteurs de Pays organisés tout au long de l'année, sur 450 communes répartis dans 38 départements.

30
Drive fermier Bienvenue à la ferme ont déjà vu le jour et de nombreuses démarches sont en cours pour 2015 y compris en Ile de France.

GRANDES TENDANCES DE COMPORTEMENT 2015 : VERS L'ÂGE DU « FAIRE »

2015 marque l'avènement du « faire soi-même », de l'envie du retour aux choses vraies et saines. Preuve de notre entrée dans l'âge du faire : en 2014, 60 % des Français disent ressentir le besoin de réaliser ou de créer des choses avec leurs mains (cuisine, bricolage, couture...). Une des explications à l'amplification de ce phénomène : la complexité du monde moderne donne envie de retrouver un contrôle sur sa propre vie. De plus en plus d'individus vivent mal le fait de ne plus savoir comment les choses qu'ils consomment sont produites. « Faire », dans ce contexte, c'est retrouver du sens dans sa vie ou dans sa consommation. Autre tendance de fond : la volonté des consommateurs de s'assurer au maximum de l'innocuité et de la qualité de ce qu'ils mangent. Elle évoque évidemment les circuits courts, l'appétence pour les produits locaux, le goût pour l'authentique et le naturel, ce besoin de proximité nécessaire à une meilleure maîtrise de son alimentation. Une sorte de retour aux sources, avec une priorité au local qui va s'accroître au cours des prochaines années.

Etude Trend Observer « L'âge du faire : enquête sur l'accélération d'une mutation » (IPSOS, 11 décembre 2014). Etude Département Tendances et Prospective IPSOS.



SÉJOURS UNE QUÊTE D'AUTHENTICITÉ

«Le réseau et la marque nous permettent de nous faire connaître auprès d'hôtes en quête d'authenticité. Ce qui me plaît dans cette activité ? C'est de répondre à la demande de ceux qui aspirent à renouer avec la nature et le monde rural.»

Marie-Annick Maillard de Tézy, la ferme du Lieu Dieu, Somme - Picardie

Des voyageurs toujours plus connectés

62%
des Français partis en vacances
ont préparé leur voyage en ligne

20%
des Français partis consultent
les réseaux sociaux dans la
préparation de leurs séjours

88%
des voyageurs français sont
influencés par les avis pour le
choix d'un hébergement

32%
des mobinautes effectuent une
recherche d'informations locales
chaque semaine sur leur mobile

20%
des Français partis utilisent leur
smartphone pendant leurs séjours.

Sources : Fevad Médiamétrie NetRatings / Raffour Interactif / TripBarometer / Our Mobile Planet / Google Kanta Media Compete / VRDCI / L'Echo Touristique / Harris Interactive

UNE OFFRE THÉMATIQUE POUR LES SÉJOURS ET LES LOISIRS

Afin de valoriser davantage les offres de séjours et de loisirs des agriculteurs, Bienvenue à la ferme s'est doté depuis quelques années d'une offre de séjours, et plus récemment de loisirs thématiques pour répondre aux besoins et aspirations d'une clientèle de plus en plus en demande d'activités riches de sens. Ces offres s'appuient sur les activités et services que les agriculteurs proposent déjà à leurs visiteurs : soin des animaux, dégustation du vin, parcours de randonnées,...



Ces séjours mettent en avant leur spécificité fermière : animaux, cultures, stages de cuisine, participation aux travaux de la ferme. Les fermes inscrites dans des séjours thématiques bénéficient ainsi d'une aura particulière auprès du grand public et de la presse, et ont de meilleures retombées économiques. Bienvenue à la ferme propose aujourd'hui 2 200 séjours à la ferme dont 379 séjours thématiques, et depuis peu cette thématique est aussi proposée aux fermes de découverte et fermes équestres. Ainsi, les visiteurs ont le choix entre les fermes gourmandes, pour se régaler de bons produits, le 100 % bio avec les fermes bio, tout apprendre des méthodes de vinification et en apprécier le résultat dans les fermes Bacchus, découvrir et participer aux travaux agricoles dans les savoir fermes, tutoyer les animaux dans les z'anifermes, découvrir les sentiers de randonnée en toute tranquillité à proximité des rando fermes ou enfin, s'aventurer dans les fermes insolites.

DRIVE FERMIER

BIENVENUE À LA FERME DE L'AUBE

LES AVANTAGES D'UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE

Jérôme Schmit, président du Drive fermier Bienvenue à la ferme, producteur de pommes à couteau sur 5 ha en vente directe sur exploitation et par l'intermédiaire du drive

« Le Drive fermier Bienvenue à la ferme a constitué l'opportunité de développer mon activité commerciale. Cette dynamique collective a permis à tous les producteurs adhérents de croiser leurs clientèles et de profiter ainsi d'un maximum de synergie. Les clients ont ainsi l'avantage de se procurer des produits locaux et de qualité sans avoir d'importants trajets à effectuer d'exploitation à exploitation. Ce qu'ils recherchent avant tout, c'est de la qualité, de la typicité, la diversité de produits mais aussi de la rapidité dans leurs achats. L'avantage, pour nous,



« outre dans la diversification de notre clientèle, réside dans une augmentation des volumes commercialisés mais aussi dans une plus grande régularité de ventes. »

Le Drive fermier Bienvenue à la ferme de l'Aube

- Localisation en bordure d'une rocade à St André les Vergers
- A proximité de l'agglomération de Troyes
- 20 000 véhicules/jour sur la route
- 23 producteurs adhérents
- www.drive-fermier.fr/aube

DRIVE FERMIER

BIENVENUE À LA FERME ET BOUTIQUES INDIVIDUELLES

LE CONSOMMATEUR AU CŒUR DE LA RÉFLEXION

Interview de Carole BOU

Conseillère circuits courts à la Chambre d'agriculture du Tarn

Pouvez-vous nous détailler les méthodes d'accompagnements des agriculteurs qui veulent faire de la commercialisation par Internet soit en e-commerce individuel, soit dans le cadre du Drive fermier www.drive-fermier.fr/albi/ ?

Au printemps 2013, la Chambre d'agriculture du Tarn a proposé aux producteurs de créer des boutiques de vente en ligne à partir de l'outil des Chambres d'agriculture « Mes produits en ligne ». Le choix a été fait d'accompagner d'abord des projets individuels d'agriculteurs en lien ou non avec des sites vitrines. Pour cet accompagnement, la Chambre d'agriculture du Tarn a souhaité privilégier le collectif. Une formation de 3 jours a ainsi été mise en place. Depuis cette année, 1/2 journée d'appui individuel vient compléter ce parcours de formation. A ce jour, 10 boutiques individuelles ont été créées et 5 de plus sont sur le point de l'être. La Chambre d'agriculture assure la commercialisation du service et son suivi. Et fin 2013, la Chambre a impulsé la

mise en place d'un Drive fermier Bienvenue à la ferme. Ouvert en septembre 2014, il fédère aujourd'hui 22 producteurs et envisage sérieusement son déploiement avec l'ouverture d'un 2nd point de retrait en avril et d'un autre pour fin 2015.

Quelles bonnes pratiques conseilleriez-vous aux autres Chambres d'agriculture qui voudraient se lancer dans cette aventure ?

Dans les 2 cas, individuel et Drive fermier Bienvenue à la ferme : il faut mettre le consommateur au cœur de la réflexion.

Pour les boutiques individuelles

- intégrer l'accompagnement informatique au sein d'un appui stratégique global
- être vigilant sur la politique tarifaire mise en place par la Chambre pour commercialiser ce service car au début, les chiffres d'affaires en ligne sont faibles



- proposer un suivi régulier des producteurs ayant une boutique pour les aider à progresser et à générer du chiffre d'affaires

Pour le Drive fermier Bienvenue à la ferme

- s'assurer d'avoir un « vrai » collectif au démarrage et entretenir la vie du groupe
- proposer une gamme de produits attractive : nombre de références, qualité des produits, prix acceptables
- être vigilant sur la viabilité économique du projet
- prévoir du temps pour accompagner la mise en place du projet et assurer l'animation du groupe et du Drive ensuite (notamment animation commerciale, web marketing...).