



Réussir sa diversification pas à pas

La faisabilité de son projet

Martine DE NIJS

Accueil Champêtre en Wallonie

DiversiFerm – Pôle économique





Accueil Champêtre
en Wallonie

DiversiFerm

DiversiFerm a pour mission d'accompagner les producteurs-transformateurs wallons dans leur démarche de diversification. Elle propose un triple encadrement : hygiénique, technologique et économique, 3 pôles de compétences réparties entre 4 structures financées par la Wallonie :

- pôle économique : Accueil Champêtre en Wallonie
- pôle technologique : - Ecole Provinciale d'Agronomie et des Sciences de Ciney
- Centre pour l'Agronomie et l'Agro-industrie de la province du Hainaut
- pôle hygiénique : Gembloux Agro-Biotech

Informations et contacts : www.diversiferm.be
infos@diversiferm.be



Avec le soutien de



Wallonie





Cellule de coordination (ULg-GxABT)

**Encadrement
hygiénique**

**Encadrement
économique**

**Encadrement
technologique**

ULg-GxABT

ACW

CARAH

EPASC





J'ai un projet de diversification Comment m'y prendre ?





DiversiFerm peut vous aider

La mise en place du projet se fera étape par étape :

- Avant de commencer, penser...
- Les obligations légales à respecter
- Conseils à la commercialisation
- Aménager un magasin





AVANT DE COMMENCER PENSER ...





Avant de commencer, penser à...

- **Clarifier vos objectifs personnels !**
 - Quelles sont les valeurs que vous souhaitez « partager »
 - Quelles sont vos motivations :
 - revenu complémentaire
 - création d'une activité professionnelle
 - maintien d'emploi sur l'exploitation
 - valorisation d'une production existante, apport de plus-value
 - besoin de contact
- **Discuter de votre projet avec votre famille !**
 - Sont-ils partants ? Conjoint, enfants
 - Quelles conséquences sur l'organisation





Avant de commencer, penser à...

- **Evaluez vos compétences « commerciales »!**
Aimer le contact ne suffit pas !

Il faut aussi ...

- avoir envie de vendre et d'y consacrer du temps
- avoir le sens de l'accueil : environnement, magasin, soi
- aimer parler : de son métier, de ses produits, de son savoir faire
- faire parler le client : être à l'écoute (attentes, besoins) mais aussi entendre (craintes, objections, critiques)
- faire preuve d'empathie, avoir un esprit ouvert et tolérant





Avant de commencer, penser à...

- **Déterminer ses forces/faiblesses - opportunités/menaces (analyse SWOT) :**
 - **Potentiel de l'exploitation :**
 - *matières premières à transformer, à vendre : gamme?*
 - *main d'œuvre disponible : actuelle et à venir*
 - *temps disponible : actuel ou à créer (réorganisation)*
 - *bâtiment : à aménager, reconvertir, construire ou louer*
 - *formation : existante ,à acquérir, conseillée ou obligatoire*
 - *localisation*
 - *financement : fonds propres, aides à l'investissement*





Avant de commencer, penser à...

- **Potentiel de clients :**
 - *localisation et répartition par rapport à l'exploitation*
 - *pouvoir et habitude d'achat*
- **Offre existante :**
 - *type de produits*
 - *mode de distribution*
 - *concurrents ou synergies possibles*
- **Choisir le type de commercialisation et le lieu**

De nombreux éléments apportés par l'analyse SWOT permettront de guider ces choix





Vente directe ou Circuit-court ?

- **Vente directe :**
le producteur vend sa production directement au consommateur final (pointe de vente, marché, Ruche qui dit oui,...)
- **Vente en circuit-court (vente indirecte)**
le producteur vend sa production à un seul intermédiaire. Ce dernier peut vendre le produit au consommateur (GMS, coopérative de commercialisation, restaurant, collectivité)
-





Pourquoi la vente directe ?

- **Pour se réapproprier une certaine autonomie décisionnelle et économique = revenu « juste »**
- Pour répondre à une évolution sociétale de durabilité (consommer local et de saison)
- Pour le contact direct avec le consommateur





Derrière la vente directe...

- Vente directe = production-transformation à la ferme et commercialisation en directe
- Vente directe = 2/3 métiers
= producteur + (transformateur)+ « commerçant »
- Vente circuit-court = idem + agent commercial
- Constats sur le terrain...
 - Production de la matière première = OK même si adaptation
 - Transformation : formation technique puis OK ! Hygiène!
 - Commercialisation : agriculteur ≠ commerçant ≠ commercial
Calculer prix de vente, prix de revient ?





Avant de commencer, penser à...

- **S'informer sur les obligations légales : sécurité alimentaire (AFSCA), santé publique (étiquetage,...), économie (BCE, poids et mesure,...), fiscalité (régimes d'imposition et TVA)**
- **S'informer sur les aides à l'investissement possibles**
- **Savoir faire et le faire savoir**





... sans oublier de calculer la rentabilité !

Une activité est déclarée « rentable » dès qu'elle génère un profit.

Profit ssi un volume de vente = chiffre d'affaires = recettes
suffisantes pour permettre :

- de payer l'ensemble des charges
- de rembourser les crédits bancaires,
- de dégager un revenu minimum (=salaire)
- de dégager un bénéfice pour assurer le développement de l'entreprise.





Business Plan ?

Un terme anglais que l'on traduira, littéralement en français, par «Plan d'affaire» mais qui reprend à la fois pour la future activité :

- **Un plan d'affaire** : qui, quoi, où et comment? L'analyse SWOT !
- **Un plan financier** : les chiffres qui permettront de prouver la rentabilité de la nouvelle activité.

Un travail nécessaire qui **permettra également d'orienter le choix du type de commercialisation**. Certaines charges pouvant fortement varier : magasin, site avec paiement sécurisé, emballage, étiquetage, livraison, taxes... mais aussi marge à prévoir pour l'intermédiaire en circuit-court.





LES OBLIGATIONS LEGALES A RESPECTER





La vente directe et la vente indirecte

Selon le type de commercialisation, les obligations légales peuvent différer.

Différentes possibilités dans le tableau suivant.





Accueil Champêtre
en Wallonie

Vente directe au consommateur final	A la ferme	Point de vente (pas d'infrastructure spécifique) Magasin à la ferme, boucherie, boulangerie Cueillette
	Marchés réguliers	Marché communal hebdomadaire Marché de producteurs
	Vente sur commande avec livraisons	A domicile : colportage, tournée Sur des points relais : GAC, La ruche qui dit oui, Seul ou avec d'autres producteurs
	Vente à domicile	Vente/dégustation, home-party
	Vente par internet	Envoi de la commande par transporteur ou poste
	Vente occasionnelle	Foire commerciale, Ferme en Ville, Marché saisonnier
	Distributeur automatique	A la ferme, Sur la voie publique Produit unique ou multi-produits
Vente indirecte avec 1 intermédiaire	Point de vente collectif avec présence des producteurs à la vente	Magasin collectif de producteurs Drive fermier
	Commerçants détaillants	Autre magasin à la ferme ou ambulant Epicerie, boucherie,....
	GMS	
	Restaurateurs	
	Restauration collective	Cantine scolaire Service de repas à domicile Homes pour personnes âgées
	Coopérative de commercialisation et/ou transformation	
	Plate-forme Clic local	
Vente sur commande avec intermédiaire commercial	certaines GAC, certaines plateforme de distribution	
Vente directe avec >1 intermédiaire	Centrale d'achat	
	Grossistes	
	Entreprise de restauration collective	





Les obligations légales

- Vérifier si un **accès à la profession/licence** est nécessaire (titre professionnel protégé) :
 - boucher-charcutier (licence) : exception sous conditions pour la vente de viande de boucherie pré-emballée
 - boulanger-pâtissier,
 - traiteur-restaurateur-organisateur de banquet...

Si nécessaire à l'exercice de l'activité, la preuve du titre requis sera demandé lors de l'inscription à la BCE.





Les obligations légales

- **Vérifier *capacités entrepreneuriales*, pour inscription BCE**
 - *compétence professionnelle sectorielle*:
 - *diplôme (équivalences) ou pratique professionnelle*
 - *connaissances de gestion de base (activité commerciale)* :
 - *diplôme (équivalences)*
 - *ou pratique professionnelle*
 - *activité en personneφ : preuve peut être apportée par un tiers*
 - *activité en société : preuve apportée par personne qui assure la gestion journalière*



Les obligations légales

- **Choisir un statut juridique** : *entreprise individuelle ou société*
Si société, dépôt de l'acte constitutif au tribunal de commerce et enregistrement au SPF (notaire).
 - ① *Si la société transforme les produits brut de l'exploitation, et commercialise les produits transformés = vente indirecte.*
 - ① *La commercialisation sous le couvert d'une société à caractère commerciale est considérée par l'AFSCA comme de la vente indirecte. (voir tableau)*





Les obligations légales...

- **Ouverture d'un compte courant auprès organisme financier**
Utilisé exclusivement pour l'activité professionnelle
- **Banque Carrefour Entreprises**
 - *Toute personne, physique (individuellement ou en association de fait) ou morale (SA, SPRL, SCRL,...), qui souhaite exercer une activité commerciale ou artisanale, de manière indépendante, à titre principal ou à titre complémentaire, doit demander son inscription à la Banque Carrefour des Entreprises (BCE).*





Les obligations légales

- ① *Inscription via un guichet d'entreprise agréé, attribution d'un numéro : - d'entreprise = n° TVA
- d'unité d'établissement (NUE) = lieu d'activité*
- ① *Agriculteur ≠ statut commerçant*
 - *inscription BCE = «entreprise non-commerciale de droit privé».*
 - *activités : production primaire + 1^{ère} transformation (beurre)*
 - *vente sur l'exploitation, sans espace de vente ou en colportage de produits pas ou peu transformés, ≠ activité commerciale.*
 - *exception : volailles, pressage de fruits, meunerie à façon*



Les obligations légales

- ① *Agriculteur = commerçant*
 - *vente de produits bruts ou transformés issus de l'exploitation dans un espace de vente*
 - *vente de produits bruts ou transformés d'une autre exploitation*
 - *ajout BCE des activités de transformation et/ou de vente*
- ① *Chaque activité = un code statistique : NACE,
Code Nace ≠ types de commercialisation : magasin, sur un marché,
par internet, à domicile, par distributeur automatique*
- ① *Inscription BCE nécessaire pour enregistrement, autorisation,
agrément AFSCA*



Les obligations légales

– Autorisation activité ambulante

- *La vente, l'offre en vente et l'exposition en vue de la vente de produits et de services au consommateur par un commerçant en dehors de son ou de ses établissements inscrits à la BCE ou par toute autre personne ne disposant pas d'un tel établissement .*
 - = commerce ambulant ≠ colportage
 - lieux autorisés dont marché public et privé
 - nombreuses occasions ne nécessitant pas d'autorisation





Les obligations légales

👁️ « Une ère nouvelle pour les activités ambulantes »

http://economie.fgov.be/fr/binaries/nieuw_tijdperk_fr_tcm326-35903.pdf

① L'autorisation ambulante n'est valable qu'accompagnée du titre d'identité

① 3 types d'autorisation:

- patronale : nominative, incessible, 2 options, 150€
- préposé A : nom entreprise, interchangeable, pas domicile, 100€
- préposé B : nominative, incessible, vente au domicile, 100€





Les obligations légales

- **Fiscalité et TVA** : *choix/adaptation des régimes si nécessaire.*

Adaptation selon le type de commercialisation

Se faire impérativement conseiller par son comptable





Les obligations légales

- **Affiliation à une caisse d'assurance sociale**
- **Affiliation à une mutuelle**
- **Souscrire les assurances obligatoires** : incendie, accidents du travail (si présence de salariés), RC véhicule, RC professionnelle.
① *Facultative mais vivement conseillée* : assurance intoxication alimentaire





Les obligations légales

– Contrôle des poids et mesures

- *Contrôle instruments de pesage non automatique moins de 30Kg*
 - *01 01 2014 par organismes agréés*
 - *vérification poinçon primitif + essais*
 - *tous les 4 ans à la demande du détenteur*
 - *toute mise en service d'un nouvel instrument doit être signalé au service de métrologie (avec n° BCE)*
- *Contrôle des produits pré-emballés*
 - *par échantillonnage*



Les obligations légales

– **Accises**

- *La vente de boissons alcoolisées dans un commerce de détail est soumise à autorisation de l'administration des douanes et accises*
- *L'activité de pressage de fruits doit être signalé à l'administration (déclaration d'établissement d'accises-D et A)*
- *L'administration des D et A perçoit également la cotisation environnementale/emballage (mise sur le marché de déchets) pour le conditionnement de jus de fruits*
 - *en emballage réutilisable(vidange consignée) à 1,41€/HI*
 - *en emballage perdu (cubi) à 9,86 €/HI*





Les obligations légales

- **Permis d'urbanisme : CWATUP toujours d'application!**
- *Lors de la création d'un atelier de transformation ou d'un magasin à la ferme. En zone agricole, possible uniquement si productions de la ferme*
- *Pour toute nouvelle construction /modification importante dans un bâtiment existant (modification de l'aspect extérieur, atteinte aux murs porteurs, augmentation de la surface,...).*
- *En l'absence de travaux dans un bâtiment existant, pour signaler le changement d'affectation du bâtiment → mise en œuvre d'une activité artisanale dans une zone autre que artisanale ou de moyennes et petites entreprises (Art. 84, §1^{er}, 7° et 271 du CWATUP). Ce permis ne requerra toutefois pas le concours d'un architecte.*





Les obligations légales

– *Permis d'environnement :*

➤ *type de classe à déterminer selon activité et/ou volume.*

http://environnement.wallonie.be/cgi/dgrne/aerw/pe/index_ruri.htm

➤ *Atelier de fabrication de produits laitiers chez un détenteur de vaches laitières ne nécessite pas de PE*

➤ *Magasin à la ferme, pas de permis si <1.000 m²*

➤ *Commerce de détail de viandes et de produits à base de viandes couplé à la préparation de produits à base de viande = activité de classe 3 avec conditions intégrales = déclaration*





Les obligations légales

Obligations légales relevant de l'AFSCA et ou du SPF Santé Publique

- *Le respect des normes d'hygiène*
- *L'étiquetage*
- *Les emballages*

Cette matière relève de la compétence du pôle hygiène de DiversiFerm





CONSEILS A LA COMMERCIALISATION





Définir son identité commerciale

Quel nom pour mon magasin/marque pour mes produits

- *S'en préoccuper dès le début du projet*
- *Demander l'avis à plusieurs connaissances (proches, commerciaux,...)*
- *Choisi pour l'adresse mail et pour le nom du site web (vérifier disponibilité du nom de domaine et le bloquer rapidement)*
- *Facile pour éviter les fautes d'orthographe, compréhensible par les étrangers*
- *Attirant : faire rêver, donner envie au client d'être curieux*





Définir son identité commerciale



Quel nom pour mon magasin/marque pour mes produits

- *Lié à un lieu dit, nom de rue, nom de ferme,...*
- *Lié à une partie du bâtiment*
- *Lié à un objet particulier*
- *Un choix affectif*
- *!!! Aux noms en wallon difficile à orthographier et pas facilement compréhensible*





Définir son identité commerciale



Un logo ?

- *Un dessin, croquis,.....*
- *Simple et représentatif de votre produit*
- *Lisible en petit et en noir et blanc*
- *Pas trop chargé*



Envie de Respirer !





Définir son identité commerciale

Où utiliser le logo, le nom ?

- **Sur les documents administratifs**
 - Dans la signature E mail
 - Papier à lettre, enveloppes, factures
 - Cachet
 - **Sur les documents publicitaires**
 - Cartes de visites, folders, votre site Web ou celui d'autres
 - Panneaux publicitaires, encarts publicitaires, lettrage voiture, camionnettes
 - Panneaux de signalisation
- ① *Conseil à petit budget: créer des étiquettes avec votre logo*





AMENAGER UN MAGASIN





Assurer la visibilité de son point de vente

➤ A l'exploitation :

- *Prévoir une enseigne (visible et lisible) à l'extérieur (! Permis d'urbanisme)*
- *Prévoir une info des heures d'ouverture*
- *Signaler le PV dans l'enceinte de la ferme*

➤ Ailleurs...

- *Prévoir une signalisation (soumise à autorisation communale, provinciale ou MET)*
- *Un panneau publicitaire sur terrain privé*
- *Une bonne communication...*





Aménager les abords extérieurs

Le client doit se sentir « attendu »

- *Accès carrossable*
- *Abords de la ferme propres, rangés et sécurisés*
- *Prévoir un emplacement adapté qui servira de parking*
- *Prévoir un rangement pour les vélos*
- *Fleurir? C'est un plus!*





Aménager son point de vente

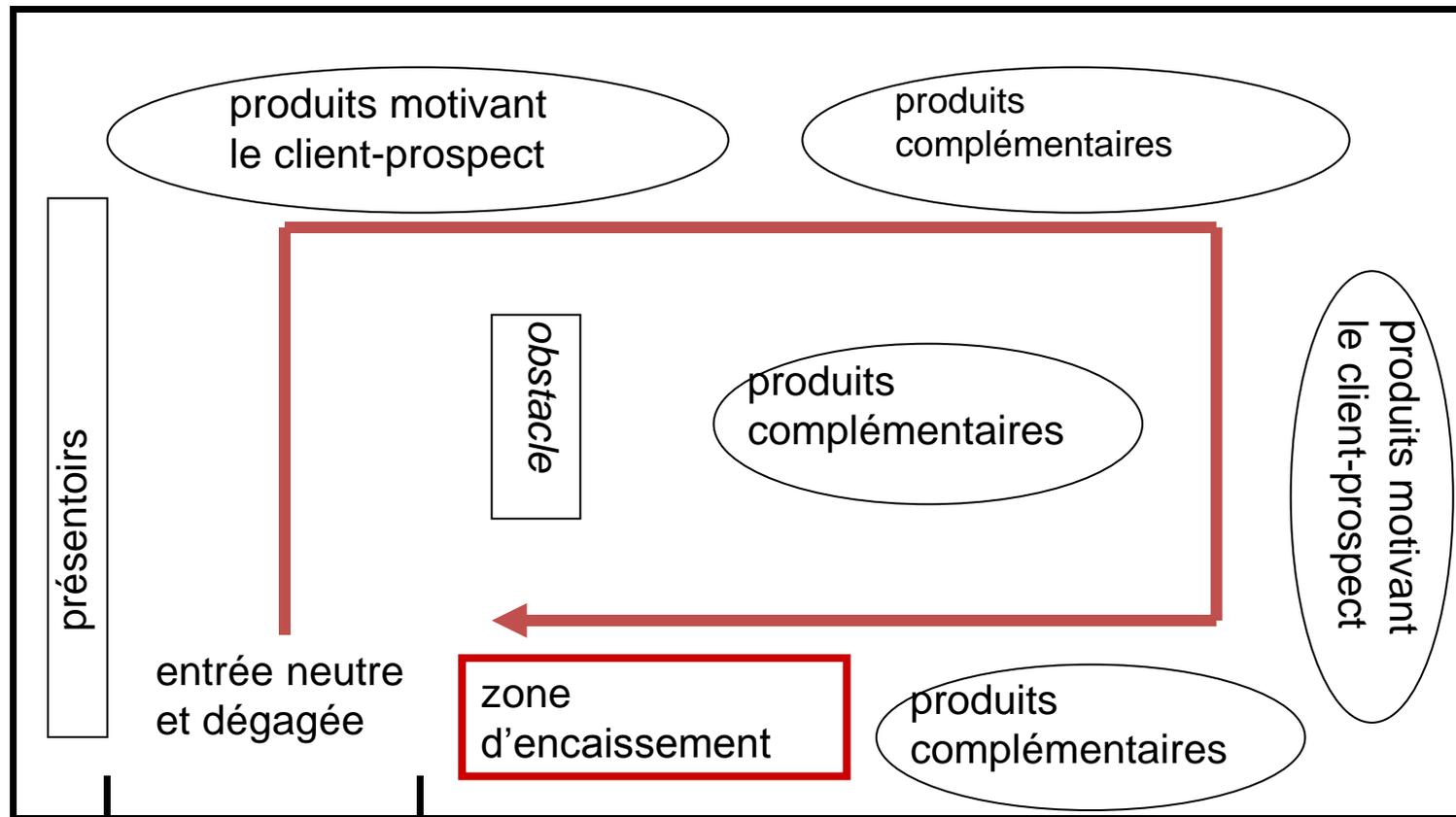
L'objectif : susciter l'acte d'achat. A quoi dois-je penser ?

- *Présentation adéquate : min 0,80m du sol, rayonnage adapté*
- *Mise en évidence : place dans les rayons, éclairage (y compris comptoir frigo)*
- *Présence des prix, fiches produits*
- *Circulation aisée*
- *Logique dans la succession des rayons*
- *Créer une « ambiance » via notamment le choix des matériaux utilisés mais aussi une décoration récurrente et saisonnière*
- *Confort du client : un peu chauffage, un banc, un coin enfant,...*



Aménager son point de vente

L'espace disponible est occupé par des produits complémentaires, des présentations...



portes vitrées

un **espace inoccupé** peut être **interprété** par le client-prospect comme le signe d'un **manque d'activité** (donc manque d'attrait et de qualité du produit), d'un **manque d'intérêt pour la vente**. De plus, cela est inesthétique.



Savoir-faire et Faire-savoir



Vous fabriquez des produits de qualité, votre point de vente vaut le détour ? Faites le savoir!

- *Utilisez la presse locale : annoncez l'ouverture de votre point de vente ou tout autre événement (portes ouvertes, dégustations ou animations)*
- *Réalisez un folder et/ou une carte de visite à déposer dans un maximum d'endroits stratégiques*
- *Assurez une présence minimum sur le net. Si vous optez pour une page Facebook (gratuite) ou un site web, il doit « vivre »*





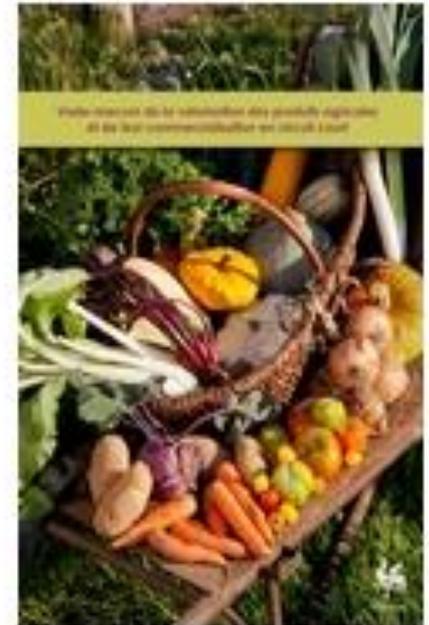
Pour plus d'informations sur la législation ...

Consultez le vade-mecum de la valorisation des produits agricoles et de leur commercialisation en circuits courts

Via le site www.diversiferm.be

Ou à partir du portail de l'Agriculture

http://agriculture.wallonie.be/apps/spip_wolwin/article.php3?id_article=361





Merci de votre attention

Martine DE NIJS
Maryvonne CARLIER

ACCUEIL CHAMPETRE EN WALLONIE

Chaussée de Namur, 47,
5030 GEMBLoux

www.accueilchampetre.be

martine.denijs@fwa.be

maryvonne.denijs@fwa.be

081/627.469

081/627.453

Accueil champêtre en Wallonie assure le
volet économique de DiversiFerm

