

## Les différentes formes de vente directe

**La distribution d'un produit** met en oeuvre *toutes les opérations très concrètes* :

- d'informations du consommateur (présentation, quantité, prix, lieu, horaire, services)
- de stockage nécessaire
- de transport et de livraison finale
- de facturation, encaissement, garanties

... jusqu'à l'appropriation complète et définitive du produit par le client.

En vente directe, elle peut revêtir différentes formes qui peuvent se combiner entre elles.

### A – VENTES RÉALISÉES A LA FERME

LIEU	OBSERVATIONS	AVANTAGES	INCONVENIENTS
<b>1 – EN LIBRE SERVICE sur la parcelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cueillette, par les acheteurs, de fruits rouges, haricots, fleurs, pommes, cerises...</li> <li>- Possible en zone péri-urbaine et d'accès facile.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas de coût direct de récolte</li> <li>- Diversification possible et souhaitable, pour mieux fidéliser la clientèle.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonne logistique à mettre en place, notamment lors des week-ends.</li> <li>- Publicité, fléchage % de pertes non négligeable.</li> </ul>
<b>2-EN LIBRE RÉCOLTE : vergers, vignes, légumes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jouissance réservée sur place à l'année pour fruitiers, pluriannuelle pour la vigne.</li> <li>- En zone péri-urbaine (pas nécessairement pour la vigne)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour la vigne : attachement des récoltants aux parcelles.</li> <li>- Trésorerie plus rapide, moins de frais financiers.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abandon du droit de jouissance sur les parcelles dont la récolte est cédée d'avance.</li> <li>- Exigence de soins irréprochables.</li> </ul>
<b>3 – DANS UN LOCAL à côté de l'habitation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des produits frais ou transformés</li> <li>- Tenir et imposer des horaires stricts à la vente.</li> <li>- Permanent ou saisonnier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil possible par différentes personnes selon disponibilité de chacun.</li> <li>- Pas d'absence extérieure ou de frais particuliers pour la vente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risque d'interruptions du travail, vie privée perturbée.</li> <li>- Attention perte de temps (dialogues avec les clients).</li> <li>- Difficulté de fidélisation de la clientèle si gamme trop étroite</li> </ul>
<b>4- RESTAURATION à LA FERME</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De la terre à l'assiette: ferme auberge, pique nique, casse croûte, plats cuisinés à emporter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valeur ajoutée importante</li> <li>- Flexibilité du prix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps passé et savoir faire cuisine</li> </ul>

## B – VENTES RÉALISÉES A PROXIMITÉ DE L'EXPLOITATION

LIEU	OBSERVATIONS	AVANTAGES	INCONVENIENTS
<b>5 – SUR LES MARCHES</b> <b>Manifestations, foires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avec stand démontable ou mobile</li> <li>- Attention à l'emplacement alloué vis à vis du passage de la clientèle visée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratique peu onéreuse, sauf pour présence à des foires lointaines.</li> <li>- Aménagement fonctionnel simple sans trop d'investissements.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contraintes trajets et horaires</li> <li>- Peu de confort, surtout en hiver.</li> <li>- Droits de place parfois élevés</li> </ul>
<b>6 – EN BORDURE DE ROUTE, sites particuliers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implantations sur routes à flux important.</li> <li>- Installation selon possibilité de parking , respecter les réglementations (implantation, vente au déballage, signalisation).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intéressant pour exploiter flux routier local ou en période de vacances (à partir de 5000 v/j)</li> <li>- Ventes ponctuelles pour faire face à un surplus momentané de production.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prévion de ventes difficile à faire (formule très aléatoire).</li> <li>- Dépendance des « aléas » climatiques</li> </ul>
<b>7 – LORS DE TOURNEES fixes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avec véhicule à trajets fixes et horaires réguliers, places de villages</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intéressant en présence de densité de population suffisante voire à proximité des lieux de travail. Produits de bonne valeur unitaire (viande)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Non flexibilité des horaires</li> <li>- Amortissement et frais roulants du véhicule spécialisé.</li> </ul>
<b>8 – PAR LIVRAISON à DOMICILE avec pré-commande</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Passages réguliers selon une fréquence variable auprès d'une clientèle connue.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Régularité du système</li> <li>- Connaissance à l'avance volume à commercialiser.</li> <li>- Peu d'invendus lors du déplacements.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible flexibilité des horaires</li> <li>- Groupage suffisant des commandes pour réduire les frais de livraison.</li> <li>- Difficulté de créer, renouveler la clientèle, turn over</li> </ul>
<b>9 - « AUX PANIERS » - AMAP</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gamme de produits préparés par groupe restreint d'agriculteurs</li> <li>- Système de pré-commande par internet (sorties d'usine ou des bureaux).</li> <li>- Panier fixé et pré commandé à l'avance, livraison hebdomadaire sur un dépôt fixe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonne répartition des tâches de vente, facilite l'organisation</li> <li>- Pas d'invendus, pas d'investissement spécifique dans un point de vente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Travail en groupe nécessitant une bonne entente et une harmonisation de fonctionnement</li> <li>- Formule parfois transitoire mais bon moyen de rodage avant autres solution</li> <li>- Difficulté de créer, renouveler la clientèle, turn over</li> </ul>
<b>10 - TRAITEUR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De la terre à l'assiette: petite restauration sur événements, buffets, plats cuisinés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forte valeur ajoutée</li> <li>- Promotion efficace du produit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps et horaires de travail, plusieurs personnes</li> <li>- Savoir faire cuisine et organisation</li> </ul>

<b>LIEU</b>	<b>OBSERVATIONS</b>	<b>AVANTAGES</b>	<b>INCONVENIENTS</b>
<b>11 – EN COMITÉ D'ENTREPRISE sortie d'usine avec ou sans pré-commande par internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ou, avec associations diverses</li> <li>- Penser à garder le contact avec le responsable (gratification)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Régularité du système une fois bien implanté.</li> <li>- Connaissance à l'avance des commandes, peu d'invendus.</li> <li>- Pas d'investissement point de vente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prix pratiqués plus faible</li> <li>- Difficulté du premier contact pour s'implanter.</li> <li>- Dynamisme ultérieur dépendant du responsable du CE</li> <li>- Tendances aux marges "avant"</li> </ul>
<b>12 – EN DEPOT-VENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chez d'autres agriculteurs (pas de commerce), détaillants, dépositaires spécialisés,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas de perte de temps à la vente</li> <li>- Présence multiple.</li> <li>- Pas d'investissement spécifique dans un PV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rémunération faible (vente semi-directe)</li> <li>- Délai de paiement</li> <li>- Problème de reprise des invendus et gestion du rayon</li> </ul>
<b>13- EN MAGASINS DE PRODUITS FERMIERES COLLECTIF PVC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offre permanente d'une gamme,</li> <li>- Centre de produits fermiers fixe (localement ou à distance) ou mobile (véhicule avec chaîne de froid) ou démontable (stand collectif)</li> <li>- Constituer un bon groupe, établir une autorité de gestion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partage des horaires avec d'autres collègues</li> <li>- Effet de gamme</li> <li>- Avoir de bons produits d'appel</li> <li>- Valorise mieux l'action commerciale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Régularité approvisionnement en qualité et quantité.</li> <li>- Problème des invendus.</li> <li>- Investissement initial assez lourd, surtout en milieu urbain.</li> <li>- Inflexibilité horaire d'ouverture.</li> </ul>
<b>14- EN DRIVE FERMIER adossé ou non à un PVC ou distributeur</b>	Idem Magasin	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coûts commerciaux plus faibles ("ubérisation")</li> <li>- Pas d'invendus, sécurité des paiements et trésorerie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouverture des retraits sur peu de jours</li> <li>- Logistique rigoureuse impérative</li> <li>- Risque de syphon si adossé à un PVC</li> </ul>
<b>15- DISTRIBUTEUR AUTOMATIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distributeur automatique avec monayeur et système d'avertissement à distance sur site très fréquenté, parking GMS, lieux public</li> <li>- Proximité de l'exploitation si produits frais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilités d'organisation</li> <li>- Libre Service : pas de relation clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût de la machine</li> <li>- Gestion de la logistique et des invendus</li> <li>- Pas très "vendeur"</li> <li>- Marché régional peu réceptif en alimentaire</li> </ul>

## C – VENTES RÉALISÉES A UNE DISTANCE INDÉTERMINÉE DE L'EXPLOITATION

LIEU	OBSERVATIONS	AVANTAGES	INCONVENIENTS
<b>16- LORS DE REUNIONS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vente démonstration, type "Tupperware"</li> <li>- Convient pour denrées non périssables de prix élevés : foie gras, viande, vins, textiles en laine, cosmétiques...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vente réalisée par ami ou membre de la famille animateur-revendeur rétribué producteur lui-même</li> <li>- Adapté aux produits de valeur</li> <li>- Personnalisation produit, dialogue.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Longues absences si vente par producteur, suivre les relais.</li> <li>- Zones de vente directement liées aux réseaux personnels des relais</li> <li>- Dynamisme dépendant des relais.</li> </ul>
<b>17- PAR CORRESPONDANCE (VPC)- VENTE EN LIGNE</b> (annonces dans la presse, internet)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Denrées non périssables ou/et d'une valeur suffisante pour supporter des frais d'acheminement acceptables par l'acheteur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation chez soi, sans déplacement extérieur.</li> <li>- Coût de promotion du produit peu élevé par internet/ très élevé en VPC traditionnelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès et maîtrise des outils informatique nécessaires</li> <li>- Savoir faire de vente en ligne et logistique de livraison à mettre en place</li> <li>- Nécessité d'une gestion dynamique du fichier client.</li> <li>- Attention risques de retour sur internet</li> </ul>

**Jean François Pinel - CA82**

Juin 2018

Cette action de diffusion est cofinancée par l'Union européenne avec le Fond Européen Agricole pour le Développement rural en Occitanie et par l'Etat au travers du CasDar.



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale «développement agricole et rural»