

DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR

VENTE EN BORDS DE ROUTES UN MOYEN DE TOUCHER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

Par Lise ALLAIN [Animatrice filières de proximité au GAB 56]

Peut-être l'un des plus vieux débouchés, la vente en bords de routes permet de toucher une clientèle nouvelle pas forcément sensibilisée à la bio. Coup de lumière sur deux expériences qui vont à la rencontre de nouveaux consommateurs et ne demandent qu'à être reproduites.

10 h mercredi 28 mai. Laure Le Berre, de l'Atelier des Bons Plants, installe son étal pour la dernière fois de l'année au rond-point de Bel Air à Questembert. Installée depuis 2 ans en production de plants potagers et aromatiques bio à 15 kilomètres de là, elle considère ce débouché comme sa plus belle vitrine même s'il n'est pas de tout repos.

• Pourquoi avoir choisi la vente en bord de route ?

Laure Le Berre : Je fais de la vente à la ferme mais je ne suis pas dans un endroit très passant. Il fallait que je me fasse connaître autrement. J'ai avant tout testé le marché de plein vent mais je me suis vite rendue compte que ce débouché ne correspondait pas à ma production « atypique », la majorité des gens venant y chercher des produits alimentaires et hebdomadaires. L'achat de plants est également facilité si le véhicule du client est à proximité, ce qui n'est pas toujours possible sur une place de marché. J'ai alors pensé au rond point de Bel Air à Questembert à 15 minutes de chez moi. Ce lieu est passant, sécurisé pour s'y arrêter et un revendeur de fruits et légumes est déjà présent en juillet-août. C'était l'endroit idéal !

• Comment t'es tu lancée ?

C'est un espace privé, j'ai donc rencontré le propriétaire et m'y suis installée après avoir obtenu son autorisation. Je n'avais pas connaissance de la limite des 60 jours de vente par an et par site (cf. encart Que nous dit la Loi ?), mais la police municipale m'a très vite tenue informée en me demandant de régulariser la situation... Heureusement que mon activité, et celle du revendeur de fruits et légumes sont saisonnières puisque nous remplissons déjà à deux, cette limite très contraignante des 60 jours.

• Comment se passe une journée à Bel Air ?

Je m'installe tous les mercredis de 10 h à 19 h



Photo d'illustration

d'avril à fin mai ou début juin (selon les années). J'ai choisi le mercredi parce que c'est la journée où l'on voit le plus de monde en circulation avec les activités extra scolaires. Je vois une quarantaine de personnes à la journée avec des pics de fréquentation le midi, et de 17 h à 18 h 30. Pour ce qui est de la logistique, c'est similaire au marché de plein vent : il me faut 30 minutes pour m'installer et un peu moins pour recharger. Par contre mon stand est plus grand et mon véhicule est à côté.

• Comment qualifierais tu tes « clients des bords de route » ?

Il n'y a pas plus varié ! La route brasse énormément de monde. J'ai des clients locaux que la vente en bord de route a fidélisés puisqu'ils reviennent me voir plusieurs fois dans la saison, et même sur des créneaux de vente à la ferme. J'ai aussi des clients d'autres départements. 80% des gens qui viennent achètent, et passent en moyenne 15 minutes sur mon stand. J'ai parfois des camionneurs qui ne m'auraient jamais rien acheté si je n'avais pas été sur leur route. Enfin, même si c'est très rare, j'ai tout de même des clients qui se croient « au drive » et passent me voir moteur allumé !

• Quelles sont les perspectives d'évolution pour ce débouché dans ta commercialisation ?

J'y vais pour travailler, pas pour le plaisir, mais si j'y retourne c'est que je m'y retrouve ! Les conditions sont difficiles : la solitude est pesante et le bruit incessant. Mais si je compare par rapport à un marché, je fais le même chiffre d'affaires en étant nettement plus visible. Ce n'est pas la première année qu'on se rend compte si un débouché est bon ou pas, mais avant de recommencer la saison cette année, j'ai eu des coups de fil pour savoir si je serai présente à Bel Air, c'est très encourageant.

• Quels conseils donnerais-tu à quelqu'un qui voudrait se lancer ?

Il faut dans un premier temps savoir où l'on souhaite développer sa clientèle et choisir le secteur le plus passager possible dans ce rayon d'action. Ensuite il faut prendre contact et COMMUNIQUER ! Pour ma part, je me suis faite connaître en rencontrant le propriétaire et la mairie. J'annonce sur mes tracts tous mes points de vente et je laisse une banderole sur site pendant toute la durée de ma vente et deux semaines avant de la commencer.

LE CO-VOITURAGE SE DÉVELOPPE : PROFITONS-EN !

Anne-Sophie Boursier et Nicolas Dekeyser sont associés sur la ferme maraîchère « Les jardins du Clérigo » à Theix. Depuis leur installation en 2010, ils ont choisi d'aller à la rencontre de nouveaux consommateurs en optant pour des débouchés novateurs notamment axés sur la mobilité : c'est ainsi qu'ils ont testé la vente sur une aire de covoiturage au Hézo.

« On voulait un endroit proche de la ferme, avec le plus de passage possible, visible de la route, avec un parking sécurisé... L'idée de l'aire de covoiturage est alors apparue. Le faire sur notre commune aurait été l'idéal mais le maire avait peur de faire concurrence au marché de plein vent. La commune voisine du Hézo, où il n'y a pas de marché et peu de commerces de proximité, a très bien reçu le projet. Elle nous a même aidés à faire connaître l'initiative. Il ne restait plus qu'à informer le Conseil Général du Morbihan propriétaire du site avant de pouvoir se lancer », explique Anne-Sophie.

Petit à petit la démarche s'est faite connaître et de nouveaux opérateurs sont venus s'y associer de manière plus ou moins ponctuelle (pain, fruits, algues, plants, crêpes...). C'est ainsi que le rendez-vous est né, chaque



mardi de 17 h 30 à 19 h 30 sur l'aire de covoiturage du Hézo. « Comme sur un marché, diversifier l'offre permet de dynamiser et de fidéliser. Après un an d'activité, nous avons une trentaine de clients tous les mardis. Notre clientèle était majoritairement locale et pas toujours utilisatrice de l'aire de covoiturage. Mais cet emplacement permettait de capter un petit peu de clientèle de passage et des touristes en été. »

Aujourd'hui Nicolas et Anne-Sophie ont revu leurs débouchés et on choisit de supprimer celui-ci. « Ce débouché prenait de l'ampleur et la mairie nous accompagnait,

mais on a préféré commercialiser autrement. On a sûrement manqué de patience, mais le chiffre d'affaires était trop fluctuant (de 60€ à 250€) et l'attente du client parfois pesante en fonction des saisons. Je ne déconseille pas ce débouché pour autant. Le choix de l'emplacement et la communication seront déterminants. Il ne faut pas hésiter à matérialiser le site par un drapeau, une banderole... » Enfin d'après Anne-Sophie, « une amélioration des conditions matérielles (éclairage, électricité) permettrait de développer ces initiatives et peut-être d'ouvrir ces aires à de futurs utilisateurs ? »

EN BREF

QUE NOUS DIT LA LOI ?

◊ **Domaine privé** : Parce que cet espace n'est normalement pas destiné à la vente, il faudra en plus de l'autorisation du propriétaire du lieu, effectuer une déclaration de vente au déballage auprès de la mairie concernée (formulaire cerfa 13939*01). La mairie ne pourra refuser que si la limite des 60 jours par année civile dans un même local ou sur un même emplacement est dépassée ou pour des motifs d'hygiène ou de sécurité.

◊ **Domaine public** : La vente y est soumise à autorisation. Si l'installation est temporaire il faudra demander une permission de stationnement, si l'installation est fixe une permission de voirie. La compétence pour délivrer ces autorisations est répartie ainsi :

- Le maire pour les voies communales et nationales situées dans l'agglomération.
- Le président du conseil général pour les routes départementales.
- Le préfet pour les nationales hors agglomérations.

◊ **Cas particulier des aires de covoiturage par Claudine Hervé, chargée de la mobilité au Conseil Général du Morbihan**

« Le département signe des conventions avec les collectivités communes ou EPCI pour l'entretien et la gestion des aires de covoiturage. Il est précisé dans ces conventions que les aires de covoiturations sont EXCLUSIVEMENT réservées aux « covoituteurs » et leurs véhicules. Cette clause a été ajoutée afin de clarifier l'usage des aires. En effet, la plupart des communes ont des « marchés de plein vent » avec paiement des emplacements, et la vente sur les aires de covoiturage peut être considérée comme une concurrence par rapport à ces marchés. Les demandeurs peuvent prendre contact avec les mairies afin de les interroger tout en tenant le département informé des démarches par courrier qui seraient entreprises. »

AVANTAGES

- ◊ Diversité et quantité de clients touchés
- ◊ Permet de promouvoir son activité
- ◊ Souplesse dans l'installation
- ◊ Manutention facilitée
- ◊ Peut permettre d'écouler des surplus de production

INCONVÉNIENTS

- ◊ Bruyant
- ◊ Intempéries
- ◊ Solitude - Isolement - Fatigant moralement trop d'attente
- ◊ Equipements pas toujours suffisants (électricité, éclairage)

BILAN DU DÉBOUCHÉ

Même si la vente en bords de route offre une excellente possibilité de diversification de sa clientèle, il est à craindre que les démarches administratives soit lourdes sans que le succès ne soit garanti. Il reste néanmoins un débouché intéressant notamment au lancement d'une activité puisqu'il permet de gagner en visibilité.