

GÉRER pour GAGNER

N°64

nov. - déc. 2021
janv. 2022

agriculture

SPÉCIAL
RÉTROSPECTIVE

L'AVENTURE CONTINUE !

Retour sur des parcours gagnants

S'INFORMER p.4

PAC 2023 : le plan stratégique français
sera-t-il à la hauteur des enjeux ?

S'INFORMER p.6

Changement de règles pour la vente
de biens à distance au sein de l'UE

NOUVEAUTÉ p.24

Votre journal fait peau neuve :
nouvelle formule en 2022



CONSEIL &
EXPERTISE COMPTABLE

www.cerfrance.fr

LE RÉSEAU
CERFRANCE
entreprendre, ensemble

VOTRE MAGAZINE SE MODERNISE ET SE DIGITALISE !

En 2006, le premier numéro du journal du Réseau Cerfrance "Gérer pour Gagner" voyait le jour.

Destiné aux agri-entrepreneurs du Réseau, ce support a poursuivi sa mission d'informer, de témoigner et de conseiller tout au long de ces 15 années, et ce, grâce à l'investissement d'un Comité de rédaction pluridisciplinaire. Ces experts Cerfrance, engagés dans leur rôle de rédacteurs, ont su se renouveler et s'adapter aux évolutions du Réseau pour faire vivre cette publication nationale au fil des numéros.

Avec l'ambition de toujours répondre au mieux à vos attentes et de vous proposer un outil qui corresponde à vos besoins, nous avons travaillé récemment sur une nouvelle formule qui vous offrira un magazine papier plus moderne, pour une lecture plus agréable, couplé d'une version digitale, pour plus d'interactivité et d'instantanéité, que vous retrouverez sur votre extranet Cerfrance. C'est donc une nouvelle étape importante dans la vie de votre magazine Gérer pour Gagner !

Vous découvrirez cette version optimisée dès le prochain numéro à paraître en février 2022. Pour ce dernier numéro au format actuel, le Comité de rédaction a souhaité recontacter des agriculteurs adhérents ayant déjà fait l'objet d'un article dans un numéro passé afin de vous présenter leurs évolutions, comprendre leurs parcours et en savoir plus sur leurs projets en cours.

Bonne lecture à tous !



Hervé Demalle,
Président
du Conseil National
du Réseau Cerfrance

GÉRER pour GAGNER

agriculture

Éditeur	Conseil National du Réseau Cerfrance - Association loi 1901 Siège social : 18 rue de l'Armorique - 75015 Paris - Tél. 01 56 54 28 28 N° CPPAP - 1023 G 88449 - Tiré à 90 930 exemplaires - ISSN 1950-7992 Ce numéro comporte 24 pages.
Parution trimestrielle	Novembre - décembre 2021 - janvier 2022 Prix du n° : 2,50 € TTC - Dépôt légal à parution
Abonnement annuel	4 numéros : 10 € TTC Service abonnement : tél. 01 56 54 28 28 ou www.cerfrance.fr
Directeur de la publication	Hervé Demalle
Directrice de la rédaction	Stéphanie Bohn
Rédactrice en chef	Elsa Philippe
Comité de rédaction composé de collaborateurs du Réseau Cerfrance	Anne Bras (Finistère), Mylène Chamant (Moselle), Christelle Dupin Rappart (Méditerranée), Emmanuel Grange (Isère), Sandrine Jean (Haute-Loire), Noëlle Lecuyer (Yonne), Thierry Lemaître (Champagne Nord Est-Ile de France), Jacques Mathé (Poitou-Charentes), Emmanuelle Parou (Centre-Limousin), Elsa Philippe (Paris)
Conception / réalisation	Pixinoé - Place Albert Einstein - CP 86 - CS 72001 - 56038 Vannes Cedex
Photographies	Conseil National Cerfrance, Adobe Stock, Marthe Lemelle
Impression	Médiasphère - 18 bis avenue de la Vertonne - 44120 Vertou



Le Réseau Cerfrance s'engage en faveur de la protection de l'environnement. Ce journal est imprimé sur du papier issu de forêts gérées durablement. L'impression est assurée par une imprimerie labellisée Imprim'Vert, attestant de bonnes pratiques dans la récupération et le traitement des déchets dangereux.

sommaire n°64

nov. - déc. 2021 - janv. 2022

S'INFORMER 3

L'actualité en bref

S'INFORMER 4

L'actualité en détails

- La PAC 2023 se précise.
Le plan stratégique français sera-t-il à la hauteur des enjeux ?

5

- Vente de biens à distance au sein de l'EU : changement de règles d'application de la TVA

DOSSIER ? Rétrospective

Que sont-ils devenus ?

7

La ferme de Beauregard
Success story dans le Limousin

9

L'EARL de la Londe
Nouvelles orientations pour cette maman agricultrice

10

L'EARL de Fontenille et la vente directe
Un pari gagnant !

12

Le Jardin de Laborde
Toujours à l'écoute des consommateurs

14

De l'événementiel aux fromages de chèvre
Une reconversion réussie

16

Maison Fedon, une passion apicole qui dure...
Et un développement gagnant !

18

Le Domaine du Moulié tient bon
Deux rebelles aux commandes du vignoble

20

Top Fruits, du champ à l'assiette
Des clients de plus en plus nombreux

ÉVALUER 22

Chiffres clés

NOUVEAUTÉ 24

Votre journal fait peau neuve

Nouvelle formule en 2022

Retrouvez nos vidéos et tous nos conseils sur
www.facebook.com/cerfrance

LES RÈGLES DE LA BIO SE RENFORCENT

Un nouveau règlement européen bio, voté en 2018, entrera en application le 1^{er} janvier 2022. Le 2018/848 renforce les obligations, notamment en matière d'alimentation des animaux d'élevage. Il conduit aussi la France à réécrire son "Guide de lecture", véritable grille d'interprétation des textes européens. Certaines obligations, telles que l'accès des animaux à l'extérieur, sont relues sous un angle plus contraignant, en particulier concernant les jeunes animaux (veaux, poulettes..).



COVID-19 : CERTIFICAT D'ISOLEMENT POUR LES PERSONNES VULNÉRABLES

Le dispositif d'indemnisation des arrêts de travail dérogatoires pour certains publics, créé dans le cadre de la crise sanitaire de la Covid-19 notamment pour les personnes fragiles, évolue. Il concerne désormais les personnes vulnérables dont le poste de travail peut les **exposer à de fortes densités virales** et qui ne peuvent pas bénéficier de mesures de protection renforcées. Pour bénéficier d'un arrêt de travail dérogatoire, elles devront demander un **nouveau certificat d'isolement** à un médecin. Les anciens certificats d'isolement ne sont plus valides. Les salariés présenteront donc ce certificat à leur employeur pour bénéficier de l'activité partielle.



TICKETS-RESTAURANT : PROLONGATION DU PLAFOND DE 38 EUROS JUSQU'EN FÉVRIER 2022

Afin de poursuivre le soutien au secteur de la restauration et permettre aux détenteurs de titres-restaurant d'en profiter pleinement, le doublement du plafond d'utilisation quotidien des titres-restaurant 2021, de 19 à 38 euros, est **prorogé jusqu'au 28 février 2022**. Ceci uniquement dans les restaurants. Ils peuvent aussi être utilisés le week-end et les jours fériés.

OBLIGATION DE CRÉER UN COMPTE AT/MP POUR LES ENTREPRISES DE MOINS DE 10 SALARIÉS

La notification dématérialisée du taux de cotisation Accidents du travail et Maladies Professionnelles devient obligatoire au 1^{er} janvier 2022 pour toutes les entreprises qui relèvent du régime général. Les entreprises doivent **ouvrir un compte AT/MP avant le 1^{er} décembre 2021**, sous peine de pénalités. Nous vous invitons à visionner le tutoriel vidéo sur le site ameli.fr (espace Entreprise).

AUGMENTATION DU SMIC HORAIRE AU 1^{ER} OCTOBRE 2021

Le Smic est revalorisé de 2,2 % **depuis le 1^{er} octobre**. Son montant brut mensuel passe à 1 589,47 euros contre 1 554,58 euros depuis le 1^{er} janvier, soit une hausse de 34,89 euros. Il s'agit d'une revalorisation mécanique due à l'inflation. Le Code du travail prévoit en effet une augmentation automatique lorsque l'inflation dépasse 2 % par rapport à la dernière période de référence. Le taux horaire passe donc à **10,48 euros brut**. Les salaires des alternants (apprentis) calculés en pourcentage du Smic augmentent aussi.

NOUVELLE ATTESTATION POUR LE "CONJOINT COLLABORATEUR"

À compter du 1^{er} septembre 2021, le conjoint (marié ou pacsé) ou la conjointe (mariée ou pacsée) du chef, ou de la cheffe, d'entreprise qui exerce une activité régulière au sein de cette entreprise doit **établir une attestation sur l'honneur** pour confirmer le choix de son statut. Cette attestation est déposée au centre de formalités des entreprises, ou au guichet unique dont relève l'entreprise, qui la transmet ensuite à l'organisme de Sécurité sociale compétent. Rappelons que le conjoint a le choix entre trois statuts : **collaborateur, salarié ou associé**. À défaut de déclaration, le statut de **conjoint salarié** serait appliqué. Un modèle de cette attestation est disponible sur www.entreprises.gouv.fr



LE FORFAIT MOBILITÉ DURABLE PASSE À 600 EUROS

Afin de promouvoir des moyens de transport plus écologiques, le Forfait Mobilité Durable offre aux employeurs la possibilité d'attribuer une indemnité exonérée de cotisations aux salariés privilégiant les modes de transport dits "à mobilité douce" pour effectuer leurs trajets entre leur résidence habituelle et leur lieu de travail. Cette prise en charge prend la forme d'une **allocation forfaitaire dénommée Forfait Mobilité Durable**, exonérée de cotisations et contributions sociales. Avec la promulgation de la loi Climat et Résilience, le plafond exonéré d'impôts et de cotisations sociales pour l'entreprise **passa de 500 à 600 euros par salarié et par an** en cas de cumul avec l'abonnement de transports en commun.

LA PAC 2023 SE PRÉCISE

LE PLAN STRATÉGIQUE FRANÇAIS SERA-T-IL À LA HAUTEUR DES ENJEUX ?



Le plan stratégique français, finalisé en septembre, est dans la continuité de la réforme de la PAC 2015. Reste à savoir si la Commission européenne le jugera suffisamment vert à son goût.

Anne Bras,
CHARGÉE D'ÉTUDES

Commission, Parlement et Conseil des ministres européens de l'agriculture se sont entendus le 25 juin dernier sur l'architecture générale de la réforme de la PAC 2023. La phase suivante est la présentation à la Commission européenne, par chaque État membre, avant le 1^{er} janvier 2022, d'un Plan Stratégique National (PSN). Celui-ci détaille les mesures qui seront mises en œuvre par chaque État sur son territoire pour atteindre les objectifs européens, en particulier sur le volet environnemental.

Les nouveautés de la PAC 2023

Pour tous les agriculteurs européens, le changement principal porte sur le paiement vert, transformé en "éco-régime". Il est volontaire et non obligatoire, mais dans la mesure où il représentera **25 % des aides directes**, les exploitations pourront difficilement s'en passer. Par ailleurs, les Droits à Paiements de Base deviennent une Aide de Base au Revenu, terminologie qui a le mérite d'être plus claire.

Une super conditionnalité

Le principe de conditionner les aides de la PAC à un ensemble de pratiques favorables à l'environnement a été in-

troduit par la réforme de la PAC de 2003. Toute exploitation qui perçoit des aides de la PAC doit respecter une série de règles, regroupées sous le terme de Bonnes Conditions Agricoles et Environnementales (BCAE). En mixant les BCAE actuelles et les obligations précédemment liées au Paiement Vert, la PAC 2023 crée une "super conditionnalité" comptant 10 BCAE. Parmi les nouveautés, on peut citer **la protection des zones humides et des tourbières** ou encore l'obligation d'avoir **un pourcentage minimum de surfaces ou d'éléments non productifs**.

La "super conditionnalité" de la PAC 2023

- BCAE 1 : Maintien du ratio Prairies Permanentes/SAU
- BCAE 2 : Protection des zones humides et tourbières
- BCAE 3 : Interdiction de brûler les chaumes
- BCAE 4 : Bandes tampons le long des cours d'eau
- BCAE 5 : Gestion durable des nutriments
- BCAE 6 : Gestion du labour réduisant les risques de dégradation des sols (pentes)
- BCAE 7 : Interdiction de sols nus durant les périodes sensibles (hiver)
- BCAE 8 : Rotation des cultures
- BCAE 9 : % minimum de surfaces ou éléments non productifs
- BCAE 10 : Non labour et conversion des prairies sensibles

Les aides directes avant et après réforme

2015-2022	2022-2027
Droit Paiement de Base	Aide de Base au Revenu
Paiement redistributif	Paiement redistributif
Paiement Vert	Paiement Éco-régime
Paiement JA	Paiement JA
Paiements couplés*	Paiements couplés*

*Paiements liés à certaines productions végétales ou animales.

La proposition française : 3 voies pour accéder à l'éco-régime

Dans le plan stratégique français, trois voies mènent aux éco-régimes, avec, pour chacune, un niveau "standard" à 60 €/ha et un niveau "supérieur" à 80 €/ha :

- la **voie "pratiques agro-écologiques"** passe par des obligations de diversification des cultures sur les terres arables, de non-labour des prairies permanentes et de couverture végétale des inter-rangs en cultures pérennes (arboriculture, viticulture).
- la **voie "Infrastructures Agro-Écologiques" (IAE)**, nécessite une proportion importante de haies, bosquets, mares, murets..., au minimum 7 % de la SAU et 4 % sur les terres arables.
- la **voie Certification** permet aux exploitations biologiques et HVE (Haute Valeur Environnementale) d'obtenir d'emblée l'éco-régime "supérieur". Une certification environnementale CE2+ donnera accès au niveau standard.

Autres nouveautés françaises

Une aide aux petits producteurs de légumes et petits fruits rouges est créée : 1 600 €/ha aux exploitations comptant de 0,5 à 3 ha.

Pour réduire les importations de protéines destinées à l'alimentation ani-

AIDES BOVINES	TYPE D'ANIMAUX	MONTANT DE L'AIDE	PLAFONDS
UGB à forte rémunération	Femelles de race à viande, dans la limite de 2 fois le nombre de veaux allaitants	110 €/UGB	1,4 x surface fourragère (y compris céréales autoconsommées)
	Mâles engraisés de toutes races, dans la limite du nb de vaches éligibles		120 UGB
UGB à faible rémunération	Femelles lait et mixtes	60 €/UGB	40 UGB
	Mâles de plus 16 mois qui ne respectent pas les critères UGB forts (engraisés spécialisés)		

male et humaine, **le budget dédié aux protéines végétales est renforcé.**

Les soutiens aux vaches allaitantes et laitières sont remplacés par des **aides à l'UGB de plus de 16 mois**, avec deux types d'UGB :

- des UGB rémunérés à 110 € avec un double plafond de 120 UGB et 1,4 fois la surface fourragère.
- des UGB rémunérés à 60 € dans la limite de 40 UGB.

Les ovins et caprins conservent leurs aides actuelles.

L'inconnue européenne

Cet automne le plan français a été soumis à l'Autorité environnementale française et au débat public. Il sera soumis d'ici le 1^{er} janvier 2022 à la Commission européenne. Celle-ci a fait de la transition écologique la feuille de route de son mandat. Jugera-t-elle le PSN français suffisamment vert ? Telle est bien la question !

LES AUTRES AIDES ENVIRONNEMENTALES DE LA PAC

Le **dispositif MAEC** (Mesures Agro-Environnementales et Climatiques) est toujours à l'étude. Son budget est maintenu, de même que le principe de deux types de MAEC : celles globales à l'exploitation dites "systèmes" et celles "localisées" sur certaines parcelles, certaines haies... Le budget des aides à la conversion en bio est renforcé de 90 M€. En revanche, il n'y a pas de dispositif pour aider les exploitations déjà labellisées en bio. Cela semble paradoxal au regard de l'objectif d'atteindre 18 % de SAU en bio en 2027 contre 10 % actuellement.

3 voies d'accès aux éco-régimes français

PRATIQUES AGRICOLES			CERTIFICATIONS		IAE (prises en compte en bonus dans les 2 autres voies)	
Surfaces en terres arables (diversité des assolements)	4 points	NIVEAU 1	Certification environnementale CE2+ et d'autres éventuelles	NIVEAU 1	7 % à 10 % IAE/SAU et 4 % des terres arables	NIVEAU 1
	5 points	NIVEAU 2				
Surfaces en prairies permanentes	80 à 90 % non labourée	NIVEAU 1	HVE ou 100 % SAU en AB	NIVEAU 2	≥ 10 % IAE/SAU et 4 % des terres arables	NIVEAU 2
	≥ 90 % non labourée	NIVEAU 2				
Surfaces cultures permanentes	75 % inter-rangs enherbés	NIVEAU 1				
	95 % inter-rangs enherbés	NIVEAU 2				

Un bonus "top up haies" si au moins 6 % de haies sur terres arables.

VENTE DE BIENS À DISTANCE AU SEIN DE L'UE



CHANGEMENT DE RÈGLES D'APPLICATION DE LA TVA

La réforme portant sur la TVA applicable aux ventes à distance est entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2021. L'objectif est de mettre en place un principe de taxation dans le pays de destination.

Noëlle Lecuyer, RESPONSABLE JURIDIQUE

■ Qu'est-ce que la vente à distance intracommunautaire ?

C'est une livraison de biens expédiés ou transportés par le fournisseur ou pour son compte lorsque les conditions suivantes sont réunies :

- Il s'agit d'une opération à titre onéreux.
- L'objet de l'opération est une livraison d'un bien.
- Le bien est transporté par le fournisseur ou pour son compte, y compris lorsque le fournisseur intervient indirectement dans le transport ou l'expédition.
- Le bien est transporté ou expédié d'un État membre vers un autre État membre d'arrivée.

Le bien est transporté ou expédié à destination d'un acquéreur qui est une personne non-assujettie à la TVA ou une personne morale assujettie bénéficiant d'un régime dérogatoire (par exemple, les professions libérales, les collectivités locales, etc.).

Pour rappel, sont exclues du régime de ventes à distance, les livraisons :

- des moyens de transports neufs,
- des moyens de transports d'occasion,
- des biens livrés après montage ou installation, avec ou sans essai de mise en service, par le fournisseur ou pour son compte,
- des biens d'occasion, d'objets d'art, de collections ou d'antiquités.

La réforme prévoit une extension du régime des ventes à distance à toutes les prestations de services.

■ Quel est le taux de TVA applicable aux ventes à distance ?

Lorsque l'entreprise effectue des ventes à distance, elle doit tenir une comptabilité précise.

Depuis le 1^{er} juillet 2021, un seuil unique global de 10 000 euros est appliqué à l'ensemble des opérations concernées effectuées par une entreprise à destination des consommateurs européens au titre d'une même année civile.

En synthèse :

- Si l'entreprise réalise les ventes à distance pour un montant égal ou inférieur au seuil, la taxation de la vente a lieu dans le pays du vendeur (**si vendeur français, application de la TVA française**).
- Si le volume total des ventes à distance de l'entreprise dépasse ce seuil, la taxation a lieu dans le pays du consommateur final dès le 1^{er} euro (**application de la TVA de l'État d'arrivée du bien**).

Attention : les taux de TVA pouvant varier sensiblement d'un pays à l'autre ces règles ne sont pas neutres sur la marge du vendeur.

À titre d'exemple, on relève les écarts suivants pour le taux dit "normal" :

France 20 % ; Allemagne 19 % ; Grèce 24 % ; Hongrie 27 % ; Italie 22 %.

■ Comment les entreprises peuvent-elles accomplir leurs obligations déclaratives et payer la TVA due ?

En cas de dépassement du seuil unique global, l'entreprise doit appliquer la TVA de l'État membre d'arrivée du bien. Pour ce faire, il est nécessaire **d'obtenir un numéro de TVA sur place**.

Afin de simplifier les démarches des entreprises en matière de déclaration et paiement de la TVA dans les États membres concernés, un dispositif "Guichet unique One Shop Stop" (**guichet OSS**) est mis en place depuis le 1^{er} juillet 2021.

Les entreprises peuvent désormais déclarer et payer la TVA due dans les différents États membres via ce guichet OSS dans un seul État membre (État membre d'identification).

Si l'entreprise a déjà obtenu des numéros de TVA dans d'autres États membres, elles peuvent continuer à déclarer et payer la TVA directement dans les États concernés.

Si l'entreprise opte pour le dispositif de guichet OSS, elle devra appliquer ce seul dispositif pour l'ensemble de ses opérations.

EXEMPLE : Une entreprise française doit reverser la TVA au taux de 22 % en Italie car elle a dépassé les seuils de 10 000 euros, si elle a déjà un numéro d'identification en Allemagne pour d'autres opérations, elle doit choisir entre le système OSS pour l'ensemble de ses transactions ou bien l'identification dans chacun des pays concernés.

■ Comment le guichet OSS fonctionne-t-il ?

Les entreprises doivent s'inscrire via leur espace professionnel "impot.gouv". L'inscription doit précéder le trimestre civil au cours duquel l'entreprise souhaite commencer à déclarer la TVA via le guichet OSS. Elle devient effective le premier jour du trimestre suivant la demande d'inscription.

Le paiement de la taxe doit être effectué sur un compte bancaire libellé en euros au plus tard à l'expiration du délai dans lequel la déclaration doit être déposée. Lors du paiement, l'entreprise doit mentionner la déclaration de TVA concernée.

RETOUR SUR DES PARCOURS GAGNANTS D'AGRICULTEURS ADHÉRENTS

Notre magazine témoigne, au fil des numéros, des projets développés par des agriculteurs quel que soit le type de filières ou de productions. Reprendre contact avec ces entrepreneurs quelques années plus tard est très instructif. Dans la majorité, ils sont tous là, peu ou pas d'abandon, quelques corrections par rapport au projet initial ont été opérées. La plupart d'entre eux connaissent une croissance soutenue, avec des chiffres d'affaires multipliés par deux depuis nos dernières rencontres ! L'enthousiasme est toujours là, encore plus que jamais, des transmissions ont eu lieu, certaines se préparent. Tous ces agriculteurs témoignent de la justesse du projet de départ. Des bonnes idées, bien mises en œuvre, une gestion rigoureuse, une capacité à se remettre en cause et l'écoute de leurs clients ou de leur environnement. Bref, chacun illustre à sa manière la réalité du "bon chef d'entreprise".

Jacques Mathé, économiste rural



LA FERME DE BEAUREGARD

SUCCESS STORY DANS LE LIMOUSIN

La Ferme de Beauregard est une entreprise familiale et un exemple de développement de la vente directe. En cinq ans, tout a été multiplié par deux : la production, le chiffre d'affaires et le nombre de collaborateurs... une véritable croissance de start-up !

Jacques Mathé,
ÉCONOMISTE RURAL

De meilleures conditions de travail

Rien ne change dans la famille Picat, la gentillesse et l'attention portées aux clients sont les lignes de force. Rien ne change mais tout évolue ! En 2016, nous avons quitté Pierre-Alexandre et Jean-François, ainsi que leurs parents, la veille de l'ouverture d'un nouveau laboratoire et du magasin flamant neuf à Saint-Priest-sous-Aixe (87). Aujourd'hui, le site de production, de transformation et de commercialisation est magnifique en cette journée ensoleillée... et l'activité y est intense ! "Nous sommes très satisfaits de notre équipement", se réjouit Pierre-Alexandre Picat. "Tout est plus fonctionnel, plus rationnel, on gagne

du temps. C'est surtout **plus confortable pour nos employés** et c'est la raison de notre importante croissance depuis cinq ans". Dix-huit personnes y compris les deux associés s'activent pour faire tourner l'élevage, la transformation des canards gras et des volailles et la vente directe.

Une clientèle élargie

En 2019, deux salles de gavage ont été créées afin de s'adapter aux normes de biosécurité suite à la grippe aviaire et gagner en efficacité. "Notre croissance a été portée par **le développement de nos lieux de vente**. Le magasin de la ferme réalise toujours la moitié de nos ventes. Un nouvel aménagement ►

FERME DE
BEAUREGARD
St-Priest-sous-Aixe
HAUTE-VIENNE (87)



**Vous souhaitez lire
ou relire le 1^{er} article ?**

Retrouvez-le sur votre extranet
Cerfrance dans le n°44
Nov - Déc. 2016 - Janv. 2017
p.5-7

avec une offre plus visible et des linéaires plus agréables a permis d'augmenter le panier moyen. Nous sommes aussi désormais présents sur douze marchés de plein air et, surtout, nous avons eu l'opportunité d'obtenir un espace dans les halles de Limoges ! C'est un changement phare pour nous car c'est un autre lieu de vente fixe en plus de la ferme. Ainsi, une organisation nouvelle a dû se mettre en place pour y assurer une présence toute la semaine. Cela nous permet de **capoter une autre clientèle**, avec un pouvoir d'achat plus élevé, amatrice des bons produits mais aussi exigeante sur la qualité. La pandémie a été aussi pour nous une occasion de nous développer, l'achat de proximité étant devenu plus attrayant pour les consommateurs", analyse Pierre-Alexandre.

Une vision globale de l'entreprise

La Ferme de Beauregard continue à progresser et une force tranquille se fait ressentir chez les deux frères. Pierre-Alexandre reste toutefois lucide sur les clés du succès de l'entreprise : "Nous privilégions la qualité des relations avec nos employés, notre équipe est stable et impliquée. En ce qui concerne les projets de développement, il est essentiel d'aller voir ailleurs. On a travaillé cinq ans sur le projet du nouveau laboratoire et du magasin. On a visité beaucoup d'ateliers de découpe et de magasins pour éviter les erreurs. Enfin, il ne faut pas sous-estimer le pilotage de l'entreprise. Quand vous avez la responsabilité de vingt emplois, il faut savoir **déléguer et se dégager du quotidien pour avoir une vision de toute l'entreprise**. Je passe une grande partie de mon temps à coordonner toute l'activité, aux relations publiques, à régler des détails pour ne pas avoir ensuite à subir des dysfonctionnements".

En cinq ans, la ferme a atteint sa vitesse de croisière, tous les feux sont au vert. Ce qui n'empêche pas Pierre-Alexandre d'anticiper des évolutions dans son équipe comme le départ en retraite du chef de production ou de répondre à un surcroît de commandes des clients. Si vous passez dans le Limousin, allez à la rencontre de ces deux frères, ils méritent le détour ! ■



www.foie-gras-fermedebeauregard.com



EARL DE
LA LONDE
Farceaux
EURE (27)

L'EARL DE LA LONDE

NOUVELLES ORIENTATIONS POUR CETTE MAMAN AGRICULTRICE

Gérer pour Gagner
Vous souhaitez lire
ou relire le 1^{er} article ?
Gestion des risques
Retrouvez-le sur votre extranet
Cerfrance dans le n°29
Févr. - Mars - Avril 2013
p.5-6

En 2013, nous avons rencontré Marie-Caroline Daniel, agricultrice à Farceaux, dans l'Eure. Elle cultivait du blé, du colza, des betteraves et du lin sur 230 hectares et avait de nombreux projets en tête. Qu'en est-il pour elle aujourd'hui ?

Émilie Gingois, CHARGÉE DE COMMUNICATION

La dernière interview date d'il y a 8 ans maintenant, comment allez-vous ?

L'année a été compliquée : gel sur cultures de printemps puis longue période de sécheresse et enfin des trombes d'eau cet été. La moisson est maintenant terminée, le lin est rentré et le stress redescend.

Vous aviez des objectifs notamment de reprendre l'exploitation seule, de vous diversifier dans l'immobilier... qu'en est-il aujourd'hui ?

Depuis trois ans, je suis en charge à 100 % de l'exploitation. La reprise des parts ne change pas mon quotidien, mon père continue de m'aider, nous prenons toujours les décisions ensemble. Ce qui a réellement changé mon quotidien, c'est la naissance de mes enfants ! Ce changement dans ma vie personnelle m'a poussé à revoir mes objectifs. Aujourd'hui, j'organise ma vie en fonction de ma famille et, pour l'instant, le projet immobilier est en pause...

Avez-vous de nouveaux projets pour faire évoluer votre exploitation ?

Je prends de nouvelles orientations, oui. Je suis entrée dans le réseau les Fermes Dephy¹. Mon but est de produire avec moins d'intrants. Concrètement, je dois faire évoluer ma façon de produire. Je vais recourir à des techniques innovantes pour minimiser l'utilisation des intrants ce qui me demande beaucoup de temps, d'énergie et d'investissement. Pour faciliter cette évolution, je suis dans un groupe de travail avec dix autres ex-

ploitations. Travailler ensemble nous permet d'échanger et de s'entraider sur des préoccupations communes. C'est le début d'une nouvelle aventure, le chemin est encore long mais j'espère réussir !

Avec ces différentes évolutions, avez-vous identifié de nouveaux objectifs ?

J'espère obtenir la prime GES² (Gaz à Effet de Serre) sur le colza, sur les ventes de cette année.

Depuis deux ans, nous vivons avec une crise sanitaire inédite. Cette situation a-t-elle eu des impacts, positifs ou négatifs, sur votre exploitation ?

La commercialisation du lin avec la Chine a été bloquée du jour au lendemain avec les confinements. Les teillages se sont engorgés avec des tonnes de lin et nous sommes obligés de conserver deux années de récolte dans nos bâtiments !

En tant que cheffe d'exploitation, avez-vous des conseils à donner aux femmes qui souhaitent se lancer dans l'aventure entrepreneuriale et notamment dans le domaine agricole ?

Il faut croire en ce que nous faisons, il faut avoir l'envie tout simplement ! Dans le milieu agricole, les choses ont évolué, il y a de plus en plus de femmes, ça devient moins compliqué de faire sa place. Ce n'est plus un monde exclusivement masculin, autour de mon exploitation, il y a beaucoup de femmes. Être une femme dans l'agriculture, et surtout être une maman, ce n'est plus un frein ! ■

1 - Le dispositif Dephy a pour finalité d'éprouver, valoriser et déployer les techniques et systèmes agricoles permettant de réduire l'usage des produits phytosanitaires tout en promouvant des techniques économiques, environnementales et sociales performantes. Le dispositif repose sur un réseau national couvrant l'ensemble des filières de production et mobilisant les partenaires de la recherche, du développement et du transfert.

2 - Le bonus Gaz à Effet de Serre valorise les pratiques agricoles durables de votre ferme qui permettent de stocker le carbone dans le sol et réduisent les émissions de CO₂ et autres gaz à effet de serre. Il dépend de plusieurs volets. Les principales pratiques valorisées par la démarche sont la diminution du travail du sol, la couverture des sols et la réduction des apports d'engrais minéraux au profit des fertilisants organiques. Si le bilan GES le permet, une prime potentielle de 25 €/t est versée aux apporteurs de colza.

L'EARL DE FONTENILLE ET LA VENTE DIRECTE

UN PARI GAGNANT !

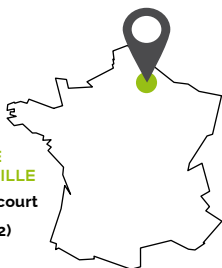
La vente directe est bien connue à l'EARL de Fontenille qui ne cesse de la développer depuis des années. Outre une meilleure rentabilité, elle apporte également à Delphine et Grégoire d'autres richesses comme le plaisir des contacts humains, la diversification des missions quotidiennes et la satisfaction de répondre aux attentes des clients. Pas de retour en arrière possible pour ce couple d'agriculteurs !

Thierry Lemaître, AGRONOME

En 2015, nous avons rencontré Grégoire et Delphine Malézieux, dans le hameau de Fontenille, à Wissignicourt (02). Grégoire nous avait partagé son parcours qui débutait en 2005 par la reprise d'une partie des parts de l'EARL de Fontenille, créée par ses parents. Sur cette ferme de polyculture élevage, deux poulaillers avec une partie en vente directe complétaient déjà l'activité de culture et d'élevage allaitant. En 2006, Grégoire entreprend avec ses parents une première tranche de modernisation des bâtiments mais comprend vite les limites de progression de la rentabilité de l'exploitation, liées à un potentiel agronomique moyen et à une surface en pâtures conséquente.

Il a également conscience que les subventions publiques dont il bénéficie ne seront pas pérennes. Avec l'aide de Delphine, son épouse, et accompagné par des conseillers experts, Grégoire décide de créer un atelier de découpe de viande bovine pour améliorer la valeur ajoutée de l'élevage allaitant. Outre une meilleure rentabilité, cette activité apporte à Grégoire et Delphine beaucoup de satisfaction sur le plan relationnel : les clients s'intéressent, posent des questions et comprennent mieux les contraintes du métier. Cela ne pouvait que favoriser l'intégration de l'activité agricole dans un bourg périurbain. Plusieurs années après, nous retournons à leur rencontre pour faire le bilan et connaître leurs objectifs futurs...

EARL DE
FONTENILLE
Wissignicourt
AISNE (02)



Depuis notre rencontre il y a 6 ans, quelles ont été les évolutions marquantes dans votre activité ?

Les pratiques de l'élevage bovin ont été transformées et la vente directe s'est beaucoup développée.

Lors de notre entretien, vous aviez évoqué un projet de construction de bâtiment pour les vaches...

Effectivement, nous envisagions de construire un bâtiment neuf pour remplacer les anciens qui étaient devenus obsolètes et inadaptés. Cette réalisation a largement amélioré nos conditions de travail. Les vaches sont devenues beaucoup plus calmes. Aujourd'hui, c'est un réel plaisir d'aller voir les bêtes, une satisfaction que je partage avec mes filles qui m'accompagnent à chaque fois qu'elles le



peuvent. Nous avons gagné énormément en temps consacré aux opérations de conduite du troupeau, mais aussi en efficacité, en sécurité et en confort. Sans ce nouveau bâtiment, je pense que nous aurions mis fin à l'élevage bovin et, de fait, à la vente directe.

■ **À l'époque, vous nous aviez confié que vous vous sentiez davantage agriculteur qu'éleveur ?**

Oui et cela a bien changé aujourd'hui ! Mais je continue à m'intéresser aux nouvelles techniques culturales. Par exemple, je pratique l'ACS (Agriculture de Conservation des Sols). La pression sociétale nous amène à réfléchir sur de nouveaux schémas de production mais, pour l'instant, je mûris la réflexion pour pouvoir m'engager dans un système approprié à l'exploitation.

■ **Pouvez-vous nous parler de la vente directe que vous aviez mise en place avec votre épouse ?**

Elle s'est développée depuis que nous avons complété notre gamme de viande et de produits locaux.

■ **Comment avez-vous vécu l'intérêt croissant des consommateurs pour la vente directe pendant la crise de la Covid-19 ?**

Nous avons dû faire face à un surcroît de demandes qui a nécessité un besoin de main-d'œuvre. Notre clientèle

nous a suivis et a particulièrement apprécié notre façon de faire. Avec la mise en place d'une sorte de drive à plusieurs stations pour respecter les protocoles, les clients y ont trouvé une confiance sur le plan sanitaire. Nous en avons profité pour enrichir encore plus notre offre de produits frais. Parallèlement, et dans ce but d'élargir notre gamme de produits, nous avons créé avec d'autres producteurs locaux sur notre territoire une association "Le zest équitable" pour promouvoir les produits locaux avec une option de livraison à domicile. Entre exigences sanitaires et maintien du lien social, la vente directe s'est révélée être le bon compromis.

■ **Une volonté permanente de satisfaire la clientèle !**

La vente directe est aussi une philosophie : un contact direct, un dialogue et une compréhension mutuelle entre le producteur et le consommateur. L'objectif est en effet de satisfaire notre clientèle et si vous le faites, elle vous le rend par sa fidélité. Il ne faut pas oublier que nous ne sommes pas dans une région à fort pouvoir d'achat. Nous avons une clientèle rurale, chaleureuse. Pour la fidéliser et maintenir un climat de convivialité entre elle et nous, nous devons nous adapter à elle et lui proposer des tarifs raisonnables. C'est cette convivialité dans les échanges que nous recherchons avant tout.

■ **6 ans après, vous êtes-vous fixé de nouveaux objectifs ?**

Oui. Entre autres, développer la communication autour de nos activités à travers différents supports et sur les réseaux sociaux. Nous sommes bien conscients que nous ne sommes pas au point dans ce domaine. Nous savons aussi que cela nécessite d'y consacrer du temps et il nous en manque actuellement. Pratiquer la vente directe demande déjà beaucoup de temps et d'énergie ! Concernant l'élevage, je souhaite tendre vers l'autonomie alimentaire. Mais, plus globalement, l'objectif final est de parvenir à **concilier l'ensemble des activités sur l'exploitation et notre vie de famille.**



LE JARDIN DE LABORDE

TOUJOURS À L'ÉCOUTE DES CONSOMMATEURS

L'objectif de Xavier Chavey, dirigeant du Jardin de Laborde, a gardé le même cap depuis notre dernière rencontre : le service client reste sa priorité.

Noëlle Lecuyer,
RESPONSABLE JURIDIQUE

Xavier Chavey, éleveur et céréalier à l'origine, a diversifié ses activités agricoles pendant de nombreuses années. Toujours à la recherche de nouvelles pistes pour satisfaire au mieux les attentes des consommateurs, il crée en 1996, un tout nouveau **jardin avec cueillette libre**. Au début, seules quelques rangées de fraisières font le bonheur du voisinage de mi-juin à mi-juillet. Puis, au fil des années, le Jardin de Laborde, juché sur la colline de Laborde, à quelques pas d'Auxerre, a su étoffer son offre en fruits et légumes cultivés en agriculture raisonnée, pour répondre à la demande des clients. Une boutique propose en parallèle des denrées préparées provenant de la transformation de produits du jardin.

De retour dans cet endroit gourmand après un premier reportage en 2018, quelles nouveautés nous réserve-t-il ?

Un distributeur automatique

En arrivant sur le parking, un nouveau distributeur automatique attire l'œil. Sa mise en service date seulement de quelques semaines. Compte tenu du coût de l'investissement, la mise en place d'un tel équipement fait suite à une longue réflexion. L'usage de cette machine est double :

- un espace dédié au **retrait des commandes** passées sur le site internet ;
- un autre à la **distribution en libre-service** de produits de saisons préconditionnés. En automne, on trouvera par exemple des colis pour les potages, des pots-au-feu et autres plats traditionnels. Les denrées à disposition sont toutes issues de produits du



jardin qui ont été préparés. Une partie des casiers est réfrigérée pour les produits frais. La partie non réfrigérée reçoit principalement des sirops, confitures, soupes... Le règlement par carte bancaire "sans contact" est possible.

Une récolte facilitée

Ce n'est pas la seule nouveauté visible dans le jardin : les surfaces des chapelles (serres) ont été doublées. Elles représentent plus de 6 000 m² aujourd'hui. D'abord consacrées à la production de tomates pour une tenue hors gel au printemps, elles permettent également d'agrandir le potentiel de production **des fraises dites "en balcon"**. Ce système de production est plus coûteux mais présente des avantages certains pour la clientèle : plus besoin de se briser le dos pour remplir les barquettes et paniers car les fruits sont à bonne hauteur !



LE JARDIN
DE LABORDE

Laborde
YONNE (89)



Un site internet marchand

La troisième grande nouveauté pour le Jardin de Laborde est la mise en place d'un site internet marchand qui permet au consommateur de **passer commande en ligne puis de venir retirer ses achats à toute heure**, dans l'un des trois points de vente disponibles. En effet, deux autres distributeurs sont installés, à Auxerre, à côté d'une boucherie, et à Saint-Georges, sur le parking d'une boulangerie. Le client choisit en ligne sur la base d'un catalogue de produits issus principalement du jardin mais aussi du magasin en fonction de la saison. Le magasin propose désormais une large gamme de jus de fruits, pétillants, confitures, sirops... élaborée avec les fraises du jardin souvent récoltées en fin de saison (les saveurs et teneurs en sucre sont à cette période optimum pour permettre leur transformation). De même avec les "légumes du soleil" : tous les surplus du jardin sont cuisinés en autant de potages, purées, coulis,



que le consommateur retrouve sur les rayons du magasin mais désormais aussi dans les casiers du distributeur suite à une commande en ligne ou bien en libre-service.

La satisfaction du consommateur passe également par de l'information. C'est ainsi que dans les allées du Jardin de Laborde de nombreux panneaux explicatifs sur les différentes productions ont été installés.

www.jardindelaborde.com



**Vous souhaitez lire
ou relire le 1^{er} article ?**

Retrouvez-le sur votre extranet
Cerfrance dans le n°51
Août - Sept. - Oct. 2018
p.5-7



DE L'ÉVÉNEMENTIEL AUX FROMAGES DE CHÈVRE

UNE RECONVERSION RÉUSSIE

Le succès commercial et la renommée des fromages de Valérie Millet, fondatrice de la fromagerie Les Délices de Paul et Ninon en 2012, ne se démentent pas. Pourtant, la réussite de cette aventure fermière fut si rapide que l'on pouvait se demander s'il était possible de se maintenir dans cette excellence du goût et de la satisfaction client. Au regard de la croissance des ventes, de la reconnaissance des clients et de l'organisation de l'entreprise, près d'une décennie après sa création, la réponse est oui !

Jacques Mathé, ÉCONOMISTE RURAL



LES DÉLICES DE PAUL ET NINON

Amailloux

DEUX-SÈVRES (79)



Depuis notre dernière visite en 2015, les transformations fromagères des Délices de Paul et Ninon ont été **multipliées par deux**, de même que le chiffre d'affaires et le nombre d'emplois générés par l'activité caprine. À l'époque, Valérie Millet nous expliquait qu'elle avait quitté Paris et son métier dans l'événementiel pour revenir aux sources et reprendre la ferme familiale. Aujourd'hui, le chiffre d'affaires de la ferme atteint 500 000 euros, dont la moitié grâce à la vente de fromages. *"On s'attache maintenant à faire notre métier du mieux possible, à répondre à la demande des clients sans rechercher de nouveaux marchés"*, précise Valérie. *"Je privilégie la vente en direct que ce soit à la ferme, qui représente près de la moitié des ventes, ou sur les marchés hebdomadaires ou saisonniers. De telle sorte que notre contact avec les clients nous permette d'avoir un retour instantané sur la qualité de nos produits mais aussi d'apprécier l'évolution des ventes de chacun des fromages pour bien adapter le volume de notre production"*. Plus de 100 000 litres de lait sont transformés mais la production totale de l'élevage est de 250 000 litres.



RÉPONDRE À LA DEMANDE DES CONSOMMATEURS

La fibre créative de notre fromagère poitevine explique aussi la croissance des ventes. Dans une région caprine qui concentre 80 % du lait de chèvre français mais qui ne conçoit le fromage que lactique*, Valérie a eu l'idée de proposer de la tomme de chèvre. Le succès est immédiat ! *"Je n'arrivais pas à fournir... Les clients ne voulaient pas attendre l'affinage idéal. J'ai alors proposé une tomme bleue de chèvre, une tomme mi-chèvre ainsi qu'une tomme de vache avec du lait de jersiaise d'un troupeau voisin"*. **Les fromages en tomme ont des atouts** par rapport aux fromages lactiques. Ils améliorent la productivité du travail, ils sont plus faciles à gérer, notamment en termes de conservation. En moins de deux ans, ils représentent déjà 30 % des ventes de fromages.

BIEN CHOISIR SES LIEUX DE VENTE

L'autre facteur de croissance a consisté à **sélectionner les marchés de plein vent les plus attractifs**, quitte à s'éloigner de la ferme située à Amailloux, en Poitou-Charentes. Valérie fonde beaucoup d'espoir sur le potentiel de la Côte Atlantique, notamment l'Île de Ré, que ce soit sur les marchés d'été avec la clientèle estivale nombreuse ou sur les marchés permanents qui permettent de **capter des clients plus sédentaires**, par exemple des retraités à fort pouvoir d'achat, présents sur l'île toute l'année. En revanche, les ambitions de développement hors territoire, comme sur la région parisienne, ne sont pas à l'ordre du jour. Valérie privilégie un développement maîtrisé et souhaite gagner en efficacité : *"J'ai encore des marges de progression dans la fromagerie, je dois aussi recruter un vrai responsable de l'élevage... bref, j'ai atteint un palier qu'il me faut consolider avant de viser un développement hors région"*.

Vous souhaitez lire ou relire le 1^{er} article ?

Retrouvez-le sur votre extranet Cerfrance dans le n°40 Nov - Déc. 2015 - Janv. 2016 p.16

* Fromage lactique : fromage à pâte fraîche qui est obtenu par coagulation biologique.

MAISON FEDON, UNE PASSION APICOLE QUI DURE...

ET UN DÉVELOPPEMENT GAGNANT !

S'il y a une entreprise en mouvement depuis cinq ans, c'est bien Maison Fedon. L'entreprise familiale apicole, installée en Limousin depuis 60 ans, a misé sur une équipe à hautes compétences et un développement de haute technicité. Résultat : le chiffre d'affaires a presque doublé en cinq ans.

Emmanuelle Parou, CONSEILLÈRE EN ACCOMPAGNEMENT MANAGÉRIAL



En 2017, nous partageons avec vous la réussite entrepreneuriale de Thierry Fedon, apiculteur en Limousin. Avec un cheptel de 1 000 ruches à l'époque, l'entrepreneur avait fait le choix du développement basé sur une haute technicité en introduisant l'élevage de reines (3 000) et d'essaims (2 000). Composée d'une équipe de quatre personnes, l'entreprise apicole avait déjà une taille un peu atypique pour la filière. D'autres talents sont venus apporter leurs idées depuis et le plaisir apicole est toujours de mise pour Thierry et son équipe.

Une nouvelle organisation

En 2017, Svetlana Fedon, épouse de Thierry, rejoint l'entreprise. En tant qu'ingénieure au sein de grands groupes, elle apporte ses compétences sur la



conduite de projet. Sa fibre créative et communicante, en sommeil jusqu'à présent, a eu tout le loisir de prendre forme dans cette Très Petite Entreprise familiale. Avec son arrivée, Maison Fedon a fait une mutation commerciale avec la mise en place d'une gamme de produit, un site internet et une boutique aménagée avec soin pour la vente en direct. Des liens ont aussi été tissés avec des artisans d'art et des chefs des restaurants gastronomiques du Limousin et d'ailleurs. Autre réseau, autres rencontres : Maison Fedon est devenue **membre du Collège Culinaire de France**.

En 2017 également, Edgar Le Merre, ingénieur agronome qui a réalisé son apprentissage en interne, est embauché définitivement pour soutenir Thierry à la production.





L'équipe de Maison Fedon

Dernièrement, Ludovic Caravannier a rejoint l'équipe de production. Expert en soudure, ce jeune voisin aspirait au grand air. Il a quitté l'industrie pour apprendre un autre métier de précision et donner du sens à son travail dans une entreprise à taille humaine. Pari osé et réussi après presque une année de collaboration.

Dans cette continuité, Svetlana et Edgar sont devenus associés en 2021. Ils y étaient prêts et y aspiraient. Thierry souhaitait lâcher ce rôle de super-héros. *"C'est fatigant à la longue que tout repose sur les épaules d'un seul homme"*. L'apiculteur voit loin et prépare aussi sa transmission. *"J'ai vu trop d'entreprises échouer, faute d'anticipation"*, nous confie-t-il.

Autre étape clé, le label bio

La **certification en agriculture biologique** a été actée en mai 2021. Le label AB est surtout une reconnaissance pour

les acheteurs de miel en gros et demi-gros. Dans la foulée, les associés et d'autres apiculteurs ont créé un groupement de producteurs bio. L'objectif est de mieux valoriser le miel AB en demi-gros auprès de chaîne de magasins. Cette initiative est possible grâce au bon climat relationnel entre onze apiculteurs Bio du Limousin. Privilégier l'émulation plutôt que la compétition, cela rapporte !

Et dans 5 ans ?

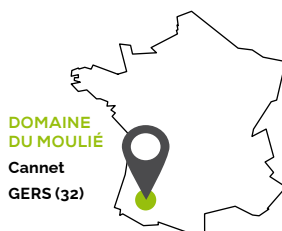
Maison Fedon vise une production de 35 tonnes de miel avec 2 000 ruches. Ce cap technique et les débouchés qui vont avec permettront de sécuriser l'entreprise. Le trio de nouveaux associés va peu à peu trouver ses marques, ce qui permettra à l'apiculteur de consacrer du temps à d'autres passions. Il y aspire. ■

www.maison-fedon.fr



**Vous souhaitez lire
ou relire le 1^{er} article ?**

Retrouvez-le sur votre extranet
Cerfrance dans le n°48
Nov - Déc. 2017 - Janv. 2018
p.24



LE DOMAINE DU MOULIÉ **TIENT BON**

DEUX REBELLES AUX COMMANDES DU VIGNOBLE



Dans le domaine familial du Moulié, les deux sœurs Charrier ont trouvé leur place. Différentes et complémentaires, elles se retrouvent autour des mêmes valeurs et de l'attachement à leur terre. Nous les avons rencontrées il y a huit ans.

Depuis, les cicadelles (papillons nuisibles pour les vignes) et la crise sanitaire sont passées par là et les viticultrices ont dû s'adapter pour faire face à ces épreuves.

Jacques Mathé,
ÉCONOMISTE RURAL

Au cœur du paysage gersois vallonné, les deux sœurs Lucie et Michèle Charrier continuent d'affirmer leur place dans le vignoble du Madiran. Si la gente féminine n'était pas très représentée quand elles ont repris le domaine dans un secteur viticole très masculin, *"la majorité des nouvelles installations dans le vignoble sont réalisées aujourd'hui par des femmes"*, sou-

ligne Lucie Charrier. Depuis notre visite en 2013, le Domaine du Moulié a conservé la même structure d'une quinzaine d'hectares de vignes pour une SAU de 70 hectares. L'organisation est identique, Lucie gère les activités de vinification tandis que sa sœur, Michèle, s'occupe de la conduite de la vigne. C'est d'ailleurs dans cette partie que des arbitrages ont dû être pris depuis 2015.





Au domaine du Moulié,
le vin se conjugue au féminin...

**Vous souhaitez lire
ou relire le 1^{er} article ?**

Retrouvez-le sur votre extranet
Cerfrance dans le n°32
Nov - Déc. 2013 - Janv. 2014
p.16

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.
À consommer avec modération.

Lutter contre la cicadelle

Le vignoble alors conduit en agriculture biologique a subi des attaques répétées de cicadelles de la flavescence dorée, essentiellement sur le cépage Cabernet franc. "Pour endiguer la propagation de cette maladie, nous avons décidé de quitter la certification agriculture biologique pour pouvoir adapter la lutte contre ce papillon ravageur de vignes. Nous avons choisi d'intégrer la certification HVE3 (Haute Valeur Environnementale niveau 3) pour éliminer le ravageur (tout en conservant le AB sur les blancs, cépages moins sensibles) et nous avons arraché toutes les vignes infectées, soit 6 ha de cépages rouges appellation Madiran !"

S'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs

En ce qui concerne le travail de la cave, les deux sœurs ont le souci de répondre à l'évolution des goûts et des modes de consommation des clients. "Les vins de

Madiran ont beaucoup évolué ces dernières années. Avec nos collègues vignerons indépendants et sous la houlette de notre œnologue Sabine Desbarats, nous avons travaillé sur les différents profils des vins de Madiran. Nos vins ont gagné en complexité aromatique, en finesse et en accessibilité tout en gardant leur typicité," précise Lucie. "Nous avons aussi créé une nouvelle cuvée, à base de Tannat, Les Frangines, un vin de l'année sur le fruit, très gourmand permettant de séduire de nouveaux consommateurs. Dans les évolutions, nous pouvons aussi remarquer une augmentation de la demande en Pacherenc du Vic-Bilh sec au détriment des vins moelleux."

Garder le contact client en période de crise sanitaire

Selon les viticultrices, il est difficile aujourd'hui de voir clair dans les attentes des clients : "Nos salons des vins ont été supprimés les uns après les autres à cause du coronavirus. Cela nous incite à développer d'autres moyens de communication

et de commercialisation. Nous réalisons des animations au domaine telles que nos soirées guinguettes. Certainement que la vente à distance et l'animation des réseaux sociaux sont des voies pour le faire. Mais j'avoue que je ne suis pas très à l'aise avec ces nouvelles formes de communication. C'est un autre métier."

Pourtant, les deux sœurs démontrent qu'elles ont une capacité de mise en scène hors du commun. Il n'y a qu'à visiter leur site web pour s'en rendre compte.

Et ce qui réjouit Lucie c'est le renouvellement des générations dans le vignoble de Madiran avec des jeunes viticulteurs qui ont souvent une autre expérience de vie professionnelle. "Ils nous apportent une autre façon de voir le métier et un nouveau souffle". L'exemple et l'expérience des deux sœurs peuvent aussi contribuer à cette dynamique viticole du Sud-Ouest. Le bonheur n'est-il pas dans le Gers comme le disait le slogan ? ■

www.domainedumoulié.com

TOP FRUITS, DU CHAMP À L'ASSIETTE

DES CLIENTS DE PLUS EN PLUS NOMBREUX

Top Fruits avait fait l'objet d'un article dans notre journal en 2018. Sarah et Jim Pearce avaient alors choisi un concept en vogue : la cueillette à la ferme. À l'écoute des clients, le couple souhaitait proposer ses meilleurs produits à des prix abordables. L'investissement de Sarah et Jim pour un mode de consommation alliant tradition et innovation est toujours bien présent.

Christelle Dupin Rapport, RESPONSABLE JURIDIQUE



Souvenez-vous : chaque visiteur prenait une brouette ou un seau et suivait les parcours pédagogiques afin de cueillir des fruits et légumes de saison sur le Domaine de la Souterrane, à Argeliers. Les clients étaient accueillis dans un joli bus anglais, celui-ci est "parti à la retraite" et a laissé place, cet été, à **un nouveau bâtiment de vente**. Plusieurs serres ont également été installées pour permettre de garantir des récoltes en cas d'aléa climatique. Depuis 2018, le nombre de clients est en évolution constante : 180 familles par jour au moment de notre premier reportage à 250 familles aujourd'hui. Les habitudes prises en télétravail, pendant



les confinements, se poursuivent : la recherche de produits locaux et l'envie de consommer en circuits courts se font ressentir de plus en plus.



Les cochons ont laissé place... aux poules !

Les fruits tombés des arbres servaient à nourrir des cochons. Cela permettait de proposer des cochons à la broche pour animer des fêtes de villages ou des repas de familles. Ces événements n'ont pas résisté aux protocoles sanitaires contre la Covid-19. Par ailleurs, l'abattoir de Narbonne a fermé et le boucher est parti à la retraite : en 2021, Sarah et Jim ont donc changé de voie et construit une cabine avec **220 poules pondeuses en plein air**. Elles aussi mangent des fruits... Les œufs issus du domaine sont vendus sur place. Leur projet : faire une seconde cabine pour atteindre 600 poules et installer un distributeur d'œufs car, en hiver, la cueillette est fermée.



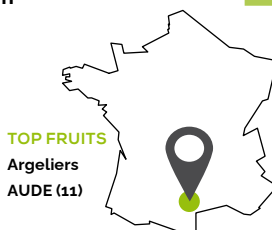
Des actions de communication pour se faire connaître

Autre nouveauté, Sarah et Jim Pearce accueillent désormais des centres de loisirs pour des visites guidées de leur Domaine. Ils ont également eu l'idée de créer **des événements pour booster leur notoriété**. Par exemple, pour Halloween, ils ont organisé des jeux de piste et proposé aux enfants de résoudre des énigmes et de sculpter des citrouilles ! **Les réseaux sociaux** sont très utiles également pour la mise en avant du site. Chaque jour, Sarah y indique les récoltes ouvertes : les clients sont avertis des horaires, des fruits et légumes disponibles et de leurs tarifs. Si les quantités sont abondantes, Sarah propose des prix attractifs. Une information régulière et directe est importante pour la satisfaction client.

Et des projets d'avenir...

En termes d'emploi, ils ont également fait évoluer les postes. Ils embauchent toujours des étudiants en période estivale pour la vente sur place. Ils ont parallèlement créé **un groupement d'employeurs** avec une coopérative oléicole de la région et ont pu ainsi pérenniser un emploi en CDI. Le salarié travaille pour les deux structures en fonction des rythmes des saisons, différents entre les deux entreprises. Comme dit Sarah : *"Nous avons encore des projets plein la tête !"* Sur un terrain leur appartenant, ont été installés des **panneaux photovoltaïques**. Ce terrain étant sécurisé, cela leur a permis de planter des chênes truffiers qui produiront dans 5 à 10 ans : c'est donc un investissement à long terme. Sous les panneaux, un exploitant vient faire paître de temps en temps ses moutons. Et bientôt, il pourrait y avoir des ruches car les fruits et légumes ont besoin des abeilles...

www.top-fruits.com



Vous souhaitez lire ou relire le 1^{er} article ?

Retrouvez-le sur votre extranet Cerfrance dans le n°49
Fév. - Mars - Avril 2018
p.24

■ SMIC HORAIRE BRUT ET MINIMUM GARANTI

	À partir du 01/10/2021
Smic horaire	10,48 €
Smic mensuel base 35 h	1 589,47 €
Minimum garanti	3,65 €

■ CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

en % du Smic	Au moins Bac Pro ⁽¹⁾	Autre
< 21 ans	65 %	55 %
21 - 25 ans	80 %	70 %
26 ans et +	Smic ou 85 % du mini. conventionnel ⁽²⁾	

(1) Titulaire d'un Bac Pro ou diplôme professionnel de même niveau

(2) Retenir le montant le plus élevé

■ PLAFOND SÉCURITÉ SOCIALE

Année	Mois	Heure si < 5 h
41 136 €	3 428 €	26 €

■ RÉMUNÉRATION DES LIVRETS D'ÉPARGNE

Taux appl. au 01/02/21	Plafond maximal	Taux
Livret A	22 950 €	0,50 % par an
LDDS	12 000 €	0,50 % par an
PEL	61 200 €	1 % par an**
CEL	15 300 €	0,25 % par an*
LEP	7 700 €	1 % par an
Livret Jeune	1 600 €	0,75 % par an min.

* Hors prime d'État ** Ouvert à compter du 01/08/2016

■ COMPTES COURANTS D'ASSOCIÉS

Date de clôture de l'exercice comptable	Taux maximum des intérêts déductibles
30/04/2021	1,19 %
31/05/2021	1,19 %
29/06/2021	1,19 %
30/07/2021	1,18 %
30/08/2021	1,18 %
29/09/2021	1,18 %

Source : Chiffres et taux F. Lefebvre

■ INDICE DE RÉFÉRENCE DES LOYERS

	Indice	Variation annuelle n-1
4° trim. 2020	130,52	+ 0,20 %
1° trim. 2021	130,69	+ 0,09 %
2° trim. 2021	131,12	+ 0,42 %
3° trim. 2021	131,67	+ 0,83 %

■ INDICE NATIONAL DES FERMAGES

Indice 2021	106,48
-------------	--------

Applicable du 01/10/21 au 30/09/22 - Arrêté du 12/07/21, JO du 20/07/21

■ PRIX À LA CONSOMMATION Base 100 année 2015

France entière	Août 2021	Évolution annuelle n-1
Ensemble	107,5	+ 1,90 %
Hors tabac	106,21	+ 1,80 %

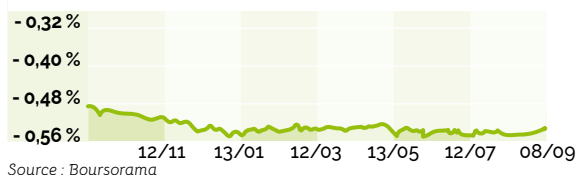
Source : Insee

■ SMIC APPRENTIS

	en % du Smic	1 ^{re} année	2 ^e année	3 ^e année
Contrats conclus avant 2019	< 18 ans	25 %	37 %	53 %
	18 - 20 ans	41 %	49 %	65 %
	21 ans et +	53 %	61 %	78 %
Contrats conclus à partir de 2019	< 18 ans	27 %	39 %	55 %
	18 - 20 ans	43 %	51 %	67 %
	21 - 25 ans	53 %	61 %	78 %
	26 ans et +	100 % , quelle que soit l'année		

* Pourcentage du minimum conventionnel si plus élevé

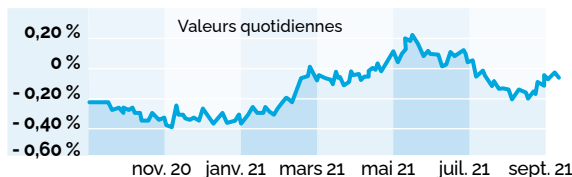
■ EURIBOR (3 mois)



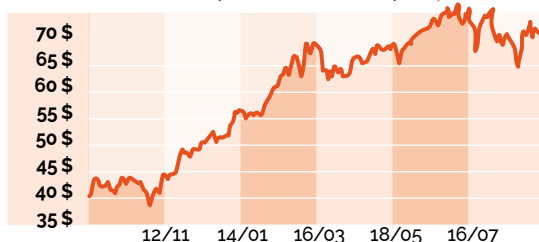
■ PARITÉ €/ \$



■ OAT (10 ANS) Taux de l'Échéance Constante à 10 ans (TEC 10)



■ PÉTROLE BRENT (MER DU NORD) en \$/baril



► Les pays de l'OPEP augmentent progressivement la production pétrolière pour atteindre des niveaux d'offre comparables à ceux d'avant crise.

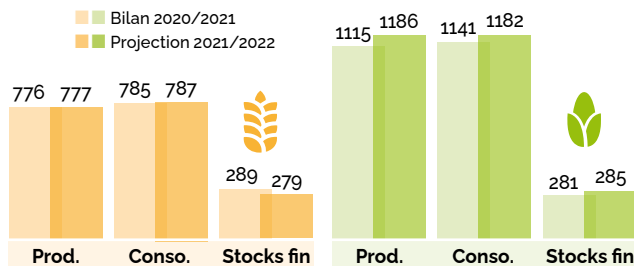
■ IPAMPA (Indice Prix d'Achat des Moyens de Prod. Agricoles)

Juillet 2021	Évolution m-1	Évolution n-1
110,4	8,45 %	0,91 %

Source : Insee

► Nouvelle hausse de l'IPAMPA sous l'influence des engrais et amendements sur le dernier mois.

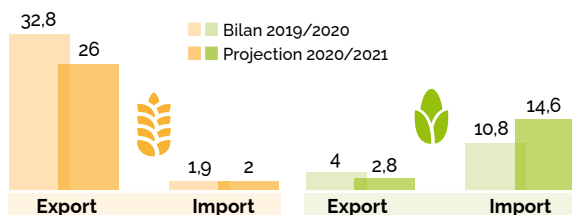
BILANS MONDIAUX blé/maïs en Mt



Source : Rapport USDA - Juin 2021

► La hausse des stocks fin en maïs pour la campagne 2021/2022 laisse présager plus de disponible sur le marché.

BILANS EUROPÉENS blé/maïs en Mt



Source : FranceAgriMer - Bilans spécialisés - Juillet 2021

► La baisse de la production de blé va pénaliser les exportations européennes pour leur campagne 2020/2021.

ENGRAIS

	Cours produits €/t		Prix unité fertilisante	
	09/20	09/21	09/20	09/21
Solution azotée 39 %	158	315	0,53	1,05
Ammonitrate 33,5 %	249	397	0,74	1,19
Super phosphate 46 %	234	534	0,51	1,16
Chlorure de potassium 60 %	245	467,5	0,41	0,78

Source : Web-agri

MARCHÉ VIANDE BOVINE en €/kg Prix moyen pondéré

Cotations nationales	Sept. 2020	Sept. 2021
Vache R	4	4,23
Jeunes bovins R	3,69	3,96
Broutards Charolais 350 kg	2,50	2,65

Source : FranceAgriMer

► Avec l'allègement du marché du jeune bovin, le prix des broutards est en hausse.

MARCHÉ VIANDE PORCINE en €/kg

Cours du porc MPB	Août 2020	Août 2021
	1,319	1,345

Source : Marché du porc breton

► Le bon équilibre entre l'offre et la demande maintient le prix du porc.

EXPORTATIONS BOVINES

	Janv.-Avril 2021	Variation annuelle n-1
Broutards en têtes	497 000	4 %
Jeunes bovins finis en têtes	10 000	9 %

Source : Bulletin économique Interbev

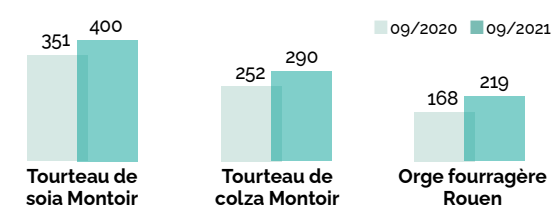
► Les exportations de broutards repartent à la hausse.

agenda

DÉCLARATIONS À FAIRE DANS LES PROCHAINS MOIS

- Janvier : Ouverture de Télépac
- < 31 janv. : Aides ovines et caprines
- 5 fév. : TVA 4^e trimestre
- < 15 fév. : Intérêts de comptes associés et dividendes
- 15 fév. : Opérations sur valeurs mobilières et revenus de capitaux mobiliers

ALIMENTS POUR ANIMAUX en €/t



Source : Web-agri

► Le manque de graines de colza fait monter le prix du tourteau.

LAIT PRIX RÉEL en €/1000 l

	Lait conventionnel		Lait bio	
	Prix	Évol. n/n-1	Prix	Évol. n/n-1
Janv. 2021	357,5	- 2,16 %	502,3	0,74 %
Fév. 2021	353,4	- 2,21 %	489,4	0,24 %
Mars 2021	348	- 2,14 %	477,3	- 0,89 %
Avril 2021	356	2,30 %	431,4	0,64 %
Mai 2021	354,4	4,30 %	432,3	0,30 %
Juin 2021	357,5	5,05 %	446,2	0,15 %

Source : FranceAgriMer - Enquête mensuelle

► Le prix du lait conventionnel continue sa progression.

PRODUITS LAITIERS INDUSTRIELS en €/t

	Sept. 2020	Sept. 2021
Beurre industriel	3 570	4 100
Poudre de lait écrémé	2 130	2 550
Poudre de lait entier	2 780	3 070

Source : FranceAgriMer

► La demande mondiale s'est essouffée comparativement au 1^{er} semestre 2021, mais l'équilibre reste préservé.

CONSOM. FRANÇAISE DE PRODUITS LAITIERS évolution en cumul annuel mobile (juillet 2021)

	Volume	Prix
Lait de consommation	- 3,20 %	0,60 %
Ultra-frais	- 1,20 %	2,30 %
Fromage	0,70 %	1,60 %
Beurre	- 1,10 %	- 0,90 %
Crème	0,60 %	0,30 %

Source : FranceAgriMer d'après le panel Kantar Worldpanel

► Les fromages et la crème maintiennent leur niveau de consommation.

Votre magazine Gérer pour Gagner évolue en 2022



À la pointe

Nouvelles
rubriques



Nouveau
design plus
moderne

Plus de données
chiffrées



Version digitale

GÉRER
POUR
GAGNER

- Une plateforme dédiée disponible sur votre extranet Cerfrance
- Des contenus adaptés à une lecture sur le web