

LE MAG' DES MAGS

La lettre d'information de  sur les magasins de producteurs

Depuis 2012, Trame accompagne les magasins de producteurs en région. Par cette lettre d'information, nous vous proposons de partager nos ressources et nos travaux sur cette thématique et de vous présenter des initiatives et autres informations repérées sur le terrain.

L'équipe projet Circuits Courts de Trame

CONTENU

Sur le terrain

- [4^{ème} Rencontre des magasins de producteurs en PACA](#)
- [AG du Réseau des magasins de producteurs de PACA](#)
- [Séminaires de restitution du projet MAGPRO à Poitiers et à Anduze](#)

Formations Actions

- [Articuler stratégies individuelles et stratégie collective](#)
- [Accompagnement à la communication non violente](#)

Informations réglementaires

- [Règlement Intérieur, Plan de Maitrise Sanitaire, 2 documents obligatoires](#)
- [Application de la TVA à sa commission de mise en marché](#)
- [L'implication des consommateurs dans les magasins de producteurs](#)

Repéré pour vous

- [MAGPRO guides, fiches pratiques](#)
- [L'effet multiplicateur de l'achat local](#)

Le coin des ressources et des outils

- [Quelle communication mettre en place en magasin de producteurs ?](#)
- [A lire sur les circuits courts dans Travaux-et-Innovations](#)

SUR LE TERRAIN

4^{ème} Rencontre des magasins de producteurs en PACA – Mardi 21 novembre 2017 au Rouret (Alpes-Maritimes)

Le 21 novembre, le magasin « [Le marché de nos collines](#) », au Rouret, a accueilli la 4^{ème} rencontre des magasins de producteurs de PACA, organisée par la FRGEDA PACA, avec le soutien de la Région PACA, en collaboration avec le Réseau des magasins de producteurs de PACA et Trame. 37 personnes y ont participé et 12 magasins de la région étaient représentés. Les participants ont échangé sur leurs projets et leurs préoccupations, et préparé l'assemblée générale du Réseau des magasins. Ils ont participé à des séquences d'échanges d'expériences sur les projets d'ateliers de transformation et d'agrandissement, ainsi que sur la fidélisation de la clientèle. Enfin, la journée s'est terminée avec la présentation des résultats du projet [Magpro](#) et la présentation des travaux menés par un groupe de travail national animé par Trame sur les enjeux du développement des magasins de producteurs en France.

Contact :
[Agnès Cathala](#)



AG du Réseau des magasins de producteurs de PACA

Le 19 février 2018, les 10 adhérents du réseau des magasins de producteurs de Paca se sont réunis pour leur première assemblée générale. Après avoir validé les divers rapports d'activités et financier, les représentants des collectifs adhérents ont choisi de réévaluer la cotisation au réseau afin d'augmenter progressivement leur autonomie financière. Ils ont également décidé de reproduire leurs portes ouvertes régionales lors de la semaine du goût 2018 et imaginé de nombreuses autres actions. La réunion s'est conclue autour d'un débat sur les enjeux du développement des magasins de producteurs en France et les stratégies de démarcation à envisager.

Pour tous renseignements ou demande d'adhésion :
reseaumpaca@gmail.com / 06.82.81.01.96



Séminaires de restitution du projet CASDAR MAGPRO

Après 3 années de recherche-action sur le projet « *MAGPRO : clés de réussite et impacts territoriaux des magasins de producteurs* », l'AFIPaR, Réseau Civam et les 16 partenaires du projet ont organisé des journées de restitutions des résultats.

⇒ Le 16 janvier à Poitiers

A la maison de la région de Poitiers, le premier séminaire a rassemblé plus d'une centaine de personnes : associés et salariés de magasins de producteurs, agents de développement en charge des circuits courts, agents des collectivités, comptables, juristes... Tous ont pu prendre connaissance des principaux résultats du projet, débattre et renforcer leurs connaissances sur le développement des magasins de producteurs.

⇒ Les 5 et 6 février 2018 à Anduze (Gard)

Un objectif initial du projet était de favoriser les restitutions locales des résultats et de les mettre en débat avec un maximum de magasins de producteurs. Ainsi, Trame, Terre d'Envie et Boutiques Paysannes ont organisé un séminaire de deux jours à Anduze. Quatre-vingts participants des régions Provence Alpes Côte d'Azur, Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie, dont une soixantaine de producteurs. Des thèmes divers comme la gestion du rayon légumes, le développement d'un rayon boucherie traditionnelle, la gestion des permanences, les besoins en salariés, les questions juridiques, fiscales et sociales, l'impact territorial de l'achat local en magasins de producteurs ou encore les enjeux du développement des magasins de producteurs en France ont pu être approfondis dans le cadre d'ateliers d'échanges de pratiques, de tables-rondes et de témoignages. A lire les Actes de cette journée [ici](#).



Crédit photo : AFIPaR

FORMATIONS - ACTIONS

Formation « *Articuler stratégies individuelles et stratégie collective dans un projet de magasin de producteurs* » - Saint Maximin (Var)

Les 23 et 24 novembre 2017, Trame a organisé et animé une formation à la demande du lycée agricole Provence Verte à Saint Maximin, pour un groupe d'agriculteurs intéressés par un projet de magasin de producteurs porté par le lycée. L'objectif était de doter les membres du groupe de méthodes afin qu'ils puissent bâtir les fondements de leur projet, établir leur stratégie d'entreprise, et favoriser la cohésion dans leur groupe, indispensable à la réussite du futur magasin. Le groupe, dont les membres ne se connaissaient quasiment pas, s'est approprié le projet et a commencé à en prendre le leadership. Cette formation a été financée par VIVEA.



Contact : [Marion Vandembulcke](#)

Accompagnement à la communication non violente et formation Trame « *Faire évoluer la stratégie collective de son magasin de producteurs* » - pour Montagnes Paysannes (Alpes Maritimes)

De septembre à décembre 2017, le collectif d'agricultrices Montagnes Paysannes a été accompagné par Trame et le réseau des magasins de producteurs de PACA dans le cadre de l'évolution de son fonctionnement en magasin de producteurs. Après 1,5 ans d'ouverture, le départ de l'animatrice du projet et des mouvements d'associés, le collectif a souhaité réinterroger son fonctionnement collectif et revoir sa stratégie. La première étape fut d'ordre relationnelle, avec un accompagnement, en septembre 2017, à la communication non violente pour favoriser la cohésion dans le groupe et éteindre des tensions naissantes suite à un certain épuisement des associées. La seconde a consisté en un travail plus approfondi autour de deux jours de formation pour « faire évoluer la stratégie collective » du magasin. Les 4 et 5 décembre, le groupe s'est réuni à Entraunes (Alpes Maritimes) pour diagnostiquer son fonctionnement collectif et établir des pistes d'amélioration, réfléchir à la mise en place d'une banque de travail ou encore aborder la stratégie en termes de politique des prix au magasin.

Contact : [Marion Vandembulcke](#)



INFORMATIONS REGLEMENTAIRES

Rubrique réalisée avec l'appui de l'AGC CEGAR – www.cegar.fr

Règlement Intérieur et Plan de Maitrise Sanitaire, deux documents obligatoires pour un point de vente collectif

Pour être un point de vente collectif, au sens de la note de la DGAL/SDSSA/N2010-8103 du 07-04-2010 (respectant les conditions de la remise directe), il est obligatoire d'établir un règlement intérieur. Ce dernier définit les modalités d'organisation des permanences des producteurs (mode de répartition des temps de présences, modalités, planning) condition (entre autres) indispensable au respect du principe sanitaire de remise directe. Le règlement intérieur fait aussi référence au plan de maitrise sanitaire. Dans ce document également obligatoire, sont explicités les moyens mis en place pour maitriser la chaîne du froid, les procédures de nettoyage-désinfection ainsi que la traçabilité des produits vendus.

➔ Pour en savoir plus : [note de la DGAL](#), [livrable MAGPRO construction d'un règlement intérieur](#)

Pour un producteur non assujetti à la TVA, doit-on appliquer la TVA à sa commission de mise en marché?

Lorsqu'un producteur associé d'un magasin de producteurs est non assujetti à la TVA, en revanche elle est appliquée sur la commission de mise en marché selon le taux de TVA correspondant au produit concerné (5,5%, 10% ou 20% pour la bière et le vin). *Exemple : dans un magasin, le taux de commission est de 10% pour les associés. L'associé (non assujetti à la TVA) vend un produit à 100€ relevant de la TVA à 5,5%. La commission prélevée par le magasin est donc de 10€ + 0.55€ = 10.55€.* Le code comptable d'enregistrement de cette somme est le n° 706.

Quid de l'implication des consommateurs dans les magasins de producteurs ?

Sur le terrain, des collectifs organisés en magasin de producteurs s'interrogent sur la possibilité d'impliquer les consommateurs dans le fonctionnement du magasin. A l'instar des coopératives de consommateurs telles que La Louve à Paris ou Park Slope Food Coop à New York ou encore des AMAP, le rôle des consommateurs et leur participation bénévole pourraient être une opportunité. Or aujourd'hui, il n'existe pas de magasin de producteurs associant les consommateurs dans la gestion et la gouvernance. Un tel cas serait imaginable dans le cadre d'une SCIC (Société coopérative d'intérêt collectif) comprenant un « collège consommateurs ». *« Il est permis de s'interroger pour savoir si d'autres personnes non producteurs agricoles, tel des apporteurs de capitaux ou des consommateurs, peuvent être membres de la structure juridique. Une réponse négative remettrait en cause la possibilité de constituer des SCIC qui sont nécessairement composées d'associés ayant des statuts juridiques différents »*¹.

Aujourd'hui il n'y a aucun précédent, donc aucun cas de jurisprudence, ni aucune loi encadrant une telle organisation. Actuellement, le travail bénévole d'un consommateur peut être requalifié en travail dissimulé ou être dénoncé comme un avantage concurrentiel déloyal envers d'autres commerces alimentaires.

¹MAGPRO, projet soutenu par le CASDAR 2014-2018, CEGAR, d'après une étude de Francis Varennes

REPERE POUR VOUS

« MAGPRO : clés de réussite et impacts territoriaux des magasins de producteurs » : Des guides et des fiches pratiques

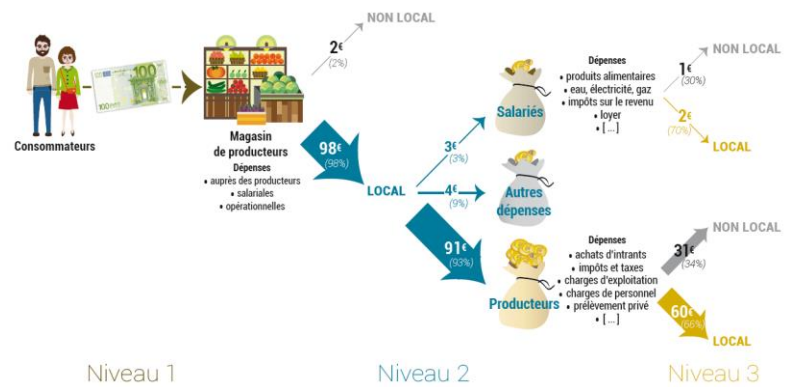
Les partenaires du projet MAGPRO ont créé des outils pratiques pour développer et pérenniser les magasins de producteurs. Ces outils sont utilisables par les structures d'accompagnement mais aussi par les producteurs eux-mêmes. Une vingtaine de guides et fiches pratiques a été produite, comme par exemple : « Organiser son temps de présence et de gestion du magasin », « choisir le statut juridique d'un magasin de producteurs » ou encore « concevoir et gérer un rayon boucherie et son atelier de découpe ». 10 témoignages vidéo d'agricultrices et agriculteurs ont été réalisés. Toutes ces productions sont en ligne sur le site du projet : www.magasindeproducteurs.org/les-documents-a-telecharger.



L'effet multiplicateur de l'achat local

Une étude, réalisée sous la direction de l'Inra-UMR Innovation avec le réseau des Boutiques paysannes Occitanie, dans le cadre de MAGPRO, a cherché à mesurer la contribution des magasins de producteurs au développement économique de leur territoire. La démarche vise à mesurer « l'effet multiplicateur de l'achat local » mise au point par la New Economic Foundation (NEF). Elle a été testée sur un premier cas de magasin de producteurs grâce à une analyse très fine de sa comptabilité, de la comptabilité professionnelle de ses producteurs et à une enquête de consommation sur

les salariés. L'analyse montre que pour 100 € dépensés par un consommateur dans le magasin, 98 € sont redistribués par le magasin sur un rayon de 80 km (3 € perçus par les salariés, 91 € sont par les producteurs, 4 € sont destinés à d'autres dépenses locales). Sur les 94 € touchés par agriculteurs et salariés, 62 € vont être à nouveau dépensés par les salariés (2 €) et les agriculteurs (60 €) auprès de petites et moyennes entreprises locales, dans un rayon de 80 km. Une fiche MAGPRO sur ce sujet est disponible : [en cliquant ici](#)



LE COIN DES RESSOURCES ET DES OUTILS

Quelle communication mettre en place en fonction de sa stratégie et de ses moyens ?

Le 11 décembre dernier, Trame a réalisé la 4^{ème} radio Point de vente collectif, sur le thème de la stratégie de communication mise en place par les magasins de producteurs. Pour traiter de ce sujet, les trois témoins ont présenté les messages utilisés, le budget nécessaire et les modes d'actions de 3 stratégies de communication très différentes. Patrick Messer, président de Hop'la coop à Strasbourg, a témoigné de la diversité des actions de communication menées par le magasin qui se rapprochent de celles des grandes surfaces. Bernorl Poinas, animateur de Chez les Producteurs à Aubagne, a expliqué les outils de communication gratuits qu'il utilise. Aurélie Long, de Terre d'envies, a présenté les actions de communication mises en commun par plusieurs magasins dans le cadre d'un réseau. Finalement les témoins ont répondu aux questions des auditeurs nombreux pour cette 4^{ème} radio.



Prochaine Radio le lundi 25 juin 2018 de 13h30 à 14h30

⇒ Thème : **Être salarié dans un point de vente collectif.** Quels sont les profils, les missions des salariés ? Comment se passent les relations avec les employeurs et la clientèle ? Quelles sont les motivations, les difficultés, le sens de leur travail ?

Une autre façon d'aborder les questions salariales en point de vente collectif.

⇒ Pour vous inscrire [cliquez ici](#)

Contact : [Sophie](#)
[Christophe](#)

Retrouvez les témoignages et les questions, format écrit et audio sur le [site internet de Trame](#).

A lire sur les circuits courts dans [Travaux-et-Innovations](#), la revue de Trame

Construire collectivement la défense du concept de point de vente collectifs – n°243 – décembre 2017

En 2016, les réseaux de points de vente collectifs Terre d'Envies et Boutiques Paysannes Occitanie ont mutualisé leur charte pour bâtir ensemble une stratégie de défense et de valorisation du concept. Leur objectif : garantir aux consommateurs les pratiques des points de vente, reposant sur une activité de commercialisation inscrite dans le prolongement des exploitations agricoles. Pour l'atteindre, ils ont développé une marque collective et un système de « contrôle tierce partie ».



CIRCUITS COURTS A TRAME :

Marion Vandembulcke

Chef de projet Circuits Courts

Tél. : 06 82 81 01 96

Mail : m.vandembulcke@trame.org



Sophie Christophe

Chargée de mission Circuits Courts

Déleguée régionale Nouvelle Aquitaine

Tél. : 06 79 73 93 20

Mail : s.christophe@trame.org



Agnès Cathala

Déleguée régionale

Provence-Alpes-Côte d'Azur

Tél. : 06 89 76 13 52

Mail : a.cathala@trame.org



Retrouvez l'actualité Circuits Courts à Trame sur notre site Internet :

www.trame.org – Rubrique thèmes travaillés/Circuits courts et activités de service

Cette newsletter est aussi la vôtre : transmettez vos infos, remarques, idées à :

s.christophe@trame.org



Cette lettre d'information a été réalisée grâce à l'appui financier du CASDAR

