

	<p style="text-align: center;">"Radio Point de vente collectif n°5"</p> <p style="text-align: center;">Le lundi 25 juin 2018 à 13h30 à 14h30</p>
	<p style="text-align: center;">« Être salarié-e en Point de Vente Collectif »</p> <p style="text-align: center;">Compte-rendu</p>

Accueil

Bonjour et bienvenue à la radio Point de Vente Collectif. Cette radio est une conférence téléphonique organisée par l'association de développement agricole nationale : Trame. Je suis Sophie Christophe, membre de l'équipe projet Circuits courts de Trame et je vais animer cette radio aujourd'hui. Vous êtes agriculteurs, salariés engagés dans des points de vente collectifs ou porteurs de projets, ou agents de développement accompagnant ce type de projet, cette radio s'adresse à vous. L'objectif est de vous permettre d'approfondir vos connaissances depuis chez vous ou sur votre lieu de travail sur une thématique précise concernant les points de vente collectif.

Présentation du sujet

Le thème que nous allons traiter aujourd'hui dans cette nouvelle édition de Radio Point de vente collectif est **« être salarié(e) en Point de Vente Collectif »**. Nous allons découvrir comment deux salariés de Points de Vente Collectifs vivent leur métier au quotidien. Un petit rappel de définition, tout d'abord, pour nous entendre sur les termes utilisés dans nos échanges. Dans le cadre de cette Radio PVC, nous entendons par « point de vente collectif », un lieu physique, utilisé en commun par plusieurs producteurs, pour assurer la vente directe aux consommateurs des produits provenant de leurs exploitations. Une partie de ces producteurs s'implique dans la gestion du magasin.

Que ce soit à la création ou suite au développement économique, de plus en plus de magasins de producteurs ont recours au salariat. Le salarié peut avoir des missions différentes : tenue de la caisse, réapprovisionnement des rayons, tâches administratives et comptables, animation de l'équipe de producteurs, direction de magasin... Les besoins en main d'œuvre varient fortement d'un magasin à l'autre allant d'un salarié à temps partiel à plus de 10 salariés.

- ⇒ Quelles sont les missions des salariés d'un magasin de producteurs ?
- ⇒ Quelles sont les points forts, ce qui motive à travailler dans un point de vente collectif ?
- ⇒ Quelles sont les difficultés rencontrées dans la réalisation de leur métier ?
- ⇒ Comment se passent les relations avec les clients et les producteurs ?
- ⇒ et pour finir quels sont les caractéristiques de l'emploi en PVC ?

Voici les questions que nous allons aborder dans le cadre de cette radio.

Au cours de cette 5^{ème} radio point vente collectif, nous allons écouter 3 témoignages illustrant différentes facettes de l'emploi dans un magasin :

- **Hélène Duflo**, unique salariée du magasin de producteur Les 8 fermes, à proximité du Havre en Normandie
- **Etienne Lejeune**, salarié au sein d'une équipe de 5 salariés pour le magasin de producteurs Naturellement Paysan, à Coustellet dans le Vaucluse
- **Antoine Carret**, chargée de mission Relations Humaines à Trame, qui prendra de la hauteur sur les relations employeurs-salariés.

Chaque intervenant témoignera une 10^{aine} de minutes puis nos témoins répondront à vos questions. Nous recevrons vos questions par sms ou par mail. Merci de préciser votre nom et votre magasin ou structure et **je poserai les questions aux intervenants pour vous.**

Hélène Duflo, unique salariée du magasin de producteurs Les 8 fermes, près du Havre, en Normandie

Nous allons commencer les témoignages par celui de Hélène Duflo : vous êtes salariée du Point de Vente Collectif, Les 8 fermes, à Gonfreville l'Orcher, en Normandie depuis plus de 3 ans. Avant d'être salariée, vous étiez productrice associée au magasin. Suite à un changement de parcours, vous êtes devenu la première et unique salariée du magasin.

Pouvez - vous nous décrire en quelques chiffres clés le point de vente collectif pour lequel vous travaillez et les missions de votre poste ?

Le groupement d'intérêt économique (GIE) Les 8 fermes a été créé le 1^{er} mai 1986, après 2 années de réflexion. Aucune banque n'a financé le magasin mais chacun des agriculteurs qui voulaient entrer dans le magasin avait des compétences particulières et complémentaires à celles des autres, et c'est l'implication de toutes ces compétences qui a fait qu'ils ont pu construire le magasin et le mettre en fonctionnement. Pendant 10 ans, les associés ont fait des formations pour apprendre à s'écouter, et savoir parler aux autres associés. Durant 29 ans, il n'y a pas eu de salarié, et je suis devenue salariée il y a 3 ans. Aujourd'hui, il y a 6 associés et une salariée. Notre volume de vente en 2017 dépassait le million d'euros.

Mes missions pour Les 8 fermes sont de coordonner le magasin en général : achalandage du magasin, réapprovisionnement en cours de journée, gestion des producteurs extérieurs avec leurs produits, intermédiaire entre les clients et les producteurs qui ne sont pas présents à la vente, suivi des commandes, organisation des réunions.

Comment s'est passée la transition entre votre statut d'associée et celui de salariée ?

Elle s'est très bien faite. Je faisais des œufs avant pour le magasin mais je ne pouvais pas continuer ainsi pour des raisons financières. Des associés m'ont proposé de devenir salariée car je m'occupais beaucoup du magasin bénévolement. Cela me plaisait car depuis toute petite je voulais tenir une petite superette. Cela s'est fait car je connaissais bien les associés, et eux connaissaient bien la personne qu'ils allaient employer. Peut-être que si je n'avais pas dit oui, il n'y aurait pas de salarié aujourd'hui,

mais moi c'est sûr que je ne serais pas aller dans un autre point de vente collectif. J'y suis allée parce que je connaissais les associés avec qui j'allais travailler.

Dans ce poste, quelles sont les facteurs de motivation ? Qu'est-ce qui vous donne envie d'aller travailler ?

Ce qui me donne envie de me lever le matin, c'est que c'est un travail valorisant. On fait quelque chose qui est peu commun, très différent d'une grande surface. On est impliqué du début à la fin, et je suis reconnue en tant que salariée par les producteurs. Il y avait déjà une confiance réciproque, et cette confiance est restée. J'ai beaucoup de liberté, une écoute quand je fais des propositions, j'ai une liberté d'organisation. Il y a une très bonne entente et l'humain entre énormément en compte dans notre petit groupe.

Pensez-vous que ce bon relationnel est lié aux formations, notamment sur l'écoute, réalisées dans les premières années du magasin ?

Oui, c'est sûr que cela a énormément aidé chaque agriculteur à pouvoir parler à l'autre et à écouter l'autre : écouter ce qui va bien, et ce qui ne va pas bien. Dans le monde agricole, je pense que nous sommes chacun dans nos structures, qui sont de plus en plus grandes, et on ne sait pas écouter le voisin. Pour être ensemble dans un point de vente collectif, il faut savoir s'écouter.

A contrario, quelles sont les difficultés du poste ? Qu'est ce qui peut être compliqué dans ce type de poste et parfois vous démotiver ?

Je suis rarement démoralisée ou démotivée. Après, je m'occupe du planning des permanences avec les producteurs, il est arrivé parfois qu'il manque des producteurs et parfois il faut que j'envoie plusieurs mails. Ils comptent sur moi en se disant que de toutes façons je vais m'organiser. Ça m'est arrivé une fois, en rigolant, de leur dire : « *est-ce qu'on ferme le magasin si je suis toute seule cet après-midi ?* ». C'est vraiment un tout petit bémol, ça se passe très bien.

Aujourd'hui, ils comptent beaucoup sur vous et à la fois, ils n'auraient pas forcément recruté si ça n'avait pas été vous...

Tout à fait. Une productrice m'a dit récemment : « si ça n'avait pas été toi, on aurait peut-être continué notre fonctionnement comme avant » alors qu'au moment où je suis devenue salariée, on sentait que certaines fermes avaient besoin de libérer du temps pour le consacrer à leur production. On a laissé beaucoup de place à l'humain, parce qu'on a laissé plus de place à la vente aux femmes qui aimaient vendre, avaient la fibre commerciale, et d'autres qui souhaitaient passer un peu moins de temps au magasin ont pu en faire moins, on a laissé de la place aux besoins de chacun.

Quelles sont vos attentes et vos besoins vis-à-vis de vos employeurs ?

Aujourd'hui ce serait que le groupe s'élargisse un peu et repasse à 8-9 membres contre 6 actuellement, afin d'élargir la gamme (demandes des consommateurs pour des produits tels que bière, poisson) et avoir plus de monde pour les permanences. Nous sommes en train de refaire le règlement intérieur et de rédiger une charte, pour pouvoir intégrer de nouvelles personnes.

Avez-vous des attentes par rapport à voter métier pour les prochaines années ?

J'attends plus de produits de notre région bien sûr, et puis d'intégrer d'autres fermes pour être 8, avoir une plus grande cohésion dans les permanences - certains en font beaucoup, d'autres moins - mais tout en continuant à prendre vie personnelle de chacun en compte.

Comment se passe la relation avec vos anciens collègues aujourd'hui devenus vos employeurs, notamment par rapport à la prise de décision ?

Je participe aux réunions puisque je les organise, je rédige le compte-rendu, si on me demande mon avis, je le donne, mais ma décision ne rentre pas en ligne de compte. Je ne vote pas, mais je suis écoutée et c'est très valorisant.

Quel conseil donneriez-vous à un point de vente collectif qui cherche à recruter ?

Je dirais voir sa fibre, ses valeurs. Un point de vente collectif a des valeurs qui doivent être partagées par les producteurs associés, comme les salariés, pour tous aller dans le même sens.

Etienne Lejeune, salarié du magasin Naturellement Paysan à Coustellet

Merci Hélène Duflo pour votre témoignage. Nous allons maintenant donner la parole à notre invité suivant, Etienne Lejeune : vous êtes salarié depuis un an et demi au magasin Naturellement Paysan à Coustellet... Pouvez-vous nous présenter en quelques mots le magasin et décrire vos missions ?

Naturellement Paysan est un magasin beaucoup plus récent que celui d'Hélène, il a ouvert il y a 4 ans. Il y a 70 producteurs au total : 40 associés et 30 apporteurs non associés. La surface de vente est de 200 m². Le magasin est ouvert 6 jours/7 hors saison et 7/7 en saison (car région touristique à l'entrée du Luberon). Il a réalisé 1 300 000 € de volume de vente en 2017, et compte 5 salariés au total soit 4,5 ETP.

Mes missions sont les suivantes : support au magasin, volet communication, appui à la distribution des tâches, un peu de marketing sur la surface de vente, développement de certains partenariats : sur certaines actions extérieures, je représente la structure quand les producteurs n'ont pas le temps de le faire, développement d'un site de e-commerce ouvert en octobre dernier, j'effectue des livraisons pour le e-commerce. Ici c'est une structure où tout le monde est censé pouvoir tout faire, on est sur un pied d'égalité entre salariés, mais il y a la place pour que chacun développe ses propres compétences.

Comment avez-vous été recruté ? Y avait-il une fiche de poste ?

Ici il n'y a pas de fiche de poste, pas encore du moins. A l'époque où je suis entré, je connaissais la structure, je me suis présenté aux salariés, qui m'ont mis sur la voie (un remplacement congé maternité), puis au président de la structure. Après deux CDD, on m'a proposé un CDI.

Quels sont vos facteurs de motivation dans ce poste ? Qu'est-ce qui vous donne envie d'aller au travail ?

Ce sont les valeurs portées par les magasins de producteurs en général, le combat à mener chaque jour sur ce secteur, aider les paysans à trouver un débouché loyal, sans intermédiaire, faire connaître les produits fermiers ... mais aussi la garantie de la qualité, la transparence, la traçabilité, le fait d'avoir une activité non délocalisable sur un territoire qu'on essaie de rendre plus dynamique par notre

activité. Mine de rien, on représente une bonne partie de la population sur le territoire : les paysans, les salariés et tous les clients.

A contrario, quelles sont les difficultés du poste ?

Le moins motivant, parce que ce n'est pas démotivant, on va dire que c'est la paye, on n'est pas sur des salaires très élevés mais on en discute en entretien annuel, c'est peut-être en voie de développement. On a un atelier de transformation en projet qui sera peut-être une opportunité d'augmenter les salaires de chacun.

En difficulté, je mettrais aussi le collectif qui est parfois dur à gérer. Sur la diversité des permanents, certains sont plus ou moins en accord avec les règles, certains connaissent moins bien le fonctionnement du magasin, ont moins d'empathie, cela peut être un peu lourd à gérer, car ce sont nos patrons et à la fois on doit les motiver, les impliquer dans le fonctionnement du magasin et ce n'est pas toujours facile pour tout le monde.

Du coup, quels sont les moyens que vous utilisez pour les impliquer ?

Au début on apprend à se connaître. Notre structure est jeune et en formation. Régulièrement de nouveaux producteurs entrent, sortent. On apprend à s'écouter, à se parler et peu à peu on tisse des liens, on transmet des infos, les choses qu'il ne faut plus faire, les choses qu'il faudrait faire et on essaie de les autonomiser au maximum, pour que nous aussi on ait du temps de notre côté pour faire nos tâches et pour que tout fonctionne, qu'il ait une atmosphère de tranquillité quand un client entre dans le magasin.

Comment se passent vos relations avec vos employeurs ?

Il n'y a pas de relation hiérarchique entre les salariés, nous sommes directement en contact avec le Président et le Vice-Président qui viennent régulièrement au magasin et on parle avec eux des soucis qu'on peut avoir. Il y a une vraie demande d'autonomie de leur part. Pour les autres associés, c'est parfois déroutant qu'on soit à la fois salarié et donneur d'ordre quand on est sur la surface de vente, en plein boom.

Quelles sont vos attentes et besoins par rapport à l'encadrement de vos employeurs ?

On a besoin de souplesse, et d'information claire, concise, précise. On est dans le milieu agricole, on va droit au but, et je pense que c'est pour ça aussi que l'équipe actuelle aime bien travailler dans ce milieu-là. On a besoin de conscience professionnelle, d'autodiscipline et d'empathie pour avancer ensemble, c'est ce qu'il nous faut à tous, salariés et employeurs.

Pour vous, qu'est-ce qu'un bon employeur ?

C'est quelqu'un qui a de l'empathie vis-à-vis de ses salariés, qui prend du plaisir à travailler avec eux, et transmet sa reconnaissance, qui arrive à donner à son salarié les moyens de développer ses compétences, ce qui participe à l'épanouissement du salarié. Puis il y a aussi la reconnaissance financière : une prime, une petite augmentation, une évolution de poste. C'est quelqu'un qui sait reconnaître quand le travail est bien fait et dire les choses au bon moment.

Antoine Carret, chargé de missions Relations Humaines pour l'association Trame

Merci Etienne Lejeune pour votre témoignage, je vais maintenant donner la parole à notre dernière invité, Antoine Carret : vous êtes chargé de missions Relations Humaines pour l'association Trame. Depuis plus de 5 ans, vous menez des actions spécifiques sur la relation employeurs-salariés et vous avez développé des outils de sensibilisation, dont un plus spécifique sur l'emploi partagé en situation de co-employeurs : un ou plusieurs salariés pour plusieurs employeurs ; ce qui rejoint la problématique des magasins de producteurs qui mutualisent un salarié pour le fonctionnement de la boutique.

Au vu de ces expériences et à partir de votre expertise, quelles sont les caractéristiques du salariat en point de vente collectif ?

Tout ce qui a été dit jusque-là est très exact. Je m'appuie sur un groupe de travail qui existe depuis plusieurs d'années et qui a associé des personnes impliquées dans des points de vente collectifs.

Ce qui est important, et qui caractérise le salariat en magasin de producteurs, c'est que le ou les salariés sont très directement impliqués dans le développement économique de leur entreprise. Ils sont dans un rapport de subordination avec leurs employeurs mais en même temps ont un gros impact sur le développement économique, dans la relation à la clientèle, ils ont un rôle d'ambassadeur des produits commercialisés. Ils doivent être capable de parler des produits et des procédés de fabrication...

Il y a une grande responsabilité, et ce qu'on entend dans les deux témoignages, c'est qu'on sent Hélène et Etienne très responsables de leur métier, sur la communication aussi, entre les producteurs, et vis-à-vis des consommateurs. Il faut prendre en compte que dans productions de bénéfices, le salarié est presque « associé ».

Il y a aussi une éthique forte développée à travers les magasins de producteurs, le fait d'être motivé dans son travail parce que c'est un travail qui a du sens, qui repose sur des valeurs. Il y a une grosse dimension d'éthique.

Quels sont les ingrédients nécessaires pour une bonne relation employeur-salarié ?

Nous avons identifié dans nos travaux 7 composantes¹. Une de ces 7 composantes est la notion de projet commun, un projet repose sur des valeurs, un sens que l'on donne à son travail. Il faut que ce projet soit commun et que le salarié nouveau y adhère. Par exemple, s'il y a une éthique autour des produits bio, il faut que le salarié partage l'éthique sur les produits bio. Lors du recrutement, cette approche éthique, sur les valeurs, doit être largement transmise par les employeurs. Ils doivent bien les redonner.

Pouvez-vous nous présenter les autres points de bonnes relations ?

Très rapidement :

- des personnalités qui s'accordent, qui s'écoutent, qui se parlent ;
- des règles de fonctionnement claires : ex. d'Hélène : ancienne productrice du magasin, est aujourd'hui salariée : elle ne prend pas part au vote, la règle est claire ;

¹ Ces 7 composantes ont fait l'objet de fiches pratiques. Si vous souhaitez en savoir plus, contactez Antoine Carret : a.carret@trame.org

- une organisation bien rodée : on ne se dispute pas sur le planning devant les clients, par exemple ;
- une communication interne et externe qui fonctionne bien ;
- un pouvoir reconnu et partagé : Etienne, Hélène, vous êtes souvent en position de leader du magasin, mais ce n'est pas vous qui avez le pouvoir, ce sont les producteurs qui l'ont et vous le délèguent. Il ne faut pas oublier de leur renvoyer parfois ce pouvoir en leur disant : « *ici ce n'est plus à moi de décider, c'est à vous* ».

Dans ces 7 points de vigilance que vous énoncez, il y a beaucoup de bon sens mais ce n'est pas forcément ce qu'il se passe sur le terrain, pouvez-vous expliquer pourquoi ?

Cela commence à dysfonctionner quand on en laisse un de côté. On pourrait avoir une Hélène qui joue la productrice et la salariée, on pourrait avoir un Etienne qui soit salarié et presque un producteur, puisqu'il gère beaucoup de choses différentes, il pourrait devenir patron à la place du patron... Cela peut déraiser là. Ce qui peut remédier à ça, c'est un contrat de travail ou une fiche de poste claire au moment de l'embauche, qui serve de cadre protecteur.... Un entretien annuel entre un représentant de l'employeur et le salarié peut aider à clarifier des ambiguïtés naissantes....

Après il est aussi important de s'écouter, se dire les choses, ne pas avoir peur de se dire les choses qui ne vont pas, il y a une manière de formuler les reproches, avec les techniques de communication non violente. Ne pas avoir peur de nommer les choses et ce n'est pas parce qu'on les nomme de temps en temps sur un coin de table, qu'il ne faut pas conserver l'entretien annuel. L'entretien annuel est un rendez-vous dans lequel employeur et salarié peuvent se dire des choses dans un espace protégé. Et pour finir, n'oublions pas les signes de reconnaissance.

Merci Antoine Carret pour votre témoignage. Nous allons maintenant passer aux questions des auditeurs.

Questions des auditeurs

- **Comment se passe la relation entre les salariés du magasin et la clientèle ? En quoi le salarié est-il un pivot entre les producteurs et la clientèle ?**

Hélène Duflo : cela se passe très bien. 80 % des clients ne savent pas que je suis passée salariée puisqu'ils me voyaient déjà beaucoup dans le magasin auparavant. Je fais vivre le magasin comme avant. Si on me pose la question de ma production, j'explique : « *je ne suis plus productrice, je suis devenue salariée du magasin...* » Au niveau de la relation entre les producteurs et les clients, si le producteur est à la permanence de vente, il s'occupe de la demande du client, sinon, je fais le relais, par mail, téléphone, ou la prochaine fois que je vais le voir, selon l'importance de la demande.

Etienne Lejeune : nous sommes le fil rouge entre les producteurs et les clients, car nous sommes toujours présents, nous passons des messages, nous relayons des retours sur la qualité des produits (en bien ou mal), nous créons une relation très particulière avec les clients, plus proche que dans d'autres types de commerce. Nous passons le relais entre les consommateurs et les producteurs, nous sommes un trait d'union, nous n'hésitons pas aussi à passer ce relais et renvoyer les clients vers les producteurs, quand il y a des questions très techniques sur les produits. Cela fonctionne bien et c'est vraiment agréable de tisser ces relations avec les clients.

- **Question d'Agnès Paponne, productrice du magasin Montagnes Paysannes : comment faire pour donner de la motivation aux associés ou aux salariés, quand il y a de la démotivation ?**

Antoine Carret : la motivation, elle fait référence au sens et aux valeurs, quand il y a perte de motivation, il faut se réancrer là-dessus et se reposer la question : qu'est-ce qu'on veut donner comme sens au produit que nous voulons vendre ensemble, par rapport à l'acte de production et au retour que vont nous en faire les consommateurs ? En quoi on répond à des attentes des consommateurs ? Si vous produisez du lait, mais qu'autour de vous il n'y a aucune demande pour du lait, cela n'a pas de sens. Par contre si autour de vous, il y a des attentes pour des légumes de la plus belle fraîcheur, du meilleur process de fabrication, on repartira là-dessus. La motivation ne vient pas tout de suite d'un nouveau projet, d'une nouvelle activité. Il est préférable de repartir d'abord des valeurs, du sens, avant d'aller au comment ou qu'est-ce qu'il faut faire ?

Hélène, Etienne, avez-vous eu occasion de voir des producteurs démotivés ?

Etienne Lejeune : on en rencontre, il y a certaines personnes avec qui je suis un peu dans l'impasse. Mais je garde espoir. Mon travail dans la communication, c'est aussi de répéter, faire sentir qu'on réécrit l'histoire, montrer qu'on est dans un réseau de magasins, montrer des exemples d'autres magasins qui font la même chose que nous. Cela fait du bien d'aller par exemple, sur des journées d'échanges organisées par le Réseau de magasins de producteurs de PACA, par la suite on peut redistribuer les informations que l'on a entendues là-bas, cela remobilise les associés... Montrer qu'on fait partie d'un groupe et qu'on développe des choses collectivement. En passant le seuil du magasin, on apporte notre pierre à l'édifice. C'est assez conceptuel, pas forcément très concret pour tout le monde, mais ça se ressent dans la façon d'aborder la journée ou demi-journée qu'on va passer ensemble et d'organiser les tâches. C'est une posture, une attitude pour transmettre sa motivation et apporter de la cohésion dans les relations.

Hélène Duflo : oui, ça arrive d'avoir des producteurs démotivés, cela peut être par rapport à leurs produits. Les salariés peuvent être démotivés aussi. Il est primordial que les employeurs fassent attention à ça. Est-ce au salarié de motiver les employeurs ? C'est un autre débat, je pense que ça peut se faire à travers l'écoute, la prise en compte de l'autre. Notre magasin a plus d'une trentaine d'années grâce au fait qu'on regarde tous dans la même direction.

- **Question d'Isabelle Annonier, productrice du magasin Ma product'Yon locale : Quel type de relation associé-salarié défendriez-vous ? Quelles sont les clés d'une bonne relation ?**

Hélène Duflo : De l'écoute, du bon sens, aller dans la bonne direction, un bien-être de tout le monde : associé, salarié et client.

Etienne Lejeune : je rejoins Hélène complètement sur ses réponses.

- **Question de Lionel Maddi, salarié du magasin Couleurs Paysannes : par rapport à la motivation des salariés, comment trouver des sources de motivation et d'évolution les salariés dans ces petites structures ?**

Etienne Lejeune : capter les motivations des salariés, l'appétence qu'ils ont pour tel ou tel sujet et arriver à leur laisser la place, leur laisser le champ libre ou les accompagner de manière légère pour qu'ils investissent ce champ... Cela peut être une vraie clé de succès.

Antoine Carret : Etienne a toutes les compétences pour devenir un bon employeur ! Il a le sens de savoir développer les compétences de son salarié. Si on se rend compte qu'il aime la communication, le marketing, lui laisser un peu la bride sur le cou, et lui donner la possibilité de se former... Un employeur qui a déjà le sens de développer ces compétences.

Question d'un auditeur : quelle formation, quelles compétences pour un salarié de magasin ?

Hélène Duflo : beaucoup de sérieux, de rigueur, aller voir ce qui se passe chez les autres, avoir l'œil averti sur les idées à reproduire...

Etienne Lejeune : vaste question, vaste réponse que je n'aurai pas le temps de faire. Cela dépend de la liste des tâches dans la fiche de poste. Je ne crois pas qu'il y ait une formation dédiée, il faut être commerçant, aimer les clients, être sérieux, avoir de la rigueur, être ambitieux pour le collectif, déterminé dans l'idée de remodeler l'alimentation sur notre territoire, aller au-devant des attentes de sa clientèle...

Cette 5^{ème} radio Point de Vente Collectif touche à sa fin, merci aux témoins et aux auditeurs. Nous prévoyons d'organiser une prochaine radio point de vente collective l'hiver prochain. Le thème de cette prochaine radio n'est pas défini. Si vous avez des suggestions, n'hésitez pas à nous contacter. Cette radio a été réalisée avec l'appui d'Agnès Cathala et Pascale Méjean, membres de l'équipe projet Circuits Courts de Trame.

A bientôt !