CLAP
Co-innover pour commercialiser Localement À Plusieurs

Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT
Liberté Égalité Fraternité
La responsabilité du ministère chargé de l'agriculture ne saurait être engagée

Projet CLAP – Co innover pour Commercialiser Localement A Plusieurs

Un projet de recherche action de 3 ans au service des producteurs fermiers et de leurs magasins

4 missions de stage M2 au 1er semestre 2026

Réseau CIVAM, association de développement agricole et rural, fédérant les Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural, associé avec L'AFIPAR, TRAME, Montpellier Business School, Civam Finistère, LPA Chambray-Lès-Tours, la Coopération Agricole Sud, Ciheam-Iamm, et l'INRAE UMR Innovation Montpellier, propose 4 missions de stage M2 au 1er semestre 2026 :

1. Analyse de nouveaux services et de leurs conditions de réussite pour diversifier l'offre des magasins de producteurs.

2. Produire des repères commerciaux, économiques, financiers à destination des producteurs gérants de magasins de producteurs, une contribution à la gestion réellement collective de ces points de vente.

3. Etude des clients et de la concurrence des magasins de producteurs.

4. Des magasins de producteurs : diversité et gouvernance des collectifs de producteurs qui commercialisent.

Contexte

L'Observatoire des Systèmes Alimentaires Territorialisés de l'INRAE (ObSAT) recense 567 magasins en France fin 2023. Ils proposent une offre diversifiée de produits de proximité dans un espace unique, permettent de conforter les exploitations agricoles par la création de valeur ajoutée. Après une phase de plein essor, de 2009 à 2017 à la faveur d'une demande croissante des consommateurs pour des produits locaux, frais, de saison, le contexte depuis 2021 leur est moins favorable : baisse des ventes dans les magasins, concurrence externe liée à une évolution de l'offre alimentaire, enjeu interne de renouvellement des générations fondatrices des magasins.

Face à ce contexte, le projet de recherche action CLAP « Co innover pour commercialiser Localement A Plusieurs » (2025-2027), lauréat de l'appel à projet CASDAR Co-innovation 2024 se donne pour mission, à partir d'éléments d'analyse de terrain, d'identifier des clés de réussite utiles pour outiller les magasins. Il a pour finalité de **professionnaliser les producteurs et gérants des magasins, de renouveler les**

approches et développer ces outils de vente collectifs afin de pérenniser ces structures, dans un environnement en mutation.

Le projet s'appuie sur la participation active de 5 réseaux régionaux de magasins de producteurs, membres du consortium. Ces derniers comptent 82 magasins adhérents.

Les réseaux de magasins de producteurs impliqués : Boutiques Paysannes, Réseau des magasins de producteurs de PACA, Terre d'Envies, Magasins de producteurs de Nouvelle Aquitaine, Association des Magasins de producteurs fermiers de Hauts de France.

Les 4 offres de stage sont proposées à des périodes communes. Aussi, les encadrants prévoient des temps d'échange entre stagiaires, quoiqu'ils interviennent sur des missions différentes, mais servant les mêmes objectifs.

Ainsi, les 4 stagiaires, avec (puis sans) leurs encadrants seront invités à collaborer à 3 périodes de leurs stages pour :

- Peu après leur arrivée, exposer et motiver le cadre de leur intervention par une présentation à leurs pairs,
- A mi-parcours, présenter leurs résultats intermédiaires et solliciter en complément de l'appui de leur encadrant celui des 2 autres stagiaires,
- En fin de stage, présenter résultats et livrables, pour recueillir avis et propositions d'amélioration de la forme de présentation.

Les partenaires du projet, en initiant cette coopération en espèrent une meilleure compréhension des sujets traités, se caractérisant par une grande diversité des situations rencontrées dans les magasins de producteurs, une dynamique favorable à la qualité des résultats et à l'expérience vécue par notre équipe de stagiaires.

Contacts pour information sur les 4 missions

Pascal Aubree, pascal.aubree@civam.org , Laurence Rouher, laurence.rouher@afipar.org

Offre de stage 1 : Analyse des services et de leurs conditions de réussite pour diversifier l'offre des magasins de producteurs

Missions du stage

Le ou la stagiaire sera encadré·e par Pascal Aubrée (Réseau CIVAM), avec l'appui de TRAME et Grégori Ackermann (UMR Innovation INRAE). Il ou elle s'intégrera au sein du projet plus global CLAP. Le ou la stagiaire sera amené·e à travailler sur l'axe de recherche-action du projet. Un comité de pilotage composé des partenaires du projet suivra l'avancée de son travail.

Il ou elle aura pour missions :

- **d'analyser des services mis en place par les points de vente collectifs en termes de compétitivité, accessibilité et performance économique**
- **de mesurer les caractéristiques et conditions de réussite à la mise en place de nouveaux services dans les magasins de producteurs**

Il s'agira notamment de construire un cadre méthodologique adapté en mobilisant les ressources correspondantes dans les travaux de recherche et les partenaires du projet, en particulier les producteurs des magasins qui constituent notre public cible. Ce cadre sera mobilisé sur les cas d'étude du projet. Les résultats de l'analyse seront utiles pour la conception de livrables (repères pour les magasins et fiche outil d'aide à la décision).

Pour tenter de répondre à ces questions, le ou la stagiaire mènera les différentes étapes de la méthodologie envisagée :

1. Structuration du cadre d'analyse
2. Définition de l'échantillon enquêté
3. Réalisation de la grille d'enquêtes et entretiens individuels semi-directifs
4. Analyses des entretiens
5. Contribution à la conception et réalisation des livrables (contenus) à destination des magasins de producteurs

L'objectif consiste à bien d'identifier des leviers transférables au-delà du projet pour permettre à de nouveaux magasins de diversifier et/ou développer de nouveaux services.

Profil

- Niveau Master 2
- Motivation pour l'agriculture et l'alimentation durable et les sciences sociales en milieu rural
- Curiosité, adaptation et rigueur pour recueillir et exploiter des données
- Autonomie, prises d'initiatives
- Capacités de communication, d'écoute et d'analyse. Qualités rédactionnelles et de synthèse
- Maîtrise des outils informatiques
- Permis B indispensable

Conditions

- Durée : 6 mois. Début du stage : selon les disponibilités, à partir de mars 2026
- Lieu : stage basé à l'antenne Réseau CIVAM de Cesson-Sévigné (près de Rennes). Prévoir des déplacements auprès des magasins partie prenante.
- Indemnités : selon dispositions légales. Remboursement des frais de déplacements.

Lettre de motivation et CV à adresser à pascal.aubree@civam.org

par mail avant le 20 novembre avec objet du mail : Candidature – stage- Nom Prénom

Entretien visio début décembre, date à déterminer avec les candidats

Offre de stage 2 : produire des repères commerciaux, économiques, financiers à destination des producteurs gérants de magasins de producteurs

Une contribution à la gestion réellement collective de ces points de vente.

Février à juillet 2025, stage basé à Melle (Deux-Sèvres), déplacements nationaux ponctuels

Sans vouloir exagérer outrageusement l'attrait du stage, Melle est à 1h30 de l'océan. Il faut pousser un peu plus loin pour l'île de Ré, mais train + vélo, c'est faisable dans la journée à partir de Niort. Les Francofolies de la Rochelle, c'est du 10 au 14 juillet, on vous recommande aussi Niort Jazz Festival fin juin. Côté gastronomie, on a le Chabichou et le Mothais sur feuille, vous découvrirez le farci poitevin, les grimolles. L'art roman est-il de votre âge ? On ne vous en dit pas davantage.

Votre profil :

vous aimez rencontrer des personnes, vous avez de la curiosité pour le fonctionnement des fermes et celui de la vente directe, vous êtes motivé-e par la réussite de leurs projets collectifs. Vous êtes habile dans le traitement des données, les chiffres ça vous connaît et vous savez les faire parler. Cerise sur le gâteau, communiquer de façon créative vos conclusions, pour que les producteurs s'en emparent, est à la fois une nécessité et une fierté. A coup sûr, ce stage est pour vous.

Ce qui est attendu de votre part

- Réalisation d'une vingtaine d'enquêtes portant sur les résultats commerciaux, économiques, financiers des magasins de producteurs, et sur les modalités de gestion collective des magasins : les règles dont se dotent les associé.e.s des magasins et comment ils les appliquent
- Traitement de ces enquêtes, complétées par une vingtaine d'enquêtes réalisées par les partenaires du projet. Analyse systémique de ces résultats
- Production d'un rapport complet et détaillé à destination des partenaires
- Contribution à la conception et réalisation des livrables (contenus) à destination des magasins de producteurs, intégrant le récit de solutions mises en œuvre par les magasins pour piloter leur point de vente
- Présentation orale de ces résultats au comité de pilotage du stage : partenaires, référents professionnels

Compétences à déployer pendant le stage

- Connaissances ou fort intérêt pour la production fermière souhaitée
- Connaissances des bases de la comptabilité, principes et outils : compte de résultat et bilan, recherche d'informations dans le grand livre
- Maîtrise de la réalisation d'enquête, conduite d'entretiens, de la collecte et du traitement de l'information
- Maîtrise des outils bureautique, en particulier traitement de données excel ou base de données
- Aisance relationnelle, dynamisme, capacité d'initiatives et force de proposition

NIVEAU SOUHAITE : MASTER 2

- Durée du stage : 6 mois, dès février 2026, pour une durée de 6 mois, s'achevant au plus tard en août 2026
- Lieu d'accueil du stagiaire : Melle, Deux Sèvres, avec déplacements nationaux
- Indemnité de stage (moyenne) : 562 € / mois, selon barême légal

Le stagiaire doit avoir son véhicule et permis, il sera défrayé de tous les frais nécessaires à ses déplacements (logement, essence, repas)

CONTACT :

Laurence Rouher, 06 38 74 21 13, laurence.rouher@afipar.org
L'AFIPAR vous accueille, et se présente ici

Sélection des candidatures

Votre candidature attendue avant le 20 novembre, par mail, CV et lettre de motivation, objet du mail : Candidature – stage- Nom Prénom

Entretien visio début décembre, date à déterminer avec vous

Offre de stage 3. Etude des clients et de la concurrence des magasins de producteurs

Objectifs

- Quelles sont les typologies de clients des magasins de producteurs et quels critères de segmentation sont pertinents ?
- Quels sont les leviers de différenciation des magasins de producteur avec les autres formats de distribution ?
- Comment s'adosser aux avantages concurrentiels des magasins de producteurs pour cibler les segments retenus ?

Missions du stage

- Réaliser une revue de littérature sur les différentes typologies de clients des magasins de producteurs et sur les formats de distribution concurrents
- Concevoir, réaliser et analyser une enquête consommateurs auprès de 4 magasins de producteurs partenaires du projet afin de préciser les segments pertinents
- Rassembler les informations concernant la concurrence aux magasins de producteurs partie prenante de l'action, afin d'identifier les leviers de différenciation des magasins de producteurs
- Produire un rapport complet et détaillé visant à recommander des segments de clientèle et les avantages concurrentiels permettant de les cibler aux acteurs du projet
- Contribuer à la conception et réalisation des livrables (contenus) à destination des magasins de producteurs
- Présenter oralement ces résultats au comité de pilotage du stage : partenaires, référents professionnels

Pour cela l'étude se basera sur la collecte de données primaires et secondaires grâce aux relais des producteurs et structures engagés dans le projet.

Compétences recherchées :

- M2 en cursus d'ingénieur et ou sciences sociales (économie / gestion / droit) avec des compétences en marketing stratégique; intérêt pour les enjeux de durabilité autour de l'alimentation. Le/la stagiaire devra faire preuve d'autonomie dans ses recherches et être en capacité de faire des entretiens et d'analyser des données qualitatives et quantitatives. Un bon niveau d'anglais est nécessaire.
- Niveau Master 2
- Motivation pour l'agriculture et l'alimentation durable et les sciences sociales en milieu rural
- Excellente connaissance du marketing stratégique : segmentation, ciblage, positionnement et différenciation
- Curiosité, adaptation et rigueur pour recueillir et exploiter des données
- Autonomie, prises d'initiatives
- Capacités de communication, d'écoute et d'analyse. Qualités rédactionnelles et de synthèse
- Maîtrise des outils informatiques
- Permis B indispensable

Conditions

- Durée : 6 mois. Début du stage : selon les disponibilités, à partir de janvier 2026
- Lieu : stage basé à l'IAMM, Montpellier
- Indemnités : selon dispositions légales. Remboursement des frais de déplacements.

Contacts :

- Cédrine Joly, Montpellier Business School, c.joly@mbs-education.com

Sélection des candidatures

- Votre candidature attendue avant le 20 novembre, par mail, CV et lettre de motivation, objet du mail : Candidature – stage- Nom Prénom
- Entretien visio début décembre, date à déterminer avec vous

Offre de stage 4 : des magasins de producteurs : diversité et gouvernance des collectifs de producteurs qui commercialisent.

Proposition de stage – M2

Dans ce projet nous proposons un stage de Master 2, visant l'étude de la diversité des formes de magasins de producteurs, en particulier en analysant leurs formes de gouvernance mais aussi les différents services et activités gérés par ceux-ci.

Objectifs

- Quels sont les formes organisationnelles des magasins de producteurs ?
- Quels différents objectifs viennent soutenir ces différentes formes de gouvernance ?
- Quels freins / leviers organisationnels peut-on repérer dans les différents cas ?

Missions du stage

- Réaliser une revue de littérature sur les différents modes de gouvernance des collectifs de producteurs
- Relever les différents types de magasins (statuts, nombre de producteurs, localisation, date de création…)
- Réaliser des entretiens avec différents magasins

Pour cela l'étude se basera sur la collecte de données primaires et secondaires grâce aux relais des producteurs et structures engagés dans le projet.

Compétences recherchées :

- M2 en cursus d'ingénieur et ou sciences sociales (économie / gestion / droit) ; intérêt pour les enjeux de durabilité autour de l'alimentation. Le/la stagiaire devra faire preuve d'autonomie dans ses recherches et être en capacité de faire des entretiens et d'analyser des données qualitatives. Un bon niveau d'anglais est nécessaire.
- Niveau Master 2
- Motivation pour l'agriculture et l'alimentation durable et les sciences sociales en milieu rural
- Curiosité, adaptation et rigueur pour recueillir et exploiter des données
- Autonomie, prises d'initiatives
- Capacités de communication, d'écoute et d'analyse. Qualités rédactionnelles et de synthèse
- Maîtrise des outils informatiques
- Permis B indispensable

Conditions

- Durée : 6 mois. Début du stage : selon les disponibilités, à partir de mars 2026
- Lieu : stage basé à l'IAMM, Montpellier
- Indemnités : selon dispositions légales. Indemnités repas. Remboursement des frais de déplacements.

Contacts :

- Myriam Kessari, IAAM, kessari@iamm.fr

Sélection des candidatures

- Votre candidature attendue avant le 20 novembre, par mail, CV et lettre de motivation, objet du mail : Candidature – stage- Nom Prénom
- Entretien visio début décembre, date à déterminer avec vous