



Capr'Infos

N°41 – avril 2021

Communiquer pour renforcer la notoriété du terme « Fermier »

**Edito poétique de Florence DENISON,
Référente professionnelle,
installée à Abzac en Charente**

Toujours sur le métier tu remettras ton ouvrage.
Cela pourrait également être la devise du producteur de fromages.
La remise en question doit être quotidienne.
Pour assurer la meilleure qualité et hygiène,
Nous revendiquons le droit aux fromages bicornus.
Preuve de la source artisanale de notre revenu
Et loin des fromages standardisés des supermarchés,
Nous sommes fiers de commercialiser nos fromages fermiers
Issus du lait de nos chèvres et moulés à la louche.
Ils portent tous la trace de notre touche
Et, pour votre plus grand plaisir,
Aromatisés selon vos désirs.



Notre nouveau logo « fermier »

Le travail réalisé par Alizée BRETON, stagiaire aux Chevriers Nouvelle-Aquitaine et Vendée en 2020, a clairement montré que la filière fromagère fermière caprine en Nouvelle-Aquitaine avait de nombreux atouts et notamment sa très bonne image aux yeux des consommateurs.

Le terme FERMIER est reconnu comme «mention valorisante» par le Ministère de l'Agriculture, ce qui lui permet de se démarquer et de faire valoir sa spécificité et son attachement au terroir.

Pourtant, sa notoriété n'est pas encore totale ; tout le monde ne sait pas encore ce que signifie le terme « FERMIER ».

Cela doit nous encourager à communiquer plus massivement auprès des consommateurs avec lesquels nous sommes tous en contact régulièrement.

A nous de faire connaître le sens du mot «FERMIER» afin qu'il soit apprécié à sa juste valeur.

Cette Feuille des Fromagers recense différentes informations et initiatives qui y contribuent. N'hésitez pas à nous faire remonter vos nombreuses idées qui iraient dans ce sens.

L'autocollant « Eleveur-Fromager FERMIER » : l'outil des Chevriers de Nouvelle Aquitaine et Vendée pour redonner du sens au mot « fermier »

Les CHEVRIERS de Nouvelle-Aquitaine et Vendée (FRCAP) propose à chaque producteur d'utiliser ses **nouveaux autocollants « Eleveur - Fromager FERMIER »** spécialement conçus pour être collés sur des équipements visibles par les clients sur le stand de vos fermes, sur les marchés ou dans les points de vente à côté des produits. Ces autocollants sont disponibles en plusieurs dimensions :

- **Diamètre 10 cm** : format standard, à coller sur les vitrines, les voitures, à offrir au client...
- **Diamètre 23 cm** : à coller sur une vitrine, sur la porte du magasin,
- **Diamètre 50 cm** : convient sur une banderole, sur un mur à l'arrière du stand.

Prix : lot de 3 gratuit pour les adhérents 2021 à la prestation fermière, puis 5 € par lot de 5 autocollants (tailles indifférentes).

Où les trouver :

- Chaque adhérent en reçoit avec ce courrier et/ou lors de sa visite annuelle (pour le grand format).
- Auprès des techniciens caprins des Chambres d'Agriculture de Nouvelle-Aquitaine et Vendée.
- Dans nos locaux à Melle (79).

CHEVRIERS de Nouvelle-Aquitaine et Vendée :

06.42.77.37.71 (Johanna), 06.38.10.90.03 (Mélissa) ou 06 33 92 42 03 (Virginie)

12bis rue Saint-Pierre - 79500 MELLE

Réalisation : Johanna GRAUGNARD, Mélissa TEINTURIER et Virginie VENOT BONNET

Bulletin publié grâce au concours financier du Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine

Rappel : C'est quoi un fromage fermier ?

Un fromage (comme tout produit laitier) fermier **est produit par un agriculteur**, qui élève ses animaux (soins, alimentation, traite), **qui transforme son propre lait** (exclusivement), **sur le lieu même de sa ferme**.

Il s'agit très souvent de produits **au lait cru** (fromages, lait cru, beurre, crème et d'autres produits).

Ce fromage est élaboré de façon **non industrielle**. Le fermier ne réalise pas de « cracking du lait » qui dénature

la qualité de son lait (standardisation en protéines ou matière grasse, réintégration des protéines sériques, ultracentrifugation), ni d'homogénéisation des matières grasses... couramment utilisées en processus industriel.

Les pratiques de travail sont **essentiellement manuelles** (moulage à la louche, pas ou peu d'automatisation) bien que les pratiques soient réfléchies pour être les plus ergonomiques possibles.

Le prix des valeurs immatérielles « pour services complémentaires » d'un fromage fermier (Extrait de la « Lettre » CERFRANCE - février 2021 – Jacques MATHE)

« Lorsqu'on établit un prix de vente, il faut tenir compte (en plus du coût de production, du coût de revient, de la marge de sécurité et du prix psychologique) aussi, et surtout, **des valeurs immatérielles incorporées au produit**. Ces valeurs immatérielles apportées et vendues au client sont : **le plaisir, la proximité, la qualité gustative, la traçabilité, la relation au producteur, sa disponibilité, sa notoriété...**

La valeur immatérielle intègre les dimensions **éthiques, de confiance, de qualités reconnues par le client, de sécurité, d'images, de services associés...** Bref, toute une somme d'ingrédients qui vont ancrer l'offre du producteur dans une relation intense avec son client.

Toute la stratégie du producteur fermier est de déplacer la **variable « prix » vers la variable « valeur »**.

Cette marge « **pour services complémentaires** » peut s'évaluer à **30 % du coût de revient**.

Elle différencie les **productions fermières des produits alimentaires standards** proposés par l'industrie agroalimentaire. Pourtant, nombre d'agriculteurs ajustent leur prix de vente sur les prix observés chez les distributeurs. Un non-sens économique et surtout une négation du service et des valeurs qu'ils apportent dans leurs produits.

Valoriser une production fermière, ce n'est pas simplement valoriser un produit alimentaire basique, c'est valoriser des prestations immatérielles : **un métier, une origine, des garanties sanitaires**. On peut tout à fait comparer les produits fermiers aux produits-valeurs proposés par l'industrie du luxe ou par des marques fortement « marketées ». »

La décomposition du prix d'un produit fermier

Prix psychologique	Il dépend de la concurrence, du territoire, du pouvoir d'achat des clients et de la capacité du producteur à traduire les valeurs immatérielles.
Prix des valeurs immatérielles	Il correspond à toutes les « valeurs complémentaires » que le consommateur associe au produit: attitude commerciale du producteur, mise en scène du produit, ambiance festive des marchés, accueil à la ferme, au magasin de producteur, information sur le produit, son utilisation, plaisir gustatif...
Marge de sécurité	Elle est d'au moins 20 % (rémunération des risques financiers ou climatiques, variabilité de la production).
Coût de revient	Il comprend la rémunération des capitaux (terres et bâtiments en propriété), de la main-d'œuvre, de l'exploitant et de sa famille.
Total du coût de production	
Charges de logistique et de commercialisation	Ce sont les frais d'emplacement du marché, du magasin, le coût des expéditions, le loyer d'un local, le frigo, le transport (véhicule et carburant), la communication/publicité, la main-d'œuvre salariée, etc.
Charges de transformation et conditionnement	Elles sont liées à l'abattage (découpe et préparation comprises), la transformation, l'emballage, le stockage... et à l'amortissement du laboratoire et les prestations extérieures.
Charges de production	Ce sont les charges opérationnelles (intrants, aliments, fournitures, entretien) et les charges de structure (amortissements, frais financier, MSA, main-d'œuvre salariée).

Les produits fermiers resteront longtemps des produits à volume réduit, à forte intensité de travail, donc plutôt chers. Mais ils n'ont jamais eu la vocation de concurrencer les produits premiers prix !