

Prochain voyage Agri

Voyage au Cap-Vert

avec Intervoyages Villeneuve

Du 29 novembre au 9 décembre

Programme détaillé sur www.agrihebdo.ch > Voyages



Gratuit

Doseur d'additifs d'une valeur de plus de Fr. 1500.-

A l'achat d'un automate à buvée Förster Vario smart (poudre-eau ou combi) auprès du Service technique UFA jusqu'au 30.11.18

60 ans UFA

Très recherché:



Prix 17 Fr. par kg PM (T3)

H3: 18.20 Fr. | C3: 18.50 Fr.

www.vachemere.ch | 056 462 33 55

AGROline SPECIALS **AGROline PRODUCTS**

Vente anticipée 2018

Nitrate d'ammoniaque LONZA, Urée, SUPLESAN, VERNAL Plus, NIPHODOR, Sulfate d'ammoniaque Mg Plus

«Jusqu'à épuisement du stock»



AGROLINE

AGROline SA, 4914 Roggwil
Tél. 058 434 19 19 - www.agroline.ch



Un projet teste des mesures favorables aux pollinisateurs

Depuis le début de l'année, dans les cantons de Vaud et du Jura ainsi qu'au Jura bernois, des agriculteurs prennent certaines mesures favorables aux pollinisateurs. Fauche retardée des prairies, sous-semis de légumineuses, non-recours aux insecticides sur les cultures fleuries ou mise à disposition d'emplacements pour des ruchers sont quelques exemples de mesures qui seront testées durant six années dans les campagnes dans le cadre d'un projet «Ressources» soutenu et cofinancé par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG). En parallèle, des apiculteurs partenaires étudieront la vitalité de 300 colonies d'abeilles sélectionnées dans le périmètre du projet et des scientifiques mettront en valeur les nombreuses données qui seront récoltées. Le but, à terme, est de vérifier les bénéfices de ces mesures et d'étudier l'intérêt de les reprendre à l'échelle nationale. **Page 3**



Plusieurs colonies d'abeilles, comme ici à Morges, seront suivies pour évaluer les bénéfices des mesures. E. FRILOUD

Oser prévoir une marge de profit sur son produit

Fixer le prix de vente avec justesse est indispensable dès les débuts d'une vente directe, sous peine de se piéger soi-même. Faire l'effort de compter ses heures et les rémunérer d'un prix correct laisse entrevoir la possibilité de dégager un revenu décent de son activité. Des producteurs ont fait ce choix et évitent la frustration. Ils doivent toutefois trouver la force de se positionner face à des collègues qui ne pratiquent pas la même politique. Aurélie Daiz de ProConseil suggère de se livrer à une réflexion solide, cohérente et durable afin de faire face à la critique sereinement. **Page 7**



Un prix, une fois établi, est difficilement modifiable. M. ROMANENS

Philippe Berthoud

Président de l'IPVMO



L'Interprofession du Vacherin Mont-d'Or (IPVMO) a tenu ses assises jeudi 26 juillet à l'Abbaye (VD). Très satisfaisante sur le plan qualitatif, la saison 2017-2018 présente un bilan plus nuancé au niveau des ventes, en recul sur le marché intérieur. L'IPVMO mise sur la promotion pour attirer de nouveaux clients. **Page 5**

Prévenir la dermatite estivale

Causée par une hypersensibilité de certains chevaux aux piqûres de moucheron de genre culicoïde, la dermatite estivale touche entre 1 et 3% des chevaux suisses. Généralement à base d'anti-inflammatoires, les traitements soulagent les symptômes, mais doivent être accompagnés de mesures préventives pour protéger les équidés des culicoïdes. **Page 23**

Jeunes stagiaires à la ferme

De nombreux jeunes font appel à Agriviva pour participer à des stages à la ferme. L'expérience est en général positive tant pour les stagiaires que pour les hôtes. Chez Claude et Mélanie Daerendinger à Corcelles-près-Concise, la Bernoise Eliane Tschumi a pu toucher à toutes les activités de la famille. Récit d'une belle expérience. **Page 4**

La FSPC informe. **Page 18**



**Les marchés
Agenda et météo**

**12-13
24-25**

Impact Equipements Sàrl

- Couverture de fosse
- Double membrane biogaz

Dernier délai pour les subventions au Jura

1445 Vuiteboeuf - 024 425 57 00 - info@impact-equipements.ch - www.impact-equipements.ch



VENTE DIRECTE

Etablir un décompte de ses propres frais s'avère absolument nécessaire

Martine Romanens

Que l'on envisage la vente directe pour dégager un revenu annexe ou principal, fixer le prix de vente de son produit est une démarche qui intègre de multiples facteurs. Il est indispensable d'arrêter sa stratégie dès les premières ventes.

La recette du confit de canard aux framboises est enfin au point. Vous voici en possession du produit phare de votre vente directe. Mais au fait, combien vaut-il? L'acte de vendre devrait, en principe, générer un revenu qui permet à un producteur de vivre. La seule rentabilité ne suffit pas, il faut y adjoindre la notion de «profit».

Profit? Le mot est lâché, il gêne. Selon Aurélie Daiz, conseillère en commercialisation auprès de ProConseil à Lausanne, il n'est pas dans les mœurs d'envisager une marge confortable lorsque l'on parle de produits agricoles. Pourtant, «certaines personnes trouvent le courage de pratiquer une politique de prix haute et évitent la frustration». La valeur réelle des produits alimentaires, qui inclut le travail rémunéré, est peu connue du public.

Aurélie Daiz conseille de s'appuyer sur une réflexion solide, calculs à l'appui. «Une bonne stratégie est durable et cohérente.» Même s'il tâte le terrain ou se lance par opportunité, «le producteur doit très vite y penser au risque de se piéger lui-même». Le client acceptera-t-il, dans un an, de



Décompter ses heures en travaillant dans les locaux familiaux avec d'autres impératifs quotidiens (enfants, ferme) est une entreprise délicate.

M. ROMANENS

payer 30 francs pour un kilo de viande en gros alors qu'il n'a déboursé que 22 francs cette année?

Connaître avant de calculer

Pour viser juste, la conseillère propose d'évaluer sa clientèle cible. Qui sont ces gens, où sont-ils localisés, quels sont les réseaux, les canaux de distribution? Il est utile aussi de savoir quelle image le produit véhicule. Faudra-t-il contacter des revendeurs, des intermédiaires? Quel volume de production est prévu? Les réponses à ces questions ont une influence certaine.

Quant au calcul lui-même, sa principale faille se cache dans les frais de production: «Les heures ne sont souvent pas décomptées avec justesse». Aurélie Daiz suggère la

prise en compte d'un tarif de 26 à 32 fr. par heure du producteur en personne et une moyenne de 21 à 26 fr./h pour les travaux de petites mains qui s'occuperaient du conditionnement ou du nettoyage. Le travail de bureau, la présence sur un stand, mais encore les amortissements font partie du calcul, comme une certaine marge d'erreur. Si le résultat est trop élevé, on peut toujours réduire ses frais par des mesures d'économie. Il faut encore penser à planifier d'éventuels investissements futurs. Une production peut démarrer dans la cuisine avec le risque que le mouvement s'emballer.

En cas de doute, les chiffres publiés dans les colonnes des hebdomadaires agricoles ou les tables de coûts de production peuvent servir de garde-fous. On peut les uti-

liser comme base pour croiser les chiffres. Mais ils restent informatifs, ce ne sont que des moyennes, les coûts réels figurent dans la comptabilité.

S'il faut faire face à trop d'inconnues, les vulgarisations sont en mesure d'offrir des coachings. Aurélie Daiz évalue à un montant de 500 à 2000 francs la somme à investir pour une réflexion globale. Un cours sera aussi mis sur pied (voir ci-dessous) et ProConseil va éditer une fiche informative en 2019.

Assumer son propre prix

Procéder à un calcul de prix de vente n'est en somme qu'une opération mathématique. Le processus débouche pourtant sur une question d'importance: quelle est la capacité du vendeur à endos-

Le calcul du prix de vente



ser le prix de son produit, à oser se différencier? Doit-il s'en justifier? «Armé d'une stratégie solide et construite sous tous les angles, le producteur sera plus à même de faire face à une critique.»

Cohérence, durabilité, équité et transparence sont les maîtres mots. «Il n'y a pas de règle absolue», martèle Aurélie Daiz. Avec les sites internet, on peut aujourd'hui transmettre ses valeurs et sa démarche tout en précisant que l'on cherche à gagner correctement sa vie. «Je n'aime pas entendre certains clients prétendre qu'ils soutiennent l'agriculture en achetant à la ferme.» Elle argue que les producteurs n'ont pas besoin de soutien, encore moins de pitié, juste de considération et de respect pour leur travail. «Il faut sortir de ce misérabilisme.» Selon elle, le terme

«produits de niche» est aussi à laisser de côté. Une denrée de qualité n'est pas forcément de niche.

«Se fixer des objectifs qui seront régulièrement réévalués reste une stratégie gagnante, rappelle Aurélie Daiz. Beaucoup de producteurs se dégentent aujourd'hui de bons revenus de la vente directe, il vaut la peine de s'en inspirer.»

INFOS UTILES

Feuille de calcul pour prix de vente sous www.vulg-fr.ch
Accueil/Documentation/Diversification/Activités para-agricoles/Vendre mais à quel prix?
Cours organisé par ProConseil et l'Institut agricole de Grangeneuve
«Sachez fixer vos prix de vente de manière rentable et durable»
13 mars 2019, 80 fr./individuel et 120 fr./couple
www.prometterre.ch/formation

«Je suis né en ville, peut-être que cela me rend la tâche plus facile»

Interview

MARKUS KOCH

Agriculteur
Ferme la Saugé
Avry-devant-Pont (FR)



Vous offrez de la viande de bœuf en gros à 40 francs le kilo. Avez-vous rencontré des difficultés avec vos clients?

Cela demande, certes, quelques explications de ma part. Ma clientèle est composée exclusivement de gens qui mangent très peu de viande. Ils

exigent alors un produit de grande qualité. J'ai choisi d'élever des Galloways qui ne se comparent pas à des bêtes comme l'Angus ou le Limousin. Leur croissance est lente et elles se nourrissent exclusivement d'herbages provenant au maximum de mes prés. De plus, sur ma petite exploitation

de 12 hectares, mes frais n'ont rien de commun avec ceux du producteur qui travaille sur un gros domaine avec mécanisation. Pour la vente, j'offre la possibilité d'acheter des paquets de très petites portions de mélange (4 kg), cela engendre plus de manutention.

N'y a-t-il pas, dans nos campagnes, une certaine honte à profiter d'une marge confortable?

Je trouve que partout dans le monde, les paysans souffrent de la valeur médiocre des productions agricoles. C'est à

nous de nous positionner. Je suis né en ville et me suis formé à La Poste avant de rejoindre l'école d'agriculture. Peut-être que cela facilite les choses.

Est-ce que votre production s'écoule entièrement?

Il y a plus de demande que je n'ai à offrir. Je ne veux pas agrandir mon cheptel, car je reste fidèle à une ligne que je me suis fixée. Toute l'exploitation est gérée de la même façon. Le site internet informe les clients, notamment sur l'identité de nos partenaires.

Avec le revenu que vous tirez de votre vente directe, vous est-il possible de vivre?

Oui. Je peux même procéder à quelques investissements. La Confédération subventionne des mandats confiés aux agriculteurs, nous devons donc oser vendre nos produits au juste prix.

Avez-vous opté dès le début pour une politique de prix élevés?

Dès 1996, dans mes débuts, j'ai écoulé ma viande à près de 35 francs par kilo.

Aviez-vous effectué une étude de marché préalable?

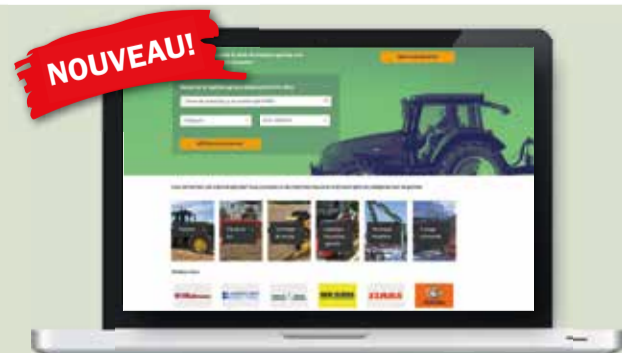
Non. Comme je travaillais dans un contexte similaire, lors de ma formation agricole, je connaissais déjà le marché.

Surveillez-vous régulièrement vos ventes?

Je consulte mes chiffres par le biais du logiciel de vente directe que j'ai mis au point. Le suivi du rendement par bête m'intéresse particulièrement.

PROPOS RECUEILLIS
PAR MARTINE ROMANENS

PUBLICITÉ



NOUVEAU!

Agropool.ch – recherche, achat et vente de machines agricoles et à usage communal, neuves ou d'occasion.

agropool.ch
La bourse aux machines.

Schweizer Agrarmedien AG, Dammweg 3, 3000 Bern 22, Tél. 031 958 33 44

Un produit de BAUERNZEITUNG