



**GROUPE ÉPICERIE**

à 15 min

Des idées pour la Paquelais

## « Au fil des saisons », magasin de producteurs à Bouvron

### Compte-rendu de la visite du 7 décembre 2017

Magasin Au Fil des Saisons  
7 ter rue Saint Julien (derrière l'église)  
44130 BOUVRON  
email : [aufildesaisons@yahoo.fr](mailto:aufildesaisons@yahoo.fr)  
Tél : 02 40 54 44 89

### HORAIRES D'OUVERTURE

Mardi : 16 h – 19 h  
Jeudi : 9 h – 12 h  
Vendredi : 16 h – 19 h  
Samedi : 10 h 30 – 12 h 30

### TYPE DE PRODUITS VENDUS

Produits vendus : produits laitiers bio, légumes de saison bio, œufs fermiers, pain bio, viande de porc bio, fromages bio de vaches, chèvres et brebis, vins, cidres, jus de fruits, pommes, sel de Guérande, miel, confitures, viandes (boeuf, volailles), galettes de blé noir, terrines, yaourts, pâtes, lentilles...

Tous les produits sont locaux, et essentiellement bio. Ils répondent tous à une charte établie par les membres fondateurs.

Les produits qui se vendent le mieux sont les légumes, le porc et les produits laitiers. Conseil : pour fonctionner, un magasin doit avoir un très bel étal de légumes, variés, frais. Au départ, les maraîchers n'en mettaient pas assez, pas assez souvent. Puis ils ont pris le risque d'en mettre plus, de livrer à chaque ouverture, et il n'y a pas eu de perte !

Quand ils n'ont plus assez d'un légume, ou pendant les périodes creuses, ils complètent en faisant de l'achat-revente avec d'autres producteurs ou avec des produits du MIN (c'est alors indiqué).

### TYPE DE CLIENTÈLE

Clientèle variée : quelques anciens, en grande partie des jeunes couples avec un pouvoir d'achat assez confortable, mais aussi des gens modestes qui viennent de temps en temps pour se faire plaisir. Essentiellement des gens de Bouvron et Fay-de-Bretagne, peu d'autres communes. Population rurale, qui vit et travaille sur place. Pas le même phénomène « banlieue nantaise » qu'à la Paquelais (avec personnes qui travaillent à Nantes).

Clientèle aujourd'hui très fidèle, qui fait confiance aux producteurs, mais cela a été difficile au début, les personnes étaient méfiantes, questionnait la qualité, le prix...

### STATUT

Le magasin est un GIE (groupement d'intérêt économique) composé de 6 producteurs membres :

- GAEC de la Tomière (produits laitiers de vache + lentilles)
- Ferme du Bois Suzin (viande et charcuterie de porc)
- Ferme du Friche Blanc (légumes)
- Camille et Jean-Hugues Bourgeois (fromage de chèvre)
- GAEC St Joseph (pain)
- Nicole Sellier et Gilles Frasin (œufs)

## RESSOURCES HUMAINES

Les producteurs membres participent au fonctionnement du magasin, ils tiennent la boutique chacun leur tour. Il y a toujours une seule personne présente sauf lors des jours de forte affluence (distribution AMAP poisson sur le parking par exemple). Chaque producteur doit un nombre d'heures de présence au prorata de son chiffre d'affaire de vente (avec une part fixe). S'il ne peut effectuer toutes ses permanences, il rembourse le producteur qui l'a remplacé (1h = 15 €). C'est la banque de travail. Une régulation se fait tous les 6 mois.

Ils participent à une réunion mensuelle, lors de laquelle sont discutés les problèmes, les orientations à prendre, les nouveaux producteurs à intégrer, etc. Les décisions sont prises à l'unanimité.

Les autres producteurs, non membres, sont uniquement fournisseurs, dépositaires (le magasin leur achète leurs produits, et prend une marge).

Depuis quelques temps, ils ont embauché une salariée, Nathalie Roussel, pour 10 h 30 par semaine. Elle est en charge de la comptabilité, de la gestion des stocks, des commandes, et tient la boutique une fois par mois. Depuis qu'elle est là, beaucoup de problèmes ont été résolus (rupture de stock, perte de produits à cause d'une commande trop importante, problèmes de trésorerie). « Quand Nath n'est pas là, c'est la galère ! ». Grâce à elle, le magasin n'est plus « dans le rouge ». Elle « coûte » au magasin 800 € par mois, mais c'est un « investissement » très judicieux et rentable car la magasin marche mieux depuis qu'elle y travaille. C'est elle aussi qui a aidé à la mise en place de la boutique, via une prestation de conseil. Nous avons récupéré son contact qui peut être utile pour nous.

L'ambiance est bonne, les membres s'entendent bien. Il y a eu des conflits à certains moments, cela s'est soldé par le départ d'un membre.

## CHIFFRE D'AFFAIRE ET FINANCES

Environ 140 000 € par an.

Le bénéfice (après paiement des produits) est réparti équitablement entre les membres. Mais c'est un système qui présente des inconvénients (si un membre veut partir, il faut lui payer son dû), c'est mieux de tout réinvestir.

Le chiffre d'affaire croît de 15 % par an.

La supérette en face vient de fermer définitivement, ils n'ont pas « récupéré » de nouveaux clients, mais le panier moyen a augmenté. Il est de 22 €. Certains clients font maintenant vraiment leurs courses au magasin.

Il y a environ 70 clients par créneau d'ouverture.

Les producteurs membres paient une marge de 15 % au magasin sur leurs ventes, les producteurs dépositaires 30 %.

Au lancement, le GIE a contracté un emprunt à la banque, qui est remboursé chaque mois grâce aux bénéfices. Cela a permis de payer la rénovation du lieu, l'achat de vitrines et chambre froide.

## LIEU DE VENTE

Au départ, en 2009, le magasin a été lancé sur la ferme d'Aurélie et Cyril Bouligand, à Fay de Bretagne. Puis, les producteurs ont cherché un lieu sur Bouvron (plusieurs d'entre eux sont résidents de cette commune). La mairie de l'époque était sensible à la démarche et leur a permis de louer l'ancienne maison du curé. Le loyer est modéré (loyer d'habitation et non commercial : 450 €/mois). La mairie leur a offert la première année de loyer. Ce geste a suscité de la jalousie auprès des autres commerçants de la commune. Mais depuis, cela va mieux, ils font partie de l'association des commerçants.

Le lieu fait 70 m<sup>2</sup> en tout, 35 m<sup>2</sup> étant la surface de vente. Il y a un bureau, une chambre froide.

Mais il est maintenant trop petit. Il y a trop d'affluence, notamment le vendredi soir, et les gens font la queue trop longtemps à la caisse. Ils cherchent donc un nouveau local, si possible dans le bourg, et pourraient y consacrer 800 € /mois.

## ÉVÉNEMENTS - COMMUNICATION

«On est nul en com'!» Ce n'est pas la préoccupation première. Ils ont une page web, mais pas très élaborée, il n'y a pas de « fichiers clients », pour faire passer des infos par mail, tout passe par l'oral, ou l'affichage au magasin.

Une fois par mois le vendredi, ils invitent quelqu'un : nouveau producteur qui vient faire déguster, vente d'artisanat, vin chaud ...

## POINTS FORTS

Le magasin fonctionne très bien, grâce au fait qu'ils sont restés fidèles à leurs valeurs, leur ligne directrice: produits locaux, fermiers, du terroir. Ils ont refusé de vendre des produits qui viennent de loin : huile d'olive de Palestine, chocolat, agrumes etc. Ils ne veulent pas remplacer une supérette et trop se perdre dans la diversité des produits. Par contre, ils envisagent d'avoir plusieurs producteurs pour un même produit (ex : pain ?), afin de pouvoir fournir plus.

