

Nouveaux créneaux commerciaux en mains des producteurs

Internet et les médias sociaux ont ouvert ces dernières années de nouvelles voies et possibilités pour la vente directe. Ils permettent de communiquer efficacement et directement avec les clientes et les clients pour organiser les ventes. La distance géographique entre le producteur et le consommateur perd en importance. Les exemples présentés à la page 19 de ce numéro pour le secteur de la viande offrent des solutions pour des défis spécifiques dans l'agriculture. Les gérants de www.kuhteilen.ch arrivent par exemple à vendre des bovins entiers à des clients directs en moins d'une semaine, et cela avant même que les bêtes soient abattues.

Dans les deux cas présentés ce ne sont en fait pas les producteurs qui font eux-mêmes la vente directe mais des tiers, ce qui fait tout de même courir le risque de créer de nouvelles structures commerciales intermédiaires avec leurs marges et leurs coûts administratifs. Dans certains cas, par exemple pour les boutiques en ligne, une reprise par de grosses structures commerciales comme les grands distributeurs du commerce de détail n'est pas totalement exclue en fin de course. La vente directe a cependant pour objectif principal que les gains de marges et les bénéfices des plus-values créées – que ce soit dans l'écologie, la régionalité ou la durabilité sociale – reviennent aux producteurs.

Les initiatives «Mein Schwein» (Mon Cochon) ou «Kuhteilen» (Partager une Vache) montrent à quoi la vente directe de la jeune génération pourrait ressembler, mais les producteurs doivent aussi s'activer eux-mêmes et développer des idées pour utiliser les nouveaux médias pour la vente directe.



Markus Spuhler, Rédacteur en chef

Impressum

24ème année 2015

Bioactualités: 10 numéros par an
 Numéros doubles: décembre/
 janvier et juillet/août
 Magazine en allemand: Bioaktuell
 Magazine en italien: Bioattualità

Tirage

Allemand: 6846 exemplaires
 Français: 765 exemplaires
 Italien: 316 exemplaires
 (Certifié WEMF en 2014)

Distribution: Aux producteurs et
 preneurs de licences Bourgeon
 Abonnement annuel Fr. 53.-
 Abonnement pour l'étranger Fr. 67.-

Éditeurs

Bio Suisse, Peter Merian-Strasse 34,
 CH-4052 Bâle
www.bio-suisse.ch
 et
 FiBL, Institut de recherche
 de l'agriculture biologique,
 Ackerstrasse 113, Postfach 219,
 CH-5070 Frick
www.fibl.org

Imprimerie

AVD Goldach AG, www.avd.ch

Papier

Refutura, certifié FSC
 Label éco: Blauer Engel

Rédaction

Markus Spuhler /*spu* (rédacteur en
 chef), Petra Schwinghammer /*psh*,
 Carmen Büeler /*cbu* (Bio Suisse),
 Adrian Krebs /*akr*, Theresa Reb-
 holz /*tre*, Deborah Rentsch /*drt*
 (FiBL)

Mise en page

Simone Bissig (FiBL)

Traduction

Manuel Perret

Concept graphique

Büro Haeberli
www.buerohaeberli.ch

Publicité

Erika Bayer, FiBL,
 Postfach 219, CH-5070 Frick
 Tél. +41 (0)62 865 72 00
 Fax +41 (0)62 865 72 73
publicite@bioactualites.ch

Abonnements et édition

Petra Schwinghammer, Bio Suisse
 Peter Merian-Strasse 34,
 CH-4052 Bâle
 Tél. +41 (0)61 204 66 66
edition@bioactualites.ch

www.bioactualites.ch