

Voici un complément du Supplément technique INBP n°97.
Le texte en bonus est surligné ci-dessous en jaune.

Les Nouvelles
de la Boulangerie Pâtisserie

Supplément
Technique

inbp Boulangerie
Pâtisserie
Chocolaterie
Traiteur

n°97

Exercer la boulangerie-pâtisserie en milieu rural



Supplément aux Nouvelles de la Boulangerie Pâtisserie du 15 décembre 2011

Web
Retrouvez
Plus de texte
dans le bonus web
Supplément Technique n°97
sur
www.cannelle.com

Décembre 2011

• INBP ROUEN •

TOURNEE DE CAMPAGNE : ILS ONT DES IDEES

S'INSTALLER

- S'INSTALLER DANS LES MURS APPARTENANT A UNE COLLECTIVITE PUBLIQUE

PRODUIRE

- INTRODUIRE DE NOUVEAUX PRODUITS DANS LA GAMME
- OFFRIR UNE LARGE GAMME ET DES PRODUITS HAUT DE GAMME
- REDUIRE LES COUTS DE PRODUCTION
- PRODUIRE EN CIRCUIT COURT, ADHERER A UN GROUPEMENT

VENDRE EN BOUTIQUE

- DEUX BOUTIQUES, UN LIEU DE PRODUCTION
- TRAVAILLER AVEC UNE CLIENTELE DE PASSAGE
- TRAVAILLER AVEC UNE CLIENTELE SAISONNIERE
- OFFENSIVE COMMERCIALE

VENDRE AUTREMENT

- FAIRE DES TOURNEES, DES LIVRAISONS
- VENDRE SUR LES MARCHES
- VENDRE EN LIGNE
- VENDRE PAR DISTRIBUTEUR AUTOMATIQUE

SE DIVERSIFIER

- UNE SUPERETTE A DISPOSITION
- UN SERVICE GAZ
- UN SERVICE PRESSE ET EPICERIE
- LE LOTO ET LE PMU EN PLUS
- DEVENIR POINT DE RETRAIT POUR LES COLIS
- TENIR UN RELAIS POSTE

COMMUNIQUER

- FAIRE PARLER DE SOI
- DISTRAIRE ET INFORMER LA CLIENTELE
- ETRE SPONSOR
- PROFITER DES EVENEMENTS NATIONAUX
- SOUTENIR UNE CAUSE
- HYPERCOMMUNIQUER
- UTILISER LES RESEAUX

S'INTEGRER

- PARTICIPER A LA VIE COMMUNALE

VIVRE LA BOUTIQUE AUTREMENT

- EXERCER SEUL
- PRODUIRE SA FARINE ET SON ELECTRICITE
- PROTEGER L'ENVIRONNEMENT

TOURNEES DE CAMPAGNE : ILS ONT DES IDEES

Que ce soit sur une petite départementale au milieu des champs, sur la place du village ou dans un lieu atypique, la boulangerie rurale offre de multiples facettes et chaque professionnel vit son métier différemment.

S'installer

Les communes qui désirent se revitaliser, facilitent l'accès à l'installation du boulanger qui, par ailleurs, peut bénéficier d'aides diverses.

➤ **S'installer dans des murs appartenant à une collectivité publique**

David AVERLANT – LA FALUCHE -

Zudausques (62) – 835 habitants / Effectif total : 2 personnes

Le projet de boulangerie « bio » de David Averlant a été soutenu par la mairie, qui est très impliquée dans le développement local et la défense du terroir. Depuis 2 ans le couple est installé dans des locaux communaux en bénéficiant d'un loyer négocié. Boulangers tous les deux, ils assurent la vente et la production 3 jours par semaine dans le fournil ouvert sur le magasin. Ils envisagent de créer des ateliers pédagogiques.

“Ils viennent de reprendre”

David et Stéphanie BARBOT – BOULANGERIE PATISSERIE BARBOT -

Vatan (36)- 2063 habitants / Effectif total : 3 personnes

Après un stage « Spécial Repreneur » à l'INBP début 2011, M. et Mme Barbot sont, depuis le 5 septembre dernier, les nouveaux propriétaires d'une boulangerie dans la rue principale de Vatan.

Hormis quelques semaines de retard (dossier bloqué en banque), pas de véritable difficulté pour s'installer. Le couple a demandé un prêt d'honneur et l'aide « Initiative Indre » en cours de validation.

La quinzaine de jours passés en compagnie de leur prédécesseur leur a permis d'ouvrir dans la sérénité.

En effet, ces deux semaines consacrées à la transmission du fonds a permis au cédant de présenter David Barbot à la clientèle et de lui donner toutes les informations nécessaires pour assurer une bonne reprise. Une étape dont David Barbot souligne l'importance. Par ailleurs, les Barbot ont pris l'initiative de se présenter aux commerçants de leur rue.

L'entreprise compte 3 personnes : David Barbot, Stéphanie Barbot et le pâtissier en poste depuis 18 ans dans l'entreprise, dont Monsieur Barbot est le troisième employeur. Monsieur Barbot apprécie de pouvoir disposer, grâce à l'ancienneté de son pâtissier, de précieuses informations sur les goûts et les habitudes de la clientèle. Ils fabriquent pain, viennoiserie, pâtisserie, produits traiteur et sandwiches.

David et Stéphanie Barbot. Ils n'ont pas eu recours à l'aide de la Chambre de Métiers car ils avaient eu « toutes les informations nécessaires » lors du stage repreneur à l'INBP.

Produire

L'artisan fabrique les produits appréciés par la clientèle et valorise le terroir dans lequel il exerce.

➤ **Introduire de nouveaux produits dans la gamme**

Louis-Philippe RENARD – LA TOURTE -

Louis-Philippe fait des pièces montées composées de nougatine, choux et pastillage. Les commandes sont toujours très personnalisées et originales, des créations artistiques qui étonnent et propagent sa réputation dans toute la région. (CF son portrait complet dans le Supplément technique n°97)

➤ **Offrir des produits haut de gamme**

Robert ROGER - LES TRADITIONS DE VILLIERS -

Villiers St Frédéric (78) - 2798 habitants / Effectif total : 20 personnes

Après plusieurs créations et reprises d'affaires qui périclitaient, M. Roger s'est installé il y a 15 ans dans le village de Villiers St Frédéric où il n'y avait pas de boulanger. Dans cette campagne « plutôt aisée », il a pu développer un large éventail de produits haut de gamme. D'ailleurs, sa baguette courante est faite avec de la farine de tradition française : une façon de contrer le terminal de cuisson en face de chez lui.

Il propose une trentaine de pains différents chaque week-end, fabriqués sur poolish et levain notamment, et ne cesse d'étendre la gamme. Plutôt que de faire des dégustations, il n'hésite pas à offrir un nouveau pain au client qui voudrait le goûter parce qu'avec un petit morceau consommé en boutique, « les gens goûtent vite et puis oublient » dit-il. Quant à l'offre de produits pâtisseries, elle est modifiée tous les 4 mois.

➤ **Réduire ses coûts de production**

Il est boulanger dans une petite station de ski des Alpes dont la capacité d'accueil est de 11 000 lits. Il fabrique en saison touristique 4000 baguettes/ jour. Si les 7 chambres de fermentation lui permettaient certainement de gérer au mieux son travail, elles représentaient aussi un coût important. Il y a donc renoncé et choisi de travailler en direct. En contrepartie, il doit être dans son fournil dès 23 heures.

➤ **Produire en circuit court**

Arnaud LANGLOIS – PAS D'ENSEIGNE (SARL LANGLOIS) -

Val de Saône (76) – 1395 habitants / Effectif total : 5 personnes

Un groupement, c'est une force. Alors, en reprenant l'affaire en 2010, M. Langlois décida, lui aussi, d'adhérer au club « Les Compagnons du Pain Normand ».

Chez lui, ce pain « Pain normand » se présente sous la forme d'un bâtard de 200 g que l'artisan commercialise à côté de nombreux spéciaux.

Le club du Pain Normand

L'association Les Défis Ruraux se mobilise depuis 20 ans en faveur du développement durable et solidaire en Haute Normandie. En 2004 est créée la filière autonome des « Compagnons du Pain Normand » qui rassemble des agriculteurs, des meuniers et des boulangers. Les quelque 90 boulangers membres du club fabriquent et commercialisent ce pain spécifique, selon un cahier des charges très strict.

Vendre en boutique

La population locale est parfois trop restreinte pour rentabiliser l'entreprise. Il faut alors savoir capter d'autres clientèles, saisonnières ou de passage.

➤ Deux boutiques, un lieu de production

Mathieu TOURNEBIZE – BOULANGERIE TOURNEBIZE R.-

Viverols (63) - 399 habitants et St Anthème (63) - 780 habitants

Effectif total à Viverols : 8 personnes

La boutique de Viverols vivotait, alors pour éviter tout licenciement, les Tournebize décident de prendre un pas de porte à 15 km de là, à St Anthème. Toute la fabrication se fait alors à Viverols qui alimente la boutique froide et le chiffre d'affaires des deux boutiques progresse. Mathieu nous confie : « Le bilan 2011 devrait être très bon ».

➤ Travailler avec une clientèle de passage

Magali et Benoît GUIDEZ - SARL GUIDEZ SERY -

Robert-Espagne (55) - 842 habitants

Effectif total : 6 personnes + 1 le matin (distribution des journaux)

La boulangerie-pâtisserie-épicerie familiale étant installée sur un axe fréquenté, reliant Bar-le-Duc à Saint-Dizier, les Guidez servent la clientèle locale et une clientèle de passage qu'ils soignent tout particulièrement. Chaque jour, ils proposent 4 produits salés à emporter (sandwichs, quiches, kebab, ou encore pan bagnat et tartiflette). Une offre fort appréciée des routiers, commerciaux et ouvriers de chantier. Preuve en est les 80 pièces vendues chaque jour !

➤ Travailler avec une clientèle saisonnière

Emmanuelle et Philippe FLIZET - LA FOURNEE -

Larnage (26) - 1008 habitants / Effectif total : 2 personnes

Après une formation effectuée à l'INBP lui permettant une reconversion professionnelle, Philippe Flizet a repris avec son épouse une boulangerie-pâtisserie ayant une activité complémentaire d'épicerie le 1^{er} juillet 2011... C'est dire si leurs impressions sont toutes neuves !

L'arrivée de saisonniers pour la récolte des pêches, des abricots et les vendanges fait doubler la population de Larnage. Si les tournées n'ont pas été modifiées, il a fallu pourtant s'organiser très rigoureusement pour faire face à la demande accrue de pain ... et rester ouvert 7 jours sur 7.

➤ Offensive commerciale

Sébastien JOULAIN- LA BOULANGERIE DE MERIADEC -

Paroisse de Mériadec (56)- 1800 habitants / Effectif total : 4 personnes

Chaque semaine, M. Joulain inscrit sur les flancs ardoisés de sa 4 L rose, le nom du nouveau pain et ses caractéristiques. Il cible aussi la clientèle chez elle par l'intermédiaire de son site www.boulangerie-meriadec.fr pour un choix, en famille des produits proposés. Il peut même recevoir les mails et commandes par Internet directement sur sa caisse enregistreuse.

En boutique, il soigne l'accueil et refuse les discours stéréotypés. Il veut que la clientèle se sente à l'aise, comme entre amis ; il lui arrive même de servir un petit verre de vin blanc !

Vendre autrement

Vendre en-dehors des horaires d'ouverture et/ou au plus près des clients, c'est possible, mais cela nécessite réflexion... et investissement.

➤ **Faire des tournées, des livraisons**

Patrice WADBLED – PAS DE MAGASIN -

Authion (02) – 150 habitants / Effectif total : 6 personnes

A 61 ans, Monsieur Wadbled vend sa production de pain et viennoiserie uniquement par portage. Les livraisons quotidiennes dans 150 villages (soit 1000 habitants) sont assurées par 5 chauffeurs qui parcourent chacun environ 40 000 km par an. Bilan : pas de perte de marchandise et des clients qui règlent à la semaine ou au mois. L'originalité de la situation vient davantage du type de véhicules qui étaient utilisés depuis 2001 : des Berlingo Citroën électriques.

Témoignage de Patrice Wadbled sur les véhicules électriques de livraison

En 2001, pour réduire les frais liés aux véhicules diesel, M. Wadbled change sa flotte pour 6 utilitaires tout électriques et acquiert une borne de charge rapide grâce à des aides publiques et des emprunts bancaires. Traduction concrète : conduite fluide, respect de l'environnement et économies.

Mais, les premiers mois sont très difficiles, il faut optimiser l'autonomie des batteries (il est nécessaire qu'elles se déchargent complètement pour être rechargées au maximum et atteindre l'autonomie annoncée par le constructeur), assouplir les modes de conduite, mais le confort qui en résulte est sans égal. La conduite est agréable, sans stress (absence de boîte de vitesse et d'embrayage), silencieuse, sans odeur ni émission de gaz d'échappement. Le moteur ne tourne pas à l'arrêt et ne consomme pas d'huile. Et puis surtout, Patrice Wadbled a sauvé son entreprise grâce aux économies réalisées.

Monsieur Wadbled a d'ailleurs témoigné à de nombreuses reprises à ce propos et l'ADEME a même réalisé une plaquette d'information sur les véhicules électriques pour les PME/PMI en milieu rural, en se basant sur son expérience www.ademe.fr/picardie/doc/vehiculeselectriques.pdf

Passé les galères du début et 10 ans plus tard, les véhicules sont à remplacer. Le constructeur ne propose plus d'utilitaires électriques, alors retour au diesel, ce qui augmente le coût des tournées, pas le prix du pain. L'équilibre est cependant maintenu.

Pour ce « pionnier » qui n'exclut pas de repasser à l'électrique avant sa retraite, cette alternative n'est pas un gadget.

Il considère que l'électrique, ce n'est pas qu'une affaire économique, c'est aussi une question de mentalités à changer.

Pour aller plus loin : AVERE, association pour le développement du transport et de la mobilité électrique. Consulter : www.france-mobilite-electrique.org

➤ Vendre sur les marchés

Jean-Robert PORTIER – LES PAINS DE LA PASTOURELLE

Saint-Rabier (24) – 560 habitants / Effectif total : 2 personnes

Installé depuis la mi-juin 2011, JR Portier ne produit que du pain « bio » (et quelques viennoiseries et pâtisseries sèches) qu'il vend sur les marchés dans un rayon de 40 km. Il vise à toucher une clientèle plus large et à faire découvrir sa production dans une région où les revenus sont peu élevés et le « bio » peu développé.

Il souhaiterait d'ailleurs que les gens viennent davantage au fournil où il propose, l'après-midi, l'excédent des marchés du matin. Pour l'instant, il constate un certain potentiel à développer et ses résultats sont conformes aux prévisions.

Henri GALOPIN – PAS DE MAGASIN -

Labroquère (31) – 333 habitants / Effectif total : 2 personnes

Henri Galopin réalise l'essentiel de ses ventes sur les marchés à 50 km à la ronde où il aime faire goûter ses produits et montrer son travail aux enfants. Il y apporte une pâte préalablement pétrie dans son labo, la façonne devant les clients, puis la cuit dans deux fours à bois ambulants. Il lui a fallu un an et demi pour mettre au point cette pâte (17 g de sel au kg) qui garde toutes ses qualités jusqu'à 72 heures avant enfournement et résiste aux écarts de températures (- 10 ° C l'hiver, + 30 ° C l'été). La proximité de l'Espagne fait qu'il travaille, en été, 7 / 7 j et 5 j/semaine hors saison.

➤ Vendre en ligne

Richard-Steve BIREN et Marc LEONARD – LES DOUCEURS DU TERROIR -

Arçay (86) – 410 habitants / Effectif total : 2 personnes

Biscuiterie fine, macarons et massepains à base de matières premières locales et de qualité (œufs frais Label rouge, beurre AOP Charentes-Poitou, farine de tradition française, pas d'additifs ni de conservateurs, gamme sans gluten et sans lactose), c'est ce qui se fabrique dans cette entreprise.

Ancien infographiste, M. Biren a créé une boutique en ligne pour vendre ses produits de biscuiterie fine, macarons et massepains. Il élargit ainsi fortement sa clientèle même hors l'hexagone. Ses clients commandent des paniers cadeaux ou les achètent en boutique à l'occasion des fêtes (Noël, fête des Mères...). Les ventes en ligne représentant 1/3 du chiffre d'affaires et il estime que sans son site web, l'entreprise ne pourrait pas se maintenir.

Les autres ventes sont réalisées sur les marchés alentours et lors des visites de la biscuiterie organisées pour les groupes touristiques : la biscuiterie se situe en effet à un carrefour touristique entre l'Anjou, la Touraine, Poitou et près de Chinon, Loudun et Saumur.

Sur internet : www.massepain-macaron.com

Fournir les acheteurs publics

Les acheteurs publics sont les acteurs qui attribuent, selon des règles légales strictes, les marchés publics, qu'il s'agisse de travaux, de fournitures ou encore de services. Les marchés de l'État, des collectivités territoriales et de leurs établissements publics respectifs sont concernés.

Au niveau d'une commune, c'est vers le Maire que le boulanger doit se tourner, s'il veut se porter candidat à la fourniture de pain pour la restauration collective publique (cantine scolaire, centre de loisir, maison de retraite...).

En deçà de 4000 € HT annuels, ce qui devrait être le cas d'un bon nombre de communes rurales pour l'approvisionnement en pain, il n'y a pas de formalisme particulier, le marché se passe de gré à gré.

Entre 4000 et 193 000 € HT, il s'agit d'un marché à procédure adaptée (MAPA). Il est fait appel à la concurrence et un dossier complet doit être fourni.

Le candidat doit prouver sa capacité à répondre aux exigences de l'acheteur, tout en sachant que ce dernier est dans l'impossibilité de spécifier une origine locale dans les clauses de son appel d'offres.

Dans un marché public :

- pas de problème d'inventus
- l'acheteur public est solvable
- une commande publique engage pour une durée précise : il faut donc pouvoir l'honorer.

Il est essentiel de voir si les moyens de production sont adaptés et savoir comment cela se passe pendant les congés.

➤ Vendre par distributeur automatique

Marie et Jean-Marc HULMEL - LE FOURNIL DE CLERES -

Cleres (76) – 1332 habitants

Effectif total : 2 personnes à temps plein, 1 à mi-temps et 3 apprentis

Récompensé par le label « Normandie Qualité Commerce » décerné par la Chambre de Commerce de Rouen – le couple est installé dans une petite commune touristique.

En 2008 ils placent un distributeur de pains devant leur magasin. Les 3 premiers mois, la rentabilité est assurée. Puis, sur décision du conseil municipal, il leur est ordonné de déplacer l'appareil. Ce dernier n'est alors plus en vue et en dépit d'une communication active, les ventes n'atteignent pas le seuil de rentabilité. M. et Mme Hulmel considèrent le concept comme intéressant à condition que l'emplacement choisi soit garanti.

Ils ne sauront sans doute jamais si la décision a été motivée par une plainte du voisinage, une concurrence gênée ou une mauvaise intégration dans le paysage communal. Toujours est-il que depuis, les ventes ont beaucoup baissé : au mieux 6 pains par jour, au pire, aucun. Pourtant, ces chefs d'entreprise n'ont pas négligé la communication : affichettes à l'intérieur du magasin, panneaux à l'extérieur, éclairage au-dessus du porche d'accès jusqu'à minuit, et aussi information sur leur site internet. Malgré cela, le seuil de rentabilité, estimé par ce couple de boulangers à 20 euros de recette par jour, n'est pas atteint.

S'équiper d'un distributeur automatique

Les distributeurs de boissons, friandises, sandwiches font partie du paysage urbain. En voir à la campagne est plus rare. Et pourtant, la société Le Distrib propose le Distripain, distributeur automatique de pain pouvant contenir jusqu'à 40 pièces. Cet appareil est proposé à la location au prix de 299,00 € HT par mois.

Le distributeur peut être implanté devant la boulangerie ou dans des lieux où il n'y a plus de boulangerie permettant au boulanger de remplacer ses tournées et aux clients de ne plus être contraints par les horaires des tournées, ou encore dans des endroits à fortement fréquentés et non ravitaillés en pain (axe roulant, station service, camping...).

Paroles de professionnels (M. Hulmel)

En-dehors de nos congés, le distributeur fonctionne 24 heures sur 24. Le mardi est notre jour de fermeture, c'est pourquoi le lundi soir nous le garnissons de boules de pain blanc qui se conservent très bien jusqu'à notre réouverture le mercredi.

Les autres jours, nous l'approvisionnons en baguettes et en pains ; parfois en pains spéciaux, si, le soir, il ne reste plus de pain courant.

Les prix sont les mêmes qu'en boutique sauf pendant les heures de fermeture du magasin (15 centimes par pain, en plus).

Les ventes sont plus nombreuses la nuit que le jour.

Le remplissage du distributeur, la sélection des étiquettes et la programmation des prix demandent du temps, il faut le savoir !

Se diversifier

Pour rendre service à la clientèle et éviter qu'elle n'aille ailleurs, le boulanger élargit son offre commerciale à d'autres produits ou services.

➤ Une supérette à disposition

Isabelle et Emeric MARCO - AU PANIER GOURMAND -

Priziac (56) – 1255 habitants

Effectif total : 2 personnes, 1 vendeuse à temps partiel et 1 apprenti pâtissier

Après une fermeture de 18 mois, la boulangerie-pâtisserie supérette a été rachetée par la commune et mise aux normes. En novembre 2009, la famille Marco quitte les Hauts-de-Seine et s'installe à Priziac.

La surface de vente est de 100 m² dont les deux-tiers sont consacrés à l'épicerie avec une large gamme, dont une bonne part « made in Bretagne ». Le chiffre d'affaires de l'épicerie (30 % de l'ensemble aujourd'hui) progresse chaque mois.

En matière d'épicerie, la gamme est plutôt large : produits d'entretien, biscuiterie, conserves, produits laitiers, viande et charcuterie vendues préemballées au détail. La population locale est très sensible au choix de produits de la région, livrés 2 fois par semaine pour les produits frais, et une fois tous les 15 jours pour les produits secs.

Monsieur et Madame Marco servent de plus en plus de clients réguliers, qui, tout compte fait, trouvent un intérêt économique au commerce de proximité. Le supermarché et l'hypermarché les plus proches sont en effet situés respectivement à 9 et 25 km de Priziac.

Isabelle et Emeric ont certes participé à la renaissance du commerce de la commune, mais ce n'est pas tout. Priziac est doté d'un lycée professionnel (« Saint Michel ») qui forme, entre autres, de futurs boulangers et pâtisseries. Emeric, artisan expérimenté, a également exercé le métier de formateur au CFA de Versailles pendant 4 ans. C'est donc tout naturellement qu'il accueille des apprentis dans son entreprise et participe aux jurys d'examen à Saint Michel. De quoi ravir Monsieur le Maire... lui-même formateur retraité dudit établissement !

➤ Un service gaz

Philippe FOUBERT – BOULANGERIE FOUBERT -

Uhrwiller (67) – 701 habitants / Effectif total : 6 personnes et 3 apprentis.

Le magasin offre une partie épicerie, primeurs, crèmerie, charcuterie (des produits industriels et quelques productions purement locales) et un dépôt de bouteilles de gaz. Sont également proposés des services, comme la vente de timbres-poste.

La boulangerie-pâtisserie représente plus de 75 % du chiffre d'affaires. Les autres activités rapportent peu et sont plutôt des services rendus à la population. La boulangère parvient à gérer toute cette offre et ne relève pas de difficultés particulières d'organisation.

➤ Un service presse et épicerie

Jonathan SAVOYE – LES DELICES DE MANON -

Néville (76) – 1 116 habitants / Effectif total : 2 personnes

En plus de la boulangerie, le magasin propose un rayon épicerie, fruits et légumes et un coin presse. La boulangerie-pâtisserie ne représente que 50 % du chiffre d'affaires. Sans la presse et l'épicerie, l'entreprise ne pourrait donc survivre. Après une période d'adaptation, la boulangère ne consacre plus que 30 minutes par jour à la gestion du rayon presse.

➤ Le loto et le PMU en plus

Magali et Benoît GUIDEZ - SARL GUIDEZ SERY -

Voir : Vendre en boutique p. 5.

Il y a 25 ans, Monsieur Guidez prend la succession de son père à la tête de la boulangerie-pâtisserie-épicerie familiale. En 2004, la maison de la presse du village

ferme ; M. Guidez refait son magasin, reprend l'activité presse et loto, puis ajoute en 2008 un comptoir PMU.

Ces activités annexes occupent plus de la moitié des 50 m² du magasin. La diversification a permis de créer un emploi de vendeuse et de maintenir l'entreprise. Il faut dire aussi que le service est maximum : le commerce est ouvert 12 mois sur 12 et ne ferme qu'un jour et demi par semaine.

Devenir point de retrait pour les colis

D'après un sondage mené à l'initiative de la FEVAD (fédération e-commerce et vente à distance) auprès de 3200 personnes, 77 % des Français achètent à distance (Internet, téléphone, courrier). En 2010, Internet est devenu un mode d'achat très prisé, en effet :

- 74 % des internautes ont acheté sur Internet au cours de l'année
- le montant des ventes en ligne a augmenté de 24 % par rapport à 2009.

L'éloignement des centres commerciaux urbains, mais aussi l'accès à Internet qui s'améliore progressivement en zone rurale parlent en faveur du développement du commerce à distance à la campagne.

Toujours selon ce sondage, les internautes ont utilisé dans 52 % des cas, pour l'ensemble de leurs achats en ligne au cours des 6 derniers mois de 2010, la livraison en point relais.

C'est pourquoi certains commerces de proximité proposent un service de retrait de colis. Cela leur apporte :

- une rémunération complémentaire payée par le prestataire (100 à 500 euros par mois)
- des achats en boutique effectués par les personnes venant retirer leur colis
- un « plus » valorisable lors de la vente du fonds de commerce.

Une enquête réalisée par Kiala (www.kiala.fr) en juillet 2010 montre que 70 % des personnes retirant leur colis dans un de leurs relais se rendent pour la première fois dans le magasin partenaire. 30 % achètent un produit lors de leur retrait et deviennent par la suite des clients réguliers.

Mondial Relay www.mondialrelay.fr estime quant à lui qu'en devenant partenaire, un commerçant augmente ses ventes de 10 à 15 %

Relais Colis www.relaiscolis.com, autre prestataire, juge que le service rendu apporte 25 nouveaux clients par jour.

Les enseignes distributrices de colis disposent sur leur site internet d'un espace professionnel permettant au commerçant intéressé de se faire connaître. En effet, c'est l'enseigne qui choisit son commerçant partenaire, et non l'inverse... Un questionnaire plus ou moins détaillé est à compléter en vue d'une prise de contact par un commercial de l'enseigne. Les engagements que le commerçant doit respecter peuvent être assez contraignants.

Voici, à titre d'exemple, les critères du réseau « à 2 pas » (www.reseau-a2pas.com):

- ouvrir votre commerce 6 jours sur 7
- ouvrir votre commerce en moyenne 10 heures par jour
- avoir une réserve sécurisée pour les marchandises
- disposer d'au moins 5 m linéaires pour stocker les colis

- suivre une formation d'intégration
- avoir l'esprit commerçant.

Il faut savoir que c'est l'enseigne qui choisit son commerçant partenaire, et non l'inverse... et que les engagements que le commerçant doit respecter peuvent être assez contraignants, sans parler du stockage et du surcroît de travail, surtout en fin d'année.

Tenir un Relais Poste

En 35 ans, 6000 bureaux de poste ont fermé en zone rurale, faute d'activité suffisante. Une autre forme de présence postale a été mise en place grâce aux Relais Poste Commerçants et aux Agences Postales Communales.

En 2009, les 1800 Relais Poste Commerçants répartis sur l'ensemble du territoire se sont vus confier plusieurs services, comme :

- le courrier (vente de timbres et de Prêt-à-Poster, recommandés, réexpédition, garde du courrier)
- les colis (vente d'emballages, dépôt et retrait)
- les services financiers (retrait d'espèces pour les titulaires d'un compte chèque postal et d'un livret A jusqu'à 150 € par semaine).

Les conditions d'attribution du Relais Poste sont les suivantes :

- le partenariat est régi par une convention signée, après concertation avec les élus, entre La Poste et le commerçant ou l'artisan retenu, qui fixe les engagements réciproques pour une durée de trois ans renouvelable
- le commerçant ou l'artisan détermine les jours et horaires d'ouverture à la clientèle pour les activités postales, en fonction de son activité principale
- le commerçant ou l'artisan s'engage à exécuter les prestations conformément à la formation et aux procédures postales, et notamment à appliquer les tarifs, le conditionnement des produits et les conditions de vente qui lui sont communiqués par La Poste
- le commerçant ou l'artisan s'engage sur le respect de la confidentialité des opérations et le respect des règles postales. Il signe une déclaration d'engagements et de déontologie lors de l'ouverture du Relais Poste.

En signant la convention avec la Poste (sans clause d'exclusivité), le commerçant prend divers engagements.

En contrepartie l'artisan ou le commerçant perçoit :

- une indemnité mensuelle de 250 € par mois (300 € pour un Relais Poste situé en zone de revitalisation rurale)
- une commission sur le chiffre d'affaires postal (3 % sur la vente de timbres et 5 % sur les Prêt-à-Poster).

De plus, l'activité est intéressante pour le passage qu'elle génère et les achats complémentaires réalisés.

À noter : il n'y a pas de clause d'exclusivité, c'est-à-dire qu'un Relais Poste peut aussi être un Point Vert du Crédit Agricole (retrait d'argent liquide auprès du commerçant avec une carte bancaire, grâce à l'utilisation de son TPE).

Communiquer

En milieu rural où la population est souvent éparpillée, il est indispensable de se faire connaître aussi largement que possible.

➤ Faire parler de soi

Nicolas STREIFF - BOULANGERIE PATISSERIE NICOLAS STREIFF, MAITRE BOULANGER -

Lixing lès St Avold (57) - 742 habitants

Effectif total : 12 personnes (et 2 dans la boutique froide de St Avold)

Monsieur Streiff estime, certainement à juste titre, que la qualification professionnelle doit être mise en avant. Sa qualité de Maître Artisan en devanture de sa boulangerie, sur ses emballages et sa sacherie, est perçue comme un gage de sérieux par la clientèle. De plus, il n'a pas hésité à afficher les articles parus dans le Républicain Lorrain saluant sa réussite au concours MOF 2011.

Dans sa fabrication quotidienne, il continue de faire parler de lui au travers des produits proposés aux clients, ces produits mis au point dans la préparation au prestigieux concours.

Alexandre FIGARD – LA GOURMANDISE -

Venise (25) - 450 habitants / Effectif total : 5 personnes

M. Figard a brillamment participé à de nombreux concours et autres foires gastronomiques. Avec son équipe, il a remporté, au Sirha de Lyon, la Coupe de France de la Boulangerie 2011.

Outre ses distinctions, c'est surtout la qualité et l'originalité des produits qui font parler de cet artisan. Sa Figarette a été élue « Meilleure baguette de Bourgogne Franche Comté ». Et Alexandre Figard qui vise désormais le concours MOF, va certainement encore faire parler de lui.

➤ Distraire et informer la clientèle

Jean-Daniel et Agnès HENNEMANN – BOULANGERIE-PATISSERIE BARA BIGOUD' -

Pouldreuzic (29) – 1882 habitants / Effectif total : 3 personnes (dont 1 à temps partiel)

L'épouse du boulanger, ancienne professeur de lettres, a lancé en 2009 un petit bulletin d'information de 4 pages destiné à sa clientèle : « *Bara Bigoud' Info* » (pain bigouden info), qu'elle fait vivre 2 fois par an.

L'objectif est « d'ouvrir l'esprit » des clients, en les initiant à la culture du pain et en leur faisant découvrir de nouveaux produits sur un ton humoristique et léger.

Le bulletin accompagne aussi le lancement de nouveaux pains spéciaux auprès d'une clientèle habituée à consommer du pain blanc courant. Jean-Daniel et Agnès ont constaté que le bulletin a un certain succès auprès des clients et regrettent simplement de ne pas avoir le temps d'éditer plus fréquemment « *Ce bulletin dont la périodicité sera fonction de la vitesse du vent et de l'âge du capitaine* » (Extrait du 1^{er} numéro).

➤ Etre sponsor

Mathieu TOURNEBIZE – BOULANGERIE TOURNEBIZE R. -

Que ce soit par une participation financière ou la mention de la boulangerie sur les encarts publicitaires, le nom Tournebize est systématiquement associé aux manifestations locales et régulièrement cité au micro des animateurs du « Tryptique de la Vallée de l'Ance » (plus de 1000 cyclistes). Le sponsoring est assurément un bon moyen de rester dans la course !

➤ **Profiter des événements nationaux**

Nicolas WYPYCH - BOULANGERIE WYPYCH -

Serain (02) - 383 habitants/ Effectif total : 9 personnes

Depuis longtemps déjà, M. Wypych organise des événements pour faire connaître le métier et découvrir les nouveaux produits. Chaque année, la Fête du Pain est une occasion supplémentaire de créer de l'animation et un rendez-vous attendu par le village. La fête est annoncée sur www.fetedupain.fr et sur Facebook. Décoration de la boutique, jeux à gratter, dégustations et atelier pour les enfants, tout est fait pour créer une ambiance joyeuse et attirer la clientèle.

Pour la fête du pain 2011, Mathieu et sa femme sont allés directement dans l'école d'un village voisin où 40 enfants ont pu se faire expliquer avec quoi et comment se fait le pain. Après quoi, chacun a fait une petite boule individuelle qu'il a rapportée chez lui, en même temps que des mini-viennoiseries.

➤ **Soutenir une cause**

David AVERLANT – LA FALUCHE -

En accord avec son épouse japonaise, ce boulanger a lancé une opération de soutien aux victimes du tsunami qui a ravagé le Japon en mars 2011. Une vente de biscuits ainsi qu'une randonnée cycliste ont été organisées avec l'aide de la municipalité et des associations locales. Les bénéfices ont été reversés à la Croix-Rouge. L'opération a été largement couverte par les médias régionaux.

Jean-Bernard FABARON- AU MOULIN -

Lalouret-Laffiteau (31) – 131 habitants / Effectif total : 3 à 4 personnes

Cet homme orchestre « meunier-boulangier-professeur de CFA » fait régulièrement l'objet de reportages dans la presse, voire à la télé (TF1, chaînes locales). Tous les 2/3 ans, il collecte de l'argent au profit l'association *A chacun son Everest* (aide aux enfants atteints d'un cancer), en organisant une porte ouverte dans son moulin. En 3 éditions, 4500 euros ont été reversés.

➤ **Hypercommuniquer**

Denis Holveck - MAISON HOLVECK -

Commune : Bruyères (88) - 3407 habitants / Effectif total : 9 personnes

Parti d'un village de 652 habitants où il était installé, Denis Holveck a surpris en ouvrant une boutique au milieu de 5 grandes surfaces. Un portrait géant de Fernandel et une énorme fleur de vanille, rendent ce magasin vert clair assez vif très attirant. Le totem « Maison Holveck » au bord de la route, les 1000 flyers distribués chaque mois, les articles dans la presse... c'est communication tous azimuts.

Et puis, il a des projets dont celui d'agrandir son magasin et d'installer une aire de jeux où seraient organisés des anniversaires pour les enfants. Une idée qui a déjà

fait recette chez un marchand de hamburgers, direz-vous. Certes, mais si elle est bonne, pourquoi ne pas la reprendre ?

➤ **Utiliser les réseaux**

Laurent POUGET – LO PAN DEL PUECH -

Saint-Quentin-du-Dropt (47) – 170 habitants

Effectif total : 2 personnes (dont 1 à temps partiel)

Monsieur Pouget a créé en 2007 un blog, pour de faire connaître son activité commerciale (boutique et marchés) d'une part, et d'autre part, expliquer sa démarche afin de diffuser plus largement des infos sur le pain « bio » qu'il cuit dans un four à bois.

Ouvrir un blog plutôt qu'un site lui a semblé préférable parce qu'un blog est gratuit et plus facile à administrer. Le nom du blog est inscrit sur ses sacs à pain.

Le blog professionnel de M. Pouget a enregistré 2000 connexions en 2 ans. Cet internaute voit dans les réseaux un moyen de « vaincre l'isolement du boulanger », de s'ouvrir sur une communauté et de fédérer les gens. Ainsi, grâce à son blog, Laurent Pouget a pu entrer en contact avec des personnes souhaitant faire un stage dans sa boulangerie ou avec des meuniers travaillant sur meules de pierre.

Sur internet : <http://lopandelpuech.blogspot.com>

David AVERLANT – LA FALUCHE -

Devant la nécessité de « communiquer très vite », M. Averlant a ouvert une page sur Facebook et prépare un site. Si les retombées commerciales de l'outil sont difficiles à mesurer, l'objectif est de faire « sortir le boulanger de son fournil » pour communiquer directement avec la clientèle sur la boutique, le pain et l'univers boulanger. Facebook lui permet également d'échanger des informations avec d'autres professionnels ou des spécialistes comme J-Ph de Tonnac (auteur du *Dictionnaire universel du pain*) qu'il n'aurait peut-être pas eu l'occasion d'approcher autrement.

Sur internet : www.facebook.com/pages/Boulangerie-LA-FALUCHE/153697448037967

Internet : pour communiquer, mais pas seulement

En 2011, Internet est bel et bien partout, outil indispensable de nos vies quotidiennes et, qui plus est, en milieu rural.

Pour le boulanger, Internet permet de :

- rechercher des fournisseurs de matériels et de matières premières
- se renseigner sur des concurrents
- échanger avec des boulangers d'autres régions grâce à des forums
- connaître les normes et réglementations à appliquer
- effectuer certaines démarches administratives sans se déplacer
- se tenir au courant des innovations dans le secteur
- se faire connaître en créant son propre site ou son propre blog
- passer et recevoir des commandes ...

S'il y a beaucoup d'informations sur Internet, faciles à obtenir, il faut cependant s'assurer de leur date de diffusion et de la fiabilité des sources.

S'intégrer

Il est indispensable de participer à la vie des villageois. Il n'y a pas que le rapport client- commerçant.

➤ **Participer à la vie communale**

Nathalie et Stéphane BAUDOUIN

Vernoux en Vivarais (07) - 2049 habitants / Effectif total : 5 à 7 selon la saison.

Après s'être présentés à tous les commerçants, Nathalie et Stéphane ont veillé à exercer leur métier avec sérieux et empathie, en étant à l'écoute des villageois qui se confient à eux. Certains n'ont sans doute personne d'autre à qui parler. Mais pour être vraiment intégré, il faut savoir aussi sortir de sa boutique ; le couple l'a bien compris. Il s'implique donc dans les associations locales, nouant un autre style de relations avec la population. Par ailleurs, Nathalie Baudouin profite de sa longue expérience dans le tourisme pour faire connaître les artistes de la région et la boulangerie est devenue un lieu d'exposition où pâtisseries et pains artisanaux bénéficient certainement de cet environnement particulier.

En effet, toiles, photos, meubles en cartons, cadres et autres œuvres artistiques sont ainsi exposés dans un lieu atypique, certes, mais beaucoup plus fréquenté que les galeries d'exposition, par exemple, dans lesquelles certains n'osent pas entrer.

Nathalie présente également ses propres photos en boutique. Un autre langage pour se faire connaître et apprécier !

Vivre la boulangerie autrement

Chacun arrive avec ses convictions, ses idées. Il n'y a pas de modèle imposé. Le tout est de se réaliser.

➤ **Exercer seul**

Alain EXTIER - LE BOULANGER DE L'N -

Leynes (71) - 512 h

Effectif total : 1 personne (+1 salarié à temps partiel en période de forte activité)

A 52 ans, cet ancien employé d'assurance passe son CAP à l'INBP et crée dans la foulée son entreprise à Leynes. Il fabrique et vend son pain dans son « fournil-boutique », tout seul, sauf en période de vendanges. Il travaille de 3 h 30 à 12 h 30, puis de 16 h à 19 h 30. Avec son sens du spectacle (ancien DJ), il pétrit, façonne, enfourne et sert sa clientèle, explique son travail et répond aux questions.

Il ferme 15 jours début janvier et consacre annuellement 4 ou 5 jours pour se former à l'INBP où il a fait son apprentissage.

Dans un rayon de 4 km autour de son entreprise, 3 jeunes repreneurs se sont « plantés » comme il dit, par manque de maturité, manque de formation ou parce qu'ils ont acheté trop cher. Pour M. Extier, il est indispensable de faire le stage de « repreneur ».

➤ **Produire sa farine et son électricité**

Jean-Bernard FABARON- AU MOULIN -

Voir : Communiquer, soutenir une cause

D'une longue lignée de meuniers, M. Fabaron, boulanger-meunier-formateur, cultive, à proximité du moulin, des blés panifiables supérieurs. Il en achète également aux agriculteurs des environs ou l'échange parfois contre du pain.

Il n'hésite pas à se documenter sur les techniques de conservation du blé permettant d'éviter le recours à des additifs. Il fait également partie de l'Association Régionale des Amis des Moulins des Pyrénées centrales (Aram).

Jean-Bernard Fabaron fabrique 15 variétés de pains (pain de campagne, pains spéciaux, pains aux céréales, baguette Label Rouge etc.), des viennoiseries, des gâteaux secs, des quiches, des pizzas... Il vend son pain sur les marchés ou en tournées, le matin, et travaille dans le CFA de Montréjeau près de Toulouse 8 après-midi par mois (il est titulaire d'un BM de boulanger et de pâtissier). Sa spécialité : les pièces montées en pastillage et nougatine commandées par les traiteurs.

L'entreprise réalise très peu de vente sur place (uniquement auprès de la population du village). L'activité repose essentiellement sur le portage : tournées en campagne, dépôt de pain dans une supérette, quelques maisons de retraite et sur les marchés : au moins 4 matinées par semaine. Les stands installés par les points chauds sur les marchés constituent la seule forme de concurrence qu'il rencontre.

L'originalité de l'entreprise, réside dans la production d'électricité par la turbine du moulin (depuis 1936) ce qui permet de faire fonctionner les petits pétrins et, en partie, son four à fioul.

➤ Protéger l'environnement

Jérôme HIBERTY – Stéphanie TESTARD

Saint-Moreil (23) – 257 habitants / Effectif total : 2 personnes

Pour ces citoyens écologistes issus des arts plastiques, s'installer comme boulangers à la campagne répondait à un désir de vivre autrement dans un environnement plus sain et de contribuer à sa préservation. Dans un fournil à l'écart du village, ils fabriquent du pain "bio" sur levain naturel qu'ils vendent sur les marchés, à 50 km à la ronde. Leurs revenus restent modestes dans cette région pauvre et peu peuplée.

Faut pas le répéter !

Des boulangers dont on préserve l'anonymat nous ont raconté ce qu'ils ont mal vécu.

Difficultés d'intégration

- Les opposants au maire qui avait soutenu notre installation ne viennent pas dans notre boutique.
- Le maire dirige une grosse entreprise, alors la vie du village et son avenir ne semblent pas le préoccuper. Les commerces vont fermer les uns après les autres.
- Au début de mon installation, certains habitants ont boudé la boulangerie parce qu'ils n'appréciaient pas la venue d'un commerçant « étranger au village ».

Mais, il y a aussi de bonnes surprises.

Opportunité économique

Avec la crise, les clients ont moins à dépenser pour déjeuner. Alors, au lieu d'aller au restaurant, ils viennent acheter un sandwich chez nous.