

# La commercialisation

## Les clients



### Sur Saint Brieuc :

- La biocoop « La Gambille »
- Le magasin « L'Herbagère »,
- La crèche « Pirouette »,
- L'association « Voisins de Panier »,
- Le marché de St Brieuc,
- La ferme elle-même accueille le public.

### le choix de la vente directe



- Diversité des cultures, travaux variés,
- Contact humain avec la clientèle finale,
- Écoute et conseil sur les aspects culinaire et qualité des produits,
- Adaptation, choix des variétés en fonction de l'appel qu'ils représentent,
- Calibrage et réparation des légumes adapté à chaque client,
- Souplesse de la trésorerie car les entrées sont assez régulières,
- Bonne valorisation des produits, surface cultivée plus faible, investissement plus faible en matériel.

## **les prix**

Un marché représente 12 à 18 heures de travail pour une moyenne de 80 à 150 clients. Les ventes du samedi sont presque double de celles du mercredi.

Les prix des légumes, supérieurs à ceux pratiqués par les producteurs conventionnels, se justifient par :

- une meilleure qualité sanitaire et nutritionnelle (pas de résidus chimiques, davantage de matière sèche, de vitamine),
- une grande qualité gustative,
- un coût de production supérieur à cause du prix élevé des fertilisants, des semences et plants bio, du surcroît de travail pour le désherbage, des rendements plus faibles des variétés à bonnes qualités gustatives.

La réputation du producteur et de ses variétés rares n'est pas chiffrable.

## **la publicité**

L'été, des journées portes-ouvertes sont proposées par articles dans la presse. Elle sont toujours un succès et attire de nouveaux clients. La confiance s'installe par contact direct avec le producteur et son lieu de travail.