

Exemples de plateformes en ligne pour commercialiser vos produits

© 23/04/2020 | Céline Clément • Terre-net Média

Elles s'appellent Croq Mon Terroir, Loocaly, Kelbongoo, Rue des producteurs... avec l'attrait croissant des Français pour les circuits courts alimentaires, les sites de vente en ligne de produits issus directement des exploitations agricoles poussent comme des petits pains. Suite à la crise sanitaire actuelle, qui a entraîné la fermeture des restaurants et de nombreux marchés, voire une moindre fréquentation par peur de la contamination des magasins de producteurs, ces derniers pourraient se tourner encore davantage vers ce mode de distribution. Si vous êtes intéressé, voici plusieurs plateformes existantes, cette liste n'étant bien sûr pas exhaustive.

- croqmonterroir.fr

Disponible depuis juillet 2019 : cette plateforme de vente en ligne de produits provenant directement des fermes françaises propose déjà une offre plutôt large.

L'originalité : des prix fixés par les agriculteurs, tous rencontrés avant d'être référencés

Selon le fondateur, Thomas Borracino, « les producteurs décident eux-mêmes des tarifs pour avoir l'assurance de profiter d'une juste rémunération ». Il met aussi en avant une sélection rigoureuse des exploitants référencés que les salariés de l'entreprise « rencontrent à chaque fois pour échanger autour du métier d'agriculteur et vérifier que tous partagent les valeurs de Croq Mon Terroir, notamment concernant le respect du bien-être animal, la qualité et l'authenticité des productions agricoles ».

“ Démocratiser la vente directe grâce aux outils numériques.

Un créateur proche du milieu agricole : Thomas Borracino connaît le "terroir" et l'agriculture, ayant passé son enfance dans un petit village de 80 habitants auprès d'un père professeur en lycée agricole.

L'objectif : « Démocratiser la vente directe pour la rendre accessible à tous, consommateurs comme producteurs, grâce à la puissance des outils numériques. »

Lire aussi : [Bienvenue à la ferme se mobilise face à la crise du coronavirus](#)

- loocaly.fr :

Lancée en février 2020.

L'originalité : un réseau social entre agriculteurs, consommateurs, distributeurs et restaurateurs.

En plus de mettre en relation ces différents publics pour l'achat/vente de denrées agricoles, la place de marché propose « un espace de communication positive » entre eux. « L'idée d'un endroit permettant à tous les acteurs d'échanger et de communiquer, dans l'optique de mettre en avant leur travail, leur savoir-faire et leurs produits, le tout dans un contexte économique sain et transparent, nous est apparu comme une évidence », précisent les fondateurs.

“ Loocaly, c'est nous, deux amoureux de la terre et de la bonne nourriture.

Des créateurs proches du milieu agricole : Loocaly a été créée par deux ingénieurs agronomes « passionnés par l'agriculture et les produits de terroir » et ayant réalisé leur mémoire de fin d'études sur ce type de productions et « leur valorisation auprès des consommateurs ». Pour réaliser leur projet, ils ont fait appel au financement participatif sur la plateforme web Miimosa.

- acheter.manger-francais.com :

Opérationnel depuis le 23 mars. « Le site internet était déjà en cours de réalisation. Nous avons simplement accéléré sa finition », explique celui qui en est à l'origine, André Belliot.

L'objectif : permettre à chaque agriculteur d'avoir sa propre boutique en ligne.

« Ne pas en disposer est un frein pour développer la vente directe. En moyenne, les Français commandent sur internet une fois par semaine, dépensant chaque année plus de 2 400 €, tout achat confondu. »

“ Ne pas avoir de boutique en ligne, un frein pour développer la vente directe.

L'originalité : les producteurs créent leur boutique et y proposent eux-mêmes leurs produits.

Ceci en 30 min avec les conseils d'un webmarketeur, d'après André Belliot. Les exploitants sont aussi accompagnés dans la prise en main de l'outil et peuvent bénéficier de supports pour leur communication.

- **pourdebon.com** :

L'originalité : « Placer l'humain au cœur du projet ».

Les équipes « nouent et entretiennent un lien direct, authentique et durable avec les producteurs ».

L'objectif : aider les agriculteurs à valoriser leur travail "pour de bon".

C'est-à-dire « les faire connaître dans leur région et dans la France entière » en « mettant notre expertise digitale au service de leur savoir-faire artisanal ».

“ *Mettre l'expertise digitale au service d'un savoir-faire ancestral.*

Une initiative sympa lancée au moment de Pâques :

Voir également : [Concours – Plus que 8 jours pour devenir « l'e-producteur préféré » de France](#)

- Quelques autres exemples

Il y a aussi www.chezvosproducteurs.fr, qui complète sa boutique en ligne d'un blog avec des témoignages de producteurs, des articles sur les différentes races de vaches, la modernisation des exploitations ou encore le foin de Crau, etc. (il faut dire que c'est un fils d'agriculteur qui en est à l'initiative), www.acheteralsource.com, une démarche émanant d'un groupe d'informaticiens, <https://lecourtccircuit.fr>, qui prône un maximum de transparence au niveau des produits, des producteurs et de la rémunération de chaque acteur, www.kelbongoo.com, entreprise solidaire d'utilité sociale (Esus) qui a pour devise de « démocratiser l'accès au "bien manger" en proposant des produits locaux et de saison à des prix accessibles à tous » tout en offrant « un débouché rémunérateur et équitable » aux agriculteurs. Cette dernière a même ouvert un [groupe Facebook d'entraide](#) pour mutualiser les commandes et distribue les invendus aux sans abris, encore plus vulnérables en cette période de crise sanitaire.

- Avec la **pandémie de covid-19**, plusieurs initiatives régionales ou départementales ont vu le jour

C'est le cas notamment en Occitanie avec la plateforme <https://solidarite-occitanie-alimentation.fr>, en Nouvelle-Aquitaine sur <https://plateforme.produits-locaux-nouvelle-aquitaine.fr>, en Centre-Val-de-Loire avec le site www.produits-frais-locaux-centre-valde Loire.fr et en Haute-Savoie sur www.produits-locaux-74.

À découvrir : [Le « marché bus » va pouvoir poursuivre sa route en Alsace](#)

- Et certains organismes du secteur agricole se sont également lancés dans des démarches similaires, en particulier :

- la start-up de financement participatif **Miimosa** avec alimentationcitoyenne.fr qui vise à « mettre en relation des agriculteurs et des consommateurs » à la fois pour vendre/acheter des produits agricoles mais également demander/proposer de la main-d'oeuvre. Pour faciliter la livraison des colis, Miimosa s'est associé à une autre start-up, Promus, spécialisée dans la distribution de produits locaux.

- le **Crédit Agricole**, à travers sa start-up studio **La Fabrique by CA**, avec loop-market.fr dont l'objectif est de « permettre aux producteurs de ne pas perdre leurs récoltes et leurs produits transformés », « s'inscrit ainsi en complément de l'initiative partenaire [J'aime mon territoire](#), réseau social d'entraide et de partage entre voisins et acteurs locaux du Groupe Crédit Agricole où les producteurs peuvent contacter ou solliciter leur communauté locale pour tous leurs autres besoins liés au contexte actuel : don, recherche de main d'oeuvre ou encore partage d'actualités liées à l'exploitation. »

- à notre aussi le site www.coopcorico.fr de la **coopérative Cavac**, présenté au Salon de l'agriculture avant la montée en puissance de la **crise sanitaire du coronavirus**. Cette épicerie 100 % digitale, proposant 1 500 références en boucherie-charcuterie, crèmerie-fromagerie, plats cuisinés, boissons, hygiène-beauté, etc., reflète la diversification de l'entreprise, qui vendait déjà en ligne depuis 2011 la viande de ses adhérents sur terredeviande.coop.