

O'TERA: une ferme-magasin pour préserver l'agriculture de proximité dans la région Lilloise

Résumé : O'tera est un réseau organisé autour de deux magasins de produits frais en circuits courts dans l'agglomération de Lille. Le premier magasin O'tera du Sart, créé en juin 2007, a été un prototype pour tester un modèle original de vente en circuit court. Le réseau prévoit d'accompagner des agriculteurs ou entrepreneurs dans l'ouverture de futurs magasins de la franchise.

AUTEUR(S)

Charles D'Hallendre
Responsable communication

charles.dhallendre
@o-tera.com

PROGRAMME

Démarrage : Juin 2007
Lieu de réalisation : Villeneuve d'Ascq
Budget : 15000000 €
Origine et spécificités du financement :
Chiffre d'affaires et fonds propres

ORGANISME(S)

O'tera du Sart
1 rue Louis Constant
59650 Villeneuve d'Ascq
<http://www.o-tera.com>
Salariés : 70
Bénévoles : N/C



COMITÉ DE LECTURE

Date de lecture de la fiche : lundi 05 janvier 2015

Appréciation(s) du comité : *Impacts élevés !*

Solution(s) : *Agriculture et alimentation, Développement territorial, Emploi*

Opérateur(s) : *Entreprise*

Pays : *France, Nord-Pas-de-Calais-Picardie*

Bénéficiaires : *Population urbaine*

Envergure du programme : *Locale*

Domaine(s) : *Environnement, Alimentation, Agriculture*

Fiche collectée dans le cadre du programme RESOLIS « Alimentation responsable et durable »

Copyright: Licence Creative Commons Attribution 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>)

*Pour citer un texte publié par RESOLIS : D'Hallendre, « O'TERA: une ferme-magasin pour préserver l'agriculture de proximité dans la région Lilloise », ****Journal RESOLIS**** (2015)*

ORIGINES ET CONTEXTE DU PROGRAMME

La ferme du Sart était une exploitation agricole située dans la banlieue de Lille sur le point de disparaître. Les co-fondateurs de O'tera étaient à la recherche de nouveaux débouchés pour l'agriculture de proximité. Ils ont ainsi décidé de créer une « ferme-magasin » afin de préserver l'activité agricole dans le territoire. O'tera du Sart a ouvert en juin 2007. Des 15 ha de la ferme, 9 ha sont en culture et 6 ha sont occupés par le magasin, le parking, un parc animalier et des jardins familiaux. La production du champ (environ 400 tonnes de légumes par an) va directement dans le magasin, ce qui évite les transports et les intermédiaires. O'tera travaille également en partenariat avec des agriculteurs de la région qui fournissent des produits frais (fromages, produits laitiers, légumes, fruits, viande etc.) mais aussi des PME de production régionale (traiteur, boulangers, pâtisseries...)

OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Rassembler dans un magasin un maximum de produits issus d'une agriculture de proximité. 60% des produits vendus dans le magasin proviennent de la région. Favoriser les circuits courts, mettre en valeur les produits locaux.
- Travailler en direct avec le producteur. Le magasin propose un seul producteur par produit, il n'y a pas de mise en concurrence entre les producteurs et ce pour pérenniser les emplois agricoles dans la région.
- Établir un lien de transparence avec le consommateur sur l'origine des produits. Les consommateurs ont facilement accès aux coordonnées des producteurs et peuvent communiquer avec eux et avoir une traçabilité simple de l'origine des produits.
- Sensibiliser le consommateur à la saisonnalité des produits agricoles dans leur consommation annuelle.

ACTIONS MISES EN OEUVRE

- Mise en place du point de vente O'tera du Sart, vente de produits issus de la production sur le site du magasin (confiée à un agriculteur indépendant), des 50 producteurs locaux partenaires et des 50 PME également partenaires. L'offre des produits est très diverse, le magasin est spécialisé en produits frais (fruits, légumes, produits laitiers). Le système d'étiquetage permet de savoir qui est le producteur et à quelle distance il se situe du magasin. Un deuxième magasin a été ouvert en décembre 2011 dans l'agglomération de Lille (O'tera d'Avelin).
- Offre de services aux agriculteurs ou entrepreneurs souhaitant monter leurs propres lieux de vente pour les aider à réussir leur projet. Accompagnement sur le choix de l'emplacement, assistance sur le montage financier, assistance informatique, plan de communication, accès au réseau O'tera (logo, fournisseurs, personnel).



RÉSULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN OEUVRE

Les résultats quantitatifs sont très positifs, le magasin a multiplié par deux son chiffre d'affaires en cinq ans (15M d'euros/an) et a favorisé la création de 70 emplois directs et indirects. Les producteurs locaux sont mieux rémunérés car ils livrent directement leurs produits dans le magasin en limitant les frais de transport. De même, les prix des produits sont comparables à ceux de la grande distribution, ce qui favorise les consommateurs : la réduction du nombre d'intermédiaires favorise la fraîcheur des produits avec une meilleure marge pour les producteurs et un meilleur rapport qualité/prix pour le consommateur.

ORIGINALITÉ DU PROGRAMME

- Méthodes organisationnelles : le modèle économique de ferme-magasin est innovant. Par ailleurs, chaque produit est fourni par un seul producteur, il n'y a pas de mise en concurrence entre les producteurs. Ainsi, le prix de vente et les quantités sont garantis chaque année pour les agriculteurs.
- Services : offre d'un accompagnement aux agriculteurs qui souhaitent développer des points de vente à proximité de leurs exploitations. Cela suppose un partage du savoir-faire et de l'expertise acquise à travers l'expérience d'O'tera.

PARTENARIAT(S) DÉVELOPPÉ(S) DANS LE CADRE DU PROGRAMME

- Partenariat avec 100 entreprises locales dont 50 agriculteurs de la région dans le rayon du Nord-pas-de-Calais.
- Partenariat avec la Chambre d'Agriculture : Convention d'appui réciproque visant à accompagner les agriculteurs de la région pour monter leur magasin O'tera. Charte d'engagement pour le développement des circuits-courts.

RETOUR D'EXPÉRIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés durant la mise en oeuvre du programme :

1. Difficulté à faire connaître le fonctionnement équilibré et équitable du concept auprès d'une partie du monde agricole qui assimile la taille des magasins O'tera à de la grande distribution sans décrypter le fonctionnement en circuit court.
2. Trouver des emplacements pour nos futurs points de vente.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

1. Rapprochement de la Chambre d'Agriculture, signature de Charte et Convention.
2. Communication nationale sur notre concept (via médias ou salons) afin de le faire connaître auprès d'acteurs de l'aménagement du territoire : mairies, chambres, professionnels de l'immobilier commercial...

Améliorations futures possibles :

Le réseau O'tera prévoit l'ouverture de 2 magasins supplémentaires (Lille et Valenciennes) et développe d'autres projets dans le Nord et en région parisienne. L'idée est de présenter le modèle économique à des agriculteurs et de les aider à monter leur propre point de vente. Le magasin propose alors un accompagnement sous forme de franchise.

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

- bassin de producteurs à proximité du magasin
- être situé sur un axe de passage 10.000 véhicules/jour ou une agglomération de 60.000 habitants minimum
- avoir un site visible et accessible !

Idée de sujet(s) de recherche fondamentale ou appliquée, utile(s) pour le présent programme :

Intérêt grandissant des consommateurs pour les circuits courts : effet de mode ou changement de mode consommation ?

POUR EN SAVOIR PLUS

Pour en savoir plus sur la querelle avec une partie du monde agricole (cf « Difficultés ») :

<http://www.lavoixdunord.fr/region/saint-andre-face-a-face-infertile-entre-petits-ia22b129506n2456912>