

## Les drives fermiers une nouvelle formule de vente

Au-delà des formes traditionnelles - vente directe, marchés à la ferme ou forain - les démarches en circuits courts agricoles se diversifient. Pour mieux rencontrer les consommateurs, de nouvelles dynamiques sont en effet à l'œuvre : magasins de producteurs, vente en paniers ou encore vente par correspondance, e-commerce... et depuis le 19 octobre 2012 en France : les drives fermiers, qui cherchent à combiner les avantages offerts par la formule drive et le principe des circuits courts.

### LA FORMULE DRIVE

Le principe est bien connu : le client commande ses produits sur Internet et va les chercher sur un site mitoyen d'une grande surface ou dans un entrepôt indépendant. Son colis est alors déposé directement dans son coffre de voiture. Les « drives » ne proposent généralement que 10 % de l'assortiment d'un hypermarché, soit entre 5.000 et 6.000 références, mais il s'agit des articles les plus consommés. Dix ans après l'invention du concept par Auchan, qui ouvrait en 2004 son premier « Chronodrive » à Marcq-en-Baroeul dans le nord de la France, les distributeurs français, pour la première fois, exploitent davantage de points de retrait que d'hypermarchés : fin mars 2014, le bureau d'études de marché Nielsen Trade Dimensions a recensé 2.031 drives en France, contre 2.022 hypermarchés.

L'avantage majeur signalé par les clients est le gain de temps, et par les distributeurs une installation peu coûteuse et la possibilité de multiplier les points de vente. Mais la formule n'est pas sans risque, notamment en termes de rentabilité, car tout dépend du prix



du terrain, de la concurrence et des frais de personnel.

### LES CIRCUITS COURTS

La problématique est, ici, très différente : c'est d'abord la volonté de certains clients de retrouver la saveur des produits ainsi que des liens avec le monde agricole, et pour les agriculteurs, l'opportunité de maintenir en complément des filières dites « longues », une activité agricole de proximité et la valeur ajoutée chez eux. Comme dit ci-dessus, les formes sont multiples.

### ET LES DRIVES FERMIERES OU AGRICOLES ?

Le secteur agricole adapte aujourd'hui le modèle mis en place par la grande distribution. Mais, comme un seul exploitant peut difficilement proposer suffisamment de produits toute la semaine ou rentabiliser son entrepôt de livraison, tous les drives fermiers actuellement en fonctionnement reposent sur des associations d'agriculteurs. En outre, la formule permet surtout d'élargir l'offre de produits commercialisés (une centaine en général) et de partager les coûts de distribution (lieux de retrait, logistique...). A l'inverse des drives de produits de la grande distri-

bution, les drives agricoles proposent généralement une ou deux dates par semaine pour le retrait des commandes, afin de concentrer les commandes mais aussi de simplifier la logistique ; par ailleurs, certains groupements proposent plusieurs points de retrait.

Le premier drive a été lancé par La Chambre d'agriculture de la Gironde et l'association Relais Agriculture et Tourisme (réseau Bienvenue à la ferme) ; il y en aurait une quinzaine aujourd'hui, un peu partout en France, mais surtout au sud-ouest et en Bretagne.

### QUEL AVENIR POUR CES DRIVES ?

Sans aucun doute, le drive n'est qu'une activité parmi d'autres, dans la stratégie de commercialisation des producteurs agricoles ; la vente directe, et non la vente sur les marchés locaux étant utile pour valoriser le drive et par conséquent le site internet. N'oublions pas non plus que l'un des intérêts de « l'achat fermier » est le contact avec le producteur, plus difficile dans le cas du drive, même s'il est toujours possible pour le client de rencontrer le producteur, soit au drive, soit en se rendant chez lui à certaines occasions.

**Bernadette Mérenne-Schoumaker**  
Université de Liège