

Bachelier en agronomie, orientation systèmes alimentaires durables et locaux

HELHa Campus Montignies 136 Rue Trieu Kaisin 6061 MONTIGNIES-SUR-SAMBRE

Tél :

Fax :

Mail :

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE SA 218 Marketing et commercialisation en circuits-courts 1			
Ancien Code	AGSA2B18	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	XISA2180		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	36 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Gauthier MALNOURY (gauthier.malnoury@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Le cours aborde d'abord la définition des circuits courts agricoles, en distinguant les modèles sans intermédiaire et avec un seul intermédiaire. Il explore ensuite l'importance de l'étude de marché, incluant la définition des objectifs, la zone de chalandise et la documentation des produits. La fixation du prix est traitée via l'analyse des charges, du prix de revient et du concept de "Prix Juste producteur". Le positionnement est étudié sous divers angles : avantages, qualité, prix, valeurs, marché et cible. Enfin, le cours propose des stratégies pour trouver de nouveaux clients, en détaillant les outils de communication physiques et numériques.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

Compétence 1 **Compétence 1 : Informer, communiquer et travailler en équipe**

1.4 Choisir et utiliser les systèmes d'informations et de communication adaptés

Compétence 2 **Compétence 2 : S'engager dans une démarche de développement professionnel**

2.2 Développer un esprit critique

2.3 S'adapter aux évolutions technologiques, économiques et sociétales

Compétence 3 **Compétence 3 : Maîtriser les principes de base de la gestion**

3.1 S'informer des aspects légaux et réglementaires de son activité (aspects économique, social, et de production) et les appliquer

3.2 Répondre aux spécificités du marché (local, national, international)

3.3 Développer un réseau de contacts

Compétence 6 **Compétence 6 SADL : Collaborer, gérer ou développer des unités de production (péri)urbaine ou de services dans les secteurs du maraichage biologique en permaculture, de l'agroécologie, de l'agroforesterie, de l'écopâturage et de l'agro-alimentaire**

6.5 Gérer les opérations de conditionnement et de commercialisation des productions et de promotion d'une alimentation pérenne et de qualité,

6.6 Gérer une unité de production, son budget, sa trésorerie, valoriser la production afin d'assurer la pérennité et le développement de l'activité,

Compétence 7 **Compétence 7 SADL : Exécuter, participer à des projets de développement de ceintures alimentaires**

7.2 S'informer des dimensions réglementaires, économiques, sociales et environnementales,

7.3 Exploiter des données techniques, économiques et sociales dans un contexte de redéploiement

Acquis d'apprentissage visés

- Connaître les différents types de circuits courts agricoles
- Réaliser une étude de marché adaptée à la vente directe
- Déterminer le prix de vente en fonction des coûts
- Maîtriser le positionnement des produits agricoles
- Utiliser efficacement les outils de communication

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

AGSA2B18A Marketing et commercialisation en circuits-courts 1

36 h / 3 C

Contenu

Plan du cours

- 1 Le circuit court agricole, de quoi s'agit-il ?
 - 1.1 Quels avantages, quelles contraintes ?
 - 1.2 Circuits de commercialisation en vente directe : aucun intermédiaire entre le producteur et le consommateur
 - 1.3 Autre type de circuit court : 1 intermédiaire entre le producteur et le consommateur
- 2 L'étude de marché : indispensable à tous projets de vente directe
 - 2.1 Définir les objectifs
 - 2.2 Zone de chalandise
 - 2.3 Documenter les produits
 - 2.4 Une feuille de route
- 3 Déterminer le prix de vente
 - 3.1 Les charges fixes et les charges variables
 - 3.2 Prix de revient et prix de vente
 - 3.3 Qu'est-ce que le label Prix Juste producteur ?
- 4 Qu'est-ce que le positionnement ?
 - 4.1 Positionnement sur les avantages du produit
 - 4.2 Positionnement sur la qualité des produits
 - 4.3 Positionnement par le prix
 - 4.4 Positionnement par les valeurs
 - 4.5 Comprendre votre marché
 - 4.6 Comprendre votre cible
- 5 Trouver de nouveaux clients : quels outils de communication utiliser ?
 - 5.1 Les outils de communication physiques
 - 5.2 Les outils de commercialisation virtuels
 - 5.3 Quels outils de communication choisir ?

Démarches d'apprentissage

- cours théorique ex-cathedra avec beaucoup d'exemples concrets

Dispositifs d'aide à la réussite

- mise à disposition d'un syllabus
- slides power point du cours

Sources et références

La formation en ligne dispensée sur la plateforme agrilearn : Trouver de nouveaux clients : quels outils de communication utiliser (agrilearn.fr)

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- syllabus du cours
- slides power point du cours

4. Modalités d'évaluation

Principe

Examen écrit 100% de la note en fin du cours

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation			Exe	100		

Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Cours uniquement en Q2 et évaluation uniquement à la fin du cours. Pas de dispenses. Si certificat médical ou examen non présenté, l'étudiant le présentera en 2eme session selon les mêmes conditions.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 66 du règlement général des études 2024-2025).