

Dénicheuse de « pépites fermières »

Fanette Roux Maynard propose à des fermiers, peu disponibles pour la vente directe en circuit court, de prospecter pour eux des crémiers-fromagers.

La société *Pépites fermières* est née en juillet 2022 avec l'ambition de mettre en relation des fermiers et des crémiers-fromagers. « Je propose ma prestation aux fermiers, nous nous mettons d'accord sur une liste de prospects, essentiellement des crémiers, affineurs et épicerie fines, auxquels je rends visite pour leur faire déguster les produits et leur parler des producteurs », explique Fanette Roux Maynard, 48 ans, sa fondatrice. Elle représente ainsi une quarantaine de fermiers et démarcher quelque 280 crémiers dans les grandes agglomérations. « Une fois que le prospect passe une commande, je propose un suivi administratif et commercial. » Tous les producteurs doivent respecter une « charte qualité et bien-être animal », qui prévoit notamment le pâturage systématique.

« Des demandes spécifiques »

Thomas Vandale, de la ferme Lanset (cf PF 108) a été son premier client. La première année, elle a visité environ 200 boutiques. « Ce sont des détaillants qui peuvent se permettre d'avoir des frais de port plus élevés. Globalement, ils discutent plus du produit que du prix, cela permet de faire vivre les producteurs. Il leur arrive de me faire des



« Une charte qualité et bien-être animal à respecter »

demandes spécifiques : je suis actuellement à la recherche d'un lactique de brebis crémeux, de petit format, assez puissant, élaboré par un producteur qui ne désaisonne pas et dont les brebis pâturent toute l'année. Ou simplement des crémiers qui souhaitent passer en direct pour du reblochon fermier... »

Après vingt ans de postes de direction au sein de groupes internationaux, elle a souhaité devenir crémière, passant un CAP et un CQP à Paris. « Je voulais m'installer, mais le marché a changé, des boutiques ont commencé à fermer après le Covid. Je suis partie faire un tour de France, à la rencontre des producteurs. Ils me disaient avoir des problèmes de vente, la plupart écoulent leurs produits sur les marchés locaux. Trop de travail ! J'ai donc réfléchi à organiser une force de vente partagée », explique-t-elle.

Pour réduire les frais de logistique, elle propose aux crémiers de se regrouper :

« Une dizaine vont ainsi partager les frais de transport vers Paris, Lyon ou Nantes. Nous essayons d'en faire de même avec les producteurs. J'utilise beaucoup mon réseau de CQP. L'idée initiale était de développer la vente directe sans passer par Rungis, mais il arrive que quelques grossistes nous aident pour la logistique. » Elle contribue même à ce travail de sourcing pour quelques-uns d'entre eux.

Il lui arrive d'utiliser les compétences financières de sa vie précédente « pour accompagner les producteurs dans l'optimisation de leurs charges et investissements, les aider à mieux déterminer leur prix de vente, afin qu'ils ne disparaissent pas faute de travail suffisamment rémunéré. »

Bouche-à-oreille

Grâce à la progression de la demande, elle vient d'installer une chambre froide au siège de sa société, à Maisons-Laffitte, en région parisienne. « Je ne stocke pas de la marchandise pour la vendre, prévient-elle aussitôt, mais seulement pour conserver les échantillons destinés aux crémiers. »

Avec une centaine de produits référencés, elle souhaite désormais « lever des fonds et recruter deux personnes pour booster la commercialisation pendant que je suis sur la route. Toute ma communication s'effectue par le bouche-à-oreille, je n'ai même pas le temps de m'occuper des réseaux sociaux. Par contre, je suis présente sur les salons "Paris fermier". » En plus des fromages, elle a commencé à soutenir quelques producteurs d'autres produits : cornichons, miel, charcuterie... ■ DP