

## **Pérenniser votre ferme maraîchère : concevoir et piloter votre stratégie**

Le maraîchage diversifié est une activité porteuse de sens et créatrice de lien. Toutefois pour qu'un projet ait de l'impact dans le temps, il doit s'adapter aux évolutions de son écosystème.

Jusqu'en 2020, les maraîchers diversifiés ont bénéficié d'une demande croissante en produits locaux, frais et de saison. Depuis 2021, une atténuation de cette demande entraîne des difficultés chez les maraîchers, qui doivent trouver des réponses adaptées pour le développement de leur activité.

Cette formation vous permettra d'appréhender au mieux ces changements dans un objectif de pérennisation de votre ferme et de cohérence entre projet individuel et réalité de la demande des consommateurs.

Grâce à une méthodologie complète pour adapter votre stratégie à votre contexte, vous pourrez piloter votre projet d'une main de maître pour fournir à vos clients des légumes savoureux durant de nombreuses années. Les E-Learning vous fourniront les éléments d'analyse, tandis que Charles Souillot, lors des classes virtuelles, vous guidera pour les appliquer à votre projet.

### **Date, durée totale et lieu de la formation**

**Durée totale : 22 heures et 30 minutes**

**Date(s) de la formation : du 23 octobre 2025 au 15 janvier 2026**

#### **Les clefs pour le développement stratégique de votre ferme maraîchère**

##### **Module 1er. E-learning**

- **Lieu** : Plateforme en ligne La Galerie du Ver de terre

- **Date** : du 23/10/25 au 15/01/26

- **Durée** : 12 heures et 30 minutes

*Accès à la plateforme 24h/24h et 7/7 pour les cours et exercices en ligne*

#### **Pérenniser votre ferme maraîchère : concevoir et piloter votre stratégie**

##### **Module 2e. À distance**

- **Lieu** : Plateforme de VISIO ZOOM

- **Date** : du 07/11/25 au 15/01/26

- **Durée** : 10 heures

**Horaires :**

- le 07/11/25 de 14h00 à 16h00
- le 27/11/25 de 14h00 à 17h00
- le 18/12/25 de 14h00 à 16h00
- le 15/01/26 de 14h00 à 17h00

Un lien de connexion est envoyé aux participants avant le début de chaque webinaire

## Objectif(s) de la formation

- Être capable de **définir des objectifs de chiffre d'affaires cohérents** et compatibles avec le fonctionnement de sa structure et ses attendus de rémunération.
- Être capable **d'identifier les investissements prioritaires** sur sa ferme maraîchère.
- Être capable **d'identifier les besoins en trésorerie** pour assumer le cycle de production.
- Être capable de développer un pôle recherche et développement permettant d'innover en terme de produits et de faire évoluer sa gamme vers une plus grande efficacité.
- Être capable **d'évaluer l'impact de ce développement sur les infrastructures de la ferme et la pertinence des investissements** qu'ils engendrent.

## Contenu de la formation

### ***E-learning - Pérenniser votre ferme maraîchère : les clefs pour le développement stratégique***

#### **Module 1er.**

- **Lieu** : Plateforme en ligne La Galerie du Ver de terre

#### **Objectifs pédagogiques**

- Etablir une stratégie d'entreprise cohérente pour une ferme en maraîchage diversifié
- Analyser sa stratégie via le suivi d'indicateurs et la mise en place d'outils de pilotage

#### **Contenus**

##### PARTIE 1 - ÉLÉMENTS D'ANALYSE DE LA STRATÉGIE

1. Introduction
2. Une réflexion en contexte
3. Tout change
4. Se défaire d'un mythe
5. Face à ces constats, il faut maintenant avancer
6. La répartition du temps de travail
7. Etude de cas
8. Commençons l'analyse
9. Structuration du raisonnement
10. Quels sont les facteurs limitants sur votre ferme ?
11. Être efficace ou être efficient
12. Améliorer le processus par l'utilisation d'outils
13. Conclusion
14. Exercice

## PARTIE 2 - DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE A LA STRATÉGIE DE GAMME

1. Le poids de la vente sur la ferme - cas 1
2. Le poids de la vente sur la ferme - cas 2
3. Proportionner la vente et fixer des objectifs
4. Définir une cible
5. Percevoir les attentes
6. Le déterminisme d'achat
7. Développer une communication ciblée
8. Étude de cas : la vente en paniers
9. Étude de cas : la vente à étal
10. Vers un schéma de construction
11. Conclusion
12. Exercice

## PARTIE 3 - STRATÉGIE DE GAMME

1. Introduction
2. Les habitudes de consommation : un point de départ
3. Les grandes typologies de légumes
4. Passer d'une approche légumes à une approche produits
5. Outils d'analyses
6. Biodiversité cultivée et biodiversité consommée
7. Etude de cas
8. Construction de la gamme
9. Etude de cas
10. Conclusion
11. Exercice

## PARTIE 4 - STRATÉGIE DE PRODUCTION

1. Introduction
2. Les surfaces couvertes
3. Les différents types d'abris
4. Types d'aération
5. La ressource en eau
6. Le réseau d'irrigation primaire
7. Le réseau d'irrigation secondaire
8. Semis et plantation
9. Désherbage
10. Apporte de matière organique
11. La motorisation
12. Conclusion
13. Exercice

## PARTIE 5 - STRATÉGIE LOGISTIQUE

1. Les enjeux
2. Le stockage
3. Le lavage des légumes
4. Réflexion sur la logique des flux de récolte
5. Réflexion sur les flux post-récolte
6. Etude de cas 1
7. Etude de cas 2
8. Conclusion

## PARTIE 6 - LE PILOTAGE DE L'OUTIL

1. Introduction
2. La création de valeur de la main d'œuvre
3. Analyse des charges d'approvisionnement

4. Analyse des achats de biens et services
5. Analyse des amortissements
6. Analyse des charges salariales
7. Analyse de l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE)
8. Analyse du résultat
9. La trésorerie
10. Vers une fixation du prix
11. Mise en place d'outils de pilotage
12. Conclusion
13. Exercice

## PARTIE 7 - INTRODUCTION ET ACCOMPAGNEMENT DE LA MAIN D'OEUVRE SUR SA FERME

1. Introduction
2. Etudes de cas
3. La fiche de poste
4. L'entretien d'embauche
5. L'entretien annuel
6. La définition d'objectifs
7. La mise en place de procédures
8. La mise en place d'outils de partage de l'information
9. Organisation du travail et préparation des chantiers
10. Vers la perspective de temps libre
11. Conclusion

## PARTIE 8 - CONCLUSION GÉNÉRALE

1. Déroulons le fil
2. Débuter l'analyse par ses attentes
3. Une première analyse globale
4. Travailler la stratégie commerciale
5. Développer une gamme cohérente
6. Faire évoluer son outil productif
7. Développer une ergonomie récolte et logistique
8. Mettre en place des objectifs chiffrés
9. Poser un cadre à l'introduction de main d'œuvre
10. Et pour finir

## ***Classes virtuelles - Pérenniser votre ferme maraîchère : concevoir et piloter votre stratégie***

### **Module 2e. À distance**

- **Lieu** : Plateforme de VISIO ZOOM
- **Date et horaires** :
  - **le 07/11/25 de 14h00 à 16h00**
  - **le 27/11/25 de 14h00 à 17h00**
  - **le 18/12/25 de 14h00 à 16h00**
  - **le 15/01/26 de 14h00 à 17h00**

*Un lien de connexion est envoyé aux participants avant le début de chaque webinaire*

## Objectifs pédagogiques

- Décrire les mécanismes nécessaires à l'analyse stratégique de la ferme et prioriser les problématiques stratégiques pour envisager une politique de développement cohérente.
- Mettre en œuvre une stratégie commerciale en accord avec ses réalités de production et les enjeux économiques de la ferme.
- Envisager les enjeux économiques de la vente, et attribuer à ses ventes des objectifs de chiffre d'affaires
- Définir les investissements prioritaires sur sa ferme
- Evaluer le retour sur investissement des outils et infrastructures pour envisager un bon dimensionnement
- Mettre en œuvre un pilotage stratégique d'entreprise sur la ferme et d'en mesurer les enjeux sur le plan économique, social et écologique
- Faire le lien entre le chiffre d'affaires réalisé, les productions envisagées et le besoin en trésorerie pour assumer le cycle de production, et envisager des méthodologies de constitution de la trésorerie.

## Contenus

### **Classe virtuelle n°1 : Identification des facteurs limitants de l'exploitation**

A travers plusieurs études de cas, les stagiaires seront amenés à positionner leur ferme ou leur future ferme en termes de facteur limitant.

Chaque stagiaire présentera ses problématiques du moment afin de les remettre dans un contexte d'analyse globale.

### **Classe virtuelle n°2 : Adéquation entre stratégie commerciale et stratégie de production**

Evaluation des objectifs commerciaux de chaque vente

Evaluation des carences de production potentielles

Mise en place d'une stratégie de gamme

Analyse des perspectives de développement

Méthodologie de développement d'une nouvelle vente.

### **Classe virtuelle n°3 : Pertinence stratégique des investissements**

Quels investissements en fonction de la taille de ma ferme ?

Évaluation de la pertinence économique des investissements : pertinence directe, indirecte, et développement du confort de travail

Évaluation du gain de temps de travail

Amortir ou autofinancer : proposition d'analyse stratégique

### **Classe virtuelle n°4 : Le pilotage économique : méthodologie et ratios à envisager**

Présentation d'outils à mobiliser pour mieux piloter sa ferme : le tableau de trésorerie, l'évaluation de la création de valeur, la planification dynamique, l'analyse du cycle de production et la gestion du pôle recherche et développement

Etudes de cas concrets :

Exemple de l'impact de nouvelles cultures sur le poste logistique de l'exploitation.

Méthodologie d'évaluation des besoins de trésorerie pour assumer le cycle de production.

## Intervenant(s)

### **Charles Souillot**

Formateur conseiller indépendant dans le domaine des cultures maraichères et des productions végétales. Il forme sur divers sujets techniques depuis plusieurs années et il suit également plus de 300 maraîchers à l'année entre la Bretagne et la Normandie.

## Méthodes pédagogiques

### **Cours en e-learning :**

Les cours e-learning sont accessibles depuis la plateforme LMS "La Galerie du Ver de terre". Chaque cours est constitué de leçons sous format vidéo, suivies de quiz. Ces cours sont accompagnés de documents écrits type livrets pédagogiques, ressources complémentaires etc, et d'un forum d'échanges et de discussion. Les vidéos de cours sont réalisées avec nos formateurs(rices), qui utilisent des diaporamas, le paperboard, et réalisent des démonstrations pratiques dans les parcelles etc.

### **Classes virtuelles :**

Les classes virtuelles sont réalisées avec l'outil ZOOM. Lors de la première séance, un tour de table des stagiaires a lieu pour permettre au formateur(rice) de collecter les profils et les besoins des stagiaires, afin d'adapter la séance à ces derniers. Les formateurs(rices) partagent leur support de formation (diaporama, ressources etc..). Des outils d'échanges directes ("discussion" dans ZOOM) sont mobilisables par les stagiaires, les formateurs(rices) et les animateurs(rices) tout au long de la séance. Les formateurs(rices) pourront utiliser la fonction "tableau blanc" si besoin pour illustrer des notions, réaliser des schémas ou corriger des exercices. Des temps d'échanges en direct (questions / réponses) sont réalisés en fin de séance, avant l'évaluation des acquis individuel de chaque stagiaire.

## Modalités pédagogiques

### **Séance(s) à distance**

Afin d'assurer la bonne réalisation de la formation en ligne, une assistance est mise à disposition des stagiaires.

### **Assistance pédagogique :**

À tout moment, le stagiaire peut solliciter l'animateur en charge de la formation chez Ver de terre Production. Ce dernier est en mesure d'accompagner l'apprenant dans son parcours de formation et peut solliciter l'équipe pédagogique (formateurs et formatrices) pour répondre à ses questions.

Sur la plateforme de formation en ligne, le stagiaire :

- reçoit une réponse de correction automatique de la plateforme pour les exercices réalisés

- peut poser des questions via la plateforme e-learning ou directement par mail et téléphone à l'encadrant digital principal.
- peut visualiser et télécharger les scripts de chaque parcours ainsi que la bibliographie

**Assistance technique :** Le stagiaire peut obtenir assistance en contactant l'encadrant digital directement sur la plateforme LMS ou par téléphone/mail.

## Publics visés et prérequis

La formation est destinée aux personnes intéressées par les sols vivants et l'agroécologie. Tout public.

Pour tous les autres publics intéressés, merci de nous contacter pour vérifier avec vous la cohérence et faisabilité de votre projet avec les objectifs de formation.

Il est très vivement conseillé à toute personne à mobilité réduite (PMR) ou en situation de handicap (PSH) de nous contacter avant toute inscription car nos formations comportent très fréquemment une pratique « Terrain » (ex. visite de fermes) et cette séquence peut être inaccessible en fonction du handicap.

Cette formation est réalisée en toute ou partie à distance. Les participants doivent avoir à leur disposition les outils pour se connecter à Internet et réaliser la formation.

## Effectif du groupe

10 minimum - 15 maximum

## Modalités d'évaluation

Tous nos modules distanciels sont clôturés par des évaluations afin de mesurer les connaissances acquises et méthodologies comprises (Quizz avec des questions ouvertes et / ou sous format QCM).

Les séquences présentiels sont aussi évaluées sous forme de questions / réponses posées individuellement ou en collectif tout au long de la formation ; sous forme de travaux pratiques individuels ou en sous-groupes (construction d'itinéraires techniques, travaux sur des tableaux, des schémas, des photos de parcelles, etc...)

## Sanction de la formation

Les acquis des participants à la formation sont évalués tout au long de la formation via diverses modalités d'évaluation : quizz et questionnaires en ligne, exercices pédagogiques en cours de formation, questionnaire d'évaluation en fin de formation, travaux pratiques.

Une attestation de formation validant les acquis des participants est délivrée en fin de formation.

## Public éligible et prise en charge

Cette formation peut être prise en charge par **les fonds de formation Vivea** pour les agriculteurs cotisants à la MSA ou par tout autre OPCO (ex. OCAPIAT , AKTO... ) pour les salariés d'entreprise. La prise en charge est également possible par Pôle Emploi pour certaines de nos formations. Pour lesquelles cette prise en charge est indiquée sur la page web correspondante de la formation. Pour les stagiaires sans financement particulier, **un devis** est adressé à la suite de leur pré-inscription.

