



“ Pourquoi et comment **communiquer** sur ma ferme ?”

Petit guide à l’usage des fermes agroécologiques



Vous vous dîtes sûrement :

***“ A quoi sert de communiquer sur ma ferme ?
Je n’ai pas le temps pour ça, j’ai 1000 autres choses à gérer !”***

Et pourtant...!

Votre projet est porteur de sens, c’est bien pour cela qu’il faut le faire connaître !

Votre concept, aussi génial soit-il, ne se suffit pas à lui même, il faut le mettre en lumière pour toucher un maximum de gens et ainsi attirer les personnes près de chez vous qui souhaitent consommer différemment, mieux, et qui seront vos prochains clients !

Voici quelques bonnes raisons de communiquer :

Attirer des clients

C'est la base ! Qui se douterait que tous les bons produits que vous fabriquez avec amour sont disponibles à la vente si personne ne leur dit ? Communiquer pour constituer rapidement une clientèle fidèle est une stratégie payante pour limiter ensuite le temps « commercial » au bénéfice du temps sur la ferme.

Vous mettre en lumière

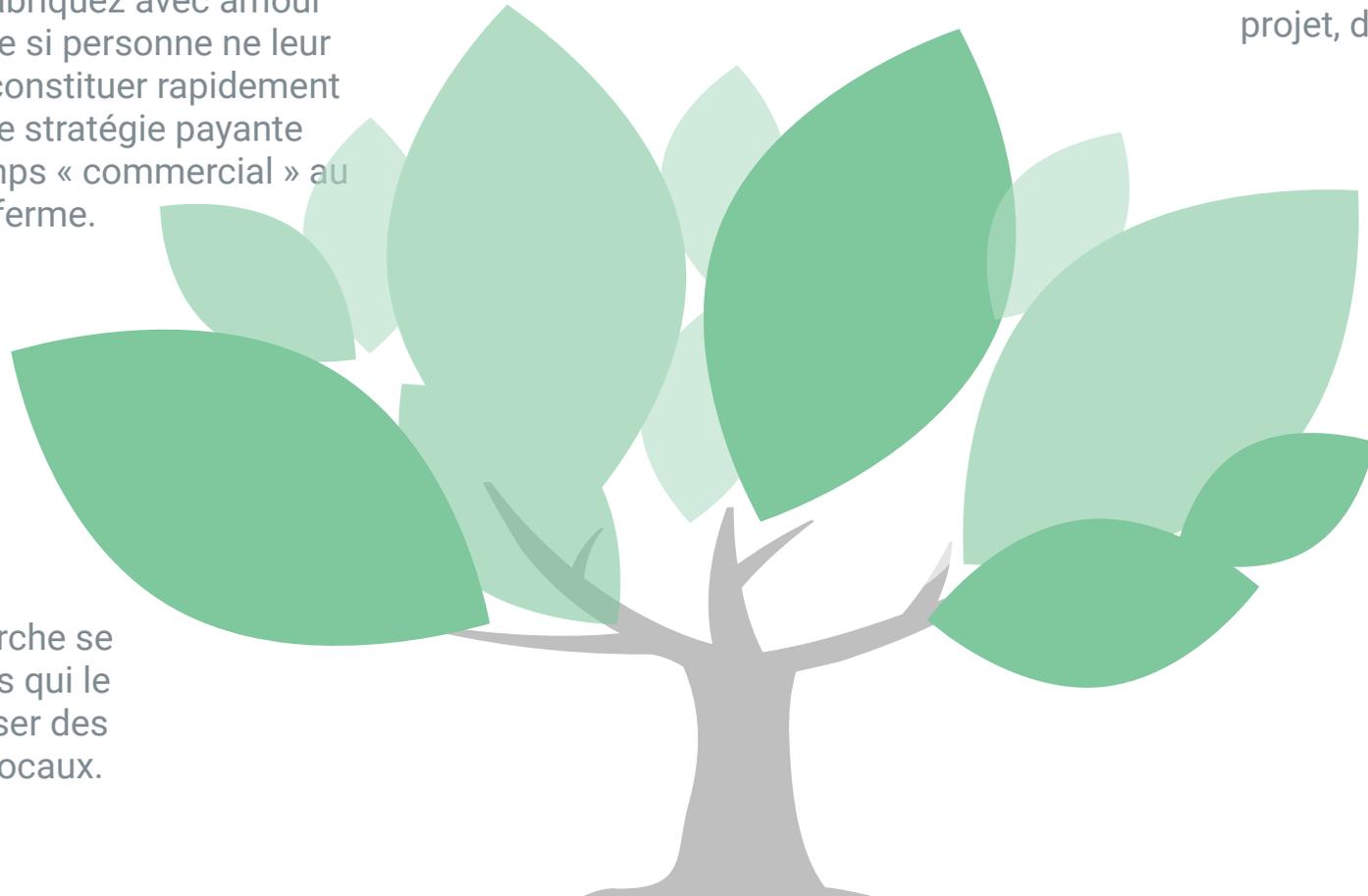
Votre projet et votre démarche se démarquent par les valeurs qui le portent et peuvent intéresser des journalistes ou des relais locaux.

Construire votre réseau local

Vos clients ne sont pas les seuls acteurs que vous devez attirer : vous aurez besoin d'un tissu local dense et solidaire pour soutenir votre projet, de vos voisins à vos futurs salariés, bénévoles ou woofers.

Soutenir la cause !

C'est aussi un moyen de porter la voix du mouvement agroécologique, de lui donner de la visibilité médiatique pour l'amplifier !



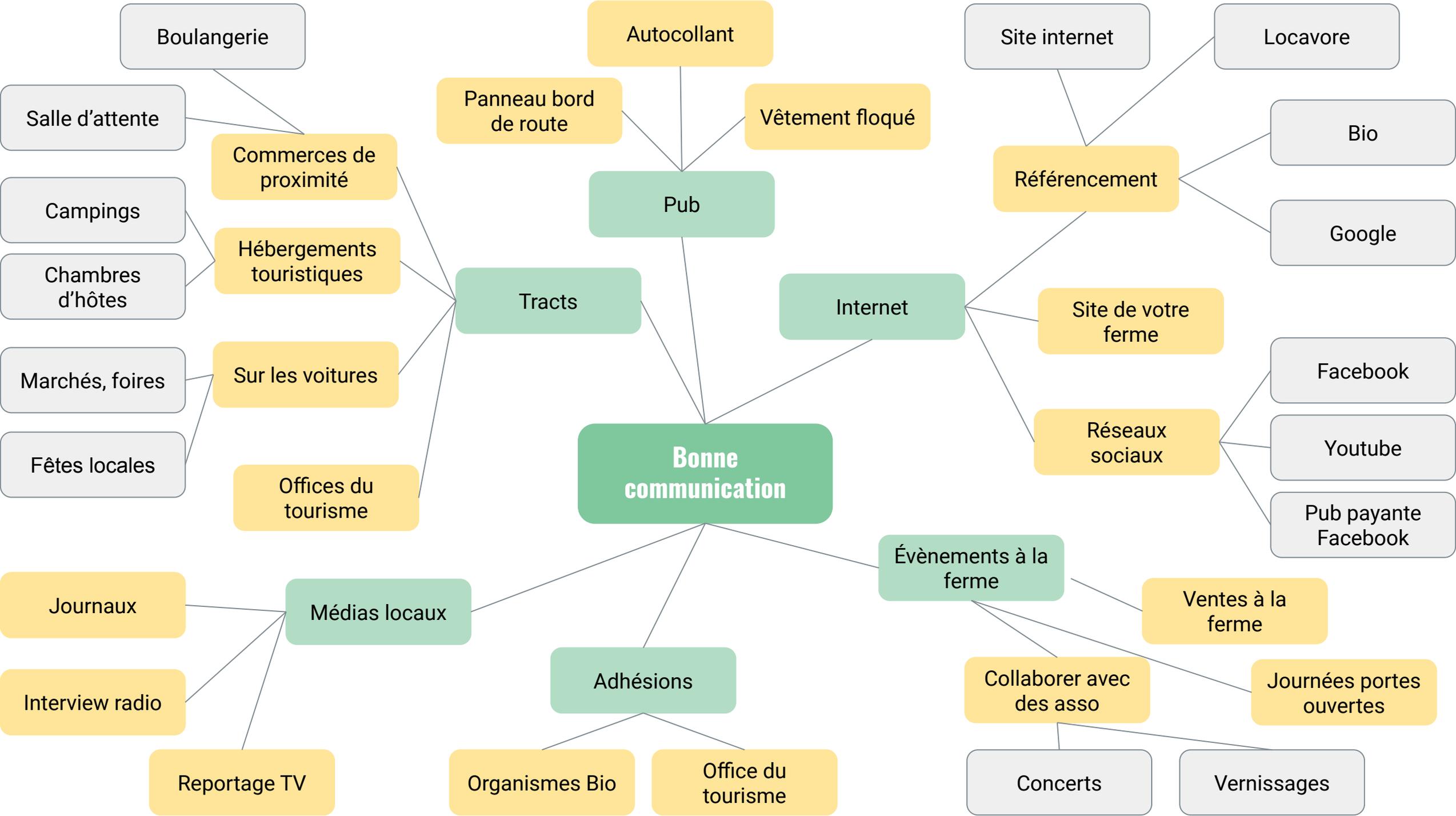
Citation de Lauriane Durant de la Ferme du Vieux Poirier dans son livre "La microferme agroécologique"



“

S’il y a une phrase à retenir de ma vie d’étudiante, c’est celle de mon professeur de communication. Le premier jour de classe, aux toutes premières minutes, il nous a salués, s’est présenté et a dit cette phrase : **“Une entreprise qui ne communique pas est une entreprise morte”**. J’avais trouvé cette entrée en matière assez dure, aujourd’hui je la comprends plus que jamais.

”



Nom, logo & charte graphique

La première étape et celle qui impactera le plus longtemps votre projet : déterminer le nom de votre ferme (si elle n'en n'a pas déjà un) et créer votre logo !



Exemples rigolos (et véridiques) :

- > La Ferme des Têtes de Mules
- > L'écho des blés
- > L'oignon fait la force



Avantage :

- > Utilisé sur tous vos supports de communication, la base de votre identité



Limite :

- > Difficile à changer en cours de route (prenez bien le temps de le choisir et de le créer)



Principales étapes :

- Définir le nom de votre ferme (attention à ne pas prendre un nom trop long ou alors déjà trop utilisé - ex. "la ferme des colibris") et réfléchir à tout ce que les mots choisis peuvent évoquer (lieu, philosophie, valeur, etc.)
- Pour le logo : vous pouvez le créer vous-même via des plateformes gratuites (ex. Canva) ou alors passer par un graphiste / designer
- Déclinez-le en plusieurs formats pour l'utiliser sur tous les supports (avec l'adresse pour un autocollant, avec votre N° de Siret pour un tampon d'entreprise, etc.)
- Établissez votre identité visuelle (aka. "charte graphique") : la police d'écriture, les couleurs, les éléments visuels (ex. une feuille, un âne, une citrouille, etc.) que vous reprendrez sur tous vos supports de communication

Budget :

- Gratuit si vous le faites vous-même, ou payant (quelques centaines d'euros) si vous passez par un prestataire graphiste (payer pour un beau logo/charte graphique est un investissement pertinent)
- Songez au troc si vous passez par un graphiste (un logo contre un carton de vos délicieux produits ?)

Temps nécessaire :

- Dépend de l'état de maturation de votre projet pour le nom
- Comptez quelques heures de recherches si vous passez par un prestataire et plusieurs A/R pour échanger sur le logo

Outils pour aller plus loin :

Site internet

Base indispensable de votre communication, il présente votre projet et vos infos pratiques.



Exemples :

- > [Le site de la Ferme du Vieux Poirier](#)
- > [Le site de la Ferme des Rufaux](#)



Avantage :

- > De nombreux outils sont disponibles gratuitement pour le créer



Limite :

- > Si vous êtes réfractaire à l'informatique, il faudra demander à un prestataire ou un ami sympa !



Principales étapes :

- Réfléchir à l'arborescence de votre site, et aux pages que vous souhaitez y faire apparaître
- Acheter un nom de domaine (www.votre-ferme.com) et payer un abonnement pour héberger le domaine (votre prestataire ou ami sympa vous expliquera)
- Créer le site via une plateforme comme Wordpress ou Wix
- Rédiger votre contenu et choisir vos images (des photos de votre ferme de préférence)
- Une fois publié, rajouter le lien de votre site sur tous vos supports de communication

Budget :

- Quelques centaines d'euros pour le nom de domaine et l'hébergement annuel.
- Faites plusieurs devis si vous passez par un prestataire pour créer votre site. Les budgets peuvent varier de quelques centaines à quelques milliers d'euros en fonction de la complexité de votre site

Temps nécessaire :

- Comptez au moins 2 semaines pour la mise en forme, puis quelques heures mensuelles pour le mettre à jour.

Outils pour aller plus loin :

- Choisir [Wordpress ou Wix ?](#)
- Créer un site [Wordpress](#) ou avec [Wix](#)

Adresse Google Maps

Il s'agit de vous localiser sur la carte Google et ainsi créer une sorte de fiche de visite facilement accessible à vos visiteurs qui vous cherchent sur Google.



Exemple :

[La fiche de la Ferme du Vieux Poirier](#)



Avantages :

- > Permet à vos visiteurs de vous trouver facilement (possibilité d'utiliser le GPS) et d'avoir accès à toutes vos infos pratiques : horaires, adresse, téléphone..
- > Permet de récolter les commentaires des visiteurs

Limite :

- > Ne remplace pas le site internet (qui offre plus de contenu)



Principales étapes :

- Créer votre compte Google My Business
- Localisez votre ferme sur la carte et renseignez les champs demandés pour créer la fiche (vous devrez recevoir un code sous quelques jours pour ensuite valider la fiche)
- Mettre à jour les horaires, le N° de téléphone, etc.

Budget :

- Gratuit

Temps nécessaire :

- Comptez moins d'une heure pour créer la fiche

Outils pour aller plus loin :

- Renseigner son établissement sur [Google My Business](#)

Cartographie des Fermes d'Avenir

Notre [cartographie interactive](#) liste les fermes ayant rejoint notre réseau informel autour de l'agroécologie.



Exemple :

[La fiche de la Ferme du Vieux Poirier](#)



Avantages :

> Vous donne de la visibilité auprès de potentiels clients et journalistes de votre région.

> Vous permet de rejoindre une communauté de fermes engagées avec la même vision (et les mêmes problématiques) que vous.



Limite :

> En cas de modification à faire sur votre fiche, vous devez nous écrire.



Principales étapes :

- Consulter la [Charte des Fermes d'Avenir](#)
- Remplir [le formulaire d'adhésion au réseau](#) (c'est gratuit, rapide et sans engagement, vous sortez quand vous voulez)
- Attendre quelques jours qu'une personne de notre équipe revienne vers vous avec un lien vers votre fiche, pour validation.
- Vous retrouverez la fiche de votre ferme [sur la cartographie](#).

Budget :

- Gratuit

Temps nécessaire :

- 10 minutes pour remplir le formulaire !

Outils pour aller plus loin :

- Vous pouvez mettre en avant le fait que vous soyez "une ferme d'avenir" sur vos supports de communication, notamment si vous êtes lauréat de notre concours ([voir en haut à droite du site de Lauriane](#)). Pour ce faire, vous pouvez télécharger [notre logo ici](#).

Page Facebook

Tel un blog, vous pouvez donner régulièrement à votre communauté des nouvelles et même lui envoyer des invitations pour des évènements



Exemple :

[La page de la Ferme du Vieux Poirier](#)



Avantages :

- > La création de la page est gratuite
- > Facile à mettre à jour avec des photos, vidéos ou des articles pour engager votre communauté
- > Possibilité de créer des évènements et de communiquer par messagerie également



Limites :

- > Les utilisateurs de Facebook représentent une cible connectée donc restreinte
- > Nécessite une animation régulière (1/semaine)



Principales étapes :

- Créer un compte Facebook
- Créer sa page officielle sur Facebook (nom de la page, informations pratiques, image de profil et image de couverture)
- Rédiger ses premiers "posts" pour commencer à garnir la page (actualité, prochains évènements, etc.)
- Inviter ses connaissances à "liker" la page
- Prévoir un petit calendrier dans lequel vous listez vos idées (1 à 2 posts par semaine est très bien pour commencer)

Budget :

- La création de la page est gratuite, et l'envoyer à ses amis aussi
- Vous pouvez ponctuellement faire une publicité Facebook pour renvoyer vers votre page (compter une trentaine d'euros pour 1 semaine)

Temps nécessaire :

- Comptez 2 bonnes heures pour la création de la page officielle (choix des photographies, rédaction des informations pratiques, etc.)
- Puis quelques minutes / semaine pour son animation régulière (rédaction des posts, partage d'articles en lien avec votre activité, etc)

Outils pour aller plus loin :

- [Créer sa page Facebook professionnelle](#)

Compte Instagram

Instagram est un réseau social de partage de belles photographies, vous pouvez donc partager les photos sympas de la ferme et de votre quotidien.



Exemples :

[Une ferme du Perche](#)
[Les Gonne Girls](#)



Avantages :

- > La création du compte est gratuite
- > Rapide à mettre à jour avec des photographies prises sur votre smartphone



Limites :

- > Les utilisateurs d'Instagram représentent une cible plutôt jeune et branchée
- > Nécessite d'avoir un œil plutôt artistique pour poster de belles photos
- > Disponible uniquement en application



Principales étapes :

- Créer un compte Instagram, au nom de votre ferme
- Mettez à jour vos informations (image de profil / logo, localisation, petite description avec des #hashtags comme #ferme #agriculture #permaculture)
- Prenez vos premières photos pour commencer à garnir la page (vue de la ferme, zoom sur une culture ou un animal...). Vous pouvez ajouter des filtres automatiques directement dans l'application pour rendre vos photos plus belles.
- Inviter ses connaissances à suivre votre compte
- Prévoir un petit calendrier dans lequel vous listez vos idées (1 à 2 posts par semaine est très bien pour commencer)

Budget :

- La création du compte est gratuite, et l'envoyer à ses amis aussi
- Vous pouvez ponctuellement faire une publicité Instagram pour renvoyer vers votre page

Temps nécessaire :

- Comptez quelques minutes pour la création de votre compte
- Puis quelques minutes / semaine pour prendre des photos sur votre ferme et les partager

Outils pour aller plus loin :

- [Créer son compte Instagram professionnel](#)

Chaîne Youtube

Comme si vous aviez votre chaîne de télévision à vous ! Youtube vous permet de mettre en ligne vos vidéos - un support qui suscite de l'intérêt à conditions que les vidéos soient de bonne qualité.



Exemple :

[Chaîne de la Ferme de Cagnolle](#)



Avantages :

- > La création de la page est gratuite et facile
- > Vous permet de présenter votre ferme ou votre travail en quelques minutes
- > Idéal pour ceux qui veulent créer des tutos d'apprentissage (ex. "faire des boutures")



Limite :

- > Nécessite un Smartphone et quelques notions de montage vidéos
- > Chronophage dans la création des vidéos et la modération de la page



Principales étapes :

- Créer un compte Youtube
- Anticiper un scénario rapide de votre vidéo (définir un objectif et créer un plan des différentes séquences)
- Filmer avec votre Smartphone ou une bonne caméra
- Pour ceux qui veulent un rendu de qualité : réaliser le montage entre les différentes sections, rajouter un fond musical, du texte, etc. (ex. de logiciel : VSDC Vidéo Editor)
- Charger la vidéo sur Youtube
- Relayez-la sur votre site internet ou page Facebook

Budget :

- La création de la page est gratuite
- L'achat d'un Smartphone ou d'une caméra ne l'est pas... !
- Possibilité d'utiliser les reportages vidéos des journalistes sur votre ferme

Temps nécessaire :

- Comptez quelques minutes pour la création de la chaîne
- Mais plusieurs heures pour la création d'une vidéo (surtout si vous souhaitez faire des montages)

Outils pour aller plus loin :

- Créer sa [chaîne Youtube](#)
- [Faire un montage vidéo avec VSDC Editor](#)

Newsletter

Idéal pour tenir informés vos clients ou vos proches : il s'agit d'une lettre d'information (actualités de la ferme, nouveaux produits, etc.) à envoyer par mail à de nombreux contacts de façon régulière



Exemple :
La newsletter de Fermes d'Avenir !



Avantages :
> Logiciels en ligne gratuits pour vous aider à construire ces Newsletters
> Permet de communiquer vos nouvelles auprès de ceux qui n'ont pas Facebook



Limite :
> Avoir une liste de contacts assez fournie pour justifier le temps dédié à ce moyen de communication



Principales étapes :

- Avoir une base de données de contacts mails (un fichier excel suffira)
- Choisir son logiciel de création de Newsletter, comme MailChimp ou MailJet
- Déterminer la fréquence d'envoi (pas plus d'une fois par mois pour éviter de "spammer" vos contacts)
- Rédiger le contenu
- Choisir les photographies pour illustrer la lettre
- Envoyer !

Budget :

- Logiciel de création gratuit

Temps nécessaire :

- Comptez ½ journée pour vous approprier le logiciel de création
- Puis comptez 2h pour rédiger le contenu et choisir les photographies
- Quelques heures / mois pour mettre à jour votre base de contacts (adresses email)

Outils pour aller plus loin :

- [MailJet](#)
- [MaiChimp](#)

Média locaux

Que ce soit un article dans un journal ou bien un reportage télé, considérez cela comme de la communication gratuite auprès d'une large audience !



Exemples :

- > Journaux quotidiens ou spécialisés
- > Reportage télé pour le journal local



Avantages :

- > Communication gratuite
- > Légitimité : canal de communication considéré comme sérieux auprès des lecteurs ou téléspectateurs



Limites :

- > Un peu chronophage parfois
- > Bien préparer son interview



Principales étapes :

- Les journalistes pourront vous contacter spontanément via votre site internet ou votre page Facebook.
- Déterminer ensemble les sujets que vous souhaitez traiter
- Préparez votre interview pour réussir à véhiculer vos idées ou mots clés (à l'écrit puis à l'oral)
- Menez l'interview et pas l'inverse (préparez une introduction qui met en appétit sur les sujets que vous voulez aborder) et préparez vos réponses
- Envoyez un petit email de remerciement au journaliste

Budget :

- Gratuit

Temps nécessaire :

- Au début, il vous faudra 1h ou 2 pour préparer votre entretien, puis avec l'habitude vous connaîtrez votre discours par coeur
- Comptez quelques heures à 1/2 journée pour le tournage d'une vidéo de 5 min sur votre ferme

Astuces :

- N'oubliez pas de garder les contacts des journalistes dans un fichier excel pour les relancer lors de vos évènements ou actualités particulières (comme une campagne de financement participatif).
- N'oubliez pas non plus de garder les articles et vidéos en souvenir (dans un fichier excel par exemple) et de les relayer sur Facebook

Tracts & Flocage

Bon moyen pour communiquer localement et avoir de la visibilité facilement (ex. un t-shirt imprimé de votre logo, visible de tous dans une file d'attente ou sur un marché local)



Exemples :

- > Tracts à distribuer chez des commerces locaux
- > Vêtements écoresponsables floqués avec votre logo
- > Autocollant sur votre voiture



Avantages :

- > Communication peu coûteuse
- > Touche une cible locale
- > Fait office de carte de visite (pour les tracts)



Limite :

- > Si vous changez de numéro ou de site internet, il faudra tout refaire.



Principales étapes :

- Trouver plusieurs prestataires locaux et demander des devis
- Définir avec le prestataire choisi un support et rédiger le contenu en fonction
- Distribuer les tracts dans tous les commerces locaux

Budget :

- Payant (création et impression allant de quelques dizaines à quelques centaines d'euros) mais distribution gratuite !

Temps nécessaire :

- Quelques heures de recherches d'un prestataire + des échanges avec lui. En une semaine vous pouvez avoir vos supports imprimés.

Outils pour aller plus loin :

- [Utilisez Canva](#) pour créer vous-mêmes les designs si vous le souhaitez

Organisation d'événements à la ferme

La visite de votre ferme est un incontournable de votre communication : pour expliquer votre démarche et créer du liens avec vos futurs clients.



Exemples :

- > Journée porte ouverte ou visite guidée avec dégustation
- > Ateliers (ex. créer son potager)
- > S'intégrer à un festival local ou un concert, vernissage, etc



Avantages :

- > Temps de qualité pour échanger et faire de la pédagogie sur votre projet
- > Opportunité de s'intégrer au tissu économique local et y tisser des liens durables



Limites :

- > Nécessite du temps et quelques bras pour organiser les journées (d'autant plus si elles sont accompagnées d'un repas)
- > Attention aux profiteurs de dégustations gratuites



Principales étapes :

- Evènementiel : démarchez les organisateurs d'évènements dans votre région
- Ateliers : définissez les différents thèmes à aborder, les outils / matériaux nécessaires pour les participants, le prix et la fréquence des sessions
- Organisation :
 - ◆ Choisissez-bien la date !
 - ◆ Communiquez sur tous vos supports (site internet, page Facebook, Newsletter, réseaux locaux, etc.)
 - ◆ Selon la taille du groupe et la formule choisie, calibrez bien le nombre de bras (famille, amis) dont vous pourriez avoir besoin pour l'organisation.
 - ◆ Préparez le plan de la visite et les éléments que vous souhaitez partager (histoire, anecdotes, informations techniques, vente de produits)

Budget :

- Outre le temps passé et les potentiels produits dégustés, l'évènement est gratuit si vous avez pu trouver des bonnes volontés pour vous aider.
- La communication autour du projet pourra être payante (tracts, etc.)

Temps nécessaire :

- Un certain temps...en fonction de l'ambition de votre évènement évidemment.

Conseil :

- Pensez à cibler les familles qui sont toujours à la recherche d'activités à faire avec les enfants (visite d'animaux par exemple).

Participation à des concours & labels

En cas de succès, vous bénéficierez d'une énorme visibilité, mais également d'une reconnaissance officielle d'un partenaire !



Exemples :

- > [Concours Fermes d'Avenir](#)
- > Label Ecotourisme



Avantages :

- > Une visibilité accrue (retombées presse, télé)
- > Une reconnaissance officielle que vous pourrez utiliser dans tous vos supports de communication et gagner en légitimité auprès de votre public
- > Un dossier peut servir à plusieurs concours



Limites :

- > Dossiers longs à préparer



Principales étapes :

- Sélectionnez les concours / labels qui correspondent à votre activité et à votre éthique
- Rédiger votre dossier de candidature en amont, et soignez-le ! N'oubliez pas d'ajouter quelques photos, voire une petite vidéo (c'est parfois demandé) pour rendre votre candidature plus humaine.
- N'oubliez pas de soumettre votre dossier avant la date butoire (c'est mieux!)
- En cas de succès : capitalisez sur votre notoriété et votre prix (annonce sur votre site internet et votre page Facebook, utilisation du logo du Concours, réponse aux sollicitations des journalistes, etc.)

Budget :

- Aucun !

Temps nécessaire :

- Plusieurs heures, voire jours, pour rédiger un dossier de qualité (qui pourra néanmoins être réutilisé pour expliquer votre démarche sur vos supports de communication ou affiner un business plan...).

Outils pour aller plus loin :

- [Candidatez à la prochaine édition du Concours Fermes d'Avenir](#)

Donc si vous êtes ...



...Pressé

> Facebook &
Cartographie des
Fermes d'Avenir



...Pro

> Site internet et
Médias locaux



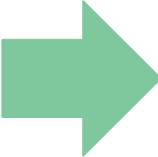
...A l'ancienne

> Tracts et objets
floqués



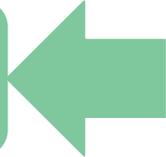
...Artiste

> Youtube et
Instagram



Notre conseil

Utilisez plusieurs canaux en fonction du temps dont vous disposez.



Enfin, si vous êtes à court d'idées pour tenir votre audience en haleine, voici quelques types de sujets qui peuvent intéresser vos potentiels clients :

Vos **motivations**, l'**histoire** de votre projet, votre engagement, etc.

Vos **informations commerciales** (vos prix, produits, canaux de commercialisation, etc.)

Vos **réalisations principales** : constructions,ancements, photos des grandes étapes, etc.



La démarche **environnementale** et **sociale** de votre projet

Vos **actualités** : concours ou labels obtenus, partenariats, vos récoltes, naissances d'animaux, nouvelles plantations, etc.

Pour les sceptiques qui émettent quelques réticences...

“Je ne suis pas photogénique / je n’aime pas me mettre en avant.”

Nulle obligation de vous mettre particulièrement en avant si vous n’aimez pas ça. Vous pouvez parfaitement partager des images de la ferme, du lieu, de vos animaux, de vos cultures...

Si vous avez l’impression de n’avoir rien à dire, c’est faux ! Vous êtes le porteur de projet, sans vous il n’existerait pas ! Comment parlez-vous de votre projet à vos proches ? Avec passion et détermination ?
Et bien il suffit de faire pareil ;-)

“Je n’utilise pas Google ou Facebook pour des raisons éthiques”

On comprend...mais c’est dommage ! Google est le 1er moteur de recherches, c’est là que vos clients vont venir vous chercher ...Pareil pour Facebook ! Ne pas y être serait comme de se passer des pages jaunes ou d’une carte de visite pour un commercial. De plus, ces nouveaux outils vous permettent de mettre en lumière votre voix militante auprès d’un plus large public...et donc d’accélérer la transition.

Néanmoins, même si nous recommandons que votre ferme soit à minima présente sur GoogleMaps, nous vous invitons à passer via un moteur de recherche éthique (tel [Lilo](#) ou [Ecosia](#)) pour vos recherches.

Et niveau budget ?!

“ Combien est-ce que tout ça va me coûter ?”

Lauriane conseille de budgéter **environ 4000€** pour la communication au départ de votre aventure.

Cela vous permettra de gagner facilement votre première clientèle et ainsi payer vos premières factures des 2 années de lancement. Si vous avez l'impression que c'est un gros budget, sachez qu'il ne représente qu'une petite partie du CA qu'une bonne communication peut vous générer ;-)

Un dernier conseil de Lauriane ;-)

“

- ★ Préparez **un message type** à envoyer par mail, SMS ou sur votre messagerie vocale pour toutes les fois où vous ne pourrez pas répondre à vos clients, partenaires tout de suite : les heures d'ouverture, votre site internet ou page Facebook, vos points de vente et toute autre information généralement demandée
- ★ Une **bonne signature d'email** doit contenir : le nom de la ferme et son logo, liens vers le site internet, la page Facebook, horaires d'ouvertures, téléphone, adresse de la ferme et des points de vente, futures animations, etc.
- ★ Gardez toutes **les adresses mails** de vos contacts dans un fichier (pour les Newsletter ou les prochains évènements ou communication importantes)

”

Boîte à outils

(les astuces de l'équipe de Fermes d'Avenir)

Outils & sites utiles

	Canva	Unsplash	OVH, Ionos	Wordpress, Wix
Quoi ?	Un site internet pour créer des éléments graphiques (logos, cartes de visites, cartes de visites, etc.)	Un site internet où trouver des photos gratuites ET libres de droit !	Des idées de sites internet où acheter votre nom de domaine et héberger votre site internet	Des idées de sites internet pour réaliser son propre site internet
Quel prix ?	La plupart des éléments graphiques sont gratuits et certains sont payants (comptez quelques euros)	Gratuit !	Achat du nom de domaine payant (prix varie selon l'extension choisie) et abonnement pour l'hébergement	Certains templates sont gratuits
Où ?	Cliquer ici	Cliquer ici	Lien pour OVH Lien pour lonos	Lien pour Wordpress Lien pour Wix

Mots de vocabulaire utiles

Réseaux sociaux

Abonnés / Followers

Votre base de “fans” sur les réseaux sociaux (les personnes qui suivent votre page sur Facebook ou Instagram)

Likes

Ce petit pouce en l’air qui indique que votre abonné aime votre contenu

Commentaires

Quand l’un de vos abonnés souhaite s’exprimer et interagir avec vous (il est de bon goût de lui répondre et de créer ainsi de l’interaction)

Posts

Les messages, photos ou vidéos que vous allez mettre en ligne sur vos pages de réseaux sociaux

Site Internet

Nom de domaine

Votre nom de domaine indique l’adresse internet de votre site web. C’est une suite de caractères (ex : www.maferme.fr)

Hébergeur web

C’est une entreprise qui met à disposition un espace de stockage afin d’héberger votre site internet.

Template

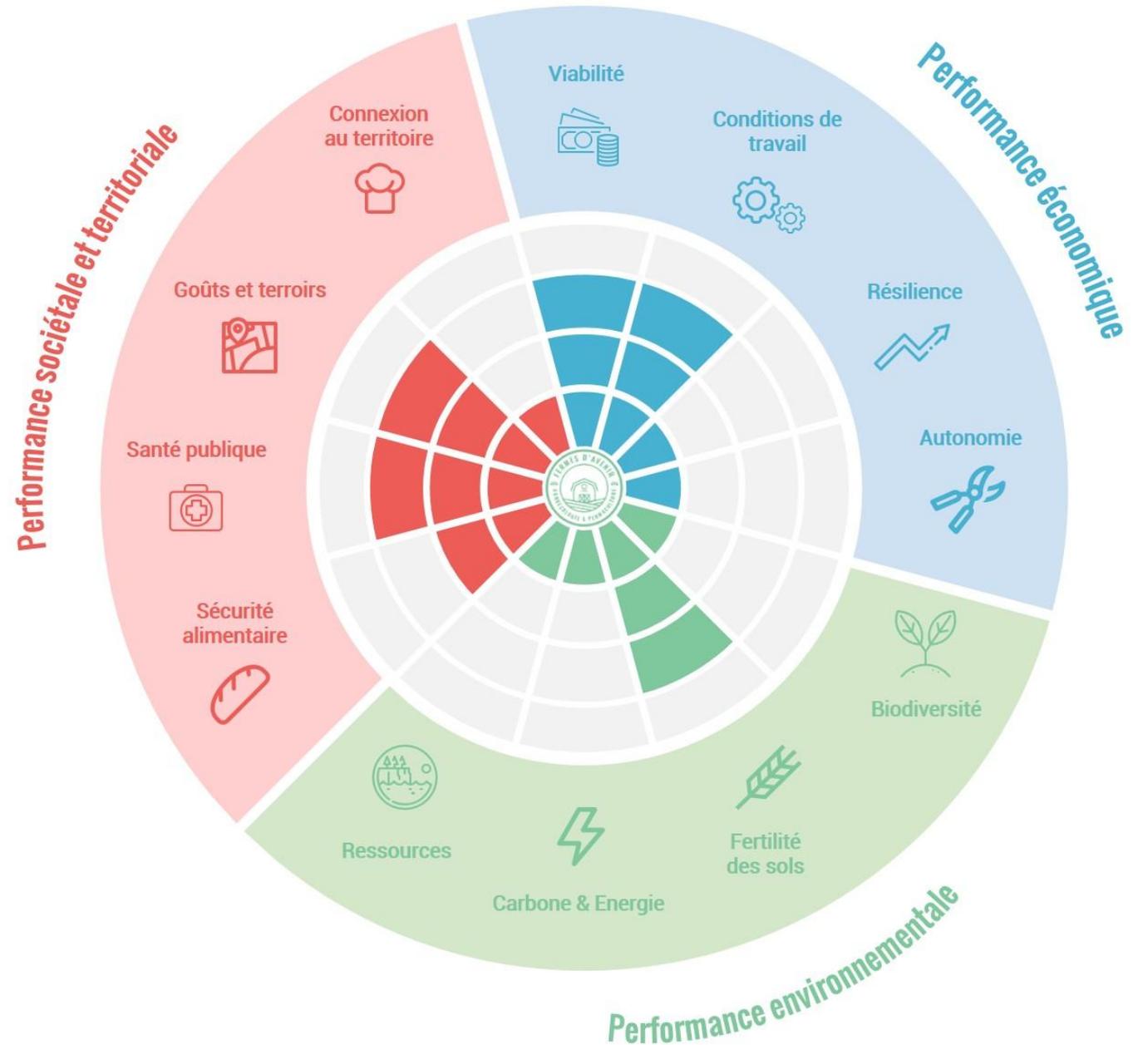
Il s’agit de modèles préformatés qui peuvent vous aider à créer des pages sur votre site ou des images pour les réseaux sociaux (Canva).

Référencement & moteur de recherche

Un bon référencement permet à votre site internet de remonter dans la liste des résultats sur un moteur de recherche tel que Google. Plus votre site sera cité par d’autres sites, plus l’algorithme Google le considérera comme pertinent.

La Fleur de l'agroécologie

Afin de présenter notre vision de manière pédagogique, Fermes d'Avenir a imaginé une « **Fleur de l'Agroécologie** » qui met en lumière 12 aspects majeurs de l'approche agroécologique. Cet outil, simple à utiliser, permet de représenter le modèle de votre ferme et les aspects sur lesquels elle est performante. [Vous pouvez la télécharger ici.](#)



Toujours perdu(e) ?

Si malgré tous ces conseils vous vous sentez toujours perdu(e) par rapport à la communication de votre ferme, ou si vous avez une problématique spécifique, voici plusieurs possibilités d'accompagnement :

- ★ N'hésitez pas à participer à l'un de nos [Ticket Coaching](#) afin de pouvoir échanger avec notre équipe et **être accompagné(e)** sur une problématique précise, liée à la communication mais aussi tout autre sujet (modèle économique, foncier, commercialisation) sur lequel vous vous interrogez concernant votre ferme.
- ★ Fermes d'Avenir, en partenariat avec l'association Planète Urgences, met en place des dispositifs de **mécénat de compétences** sur les fermes de son réseau. Concrètement, un professionnel d'une entreprise peut vous accompagner gratuitement à raison de X heures (à définir) par mois sur des tâches administratives de votre ferme. Pour en bénéficier, [contactez-nous](#) !



**Ce livre blanc a été rédigé par les équipes de Fermes d'Avenir,
avec le soutien d'Anne-Sixtine Bezançon et de Lauriane Durant.**

Nous espérons qu'il vous a été utile, et nous restons à votre écoute pour
toute suggestion d'amélioration.

marion@fermesdavenir.org – www.fermesdavenir.org



Si vous souhaitez aller plus loin et découvrir les autres conseils de Lauriane Durant, cofondatrice de la [Ferme du Vieux Poirier](#), nous vous recommandons chaleureusement son livre :
“La microferme agroécologique”.

Tiré de l’aventure personnelle de Lauriane et de son mari Charles, il s’appuie sur un vécu de plusieurs années, acquis sur leur terrain dans leur microferme en Alsace.

[Vous pouvez vous le procurer ici !](#)





En savoir plus sur Fermes d'Avenir...

Créée en 2013, Fermes d'Avenir est une association qui a vocation à accélérer la transition agricole, en développant des projets agroécologiques et inspirés de la permaculture.

Convaincue qu'une agriculture d'avenir, à impacts positifs, est possible et permettrait d'offrir une alimentation saine et durable au plus grand nombre, son équipe oeuvre au quotidien pour promouvoir des modes de production et de distribution plus justes et plus respectueux de l'environnement. Elle articule ses actions autour de 4 pôles d'activités de production, de formation, d'aide au financement et d'influence.

<https://fermesdavenir.org/>

Pôle Production



Produire une nourriture saine, tout en respectant l'environnement et en favorisant l'emploi local, est au cœur de notre mission.

Fermes d'Avenir a pour ambition **de créer et d'accompagner des fermes agroécologiques, inspirées de la permaculture, partout en France**. Nous lançons plusieurs projets de terrain pour démontrer, par l'expérience pratique, que **l'agriculture naturelle peut être viable économiquement à petite et grande échelle**, avoir de forts impacts sociaux et environnementaux



Réseau des Fermes d'Avenir

Relier les fermes agroécologiques et leur proposer des services :

- Cartographie des fermes
- Fiches technico-économiques
- Ticket Coaching
- Groupe de paysans Pionniers
- Mécénat de compétences avec Planète Urgences

Ferme de l'Envol

Condenser plusieurs innovations organisationnelles, juridiques, économiques, agronomiques, sur une grande surface agricole, en péri-urbain

Projet Sésame en Essonne

Améliorer l'autonomie alimentaire des territoires et créer des emplois locaux.

Activités de conseil

Assister des entreprises, particuliers, collectivités dans la création de leurs propres fermes agroécologiques.

Pôle Formation



Si l'on souhaite changer de paradigme en agriculture, il est indispensable de **former les acteurs d'aujourd'hui et la relève de demain**. La transition des compétences est un défi, nous avons élaboré différentes formations qui répondent chacune à plusieurs cibles.

Fermes d'Avenir est un **organisme de formation référencé dans Datadock** et inscrit sur la **plateforme Kairos de Pôle Emploi**. Beaucoup de nos formations sont éligibles au **financement Vivéa**, et toutes les formations de plus de 3 jours peuvent être financées par Pôle Emploi ou par un OPCO.

Nous formons en moyenne **200 personnes** par an



Formations Microferme et Autonomie

Permettre aux néoruraux de s'installer en sécurité, en se posant les bonnes questions, pour une autonomie alimentaire ou pour dégager un salaire

Programme Compagnonnage

Accompagner pendant 8 mois des compagnons et réfugiés pour se former sur des fermes agroécologiques.

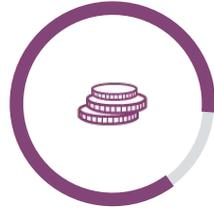
Plateforme numérique

Démultiplier les connaissances par une mise à disposition organisée et gratuite de contenus techniques et de vidéos

Boîte à outils

Mettre à disposition une cinquantaine de fiches pratiques sur l'agroécologie, disponibles en open source.

Pôle Financement



Tout projet nécessite des financements à différentes étapes : amorçage, consolidation ou développement d'une activité, chaque porteur de projet peut avoir besoin de partenaires financiers, en complément ou à la place des banques et des aides spécifiques à l'agriculture.

Il est parfois difficile de financer des projets agricoles à impact positif. Nous souhaitons **aider concrètement les projets vertueux à se financer.**



Concours Agriculteurs d'Avenir

Valoriser et récompenser les agricultrices et agriculteurs ayant des fermes ou initiatives remarquables.

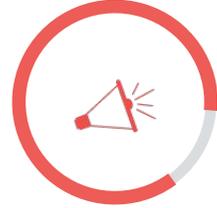
Blue Bees

Proposer des solutions de crowdfunding (dons) et de crowdlending (prêts) pour financer l'installation ou le développement de projets agricoles vertueux.

Investisseurs

Sourcing de projets agroécologiques pour investisseurs responsables, et réciproquement.

Pôle Influence



Dans le vaste chantier que représente la transformation de notre modèle agricole, il est essentiel de gagner la bataille culturelle et politique : **sensibiliser les citoyens** aux enjeux liés à l'agriculture chimique et aux solutions apportées par l'agroécologie en termes environnementaux, sociaux et économiques, mais également proposer des **leviers d'actions concrets pour les décideurs politiques et économiques** à tous les échelons, depuis les politiques locales jusqu'aux mesures législatives. Notre participation aux Etats Généraux de l'Alimentation en 2018 nous a permis de pousser plusieurs propositions issues du plaidoyer Fermes d'Avenir.

Nous mettons en œuvre toute une palette d'outils pour relever ce défi et **faire connaître nos actions**.



Plaidoyer, Pétition & Influence

Etablir un bilan quantitatif et qualitatif des bénéficiaires de fermes agroécologiques, proposer des actions pour décideurs.

Porte-parolat

Porter la voix de l'agroécologie dans les médias, lors d'événements et sur les réseaux sociaux.

Compta socio-environnementale

Expérimenter dans les fermes un modèle comptable innovant, qui redéfinit la notion de profit.

Livres & Film « On a 20 ans... »

Présenter les enjeux et combats menés par Fermes d'Avenir.