

FERMES D'AVENIR

GroupesOS

POURQUOI ET COMMENT COMMUNIQUER SUR MA FERME ?”

Petit guide à l'usage des fermes agroécologiques



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

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

01 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.

02 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.

03 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 !

04 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.



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



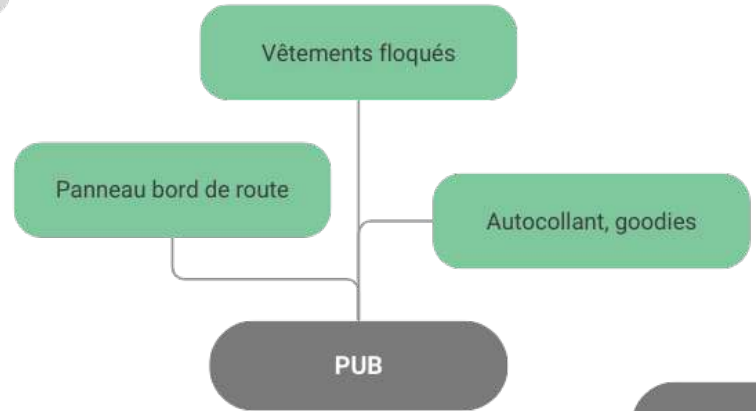
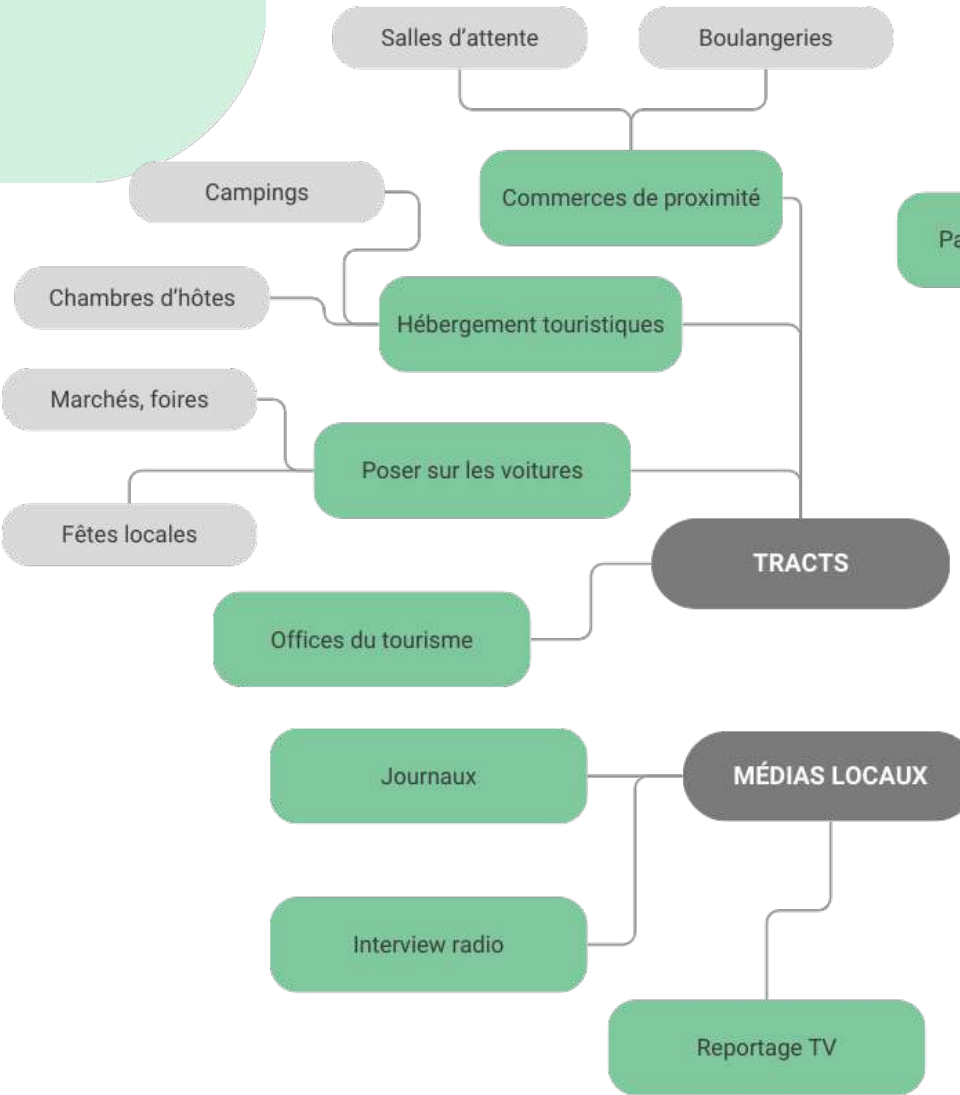
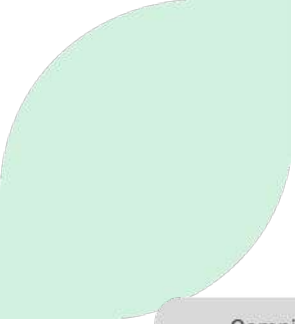
“

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.

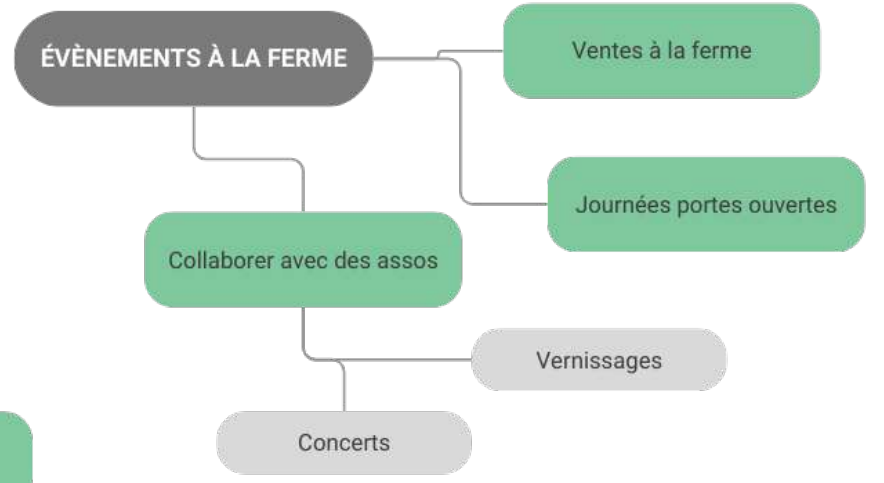
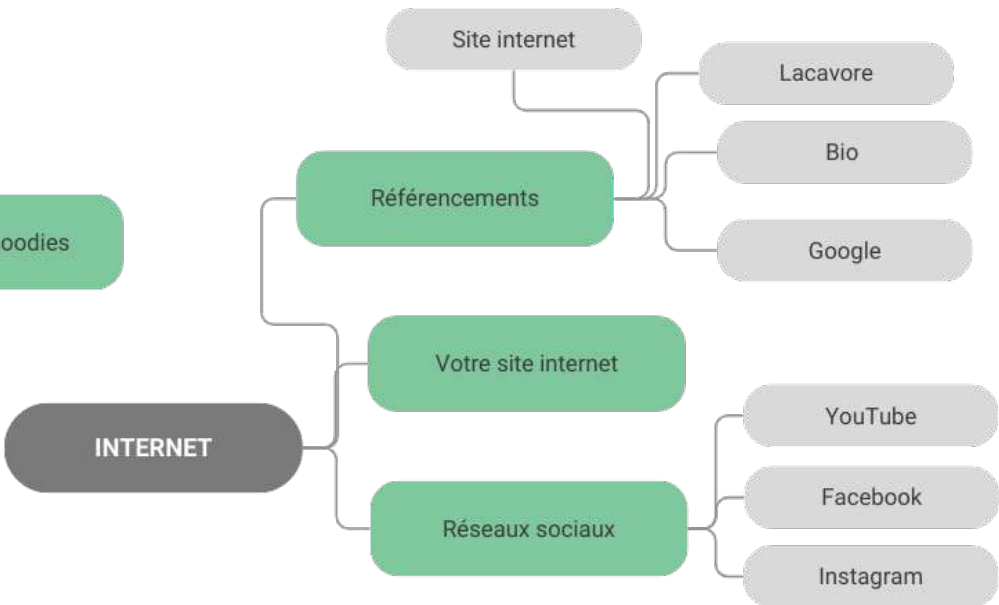
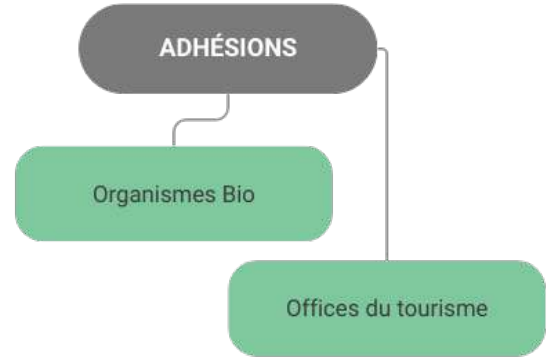
”

Vous avez désormais compris qu'il est **impératif de communiquer** autour de votre projet, mais vous ne savez pas forcément par où commencer, vous ne savez pas quoi dire ou comment faire, et surtout, vous n'avez pas le temps ni le budget !

Pas de panique ! Nous allons vous présenter un grand schéma représentant **l'ensemble des canaux de communication** pertinents pour votre ferme. Ensuite, nous les détaillerons un par un : les avantages ou limites de chacun, les principales étapes, une idée du budget et du temps à allouer à ces canaux et quelques ressources supplémentaires pour aller plus loin !



BONNE COMMUNICATION



NOM, LOGO ET CHARTE GRAPHIQUE

Cette première étape est celle qui impactera le plus longtemps votre Projet !

- Votre nom de ferme, logo et charte graphique sont vos supports de communication : la base de votre identité.
- Il est difficile de les changer en cours de route : prenez le temps d'y réfléchir et de les créer.

Exemples pour s'inspirer :

- [La Ferme des Têtes de Mules](#)
- [La Ferme Sapousse](#)

Principales étapes

- **Définissez 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.)
- **Créez le logo** : vous pouvez le créer vous-même via des plateformes gratuites (ex : Canva) ou alors passer par un graphiste / designer. Pensez à le décliner 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.)
- **Etablissez votre identité visuelle** (ou "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

- [Pour utiliser Canva](#)

SITE INTERNET

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

- De nombreux outils sont disponibles gratuitement pour le créer.
- Si vous êtes réfractaire à l'informatique, il faudra demander à un prestataire ou un ami sympa !

Exemples pour s'inspirer :

- [Une ferme du Perche](#)
- [La Ferme de Gisy](#)

Principales étapes

- Réfléchir à l'arborescence de votre site, et aux pages que vous souhaitez y faire apparaître
- Acheter un nom de domaine (le domaine indique l'adresse de votre site, par exemple 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. Cette plateforme est à distinguer de votre hébergeur (une entreprise qui met à disposition un espace de stockage afin d'héberger votre site internet)
- Rédiger votre contenu et choisir vos images (des photos de votre ferme, de vos productions, etc.)
- 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 et de son référencement

Temps nécessaire

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

Pour aller plus loin

- Comment choisir entre [Wordpress](#) ou [Wix](#) ?
- Créer un site avec [Wordpress](#) ou [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.

- Elle permet à vos visiteurs de vous trouver facilement (possibilité d'utiliser le GPS), d'avoir accès à toutes vos infos pratiques (horaires, adresse, téléphone, site web, etc.) et de récolter les commentaires des visiteurs !
- Attention : elle ne remplace pas le site internet (qui offre plus de contenu).

Exemple pour s'inspirer :

- [La fiche des Gogottes](#)

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.)
- Une fois publié, rajouter le lien de votre site sur tous vos supports de communication

Budget

- Gratuit !

Temps nécessaire

- Comptez moins d'une heure pour créer la fiche

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.

- Elle vous donne de la visibilité auprès de potentiels clients et journalistes de votre région.
- Elle vous permet de rejoindre une communauté de fermes engagées avec la même vision (et les mêmes problématiques) que vous.
- Elle ne remplace pas le site internet (qui offre plus de contenu).

Exemple pour s'inspirer :

- [La cartographie de la Mare des Rufaux](#)

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 min pour remplir le formulaire

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. Pour ce faire, vous pouvez télécharger notre logo [ici](#)
-

PAGE FACEBOOK

Vous pouvez donner régulièrement à votre communauté des nouvelles et même lui envoyer des invitations pour des évènements.

- La création de la page est gratuite, facile à mettre à jour avec des photos, vidéos ou des articles pour engager votre communauté ! Il est également possible de créer des évènements et de communiquer par messagerie également.
- Les utilisateurs de Facebook représentent une cible connectée donc restreinte ! Une animation régulière (1/semaine) est nécessaire.

Exemples pour s'inspirer :

- [Page Facebook de Salade Tomate Oignon](#)

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.)

Pour aller plus loin

- [Créer sa page Facebook professionnelle](#)

COMPTE INSTAGRAM

Instagram est un réseau social de partage de photographies et de vidéos.

- La création du compte est gratuite, rapide à mettre à jour avec des photographies/vidéos prises sur votre smartphone ou autre appareil.
- Vous pouvez partager du contenu sympa de la ferme et de votre quotidien.
- Les utilisateurs d'Instagram représentent une cible plutôt jeune.

Exemples pour s'inspirer :

- [la.vitamine.d](#)
- [les.plantes.extraordinaires?](#)
- [Unefermeduperche](#)
- [la_ferme_gonnegirls](#)

Principales étapes

- Créer un compte Instagram, au nom de votre ferme
- Mettez à jour vos informations (image de profil / logo, localisation, petite description)
- 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 à vos photos, mais nous vous recommandons de ne pas le faire pour préserver leur authenticité et garder un aspect plus moderne.
- Ajoutez une description, des informations à partager à vos followers et à la fin des #hashtags comme #ferme #agriculture #permaculture, etc.
- 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

Comme pour Facebook :

- 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

Pour aller plus loin

- [Créer un compte Instagram professionnel](#)

CHAÎNE YOUTUBE

YouTube vous permet de mettre en ligne de plus longues vidéos de votre ferme.

- La création de la page est gratuite et facile. Elle vous permet de présenter votre ferme, votre travail et même des tutos d'apprentissage (ex. "faire des boutures").
- C'est un excellent moyen pour se faire connaître.
- Avoir une chaîne nécessite un quelques notions de montage vidéo.
- La création des vidéos et la modération de la page peut prendre du temps.

Exemple pour s'inspirer :

- [Chaîne de la Ferme de Cagnolle](#)

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... Vous pouvez acheter un stabilisateur pour votre smartphone pour limiter les coûts et gagner en qualité vidéo !
- Possibilité d'utiliser les reportages vidéo 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 (ce qu'on conseille vivement)

Pour aller plus loin

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

NEWSLETTER

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.

- Il existe des logiciels en ligne gratuits pour vous aider à construire ces Newsletters.
- Elles permettent de communiquer vos nouvelles auprès de celles et ceux qui n'ont pas Facebook ou autres réseaux sociaux.
- Il faut avoir une liste de contacts assez fournie pour justifier le temps dédié à ce moyen de communication.

Exemple pour s'inspirer :

- [La Newsletter de Fermes d'Avenir !](#)

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

- 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](#)
-

MÉDIAS 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 !

- C'est une communication gratuite et qui est considérée comme sérieuse auprès des lecteurs ou téléspectateurs
- Cependant, ça peut être parfois chronophage.
- Il faut bien préparer son interview !

Exemples pour s'inspirer :

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

Principales étapes

- Les journalistes pourront vous contacter spontanément via votre site internet ou votre page Facebook ou autres réseaux sociaux.
- 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 cœur
- Comptez quelques heures à 1/2 journée pour le tournage d'une vidéo de 5 min sur votre ferme

Pour aller plus loin

- 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 vos réseaux sociaux !

TRACTS ET FLOCAGE

Moyens pour communiquer localement et se faire remarquer, dans une file d'attente ou sur un marché local par exemple !

- C'est une communication peu coûteuse qui touche une cible locale.
- Les tracts font en quelques sortes office de carte de visite.
- Si vous changez de numéro ou de site internet, il faudra tout refaire !

Exemples :

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

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

- Création et impression allant de quelques dizaines à quelques centaines d'euros

Temps nécessaire

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

Pour aller plus loin

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

ORGANISATION D'ÉVÈNEMENTS À LA FERME

La visite de votre ferme est nécessaire pour expliquer votre démarche et créer du lien avec vos futurs clients.

- Ce sont ses temps de qualité pour échanger et faire de la pédagogie sur votre projet. Ce sont aussi des opportunités de s'intégrer au tissu économique local et y tisser des liens durables.
- Ces évènements nécessitent du temps et quelques bras pour être organisés. Attention aussi aux profiteurs de dégustations gratuites !

Exemples :

Journée porte ouverte (avec dégustation ou non), ateliers (ex : créer son potager), festival local ou un concert, vernissage, etc.

Principales étapes

- Évènementiel : 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 :
 - o Choisissez-bien la date !
 - o Communiquez sur tous vos supports (site internet, page Facebook, Newsletter, réseaux locaux, etc.)
 - o 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.
 - o 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.

Pour aller plus loin

- 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 ET LABELS

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

- Elle permet à vos visiteurs de vous trouver facilement (possibilité d'utiliser le GPS), d'avoir accès à toutes vos infos pratiques (horaires, adresse, téléphone, site web, etc.) et de récolter les commentaires des visiteurs !
- Attention : elle ne remplace pas le site internet (qui offre plus de contenu)

Exemples :

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

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 butoir (c'est mieux).
- En cas de succès, n'oubliez pas de l'annoncer sur votre site internet et vos réseaux sociaux, d'utiliser le logo du Concours, de répondre aux sollicitations des journalistes, etc.

Budget

- Gratuit !

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...).

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



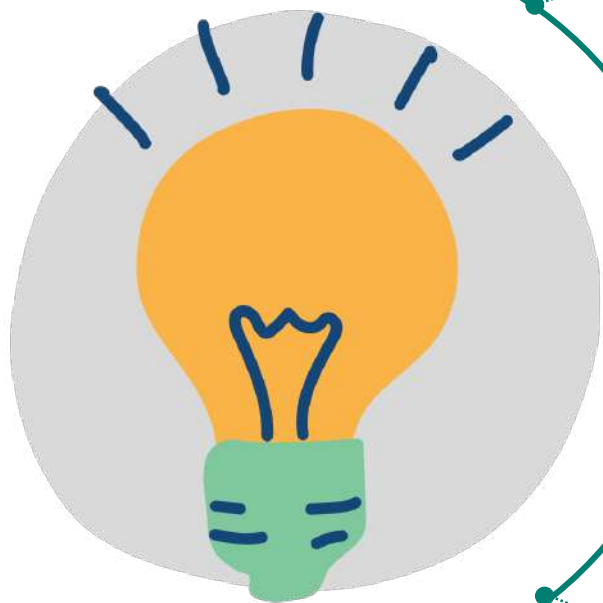
...Artiste

YouTube et
Instagram

Notre conseil

Utilisez plusieurs canaux en fonction du temps dont vous disposez.

Enfin, si vous êtes à court d'idées, voici quelques types de sujets qui peuvent intéresser vos potentiels clients

**01**

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

02

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

03

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

04

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

05

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

3 conseils bons à prendre

01

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.

02

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.

03

Gardez toutes les **adresses mails** de vos contacts dans un fichier (pour les Newsletter ou les prochains évènements ou communication importantes)

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 ? Eh bien, il suffit de faire pareil ;-)

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

Google est le 1er moteur de recherches, c'est là que vos clients vont venir vous chercher... Pareil pour Facebook ! Ces 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.

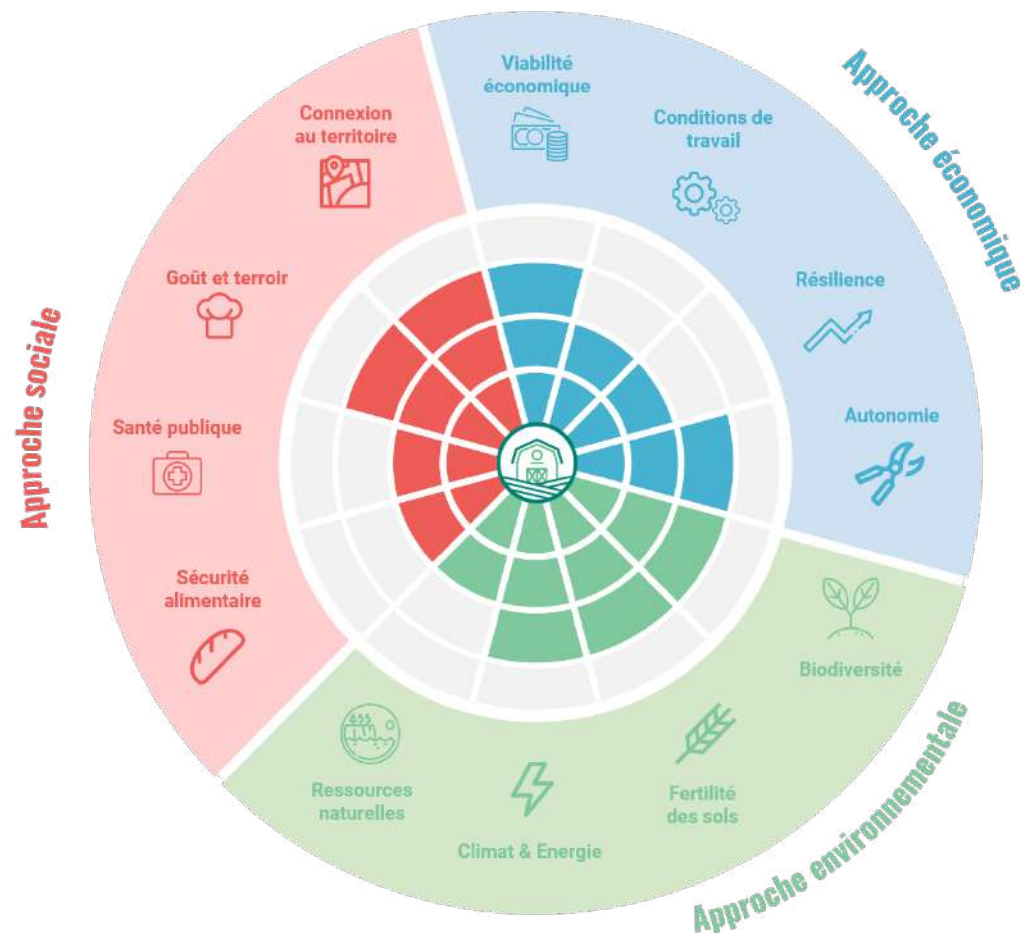
Cela vous permettra de gagner facilement votre première clientèle et ainsi payer vos premières factures des 2 années de lancement. Si ce budget vous semble élevé, gardez à l'esprit qu'il ne représente qu'une petite partie du chiffre d'affaires qu'une bonne communication peut vous rapporter !

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 Ionos	Lien pour Wordpress Lien pour Wix

La Fleur de l'agroécologie

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, n'hésitez pas poser une question dans le cadre de notre [Ticket Coaching](#) !

Vous pourrez 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.

VOUS ÊTES UN PORTEUR DE PROJET ?

Fermes d'Avenir développe plusieurs contenus et programmes à votre intention pour vous aider à concevoir et mettre sur pieds votre projet.



Découvrez

les clés de réussite d'une installation agricole



Interrogez

nos experts agronomes via le Ticket Coaching



Formez-vous

à la théorie et la pratique avec nos formations



Financez

votre projet agroécologique grâce à Blue Bees

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

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

**[Nous contacter - Fermes d'Avenir](https://fermesdavenir.org)
[\(fermesdavenir.org\)](https://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 !](#)