

La lettre du Pôle d'Innovation

Parution du guide DGCCRF du vendeur e-commerce



Le pôle innovation, dans le cadre du travail sur le projet « boucherie du futur », élabore et développe les outils d'une solution « clé en mains » qui permettra entre autres une ouverture au e-commerce aux boucheries qui le souhaitent. Nous ne manquerons pas de vous tenir informés du déploiement de cette dernière.

Nous restons bien sûr en veille sur les informations et réglementations relatives au sujet et nous vous en informerons dès leurs parutions.

La DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes), consciente de la montée en puissance de ce mode de commercialisation, vient de publier un guide s'y référant, **le Guide DGCCRF du vendeur e-commerce**,

à destination des artisans et des professions libérales.

Il apporte aux entreprises les informations nécessaires à la **création d'une boutique en ligne et à son développement**.

Il fait le point **sur les règles à respecter** concernant les **relations commerciales** entre professionnels et évoque les droits du consommateur, ainsi que les voies de recours.

Le guide est téléchargeable sur ardat.boucherie-france.org.

Le e-commerce : une réalité accessible aussi pour les bouchers, charcutiers, traiteurs

Raphaël Rebattet est un jeune boucher installé depuis 2011 à Genas, près de Lyon. Dès 2016, en observant l'évolution des tendances de consommation et notamment l'essor du e-commerce, il commence à réfléchir à la possibilité de créer une alternative de vente en ligne pour compléter l'activité de son magasin. À l'écoute de ses clients, il comprend rapidement que leur offrir des services pratiques leur permettant de gagner du temps et donc de faciliter leur vie quotidienne sera l'une des clés du succès.

Le pari est osé mais la motivation et l'énergie de Raphaël vont lui permettre de mener à bien son projet et même d'embarquer avec lui dans cette aventure un caviste et un crémier.

Il a d'ailleurs été sollicité par les organisateurs du dernier salon Sirha Green à Lyon pour partager son expérience en tant que « grand témoin ».

Il nous explique ici à travers une interview, son parcours dans la création du commerce en ligne « Les Halles de Genas ».



Faites connaissance et laissez-vous inspirer par Raphaël, un boucher 2.0, via son site e-commerce www.leshallesdenegas.fr et son témoignage sur sa création et son lancement en mai 2018.

Quelles ont été vos motivations ?

- Demandes et attentes des clients, en particulier des actifs « pressés et peu disponibles »
- Faciliter la prise de commande et l'acte d'achat
- Être en phase avec les nouvelles technologies
- Casser la routine du métier

Quelles ont été les étapes clés et la durée du développement ?

- Formation à l'utilisation des outils internet
 - Élaboration d'un cahier des charges
 - Démarchage des agences prestataires dans la création de site internet aboutissant au choix d'une structure jeune et dynamique avec une vision futuriste
- ⇒ **Au final une année de travail pour aboutir au site**

Quels sont les coûts, investissements et temps nécessaires au projet ?

- Un véhicule pour les livraisons
- Coût de création du site : 7000 € avec optimisation, achat trafic, hébergement, nom de domaine...
- Suivi/maintenance/accompagnement : 100 €/mois
- ½ h/jour pour le suivi et la mise à jour
- ½ h pour la création et la mise en ligne de nouveautés

Quels freins, craintes et difficultés avez-vous rencontrés ?

- La multitude de prestataires, la grande variabilité des devis, le choix du meilleur rapport qualité/prix
- Faire le bon choix des prestations et services à destination des clients
- La disponibilité matière, la gestion des stocks

Quelle est votre stratégie de communication ?

- Échange client en boutique
- Diffusion sur écran boutique
- Flyers en boutique

Quels services et modalités de retraits sont proposés ?

- Le click & collect avec point de retrait dédié (moins d'attente pour les clients)
- La livraison en local dans un rayon de 10 km avec un véhicule aux couleurs du magasin

Quel bilan, retombées économiques, et retours clients faites-vous ?

- Renouvellement des commandes (2 à 3 fois/mois)
- Panier plus élevé pour atteindre le seuil de gratuité des frais de livraison
- Augmentation par rapport au prix boutique pour compenser les frais de livraison
- Gestion du poids variable par paiement d'un acompte (70 %) puis régularisation à la récupération de la commande
- Retours clients très positifs : facilité d'utilisation du site et la possibilité de garder le contact par téléphone en cas de besoin (maintien du lien)

Avez-vous déjà identifié des perspectives, des évolutions à mettre en œuvre ?

- Déploiement de la communication via l'envoi de SMS, flyers, et annonces sur les réseaux sociaux
- Développement des livraisons en triporteur pour de courtes distances et faibles quantités

Raphaël est aujourd'hui heureux et satisfait de l'accueil que sa boutique en ligne reçoit de la part de sa clientèle. Il est conscient du chemin parcouru – et qui reste à parcourir – et des difficultés rencontrées. De son propre aveu, bénéficier d'un accompagnement, être guidé et conseillé dans ses choix techniques et stratégiques lui aurait grandement facilité la tâche et l'aurait encouragé à se lancer plus tôt et plus facilement dans l'aventure.

À n'en pas douter, bon nombre d'artisans bouchers, charcutiers, traiteurs se reconnaissent dans ce témoignage.

Face à ce constat, l'ARDATmv et la CFBCT travaillent depuis plusieurs mois sur le projet « boucherie du futur » consistant à l'étude d'une offre de service e-commerce parfaitement adaptée aux attentes et aux besoins des adhérents.

Au-delà du développement d'une plateforme de vente en ligne offrant toutes les options inhérentes à ce type de commerce (click & collect, livraison à domicile...) le projet prévoit également d'autres fonctionnalités plus innovantes comme le retrait de commandes en casiers réfrigérés par exemple.

C'est un accompagnement complet que la CFBCT entend proposer à ses adhérents. Chaque professionnel pourra être guidé en fonction de son cas particulier, dans le choix des différentes options possibles pour digitaliser ses pratiques, depuis la création d'une page Facebook au lancement d'une boutique en ligne en passant par la sélection des prestataires web les plus performants.

Le projet et ses avancées seront présentés lors des prochaines instances (bureau confédéral, conseil d'administration et assemblée générale) afin de recueillir l'assentiment de tous.

Valérie Vellere rejoint l'équipe de l'ARDATmv



Valérie Vellere est arrivée en juillet 2018 afin de remplacer Anaïs Dieudé. Elle vient consolider l'équipe de l'ARDATmv grâce à son expérience de responsable qualité dans le secteur de la restauration rapide. Ces précédentes expériences l'ont aussi amenée à côtoyer le monde de l'élevage et de la transformation des produits carnés et des produits de la mer via la gestion et l'audit de différents cahiers des charges officiels ou privés.

Elle rejoint aujourd'hui le pôle pour être en charge de toutes les questions d'ordre technique et réglementaire, notamment sur les aspects liés à l'hygiène, la sécurité des aliments, la traçabilité, et l'environnement.

Via la commission prospective, en lien avec les élus de cette dernière, elle pilotera entre autre des projets plus innovants autour du numérique tels que le projet d'accompagnement à la digitalisation grâce au partenariat avec Linov, le projet Boucherie du futur avec Kéa ou encore le développement et la mise en place d'actions RSE chez nos adhérents.

La gestion des alertes sanitaires : la procédure de retrait/rappel



La multiplication des crises alimentaires et plus récemment la crise « Lactalis », a clairement fait émerger le besoin de repreciser les modalités/obligations règlementaires concernant la procédure de retrait-rappel de produits dangereux.

Chaque année, plusieurs centaines de procédures de retrait-rappel de produits sont mises en œuvre par des professionnels en France. Toutes ne présentent heureusement pas le même niveau de gravité et d'urgence que dans le cas « Lactalis ».

Pour rappel, le règlement CE 178/2002 constitue un cadre règlementaire, couvrant toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution des aliments ainsi que des aliments produits pour les animaux producteurs d'aliments. Ce règlement définit des obligations spécifiques aux professionnels et notamment :

- 1) L'obligation de mettre sur le marché des denrées sûres. Le règlement précise en effet qu'« aucune denrée alimentaire n'est mise sur le marché si elle est dangereuse ». On entend par produits dangereux, des denrées impropres à la consommation et/ou préjudiciables à la santé.
- 2) L'obligation d'établir la traçabilité amont/aval (dans les cas de la vente à un professionnel) des produits à toutes les étapes de production, transformation et distribution.
Cette traçabilité est indispensable pour garantir si nécessaire l'efficacité des procédures de retrait-rappel.
- 3) L'obligation d'action des exploitants en cas de risques associés à des produits qu'ils ont mis sur le marché.

Il est donc obligatoire d'avoir une traçabilité à jour avec au moins une date de fabrication sur l'ensemble des produits transformés sur place, de conserver correctement les étiquettes.

Il peut être nécessaire de vous former à la traçabilité, pour connaître les possibilités de formation en région, contacter votre syndicat ou l'ENSMV au 01 53 17 15 00.

En pratique :

Le but de la traçabilité est de pouvoir identifier et retirer rapidement de la vente tout produit susceptible d'entraîner une éventuelle crise sanitaire du fait de sa dangerosité. Par exemple : la réception de mauvais résultats d'analyses bactériologiques (présence de germes pathogènes : *salmonelles*, *listéria*...), vous devez être capable d'engager un processus de retrait/rappel via une procédure en place au sein de l'établissement.

Les premiers réflexes à avoir dans l'entreprise

- Informer les services de contrôles : notification aux autorités (DDPP)
 - o Informations à présenter aux services de contrôle :
 - nature des produits, nom et adresse des fournisseurs ;
 - noms et adresse des clients intermédiaires, nature des produits livrés ;
 - dates de transaction : BL/facture.
 - o Des informations à transmettre dans les plus brefs délais :
 - description des produits ;
 - n° de lot/DLC/DDM ;
 - volumes/quantités.
 - Jeter les stocks de produits incriminés encore présents au sein de l'établissement et assurer un suivi de cette élimination (facture ou avis de passage pour élimination spécifique reprenant les quantités).
 - Information du consommateur via un affichage « bien visible », reprenant le(s) produit(s) concerné(s), la cause de non-conformité, les dates de fabrication/mise en vente, les invitant à ramener ou éliminer les denrées incriminées encore en leur possession et à consulter leur médecin le cas échéant.
- Une fiche « communication » est proposée en annexe X du guide de gestion des alertes [téléchargeable sur ardat.boucherie-france.org](http://www.ardat.boucherie-france.org).

Contactez l'ARDATmv :

Votre pôle d'innovation se tient à votre disposition pour tout complément d'information relatif aux thématiques évoquées dans cette lettre du pôle au 01 40 53 47 50 ou à ardatmv@boucherie-france.org.

Retrouvez toutes les actualités du métier sur : www.ardat.boucherie-france.org.

