

PRODUITS 100 % NATURELS DANS UN SUPERMARCHÉ PAYSAN EN LIGNE

Maria Dipșe

En 2018, le premier supermarché paysan en ligne de Roumanie, **malltaranesc.ro**, [*țărănesc (adj.) = provenant des paysans*] voit le jour. Sa particularité : des produits autochtones - denrées et produits non-alimentaires d'artisanat. C'est pour répondre aux besoins des foyers toujours plus nombreux, souhaitant le goût et la qualité authentiques des produits 100% naturels faits dans la ferme.

On peut acheter des saucisses, des produits laitiers, des confiseries, des boissons et autres, préparés d'après des recettes indigènes de la campagne, avec des ingrédients du jardin et de la ferme. La tradition s'est transmise de génération en génération. On peut y trouver des compotes sans sucre : de cerises et griottes, de prunes, de pêches ; des confitures sans sucre : de fraises et menthe, de melon jaune et menthe, pêches et melon jaune, prunes blanches, melon jaune et noix, aussi bien qu'une variété de miel, de pollen, de produits faits à partir de la propolis, de la gelée royale fraîche et conservée, des mélanges de miel, pollen et propolis; assortiments de viandes et saucisses ; saucisses fumées ; plats traditionnels. Il faut y ajouter des objets en bois, osier, cuir, terre cuite, tissus.

Concrètement, les artisans et les paysans ont un „commerce” en ligne où ils peuvent présenter leurs produits dont la gamme est très large, vu les particularités des zones géographiques et leurs traditions.

Cette plateforme devance les démarches lentes des parlementaires, de protéger les produits roumains moyennant des lois qui devraient prévoir l'obligation des supermarchés d'offrir sur leurs étalages, 51 % de produits indigènes.

Les trois initiateurs du projet sont : Mihai Mișu, avec une expérience de 20 ans dans le management des projets et le travail en ligne, Cristian Dumitrescu, spécialiste en IT, et Ioana Mișu, avocate qui s'occupe aussi de la base de données de la toile.

Ils ont fondé d'abord à Brașov, l'Association „*Ensemble, nous faisons prospérer la Roumanie*”, projet dont le premier volet s'appelle „*Adopte un paysan !*”. Puis, un **volet commercial de type offre-demande en ligne**, qu'on retrouve dans **www.malltaranesc.ro** . Les organisateurs établissent une base de données avec des producteurs authentiques fidèles à la tradition culinaire et prêtant intérêt aux professions artisanales.

Etant répertoriés dans la plus vaste base de données, les produits d'artisanat et agro-alimentaires sont munis de QR Code qui renvoie aux données sur le producteur. De tels QR seront affichés sur toutes les portes d'entrée du producteur qui peut vendre ses produits, directement aux touristes.

Pour le recueil, le traitement et la gestion des données, on a attiré des acteurs locaux. Ce commerce en ligne sous l'enseigne „*Mall-ul țărănesc*” est structuré dans des rayons avec des produits préparés par les fermiers et recouvrant plusieurs zones géographiques bien déterminées qui conservent leur identité, leur autonomie et par la suite, qui ont leur propre administration. L'appui des communautés locales fourni par chaque Groupe Local d'Action (GAL) de pair avec l'implication d'autres associations font de toutes les zones du pays une source toujours plus large de produits offerts en ligne : tels, les alentours de Brașov et des Montagnes Făgăraș, les zones depuis Mehedinți (sud-ouest du pays) à Suceava (nord-est du pays), depuis la Dobrogea – le littoral de la Mer Noire jusqu'au Maramureș (nord du pays).

Au bout d'un an et 9 mois depuis son démarrage, la plateforme compte 600 fermiers. Quant aux clients, la plateforme en compte presque 5000, le profil de l'acheteur étant : 72% femmes dont 52% âgées de 25 à 45 ans, la plupart de la capitale et des grandes villes. Le nombre de commandes : entre 6 et 20 par jour pour un montant moyen par commande, de 50 lei (12 euros).

La démarche vise à :

- A) identifier les producteurs intéressés à entrer dans le réseau ; nommer un gérant de rayon pour chaque zone géographique ; perfectionner le support logistique et informatique ;
- B) encourager les consommateurs à opter : a) pour un fournisseur/ producteur local des alentours de sa ville – s’il s’agit de denrées périssables ; b) pour tout autre fournisseur de la plateforme si l’on veut des produits alimentaires transformés (compotes, conserves de légumes etc.) ; c) enfin, pour un artisan de produits manufacturés ;
- C) encourager les consommateurs à rendre visite à l’artisan pour se convaincre eux-mêmes des conditions, du milieu où „mes produits” naissent.

Le mot-clé sur lequel se fonde cette communauté reliée à la plateforme, c’est la confiance mutuelle, ce qui ne diminue pas le rôle des officiels du programme qui, ayant l’accord préalable du paysan, rendent une visite de vérification chez le fermier, pour s’assurer que celui-ci connaît et va respecter toutes les lois et réglementations concernant les normes sanitaires et la concurrence (Loi no. 145/21.10.2014, Loi no. 145/21.10.2014 , Ordre no. 111/16.12.2008, Loi no. 227/2015 actualisée avec la Loi no. 136/2017, Code fiscal).

La plateforme www.malltaranesc.ro impose aussi des termes et des conditions, en vue de :

- faciliter le flux d’information ainsi que le contact/la communication entre les producteurs et les clients potentiels ;
- créer, une communion économique puissante et soutenable ;
- encourager la production indigène et les échanges commerciaux entre les acteurs locaux ;
- contribuer au tourisme rural et, à la fois, au tourisme dans une certaine région ;
- vérifier l’authenticité des produits et le sérieux des fournisseurs, à partir d’un questionnaire rempli par l’acheteur, tâche qui incombe à l’administrateur de Rayon paysan.

Les producteurs sont tenus de :

- fournir des produits naturels, authentiques de leur propre ferme ;
- promouvoir auprès des clients tous les produits des terroirs, non seulement les siens, ainsi que les objectifs naturels, culturels et touristiques de la zone géographique ;
- traiter avec le maximum de sérieux chaque commande ayant le souci d’établir des relations commerciales stables et durables ;
- accepter, non seulement l’interaction directe avec l’acheteur, mais aussi d’accueillir la visite du client (et de sa famille) et leur participation aux travaux de la ferme, s’ils le souhaitent (par exemple: recueillir les œufs des nids des volailles, cueillir les légumes du jardin). En échange du travail déployé, le paysan peut offrir des produits de la ferme.
- arranger chez soi, son propre magasin chaque fois qu’il propose une nouvelle offre pour laquelle il respecte les prix de vente affichés sur la toile.

La non-observation de ces exigences mène à l’exclusion de la plateforme.

Les acheteurs vont :

- inscrire correctement leurs coordonnées exigées ;
- respecter le programme de commande de 8 à 20 h ;
- remplir les questionnaires d’évaluation proposés par les producteurs-fournisseurs, pour pouvoir adapter l’offre à la demande ;

- traiter avec respect et responsabilité chaque producteur, l'encourager et le stimuler à proposer des produits de qualité, le soutenir – par le biais de commandes anticipées / précommandes à long et à moyen terme – à organiser et à planifier sa production ;
- signaler au responsable du „rayon” les problèmes surgis dans la relation avec les producteurs ;
- signaler au responsable administratif du „Mall”, toute difficulté dans l'utilisation de la toile.

Une page importante de la toile propose des questions et des réponses reliées à tous les aspects du fonctionnement du magasin en ligne.

La prospérité de **ce marché interne** dépend de l'implication de chaque „acteur”. Voilà quelques actions en cours :

- ouvrir sur la même plateforme un „marché de gros en ligne” ;
- assurer le transport des produits achetés, en système de courrier rapide ;
- fonder la Maison de commande „La corbeille aux plats de la ferme” ;
- réaliser le plan/ la carte interactif /ve des produits de ferme.

Pour **le marché extérieur** on envisage de réaliser une base de données dans la deuxième moitié de l'année prochaine.

C'est la modalité de rétablir et d'animer les liens entre générations entre le village et la ville, entre le milieu rural et le milieu urbain, facilitant la rencontre entre l'offre et la demande.

(Sources: - *newsbv.ro*; - *données statistiques fournies par le responsable de projet*)

*

Charcuterie roumaine en Europe.

Un exemple d'initiative individuelle qui attire l'attention est l'affaire des Frères Simion, axée sur la production et la vente de la charcuterie de porc, dans le pays et en Europe.

Ils avaient installé l'affaire à proximité de la ville de Râmnicu-Vâlcea, dans une location abandonnée qui avait servi de résidence aux chefs locaux de l'agriculture socialiste.

Après avoir préparé, un bon nombre d'années, de la charcuterie « sans identité locale », ils ont identifié la niche de la charcuterie indigène, de plus en plus recherchée surtout à l'étranger.

Jusqu'à présent ils ont réussi à faire homologuer 9 recettes traditionnelles, dont *la saucisse à la viande coupée à la hache, la viande cuite dans la graisse et conservée dans des pots de terre* et autres.

Une particularité de l'affaire c'est qu'elle a développé en annexe un atelier, une poterie qui fournit le conditionnement – des pots de diverses dimensions pour conserver les morceaux de viande et saucisses cuits et couverts de graisse. Les morceaux tendres assaisonnés d'épices spécifiques sont des plats prêt-à-manger, dont la conservation ignore tout produit chimique.

La charcuterie des Simion trône sur les étalages des magasins de produits roumains dans toute l'Europe.

(Source : <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/social/un-oltean-cucereste-europa-cu-produse-traditionale>)

[Article rédigé par Maria Dipşe d'après les sources mentionnées]