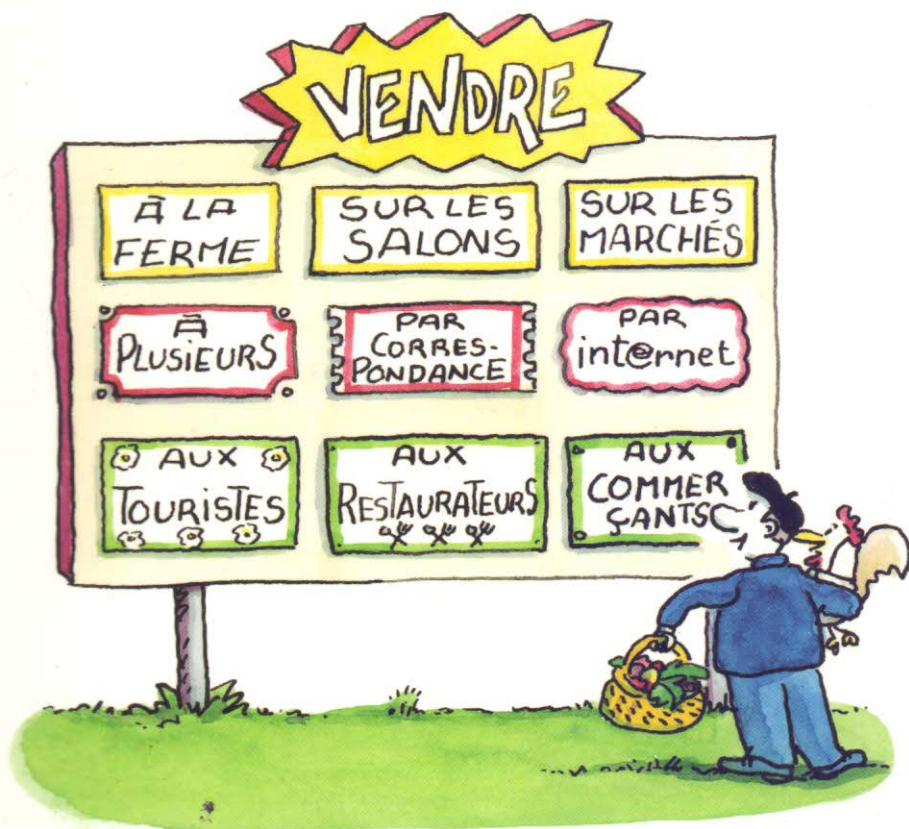


les produits fermiers

**transformation
et commercialisation**



François Moinet

Editions

France Agricole

1	Les produits fermiers	11
	Les définitions	11
	Panorama de la vente des produits fermiers	18
	La vente directe	18
	La vente à distance	36
	La vente à des intermédiaires	37
2	Le marché des produits fermiers	43
	Le marché et son étude	45
	La demande	49
	L'offre	53
3	Conduire son projet	57
	Quel est votre problème ?	60
	Fixez-vous des objectifs	61
	Imaginer et évaluer les solutions	61
	Choisir le meilleur montage	81
	Décider la réalisation	84
	Suivre, contrôler et adapter	84
4	Les règles sociales et fiscales	85
	Les statuts sociaux	87
	Les régimes fiscaux	89
	Le choix d'un statut pour vendre à plusieurs	98
5	La réglementation	105
	La qualité	109
	La sécurité	123
	La réglementation commerciale	172
	Les autres réglementations	196
	Les structures de contrôle	197
	Les règles associatives	203

6	La commercialisation des produits fermiers	207
	La promotion des produits fermiers.....	209
	La distribution des produits fermiers.....	230
7	Les structures partenaires	257
	Les associations de producteurs.....	259
	Les associations de consommateurs.....	263
	Les structures partenaires.....	264
	Les structures institutionnelles.....	278
	Réseaux et conseils.....	284
	Annexes	287
	Annexex 1 : le statut commercial.....	289
	Annexex 2 : quelques références réglementaires.....	296
	Annexex 3 : projet de refonte de la législation communautaire concernant l'hygiène.....	297
	Annexex 4 : statuts professionnels et emploi.....	309
	Bibliographie	315
	Bibliographie générale.....	317
	Aspects transformation/hygiène.....	318
	Agriculture biologique.....	319
	Sites intéressants.....	319