

NUMÉRIQUE

Un jeune professionnel du marketing se met au service des agriculteurs

Ludovic Pillonel

Domicilié à La Sagne (NE), Nicolas Oppliger s'apprête à lancer une plate-forme de financement participatif dédiée aux projets agricoles et du domaine de l'alimentation. Une démarche de soutien inédite dictée par ses racines paysannes.

Le slogan «Yes We Can» avait rythmé la course à la présidence victorieuse de Barack Obama en 2008. Dix ans plus tard, Nicolas Oppliger aimerait lui aussi connaître le succès avec son projet dont la dénomination s'inspire fortement de la rhétorique du prédécesseur de Donald Trump.

Fils d'agriculteurs, le jeune homme de 25 ans ne pouvait pas rester inactif face aux difficultés traversées par la profession. Il a décidé de mobiliser ses compétences à travers la plate-forme de financement participatif «Yes We Farm» dont la mise en ligne devrait avoir lieu en juillet. Créée il y a environ un mois, sa page Facebook éponyme était suivie par cent trente personnes après une semaine, un bon début de campagne salué par l'habitant de La Sagne (NE).

«J'ai commencé à communiquer autour de ma démarche car je cherche des projets à mettre en avant sur mon site dès son lancement. J'ai déjà reçu des sollicitations par le biais des réseaux sociaux», se réjouit le titulaire d'un Bachelior en économie d'entreprise.

L'idée de dédier une initiative de «crowdfunding» à



Nicolas Oppliger estime que le moment est bien choisi pour lancer sa plate-forme «Yes We Farm».

L. PILLONEL

l'agriculture et à l'alimentation a germé lors d'un stage effectué dernièrement au sein d'«I believe in you», une plate-forme spécialisée dans le domaine sportif créée en 2012 par deux athlètes olympiques. «Les prestations de conseil apportées aux porteurs de ce projet garantissent un taux de réussite de 80 à 85%. J'aimerais moi aussi proposer des mesures d'accompagnement et je veillerai à animer la communauté afin d'offrir

des plus-values par rapport aux plates-formes généralistes existantes», déclare Nicolas Oppliger.

Le développement de son site, confié à un informaticien, représente un investissement de plusieurs milliers de francs et les charges à venir ne s'annoncent pas démesurées: de quoi permettre à l'entrepreneur en herbe de se remettre en cas d'échec, même si à ses yeux, le moment est bien choisi pour se lancer.

Une opportunité pour l'agriculture

Le monde agricole a en effet, d'après lui, une belle carte à jouer avec le financement participatif, modèle qui consiste à tenter de récolter une somme d'argent prédéfinie en un laps de temps donné moyennant des contreparties en faveur des «investisseurs». Visites d'exploitations, dégustations de produits frais de la ferme, démonstrations de fabrication de fromage: le milieu

rural offre un large panel de «récompenses» potentielles à des contributeurs de la société civile toujours plus avides de ce type d'expériences.

L'observation de quelques règles de base conditionne toutefois la réussite de l'opération. La détermination du nombre et de la nature des contreparties proposées, ainsi que des montants à déboursier pour en bénéficier doivent faire l'objet d'une réflexion à laquelle le jeune Neuchâtelois est prêt à prendre part. «Je rencontrerai volontiers quiconque me le demande. Les futurs utilisateurs du site seront soumis à peu d'exigences préalables. Il leur suffira grosso modo d'être une personne ou une organisation suisse liée à l'agriculture ou à l'alimentation. J'encaisserai 12% de la somme récoltée par les projets finalisés, essentiellement pour financer les frais de fonctionnement du site», indique Nicolas Oppliger.

Ce dernier relève l'importance d'avoir un concept précis à présenter si l'on veut multiplier ses chances d'aboutir. «Demander de l'aide parce que l'on se trouve dans une situation difficile ne suffirait pas. Par contre, le fait de signaler que l'argent versé permettra de rénover une étable incitera beaucoup plus les gens à participer car ils sauront concrètement à quoi servira leur don», précise-t-il.

La mise en place d'une structure de vente directe, d'une offre agritouristique, d'une autre démarche de diversification ou la reconversion à l'agriculture biologique constituent, selon lui, des initiatives également susceptibles de trouver leur place dans le milieu du «crowdfunding».

Actuellement en recherche d'emploi, le jeune homme sou-

haiterait, dans l'idéal, concilier un travail à temps partiel dans le marketing tout en continuant le développement de son projet. «Je suis en négociation avec d'éventuels partenaires. Ma plate-forme s'adressera dans un premier temps aux Romands, mais je lui ai volontairement donné un nom anglais pour élargir mon rayon d'action à la Suisse alémanique, voire au Tessin si l'occasion se présente. J'aimerais que Yes We Farm devienne, à terme, la référence en matière de financement participatif pour les acteurs de l'agriculture et de l'alimentation», confie-t-il.

Bien qu'il se soit dirigé dans une autre voie professionnelle, Nicolas Oppliger donnait volontiers un coup de main sur l'exploitation laitière de ses parents durant son enfance et son adolescence. Sans ce passé et cette sensibilité agricoles, il n'aurait sans doute jamais créé ce service en ligne, avoue-t-il. Les environs de la ferme familiale continuent d'ailleurs à lui offrir un cadre de rêve pour la pratique du ski de fond, de la course à pied et du VTT, activités sportives qu'il affectionne.

SUR LE WEB

info@yeswefarm.ch: l'adresse à contacter en cas d'intérêt pour la plate-forme.

Votre avis

Seriez-vous prêt(e) à utiliser cette plate-forme pour lancer l'un de vos projets ou alors à financer l'un des projets proposés?

Votre réponse
journal@agrihebdo.ch
Fax 021 613 0640

L'avis d'une experte

Que pensez-vous de ces démarches de soutien?



Sandra Helfenstein

Coreponsable de la communication à l'Union suisse des paysans (USP)

«Le système du financement participatif a déjà permis à des familles paysannes d'obtenir de l'argent et de concrétiser des projets. L'agriculture se prête bien à ce modèle, dans la mesure où elle peut proposer des denrées alimentaires aux contributeurs en guise de contrepartie. Le monde agricole regorge aussi de belles histoires à raconter: de quoi susciter la sympathie et le soutien de la population. Dans ce contexte, Yes We Farm a selon moi du potentiel. Reste à savoir comment le projet va être mis en place d'un point de vue professionnel et quelle sera sa valeur ajoutée par rapport aux autres plates-formes de crowdfunding existantes. S'agissant de la seconde initiative présentée ici, on constate qu'internet et les médias sociaux ont l'avantage de permettre à la ville et à la campagne, aux producteurs et aux consommateurs, d'entrer en contact facilement. Le recours à ces canaux de communication pour mettre en avant les exploitations pratiquant la vente directe n'est cependant pas nouveau. Les consommateurs peuvent se renseigner en ligne sur les offres dans leur région, par exemple via notre plate-forme «A la ferme». La page Facebook «Coup d'pouce à nos paysans» a par contre une particularité: elle donne la possibilité aux consommateurs de partager et de recommander les bonnes adresses. L'avenir nous dira si ce groupe s'inscrit dans la tendance du moment et répond à une demande.» LP

Partage de bonnes adresses via Facebook

Gestionnaire de projet dans la construction, Mélody Grossmann voue beaucoup d'intérêt au monde agricole, dans le sillage duquel elle a toujours vécu. Consciente des problèmes rencontrés par la profession, elle a été particulièrement touchée par le reportage «Paysans en détresse» de l'émission «Temps présent», diffusé le 26 janvier 2017. Le visionnement de ces témoignages poignants a fait germer en elle le besoin d'agir pour apporter son soutien à l'agriculture suisse.

«En tant que membre de la génération 2.0, j'ai pensé à une page Facebook, dont la communauté pourrait s'échanger les bonnes adresses de vente directe. C'est d'après moi un support plus intéressant qu'un site internet, car il permet d'interagir directement à partir d'une publication», indique l'habitante d'Ocourt (JU) âgée de 29 ans.

Créée quasi le lendemain de l'émission, la page «Coup d'pouce à nos paysans - Suisse» a d'emblée suscité beaucoup d'engouement. Certains membres ignorant l'existence de points de vente à la



Mélody Grossmann veut soutenir la vente directe.

L. PILLONEL

ferme dans leur région ont découvert cette facette de la commercialisation en circuit court, par le biais de laquelle ils achètent désormais leurs produits laitiers. Le réseau «La Ruche qui dit oui» s'est aussi fait connaître. Mélody Grossmann salue l'émergence

de ces communautés d'achat aux producteurs en Suisse romande, tout en émettant des réserves sur le fait que l'organisation touche une partie des recettes en tant qu'intermédiaire.

Page en autogestion

Après avoir donné l'impulsion, la jeune femme s'est volontairement mise en retrait, laissant les quelque 2500 membres animer son espace virtuel dédié au monde agricole. Les producteurs s'y sont assez rapidement invités, à sa plus grande satisfaction. Annonces de vente d'œufs bio en self-service ou de viande d'Angus, recherche d'un employé agricole ou d'un auxiliaire pour les travaux de la vigne, sollicitation d'une aide financière pour un projet innovant: certains exploitants interpellent directement la frange toujours plus grande de la population acquise à leur cause.

De Bussigny (VD) à sa terre d'accueil jurassienne, Mélody Grossmann a passé son existence dans un milieu rural qu'elle s'efforce de comprendre en échangeant avec les

agriculteurs. Elle se félicite de l'ampleur prise par la vente directe dans la région où elle a élu domicile.

«Ce système de commercialisation fonctionne vraiment bien ici. Certains ont développé de petites structures. Chez d'autres, on frappe à la porte pour obtenir six œufs. Il y a aussi beaucoup de commerces de proximité, que l'on appelle p'tits mags au Jura», observe-t-elle.

Si elle se tourne au maximum vers ces acteurs du terroir local, la jeune gestionnaire de projet se garde de faire preuve d'«extrémisme». Les légumes du Seeland, les asperges du Valais, voire des fruits exotiques complètent ainsi régulièrement son panier. «On ne parvient pas encore à faire pousser d'ananas et de bananes en Suisse, mais beaucoup de personnes ne se rendent pas compte de la richesse de la production agricole dans notre pays», conclut-elle. LP

SUR LE WEB

www.facebook.com/groups/242161389565017