

Les Caboteurs de Lune - Noirmoutier-en-l'Île, Vendée

Des achats groupés de produits équitables acheminés à la voile

<http://lescaboteursdelune.fr/>



1. INTRODUCTION

C'est au cœur des chantiers maritimes des Cornouailles, en Grande-Bretagne, qu'Alexandre découvre l'univers des vieux gréements et leur utilisation actuelle pour le commerce de marchandises à la voile. De retour en France, il tente l'aventure en créant Les Caboteurs de Lune, une association proposant aux habitants de l'île de Noirmoutier (Vendée) de commander des produits équitables qui arriveront par navires à voiles. Par leur action, les caboteurs cherchent à sensibiliser leur public à l'écologie et à la préservation du patrimoine maritime.

2. HISTOIRE ET VALEURS DU PROJET

2.1. Des histoires de bateaux pirates dans les Cornouailles...

Alexandre Etourneau se forme à la charpente maritime en Bretagne et part travailler sur des chantiers maritimes dans les Cornouailles (Grande-Bretagne). C'est lors de cette expatriation que sa conscience écologique et son intérêt pour le patrimoine maritime et la valorisation des vieux navires à voile s'éveillent. Il y rencontre Alexandra, la fondatrice de New Dawn Traders - *"les marchands de la nouvelle aube"* –, une société commerciale de vente de produits équitables transportés par navires à

voile. Un jour, Alexandre est invité à l'arrivée d'une cargaison, sur l'un des comptoirs anglais où *"sont déchargés rhum, café et chocolat en provenance des Antilles, tout cela dans un climat de fête, avec un groupe de musique et tout un folklore autour de l'arrivée de ce bateau"*.

Il imagine alors la mise en place d'une première campagne d'approvisionnement avec livraison à Noirmoutier d'où il est originaire.

2.2. La Création de l'association

La première vente de produits se réalise à Noirmoutier en octobre 2017, sans structure juridique : c'est Alexandre et un groupe d'amis, passionnés de vieux gréements, qui portent l'organisation, gèrent les commandes et mobilisent la population locale pour l'arrivée festive du bateau. Une deuxième campagne de ventes se lance dans la foulée pour le printemps 2018 et les oblige à créer une structure, afin de pérenniser l'activité : *"après réflexion, nous avons opté pour le statut associatif, puisque notre projet n'était pas à but lucratif et que nous souhaitons également développer la partie événementielle et la promotion du patrimoine maritime"*.

2.3. Des contrebandiers à l'origine d'un nom !

Le choix du nom "Caboteurs de Lune" est à lui seul toute une histoire : *"Lors de mes recherches, j'ai découvert qu'un groupe de contrebandiers qui sévissaient en Baie de Bourgneuf pendant l'Ancien Régime. Ces contrebandiers s'appelaient les coureurs de lune. Ce terme n'était pas réellement adapté puisque sur nos deux premières campagnes, le bateau avait tendance à arriver en retard. On était plutôt des marcheurs de lune ! Mais "marcheurs de lune" ça fait plutôt penser à une association d'astronomie... En discutant avec le groupe de La Chaloupe, un copain, Antoine, me propose les Caboteurs. Le principe du cabotage c'est d'aller de port en port pour livrer des marchandises. Les Caboteurs de lune était né."*

2.4. Valeurs et objectifs de l'association

L'association s'est donnée trois grands buts :

- **Faire évoluer nos modes de consommation**, en amenant les populations à se questionner sur leurs habitudes de consommation : combien de kilomètres le produit que je consomme a-t-il parcouru pour venir jusqu'à moi ? Comment pouvons-nous nous organiser ensemble pour anticiper nos achats et réduire l'impact environnemental de nos modes de consommation ? Aux yeux des Caboteurs, *"il devient nécessaire de reconsidérer les distances parcourues par les produits que l'on consomme et savoir attendre un produit qui ne sera pas disponible immédiatement."*
- **Réduire au maximum l'empreinte carbone de notre consommation et préserver l'environnement** : *"en transportant les marchandises à la voile, le bilan carbone est réduit au maximum : même s'il reste les manœuvres au port faites au moteur ainsi que l'acheminement des produits par camion des champs jusqu'au port, l'essentiel de la distance est faite à la voile."*

- **Promouvoir le fret à la voile et valoriser notre patrimoine maritime**, notamment par le biais d'animations sur l'île en dehors de la haute-saison touristique, qui permettent également de créer du lien entre les habitants "à l'année".

NB : Les caboteurs ont la particularité de se situer sur l'île de Noirmoutier, située sur la côte Atlantique, à une heure de Nantes, c'est une île de villégiature. Sa population passe de 10 000 habitants à l'année à 100 000 à la haute saison.

3. RÉSEAUX D'APPARTENANCE

Une des forces de Noirmoutier "est d'avoir un fort tissu de personnes et d'associations sensibles à nos valeurs et aux objectifs que nous poursuivons". Parmi elles, certaines soutiennent les Caboteurs dans leurs actions, en relayant leurs communications ou en les aidant sur l'organisation logistique, notamment l'Association La Chaloupe (valorisation du patrimoine maritime) et l'association Cococino (valorisation des circuits courts alimentaires). La maison des associations, "Grain de Sel", héberge quant à elle le siège des Caboteurs de Lune.



4. PRODUITS ET PRODUCTEURS

Les Caboteurs proposent uniquement des produits qu'on ne peut pas trouver localement comme l'huile d'olive, le chocolat, le café, ou les amandes en vrac.

Les producteurs sont sélectionnés par New Dawn Traders : Alexandra et Margie, de New Dawn Traders, ont systématiquement rencontré les producteurs proposés au catalogue et assurent un lien commercial direct avec eux, garantissant des pratiques respectueuses de l'environnement (pas de label bio systématique) ainsi qu'une juste rémunération : "les producteurs proposent leurs prix sans négociation. C'est un point discuté actuellement entre nous car c'est assez cher pour le

consommateur final. Heureusement, notre statut associatif et nos faibles charges - nous sommes tous bénévoles - nous permettent de ne pas appliquer de fortes marges”

Un groupe Whatsapp a été créé pour permettre les échanges directs entre les producteurs et les Caboteurs (question sur un produit, une recette etc..).

5. MODALITÉS DE COMMERCIALISATION

Les Caboteurs de Lune sont un comptoir de vente associatif d’une société anglaise, New Dawn Traders, qui promeut le commerce équitable via le fret à la voile. En d’autres termes, c’est New Dawn Traders qui est le partenaire commercial de l’association et qui permet aux Caboteurs de proposer cette activité économique de vente de produits équitables transportés à la voile.

Les produits sont proposés à la vente deux à trois fois par an, lors de campagnes de vente qui correspondent à l’acheminement d’un bateau vers l’Europe. Environ deux mois avant l’arrivée du bateau, les clients et consommateurs potentiels sont prévenus par mail du lancement d’une campagne afin qu’ils puissent passer commande.

Une campagne en quelques chiffres :

- De 1 à 2,5 tonnes de produits acheminés
- En août 2020, la campagne a représenté 23 000 € de CA pour 2,5T de produits
- Un panier moyen se situe autour de 60 à 80 euros par client.



6. MODALITÉS LOGISTIQUES

6.1. New Dawn Traders – en amont...et en aval

La société New Dawn Traders (NDT) occupe un rôle pivot en amont et en aval : chargée d'identifier les producteurs et de visiter leur exploitation (Amérique du Sud, Amérique Centrale, Portugal), elle affrète les bateaux qui traversent l'Atlantique à la voile, des Antilles jusqu'à Amsterdam, leur port d'attache. Ces bateaux repartent ensuite pour une boucle européenne en commençant par effectuer un chargement complémentaire auprès de producteurs Portugais avant de desservir les Caboteurs - seul comptoir français - et les 3 comptoirs anglais de NDT.

6.2. Le lancement d'une campagne

Dès que NDT prépare une campagne, c'est-à-dire un acheminement de produits, les Caboteurs peuvent sélectionner les produits qu'ils souhaitent proposer à la vente. Les Caboteurs mettent en page leur propre brochure puis la diffusent par mail afin que les consommateurs puissent précommander les produits proposés. Cette prise de commande s'effectue environ deux mois avant l'arrivée d'un bateau dans le port de Noirmoutier : *“C'est New Dawn Traders qui affrète le bateau et qui gère tout. Ils nous proposent une liste de produits en nous disant que le bateau est supposé être à Porto à une telle date et donc potentiellement à Noirmoutier à une autre. C'est toutes les informations dont on a besoin pour lancer une campagne. Une fois qu'on a ces informations, on crée une brochure avec les produits qu'on a sélectionnés.”*

Plusieurs modes de commande sont proposés :

- Précommande (par mail) avec prépaiement (chèques ou espèces).
- Achat sur place lors de l'arrivée du bateau (stock limité).
- L'option de précommande sans prépaiement a été supprimée car certains consommateurs ne venaient pas chercher leur commande.

“Tout se passe par mail : on envoie la brochure à tous nos clients, ils font leur sélection puis nous l'envoient par mail, on enregistre la commande et on demande un prépaiement, pour ne pas avoir à avancer d'argent mais aussi pour pouvoir payer immédiatement les producteurs au chargement du bateau. Ce prépaiement se fait presque toujours par chèque. Une fois le paiement reçu, on envoie une confirmation au commanditaire, et on attend tous ensemble que le bateau fasse son chemin.”

6.3. Le suivi du bateau

Une fois les commandes effectuées et validées, l'association propose aux consommateurs locaux de suivre le bateau et son périple en mer jusqu'à la livraison sur le comptoir. Un système de géolocalisation et de suivi par Internet permet d'animer ces semaines d'attente. C'est une phase importante de chaque campagne pour sensibiliser et mobiliser la population locale. La date d'arrivée du bateau et donc de livraison des produits commandés est toujours approximative et dépend des conditions climatiques et des aléas et avaries pouvant survenir tout au long du trajet. Quelques jours seulement avant son arrivée, il devient alors possible d'estimer avec plus de précision son arrivée à bon port.

L'association organise alors un **déchargement participatif et festif**, chaque arrivée de bateau étant l'occasion d'un moment d'animation et de partage. Le spectacle de cette arrivée au port et du déchargement est aussi un bon moyen d'attirer de nouvelles personnes et de sensibiliser les passants.



6.4. Outils de gestion : le tableau de bord

Un tableau excel créé sur-mesure permet de suivre l'ensemble de l'activité : clients, commandes, panier moyen, mais aussi le calcul de leur empreinte carbone.

L'association ne dispose pas à ce jour de logiciel de prise de commande en ligne : toutes les commandes s'effectuent par mail et le suivi administratif et comptable s'effectue par le biais du tableau de bord excel.

7. AUTRES ACTIVITÉS

Les Caboteurs souhaitent renforcer leurs actions de sensibilisation afin de susciter des vocations dans le domaine maritime et sensibiliser à l'écologie. Deux projets sont actuellement en cours de montage :

- **Un cycle d'interventions bénévoles en classe dans un collège de Noirmoutier :** *“Le directeur du collège Molière nous a contactés pour discuter de notre projet dans les classes, on a la chance d'avoir des enseignants dans nos membres actifs pour le côté pédagogique. Le directeur nous a également proposé l'aide de certains professeurs pour intégrer ces interventions dans leur programme.”*
- **Faire monter des jeunes en recherche d'emploi ou en reconversion professionnelle à bord des navires**, ce qui représente un coût de 50 à 80€/jour par personne tout compris. Un projet en ligne avec leur souhait d'avoir *“un impact à la fois écologique et social”*.

8. MODÈLE HUMAIN : RH ET GOUVERNANCE

8.1. Gouvernance

Les membres et l'équipe opérationnelle sont tous bénévoles. Il n'y a pas de système d'adhésion à proprement parler, l'équipe fondatrice souhaitant pour l'heure protéger la ligne éthique sur laquelle elle a été fondée : *“on n'a pas envie qu'une personne financièrement intéressée puisse détourner ce qu'on fait et le côté fondamental de l'association [...] on a des membres actifs qui font office de conseil d'administration qui viennent aux assemblées générales, c'est un cercle plus ou moins restreint de personnes qui nous donnent des coups de main lors des arrivées. Ce sont tous des bénévoles.”*

Le bureau dispose d'une grande autonomie d'action. La communication s'effectue de façon fluide et spontanée, les réunions se font la plupart du temps de façon informelle : *“on a des groupes Whatsapp et Messenger pour donner des informations, on fait souvent des sondages pour décider de nos prochaines actions.”*

8.2. Répartition des tâches

Les trois membres du bureau travaillent à leur compte ou disposent d'une flexibilité suffisante dans le cadre de leur travail salarié pour dégager le temps nécessaire aux activités de l'association.

Dans le cadre de la préparation d'une campagne de vente, les tâches principales à effectuer sont réparties entre les 3 membres du bureau :

- Échange et cadrage de la campagne avec New Dawn Traders :
 - Calendrier pour les trajets des bateaux
 - Choix des produits.
- Communication et lien avec les consommateurs :
 - Préparation de la brochure,
 - Diffusion
 - Réception et suivi des commandes.
- Préparation de l'arrivée du bateau :
 - Tâches administratives (droits de douane, réservation du port..)
 - Logistique (préparation du temps festif : concert, foodtruck)
 - Communication (suivi du bateau, affichage pour l'arrivée, relations presse).
- Arrivée du bateau : le déchargement des marchandises et la distribution des commandes nécessite un groupe de 10 personnes.
- Post-distribution :
 - Gestion des invendus ou des commandes restant à récupérer après le départ du bateau
 - Paiements et encaissements – bilan comptable et administratif

Au quotidien, les membres du bureau œuvrent pour le développement de nouvelles actions :

- Essaimage et aide à la réplication du modèle, en lien avec les autres comptoirs.
- Mise en place des actions de sensibilisation (voir sections dédiées).

Ponctuellement, de l'aide bénévole a été d'un grand soutien sur les points suivants :

- Graphisme et illustration : un ami illustrateur a créé la charte graphique, certains supports de communication (affiches) ou goodies (tee-shirt)
- Informatique : un ami informaticien a développé le site Internet et a créé un tableau de suivi de l'activité.

9. MODÈLE JURIDIQUE

Les Caboteurs de Lune sont sous statut Associatif - Loi 1901, avec un président, une trésorière, une secrétaire. Ce statut facilite l'ensemble des démarches. Seules les déclarations de douane lors de vente d'alcool (Porto par exemple) sont à anticiper bien à l'avance. Une problématique est toutefois apparue avec ce modèle : Les Caboteurs ont des difficultés à trouver une assurance acceptant de couvrir le transport à la voile de leurs marchandises.

10. MODÈLE ÉCONOMIQUE

Le modèle économique de l'association est basé sur un système en achat-revente avec commission.

Frais :

- Communication (flyers, site, brochure...),
- Logistique (frais d'entrée et stationnement au port),
- Événementiel à l'arrivée (concert, food-truck),
- Aucun frais RH car toute l'équipe est bénévole.

Revenus :

- Commission sur la vente des produits (1 à 2€ par produit).
- Pas de système d'adhésion.
- Pas de revenus complémentaires jusqu'ici (pas de partenaires publics ou privés).

Le budget est à l'équilibre et les prix raisonnables pratiqués permettent selon l'association de toucher un public varié. Cependant, des doutes sont émis sur la durabilité et la capacité d'essaimage d'une telle organisation basée sur le bénévolat : *“c'est compliqué d'encourager des entreprises à se lancer sur notre modèle puisqu'on ne sera pas taxés de la même façon, on restera toujours un peu moins chers.”*

11. COMMUNICATION ET MARKETING

Les caboteurs ont accumulé une liste de contacts d'environ 450 adresses mails.

Lors de la prise de commande, les clients doivent renseigner leur code postal afin de favoriser le covoiturage pour la récupération des commandes. Une carte est mise en ligne sur le site Internet pour encourager cette pratique - <http://lescaboteursdelune.fr/index.php/carte/> -

Pour sa communication externe, l'association dispose :

- D'un [site Internet](#)
- D'une [page Facebook](#)
- De brochures de présentation envoyée par mail pour chaque campagne ([un exemple ici](#))
- D'une newsletter
- De T-shirts et affiches aux couleurs de l'association

Le mail constitue également un outil de communication clef, comme déjà mentionné dans la partie sur le système de commande, mais non exempt de défauts *“plein de gens nous disent qu'ils n'étaient pas au courant que le bateau arrivait à cet endroit-là, d'autres voient le mail mais ne s'attardent pas et donc ratent le coche. Le bateau vient deux fois par an, il ne faut pas le rater.”*

À l'avenir, les Caboteurs souhaitent diversifier leurs supports de communication et imprimer leurs brochures afin de développer et améliorer leur diffusion auprès d'un public varié. Des campagnes d'affichage sont également envisagées afin d'annoncer l'arrivée du bateau.

Pour sa communication en interne, auprès de son CA et de son bureau, les échanges se font principalement par mail ou sur les réseaux sociaux.

12. ENJEUX ET AVENIR

Les Caboteurs de Lune reposent sur une organisation simple, avec peu de frais, qui s'appuie sur de solides partenaires commerciaux et logistiques.

Cependant plusieurs questionnements sont en cours :

Concernant leur modèle économique : Quelle durabilité économique du système sans aucune rémunération du temps humain ? mais aussi quel système de commission avec les clients “professionnels” ? Comment faire bénéficier les commerces locaux de leurs services et du système d'approvisionnement par le fret à la voile sans que le prix final en soit trop impacté (de par la multiplication des intermédiaires) ? Afin de commencer à répondre à ces enjeux, Les Caboteurs souhaitent dans un premier temps diversifier leurs revenus et travailler sur leur modèle économique en allant solliciter les collectivités locales et de nouvelles sources de financement afin de financer leurs actions de sensibilisation.

Concernant leurs liens avec les producteurs : celui-ci dépend aujourd’hui essentiellement de New Dawn Traders. Les caboteurs sont dans une relation de confiance avec la société mais ont la volonté de créer prochainement leur propre charte pour la sélection des producteurs.

Concernant leur statut associatif : un projet de création de SCOP est en discussion avec d’autres associations ou artisans locaux pour mutualiser un espace de stockage et peut-être la création d’un premier poste partagé sur la gestion administrative et comptable : *“c’est l’avantage d’une Scop, tu peux intégrer des associations avec des entreprises. Avoir un bureau et un poste salarié partagé pour les Caboteurs, mais aussi pour le Vendéo et l’association les Coquelicots.”*

Concernant la réplification de leur modèle : l’équipe des Caboteurs dédie beaucoup de temps à la mise en place de nouveaux comptoirs de vente autonomes sur la côte Atlantique. Cependant des questions se posent sur cet essaimage et la réplification de leur modèle, tant sur le plan économique qu’éthique. Quelles limites sont à fixer par rapport à leurs valeurs ? La question se pose pour des propositions de projets sur la ville de Nantes qui nécessitent une remise en route des moteurs sur les derniers kilomètres afin de remonter le fleuve : *“ça perd un peu de son sens qu’un gros bateau comme Gallant fasse une demi-journée de remontée au moteur - ça consommerait beaucoup.”*

13. RÉCAP

- Nom de l’organisation : **Les Caboteurs de Lune**
- Adresse : **85 330 Noirmoutier en l’île**
- Site Web : <http://lescaboteursdelune.fr/>
- Nom du référent : **Alexandre Etourneau - Président de l’association**
- Territoires desservis : **Île de Noirmoutier, Les sables d’Olonne, Ile d’Yeu.. Actuellement en développement jusqu’à la Roche-sur-Yon, Nantes...** (<http://lescaboteursdelune.fr/index.php/carte/>)
- Structure juridique : **Association Loi 1901**
- Structure de gouvernance : **Fonctionnement en bureau avec président, secrétaire, trésorière.**
- Date de création : **4 Juillet 2018 - mais 1ère campagne effectuée en Octobre 2017, sans structure.**
- Volume approximatif de ventes : **1T à 2,5T par campagne jusqu’ici. 2,5T ont représenté 23000€ de CA lors de la dernière campagne.**
- Activités principales : **Transport de marchandises équitables à la voile. Deux fois par an l’association propose de commander des produits provenant des Antilles et du Portugal, uniquement transportés par des navires à voile.**

Pour creuser :

Partenaires commerciaux :

- New Dawn Traders : <https://www.newdawntraders.com/>

Fret à la voile :

- Blues Schooner company : <https://blueschoonercompany.com/fr/acceuil/>
- Fair Transport : <https://fairtransport.eu/fr/>

Partenaires locaux :

- À Noirmoutier : Association La Chaloupe (relai de communication et aide à la logistique) : <https://associationlachaloupe.org/>
- À la Rochelle : essaimage de leur modèle auprès de l'association "Venfret" : <http://venfret.fr/>
- Aux Sables d'Olonne : essaimage du modèle en cours auprès de l'association "Tous dans le même bateau" : <https://tousdanslemembateau.fr>
- À Nantes : Participation à un festival Débord de Loire et souhait d'essaimer le modèle en remontant le fleuve : <https://www.deborddeloire.fr/debord-de-loire/>

La monnaie locale :

- Le vendéo : <http://www.mlcc85.org/monnaie/levendeo.php>

Initiatives similaires en France

- Fleuves de lien : <https://fleuvedeliens.fr/>

