

Vente directe et filières courtes

Rapprocher les producteurs et les consommateurs



La Fédération romande des consommateurs

Association créée et financée par et pour les consommateurs.
Reconnue d'utilité publique – libre de toute influence.

3 missions-phares:

- **AIDER/CONSEILLER** le consommateur
- **INFORMER** de manière claire, objective et indépendante
- **DÉFENDRE** les consommateurs auprès des décideurs politiques et économiques

La Fédération romande des consommateurs

Champs d'action

1. Défense des intérêts des consommateurs

- **Cantons:** sections cantonales de la FRC
- **Confédération:** Alliance des organisations de consommateurs, Instances politiques, Commissions fédérales, réseau d'ONGs
- **International:** Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), International consumers testing and research (ICRT)

2. Information, écoute et conseil aux consommateurs

- **Informer:** frc.ch et magazine *FRC Mieux Choisir*
100% sans publicité; tests et enquêtes indépendants
- **Interagir:** conseils individuels et conférences

Contexte: alimentation

- Face à la mondialisation et l'industrialisation: besoin de savoir ce qu'on mange, de retrouver un lien à l'authentique.
 - Provenance = premier critère de choix pour les aliments*
 - Première attente de l'agriculture suisse: aliments produits proche de la nature**
 - Acheter suisse pour favoriser l'agriculture du pays***
- Covid-19: besoin d'aliments sains, de confiance
 - 62% des consommateurs veulent souvent consommer suisse (+9), 53% régional (+8)****

*Sources: Eurobaromètre 91.3, juin 2019; Enquête auprès des membres FRC, Uni NE 2012

**Source: Haute Ecole de Lucerne, août 2015

***Source: Pratiques de consommation en Suisse romande, Uni Neuchâtel 2012

****Source: Haute Ecole de Lucerne, avril 2020

Vente directe: les avantages pour les consommateurs



- Traçabilité jusqu'au consommateur
- Information sur le mode de production
- Produits non normés
- Variétés locales, diversité
- Transparence sur les marges
- Produits de saison
- Aliments peu transformés

Approvisionnement local: quelques pistes pour le futur

- Rapprocher la vente directe des lieux de vie ou de passage des consommateurs
- Faciliter l'accès aussi hors des horaires de travail
- Fédérer les marchés, mettre en place des marchés permanents
- Prendre une part de marché de la grande distribution
- Prendre en compte les attentes des consommateurs

Conclusions

- Les consommateurs ont besoin d'aliments sains, traçables, goûteux, naturels, de confiance.
- La vente directe est un début de réponse à ces attentes.
- Les agriculteurs suisses bénéficient d'un capital de confiance de la part des consommateurs.
- Rapprocher encore d'avantage les consommateurs des producteurs permet d'affronter les crises du futur.

MERCI DE VOTRE ATTENTION

La FRC agit - pour mieux choisir

- Tableau des saisons des fruits et légumes **frc.ch**
- Lutte contre le gaspillage alimentaire **frc.ch/gaspillage**
- Liste des paniers de fruits et légumes **frc.ch/paniers**
- Liste d'adresses de vente directe de viande **frc.ch/viande**
- Analyse des labels durables et de proximité **frc.ch/labels**
- Analyse des marges bio **frc.ch**
- Observatoires nutritionnels **frc.ch/sucre**, **frc.ch/sel**, **frc.ch/graisse**, **frc.ch/proteines**