

Conférence de presse du 15 juillet 2020

Les recettes des ventes font toute la différence

Exposé de Markus Ritter (le discours prononcé fait foi)

Dans l'opinion publique, les familles paysannes vivent en grande partie des subsides de l'État. Or, la réalité est bien différente. Chaque année, les familles paysannes de Suisse produisent des biens agricoles d'une valeur de près de 11 milliards de francs. Elles perçoivent un total de 2,8 milliards de francs sous forme de paiements directs. En d'autres termes, 80 % du revenu des familles paysannes provient de la vente de leurs produits. Des prix à la production adéquats et, partant, un droit à une part de la valeur créée sont tout aussi importants pour leur situation économique. Les familles paysannes peuvent écouler leur production à travers quatre canaux à l'importance très diverse : le commerce de détail (dont le chiffre d'affaires est d'env. 40 milliards de francs pour la vente d'aliments et de boissons), la consommation hors-maison ou la restauration (chiffre d'affaires d'env. 23 milliards), le secteur de l'exportation (chiffre d'affaires d'env. 1,5 milliard pour la vente de fromage et d'autres produits laitiers et céréaliers) et la vente directe (chiffre d'affaires d'env. 0,7 milliard).

Par ailleurs, il est souvent dit que les agriculteurs doivent axer davantage leur activité sur le marché. Au fond, c'est tout à fait vrai. Malheureusement, les marchés agricoles ne fonctionnent bien souvent pas comme sur le papier. Certes, de nombreux paysans s'efforcent de répondre aux besoins de nombreux consommateurs. Néanmoins, les deux sont séparés par le goulet d'étranglement de la transformation et du commerce, qui régule le flux des marchandises. En Suisse, deux grandes enseignes se partagent la vente de près de trois quarts des aliments que produisent les agriculteurs. La plus grande homogénéité requise de nombre de biens agricoles en vue de leur transformation n'est pas là pour arranger les choses. Cette exigence nuit aux efforts que déploient les familles paysannes pour se démarquer et générer une plus-value. Enfin, un fossé temporel sépare la demande et la mise à disposition de l'offre. Les cultures sont à préparer des mois à l'avance, les troupeaux à constituer des années plus tôt. La longueur de ces décalages rend impossible une stabilité parfaite du marché lorsque changent les prix.

Nous sommes sûrs que les familles paysannes aimeraient bien pouvoir axer leur activité sur un marché sans anicroche. La majorité souhaite obtenir des prix rémunérateurs et générer un revenu adéquat en produisant des biens agricoles. C'est la raison pour laquelle les exploitations ont été de plus en plus nombreuses à se lancer dans la vente directe ces dernières années. Elles se soustraient ainsi à la régulation de la transformation et du commerce, et peuvent proposer leur offre aux consommateurs sans intermédiaire. Elles sont donc au plus proche du marché. Malheureusement, il n'y a que peu de données chiffrées concernant la vente directe sur les fermes de Suisse. L'Office fédéral de la statistique a recensé une dernière fois les exploitations agricoles exerçant la vente directe en 2016 à l'aide d'une enquête par sondage. À cette époque, la part des exploitations s'élevait à 21,7 %. Si cette évolution est restée constante, c'est désormais un quart des exploitations agricoles qui pratiquent la vente directe en 2020.

La vente directe revêt une importance bien différente d'une exploitation à une autre. Pour la plupart, elle ne joue qu'un rôle secondaire. Ce n'est pas une surprise au vu du nombre de personnes qui vont faire leurs courses dans le commerce de détail. Quelques rares exploitations commercialisent tout ou presque tout en vente directe. Nous estimons que les 11 milliards de francs qui composent le revenu total de l'agriculture suisse proviennent en moyenne à 7 % environ des magasins de ferme, des marchés hebdomadaires ou des abonnements aux produits de saison. La part varie beaucoup suivant la production. La vente directe de cerises (estimée à 40 % de la production), d'œufs (30 %), de petits fruits (20 %), d'autres fruits et de vin

(10 %) est d'une grande importance. La vente directe de légumes, de pommes de terre et de viande de bœuf devrait être moyenne. Par contre, celle de lait, de céréales, de viande de volaille et de viande de porc ne devrait pas peser bien lourd dans la balance (estimée à moins de 1 % de la production). Dans certaines régions, comme celle très peuplée du canton de Zurich, cette manière d'écouler les biens agricoles joue en général un rôle plus important que dans d'autres. La vente directe occupe une place de choix sur les deux exploitations qui nous accueillent aujourd'hui. Elles vont à présent vous parler des raisons qui les ont poussées à exploiter ce filon et vous raconter les expériences qu'elles ont faites.