

Conférence de presse du 15 juillet 2020

## **La vente directe : un précieux pont vers les consommateurs**

*Exposé de Martin Rufer (le discours prononcé fait foi)*

Pour les exploitations agricoles, la vente directe représente un moyen d'être à l'écoute du marché et de répondre de manière innovante aux besoins des consommateurs d'une part, et, d'autre part, de contourner le « goulet d'étranglement » mentionné plus tôt de la transformation et du commerce pour accroître la valeur ajoutée sur l'exploitation.

Il ne s'agit toutefois pas de la panacée, ne serait-ce parce que les consommateurs ne peuvent et ne veulent pas tous modifier leur comportement d'achat. La vente directe convient aux exploitations facilement accessibles ou situées à proximité d'un grand nombre de consommateurs. Par ailleurs, il faut proposer des produits demandés et un assortiment le plus large possible. La vente directe s'inscrit aussi parfaitement dans le cadre de la collaboration interentreprises, permettant à plusieurs fermes de mettre en commun divers produits. La grande qualité des produits représente la condition préalable au succès. Les exigences dans la vente directe ne sont pas moindres que dans le commerce de détail, si ce n'est que les clients se montrent plus tolérants vis-à-vis de la taille ou de la forme. Une réalisation professionnelle est également de mise, par exemple en ce qui concerne la présentation, les heures d'ouverture ou l'infrastructure, comme le magasin, la chambre de réfrigération ou de transformation. Il ne faut pas sous-estimer les ressources à mettre en œuvre. La vente directe implique un travail considérable, surtout si l'exploitation s'occupe aussi de la transformation et élabore confitures, sirops, pâtes, yoghourts, fromages, pains ou autres.

Mais comment faut-il situer le boom des magasins de ferme engendré par le coronavirus ? Nous estimons que la situation extraordinaire a renforcé une tendance déjà installée depuis longtemps. C'est aussi ce qui ressort d'une enquête de la HES de Lucerne après la première vague du coronavirus : la population veut continuer d'acheter davantage de produits de la région et faire plus souvent des achats à la ferme après le coronavirus. Le boom des magasins de ferme pendant la pandémie ne restera sans doute pas un phénomène éphémère, mais apparaît déjà comme une mégatendance appelée à durer. Il montre que la population fait confiance aux exploitations agricoles locales, qu'elle apprécie la production régionale et qu'elle aime en profiter si le temps le lui permet. Même si nous ne pouvons pas maintenir la demande au niveau atteint pendant le confinement, nous avons pu prendre la mesure de tout le potentiel commercial encore inexploité. Ce filon, nous voulons le creuser davantage. Nous le ferons d'autant plus que la vente directe contribue au rapprochement et à la compréhension mutuelle entre consommateurs et producteurs.

Par conséquent, l'Union suisse des paysans offre un soutien ciblé aux exploitations dans la vente directe. Avec a-la-ferme.ch, nous leur proposons une vitrine en ligne gratuite pour faire connaître leurs produits et services, et nous permettons aux consommateurs de trouver de façon simple et rapide des offres dans leur région. Plus de 2200 exploitations se sont déjà inscrites. Et près de 2000 points de vente profitent aujourd'hui de notre collaboration avec Twint. Le site comprend un projet spécial appelé « Le terroir au menu », dont le but est d'encourager l'approvisionnement de restaurants locaux. À l'heure actuelle, nous étudions un engagement dans un projet du nom de « Hoflädeli24 », qui propose des distributeurs automatiques de pointe et une appli mobile intelligente avec fonction de paiement. Par ailleurs, nous proposons aux producteurs en vente directe une panoplie d'emballages pour la commercialisation de leurs produits.

À travers la collaboration avec Too Good To Go et d'autres activités pour éviter le gaspillage alimentaire, nous réduisons les pertes au niveau de la production. En outre, la vente directe contribue à revaloriser la nourriture aux yeux des gens. Il est essentiel d'apprécier la nourriture à sa juste valeur pour accroître la valeur ajoutée de la production agricole. En ce sens, nous considérons la vente directe comme un précieux pont vers les consommateurs. Elle sert à l'agriculture dans son ensemble et contribue à obtenir des prix à la production rémunérateurs dans les autres canaux de vente également.