

Magasins de producteurs : s'adapter à la crise sanitaire

En mars 2021, soit un an après le premier confinement lié au coronavirus, **Trame a organisé un webinaire pour faire le point sur la manière dont les magasins de producteurs se sont adaptés au contexte de la crise sanitaire.**

L'association de développement agricole Trame accompagne depuis plusieurs années des magasins de producteurs. Le 29 mars 2021, elle a organisé un webinaire sur leur agilité en temps de crise avec 3 invités :

- Marie-Odile Smets, éleveuse laitière dans le Nord et présidente de la coopérative « Au Panier Vert »,
- Anne-Cécile Brit, coordinatrice à la FRCIVAM Bretagne, co-animatrice du Réseau mixte technologique (RMT) « Alimentation locale »,
- Jérôme Barrand, enseignant-chercheur à Grenoble Ecole de Management.

Manger au temps du coronavirus

Le RMT « Alimentation locale » (1) réunit des acteurs de la recherche, de la formation et du développement autour du thème des chaînes alimentaires courtes de proximité. Il est porté par la Fédération régionale des CIVAM de Bretagne et co-animé avec INRAE.

Ce RMT a piloté l'enquête intitulée « Manger au temps du coronavirus » afin de recueillir des retours d'expériences sur les

systèmes alimentaires de proximité. Menée entre le 16 mars 2020, début du premier confinement, et le 11 juin, soit un mois après la fin de celui-ci, elle a permis de collecter près de 800 témoignages (2).

Une réponse très rapide à l'explosion de la demande

Anne-Cécile Brit, coordinatrice à la FRCIVAM Bretagne et co-animatrice du RMT, a témoigné des informations apportées par cette enquête.

« Les retours d'expériences ont mis en évidence l'importance prise par l'alimentation sous toutes ses facettes (sanitaire, hédonique, sociale, relationnelle...) pendant le confinement.

La crise a agi comme un révélateur des failles de notre système alimentaire et a reconnecté les consommateurs à leur alimentation. Cela a généré un attrait fort pour les circuits courts de proximité (tels que magasins de producteurs, marchés, système de

(1) rmt-alimentation-locale.org

(2) Les 800 témoignages collectés ont été valorisés à travers différents supports (bulletins de partage, vidéos, ouvrage...). Plus d'information : rmt-alimentation-locale.org/covid-19-et-alimentation



Le magasin « Au Panier Vert » à Frelinghien (59).

Des aménagements ont été réalisés pour limiter les contacts, par exemple au niveau des caisses.

paniers en ligne, vente à la ferme...) avec des ventes qui ont très fortement augmenté (de 30 à 50 % parfois). Les circuits alimentaires territorialisés ont démontré leur capacité à répondre très rapidement à cette demande, soit par le renforcement de dispositifs existants comme les magasins de producteurs, soit par le développement de nouveaux modes de distribution : création de petits marchés à la ferme, systèmes de commandes en ligne... »

La solidarité et l'importance des réseaux

« Les acteurs de ces circuits courts ont dû s'adapter aux nouvelles règles sanitaires et organiser leur mise en application. Les personnes impliquées ont pris très à cœur le fait de prendre soin de leurs clients. Au niveau du RMT, nous l'expliquons par le lien très fort entre producteurs et consommateurs dans ces modalités de vente. Il y a eu une réelle solidarité des producteurs vers les consommateurs et inversement. Il a aussi fallu trouver de nouveaux locaux par exemple, parfois trouvés grâce à la solidarité des élus. Il y a eu aussi de la solidarité envers les populations défavorisées, mais aussi envers les producteurs qui n'avaient plus de débouchés... »

Cette période particulière et ses contraintes ont donné lieu à des partages de bonnes pratiques entre acteurs des systèmes alimentaires territorialisés. Les réseaux existants ont montré toute leur importance. Ces lieux d'échanges, tels que ceux existant au sein de Réseau Civam ou des réseaux de Trame, ont été très bénéfiques et ont favorisé l'entraide. »

L'expérience du magasin « Au Panier Vert »

A quelques kilomètres de Lille, le magasin de producteurs « Au Panier Vert » existe depuis 1986. Sous forme coopérative, il regroupe une trentaine de fermes et compte une vingtaine de salariés. Des ateliers de découpe et de transformation sont adossés au magasin. Marie-Odile Smets, éleveuse et présidente de la coopérative, fait partie du magasin depuis 2006.

« Durant les derniers jours avant le confinement, nous avons dû faire face à la précipitation des consommateurs pour remplir leurs placards. Les producteurs ont dû réagir vite pour réachalander le magasin. »

S'adapter rapidement aux règles sanitaires

« Une fois le confinement effectif, l'équipe salariée s'est renseignée sur les règles à suivre pour assurer la sécurité des clients, des producteurs et la leur. Nous avons un petit stock de masques



Au Panier Vert

papier du fait de notre activité de transformation que nous avons mis à disposition des vendeurs ainsi que du gel hydroalcoolique et des gants.

Il a fallu gérer le flux de clients dans le magasin, mettre en place un marquage au sol. Nous avons installé une tonnelle devant la boutique pour que les clients puissent attendre à l'extérieur dans les conditions les plus confortables possibles. A l'intérieur, nous avons réalisé des aménagements : il y avait une très forte promiscuité entre vendeurs et clients au niveau du rayon fruits et légumes : nous avons déplacé des meubles pour diminuer les contacts. De même au niveau des caisses, nous avons élargi les meubles en ajoutant des tables. »

L'essor de l'activité drive

« Nous avons démarré avant le confinement une petite activité de drive en collaboration avec une startup régionale. Nous faisons environ 30 paniers au maximum par semaine. En 3 semaines de confinement nous sommes montés à 75 paniers par jour. Cela a demandé une organisation ! Nous avons proposé à des étudiants qui travaillaient ponctuellement pour nous de passer à temps plein. Nous avons aussi embauché une adhérente récemment retraitée. Il fallait de l'espace, nous avons récupéré du matériel pour mettre en œuvre cette organisation. »

La prise de décision

Interrogée lors du webinaire sur la façon dont s'est organisée la prise de décision face à tous ces événements, Marie-Odile

« La Covid-19 a reconnecté les consommateurs à leur alimentation »
Anne-Cécile Brit



Smets a souligné le rôle actif de l'équipe salariée : « Le directeur et le responsable de magasin ont immédiatement fait des propositions au niveau du comité de direction pour la mise en place de ces changements : affichage, port du masque, scotch pour marquer les distances, développement du drive. Leurs propositions, toujours judicieuses, étaient validées soit par moi-même soit par le trésorier.

En tant que présidente, j'ai été rassurée par le fait que l'équipe salariée se saisisse de ces aspects réglementaires et sanitaires. Nous avons d'ailleurs marqué notre reconnaissance envers l'investissement de tous les salariés par une prime. »

L'apport des échanges entre pairs

« Durant cette période compliquée, nous avons aussi pu échanger au sein de l'Association des magasins de producteurs fermiers des Hauts-de-France, créée en juin 2021 et accompagnée par Trame. Nous avons communiqué avec les autres magasins, en visioconférence, par téléphone, par mail. Nous avons aussi reçu des informations d'autres réseaux de magasins de producteurs. Pour tout responsable de magasin, c'est très enrichissant et rassurant de pouvoir échanger avec ses pairs. Cela permet de se fournir des "tuyaux" et de gagner du temps. »

L'après « 1^{er} confinement »

Depuis la fin du premier confinement, le RMT a observé que les chiffres d'affaires et la fréquentation des circuits alimentaires territorialisés ont diminué, même si pour la plupart des acteurs, ils restent supérieurs aux chiffres avant la crise sanitaire.

Marie-Odile Smets a étayé par un exemple : « Au niveau du drive du Panier Vert, nous sommes aujourd'hui à 75-80 paniers par semaine avec 4 jours de distribution (3) (contre 75 par jour pendant le 1^{er} confinement), mais ce niveau d'activité a permis de créer un poste dédié aux commandes drive ».

Durant le premier confinement, il y a eu des prises de conscience et de nombreux consommateurs ont basculé vers les circuits courts de proximité. Quand le déconfinement est arrivé, puis

que les contraintes ont encore changé avec par exemple l'apparition du couvre-feu, ils ont eu moins de temps pour cuisiner ou pour faire les courses et certains se sont tournés à nouveau vers des modes de commercialisation rassemblant une plus grande variété de produits en un même point.

« L'enjeu est maintenant de communiquer et de sensibiliser sur l'intérêt des systèmes alimentaires territorialisés et d'essayer les magasins de producteurs et ce type de commercialisation », a conclu Anne-Cécile Brit. ■

Agnès Cathala
Trame

(3) Chiffres à la date du webinaire.

Le prisme de l'agilité



Anticiper, collaborer, innover : l'agilité est un mode de management actif et proactif. Jérôme Barrand, enseignant-chercheur à Grenoble Ecole de Management, a apporté son regard sur le témoignage de Marie-Odile Smets.

« Ce qui a guidé l'action de tous, ce n'était pas l'argent : le risque d'en perdre ou l'occasion d'en gagner beaucoup, mais la notion de sens, le souhait d'être acteur de ce qui était en train de se passer, c'est un point remarquable.

A travers le récit de Marie-Odile, on entend qu'il y a eu beaucoup d'adaptations dans le "faire", "il a fallu en faire plus, déplacer les meubles, développer le drive... Dans l'agilité, la première ressource est effectivement toujours dans le "faire". On réalise des ajustements drivés par le bon sens.

Le reste relève des comportements. Dans les propos, j'ai perçu des personnes très connectées : à l'autre, aux clients inquiets, à la sécurité, à la situation et impliquées dans la contribution au sens.

Ainsi, on retrouve les 3 concepts clés de l'agilité :

- l'anticipation des risques et des conséquences,
- la coopération visant à satisfaire l'ensemble des parties prenantes,
- l'innovation : avec le principe de l'agilité qui n'est pas de tout changer mais de changer ce qu'il faut quand il le faut. »