

Vente directe : ça bouge chez nos voisins belges et suisses !

Les initiatives collectives de vente directe en circuits courts, de type magasins de producteurs, connaissent un fort développement en France. Mais qu'en est-il chez nos voisins belges et suisses ? En janvier 2020, Trame a organisé une conférence téléphonique sur ce sujet.

Deux fois par an, l'équipe « Circuits courts » de Trame organise des conférences téléphoniques d'information, sous la forme d'émission de radio, à destination des agricultrices et agriculteurs impliqués dans des magasins de producteurs, de leurs salarié(e)s et des agents de développement qui les accompagnent.

En janvier 2020, Trame a organisé la 7^e édition de cette « Radio Points de vente collectifs » avec pour titre : « Points de vente collectifs, ça bouge chez nos voisins belges et suisses ! »

Trois témoins étaient invités :

- Magali Estève, responsable différenciation et commercialisation pour Agridea, l'association suisse pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural ;
- Victor Bovy, agriculteur, président de Dorignot, dans le Jura vaudois (Suisse), une jeune coopérative composée d'une vingtaine d'agriculteurs qui gère collectivement un magasin dans

le petit village de Longirod ;

- Benoît Dave, co-directeur de la Coopérative Paysans-Artisans dans la région namuroise (Belgique) et président du Collectif 5C (Collectif des Coopératives Citoyennes pour le Circuit Court).

L'objectif de la conférence, était de comprendre les tendances en matière de vente en circuits courts de produits fermiers chez ces voisins et d'explorer des exemples de modes d'organisation collective, afin d'alimenter la réflexion des magasins en France et des structures qui les accompagnent.

Peu de magasins gérés par des producteurs uniquement

Les témoins ont d'abord apporté des éléments de contexte sur la vente de produits agricoles en circuits courts dans leur pays. Comme en France, la vente directe et les circuits courts

En Belgique comme en Suisse, les initiatives collectives incluant des consommateurs se développent.



agricoles se sont développés à la fois en réponse à de nouvelles attentes des consommateurs (traçabilité, sécurité, consommation engagée en faveur de la protection de l'environnement...) et aux besoins des agriculteurs (autonomie, diversification des canaux de commercialisation...). Mais si on retrouve dans ces pays la plupart des modalités de vente en circuits courts présentes en France : vente de paniers (équivalent des AMAP), vente en ligne, point de vente sur la ferme, cueillette à la ferme..., le modèle du magasin de producteurs gouverné par un collectif d'agriculteurs semble encore peu répandu.

Des dynamiques collectives belges incluant les consommateurs

« Il y a 10 ans, a expliqué Benoit Dave, co-directeur de la Coopérative Paysans-Artisans, un mouvement de circuits courts a démarré en Belgique avec des magasins à la ferme, de la vente directe de colis (viande par exemple) et des groupes d'achat en commun (équivalent des AMAP en France), puis, il y a 7-8 ans, par une éclosion de sites de vente en ligne.

A présent, on voit l'ouverture de magasins. Il existait en Belgique des magasins à la ferme qui vendaient essentiellement des produits de la ferme. Aujourd'hui, trois types de magasins différents apparaissent :

- des magasins à la ferme qui élargissent leur offre, en s'ouvrant à des produits qui ne sont pas de la ferme (provenant d'autres fermes ou achetés chez les grossistes) ;
- des magasins coopératifs de consommateurs (sur le modèle de

Food Coop à New York, La louve à Paris, Bees Coop à Bruxelles...) : des consommateurs, généralement urbains, créent une coopérative et donnent 2-3 heures par mois de leur temps au magasin. On en compte une dizaine apparus en 3-4 ans ;

- des magasins gérés par des coopératives mixtes de producteurs et de consommateurs.

Il existe quelques magasins de producteurs dans lesquels plusieurs producteurs s'associent et qui ne se situent pas sur une ferme, mais ce n'est pas la majorité. Nous avons principalement des magasins sur les fermes ou des dynamiques collectives incluant les consommateurs. »

En Suisse, une histoire liée au développement de l'agriculture bio

En Suisse, l'histoire de la vente directe est liée avec celle de l'agriculture bio. « Dans les années 1970-80, il y a eu Seveso, Tchernobyl et un gros accident industriel avec des entrepôts d'engrais chimiques qui ont brûlé à Bâle et d'importantes pollutions, a expliqué Magalie Estève d'Agridea. Cela a engendré une prise de conscience à la fois des chercheurs et des agriculteurs suisses et toute une mobilisation par rapport à l'agriculture biologique. L'Institut de recherche en agriculture biologique suisse a été fondé, et des premières expériences menées. Dans ce cadre, des groupes de travail mettant en lien agriculteurs et consommateurs ont été créés, et des groupes d'achat se sont mis en place, appelés groupes d'auto-provisionnement, qui étaient souvent en lien avec des exploitations bio.

Un magasins Paysans-Artisans en Belgique.

Paysans-Artisans





coopérative **Dorignol**
Longirod de producteurs

L'expérience de Dorignol

Même si ce n'est pas la majorité, il existe en Suisse quelques expériences de magasins collectifs initiés et gérés par des agriculteurs, comme c'est le cas de la coopérative Dorignol.

« La coopérative Dorignol est un point de vente, explique Victor Bovy, Président de Dorignol. Nous sommes situés dans le village de Longirod au pied du Jura. J'ai une exploitation agricole diversifiée : fruits, jus de fruits, maraichage, grandes cultures, viande... »

Quand j'ai repris la ferme, je l'ai convertie à l'agriculture biologique et j'ai cherché à développer la vente directe. Dans le village de Longirod, la poste a fermé, il n'y avait plus de petit magasin, plus de lien social. Je me suis dit qu'au niveau de mon village, il y avait un potentiel de produits fermiers mais pas de centralisation. Nous avons commencé une réflexion et formé un petit groupe d'une dizaine d'agriculteurs pour monter un projet en 2017. »

Un statut de coopérative

« Nous avons ouvert fin 2018 en faisant le choix d'une structure de société coopérative parce qu'elle poursuit un but social, avec un mode de prise de décision égalitaire. Nous avons fait le choix de n'être que des membres agriculteurs. En effet, il y avait une inquiétude de la part de certains agriculteurs sur le fait que d'autres personnes puissent influencer sur les décisions, sur les produits qu'ils allaient amener, par exemple. »

80 % de coopérateurs agriculteurs

« Nous avons commencé par un tout petit local, une ancienne poste. Pour offrir à la population un lieu où elle trouve des produits locaux. Il y a une forte demande qui transparait dans notre chiffre d'affaires, bien que le village ne compte que 400 habitants. Le magasin marche très bien. Nous sommes une vingtaine de membres (80 % d'agriculteurs). Les 4 coopérateurs non-agriculteurs font par exemple des cosmétiques, des produits d'entretien de la maison ou sont des producteurs (trufficulteurs) qui ne sont pas officiellement exploitants agricoles. Nous prélevons 20 % des ventes des producteurs pour faire tourner le magasin.

Les autres personnes qui participent à la coopérative sont des consommateurs : des personnes qui nous aident dans la communication, le marketing... »

Le choix des produits

« Dès le démarrage, nous nous sommes dit que le bio n'était pas obligatoire. Au début nous étions sur l'ultra local, puis nous avons élargi, par exemple nous avons accepté du chocolat (savoir-faire suisse). Pour la suite, nous sommes en train d'ouvrir aux producteurs artisanaux non alimentaires (hygiène, beauté, entretien de la maison...) et de faire des chartes. Nous avons ouvert beaucoup et nous sommes en train de cadrer, pour ne pas avoir par exemple de la mangue transformée. On ne va pas vendre non plus des brosses à dent, même suisses. Par contre nous vendons du bois de feu par exemple. »

Ensuite la vente directe s'est développée sur les exploitations. Aujourd'hui environ 21 % des exploitations suisses font de la vente directe. Cela a relativement augmenté ces dernières années. Se sont aussi beaucoup développées les ACP - agricultures contractuelles de proximité (systèmes de paniers) - qui ont en général environ 200 membres. Nous avons aussi, depuis longtemps, des systèmes d'autocueillette ou de self-service.

Les magasins de producteurs dont les membres fondateurs coopérateurs sont à 100 % des agriculteurs sont très peu répandus finalement. Sinon, comme en Belgique, depuis 3 ans, beaucoup d'épiceries participatives se montent avec un niveau d'implication des agriculteurs plus ou moins fort. »

Perspectives : développement et professionnalisation

Les témoins s'accordent sur le fait qu'au moins à court terme ces initiatives de magasins participatifs vont continuer à

fortement se développer, la demande étant très forte. Parmi les points de vigilance, il faudra veiller à ne pas « noyer » les petites fermes qui contribuent à ces magasins et qui pour certaines n'arrivent déjà plus à répondre aux sollicitations. Autre challenge pour l'avenir : réussir à se professionnaliser, tout en restant dans l'esprit initial de l'approvisionnement de ces magasins de producteurs. Enfin, l'avenir à plus long terme est difficile à dire, car comme en France, la grande distribution a de gros moyens et réagit vite pour s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs, en reprenant, au moins dans son discours, des éléments liés aux circuits courts, ou en créant de nouvelles chaînes de magasins (bio, zéro déchet...). ■

Agnès Cathala

Trame

Pour en savoir plus : le compte-rendu écrit et l'enregistrement de cette conférence téléphonique sont disponibles sur trame.org, rubrique Thèmes travaillés/Circuits courts et activités de service/Radio PVC.



L'expérience de Paysans-Artisans

« Paysans-Artisans est une coopérative regroupant à la fois une centaine de producteurs (des fermes mais aussi des transformateurs) et des consommateurs, des citoyens. Notre initiative a démarré en 2013, explique Benoit Dave, co-directeur de Paysans-Artisans, plutôt de consommateurs citoyens militants, du même village. Nous étions tous proches du milieu agricole, nous constatons que des fermes disparaissaient et il nous semblait important de retrouver de la maîtrise de « par qui et comment » sont fait les produits, et de retrouver des solidarités avec des agriculteurs qui essaient de faire un peu les choses autrement. Nous avons repéré une vingtaine de producteurs intéressés et démarré avec de la vente en ligne en 2013, avec une centaine de coopérateurs au début. Nous avons été hébergé gratuitement dans une école pendant 3 ans. »

L'ouverture de plusieurs magasins

« Le nombre de personnes a augmenté, nous avons investi dans un local logistique. En 2017, nous avons ouvert un 1^{er} magasin, puis un 2^{ème} en 2018, puis un 3^{ème} en 2019. En 2020 nous allons en ouvrir 3. Ce sont des petits magasins (entre 65 et 150 m²), implantés plutôt en milieu urbain, qui favorisent

la convivialité et la rencontre. Nous avons aussi développé un service « petit grossiste ». Sur notre secteur, il y a beaucoup de magasins à la ferme, et certains avaient tendance à se développer mais à acheter à des grossistes s'approvisionnant chez des agriculteurs beaucoup plus gros, qui ne leur ressemblaient pas. Nous avons développé ce service pour fournir les magasins de producteurs avec des produits d'autres petits producteurs. »

Le fonctionnement

« Les produits vendus sont de qualité différenciée (quand on est sur du maraichage, on est en plein terre, en élevage sur le sol...), mais pas forcément tous bio.

Nous avons un centre logistique où les producteurs viennent apporter leur production à la fois pour les magasins, la vente en ligne et les magasins à la ferme. Nous avons deux camions qui vont livrer. Les clients de la vente en ligne viennent retirer leurs commandes dans 18 points de dépôt. Nous fonctionnons avec des prélèvements de 20 % sur les prix consommateurs fixés par les producteurs, sur les ventes en ligne, et 30 % en magasin (les producteurs n'assurent pas de présence en magasin). Nous avons 450 bénévoles. »

La coopérative Paysans-Artisans regroupe des producteurs et des consommateurs.

Paysans-Artisans

