

Published on *Terre & Nature* (<http://www.terrenature.ch>)

[Accueil](#) > Le succès de la vente directe

Le succès de la vente directe [1]

Le succès de la vente directe



En voiture, à vélo, à pied: tous les chemins conduisent au domaine de Primapraz. Installée sur la commune de Puidoux (VD), à la frontière de Chardonne (VD) sur les flancs du Mont-Pèlerin et sur un raccourci champêtre emprunté par des nombreux Fribourgeois se rendant à Lausanne, la ferme de Jean-Rémy Chevalley propose fruits, légumes et différents produits agricoles en vente directe. Le succès est là, à en juger par le ballet incessant des autos dans la cour, tous les jours de la semaine, le dimanche en particulier. De retour de balade, Cosette Muller et Olivier Barraud, de Savigny (VD), en profitent pour faire le plein de carottes: «On a le sentiment de participer à la vie paysanne, c'est une manière d'encourager les agriculteurs.»

Le bouche à oreille, ce serait la recette à en croire Jean-Rémy Chevalley, membre de l'association Marché paysan (créée dans le canton de Vaud en 1997 et à vocation romande): «Nous sommes partis tous seuls dans cette

aventure. Nous bénéficions d'un gros bassin de population mais nous avons aussi des gens de passage, qui viennent de Genève et du Valais, beaucoup de Français aussi.»

Un succès dont le domaine de Primapraz n'est pas le seul à s'enorgueillir. Lentement mais sûrement, la vente directe augmente sa part de marché en Suisse. A tel point que les producteurs sont parfois dépassés parce qu'ils ont longtemps cru n'être qu'un petit marché de niche: «Aujourd'hui, cela marche presque trop bien, sourit Luc Rempe, coprésident des Marchés paysans. Déçus par la grande distribution, certains grands producteurs cherchent à nous rejoindre.»

Savoir se profiler

Tous les agriculteurs ne se retrouvent pas égaux sur ce marché en développement. Les régions proches des agglomérations, comme La Côte (VD) par exemple, sont favorisées par l'intérêt des urbains pour les produits authentiques et par le tourisme rural. Comme le révèle un rapport de la station de recherche Agroscope Reckenholz-Tänikon ART, «les exploitations qui pratiquent la vente directe réalisent une prestation brute plus élevée mais ont également des coûts réels plus élevés du fait de coûts de main-d'œuvre plus importants.»

De surcroît, comme le note Suzanne Gabriel, qui défend la promotion des produits du terroir vaudois, «il y a d'énormes différences au niveau de la présentation et du volume de marchandises. Il y a des agriculteurs qui sont très bien situés le long d'une route et qui ne s'en rendent pas compte. De plus en plus d'entre eux sont intéressés, ils posent des questions sur les lois, sur l'étiquetage.» De fait, Michèle Zufferey, d'Agridea, coordonne une plate-forme regroupant les conseillers et conseillères romands dont le but est de soutenir les prestataires (actuels et futurs) en vente directe. «Nous prévoyons une journée romande dans le but qu'ils échangent leurs expériences, voire leurs produits entre eux, même d'un canton à l'autre.» En Valais, la vente directe progresse également: «L'offre ne se développe pas forcément de manière collective, explique Malvine Moulin, responsable du projet agritourisme à la Chambre valaisanne d'agriculture. Nous, on aime dire que c'est la promotion qui s'organise de manière collective.» Valais-terroir.ch fait notamment connaître les producteurs (plus de 200 adhérents). Malvine Moulin considère l'association Marché paysan comme un «partenaire» et salue toute initiative favorisant les échanges cantonaux.

Le soutien aux marchés paysans et à la vente directe est parfois en décalage avec la réalité du terrain, voire avec les décisions politiques: «Les pionniers ont eu la vie dure», explique Michèle Zufferey qui met en évidence une double attitude: «D'un côté on soutient la vente directe, au nom de la traçabilité des

produits, de leur qualité et de valeurs liées au patrimoine régional, de l'autre on soutient le Cassis de Dijon qui veut favoriser une diminution des prix et met en danger les principes de haute qualité développés en Suisse.»

Nicolas Verdan

Terre&Nature, le 12 mai 2011



QUESTIONS À...Luc Rempé

Président de l'association Marché paysan



Le site Internet de votre association paraît abandonné. Faut-il y voir le signe d'un essoufflement des marchés paysans?

Non, au contraire, nous sommes précisément en train de le rafraîchir pour qu'il corresponde mieux aux besoins de notre clientèle. Nous mettons en place un système de vente en ligne qui permet de faire son marché en passant d'un producteur à un autre. Aujourd'hui, la vente directe passe par trois canaux: le marché à la ferme, le marché en ville et enfin la vente par Internet. Dans le domaine du marché contractuel et de l'autocueillette, tout le monde travaille via Internet.

L'intérêt croissant pour la vente à la ferme fait-il grossir le rang de vos membres?

Oui, je dirais même que cela marche trop bien. Nous avons tellement de demandes que cela devient difficile de travailler comme des bénévoles et il nous faudrait plus de moyens pour nous développer. Nous sommes désormais nonante, essentiellement des Vaudois. Une nouvelle équipe s'est mise sur pied dans la région d'Aigle. Nous avons six Valaisans, dix de plus souhaitent s'inscrire et des Fribourgeois nous rejoignent. Nous avons fixé notre limite à cent. Si on dépasse ce nombre, on devrait s'organiser en sections.

Votre succès est toutefois marginal, en comparaison avec la grande distribution.

Notre marché de niche commence à énerver les gros distributeurs qui ne

veulent pas perdre ne serait-ce qu'un pour-cent du marché. Notre but, c'est de montrer qu'on ne peut pas toujours se fier de nous. Nous n'avons pas de chiffres, mais nous sommes de plus en plus nombreux à pouvoir en vivre, sans pour autant nous enrichir. Mais nous avons l'avantage de maîtriser nos prix.

EN CHIFFRES - Une croissance qui se confirme

- 5 à 20% (contre 15,36% en France) des exploitations agricoles en Suisse font de la vente directe (chiffres 2007 fournis par Agridea).
- 5%: la part du chiffre d'affaires des biens vendus directement du producteur au consommateur (Union suisse des paysans, 2007).
- 21% des exploitations agricoles suisses pratiquent la vente directe (Office fédéral de la statistique (OFS), 2007).
- 11%: la moyenne des années 2005 à 2008 de la part des exploitations qui pratiquent la vente directe. Soit moins que la moyenne de l'OFS, ce qui s'explique par une question de délimitation de l'échantillon: les chiffres d'affaires de la vente directe sont saisis soit comme des activités agricoles soit comme activités extra-agricoles, en fonction de leur importance.
- 10 000 francs et plus: le chiffre d'affaires réalisé par un peu plus de la moitié des exploitations avec vente directe. Les régions de montagne sont privilégiées.
- 38 000 francs: le chiffre d'affaires moyen (prestation brute) de toutes les exploitations pratiquant la vente directe.
- 20% des exploitations biologiques pratiquent la vente directe.

+ D'INFOS www.marchepaysan.ch ^[2] ou www.marche-paysan.ch ^[3]

Dossier: Vente directe

> Cliquez ici pour voir tous les articles de ce dossier. ^[4]

Source URL: <http://www.terrenature.ch/terroir/12052011-0000-le-succes-de-la-vente-directe>

Links:

[1] <http://www.terrenature.ch/terroir/12052011-0000-le-succes-de-la-vente-directe>

[2] <http://www.marchepaysan.ch>

[3] <http://www.marche-paysan.ch>

[4] <http://www.terrenature.ch/terroir/dossier-vente-directe>