



La vente directe pourra-t-elle séduire durablement?

CONSOMMATION Ils ont été pris d'assaut dès les premiers jours du semi-confinement: les marchés fermiers ont vu leur fréquentation exploser durant la crise. Vrai virage ou feu de paille?

PAR GREGORY.BALMAT@LACOTE.CH



Si au Domaine d'Avenex, le Panier gourmand rencontre encore un grand succès, de nombreux agriculteurs convertis à la vente directe déchantent depuis le déconfinement. SIGFREDO HARO



A la question de savoir comment il a traversé la crise sanitaire, Pierre Heuberger, agriculteur et propriétaire du marché paysan Le Panier gourmand à Signy-Avenex, répond par un laconique: «Boulot, beaucoup de boulot.» Ceux qui ont fréquenté la boutique de l'exploitation durant le semi-confinement vous le confirmeront: il fallait s'armer de patience pour accéder aux étals du magasin.

Un cas loin d'être isolé dans la région: la vente directe par les producteurs locaux a été incontestablement une des grandes tendances de ces trois derniers mois. Notre sondage révèle même que le «consommer local» arrive en tête des changements d'habitudes de consommation provoqués par la crise sanitaire. Et à en croire les résultats de notre enquête, cette évolution devrait s'inscrire dans la durée.

En quête de maîtrise

Si la vente directe montait en puissance depuis plusieurs mois, la crise sanitaire a eu un effet d'accélérateur: sur les réseaux sociaux, les demandes de renseignements sur le sujet ont rapidement afflué. Plusieurs plateformes rassemblant des informations sur les producteurs du coin sont également venues rejoindre celles existantes et d'autres sont en approche (lire sous-papier).

«En temps de crise, nous cherchons à nous rassurer. Connaître la provenance de ce que nous mangeons nous tranquil-

lise, nous apporte de la maîtrise», analyse Christine Girod, municipale à Gland et cofondatrice du site manger-local.ch, lui aussi mis en ligne durant le semi-confinement.

Prendre de la distance avec les grandes surfaces en intérieur, très fréquentées et aux rayons parfois vides, explique également en partie cette «fuite» vers la vente directe et le circuit court, complète Sébastien Ray, cofondateur du Bottin du local, lancé durant la crise et qui couvre la région de Cossonay. «Les grands centres commerciaux ont été une source d'angoisse pour certains consommateurs. Faire leurs courses à la campagne était perçu comme moins stressant», note-t-il.

Une douche froide

Du stress, il y en aura eu du côté des exploitants qui ont dû faire face à cette déferlante pratiquement du jour au lendemain. «La vente, ce n'est pas leur premier métier», rappelle Grégoire Nappey, porte-parole de Prométerre, association chargée de promouvoir les métiers de la terre. Entre les infrastructures qu'il a fallu adapter aux nouvelles normes sanitaires en un temps record et des exploitations mises sous pression par des semaines de quasi-sécheresse, ces trois mois auront été particulièrement éprouvants.

Mais où en est-on à présent que la situation est pratiquement revenue à la normale? Les marchés fermiers sont-ils toujours bondés? Si certains, comme Le Panier gourmand, font encore

face à une très forte affluence, pour d'autres le déconfinement a eu des allures de douche froide.

Temps précieux

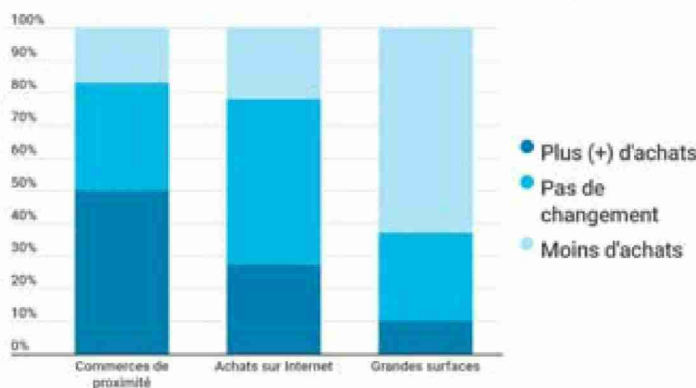
«Au début de la crise, nous pouvions avoir huitante personnes quotidiennement. Du jour au lendemain, nous sommes redescendus à dix ou quinze clients», lâche Pascale Roch. La responsable du marché des Biolettes, à Ballens, ne cache pas sa désillusion: «Mon mari et moi avons un peu rêvé, on se disait que les gens avaient enfin compris l'intérêt de consommer local.»

Lucide, la Ballensarde pointe du doigt la situation géographique du domaine comme un facteur déterminant expliquant cette violente décrue. «Nous ne sommes pas sur une route de passage. Maintenant que les gens ont moins le temps, ils ne font plus l'effort de se déplacer jusqu'à nous», déplore-t-elle.

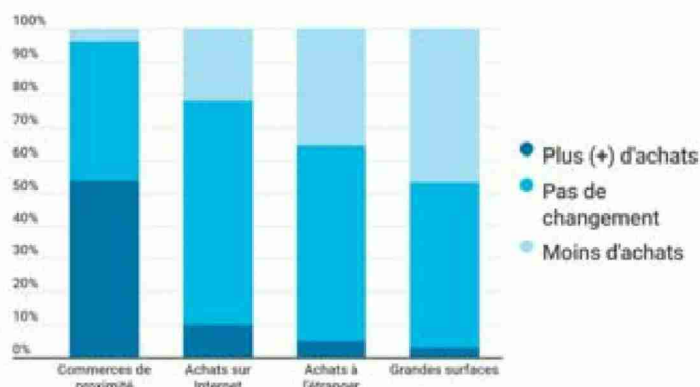
Entre le retour à l'école des enfants et le chômage partiel qui diminue, le temps est redevenu une matière hautement précieuse et faire ses courses une corvée à évacuer le plus rapidement possible. «Les agriculteurs nous remontent que cela baisse un peu chaque jour, confirme Grégoire Nappey. Nous espérons simplement que la fréquentation ne retrouvera pas son niveau d'avant-crise et que certains clients acquis durant cette période l'auront été durablement.»



Comment vos habitudes de consommation ont-elle évolué durant le semi-confinement?



Comment voyez-vous évoluer vos habitudes de consommation désormais?



Encore faut-il les trouver

Marchepaysan.ch, terre-vaudoise.ch, manger-local.ch, bottin-du-local.ch ou prochainement Taou: les plateformes consacrées aux producteurs locaux et aux marchés fermiers se multiplient sur Internet. Plus ou moins élaborés, lancés par des bénévoles ou à but lucratif, ces portails poursuivent in fine les mêmes objectifs: mettre en relation les consommateurs et les producteurs locaux.

«De nombreuses personnes avaient envie de se mettre au circuit court mais ne savaient pas par où commencer», explique Christine Girod, municipale glandoise et cofondatrice de l'association Manger local et du site du même nom. Mis en ligne en plein semi-confinement,

manger-local.ch a comptabilisé plus de 9000 pages vues au bout de son premier mois d'existence.

Pour trouver un magasin proche de son domicile ou un produit en particulier, voire se faire livrer ces achats, Internet s'impose chaque jour davantage comme la vitrine principale du circuit court. Et certaines plateformes vont encore plus loin en faisant de leur communauté la pierre angulaire de leur fonctionnement. C'est notamment le cas de taou.ch, actuellement en quête de financement participatif, qui invite le consommateur à se muer en «ambassadeur» afin de partager ses coups de cœur et à organiser des achats groupés.