

## Vente directe : et si c'était les consommateurs qui allaient vers les agriculteurs !

Chambre d'Agriculture - Service Territoire

30/07/2009 | Mise à jour : 15:08

**Vendredi soir , 18h30, les petites vaches Jersiaises de la ferme de la Papaudière commencent à voir défilier un balai incessant de voitures. Retour sur une histoire de vente à la ferme un peu particulière; Installés sur 40 ha avec 186 000 l de lait, Véronique et Pascal ont une vision bien précise de leur métier : vivre sur une ferme à taille humaine, facilement transmissible, afin de nourrir les hommes sainement.**

### Un potentiel commercial limité

Pour répondre à ces finalités, le couple décide de produire de façon extensive et de valoriser au mieux leurs produits. Ils ne sont pas forcément les seuls à vouloir vendre en direct aux alentours et la commune du Longeron (Maine et Loire) ne représente pas un potentiel énorme en nombre de clients. Il y a seulement 2000 habitants.

Cela a commencé par la vente de veaux de lait. Les veaux étant trop petits, ils n'intéressent aucun acheteur. Véronique et Pascal décident alors de les élever et des les vendre en direct. Mais la particularité de cette histoire, c'est le comportement des consommateurs qui viennent chez eux : ils sont gourmands, ils en veulent plus. Ils se mettent alors à leur demander en plus des légumes, des produits laitiers; La cour de la ferme aurait donc pu se transformer en supermarché fermier.

La ligne directrice qu'ils se sont imposés n'aurait pas rendu ce choix cohérent face à leurs objectifs. Produire des légumes est un autre métier, transformer les produits est très demandeur en temps. Véronique décide donc de renvoyer ses clients vers une expérience similaire à l'autre bout du département où les consommateurs ont eu la même envie : acheter les produits en direct pour en connaître l'origine et favoriser le commerce équitable au sein d'une commune.

C'est ainsi que Laurence, Marie, Jean-Luc, habitants du Longeron se rendent à Vihiers, commune à une cinquantaine de kilomètres où l'expérience s'est déjà présentée. Les consommateurs se sont rassemblés en AMAP.

### Des consommateurs soucieux du mode de production et du mode consommation.

Une AMAP, c'est quoi ? C'est une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne. C'est avant tout une association de consommateurs, le producteur n'y est pas représenté. Le but de ce genre d'association est de rassembler des consommateurs afin de démarcher des agriculteurs volontaires avec un volume minimum qui peut permettre aux exploitants de s'y investir de manière rentable. L'autre particularité, c'est que le consommateur partage le risque de la production avec le producteur en payant à l'avance une production théorique. C'est-à-dire que les légumes sont par exemple achetés à l'avance et que si les quantités récoltées sont moindres, le consommateur en aura moins dans son panier.

De retour au Longeron, les habitants sentent que quelque chose est possible chez eux et décide de mobiliser la commune entière afin d'étoffer le groupe. C'est ainsi qu'il y a un an et demi, l'AMAP du panier vert voit le jour avec 25 adhérents au plus grand bonheur de nos deux agriculteurs. Encore fallait-il trouver d'autres partenaires pour remplir le panier. Ce fut chose facile avec des producteurs de volailles et d'œufs en agriculture durable à la Verrie, une jeune maraichère en plein champ de Gétigné et une jeune installée en verger bio qui produit des anciennes variétés à Cugand.

### L'AMAP ne fut qu'une première étape;

De leur côté, Véronique et Pascal ont voulu aller plus loin dans la valorisation de leur produit. Après la viande, ils songent à mieux vendre leur lait, production principale de l'exploitation. Avec quatre autres exploitations, ils décident alors de monter une fromagerie collective en embauchant un fromager. Par l'intermédiaire de cette structure, ils peuvent ainsi distribuer aujourd'hui leur lait sous forme de fromage, de lait pasteurisé, de fromage blanc.

Les débouchés sont les mêmes puisque la fromagerie livre désormais 4 AMAP, bientôt 6 et des magasins de proximité. La restauration collective et les chaînes de magasin bio s'intéressent aujourd'hui à leurs produits et offrent à la fromagerie de belles perspectives.

### Plus qu'un système de vente, l'AMAP rapproche producteur et consommateur pour construire l'agriculture de demain ensemble.

Véronique et Pascal ont donc réussi à atteindre leurs buts. Tout en conservant une petite exploitation, facilement transmissible, ils arrivent aujourd'hui à dégager suffisamment de valeur ajoutée pour assurer les besoins financiers familiaux avec leurs quatre enfants et leur maison neuve. Mais au-delà d'un aspect simplement financier, Véronique préfère souligner les fonctions de son exploitation : elle répond à une demande du consommateur et non pas d'un industriel.

Elle fait également de la pédagogie à chaque vente car les enfants présents apprennent le fonctionnement de la nature avec les périodes de pousse, les façons de faire, le cycle de production du lait, etc. Avec des produits frais, les habitants du longeron ont ainsi retrouvé le goût des aliments, la fraîcheur des légumes.

L'agricultrice affiche donc un large sourire quand elle voit arriver dans sa cours de ferme des jeunes couples qui se soucient de leur mode de

consommation. Lieu de convivialité, l'AMAP ne rassemble pas que des gens aisés comme le souligne Véronique. Il est faux de croire qu'une petite partie de la population seulement peut s'offrir ce mode d'alimentation, c'est avant tout une volonté et un acte réfléchi.

Denis Guilloton

