

RAPPORT DE LA COMMISSION
chargée d'examiner l'objet suivant :

Postulat David Readler et consorts – Agissons pour un avenir à la vente directe des produits agricoles vaudois

1. PRÉAMBULE

La commission s'est réunie le 6 septembre 2024 de 10h à 11h15, à la salle Romane, Rue Cité-Devant 13, à Lausanne.

Elle était composée de Mesdames Isabelle Freymond, Laure Jatton, Anna Perret et de Messieurs Jean-Rémy Chevalley, président-rapporteur, Nicolas Boley, Aurélien Demaurex, Grégory Devaud, Bernard Nicod, David Raedler, postulant

Ont également participé à la séance, Madame Valérie Dittli, Cheffe du Département des finances et de l'agriculture, ainsi que Monsieur Frédéric Brand directeur de la Direction de l'agriculture, de la viticulture et des améliorations foncières.

Madame Sophie Métraux (secrétaire de commission – SGC) a tenu les notes de séance et est vivement remerciée pour la qualité de son travail.

2. POSITION DU POSTULANT

Des proches du postulant travaillent dans l'agriculture et pratiquent la vente directe à la ferme, ils relèvent un essoufflement de cette dernière.

Les points suivants sont soulignés :

1.- L'importance de la vente directe dans le tissu local vaudois et la société. En effet, la vente directe est considérable en termes de revenu pour les familles paysannes. Elle aide au maintien des exploitations familiales et limite la tendance aux regroupements d'exploitations. La vente directe connecte également des couches de la population qui ne sont plus en lien (ville-campagne). Le tissu géographique imbriqué du canton de Vaud avec des centres urbains à proximité de la campagne, est une chance, car la production est voisine de la consommation.

2.- La baisse de fréquentation des points de vente directe à la ferme est inquiétante. Lors de la période Covid, la fréquentation de ces lieux a explosé et des investissements parfois importants ont été effectués. Or, depuis la fin de la pandémie, la fréquentation s'étiolé et les chiffres d'affaires plongent. Les familles paysannes n'arrivent pas à amortir les investissements consentis et parfois ferment les points de vente. Il est à craindre que cette baisse de fréquentation touche également les marchés en ville.

3.- Dans sa réponse à l'interpellation « des circuits courts à souffle court, voire à bout de souffle ? » (23_INT_14), le Conseil d'État partageait les constats sur la vente directe à la ferme et la baisse de fréquentation de ces lieux. Parallèlement, il se réjouit de constater que la consommation des produits locaux n'a pas baissé. Or, ce constat ne justifie pas d'être inactif. Certes, des produits locaux sont consommés, entre autres, car les grandes surfaces en proposent. Toutefois, si la grande distribution offre, dans une certaine

mesure, des débouchés à la vente de produits locaux, cela n'a rien à voir avec la vente directe desdits produits. Pour les agricultrices et agriculteurs, dépendre uniquement des grandes surfaces s'avère problématique en termes de prix (non rémunérateurs) et de risques si refus de la marchandise, etc.

Il importe de ne pas mélanger la consommation et le canal d'achat desdits produits.

Le postulat est relativement détaillé et dessine quelques pistes de réponse dont l'éventualité d'assouplir la législation fédérale applicable aux magasins à la ferme, notamment s'agissant des conditions très strictes liées à la provenance des produits vendus qui impose que la moitié des produits soient issus de l'exploitation (art. 16a de la loi fédérale sur l'aménagement du territoire-LAT et 34 al. 2 de son Ordonnance d'application-OAT)

La clientèle privilégiée en effet les endroits avec un large choix de produits permettant de garnir leur panier. Cependant, des personnes de la branche ont émis des réserves d'éventuels assouplissements. Le postulant avouant ne pas être un spécialiste et le problème s'avérant complexe et multifactoriels, une étude de fond semble appropriée.

Ainsi, le postulat demande au Conseil d'État d'établir un rapport sur la vente directe de produits agricoles à la ferme en identifiant les motifs de la baisse de fréquentation et en proposant des solutions de soutien et de promotion ainsi que les risques et conséquences de ces solutions.

3. POSITION DU CONSEIL D'ÉTAT

M. Brand présente un état des lieux des outils existants dans la politique cantonale pour le soutien à la vente à la ferme. (Cette présentation est annexée au rapport).

Vente directe à la Ferme 2024

Le Canton de Vaud compte 695 points de vente directe, dont 400 vigneronnes ou vigneron encaveurs. Les exploitations qui pratiquent la vente directe doivent s'inscrire auprès de la DGAV, ils sont ensuite répertoriés par l'OFCO qui assure le suivi sanitaire et de l'hygiène ainsi que le contrôle des poids et mesures. Il est très important que les conditions-cadres soient respectées.

Il n'existe pas de site internet officiel recensant tous les points de vente, mais plusieurs sites d'organisations privées regroupent ces données.

Contexte de la vente directe

La reprise des habitudes pré-Covid fait baisser la fréquentation dans les points de vente directe. Toutefois, il y a une amélioration du positionnement des produits locaux dans la distribution en général. Les grands distributeurs ont appris durant la période Covid à porter un plus grand intérêt aux produits locaux et mettent en place des stratégies qui favorisent ces derniers.

On observe également de nombreuses démarches « d'expérience d'achat » pour fidéliser la clientèle à la vente directe.

Outils de la politique agricole I et II

L'État offre une série de formations pour la vente directe aussi bien en formation de base que continue. Il y a également des outils de financement au niveau individuel ou collectif.

Il existe également une aide à la promotion, certains sites internet ont bénéficié de subventions.

En résumé, la vente directe dispose d'un bouquet de mesures d'accompagnement et de soutien comme mentionné plus haut, mais il s'agit de mesures subsidiaires, l'État ne se substitue pas aux agricultrices et agriculteurs qui pratiquent la vente directe.

La conseillère d'État ajoute que le Département des finances et de l'agriculture (DFA) partage plusieurs constats du postulat. Le Conseil d'État n'est pas opposé à ce texte, mais la thématique étant très large, il y a deux manières pour y répondre :

Soit la DGAV effectue une analyse des mesures en vigueur pour savoir si elles sont vraiment utiles et génèrent une augmentation de la vente directe.

Soit un institut externe se charge de faire une analyse approfondie du marché et de l'attente des consommatrices et consommateurs, car la DGAV n'a pas les ressources pour réaliser un tel travail.

Il serait très utile que le postulant précise sa demande.

4. DISCUSSION GÉNÉRALE

L'ensemble des commissaires partagent les constats du postulant et pensent que des solutions doivent être trouvées pour y pallier. La pertinence du postulat est relevée.

Plusieurs commissaires font part de leur expérience que ce soit comme producteurs ou client d'un marché de vente directe.

Un commissaire relève que se lancer dans la vente directe ne s'improvise pas, cette démarche entrepreneuriale privée nécessite une analyse de marché ainsi qu'un plan financier solide. Il estime qu'il faut prendre des mesures pour éviter une érosion de la production indigène dans sa globalité.

Une diminution importante de la production suisse engendrée par des normes de plus en plus restrictives et compliquées amènera fatalement une ouverture à l'importation. L'essentiel réside dans la capacité à pratiquer et maintenir des prix rémunérateurs pas uniquement pour la vente directe, mais pour l'agriculture suisse en général.

Un autre commissaire relève que l'afflux de clientèle lors de la période Covid, qui a passé d'un facteur de 1 à 15, a poussé certaines structures à investir massivement, mais malheureusement la période Covid a passé comme un feu de paille et même en s'adaptant à la demande de la clientèle, cette dernière a fortement diminué et les investissements ne peuvent plus être amortis.

Le postulant relève que beaucoup de produits de proximité se trouvent en grandes surfaces, ceci est un cadeau empoisonné, car ces produits sont souvent vendus à prix cassés et utilisés comme produits d'appel, ainsi les prix payés aux productrices et producteurs ne sont pas rémunérateurs.

Une commissaire souligne qu'il est important de se concentrer sur le texte du postulat, elle considère que les points de vente de produits locaux qui regroupent plusieurs entités de productions sont intéressants pour la clientèle, mais également moins énergivores pour les productrices et producteurs.

Le canton et les communes ont un rôle à jouer pour la promotion de ces produits, comme à Echallens où le musée du blé et du pain comportera un magasin ouvert à plusieurs sites de production pour mettre en avant leur marchandise. Il est donc possible de se mettre ensemble pour réfléchir avec les autorités afin de trouver des solutions innovantes, pragmatiques et simples. Le postulat aidera à ces démarches.

Un commissaire relève que les années Covid ne doivent pas être prises en référence, tant elles étaient particulières. Soutenir un tel rythme de vente sur la durée aurait été impossible, mais il est vrai que la période post-Covid a vu une baisse des ventes par rapport à la période pré-Covid, cependant sur les places de marchés, la baisse a été moins ressentie et un renouvellement et rajeunissement de la clientèle s'est opéré.

Un autre commissaire pense qu'il conviendrait d'ajouter un volet au postulat qui porterait sur le type de vente directe dont il est question et la cadre réglementaire applicable. En effet, selon la taille des exploitations et le type de vente effectuée, la réglementation diffère. Certaines exploitations pratiquent déjà une vente quasi professionnelle et comme la clientèle préfère composer son panier en un seul endroit, les exploitations étoffent leur offre pour rester attractives et faire face à la grande distribution. Certaines démarches questionnent quant à savoir s'il s'agit encore de vente directe. Il est donc très important de définir ce dont il est question.

Un commissaire relève qu'il est vrai que pour attirer la clientèle il faut une certaine diversité de produits, mais il ne faut pas que le magasin à la ferme devienne un ersatz de grande surface à la campagne, la collaboration entre plusieurs productrices et producteurs est une très bonne solution.

Une commissaire revient sur la période Covid qui ne doit pas être une norme d'appréciation. Néanmoins, d'autres périodes tout aussi compliquées pourraient arriver à l'avenir et il est de fait très important de conserver cette structure de vente directe.

Une étude démontre que la clientèle a une certaine envie de travailler avec la vente directe, mais ne la concrétise pas forcément étant donné que les grandes surfaces offrent également des produits de proximité tout en mettant à disposition une palette très large d'autres produits. Il faut faire comprendre à cette clientèle que la démarche et l'effet sont totalement différents si l'achat se fait directement sur les sites de production. Il faudrait une très large information pour faire comprendre cette différence et l'importance du soutien à la vente directe.

Plusieurs commissaires s'expriment encore sur les préjugés de la clientèle sur les prix de la vente directe qui devraient être inférieurs vu que les intermédiaires sont supprimés, sur le contact entre le producteur et le consommateur qui apporte un plus au niveau social. La collaboration avec la restauration est également évoquée, mais nécessite une structure professionnelle.

M. Brand souligne la tendance au B2B (Business to Business) dans d'autres cantons ou des structures de vente regroupant plusieurs sites de productions s'adressent directement à la restauration, cette démarche entre-t-elle dans le périmètre du postulat ?

Le postulant relève que l'axe principal de son texte vise la consommation à titre privé, mais le volet de la restauration pourrait être intégré dans l'analyse.

Il relève également les deux points essentiels du postulat, à savoir :

1.- comprendre et analyser les obstacles administratifs et examiner les solutions à y apporter, à l'instar d'un assouplissement de l'article 34 OAT, en se gardant d'engendrer de grandes surfaces à la ferme. L'aide à la formation et à la construction apportée par l'État est bonne, mais il pourrait y avoir d'autres mesures à prendre.

2.- Une analyse du marché est importante pour comprendre pourquoi le 100% des gains en termes d'échanges de fréquentation et d'attrait pour la vente directe ont été perdus post-Covid.

Il faut comprendre le problème pour envisager des mesures adéquates pour y répondre.

Au terme de cette discussion, le postulant modifie son texte de la manière suivante :

À la lumière de ce qui précède, les signataires demandent respectueusement au Conseil d'État d'établir un rapport lié à la vente directe de produits agricoles et aux magasins à la ferme, ~~par lequel les motifs de la baisse de fréquentation sont identifiés et des solutions de soutien et des solutions de soutien et de promotion sont proposées.~~ identifiant les motifs de la baisse de fréquentation, les contraintes administratives et réglementaires et potentiellement des solutions à y apporter

5. VOTE DE LA COMMISSION (prise en considération partielle)

À l'unanimité, la commission recommande au Grand Conseil de prendre partiellement en considération ce postulat et de le renvoyer au Conseil d'État.

(Signé) Jean-Rémy Chevalley

Puidoux, le 25 janvier 2025

Annexe :

- Présentation effectuée par l'administration