



HAL
open science

Les incidences de la pratique de la vente directe sur la vie à la ferme (dimensions professionnelles, personnelles et familiales)

Yvon Le Caro

► **To cite this version:**

Yvon Le Caro. Les incidences de la pratique de la vente directe sur la vie à la ferme (dimensions professionnelles, personnelles et familiales). Premières assises bretonnes de la vente directe de produits agricoles locaux, Hiroko Amemiya, Mar 2008, Saint-Brieuc, France. pp.89-95. halshs-04786941

HAL Id: halshs-04786941

<https://shs.hal.science/halshs-04786941v1>

Submitted on 16 Nov 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

ATELIER 6

Les incidences de la pratique de la vente directe sur la vie à la ferme (dimensions professionnelles, personnelles et familiales)



ATELIER 6

Les incidences de la pratique de la vente directe sur la vie à la ferme (dimensions professionnelles, personnelles et familiales)

Modérateur : Mme Christèle Burel

Rapporteur : Yvon Le Caro

Participants : Jean-Yves BOURVEN Sylvie JUIN (Terroirs 44) Michel LE BATARD Laurent LE MEZEC Patrick LABARRIERE (PONDI AMAP 56) Hélène .

Thème : La vente directe s'intègre souvent dans un « projet de vie » dont les objectifs dépassent la simple dimension économique. Par la mobilisation psychologique qu'ils provoquent, mais parfois aussi par le temps de travail qu'ils réclament ou l'intrusion de clients dans la vie familiale, ils influent sur l'organisation de la production, la disponibilité et l'entourage direct des producteurs.

1/ Déroulement de l'atelier

L'atelier réunit 8 personnes dont les 2 animateurs. Le groupe est mixte (3 femmes et 5 hommes). L'intérêt de la discussion tient à la présence de 5 producteurs et productrices, qui ont donc pu échanger sur leur expérience, en écho à celle présentée lors de la table ronde par Mr Michel Le Batard, présent. Mr Patrick Labarrière a pu apporter le témoignage des consommateurs qui observent ce qui se passe chez les producteurs avec qui ils sont en AMAP.

Mme Christèle Burel a introduit brièvement la séance en soulignant l'investissement très fort des producteurs dans la vente directe, en particulier pendant la phase de démarrage (3 à 5 ans), et les difficultés qui ressortent des enquêtes en terme de volume de travail et de rapport entre travail fourni et rémunération obtenue. Elle pose pour ouvrir le tour de table la question suivante :

A partir de vos expériences de la pratique de la vente directe, quels sont les freins et les satisfactions ressentis par les acteurs sur votre ferme ?

Les témoignages des producteurs s'appuient sur des expériences chaque fois singulières qu'il faut avoir en tête pour comprendre les propos échangés. C'est pourquoi nous en donnons ici un résumé.

Sylvie

Installée avec son mari en extensif charolais en Brière, ils ont simultanément changé de race (limousine), passé en bio et commencé la vente directe en 2000. La viande est découpée en prestation par TVR. En outre des fabrications (patés, goulash) sont réalisées dans le cadre d'une CUMA. Sylvie assure 4 marchés par semaine, tandis que son mari assume seul la production. Elle l'aide quand c'est nécessaire (manipulations des animaux) et tient la comptabilité et l'administration de l'entreprise.

Laurent

Producteur de légumes, il passe en bio en 1998. Le nombre de plantes cultivées augmente jusqu'à 25. La surface cultivée diminue, dont 6 ha laissés au profit d'une paysanne-boulangère. Le magasin à la ferme est ouvert 6 jours par semaine. Divers autres réseaux sont utilisés (collectivités, restaurants, traiteurs). Le magasin est aussi un lieu d'expositions et de concerts.

Hélène

Installée en maraîchage depuis 2 ans, avec son mari et 2 enfants de 3 ans et 20 mois ! A eux deux ils font 4 marchés par semaine en hiver, 8 en été. Cette phase de lancement est très dure mais les perspectives sont de lever le pied quand les crédits seront remboursés.

Jean-Yves

Sur son exploitation laitière, la vente directe est marginale. Elle compense un peu la suppression de 15 ha de choux-fleurs (crise de surproduction). Jean-Yves produit et vend des volailles chaponnées pour Noël, des veaux de lait (croisement Bleu blanc belge). Son épouse qui est salariée pourrait revenir et développer cela, elle sait aussi gaver les canards. Mais il faudrait investir 45 000 €, à cause des normes sanitaires.

Michel

Face à l'impossibilité de continuer en lait, Michel a cherché quel système lui permettrait d'atteindre un objectif de revenu disponible (30 000 € annuels). Il produit des volailles (cf. table ronde matinale).

2/ Les questions qui se posent au vu des expériences partagées

Quelles sont les incidences sur la vie de la ferme ?

La multiplicité des métiers.

La division du travail entre métiers (producteur / transformateur / vendeur) oblige à répartir son énergie. Dans les couples, cela peut conduire à une division du travail, que Sylvie estime par exemple excessive.

En maraîchage, l'impression qui domine est la difficulté à planifier une multitude de contraintes de dates, d'horaire et de météo.

Un élément décisif : la vente directe permet souvent de quitter un travail salarié, et de créer l'unité de vie (familiale et professionnelle) qui motive certains couples (mais pas tous).

La vente directe modifie-t-elle la place de chacun ?

La question qui est le plus souvent revenue est celle de la place de la femme sur l'exploitation, soit parce que la vente directe lui permet de s'installer sur l'exploitation (Hélène, Jean-Yves), soit parce qu'elle l'en éloigne (Sylvie qui passe sa semaine sur les marchés...).

Modifie-t-elle le rapport au travail agricole ?

Le métier d'agriculteur est valorisé par la vente directe :

Les retours positifs : « on est plébiscité par les consommateurs » (Laurent)

Le prix rémunérateur (Laurent compare au « prix minable des coop » en légumes).

La possibilité de rester agriculteur sur une structure déclarée « non compétitive » par sa filière (Michel)

Des revenus plus réguliers (pour les productions légumières, porcines, etc.)

La diversité des métiers est appréciée par certains. « Là on maîtrise tout, la production, la vente » (Laurent). Les servitudes de la production sont ainsi relativisées. La relation aux clients est centrale, il faut accepter et aimer les temps de « causerie », même si cela semble improductif.

La composante psychologique est fortement mobilisée :

« on joue les psy, il faut se protéger un peu » (Sylvie)

le commerce suppose une force de caractère

le métier n'est pas sans risques (cambriolage, « un bataillon de manouches qui arrive dans la cour de la ferme et qui voulait des légumes pour rien... »)

Le travail « bénévole » des enfants, parents et conjoints est trop sollicité. « On fait travailler les gens pour rien » (Michel). Il peut en résulter une forme de culpabilité, ou bien un sentiment de dette.

Modifie-t-elle le rapport entre lieu de vie et lieu de travail ?

Cette question a été abordée sous l'angle de l'envahissement de la sphère familiale par la vente directe, en terme spatial et temporel.

La vente à la ferme brouille les pistes :

le magasin de Laurent est dans la maison ;

la présence d'argent liquide augmente la crainte d'un cambriolage.

Il est difficile de refouler les clients pour se garder des moments et des lieux de tranquillité :

Les gens viennent au magasin en dehors des créneaux : « il faut savoir les refouler » (Laurent, Michel)

La plupart des loisirs sont sacrifiés : le boulot remplit la vie !? Cela est cependant surtout vrai dans la période de lancement (Hélène). Ensuite il devient possible de déléguer (plusieurs espèrent pouvoir embaucher) ou de réduire le nombre de marchés.

Qu'en pensent les enfants ?

La vente directe peut éloigner les parents de la ferme (marchés le week-end, le soir).

Elle peut aussi les rapprocher, lorsqu'elle permet de quitter le statut de salarié pour s'installer. Hélène souligne que malgré la surcharge de travail elle peut, depuis son installation déjeuner avec ses enfants, les emmener à l'école...

Michel souligne qu'avec un magasin à la ferme, on mêle beaucoup les enfants à ses soucis et contraintes. Sur les marchés c'est plus clair : « au retour, on est dispo pour les enfants ».

Mais Laurent souligne que les enfants sont plus intéressés par la vente directe que par l'agriculture conventionnelle. Dans son cas c'est peut-être cela qui décidera un de ses enfants à revenir à la terre. Yvon Le Caro rappelle que c'est plus facile aujourd'hui pour les enfants d'agriculteurs de « défendre » la profession de leurs parents au collège s'ils peuvent parler de vente directe ou de bio.

3/ Les enseignements à retirer des échanges

Les difficultés rencontrées et les actions à éviter

Sous-estimer les temps :

le temps de préparation, de déplacement, de nettoyage et de récupération physique et psychique pour un marché est important ;

le temps de « causerie » en magasin à la ferme, plus grand qu'au marché, car les clients, moins nombreux, « pensent qu'on n'a que ça à faire ».

Le faible chiffre d'affaires, la méfiance des banques, la faible taille des ateliers, tout pousse au bricolage et à l'auto construction. Attention à l'efficacité et au surmenage !

Développer le chiffre d'affaires, pourquoi faire ?

Michel souligne que pour financer un salarié, il lui faut 40 000 € de chiffre d'affaires supplémentaire. Ne vaut-il pas mieux s'organiser pour vivre avec le chiffre d'affaires actuel ?

Pour Hélène, les 8 marchés estivaux sont transitoires. Quand les emprunts seront remboursés, le chiffre d'affaires pourra diminuer, et les loisirs redeviendront possibles.

L'aspect relationnel et psychologique du métier est un de ses attraits mais « on peut saturer du relationnel » (Michel). Il faut faire bonne figure mais jusqu'où ?

Les bonnes pratiques identifiées et les recommandations

Savoir se ménager des coupures, dans la semaine ou dans l'année :

Sylvie arrête tout du 15 juillet à fin août, c'est un ballon d'oxygène.

Hélène « va arrêter en janvier. C'est vital »

Malgré la charge de travail, Hélène et son mari ont « une soirée chacun » dans la semaine.

Savoir refuser des sollicitations, pour ne pas accumuler le travail et disperser ses efforts.

Chez Jean-Yves, pour installer son épouse, vaut-il mieux développer à fond une activité ou développer simultanément les chapons, les veaux et le gras ? L'atelier conseille plutôt la première solution. Christèle Burel insiste sur le surtravail réalisé en cas de productions diverses.

Sylvie refuse les opportunités que Terroirs 44 offre en été (pendant sa coupure).

Se faire plaisir, valoriser ses compétences et goûts personnels :

Laurent, musicien, transforme son magasin en lieu culturel. Des clients artistes proposent des interventions et des expos.

Laurent préfère cultiver divers légumes que de maîtriser la production en grand de quelques uns.

Christèle Burel cite le cas d'un maraîcher qui passe 3 mois par an en Afrique : il a su raisonner son système pour que cela soit possible.

Les pistes d'échange et de mutualisation

Les rapports a établir entre circuits longs et circuits courts sont évoqués :

Laurent garde la coop pour écouler ses légumes en hiver ;

Michel souligne l'incapacité des filières conventionnelles à assurer la survie de sa ferme enclavée ;

Un débat sur cette articulation, en Bretagne, permettrait tout à la fois de valoriser les complémentarités, de limiter les « racismes » entre filières et d'offrir des possibilités de combinaison facilitant l'installation (sécurisation des systèmes productifs). L'articulation entre coopérative (engagement collectif) et vente directe (approche le plus souvent individuelle des marchés de proximité) doit être apaisée.

La solidarité entre vendeurs directs. Les deux producteurs de l'AMAP de Pontivy assument un relais en cas d'accident, de congés, de problèmes de production. Cela limite les impacts commerciaux (paniers toujours pleins !) et l'inquiétude de chacun d'entre eux. Il faudrait penser, organiser cette entraide entre vendeurs directs.

Le témoignage de Patrick Labarrière renvoie bien entendu à la question de l'engagement des consommateurs pour aider à résoudre certaines difficultés des producteurs. L'AMAP de Pontivy a par exemple permis à la première agricultrice de se « libérer » progressivement des marchés.

Les questions qui restent sans réponse

Certains aspects ont été laissés de côté dans la discussion :

Les rapports entre homme et femme dans le travail et dans l'équilibre familial sont modifiés par la vente directe. Les participants semblent gérer cet équilibre.

La question de la formation, connexe.

D'autres questions restent des problèmes non résolus, qui pèsent indirectement sur les conditions de travail, mais que les producteurs ne maîtrisent guère :

l'attitude des banques ;

les normes sanitaires excessivement « industrielles » et coûteuses ;

la souffrance psycho-sociale de nombreux clients, qui viennent s'épancher auprès des producteurs...