

AGRICULTURE

Et si vous vous lanciez dans la vente directe de votre lait?

Les initiatives se comptent encore sur les doigts des mains, mais les producteurs de lait sont de plus en plus nombreux à réfléchir à la vente de lait en direct, en vue d'obtenir une meilleure plus-value du litre produit. Tour d'horizon des possibilités avec des producteurs et des conseillers.

C'était au printemps 2008, en pleine grève du lait. Patrick Demont, producteur aux Saugealles, sur les hauts de Lausanne, décide de distribuer son lait au marché en ville plutôt que de le jeter. «C'est parti comme ça, en mettant une simple crousille. Les consommateurs ont afflué et, une fois la grève achevée, nous ont demandé de continuer à venir vendre notre lait.» Désormais, ce sont 75 000 litres, soit près du quart de la production annuelle, qui sont vendus chaque année hors des circuits commerciaux traditionnels. «Notre activité n'a désormais plus rien à voir avec le début de l'aventure, sourit Patrick Demont.

Cela a pris une ampleur inattendue, les consommateurs devenant des fidèles.» Profitant du succès rencontré par leur lait, les Demont se sont lancés

dans la transformation de produits laitiers. «On a investi dans un conteneur, une remorque frigo, une centrifugeuse et un pasteurisateur. Désormais, nous produisons également séré, yogourts et crème. Bref c'est devenu un job à plein temps et le défi, c'est de réussir à suivre le rythme!» Gourmande en main-d'œuvre, cette nouvelle activité leur permet cependant de valoriser leur lait à un prix moyen de 70 centimes le litre pour la totalité de leur production.

À Bretonnières (VD), les Berthoud ont, eux, choisi d'effectuer des tournées de livraison

dans les villages avoisinants. Trois fois par semaine, ils remplissent au tank des bouteilles de lait qu'ils apportent à domicile, chez leurs abonnés. «On s'est volontairement limités géographiquement», explique Sylvain Berthoud (photo, à dr. avec son beau-père Pierre-Alain), qui s'est lancé dans ce projet il y a deux ans, à la suite d'une demande de consommateurs. Aujourd'hui, une vingtaine de clients lui achètent environ 3000 litres de lait par année.

Plutôt que d'avoir affaire en direct aux consommateurs, d'autres producteurs ont opté pour une forme de partenariat. Ainsi la famille Nicolet, à Lignerolle (VD), travaille avec le fromager du village, qui pasteurise, met en bouteille et livre le magasin La Ferme à Yverdon, point de vente d'environ 4000 à 5000 litres par an. «Notre ferme est située à l'écart du village, témoigne Jonathan Nicolet. Y faire

venir des gens n'était pas une option. Grâce à ces intermédiaires, nous avons trouvé la bonne formule.»

Outre les marchés, les livraisons et les partenariats, l'automate peut constituer une option intéressante. «On peut également explorer la piste d'une collaboration avec le secteur de la restauration, hôtellerie, collectivités, etc.», complète Aurélie Daiz, conseillère chez Prométerre et convaincue du potentiel de la valorisation du lait en dehors des circuits industriels. «Par ailleurs, une initiative peut être le fait d'une société de laiterie, permettant ainsi de ne pas faire porter les investissements et les risques par une seule personne.»

CLAIRE MULLER ■

+ D'INFOS Le site internet de la Fédération des producteurs suisses de lait consacre plusieurs pages à cette thématique. www.swissmilk.ch



Par où commencer? Tester le marché

Extrêmement peu pratiqué en Romandie en comparaison avec la Suisse allemande, l'achat de lait à la ferme nécessite de sonder le marché au préalable et de bien préparer sa communication. «Les consommateurs n'ont plus l'habitude d'un produit qui n'est pas homogénéisé, expliquent de concert Eva Flückiger, conseillère à l'Institut agricole de Grangeneuve (FR) et Aurélie Daiz.

Il faut bien leur expliquer que la teinte du lait va évoluer, qu'il y aura de la crème sur le dessus, qu'il ne faut pas le stocker dans la porte du frigo, etc.» Quel contenant choisir? Le verre est coûteux mais idéal, car il conserve le froid. Le plastique n'est pas recyclable et peut conférer une odeur au contenant. «Nous avons investi dans des bouteilles en verre consignées que nous récupérons lors de nos tournées», explique Sylvain Berthoud. Si ce système s'avère durable, il ne faut pas négliger le temps passé à laver les bouteilles.

Cru ou pasteurisé? De la place pour deux

À Bretonnières, on peut s'abonner à une livraison de lait cru ou pasteurisé, au choix. «Il y a une demande pour les deux, confirme Aurélie Daiz. On peut toucher des consommateurs à la recherche de produits naturels, peu ou pas traités, mais aussi des gens qui sont davantage dans une démarche de recréer du lien avec leur producteur en s'approvisionnant en produits frais et délicats, tel que le lait.»

Si rien n'empêche en l'état un paysan de vendre son lait cru, il y a en revanche un certain nombre de précautions à prendre et de règles à respecter (ordonnance fédérale sur les denrées alimentaires d'origine animale). Le lait cru doit ainsi être filtré avant d'être emballé et, surtout, il faut indiquer la durée et les conditions de conservation, et préciser que le lait doit être porté à 70°C. «Nous distribuons à chaque nouveau client une fiche qui récapitule ces aspects», précise Thierry Berthoud.

Par quel canal? Envisager l'automate

Marchés et livraisons sont gourmands en temps et nécessitent d'avoir le goût du contact et du commerce. L'automate à lait peut s'avérer une possibilité intéressante, à condition d'être bien placé. «Viser le centre d'une ville n'est pas nécessaire, observe Eva Flückiger. Il suffit d'un lieu de passage, avec places de parc à disposition.» Il y a quelques années, le Neuchâtelois Julien Robert avait installé trois automates en plein cœur de La Chaux-de-Fonds. Faute de débit suffisant et de clients fidèles, il a cependant rapidement dû abandonner. «Il faut compter 50 litres par jours pour rentabiliser la machine», poursuit la conseillère. En Allemagne, les automates fleurissent dans les campagnes comme dans les villes, ce qui prouve le potentiel d'un tel système. «Une fois que ça fonctionne, on gagne un temps précieux, même s'il ne faut pas négliger le remplissage et le nettoyage quotidiens», conclut Eva Flückiger.

À quel prix? Trouver le juste milieu!

Patrick Demont en est convaincu: «Les consommateurs sont prêts à mettre le prix pour acheter du lait directement au producteur.» Aurélie Daiz abonde en son sens. «On peut sans problème demander 1 fr. 80 le litre.» Eva Flückiger se veut plus prudente: «Certains consommateurs sont motivés par l'achat de lait en direct pour des raisons économiques: vu qu'on se passe d'intermédiaire, le lait doit donc être moins cher qu'en magasin.» Il faut donc être vigilant et encore une fois tester le marché avant de se lancer. Suivant les régions et la population visées, les attentes et possibilités vont différer sensiblement. À Bretonnières, les Berthoud pratiquent un tarif de 1 franc pour le lait cru et de 1 fr. 50 pour le lait pasteurisé. «Valoriser son lait à plus de 1 franc peut paraître extrêmement rentable. C'est le cas, mais à deux conditions: qu'il y ait du volume et qu'on n'y consacre pas trop d'heures.»