TERRE Valorisant les circuits courts, les distributeurs à lait de la ferme sont pourtant encore rares. S'ils séduisent certains producteurs, l'importante logistique requise et les faibles quantités écoulées en découragent d'autres.

La vente directe de lait, un marché de niche exigeant mais convaincant

À Estavannens (FR), Dominique Pharisa s'est lancé dans la commercialisation en direct de lait au printemps 2019. «Mon frère et moi, nous étions associés quatre ans plus tôt avec un collègue, et tous les trois avions le projet d'agrandir la ferme», explique le Fribourgeois de 41 ans. À ce moment-là, l'agriculteur travaille en parallèle dans la vente d'aliments de bétail mais cherche à quitter son emploi pour pouvoir se consacrer pleinement au domaine familial. Titulaire d'un CFC de fromager, Dominique Pharisa suggère alors de profiter des travaux prévus dans le but de construire un local de fabrication, une cave et un magasin afin d'écouler une partie de leur production. Une manière pour les trois associés de générer un revenu complémentaire sur leur exploitation, qui compte 70 vaches et fournit chaque année 500 000 kg de lait destinés à la fabrication du gruyère. «L'objectif était d'abord de commercialiser nos yogourts et fromages, mais nous avons rapidement décidé de proposer également du lait à notre clientèle», dit-il. Les associés investissent dans trois frigos et un pasteurisateur et optent pour un conditionnement dans des bouteilles en verre consignées, vendues 1 fr. 50 le litre.

Associé à son frère et à un collègue, Dominique Pharisa, de la ferme Les Chaux, à Estavannens (FR), propose du lait pasteurisé, des fromages et des yogourts en vente directe pour un volume de 50 000 kilos par année, soit 10% de leur production totale.

© PIERRE-YVES MASSOT

Contact avec les consommateurs

Pour optimiser leur point de vente, ils choisissent l'option du libre-service accessible sept jours sur sept, où la clientèle peut régler ses achats par Twint ou en liquide. Durant l'année 2022, les trois associés ont écoulé environ 50 000 kg en direct, essentiellement sous forme de fromages et yogourts. «Le lait en bouteille ne représente que 120 litres par semaine, c'est donc très anecdotique», pondère Dominique Pharisa. Mais le Fribourgeois juge pourtant l'expérience positive et ne regrette pas son choix. «Avoir la possibilité de transformer nous-mêmes une partie de notre production et entendre les retours enthousiastes de nos clients est forcément valorisant», note-t-il.

Le quadragénaire, père de trois jeunes enfants, reconnaît toutefois que l'important travail logistique exigé par la vente directe de produits laitiers n'est pas toujours facile à gérer au quotidien. «Je m'occupe de l'approvisionnement et j'ai la chance de pouvoir compter sur mon épouse et ma belle-sœur pour le nettoyage et le remplissage des bouteilles. Mais cela prend forcément du temps sur la vie de famille…»

La moitié du revenu de la ferme

Un engagement important qui peut, à la longue, décourager certains agriculteurs. Après treize ans de présence au marché de Lausanne, Patrick Demont a fait le choix d'arrêter la vente directe en mai 2022. «Nous nous étions lancés avec mon épouse en 2008 pendant la grève du lait, pour ne pas jeter notre production. Assez vite, les clients ont suivi et l'aventure a continué», raconte le Vaudois de 50 ans installé à Cugy (VD). Durant plus d'une décennie, le couple s'est rendu chaque mercredi et samedi matin dans la capitale vaudoise avec son camion frigorifique pour y proposer son lait cru au prix de 1 fr. 50 le litre. «Une valorisation intéressante quand on sait qu'un temps, l'industrie nous en donnait 50 centimes. Les belles années, nous écoulions jusqu'à 250 litres en une seule matinée. Longtemps, la vente directe représentait 50% du revenu du domaine. Sans cela, je ne sais pas si nous aurions survécu financièrement», témoigne Patrick Demont.

Mais la fermeture du marché en raison du Covid a modifié la façon de s'approvisionner chez leur clientèle. «Certains ne sont pas revenus par la suite. Entre 2017 et 2021, les ventes ont chuté de 30%», raconte le Vaudois. La période concorde avec l'arrivée de leur fils dans l'exploitation. Après mûre réflexion, tous les trois choisissent de jeter l'éponge en mai dernier. «Pendant treize ans, nous n'avons pas eu un seul samedi pour notre famille. Nous travaillions sept jours sur sept pour confectionner des yogourts, nous étions debout à 4 h 30 les jours de marché pour aller traire et être prêts avec notre stand à la première heure. L'été, il fallait souvent décaler les fauches et les récoltes afin d'être disponibles les jours de vente. Nous avons vécu de très belles années, mais étions un peu fatigués», concède Patrick Demont. Le quinquagénaire livre désormais l'entier de sa production chez Cremo, et son épouse a trouvé un emploi à 50% pour compenser les recettes du marché.

Un complément intéressant

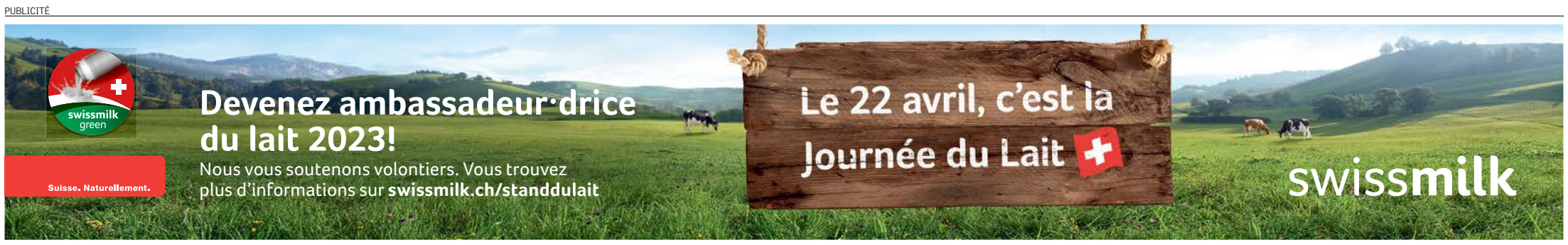
Au Domaine des Avouillons, à Gland (VD), Stéphane et Stéfanie Baumgartner gèrent un cheptel d'une cinquantaine de bêtes. Ils fournissent les Laiteries réunies de Genève, mais le couple s'est aussi lancé parallèlement dans la vente directe en 2017, quand le gérant de la laiterie de la ville est parti à la retraite. «Il venait régulièrement chercher du lait cru chez nous pour son magasin et nous avons pris le relais après son départ en proposant des bouteilles à la ferme», explique Stéfanie Baumgartner.

L'initiative prend peu à peu de l'ampleur et le couple, qui peine à suivre au nettoyage et remplissage des bouteilles, décide alors d'investir dans un automate, accessible en libre-service six jours sur sept dans leur magasin. Un dispositif qui demande toutefois beaucoup de présence à la ferme, car il faut nettoyer et remplir la machine quotidiennement. «Nous écoulons environ 40 litres par jour, soit près de 1000 litres chaque mois. À 1 fr. 50 le litre, cela représente tout de même un complément intéressant. Et puis le lait cru permet de toucher une clientèle spécifique, parce que cette denrée est aujourd'hui rare sur le marché», conclut-elle.

Aurélie Jaquet ■

PROMOUVOIR UNE DENRÉE DE BASE

Vers 1950, la Fédération internationale du lait lançait la Journée du lait, célébrée jusque dans les années 1980 tous les printemps dans plusieurs pays. Poursuivant cette tradition, la faîtière Swissmilk organise depuis 2009 la Journée du lait suisse, qui rassemble près de 100 000 visiteurs dans une centaine de lieux différents. L'édition 2023 se déroulera le 22 avril prochain. L'événement vise à promouvoir cette denrée alimentaire de base auprès de la population à travers des rencontres, différentes manifestations et dégustations organisées dans les villes et les campagnes. La faîtière cherche d'ailleurs des ambassadeurs parmi les producteurs laitiers pour tenir un stand durant cette journée et répondre aux questions du public.

+ D'INFOS www.swissmilk.ch/journeedulait et www.swissmilk.ch/standdulait (pour les producteurs qui souhaitent devenir ambassadeurs)

PUBLICITÉ