

BIO INFOS

Pour se développer les microfermes doivent se réinventer et innover

Dans un contexte économique compliqué, les microfermes cherchent des solutions de commercialisation adaptées à leur réalité. Exemple de la table d'hôte Les jardins de Chivrageon.

Aux jardins de Chivrageon, microferme bio située à Aubonne (VD), Raphaël Gétaz et son équipe cultivent, transforment et commercialisent une grande diversité de légumes depuis 2017. Quelque 250 variétés sont produites en micromaraîchage, en plein champ et sous tunnel, sur une surface totale cultivée d'environ 1 hectare. La microferme compte également des arbres fruitiers associés à quelques arbustes. Les animaux sont présents pour la production d'œufs (poules et canards) et pour l'entretien (truies), mais ils ne sont pas consommés.

La vente directe en perte de vitesse

La déprise de la clientèle en vente directe est sensible à Chivrageon comme sur beaucoup d'autres fermes en Suisse romande. Moins de clientèle sur les marchés, moins d'abonnés aux paniers et moins de ventes dans les selfs: c'est le schéma qui se reproduit depuis la fin de la crise Covid.

A Chivrageon, ce manque à gagner a demandé à l'équipe en place de transformer sa façon de vendre les produits afin de rester rentable financièrement. Distribuait 100 paniers en vente directe en 2021, Raphaël Gétaz a été obligé de prendre la décision radicale d'arrêter ce mode de distribution à la suite de la diminution progressive des abonnements. En effet,



Les plantons attendent d'être mis en terre sur la microferme Les jardins de Chivrageon.

HÉLÈNE BOUGOUIN, FIBL

avec 40 abonnements, le panier coûte plus cher en matériel et main-d'œuvre qu'il ne rapporte. Dès lors, comment vendre sa production de façon efficace?

Une table d'hôte sur la ferme

Raphaël étant cuisinier de formation, il a choisi de se focaliser sur la valorisation de ses produits. Si l'on peut encore acheter des produits bruts au self à la ferme, les produits transformés sont dorénavant à l'honneur et c'est lors des brunchs dominicaux proposés sur la microferme que l'art culinaire culmine.

Du miso de sarrasin, de la sauce tomate et d'autres légumes, des pickles de courgette et de nombreuses préparations, du pain au levain, de la confiture et des œufs frais: tout ce qui se trouve en vente ou au menu de la table d'hôte

est fait pour satisfaire les palais raffinés.

La vue sur la microferme depuis la salle de restaurant permet également aux personnes qui viennent manger de s'inspirer des lieux; celles-ci peuvent observer la provenance des mets qui leur sont servis.

Le projet a démarré fin 2022 et rencontre déjà un certain succès; le temps confirmera ou non la rentabilité de l'opération.

Des solutions pour vendre

Si pour certaines microfermes, la vente directe est toujours un débouché florissant, beaucoup de structures agricoles subissent le changement de comportement du consommateur. Les microfermes doivent alors comme toute entreprise chercher à répondre aux besoins de leur clientèle cible, ou en trouver une autre.

Si Raphaël Gétaz utilise sa première spécialisation professionnelle pour mettre en valeur sa production, se lancer dans une table d'hôte n'est pas un conseil applicable à tous. D'autres stratégies existent: pour certains, les solutions reposent sur la distribution via des épicerie, classiques ou participatives, d'autres se tournent vers les restaurants (c'est le cas de la microferme Racine Carré à Fribourg par exemple). Souvent un mélange de plusieurs canaux est utilisé pour maximiser les chances de vendre. Une compréhension subtile de son bassin de consommateurs, de la concurrence et des perspectives régionales permet de trouver la ou les réponses adaptées.

Plus que jamais, les dimensions sociale et économique de l'agriculture sont mises à l'épreuve. Et, comme souvent, la sécurité semble reposer sur



Raphaël Gétaz accueille le groupe d'intérêt microfermes et permaculture dans sa cuisine.

HÉLÈNE BOUGOUIN, FIBL

la diversité, ici celle des canaux de commercialisation.

S'inspirer des autres pour s'adapter

S'inspirer d'exemples concrets permet également de reconsidérer ses plans stratégiques, techniques, et économiques pour adapter sa structure à un nouveau contexte. Dans cette perspective, les portraits de 9 microfermes, réalisés par le FiBL et Agridea, avec le soutien financier de la Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires vaudoise, sont désormais mis à disposition gratuitement sur bioactualites.ch > cultures > permaculture > microfermes.

Ces documents comprennent un aperçu de la vision stratégique de l'entreprise, sa gouvernance et les méthodes de design utilisées pour la conception. Viennent ensuite des éléments

de détail relatifs au maraîchage, aux bâtiments et équipements et à la main-d'œuvre. Si la microferme a d'autres ateliers (grandes cultures, élevage, arboriculture) ceux-ci sont également abordés. Les aspects sociaux et environnementaux clôturent ces descriptifs. Un business model canevass vient enfin résumer le fonctionnement économique de l'entreprise agricole, accompagné, dans la plupart des portraits, de chiffres clés projetés ou réalisés.

Une présentation publique de ces portraits aura lieu le samedi 13 mai à 15h30, sur le stand FiBL à la foire BioAgri à Moudon (VD).

HÉLÈNE BOUGOUIN, FIBL SUISSE ROMANDE

SUR LE WEB

www.j-d-c.ch

HYGIÈNE

L'ARQHA toujours au service d'une meilleure sécurité alimentaire

Michel Currat

En 2022, l'Association romande pour la qualité et l'hygiène alimentaire (ARQHA) a acquis de nouveaux clients. Une progression qui sera plus difficile à assurer cette année.

L'ARQHA, présidée par Jean-Daniel Jäggi, a tenu son assemblée annuelle mercredi 5 avril à L'Etivaz. Selon le rapport annuel, le laboratoire de l'ARQHA, spécialisé et accrédité dans l'analyse de produits agroalimentaires, qui propose de nombreuses analyses microbiologiques, physico-chimiques, ainsi que de biologie moléculaire depuis le 1^{er} janvier 2022, a poursuivi sa progression. Plus de

71 400 analyses ont été effectuées en 2022, soit 4,1% de plus que l'année précédente. Les demandes d'analyse proviennent majoritairement du secteur fromager puis des métiers de bouche. Deux tiers de ces analyses sont des recherches microbiologiques et un tiers des analyses physico-chimiques. Leurs répartitions selon les secteurs restent stables année après année.

Pertes de clients attendus en 2023

Depuis le 1^{er} janvier 2022, le laboratoire de l'ARQHA propose une analyse de biologie moléculaire, la détection qualitative des *Escherichia coli*, bactéries productrices de Shigatoxines (STEC) dans les fromages au lait cru. Cinquante-cinq analyses de ce type ont été effectuées en 2022.

Durant l'année écoulée, l'ARQHA a acquis 114 nouveaux

clients dont seuls 18 ont mis en place un plan d'analyse annuel. La majorité des clients fait ses analyses à des moments donnés ou demande d'autres services tels que contrôle étiquetage, conseils pour l'élaboration de nouveaux locaux ou autres.

En revanche, 16 clients ont été perdus en 2022. La majorité de ces pertes est due à la cessation d'activité, la faillite, la fin de contrat ou la remise d'activité. En raison de l'augmentation du coût de la vie dans l'ensemble des secteurs, l'ARQHA s'attend à perdre un plus grand nombre de clients en 2023.

Dans le domaine du conseil en fromagerie, l'activité est principalement dirigée sur les fromageries fabriquant du Gruyère AOP. Trente-six fromageries villageoises transforment leur lait en Gruyère AOP dont trois fabriquent du Gruyère AOP bio. La produc-

tion vaudoise totale représente les 28% des 32 000 tonnes de Gruyère AOP de la filière. Depuis 2022, le conseiller en fromagerie s'emploie également au conseil chez les petits artisans transformant du lait à la ferme ou dans différents ateliers de fabrication. La tâche première du conseiller n'est pas forcément liée à la qualité gustative des produits mais plus à la qualité bactériologique, ainsi qu'à la mise en place des normes d'hygiène des locaux et du suivi administratif en assurance qualité.

Sécheresse en alpage

Dans le domaine du conseil en alpage, la saison 2022 a bien débuté, mais la sécheresse s'est rapidement installée freinant la pousse de l'herbe puis réduisant les réserves d'eau. Les alpagistes ont été obligés de transporter de l'eau pour abreuver le bétail et nettoyer leur pro-



François Diaz, directeur (à gauche), et Jean-Daniel Jäggi, président.

M. CURRAT

magerie. Un gros volume de fourrage a dû être amené pour nourrir les animaux.

La qualité des fromages peut être qualifiée de bonne pour la première moitié de la saison mais elle a fortement chuté depuis le milieu de l'été. Il y a eu tout de même trois lots qui ont obtenu la note maximale de 20 points.

Côté finance, l'ARQHA a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 1,97 million de francs en 2022. Les comptes présentés par le directeur François

Diaz bouclent sur un résultat positif de 34 730 francs.

Focus sur les métiers de bouche

En 2023, l'ARQHA a pour objectif de poursuivre son perfectionnement pour répondre aux exigences en matière d'hygiène et de sécurité alimentaire, des exigences qui ne cessent d'augmenter dans les différents domaines. La progression de la clientèle dans les divers secteurs des métiers de bouche reste l'objectif principal.