

## CRISE COVID-19 : QUELLES CONSEQUENCES POUR LES PRODUCTEURS LAITIERS FERMIERES ?

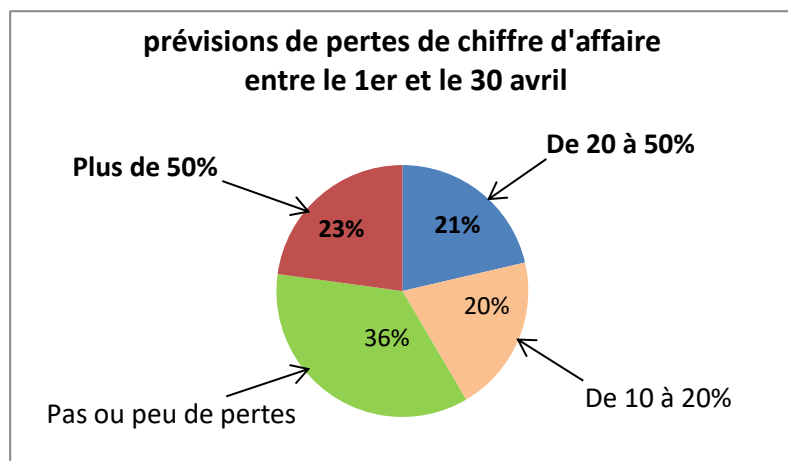
*Synthèse de l'enquête réalisée par l'ANPLF auprès de ses producteurs adhérents entre le 13 et le 30 avril 2020*

Afin de mieux appréhender les conséquences économiques sur la filière laitière fermière des mesures en vigueur dans le cadre de la crise Covid-19, l'ANPLF et ses structures membres ont interrogé directement leurs producteurs adhérents. Du fait du grand nombre de réponses recueillies (339 réponses, soit 1/3 des producteurs adhérents à nos structures) de leur répartition en termes géographiques (13 régions concernées) et en termes d'espèces laitières (40% de caprins, 40% de bovins, 10% d'ovins et 10% de producteurs mixtes), nous disposons d'un échantillon représentatif qui nous permet de tirer des conclusions réalistes sur la situation du secteur dans son ensemble.

*L'ANPLF remercie les 339 producteurs ayant répondu à cette enquête. La synthèse qui en est faite ci-dessous constitue une première analyse de l'ensemble des résultats obtenus. D'autres publications et travaux s'appuyant sur ces mêmes résultats devraient suivre, notamment de la part des structures départementales et régionales membres de l'ANPLF impliquées dans cette enquête.*

### Une situation hétérogène mais de lourdes pertes pour près de la moitié des producteurs

Les données recueillies par l'enquête montrent une grande hétérogénéité de situations. Pour le mois d'avril, seulement un tiers des producteurs estime ne pas avoir subi de pertes importantes. En revanche, ils **sont 44% à annoncer des pertes conséquentes, et même 23% à estimer que leurs pertes dépasseront 50% de leur chiffre d'affaire par rapport à la même période de l'an dernier.**



Concrètement, cela correspond à des pertes importantes pour les opérateurs de notre secteur. A titre d'exemple, pour une exploitation fermière moyenne, le chiffre d'affaire tourne à près de 10 000 euros par mois. Cela vient couvrir les charges fixes : amortissements, intérêts, salaires (ces exploitations fermières emploient en moyenne 1 à 2 salariés), cotisations sociales... et les charges opérationnelles impossibles à reporter : alimentation du troupeau, énergie, fonctionnement de la fromagerie... On n'arrête pas une ferme !

Le revenu disponible restant pour l'exploitant représente une part faible du chiffre d'affaire. C'est pourquoi une baisse supérieure à 20% est déjà problématique, privant les exploitants de revenus pour leurs familles.

### Pendant la crise, les clients reviennent vers les producteurs

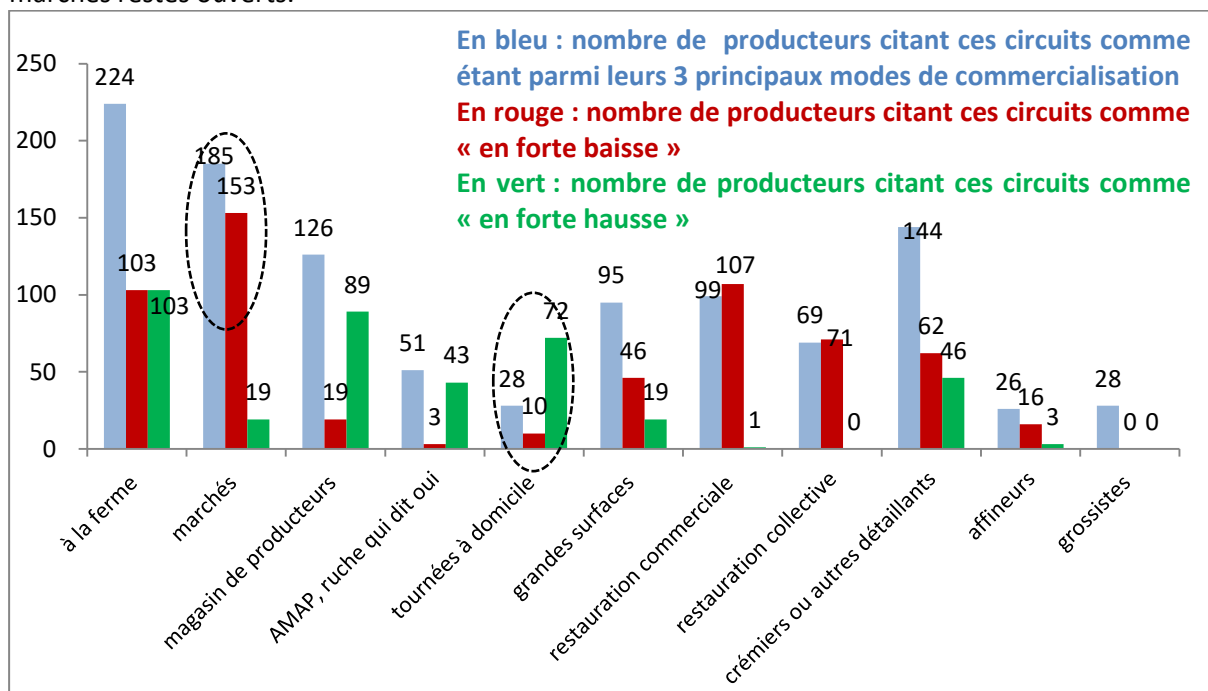
Nous avons interrogé les producteurs sur leurs principaux modes de commercialisation habituels (barres en bleu sur le graphe ci-après). Nous voyons ainsi que sur les 339 producteurs ayant répondu, 224 vendent habituellement de façon significative à la ferme (66%), 185 sur les marchés (55%) et près de 40% pour les magasins de producteurs, ce qui confirme la place dominante de la vente directe dans notre secteur. Puis ils sont environ 40% à mentionner la vente à des crémiers et

détaillants et près de 30% à citer les GMS. Pour ce qui est de la restauration commerciale, elle est citée par près de 30% des producteurs de l'échantillon. Viennent enfin, pour moins de 20% d'entre eux, la restauration collective et les autres circuits.

Par ailleurs, nous avons demandé aux producteurs quels étaient les modes de commercialisation sur lesquels ils avaient subi les plus fortes baisses (barres en rouge) ou, au contraire, les plus fortes hausses (barres en vert) depuis le début de la crise. Les réponses montrent clairement que - hormis bien entendu les ventes aux restaurants et cantines qui ont été totalement arrêtées- **ce sont surtout les fermetures de marchés qui impactent une grande partie des producteurs fermiers**. En effet, sur les 185 producteurs qui vendent habituellement sur les marchés, 153 - soit 83%- disent avoir subi de fortes baisses de ventes sur ce circuit.

Au contraire, on note que **les magasins de producteurs, les AMAP et les tournées à domicile sont des circuits qui se sont très fortement développés**. On peut remarquer que 72 producteurs citent les tournées à domicile comme « en hausse », alors qu'ils n'étaient que 28 à la pratiquer avant la crise : cela illustre bien le développement spectaculaire de ce mode de commercialisation pendant la crise. **Cela n'a toutefois pas été sans conséquences en termes de temps et de rémunération du travail !** En effet, les témoignages de producteurs confirment que ce mode de commercialisation est très chronophage et pénible : « *Nous faisons en général 70h/semaine, je suis aujourd'hui à 90h/semaine, entre les enfants et le nouveau mode de commercialisation* »... ce commentaire de producteurs en résume beaucoup d'autres.

Pour la vente à la ferme, les réponses sont partagées. Cela dépend essentiellement du positionnement de l'exploitation. Celles qui sont éloignées des centres urbains, ou dont l'activité commerciale est liée à l'activité touristique, ont vu leurs ventes chuter. Pour les autres, on assiste à la même dynamique de « retour vers le producteur ». Cela a également été fortement ressenti sur les marchés restés ouverts.

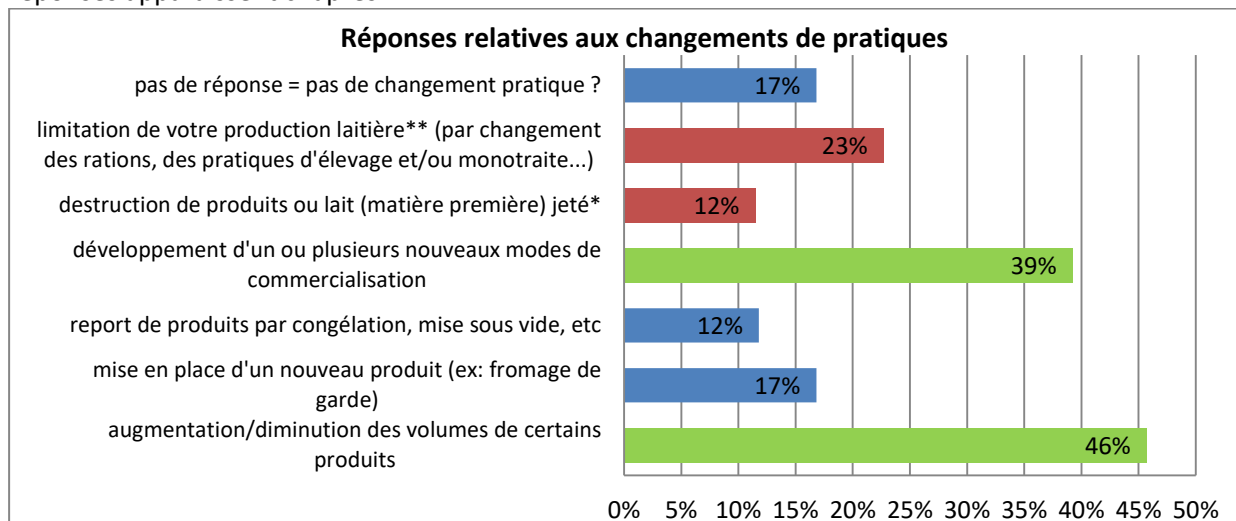


Pour ce qui est des ventes via les grandes surfaces, nos données reflètent aussi des baisses de ventes (pour 48% des producteurs). Nous y voyons notamment les conséquences des fermetures des rayons « coupe » qui ont eu lieu dès le début du confinement, du fait du manque de personnel dans les supermarchés. Par ailleurs, contrairement à certains discours officiels du début de la crise, les grandes surfaces ne se sont pas révélées être une alternative efficace pour les producteurs fermiers qui n'étaient pas déjà dans ce circuit avant la crise : **la vente en GMS, que ce soit en libre-service ou en drive, nécessite une organisation**, et en particulier un packaging et un étiquetage spécifique des produits (codes-barres, ...) **qui ne peut s'improviser en quelques jours**.

Pour une partie de ceux qui étaient déjà implantés (20%), en libre-service, le plus souvent dans les petites surfaces proches de leur ferme, certains magasins ont joué le jeu.

## Une forte adaptabilité mais certains ne peuvent éviter la casse !

Nous avons interrogé les producteurs sur les adaptations qu'ils ont été amenés à réaliser. Leurs réponses apparaissent ci-après :



46% des producteurs indiquent qu'ils ont été en mesure de jouer sur les volumes de leurs différents produits pour s'adapter à la crise. Selon les régions, les habitudes de consommation locale et la gamme des produits habituels des producteurs, les cas ont été différents. Par exemple, des producteurs ayant des gammes larges allant des produits frais aux fromages rapportent qu'ils ont augmenté leurs productions de yaourts et de beurre, car certains clients ont plébiscité les produits de consommation plus « quotidienne ». Or, pour un grand nombre de producteurs, l'adaptation a consisté à fabriquer davantage de fromages dits « de garde », qui sont actuellement stockés en vue d'être vendus après la crise. Chez ces producteurs-là, on perçoit aujourd'hui une certaine inquiétude, car ils ne savent pas s'ils seront en capacité d'écouler leurs produits au final.

Par ailleurs, les chiffres montrent qu'un nombre non négligeable de **producteurs a dû jeter du lait (13% de notre échantillon)** et que d'autres se sont vus obligés de **limiter leurs volumes de production (23%)**. Clairement, certains producteurs n'ont donc pas trouvé d'alternatives suffisantes à la fermeture des marchés et des restaurants, lorsqu'il s'agissait de leurs modes principaux de commercialisation. De plus, les exploitations qui fonctionnaient en grande partie avec des activités de ferme auberge, d'accueil pédagogique ou situées dans les zones touristiques n'ont pas non plus pu se réorienter. Pour ces producteurs qui ont limité leur activité, et dont les pertes représentent parfois une part bien plus importante que 50% de leur chiffre d'affaire habituel, il s'agit de pertes sèches qu'ils ne rattraperont pas sur le reste de la saison, d'autant plus que le déconfinement lent leur sera encore défavorable.

## Face à ces constats, que propose l'ANPLF ?

### ✦ Pour l'ensemble des producteurs ayant subi des pertes de chiffre d'affaire, des annulations de charges et des prêts de trésorerie à taux 0 ou à taux très faibles

Nos données montrent que 44% des exploitations laitières fermières ont subi des pertes de plus de 20% de chiffre d'affaire par rapport à l'an dernier. Le fonds de solidarité n'est prévu que pour les plus impactées d'entre elles, au-delà de 50% de pertes, alors que toutes seront, à coup sûr, en grande difficulté, voire en péril. Les pertes de chiffre d'affaire subies pendant la crise ne seront pas rattrapées sur les mois qui suivront, car il est évident que leurs clients ne vont pas « rattraper » leur consommation de fromages. En conséquence, les surcoûts d'intérêts dus à l'allongement de leurs

prêts en cours ou à l'ouverture de nouveaux prêts seront extrêmement lourds à assumer par ces producteurs après la crise, voire impossible pour les producteurs récemment installés ou en plein développement. Dans le contexte inédit actuel, des mesures exceptionnelles et fortes se justifient. **Des annulations de charges et des prêts de trésoreries à taux 0 ou à très faible taux seraient les seules mesures adaptées, si l'on souhaite réellement permettre à ces entreprises et leurs salariés de survivre à la crise.**

✦ ***Pour les producteurs ayant perdu plus de 50% de chiffre d'affaire pendant les mois de crise, en plus des mesures précédentes, un suivi spécifique par des comités régionaux***

Comme expliqué plus haut, une perte de 50% de chiffre d'affaire, même sur seulement deux mois, peut entraîner une exploitation laitière fermière dans la faillite. Certains sont clairement en situation de grande détresse. L'un d'eux nous dit par exemple: « *compte-tenu de la conjoncture actuelle et n'ayant aucune certitude sur l'avenir de cette crise et de la reprise des ventes pour cette année, il me sera difficile d'honorer mes engagements financiers suite aux prêts contractés récemment pour l'extension de mon activité.* »

Pour ces cas, l'aide du fonds de solidarité nationale de 1500 euros ne sera pas suffisante. Des compléments régionaux seront nécessaires, et les besoins seront, en fonction de la situation de chaque exploitation (historique, taille, etc.), très variables. C'est pourquoi nous proposons la création de **comités locaux restreints**, composés de représentants des régions et départements, d'établissements bancaires et des producteurs concernés, afin **d'étudier au cas par cas les dossiers des producteurs en grande difficulté.**

✦ ***La reconnaissance de la maîtrise des mesures barrières par les producteurs laitiers fermiers***

La mise en œuvre systématique de règles d'hygiène strictes, visant à prévenir la contamination des aliments par des germes pathogènes, fait partie depuis longtemps des principes de base dans les ateliers laitiers fermiers. Elles sont répertoriées dans le Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène de la filière. Il s'agit par exemple du lavage très fréquent des mains, du nettoyage régulier, et quand c'est nécessaire de la désinfection, des locaux et équipements de production, ainsi que de la prévention des contaminations croisées. En s'appuyant sur son GBPH, notre filière sera efficace dans sa gestion du risque Covid-19. La profession craint sur ce point la mise en œuvre de contrôles trop pointilleux se référant à des mesures générales peu adaptées aux spécificités de notre filière. Cela serait très mal vécu dans un contexte de fatigue et de découragement déjà important.

✦ ***Le soutien d'une campagne de promotion des produits laitiers fermiers pendant et après la crise***

Dans la mesure où de nombreux producteurs ont mis en place des solutions de report de lait, principalement via des fabrications de fromages de garde (pâtes pressées...), ces stocks devront trouver des acheteurs une fois la crise passée. De façon générale, le secteur aura besoin que l'intérêt des consommateurs pour les produits laitiers fermiers se prolonge après la crise. La filière sollicite donc **le soutien des pouvoirs publics sur sa campagne de promotion « J'élève, Je transforme, Je vends » qui sera déployée sur le terrain à partir des prochaines semaines.**

✦ ***Le redémarrage de tous les marchés***

Nous l'avons déjà dit, la fermeture des marchés a impacté une grande partie des producteurs fermiers. Aujourd'hui, nous nous réjouissons de l'annonce de l'autorisation de tous les marchés à partir du 11 mai, et nous espérons que le déconfinement lent d'une part, et que des interprétations excessives des règles d'hygiène de la part de certaines municipalités d'autre part, ne créeront pas de nouvelles situations de blocage. Nous tenons à rappeler que les marchés qui ont pu rouvrir par dérogation dès le mois d'avril ont su faire preuve d'une gestion exemplaire des mesures sanitaires. **Nous insistons donc sur la nécessité pour les producteurs fermiers de pouvoir retrouver les places qu'ils occupaient précédemment sur chaque marché.**