

Les magasins à la ferme des producteurs de lait sont en vogue

Marketing pour le lait / Un sondage le montre : le site « De la ferme » répond à un besoin

BERNE Au printemps 2018, Swissmilk a lancé l'espace en ligne « De la ferme » (« Vom Milchbuur » en allemand), qui permet aux consommateurs de découvrir le travail des producteurs de lait et de trouver le magasin à la ferme le plus proche de chez eux. L'objectif est de présenter les producteurs de lait de façon sympathique – avec des vidéos, des photos ou des anecdotes – à la population citadine (le cœur de cible). La carte des magasins est un important élément sur le site, et les visiteurs peuvent y trouver de nombreux services.

Mais à quel point ces services sont-ils demandés ? À quelle fréquence les Suisses se rendent-ils dans un magasin à la ferme, en particulier celui d'un producteur de lait ? Pour le savoir, la fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL/Swissmilk a participé en 2019 à une enquête multi-thèmes de l'institut d'études de marché GfK (2046 personnes interrogées).

Visites régulières à la ferme

Principale information réjouissante : plus de la moitié de la population suisse fait des achats au moins une fois par an dans un magasin à la ferme. Ainsi, 52 % des personnes interrogées ont déclaré se rendre dans un tel magasin une à deux fois par an. Parmi elles, 53 % ont déclaré avec certitude fréquenter le magasin à la ferme de producteurs de lait (29 % ont fréquenté d'autres magasins à la ferme, et 18 % ont dit ne pas savoir s'il s'agissait d'exploitations laitières). La part de sondés utilisant un automate à lait est moins élevée : 21 % d'entre eux achètent du lait à un tel automate au moins une fois par an.

Un examen plus détaillé de la clientèle des magasins à la ferme confirme certaines hypothèses, mais donne aussi quelques résultats surprenants. Comme l'on s'y attendait, les personnes qui vivent en zone rurale font plus souvent leurs achats à la ferme que les citadins, de même que les familles par rapport aux célibataires. 19 % des jeunes familles interrogées achètent des denrées à la ferme au moins une fois par semaine, sans doute dans le cadre d'une sortie avec les enfants. Chez les célibataires de la même tranche d'âge, ce chiffre n'est que de 6 %.

Les Romands sont des clients fidèles

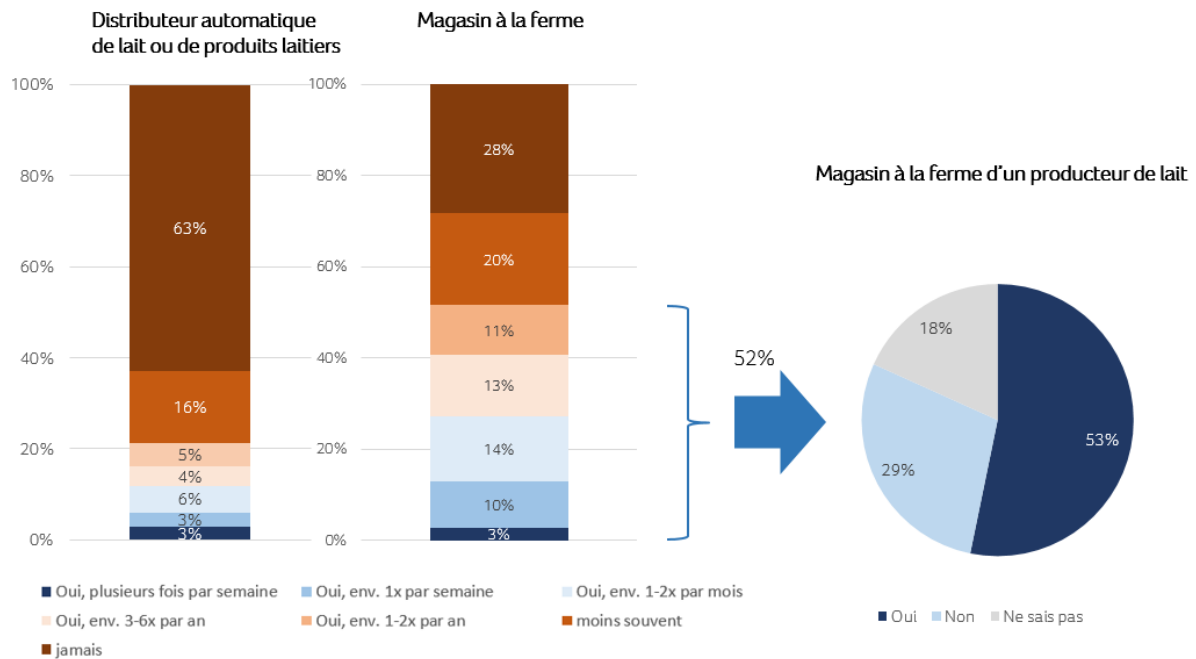
Plus surprenant : si les Romands sont proportionnellement moins nombreux que les Suisses alémaniques à fréquenter les magasins à la ferme, ils sont des clients plus fidèles et plus réguliers. Globalement, on constate que les magasins à la ferme sont bien enracinés auprès de la population. Parmi les personnes interrogées, les jeunes (16-30 ans) les fréquentent aussi souvent que les autres tranches d'âge. Les jeunes adultes s'efforcent donc eux aussi d'acheter des produits régionaux et saisonniers.

On constate par contre une différence entre les tranches d'âge en ce qui concerne les automates à lait. Il apparaît ici que les 16-30 ans sont davantage disposés à se procurer leurs produits laitiers directement à des automates : 30 % d'entre eux déclarent ainsi le faire au moins 1-2 fois par an, un chiffre nettement supérieur à la moyenne des autres tranches d'âge.

Carte des magasins à la ferme complétée avec les automates à lait

L'offre des magasins à la ferme de nos producteurs de lait rencontre donc un intérêt certain, et la carte des magasins qui figure sur « De la ferme / Vom Milchbuur » répond

à un besoin. Les résultats de l'enquête nous permettront d'orienter mieux encore le projet sur les consommateurs. Le site a vocation à se développer, le nombre d'exploitations participantes à augmenter. Depuis novembre 2019, l'emplacement des automates peut également figurer sur la carte des magasins.



Plus de la moitié des Suisses fréquentent un magasin à la ferme au moins une fois par an.

Auteur: Nicole Schläppi, Producteurs Suisses de Lait PSL