



Reconfinement

Les filières entre gestion au jour le jour et volonté de se réinventer

“ **Alors que certaines filières commençaient tout juste à se remettre du premier confinement, le gouvernement a décidé fin octobre d'une deuxième période de confinement pour un mois au moins. Horticulture, viticulture, tourisme et bien d'autres secteurs encore s'efforcent aujourd'hui de surmonter cette période difficile.** ”

Comme chaque année, les professionnels de la filière horticole attendaient le 1^{er} novembre avec impatience. Après le printemps, l'automne représente pour eux la deuxième période d'activité la plus importante de l'année. Si la Toussaint a permis aux fleuristes d'obtenir une dérogation, ils ont dû comme tous les commerces dits « non essentiels » fermer boutique dès le lendemain. Seules les jardinerie commercialisant des graines, des semences et des engrais peuvent aujourd'hui rester ouvertes. Même la vente de fleurs coupées dans les grandes surfaces et sur les marchés est désormais interdite. « Au niveau national, nous avons perdu 14 % de chiffre d'affaires sur le premier confinement. Ce retard a en partie pu être comblé à la sortie du confinement mais cette nouvelle fermeture représente pour tous les professionnels un impact psychologique violent », témoigne Véronique Brun, chargée de mission à la Fédération nationale des producteurs de l'horticulture et des pépinières (FNPHP). Seule solution pour maintenir



La filière horticole attendait le 1^{er} novembre avec impatience. Si la Toussaint a permis aux fleuristes d'obtenir une dérogation, ils ont dû comme tous les commerces dits « non essentiels » fermer boutique dès le lendemain.

un minimum d'activité: le click & collect (retrait en point de vente de commandes passées en ligne). Une solution qui, si elle se révèle efficace pour certains, si elle ne se révèle pas une réponse à tout. « Ceux qui le click & collect a fonctionné lors du premier confinement l'ont rapidement réenclenché. Mais pour certains, faute de commandes suffisantes, il vaut aujourd'hui mieux fermer afin de pouvoir bénéficier des aides de l'État. Ceux qui travaillent avec la grande distribution souffrent aussi beaucoup car les précommandes ont été annulées du jour au lendemain et il leur reste de la marchandise sur les bras », déplore Véronique Brun.

Vin: des solutions alternatives à pérenniser

Le click & collect et la livraison à domicile, telles sont également les deux seules solutions qui restent à la disposition des producteurs de vins qui ne vendent pas leur production en grande distribution. Victimes collatérales de la fermeture des bars et des restaurants,

tous ou presque se sont lancés depuis le premier confinement dans la préparation de commandes à récupérer dans les caveaux. « Nous avons une volonté farouche de continuer à exister. Le click & collect n'est qu'une solution locale qui ne peut être que complémentaire mais elle permet de faire rentrer un peu d'argent. Il ne faut pas le voir comme une solution conjoncturelle, au contraire, nous devons le professionnaliser », affirme Philippe Pellaton, nouveau président de l'organisme interprofessionnel Inter Rhône depuis le 5 novembre dernier. Il faut dire qu'à l'approche des fêtes de fin d'année, ce reconfinement tombe au plus mal notamment pour les producteurs de vin. Une situation d'autant plus compliquée que les salons et autres événements de fin d'année ont été annulés. « Le 19 novembre devaient démarrer les festivités autour de la sortie du beaujolais nouveau. Bien sûr au vu de la situation sanitaire, l'édition 2020 a été tout simplement annulée comme l'ensemble des salons. Ce sont des événements qui donnent un coup

de projecteur sur notre filière et nous devons malheureusement nous en passer cette année », regrette Dominique Piron, président d'Inter Beaujolais.

Le tourisme en attente d'une embellie

Du côté des professionnels du tourisme, c'est également la soupe à la grimace. « Notre secteur traverse la plus grave crise de son histoire. Nous avons vécu une parenthèse enchantée en juillet-août mais aujourd'hui pratiquement tout est fermé », confirme Sophie Ollier-Daumas, directrice de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme. « Ces derniers jours, nous avons vu déferler une vague d'annulations pour les mois à venir, jusqu'au printemps même ! Les touristes sentent bien que le climat n'est pas favorable, nous les incitons à tempérer mais ce n'est pas toujours évident », confie Pascal Bos, président de Gîtes de France Auvergne-Rhône-Alpes. Particulièrement touché, le secteur de l'agritourisme qui avait déjà eu du mal à se remettre du premier confinement fait partie des premières victimes. « Les fermes auberges, les fermes pédagogiques, les centres équestres, tout ce qui avait été fermé en avril-mai se retrouve de nouveau au point mort alors que traditionnellement la fin d'année est une période où l'on accueille beaucoup de public. Nous avons bénéficié cet été d'un essor pour le tourisme rural, mais est-ce que ce confinement ne va pas impacter plus durablement la volonté des Français de partir en vacances ? », s'interroge Hervé Roux, représentant du réseau Bienvenue à la Ferme en Auvergne-Rhône-Alpes. Une question qui, dans l'incertitude de l'évolution de l'épidémie et des prochaines décisions gouvernementales dans les mois à venir, reste pour le moment en suspens. ■

Pierre Garcia



ENQUÊTE / L'étude menée par le réseau CerFrance Synergie Sud-Est* en septembre sur l'impact de la Covid-19 sur l'activité commerciale des magasins de producteurs en Auvergne-Rhône-Alpes a démontré la résilience de ce système de vente en circuits courts.

Les magasins de producteurs, victimes de leur succès ?

Le premier épisode de confinement en mars dernier, lié à la crise sanitaire de la Covid-19, a entraîné une nouvelle fois le monde agricole à l'adaptabilité. Les habitudes des Français ont été bouleversées, notamment en termes de consommation. La tendance du « consommateur local » a alors pris tout son sens. Depuis quelques années, les consommateurs s'attachent à maintenir une activité économique et agricole sur le territoire, mais aussi à réduire l'impact environnemental en privilégiant les circuits courts. Une tendance qui s'est accentuée avec la crise sanitaire. C'est dans ce contexte que le service études et perspectives du CerFrance Synergie Sud-Est a réalisé une étude économique auprès de 32 magasins de producteurs en Auvergne-Rhône-Alpes (Aura). « Nous avons souhaité compléter notre document annuel sur les références économiques des magasins fermiers par un bilan de l'impact de la Covid-19 sur leur activité commerciale durant le confinement, et post-confinement. Par ce biais, nous avons envie d'être au plus

près de nos adhérents, savoir comment ils ont vécu cette période que personne n'avait anticipé, voir les leçons qu'ils en ont tirées, etc. », souligne Christine Pelloux, responsable du service études et perspectives au CerFrance des Savoie.

Un chiffre d'affaires qui explose

Les premiers résultats sont sans appel: les magasins de producteurs ont dans leur globalité vu leur chiffre d'affaires augmenter considérablement durant le confinement: + 70 % entre mars et mai par rapport à 2019 et + 85 % en avril par rapport à avril 2019. « Ces chiffres montrent une vraie résilience du modèle économique des magasins de producteurs », poursuit la responsable de l'étude. A la sortie du confinement, la fréquentation semblait se maintenir puisque le chiffre d'affaires du mois de juin était encore supérieur de 40 % par rapport à l'an dernier. Une évolution qui s'explique notamment par l'arrivée de nouveaux consommateurs. Les clients ont privi-

légié des achats plus conséquents, avec un panier moyen augmentant de 10 €. Pour pallier cette fréquentation soudaine, près de deux tiers des magasins fermiers ont été obligés de muscler leur force de vente (embauche de nouveaux salariés, augmentation du nombre d'heures réalisées par les associés du point de vente).

L'essor du click & collect

D'autre part, le confinement a fait exploser les services de click & collect (retrait en point de vente de commandes passées en ligne), auquel le monde agricole n'était peu ou pas habitué. Mais force est de constater que les magasins de producteurs se sont prêtés au jeu, puisque 50 % des sondés ont proposé ce service durant le premier confinement. Cependant, cette nouvelle attractivité auprès des consommateurs montre une limite, difficilement gérable: les ruptures de stocks. En effet, victimes de leur succès, les producteurs locaux ne sont pas forcément habitués à la recherche d'une productivité si impor-



Christine Pelloux est responsable du service études et perspectives au CerFrance des Savoie.

tante. « L'offre - produit local circuit court - reste encore inférieure à la demande », prévient Christine Pelloux.

Faire face à la concurrence

Par ailleurs, certains outils digitaux n'ont pas fait l'unanimité: livraisons,

outils de fidélisation, e-mailing, etc. « Les magasins fermiers ont réussi à capter de nouveaux clients, sans forcément connaître leur profil. Pour autant, il s'agirait d'un axe de travail intéressant pour comprendre leurs attentes et pouvoir répondre à leurs besoins », note la conseillère. Des perspectives qui s'avèrent peut-être judicieuses à explorer dans l'avenir car les enjeux sont nombreux. Pour renforcer leur attractivité, les magasins de producteurs se doivent de maintenir un équilibre entre les projets individuels des producteurs adhérents, le projet collectif du magasin et l'évolution de la demande des clients. « Ces méthodes nouvelles finiront par se mettre en place progressivement, parce qu'ils devront, malgré tout, faire face à la concurrence d'autres opérateurs, comme la grande distribution, qui appuie davantage sa communication sur le consommateur local », conclut Christelle Pelloux. ■

Amandine Prioret

* CerFrance Synergie Sud-Est couvre les départements de l'ex-région Rhône-Alpes, du Doubs, du Jura et du Val de Saône.



Selon une enquête CerFrance Synergie Sud-Est, les magasins de producteurs ont connu un bond d'activité durant le premier confinement. Le phénomène va-t-il se reproduire lors du deuxième confinement ?

REACTION / La deuxième période de confinement dans laquelle nous nous trouvons depuis fin octobre est vécue comme un nouveau coup dur par de nombreux habitants des communes rurales. Désireuse de défendre une égalité entre les territoires, l'Association des maires ruraux de France (AMRF) monte au créneau.

L'inquiétude des maires ruraux

Depuis plusieurs semaines, l'épidémie de coronavirus commençait à montrer des signes inquiétants de reprise. Le gouvernement a donc tranché, et un deuxième confinement a démarré pour une durée minimale de quatre semaines. Inquiète des conséquences de ce nouveau coup d'arrêt pour plusieurs professions comme les commerçants, l'Association des maires ruraux de France (AMRF) alerte sur les difficultés des habitants des communes rurales. « Aujourd'hui, les critères de fermetures des commerces suscitent une incompréhension notamment dans les territoires ruraux où la crise sanitaire peut paraître moins avancée », déclare l'AMRF dans un communiqué de presse le 30 octobre. « À cela s'ajoute un sentiment de profonde inégalité, antérieure à la crise sanitaire et qui s'exacerbe, entre la grande distribution et ceux que l'on appelle les petits commerçants et producteurs locaux, d'autant plus difficile à accepter que les règles sanitaires sont plus faciles à appliquer de manière stricte et effective pour ces derniers ».



Cédric Szabo, directeur de l'Association des maires ruraux de France.

Un appel à soutenir les initiatives locales

L'AMRF appelle aujourd'hui à soutenir fermement un tissu économique rural déjà fragilisé par le premier confinement et dont la trésorerie ne permettra peut-être pas d'affronter ce deuxième confinement. « Il va rapidement falloir trouver une solution pour les commerçants afin de parvenir à compenser leur perte

d'exploitation et d'activité. Tout ne peut pas fonctionner avec du click & collect. La vraie vie, ce sont d'abord des rapports humains », rappelle Cédric Szabo, directeur de l'association. Attentive à la situation des commerces locaux, celle-ci affirme également qu'elle soutiendra toutes les initiatives pouvant apporter des réponses économiques globales et durables pour l'ensemble du tissu économique rural. Lors du premier confinement, l'AMRF avait notamment lancé l'initiative Bouge ton Coq qui, grâce à une opération de crowdfunding - ou financement participatif

- et au soutien financier de plusieurs partenaires historiques comme la Poste ou la Française des Jeux, avait permis de récolter plus de 250 000 euros en faveur des petits commerçants et des producteurs. L'AMRF n'a pour le moment pas renouvelé d'initiatives de ce type, préférant se concentrer sur les négociations engagées avec le gouvernement pour obtenir des mesures de soutien.

Lutter contre les inégalités en milieu rural

Les commerçants ne seront pas pour autant les seuls touchés par ce reconfinement. La volonté du gouvernement de favoriser le télétravail pourrait d'ailleurs se heurter à une autre forme d'inégalité: la fracture numérique. « La majorité des territoires ruraux restent encore précaires en matière d'accès au réseau téléphonique et internet. De nombreuses familles se retrouvent pénalisées, certaines n'ont pas non plus d'imprimante chez elles et les maires se retrouvent alors en première ligne pour tenter de compenser ces handicaps », confirme Cédric Szabo. Autre sujet d'inquiétude pour les maires de communes rurales: la gestion des personnes vulnérables et notamment des aînés. Dans ces territoires, la solidarité se vit au quotidien et les initiatives d'élus locaux organisant des portages de repas auprès de personnes isolées ont déjà repris. ■

Pierre Garcia

MESURES / Les soutiens au secteur agricole

Depuis plusieurs semaines, l'épidémie de Covid-19 redouble d'intensité dans notre pays. Ces derniers jours, le gouvernement a débloqué plusieurs mesures destinées à renouveler son soutien au monde agricole. Pour accompagner l'ensemble des acteurs lors de ce deuxième confinement, plusieurs aides spécifiques ont notamment été débloquées. Certains petits abattoirs de canards, pintades, cailles et pigeons destinés à la restauration collective bénéficient notamment d'une aide plus soutenue que lors du premier confinement. Une enveloppe de 3 millions d'euros (ME) a été débloquée pour les éleveurs concernés. « Il s'agit d'aider les éleveurs qui ont perdu le plus du fait des deux périodes de confinement », explique Anne Richard, directrice d'Anvol, l'interprofession des volailles de chair. « On constate une prise de conscience par rapport au fait que la fermeture de la restauration a durablement handicapé notre secteur », se félicite-t-elle. Dans la même lignée, le ministre de l'Économie a ajouté dans un décret paru le 3 novembre dernier plusieurs activités agricoles et agroalimentaires à la liste des PME dépendant des secteurs touchés par les mesures de confinement et pouvant donc bénéficier de mesures d'exonérations sociales et fiscales renforcées.

Logement des travailleurs saisonniers

Dans le cadre du Fonds de développement économique et social, les entreprises agricoles employant de 0 à 46 salariés peuvent désormais obtenir un prêt participatif allant jusqu'à 20 000 €. Pour bénéficier de ce dispositif, elles doivent non seulement ne pas être concernées par une procédure collective d'insolvabilité mais aussi justifier de perspectives réelles de redressement. Par ailleurs, le ministère de l'Agriculture et le groupe Action Logement ont décidé, en accord avec l'ensemble des partenaires sociaux, de proroger l'aide au logement des travailleurs saisonniers agricoles mobilisée pendant la crise sanitaire. En juin dernier, une enveloppe de 6 M€ avait été débloquée de manière à créer une aide spécifique pour les saisonniers de 150 € par mois renouvelable trois fois dans la limite de 600 €. Ce même dispositif vient d'être reconduit.

L'enseignement agricole doit aussi s'adapter

Eux aussi impactés par cette crise sanitaire, les établissements de l'enseignement technique agricole font l'objet d'une surveillance particulière de la part du gouvernement. Au-delà d'un protocole sanitaire relativement strict, il leur est recommandé de « garantir au moins 50 % d'enseignement en présentiel pour chaque apprenant à partir de la Seconde. L'objectif est de diminuer la pression, en particulier là où la densité d'apprenants est plus forte, et de limiter les brassages en faisant des adaptations complémentaires dans les établissements où cela apparaît nécessaire », détaille le gouvernement. Différentes modalités d'organisation permettant d'assurer une continuité pédagogique sont aujourd'hui laissées à l'appréciation des chefs d'établissements. Plusieurs pistes sont sur la table: l'accueil des classes en alternance par niveaux ou par filières, la constitution de demi-groupes ou encore le développement du travail à distance. ■

Amandine Prioret