

Zeitschrift: Le messenger suisse : revue des communautés suisses de langue française
Herausgeber: Le messenger suisse
Band: - (1993)
Heft: 54: La "Muba" restera bâloise

Artikel: Quand les paysans vendent aux consommateurs : les barons de l'agriculture bâillonnent
Autor: Roess, Véronique
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-848000>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

QUAND LES PAYSANS VENDENT AUX CONSOMMATEURS

Les barons de l'agriculture bâillonnent



PAR VÉRONIQUE ROESS / BRRI

Barons de l'agriculture et grands distributeurs de produits agricoles ont tiré sur un numéro de téléphone, le 156 60 30 10. Craignant la concurrence, ils ont interdit toute publicité pour cette ligne dont le but est de promouvoir la vente directe, des agriculteurs aux consommateurs. Sous leur pression, les organisations agricoles qui exploitaient ce numéro 156 ont dû l'abandonner. Officiellement du moins. Car il a été repris depuis

par un privé. Réaction amère en terre agricole : "Lorsque le paysan trouve des solutions originales pour sortir des subventions, c'est toujours le bâton dans la roue".

En novembre dernier, avec la collaboration du Service Romand de Vulgarisation Agricole (SRVA), l'Union Suisse des Paysans (USP) mettait en branle l'action "marché paysan". A disposition des consommateurs, un numéro de téléphone valable pour toute la Suisse, le 156 60 30 10. Cette ligne permettait d'entrer en contact avec 800 paysans offrant 250 produits et prestations, de la pomme de terre à l'entretien de jardin. Pendant trois mois, le téléphone n'a pas cessé de sonner, les appels venant surtout de Suisse alémanique. "Nous en avons eu plus de 13.000, calcule Henri Suter, chef du département écologie de l'USP. Nous étions complètement dépassés par les événements". Mais l'opposition au 156 n'a pas tardé à gronder.

Des tirs groupés

"Jamais nous n'avions imaginé de telles réactions, raconte Philippe Bardet, du SRVA. Les tirs sont venus de tous les cō-

tés". Se sentant menacés, coopératives agricoles, grands distributeurs, maîtres-bouchers, associations paysannes régionales ont fait pression. "Nous avons contesté la publicité pour la vente directe, admet Ernst Maeder-Essig, directeur de l'Union suisse du légume. Près de 95% de la production maraîchère est en effet vendue aux grands distributeurs et détaillants. Nous avons besoin d'eux. Si la vente directe se développe chez certains paysans, les autres seront pénalisés". Si certains ont manifesté ouvertement leur mécontentement, d'autres ont préféré la discrétion. "Nous avons dû aller nous présenter chez les deux grands distributeurs, Coop et Migros, raconte Roger Bisig, de l'USP. Mais les discussions sont restées internes". Chez Migros, officiellement ont répondu que la fédération considère la vente directe "comme un phénomène marginal sans influence". La farouche opposition des coopératives agricoles, qui commerciali-

sent les produits, a joué un rôle capital, estime Roger Bisig. "Nous ne pouvons pas nous mettre à dos leurs organisations faitières qui sont membres de l'USP. Il fallait éviter une guerre interne".

La tête dure

Acculés, l'USP et le SRVA ont cédé. Dès janvier, toute publicité pour la ligne a été interrompue et, peu à peu, ce 156 s'est un peu endormi. Mais ses instigateurs ont la tête dure. On leur reproche de parrainer le projet ? Ils passent donc le flambeau à un privé. Un ingénieur agronome de Carouge (VD), Andrea Bagutti, répond au même numéro. Initialement pour prendre les inscriptions de Suisses qui voulaient passer le 1er août dans des fermes. Mais "s'il y a des appels pour la vente directe, je peux aussi y répondre", admettait Andrea Bagutti avant la fête nationale : les registres nécessaires lui avaient été transmis.

Premier succès quand même

La vente directe fait peur car elle enregistre ses premiers succès ; renouant le dialogue agriculteurs-consommateurs, elle permet aux paysans d'encaisser le revenu de leur production sans intermédiaire. Selon le SRVA, ils seraient près de mille en Suisse à la pratiquer, à la ferme comme au marché. Pourtant, nuance Fernand Cuche, secrétaire de l'Union des Producteurs Suisses, chaud partisan de la vente directe, "elle ne représente qu'un infime pourcentage du marché et il y a peu de chances qu'elle prenne trop d'ampleur". D'autre part, si la voie est libre pour les fleurs, légumes et fruits, la législation fédérale freine la vente directe de lait et de ses produits dérivés. Elle impose aux bouchers de ferme d'énormes exigences d'hygiène. Peu de paysans peuvent s'offrir les coûteux investissements obligatoires. ■