



HAL
open science

LES PETITES EXPLOITATIONS FAMILIALES DE GUADELOUPE A L'EPREUVE DE LA CRISE SANITAIRE COVID-19. Projet AgroEcoDiv.

Anaëlle Bolo, Gisèle Alexandre, Océane Biabiany, Eduardo Chia, Nathalie
Mandonnet

► **To cite this version:**

Anaëlle Bolo, Gisèle Alexandre, Océane Biabiany, Eduardo Chia, Nathalie Mandonnet. LES PETITES EXPLOITATIONS FAMILIALES DE GUADELOUPE A L'EPREUVE DE LA CRISE SANITAIRE COVID-19. Projet AgroEcoDiv.. 2020. hal-04506337

HAL Id: hal-04506337

<https://hal.inrae.fr/hal-04506337v1>

Submitted on 15 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



LES PETITES EXPLOITATIONS FAMILIALES DE GUADELOUPE A
L'EPREUVE DE LA CRISE SANITAIRE COVID-19

Nom de l'étudiante: Anaëlle BOLO

Dates de stage : juin à juillet 2020

Nom et email des responsables du stage

AgroEcoDiv : Nathalie MANDONNET &
Gisèle ALEXANDRE

nathalie.mandonnet@inrae.fr

gisele.alexandre@inrae.fr

WPO : Gouvernance participative – Analyse du contexte avec les agriculteurs

Objectif du travail

L'objectif était de comprendre l'impact de la crise sanitaire sur la transition agroécologique de la petite agriculture familiale en Guadeloupe, sous l'angle d'une réorganisation durable, ou non, des ventes de produits locaux.

Les agriculteurs ont souhaité que la recherche porte un regard sur la commercialisation et la consommation des produits agricoles pendant la crise covid-19. En accord avec eux, l'hypothèse que nous soutenons ici, est que les actions qui ont vu le jour durant le confinement, en matière de commercialisation et d'élargissement de la clientèle, sont autant d'opportunités pour l'après-crise et seraient des accélérateurs de la transition alimentaire du territoire.

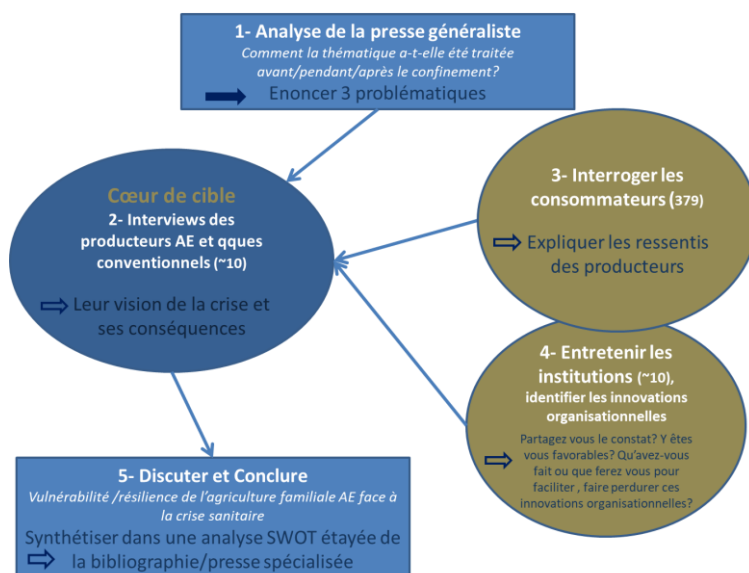
Mots clefs

Souveraineté
alimentaire, crise
sanitaire, produits
locaux,
commercialisation,
consommation,
réseaux sociaux

Contexte. La crise sanitaire, en paralysant les échanges commerciaux agricoles et agroalimentaires (fermeture des lieux de restauration collectifs, fermeture des frontières...), a fait perdre des débouchés aux producteurs et a mis en évidence les failles (et faiblesses) du système agro-alimentaire mondial. Les stocks de produits alimentaires se sont accumulés sur les lieux de production. Bien que faiblement impacté par la crise, le débouché de la grande distribution est resté



difficile d'accès pour les petits producteurs peu référencés. Ceux-ci ont dû s'auto-organiser et développer des circuits-courts. Rapidement, les agriculteurs ont manqué de main d'œuvre pour les récoltes. Si les Français ont beaucoup acheté de produits de longue conservation, dans un premier temps, la presse fait ensuite le récit d'un engouement pour les produits locaux, en particulier les fruits et légumes. Ils ont donc fait confiance aux producteurs locaux et de nouveaux liens commerciaux se sont tissés. Cependant, ces relations se sont distendues à la sortie de confinement. Seulement 10% des consommateurs ayant acheté des produits aux agriculteurs pendant la crise, ont continué à s'approvisionner directement chez eux après. La question que l'on peut se poser désormais, est celle de la pérennisation de ces nouveaux modes de consommation, issus de la pandémie et permis, entre autre, par l'outil numérique (réseaux sociaux). Ce travail mené en Guadeloupe, confronte les expériences d'agriculteurs durant et post confinement (en particulier ceux impliqués dans AgroEcoDiv), aux points de vue d'un panel de consommateurs (n= 379) et à l'analyse d'une dizaine d'institutionnels et experts du secteur agricole.



Méthodologie Le travail s'est déroulé (Figure 1) en développant plusieurs méthodes : une revue de la presse généraliste (n= 122 articles dont 50% parus durant le confinement), des entretiens semi-directifs (n= 20 dont 60% dans le secteur productif) et des enquêtes consommateurs en ligne (n = 379 répondant à 22 questions).

Figure 1. Dispositif méthodologique

Originalité et principaux résultats

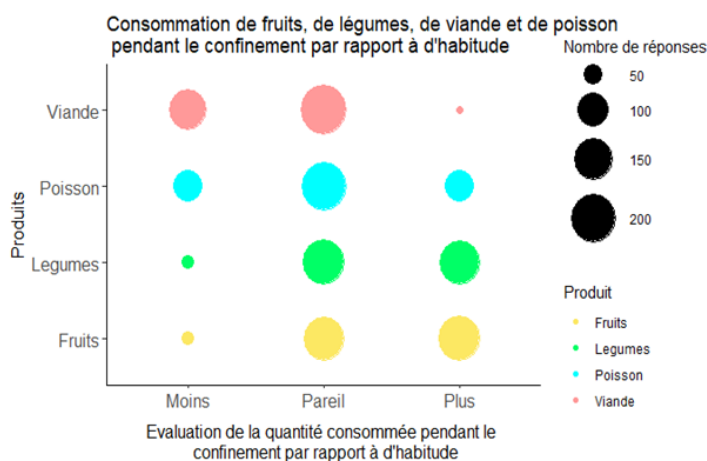
1. La revue de presse - à partir d'une grille de lecture ciblée sur le sujet (n = 65 articles) – montre l'impact de la crise sanitaire sur le secteur agricole au niveau national. Il apparaît : a) que la crise sanitaire a imposé des contraintes auxquelles les producteurs ont dû s'adapter (28 articles), et b) que la résilience et la souveraineté alimentaire devraient passer par la transition agroécologique et biologique (37 articles). A ce propos, les sujets des articles font ressortir plus particulièrement que: i) la crise sanitaire a mis en exergue des failles du système agricole actuel, ii) la PAC et le plan de

relance doivent servir pour la transition agroécologique, iii) les circuits de commercialisation et la consommation des ménages doivent changer pour valoriser de nouveaux modes de production, et permettre de nourrir la planète. Les efforts sont encore insuffisants. Par exemple, peu d'agriculteurs pratiquent l'agriculture biologique (AB) et il existe encore des freins liés au travail (besoins de main-d'œuvre et pénibilité des tâches...).

2. En Guadeloupe, comme en France hexagonale, la perte de débouchés a été la principale conséquence du confinement pour les producteurs. Cependant, les filières ont été inégalement impactées par la crise sanitaire : les filières organisées comme la banane, ont fonctionné normalement car autonomes en termes de transport. Cela n'a pas été aussi simple pour la filière melon, production en partie destinée à l'export, qui a été impactée par la réduction drastique du trafic aérien. La filière viande a été fortement impactée : pour éviter d'accumuler les stocks de viande, il y a eu moins d'abattages (officiels) pendant le confinement et les éleveurs ont dû continuer à supporter les charges liées à l'élevage et à l'alimentation des animaux. En revanche, la production d'œufs n'a pas souffert grâce au comportement des consommateurs, qui se sont lancés dans la pâtisserie, au point de générer une pénurie. Enfin, les petits producteurs, souvent en fruits et légumes ou en diversification, sont probablement ceux dont le fonctionnement a été le plus perturbé pendant la crise, non pas sur la production qui a été peu impactée, mais surtout du fait de la commercialisation de leurs produits, périssables.

En termes de changement de la part des agriculteurs, une réponse rapide et organisée est apparue pour assurer les ventes :

A) L'auto-organisation des producteurs pour vendre la production s'est mise en place : i) ils ont opté pour la vente directe sous forme de drive : après la colère et la frustration causées par la fermeture des marchés, les petits producteurs ont dû réagir (véritable auto-organisation en individuel, et/ou des groupements de producteurs et des interprofessions). L'enjeu étant aussi sanitaire, des points de vente respectant les règles sanitaires, les livraisons de paniers (exemple 3 fois plus pour un agriculteur, 10 fois plus pour une SICA), les paiements sans contact etc... sont apparus. Les ventes directes ont eu du succès et les producteurs ont ii) bénéficié des changements d'habitudes des consommateurs (Figure 2), avec une augmentation globale entre avant et pendant le confinement, même si pour les produits carnés la tendance était à la baisse. Dans les paniers, les fruits, légumes et tubercules ont été plébiscités.



D'une façon plus marquée, les producteurs ont bénéficié iii) de la solidarité de la population (46% étaient déjà clients en vente directe avant confinement, mais une nouvelle clientèle a été touchée durant le confinement). La crise a donné l'avantage au local et aux circuits courts. Les consommateurs se sont directement approvisionnés chez le producteur pendant le confinement, à 73 % par solidarité, à 46% pour accéder à une alimentation plus saine.

B) Des initiatives en termes de communication et de nouvelles technologies (numérique) ont facilité la relation producteurs-consommateurs. Cela a été permis grâce à :

i) la force des réseaux sociaux pour communiquer. La majorité des agriculteurs disent avoir utilisé les réseaux sociaux pour informer les acheteurs essentiellement via Facebook ou encore la messagerie instantanée Whatsapp. De plus, les médias traditionnels relayaient les informations quant à leurs difficultés, à la réouverture des marchés ou les initiatives de drives pour la commercialisation.

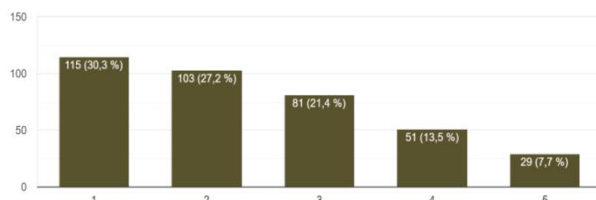
ii) des initiatives organisationnelles qui ont facilité la relation producteurs-consommateurs. Deux exemples emblématiques sont rapportés avec notamment 'Loka-Lité' la page Facebook du confinement - créée par des forces vives de la société civile (une chanteuse et une maquilleuse renommées)- qui a facilité la relation entre les producteurs et les consommateurs, ou « conso-acteurs » offrant aux agriculteurs un espace pour informer et s'auto-promouvoir.

« Un groupe pour mettre en contact tous les Guadeloupéens en temps de crise ».

Le groupe Loka-Lité a rapidement atteint 20 000 membres. Une autre initiative de l'association Rezylians971 a vu le jour, « les initiatives locales et positives », ayant pour but de promouvoir le développement durable en Guadeloupe. Sa base de données, « Covid-Gwada » recense, entre autres, près de 70 producteurs locaux ainsi que des groupes Whatsapp dans lesquels la vente ou l'échange de fruits et légumes s'organisent. Les consommateurs se sentent mieux informés selon les notes fournies pendant le confinement (Figure 3).

AVANT LE CONFINEMENT, étiez-vous informés des ventes de produits par les producteurs eux-mêmes (lieu, date, livraison, prix...) ?

379 réponses



PENDANT LE CONFINEMENT, étiez-vous informés des ventes de produits par les producteurs eux-mêmes (lieu, date, livraison, prix...) ?

379 réponses

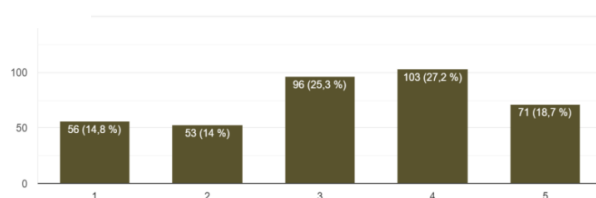


Figure 3 a. Notes attribuées à la diffusion des informations concernant la vente directe avant le confinement. **b.** Notes attribuées à la diffusion des informations concernant la vente directe pendant le confinement. 1 : Très peu informé / 5 : Très bien informé.



C) Les pouvoirs publics ont tenté d'accompagner les producteurs pendant la crise sanitaire : i) une aide de 1 500€ de l'Etat pour les agriculteurs (volet 1 du fonds national de solidarité) ainsi que la possibilité de contracter un prêt garanti par l'Etat ; ii) des aides régionales : (volet 2 du fonds national de solidarité) ainsi qu'un fonds régional de soutien de 600 000 € destinés à maintenir l'activité des organisations professionnelles de l'agriculture et de la pêche (soutien aux melonniers). La Chambre d'Agriculture en a informé les agriculteurs en organisant des réunions pour aider à remplir les déclarations et en diffusant des formulaires de contact (répertoire et estimer les pertes) transmis aux collectivités compétentes. La Préfecture et la DAAF ont contribué à l'élaboration de dossiers pour la réouverture de marchés (4 ont pu l'être) garantissant la sécurité sanitaire (rédaction d'un guide de bonnes pratiques).

D) La pandémie questionne l'avenir de l'agriculture guadeloupéenne. En effet, les agriculteurs, affirment s'inscrire dans la transition AE et ce, sans avoir attendu la crise, « ... *Je prends soin de la terre et je prends soin de vous...* », dira un agriculteur. Un autre regard est apporté par les institutions et les OP qui s'accordent toutes sur la nécessité d'une structuration de l'agriculture guadeloupéenne : « ...*les agriculteurs doivent être volontaires et adhérer à des organisations professionnelles...* ». Malgré tout, certains agriculteurs ont confié avoir le sentiment que la profession n'a pas su garder l'avance qu'elle avait prise pendant le confinement et soulignent « *En Guadeloupe, la terre agricole permet de remplir son rôle nourricier... beaucoup de produits peuvent être cultivés... il y a assez de surfaces pour avoir de la production et pour couvrir le marché sur certaines productions...* ».

Les principales caractéristiques de l'agriculture guadeloupéenne face à la crise sanitaire, évoqués par les interviewés, sont synthétisés dans l'analyse AFOM suivante :

Atouts

- Climat propice à l'agriculture. Beaucoup de productions différentes possibles
- Les petits producteurs proposent de bons produits, de qualité, dans une démarche respectueuse de l'environnement
- Des producteurs déjà engagés dans la transition agroécologique

Faiblesses

- Un manque de clarté des informations pratiques pour les ventes directes (prix, lieu, date...)
- Beaucoup de « *producteurs informels* » n'adhèrent pas aux organisations. L'agriculture ne serait pas « *professionnalisée* »
- Un système d'aide conçu pour une agriculture industrielle
- Trop peu d'agro-transformation

Opportunités

- Un succès des ventes directes pendant le confinement, beaucoup de clients convaincus qu'il faut fidéliser
- Des consommateurs prêts à changer leurs comportements et qui veulent soutenir les producteurs locaux
- Des projets de recherche comme AgroEcoDiv pour accélérer le développement de la petite agriculture

Menaces

- Aléas climatiques qui peuvent rendre difficile la production (sécheresse ou intempéries)
- Des produits importés vendus en grande distribution à des prix très compétitifs
- Des habitudes alimentaires difficiles à changer pour les consommateurs
- L'économie parallèle des acteurs non déclarés qui vendent divers produits en bord de route ou des produits importés illégalement.





Et l'après crise sanitaire : repenser l'avenir de l'agriculture guadeloupéenne ! Le travail donne quelques pistes. Une première piste, serait d'étudier le comportement des consommateurs par exemple sur leur consentement à payer en fonction du type de produits. Une autre piste est suggérée sur la nécessité d'augmenter la résilience des systèmes agricoles actuels et l'accompagnement par les institutions. Il manquerait une jonction solide, pérenne entre producteurs et consommateurs, basée sur le plébiscite du produit local, mis en avant par 85% des consommateurs enquêtés. Aussi, les modes de commercialisation devront changer et d'autres efforts de communication devront être déployés après la crise sanitaire. Une recommandation du travail est de faire savoir que les petits producteurs pourraient nourrir la Guadeloupe avec des produits de qualité.

Les auteurs remercient chaleureusement l'ensemble des acteurs du monde agricole, des consommateurs, de la société civile et des experts qui ont accepté de partager leurs expériences et leurs points de vue.

Lexique

AB : Agriculture biologique

AE : Agroécologie

OP : Organisation professionnelle

PAC : Politique Agricole Commune

Bibliographie pour aller plus loin

Bolo A., 2020. Etude de l'impact de la crise sanitaire Covid-19 sur les ventes directes des produits de la ferme : cas de la Guadeloupe. AgroParisTech, 2^{ème} année cursus Ingénieur, 71pp.

Pour citer le document :

Bolo A., Alexandre G., Biabiany O., Chia E., Mandonnet N. 2020. LES PETITES EXPLOITATIONS FAMILIALES DE GUADELOUPE A L'EPREUVE DE LA CRISE SANITAIRE COVID-19. Projet AgroEcoDiv. Série « synthèse de mémoires d'étudiant »

Plus d'information sur le projet AgroEcoDiv : <https://www6.inra.fr/agroecodiv-guadeloupe>

Coordnatrice du projet : Nathalie Mandonnet - nathalie.mandonnet@inrae.fr - 05.90.25.54.08

