



Line LUPON

Agricultrice – Production laitière

François

« *Beaucoup de martiniquais ont découvert, avec cette crise, qu'il existait une production laitière locale.* »

■ **Comment avez-vous vécu ces semaines de confinement ? Quelles ont été les difficultés, avantages ou opportunités ?**

Au début, la situation a été anxiogène. **Cette maladie coupe le contact avec le client alors que c'est justement cette relation qui fait notre force et c'est ce que le client recherche.** Voir les animaux, la vie à la ferme, assister à la traite, ... Tout cela est rassurant pour le client.

Nous nous sommes rapidement adaptés et **cette période de crise nous a été finalement, globalement favorable.**

Nous avons bénéficié de concours de circonstances :

- notre intégration dans une plateforme de commercialisation de produits de la pêche et de l'agriculture, gérée par la ville de François ;
- un reportage de Via ATV sur la ferme ;

- la promotion de la plateforme de commercialisation par l'Espace Sud auprès des consommateurs.

Beaucoup de martiniquais ont découvert, avec cette crise, qu'il existait une production laitière locale.

Il a fallu faire de la pédagogie auprès d'adultes, porteurs de nombreuses questions et aussi d'idées préconçues.

■ **Comment avez-vous fait face aux difficultés ?**

Nous avons mis en pratique ce que nous avait enseigné le choc de février 2009. Nous avons eu à gérer un afflux de demandes qu'on n'avait pas vu depuis cette période.

Cela nous a conduits à adapter la gestion du troupeau laitier.

Nous avons également réfléchi à d'autres stratégies et **nous sommes pressés de développer de**



nouveaux produits laitiers, comme le beurre et les glaces qui ont remporté un vif succès. Les yaourts n'ont pas pu être produits, faute de pots pour le conditionnement, le fournisseur étant fermé.

Pour la promotion et la commercialisation, nous avons utilisé au maximum les réseaux sociaux.

■ Quels enseignements tirez-vous de cette période ?

On a toujours dit qu'une petite entreprise est plus flexible. Etant une entreprise familiale, nous avons mis en avant notre capacité à nous adapter rapidement à la demande. Nous avons l'avantage de ne pas avoir de salariés, d'une part et de produire sur place, d'autre part. Les problèmes de déplacements ne se sont donc pas posés.

■ Quelles sont vos attentes, à la sortie de cette période ?

Mes attentes se situent à différents niveaux :

- la mise en place d'un système de communication plus performant et plus agressif ;
- la création d'une plateforme de vente à distance avec paiement ;
- le développement des livraisons ;



- le soutien et l'écoute des partenaires professionnels et politiques.

■ Auriez-vous un message à faire passer ?

Aux consommateurs, je dirai : « Au sortir de cette période, ne faisons pas comme à l'issue de 2009. Nous devons découvrir, redécouvrir et nous réapproprier ce qui est à nous. Nous, agriculteurs, avons besoin de votre confiance pour progresser. L'herbe n'est pas plus verte ailleurs. »

Aux politiques, je dirai : « C'est bien de faire des annonces de campagne mais merci de ne pas être absents dans de telles circonstances. Le soutien moral aux petites entreprises est phénoménal. L'idée pourrait être de proposer une plateforme pour recueillir les doléances des citoyens. » Au Domaine de Frégate, nous avons nourri la population martiniquaise du nord au sud. Nous avons livré sur tout le territoire. Que nos responsables professionnels et politiques en prennent conscience.

Pour toutes les entreprises agricoles, des aides financières et logistiques seront les bienvenues.

