

Un engagement et des actions à l'assemblée générale de Locminé (56)

La marque "Agriculteurs de Bretagne" s'exporte à travers le monde

Depuis quatre ans, les agriculteurs bretons communiquent sur leurs métiers et leurs savoir-faire dans le but de faire découvrir aux citoyens et consommateurs les richesses qu'offre la Bretagne. Fiers de la provenance, de la sûreté et de la qualité de leurs produits, les éleveurs souhaitent ainsi sensibiliser le grand public à l'agriculture d'aujourd'hui, toujours plus engagée et respectueuse de l'environnement.

La démarche «Agriculteurs de Bretagne», dont la genèse remonte au printemps 2011, prend chaque année de l'ampleur et s'exporte désormais à travers le Monde. Dynamiques et motivés, les adhérents de l'association créée en 2012 n'ont cessé de montrer leur mobilisation et multiplient constamment les actions de communication. La 3^e édition de l'opération «Tous à la ferme» a ainsi généré en 2015 près de 21 000 visites, contre un peu plus de 15 000 lors des deux éditions précédentes de 2013 et 2014. Les animations pédagogiques ludiques et conviviales ont rencontré un franc succès, permettant d'améliorer l'image de l'agriculture auprès de 73% des participants. Alors que les filières animales traversent actuellement de nombreuses crises, l'association a réaffirmé, lors de son assemblée générale à Locminé le 22 mars 2016, son ambition de développer la marque Agriculteurs de Bretagne, et souhaite obtenir plus que jamais le soutien des citoyens, plus informés et sensibilisés.

Un succès grandissant

La marque Agriculteurs de Bretagne poursuit depuis ses débuts une route jalonnée de succès dont «l'implication est la clé» a déclaré Danielle Even, éleveuse de porcs et présidente de l'association, qui compte aujourd'hui 1 350 adhérents individuels (agriculteurs et sympathisants). En 2015, neuf nouvelles structures, dont l'entreprise Savel, le groupe vétérinaire Chêne Vert (Conseil) et le groupe d'Aucy, ont témoigné de leur récent engagement dans l'association, qui compte désormais 82 structures adhérentes.

Outre son importante présence sur le territoire breton, Agriculteurs de Bretagne a su se démarquer et attirer l'œil des mé-



• Danielle Even, éleveuse de porcs et présidente de l'association Agriculteurs de Bretagne.



• Jean-Pierre Beaudoin, spécialiste des questions d'opinion et invité d'honneur.

dias. Le reportage réalisé par Échappées Belles fin 2015 chez David Riou, éleveur de porcs et adhérent de l'association, «vaut toutes les campagnes de communication» a déclaré Danielle Even, plus que ravie par cette diffusion grand public qui a touché un million de téléspectateurs. Et si 2015 s'est avérée fructueuse en termes de communication, d'événements et de partenariats, l'association projette de redoubler une fois de plus ses efforts. Malgré le contexte incertain de ce début d'année, 14 exploitations principalement situées dans le Finistère, les Côtes d'Armor et le Morbihan, ont ainsi d'ores et déjà confirmé leur participation à l'édition «Tous à la ferme» du 26 juin prochain. Ce sont une

nouvelle fois près de 30 fermes qui devraient ouvrir leurs portes et accueillir cet été petits et grands pour une découverte des différentes exploitations présentes sur le territoire breton. Hormis les rendez-vous désormais incontournables proposés par l'association, 2016 s'annonce comme une année particulière puisque «nous devrions voir Agriculteurs de Bretagne partout dans le Monde» a dévoilé Danielle Even, sans pour autant en dire davantage. Cette promesse, faite lors du salon de l'agriculture, assurerait à l'association une véritable promotion de la marque Agriculteurs de Bretagne.

Les consommateurs, mais informés, ont «une vision souvent simpliste et caricaturale de l'agri-»

culture» a expliqué Danielle Even. Aussi, pour eux «être un agriculteur conventionnel est perçu comme un gros mot», regrette Julien Hindré, éleveur et adhérent de l'association.

Du fait de ce constat, Agriculteurs de Bretagne souhaite renforcer ses actions et valoriser la véritable image de l'agriculteur : celle d'un agriculteur «plus moderne, plus dynamique et plus sympathique» a déclaré Danielle Even. L'association, qui souhaite améliorer sa communication a également proposé à ses adhérents des formations à la prise de parole, invitant ces derniers à s'exprimer et témoigner sur leur quotidien, de même qu'à s'emparer de sujets montants tels que la santé et le bien-être animal car, a déclaré Danielle Even, «ne sommes-nous pas les mieux placés pour en parler?».

Valoriser les produits

Pour Jean-Pierre Beaudoin, spécialiste des questions d'opinion, quatre mots clés «travail, tradition, territoire et tempérament» définissent l'image d'un agriculteur. A contrario, «agression, industrie, mondialisation et standardisation» caractérisent l'agriculture. Aussi, bien que les consommateurs aient une vision plutôt favorable des agriculteurs, ils ont tendance à rejeter l'agriculture, qui s'éloigne selon eux de leurs attentes et besoins en termes de nature et d'authenticité. Et, si l'empreinte environnementale de leur alimentation semble davantage les inquiéter qu'auparavant, «des Parisiens n'hésiteront pas à acheter au marché en plein mois de février des fraises provenant du Kenya», a-t-il rappelé.

Malgré ces paradoxes contemporains, l'association Agriculteurs de Bretagne devrait parvenir à revaloriser l'image de l'agriculture bretonne, qui génère plus d'un emploi sur trois dans la région. Forte de ses deux marques de valeur qui sont «agriculteurs» et «bretons», la démarche semble d'ailleurs avoir démontré sa légitimité, ayant été favorablement accueillie et bénéficiant du soutien de 85% de la population bretonne et française. «Une marque est un cliché défiant la durée. C'est un concept qui a la capacité de continuer à vivre

dans le contexte présent tout en se projetant dans l'avenir» a défini Jean-Pierre Beaudoin. Or, la durabilité des systèmes de production, régulièrement ébranlés par des crises et scandales, n'a jamais autant reposé sur les concitoyens et leur opinion à l'égard des agriculteurs, qui ont vu leur taux de présence «divisé par dix en 50 ans» a expliqué Jean-Pierre Beaudoin.

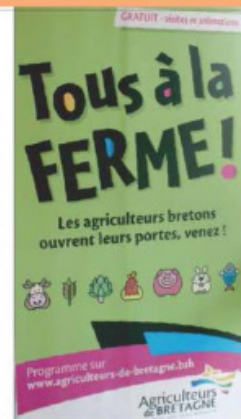
Valoriser les produits et gagner le cœur des consommateurs en communiquant sur la nature, la culture, le patrimoine et l'authenticité qu'offre la Bretagne, tel est l'objectif qui anime les actions menées par Agriculteurs de Bretagne. Et si celles-ci sont pour l'instant chaque année couronnées de succès, c'est certainement car «l'expérience change, contrairement au discours. L'un modifie la perception, tandis que l'autre peut faire rêver, interpellé, mais s'arrêtera là», a déclaré Jean-Pierre Beaudoin. La transparence, l'honnêteté et la clarté



• Jacques Bernard, ancien président de l'association Agriculteurs de Bretagne.

des informations dévoilées par l'association visent également à mettre en avant la qualité des produits. Selon Jean-Pierre Beaudoin, «il suffit que quelques produits parviennent à monter en gamme pour tirer la perception de l'ensemble des produits d'un territoire». A court terme, Agriculteurs de Bretagne espère ainsi également permettre une revalorisation du prix d'achat. Les jeunes représentent, pour Agriculteurs de Bretagne, un excellent relais de l'information, apportant énergie et dynamisme à l'agriculture d'aujourd'hui.

«Nous avons la responsabilité de leur transmettre nos élevages»,



• La 4^e édition «Tous à la ferme» se déroulera dimanche 26 juin 2016.

a affirmé Céline Clément, éleveuse et adhérente de l'association pour qui la Bretagne présente «des conditions pédoclimatiques favorables, aux productions laitières». «Les solutions sont à construire ici. Soyons conscients que nous avons tout pour réussir en Bretagne», a renchérit un peu plus tard Jacques Bernard, ancien président de l'association.

Motivés, particulièrement ouverts aux innovations mais surtout informés des enjeux économiques, sociétaux et environnementaux auxquels l'agriculture et le monde font face, «les jeunes de 15 ans seront les décideurs de demain», a confié Jean-Pierre Beaudoin, qui, par la suite, a ajouté et rappelé qu'«une opinion dure 25 ans».

Conscients de l'intérêt et de la nécessité à former ce jeune public, l'association a accru en 2015 sa présence et son activité sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter. «La concien-

ce de la rareté refait surface pour cette génération de moins de 25 ans», a soutenu Jean-Pierre Beaudoin. Or, la question du prix est souvent liée à la perception qu'aura le consommateur de la rareté de ces produits. Les étudiants se montrent de plus en plus attentifs à la planète, au climat, et sont également plus enclins à payer le prix de la qualité, si tant est qu'ils parviennent à percevoir la valeur ajoutée des produits qu'ils achètent. Par ailleurs, «la discussion est facilitée avec les jeunes», a déclaré Julien Hindré, éleveur et adhérent de l'association. Lors de l'édition «Tous à la ferme» de 2015, ce dernier avait proposé à ses visiteurs, la possibilité de réaliser des seiffes avec des veaux de sa ferme. Témoin de la modernité de l'agriculture actuelle, cette initiative avait rencontré un franc succès auprès des participants, enthousiastes et amusés.

Fidèle aux Vieilles Charrues, dont près d'un quart des festivaliers sont des étudiants, Agriculteurs de Bretagne promet aussi, chaque été, les produits de la région lors de cet événement convivial. «A part les frites, nos produits sont 100% bretons, et ce sont près de 60 000 personnes qui sont nourries chaque soir», a expliqué Jean-Luc Martin, président du festival et directeur de Tuffigo Rapide. Pour fêter sa 25^e édition, les Vieilles Charrues ont d'ailleurs décidé de s'expatrier. Ainsi, c'est le 1^{er} octobre à Central Park que les Newyorkais pourront découvrir et déguster, probablement pour la première fois, et au rythme de la musique, les produits bretons.

Mathilde Lecouper

«Travail, tradition, territoire et tempérament» sont les quatre mots clés définissant, pour Jean-Pierre Beaudoin, l'image d'un agriculteur.



www.agritech.it CALVISANO (ITALY) - info@agritech.it