



**Dossier de presse
17 mai 2022**

**« Quelles visions ont les Bretonnes et les Bretons
de leur agriculture & de leur alimentation ? »**



**Tous les résultats de l'étude lancée
par la commission mixte « *Agriculture et Société* »
de Produit en Bretagne et Agriculteurs de Bretagne**

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

SOMMAIRE

P 3-4 : Pourquoi cette étude sur la relation des Bretonnes et des Bretons à leur agriculture, leur agroalimentaire & leur alimentation ?

P 5-6 : Une commission « Agriculture et Société » commune à Produit en Bretagne et Agriculteurs de Bretagne (verbatim)

P 7 à 30 : L'étude (méthodo, résultats)

P 31-32 - Agriculteurs de Bretagne et Produit en Bretagne en bref

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

POUR TOUT COMPRENDRE

Agriculture, transformation, distribution, alimentation : qu'en pensent les Bretons ?

Une enquête d'Agriculteurs de Bretagne et Produit en Bretagne

Produit en Bretagne et Agriculteurs de Bretagne ont fait le choix de créer ensemble il y a quelques mois une commission commune « Agriculture et Société » avec un objectif clair : recréer les conditions du dialogue et renouer le fil de la confiance avec les citoyens et consommateurs. Avant d'imaginer des actions bien ciblées, ils ont souhaité avoir une représentation objectivée de la vision que les Bretonnes et les Bretons ont de leur agriculture, de leurs agriculteurs mais aussi de leur agroalimentaire et de leur alimentation. Les résultats de cette grande étude menée de décembre à avril ont été dévoilés à Pontivy, le mardi 17 mai.

Réalisée en deux temps, des auditions d'une dizaine de groupes réunissant près de 140 personnes de décembre à mars (écoliers, lycéens, étudiants, conseil de développement, instances citoyennes...) suivies d'une étude poussée fin mars auprès d'un panel de 600 personnes sondées sur les 5 départements de la Bretagne historique, cette enquête aura permis de démonter quelques idées reçues, de conforter certains ressentis, d'esquisser des leviers possibles d'actions et des pistes d'amélioration.

Dans les nombreux enseignements que l'on peut retirer de cette enquête et qui est au cœur même de l'ADN de cette commission « Agriculture et Société » : lors des auditions en groupe, l'échange, parfois rugueux ou râpeux au départ avec les agriculteurs ou les membres de Produit en Bretagne présents, a systématiquement permis de rétablir un dialogue, souvent rompu jusque-là, et parfois de faire tomber quelques digues.

L'étude, quant à elle, délivre des leçons extrêmement importantes, parfois confortantes ou réconfortantes, quelquefois inquiétantes, mais montre aussi des leviers pour agir concrètement afin de renouer le fil de la confiance entre les mondes agri-agro et les citoyens-consommateurs.

Les enseignements riches de l'étude

Une agriculture bretonne de qualité. Les 600 personnes interrogées ont une image positive et qualitative de l'agriculture bretonne lorsqu'on leur demande ce que l'agriculture bretonne leur évoque spontanément : « qualité » « local » et « bio » arrivent en tête.

Une image du métier d'agriculteur noble mais compatissante. L'image du métier oscille entre une vision noble (« des passionnés attachés à leurs animaux et leurs terres ») mais compatissante néanmoins. La question de la rémunération des agriculteurs et de leurs conditions de travail difficiles revient comme un fil rouge permanent dans les réponses, et c'est encore plus marqué chez les jeunes puisqu'ils sont 58,3% à placer « les difficultés des agriculteurs pour vivre » en tête et « le constat qu'ils travaillent dur et ont peu de temps libre » en 3^e position, tout en reconnaissant que ce sont des « passionnés » en 2^e position. De la bienveillance donc, mais aussi tout de même de la pitié.

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Vers une agriculture idéale plus vertueuse. Le résultat est sans appel : à plus de 70% cette agriculture « idéale » doit « bien traiter les animaux », « respecter l'environnement » mais aussi « rémunérer correctement les agriculteurs ». « Sans pesticide » arrive en 4^e position.

Un agroalimentaire breton plutôt bien perçu. Autre retour sur cette étude, et qui vient plus que nuancer les remontées des focus groupes en déconstruisant quelques clichés parfois enracinés, 85 % des citoyens bretons interrogés lors de cette enquête ont une image « plutôt positive » (63,9%) voire « positive » (22,5%) de l'agroalimentaire breton et on passe même à près de 95% des jeunes questionnés. Ce qui est une excellente nouvelle car la « qualité » et « la confiance » sont mises en avant. Des signaux faibles auprès de ceux qui en ont plutôt une image négative qu'il faudra prendre en compte : l'image de métiers « pas très respectueux de l'environnement », de « production de masse » et de « produits trop transformés » sont mis en avant

Pour la distribution, plus c'est gros, plus il y a défiance. Les commerces dont la proximité humaine et relationnelle est la plus forte et le circuit le plus court bénéficient de l'image la plus positive (direct producteurs, halles et marchés, ...). A l'inverse, les commerces à taille « déshumanisée » comme les hypermarchés ont une image bien plus contrastée.

En matière d'alimentation, ambivalence entre santé, épicurisme et prix, entre citoyen et consommateur. Quand on demande aux personnes sondées quelles sont les 3 principales notions auxquelles elles associent l'alimentation, la santé arrive largement en tête (58,7%) devant le goût et le plaisir (plus de 50%) aussi. Et même si le budget n'arrive qu'en 7^e position (24,2%) à cette question, lorsqu'on leur demande ensuite quel est le critère de choix quand elles font les courses, le prix est clairement le facteur déterminant pour 55% d'entre elles et ça monte à 69% chez les jeunes. Viennent ensuite en bonne place l'origine, les labels ou le lieu de fabrication. Une bonne alimentation est également pour les personnes interrogées une alimentation diversifiée, saine et de saison.

Des enjeux pas assez traités par les médias. S'ils estiment à 58% que les enjeux sont bien abordés dans les médias (40% trouvent le traitement « superficiel » ou « pas clair ») ils trouvent néanmoins à 57% qu'ils ne sont pas assez traités en quantité.

Impossible de se passer de l'agriculture et l'agroalimentaire en Bretagne. Ils sont unanimes : quand on leur demande ce que serait la Bretagne sans son agri et son agro, ce serait « un désastre économique », la région serait « moins attractive » et on perdrait « le savoir-faire gastronomique » breton.

Des pistes de travail à ébaucher et des passerelles à établir

Forte de ces enseignements mais aussi des deux tables rondes qui se sont tenues lors du colloque le 17 mai à Pontivy autour des attentes de la jeunesse d'une part et du rôle que chacun (transformation, distribution, agriculture, médias) peut jouer pour informer, expliquer, ouvrir ses portes afin de renforcer la confiance entre les uns et les autres d'autre part, la commission « Agriculture et Société » va se retrouver dès la semaine prochaine pour ébaucher des pistes de travail et les passerelles à établir pour avancer sur ces enjeux cruciaux pour la Bretagne.

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

« AGRICULTURE ET SOCIÉTÉ »

Pourquoi une commission commune entre les deux associations ?

C'est une première, une commission commune à Agriculteurs de Bretagne et Produit en Bretagne. Appelée « Agriculture et Société », elle est née en septembre 2021, de la volonté des deux anciens Présidents de chaque association, Danielle Éven et Loïc Hénaff, de construire des passerelles encore plus fortes entre ces deux mondes, piliers de l'économie bretonne : l'agriculture et l'agroalimentaire.

Avec un constat : les citoyens sont de plus en plus défiants, les attentes sociétales de plus en plus fortes et les attaques militantes de plus en plus nombreuses. Il devient donc vital, à la fois pour les agriculteurs adhérents d'Agriculteurs de Bretagne, mais aussi pour les industriels de l'agroalimentaire de Produit en Bretagne de travailler main dans la main sur ces enjeux afin de renouer au fil du temps et des actions le dialogue, parfois rompu, souvent tendu, avec les citoyens qui sont aussi des consommateurs. Objectif : comprendre les enjeux actuels de l'agriculture, de la transformation, de la distribution pour mieux travailler conjointement et répondre au plus près aux attentes sociétales.

Première étape donc nécessaire avant d'engager des actions concrètes, avoir un baromètre actualisé et objectivé de la vision des consommateurs bretons. Les membres de la commission ont donc organisé une dizaine de focus groupe réunissant 140 personnes entre novembre et mars . Puis des huit points-clé retirés de ces rencontres, une étude a été lancée auprès d'un panel de 600 personnes sur les 5 départements bretons.

Ce baromètre riche d'enseignements présenté à Pontivy va permettre aux membres de la commission d'enclencher des pistes de travail mais aussi d'établir des passerelles avec de nouveaux partenaires pour œuvrer ensemble à cette belle ambition commune de renouer un dialogue fécond entre toutes les parties prenantes.

« Connaître et penser, ce n'est pas arriver à une vérité certaine, c'est dialoguer avec l'incertitude. »

Edgar Morin

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

« Réunir les conditions d'un échange franc, sans tabou »

Dominique Gautier, Présidente d'Agriculteurs de Bretagne

« Chez Agriculteurs de Bretagne, nous appelons les agriculteurs et le grand public à faire un pas l'un vers l'autre pour une meilleure compréhension et acceptation des choix de l'un et des attentes de l'autre. Le nouveau projet stratégique d'Agriculteurs de Bretagne implique, entre autres, de mesurer la confiance des consommateurs dans le bien manger breton. Nous avons donc accepté, avec beaucoup d'enthousiasme, de rejoindre la commission agriculture et société de Produit en Bretagne qui nous permet de traiter ce sujet. Ce colloque sur la vision de l'agriculture et l'alimentation bretonnes est la première action concrète de cette commission ».



Crédit photo : François Destoc / Le Télégramme.

Jean Coisnon, Président de Produit en Bretagne



« La Bretagne, en tant que première région agroalimentaire européenne, est au cœur d'un immense chantier, entre nécessaire transition et impératif de souveraineté alimentaire, il faut trouver un chemin, et nous saurons le trouver.

Nous voulons le faire ensemble, et non pas chacun dans son coin. C'est l'objectif de la commission commune Agriculture et Société de réunir les conditions d'un échange franc et sans tabou entre toutes les parties prenantes, les citoyens, les agriculteurs et les entreprises alimentaires ».

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

L'ETUDE EN DEUX TEMPS

L'étude complète s'est déroulée en deux temps.

→ Première partie, une dizaine de focus groupes, de novembre à mars dans le Morbihan, l'Ille-et-Vilaine, le Finistère et les Côtes d'Armor.

→ Deuxième partie, un sondage individuel portant sur 30 questions, mené en ligne auprès d'un panel de 600 personnes sur les 5 départements bretons.

Étape 1 : Près de 140 personnes rencontrées, de décembre à mars

Les membres de la commission agriculture et société sont allés à la rencontre de plusieurs panels de citoyens et consommateurs bretons pour les interroger sur leurs visions et leurs attentes de l'agriculture, de l'agroalimentaire, de la distribution, mais aussi de l'alimentation afin de préparer une étude qualitative et donc un barème quantitatif ensuite.

10 rencontres ont pu se tenir malgré le contexte sanitaire complexe à ce moment-là, réunissant sur de nombreux territoires près de 140 personnes au total des plus jeunes (10-11 ans) du conseil municipal des jeunes d'Inzinzac-Lochrist (ci-dessous en photos), aux adultes des instances citoyennes de Vannes et du conseil de développement de Lorient, mais aussi beaucoup de lycéens et d'étudiants.



1. Lycée

agricole La Touche (12 lycéens (10 garçons + 2 filles) - 07/12/21

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

2. ISFFEL (33 étudiants (17 garçons + 15 filles) - 12/01/22
3. UBS (12 étudiants (4 garçons + 8 filles) - 13/01/22
4. MFR Loudéac (14 étudiants) - 24/01/22
5. Sciences Po Saint-Brieuc (25 étudiants (11 femmes + 14 hommes) - 08/02/22
6. Instances citoyennes de Vannes (10 actifs/retraités (5 femmes + 5 hommes) - 09/02/22
7. Sciences Po Rennes (6 étudiants (3 femmes + 3 hommes) - 09/02/22
8. Conseil Municipal de jeunes d'Inzinzac-Lochrist (12 enfants (4 filles + 8 garçons) - 05/02/22
9. Conseil de développement de Lorient (7 actifs/retraités (6 hommes + 1 femme) - 23/02/22
10. Conseil Régional des jeunes (6 lycéens (5 femmes+ 1homme) -09/03/22

De ces 10 échanges directs, 9 points-clés partagés

1. Les personnes présentes lors des rencontres ont globalement **une bonne image de l'agriculture** avec une volonté de **valoriser les agriculteurs** pour qu'ils soient mieux rémunérés et mieux considérés.
2. Une volonté d'**aller vers une agriculture raisonnée** (prise en compte de la bien-être animale, moins de pesticides). Sur fond de grande ignorance de ce qu'est l'agriculture contemporaine.
3. Une **défiance envers l'agroalimentaire et la grande distribution**.
4. **L'alimentation est associée au plaisir** pour l'immense majorité.
5. Chez les plus jeunes des applications comme Nutriscore et Yuka sont connues et sont **des outils pour influencer les parents dans l'acte d'achat**. Moins chez les étudiants.
6. **Les étudiants rencontrés sont plus focalisés sur la problématique** du prix pour se nourrir et ont du mal à concilier leur envie de consommer bio et local avec les possibilités de leur porte-monnaie
7. **Une défiance marquée à l'égard des médias**, qui renvoient de ces sujets, selon les personnes interrogées dans ces focus groupes, une image exagérément négative.
8. **Une fracture urbains/ruraux** avec des urbains plus éloignés de la réalité / ruraux plus proches et concernés par ces enjeux.
9. **Une Bretagne identifiée comme une région d'élevage**, moins comme une région de cultures.

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51
 Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Étape 2 : un panel de 600 personnes sondées par l'agence AOC

Méthodologie. Cette étude quantitative réalisée courant mars par l'agence brestoïse AOC repose sur :

- 30 questions à choix multiples
- Posées à un panel de 600 personnes
- Réparties sur la Bretagne à 5 dans des villes plus ou moins grandes.

Où habitent-ils ?

- 40% des sondés habitent dans une commune de moins de 5000 habitants,
- 37,8% dans une ville moyenne de 5000 à 50 000 habitants
- Et 22,2% dans une grande ville de 50000 habitants et plus.

Qui sont-ils ?

- 53% de femmes,
- 47% d'hommes
- À 34% des employés,
- 20,3% des retraités,
- 19% des professions intermédiaires,
- 7,2% des étudiants.
- Tranche d'âge équitablement réparties de 26 à 65 ans (entre 17,3% et 20,5%),
- 11,2% de 18 à 25 ans
- Et 12,7 % de 66 ans et plus

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05



Synthèse étude Agriculteurs de Bretagne

Enquête consommateurs bretons

Avril 2022

01

Profil des consommateurs interrogés

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

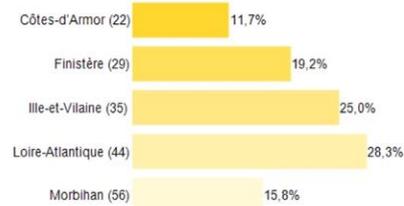
Profil des consommateurs interrogés

600 enquêtes effectives



15 à 17 ans : 0,8%
 18 à 25 ans : 11,2%
 26 à 35 ans : 18,5%
 36 à 45 ans : 20,5%
 46 à 55 ans : 19%
 56 à 65 ans : 17,3%
 66 ans et plus : 12,7%

Femmes 53%
 Hommes 47%



3

AOC
 Marketing stratégique,
 pragmatique, **à l'épreuve**

Profil des consommateurs interrogés

600 enquêtes effectives

Une commune de – 5000 habitants = 240

Côtes d'Armor	47
Finistère	47
Ille et Vilaine	56
Loire-Atlantique	56
Morbihan	42



Une ville de 50 000 habitants et plus = 133

Côtes d'Armor	3
Finistère	25
Ille et Vilaine	35
Loire-Atlantique	51
Morbihan	19

Une ville de 5000 à 50 000 habitants = 227

Côtes d'Armor	20
Finistère	43
Ille et Vilaine	59
Loire-Atlantique	71
Morbihan	34



4

AOC
 Marketing stratégique,
 pragmatique, **à l'épreuve**

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

11

02

Partie 1 : AGRICULTURE

Partie 1 : AGRICULTURE

01. Pouvez-vous résumer en **3 mots** ce que l'agriculture bretonne évoque spontanément pour vous ?

103
citations
Qualité

64
citations
Local

62
citations
Bio

44
citations
Nature/
Naturel

44
citations
Porcs
Cochons

Top 5

Puis...

Entre les notions de « Qualité », de « Local », de « Bio » et de « Nature(l) », l'agriculture bretonne jouit d'une perception spontanée très positive !

La notion de « pollution » n'apparaît que plus loin dans le classement des qualificatifs avec 28 citations et « intensives » avec 21 citations.

39
citations
Proximité
Proche

32
citations
Elevage

31
citations
Sain

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, #Ergo2017

Contact presse :

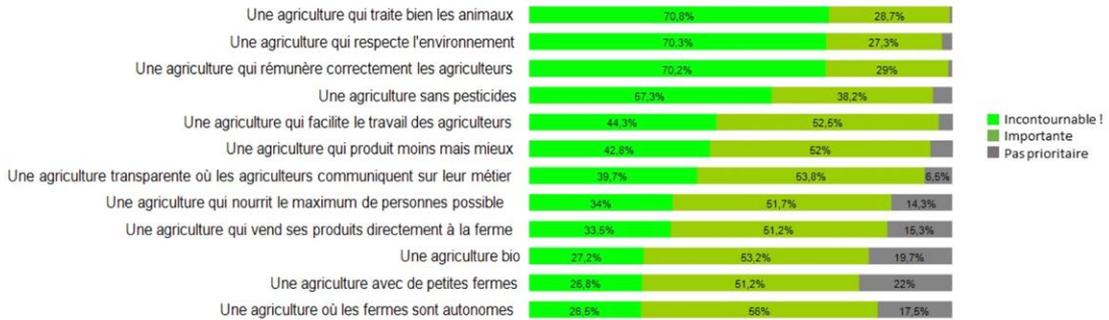
Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Partie 1 : AGRICULTURE

02. Selon vous, à quoi doit ressembler l'agriculture bretonne de demain ?

Parmi les caractéristiques suivantes, indiquez pour chacune si elle doit être « Juste incontournable ! », « Importante » ou « Pas prioritaire »...



Sans surprise mais avec un plébiscite fort, les sujets d'attention du moment relayés par les médias et les marques (sur leurs emballages, leurs communications...) ressortent clairement dans l'étude : **le bien-être animal, le respect de l'environnement, la rémunération des agriculteurs et une agriculture sans pesticides** sont les 4 piliers.

7

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique. **#AOCestici**

Partie 1 : AGRICULTURE

03. Et, toujours parmi la liste suivante, si vous ne deviez en choisir que trois, quelles seraient les caractéristiques prioritaires pour l'agriculture bretonne de demain ?

3 seuls choix possibles, celle que vous sélectionnez en premier est LA plus prioritaire

	Nb	Imp.	
Une agriculture qui rémunère correctement les agriculteurs	316	1,07	52,7%
Une agriculture qui respecte l'environnement	300	1,01	50,0%
Une agriculture qui traite bien les animaux	286	0,95	47,7%
Une agriculture sans pesticides	237	0,87	39,5%
Une agriculture qui produit moins mais mieux	155	0,46	25,8%
Une agriculture qui vend ses produits directement à la ferme	113	0,37	18,8%
Une agriculture bio	83	0,29	13,8%
Une agriculture qui nourrit le maximum de personnes possible	76	0,25	12,7%
Une agriculture qui facilite le travail des agriculteurs	73	0,23	12,2%
Une agriculture avec de petites fermes	59	0,19	9,8%
Une agriculture transparente où les agriculteurs communiquent sur leur métier	55	0,16	9,2%
Une agriculture où les fermes sont autonomes	32	0,11	5,3%
Total	600		

Explication sur l'importance (imp.)
Dans ce tableau, les réponses au rang 1 valent 3 pts (car il y a 3 choix maximum), les réponses au rang 2 valent 2 pts et les réponses au rang 3 valent 1 pt, les propositions non sélectionnées, 0 pt. Comme il n'y a que 3 rangs, plus le coefficient d'importance se rapproche de 3, plus il est important (colonne « imp. »). La colonne « Nb » donne le nombre de citations au total.

Parmi les choix à effectuer, c'est **la rémunération des agriculteurs qui ressort en premier**, suivie du respect de l'environnement, du bien-être animal et d'une agriculture sans pesticides. Tous ces items figurent dans les 3 choix de plus de 200 répondants !

8

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique. **#AOCestici**

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

13

Partie 1 : AGRICULTURE

04. Parmi les affirmations suivantes, lesquelles représentent le mieux le métier d'agriculteur/trice aujourd'hui selon vous ?
3 choix maximum possibles



Il y a, dans la perception des citoyens bretons, une **vision noble** (des agriculteurs passionnés, attachés à leurs animaux et leurs terres), mais également **compassante et bienveillante** du métier et des agriculteurs (des agriculteurs qui vivent mal financièrement, qui ont peu de temps libre, qui exercent un métier dur physiquement...).

9

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **à l'ÉPIQUE!**

Partie 1 : AGRICULTURE

05. Pensez-vous que les questions et enjeux de l'agriculture (rémunération des agriculteurs, le bien-être animal, le travail des agriculteurs, le cours des matières premières, ...) sont suffisamment abordés dans les médias, en terme de fréquence ?



Il y a très concrètement, pour 55% des **répondants une forte carence en terme d'informations** sur les questions et les enjeux de l'agriculture !

10

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **à l'ÉPIQUE!**

Contact presse :

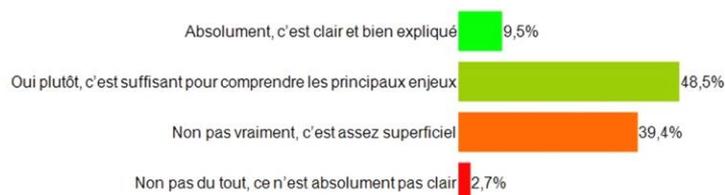
Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

14

Partie 1 : AGRICULTURE

06. Et pensez-vous que ces questions et enjeux sont bien abordés dans les médias ?
(Seuls les 264 citoyens ayant répondu « Oui, ... » à la question 5 répondent à cette question)



Malgré la médiatisation que ces 264 citoyens jugent plutôt suffisante (en terme de fréquence), plus de 40% de ces répondants jugent que l'information est plutôt superficielle.

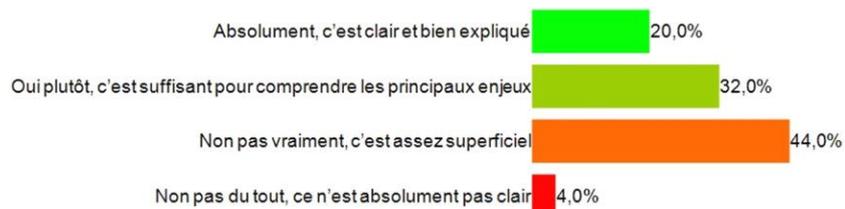
11

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique. **Agri@ge@net**

Partie 1 : AGRICULTURE



06. Et pensez-vous que ces questions et enjeux sont bien abordés dans les médias ?
(Seuls les 25 « jeunes » citoyens ayant répondu « Oui, ... » à la question 5 répondent à cette question)



Chez les moins de 25 ans, on passe de 40 à 48 % répondants jugeant que l'information est plutôt superficielle. En même temps, davantage d'entre eux pensent qu'elle est claire et bien expliquée (20 % vs 9,5%).

12

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique. **Agri@ge@net**

Contact presse :

15

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Partie 1 : AGRICULTURE

07. Selon vous, combien de personnes travaillent en moyenne dans une ferme bretonne ?



- » De 0 à 9 = 532 citations
- » De 10 à 19 = 35 citations
- » De 20 à 99 = 12 citations
- » De 100 à 999 = 10 citations
- » De 1000 à 9999 = 6 citations
- » ≥ 10 000 = 5 citations

Très majoritairement (~89%), les citoyens imaginent des tailles de fermes en-deçà de 10 travailleurs.
En France, nous avons officiellement en **moyenne 2,6 personnes travaillant dans une ferme** (Source : AGRESTE, 2020)

13

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **Agri@2021**

Partie 1 : AGRICULTURE

08. Selon vous, quel est le nombre de vaches en moyenne dans un troupeau en Bretagne ?



- » De 0 à 49 = 243 citations
 - » De 50 à 99 = 231
 - » De 100 à 149 = 63
 - » De 150 à 199 = 19
 - » De 200 à 299 = 25
 - » De 300 à 999 = 8
 - » De 1000 à 9999 = 7
 - » ≥ 10 000 = 4
- » De 25 à 29 = 61
 - » De 50 à 54 = 136

Très majoritairement (~80%), les citoyens imaginent des tailles d'élevages en-deçà de 100 vaches.
En France, nous avons officiellement en **moyenne 69 vaches par ferme** contre 101 vaches aux Pays-Bas et 440 vaches en Nouvelle-Zélande
(Source : IFCN, 2020)

14

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **Agri@2021**

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

16

Partie 1 : AGRICULTURE

09. Selon vous, quelle est la moyenne du nombre de porcs dans un élevage en Bretagne ?



Très majoritairement (~83%), les citoyens imaginent des tailles d'élevages en deçà de 300 porcs.

En France, nous avons officiellement en **moyenne 1821 porcs dont 200 truies par ferme** contre 3668 porcs / 650 truies aux Pays-Bas et 5173 porcs / 850 truies au Danemark (Source : Eurostat, ESEA, 2016).

15

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **à l'ère du digital**

Partie 1 : AGRICULTURE

10. Selon vous, la Bretagne est plutôt :



16

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **à l'ère du digital**

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

17

Partie 1 : AGRICULTURE

11. Selon vous, les agriculteurs bretons doivent-ils produire :
1 seule réponse



15%
Pour la
Bretagne
uniquement



72,5%
Pour la France



12,5%
Pour le monde

17

Il y a consensus pour quasiment les ¾ des citoyens interrogés : les agriculteurs bretons doivent produire pour la France !

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **Agri@pp@rt**

03
==

Partie 2 : ALIMENTATION

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

18

Partie 2 : ALIMENTATION

12. Dans quelle mesure êtes-vous attentif à l'alimentation ?



L'alimentation reste un sujet important. Plus de **80% des personnes interrogées** considèrent ce sujet comme intéressant voire extrêmement important.

Si, bien entendu, le portefeuille a toujours un impact fondamental sur les achats (surtout au moment où nous écrivons ces lignes), depuis plusieurs années, le consommateur redevient de plus en plus un consommateur hédoniste !

19

AOC
Marketing stratégique
pragmatique. *Le 1er*

Partie 2 : ALIMENTATION

13. Parmi la liste suivante, quelles sont les 3 principales notions auxquelles vous associez l'alimentation ?

Choisissez **les 3 plus importantes** et classez-les de 1 à 3, 1 étant la plus importante pour vous

	Nb	Imp.	
La santé	352	1,26	58,7%
Le goût	326	1,10	54,3%
Le plaisir	316	1,12	52,7%
Le partage et la convivialité	220	0,67	36,7%
Le respect de l'environnement	196	0,59	32,7%
L'inquiétude (des effets sur la santé, avec les additifs, pesticides, ...)	168	0,53	28,0%
Le budget élevé	145	0,48	24,2%
Juste un besoin vital	64	0,20	10,7%
La corvée, l'obligation	13	0,05	2,2%
Total	600		

Explication sur l'importance (imp.)

Dans ce tableau, les réponses au rang 1 valent 3 pts (car il y a 3 choix maximum), les réponses au rang 2 valent 2 pts et les réponses au rang 3 valent 1 pt, les propositions non sélectionnées, 0 pt. Comme il n'y a que 3 rangs, plus le coefficient d'importance se rapproche de 3, plus il est important (colonne « imp. »). La colonne « Nb » donne le nombre de citations au total.

La **santé** est clairement LE sujet prépondérant dans les préoccupations, viennent ensuite **le goût et le plaisir** (motivations hédonistes) pour refermer ce brelan largement prioritaire !

20

AOC
Marketing stratégique
pragmatique. *Le 1er*

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

19

Partie 2 : ALIMENTATION



13. Parmi la liste suivante, quelles sont les 3 principales notions auxquelles vous associez l'alimentation ?

Choisissez les 3 plus importantes et classez-les de 1 à 3, 1 étant la plus importante pour vous

	Nb.	Imp.	
La santé	46	1,47	63,9%
Le goût	44	1,24	61,1%
Le plaisir	37	1,04	51,4%
Le respect de l'environnement	27	0,72	37,5%
Le budget élevé	20	0,53	27,8%
Le partage et la convivialité	17	0,38	23,6%
L'inquiétude (des effets sur la santé, avec les additifs, pesticides, ...)	14	0,32	19,4%
Juste un besoin vital	10	0,26	13,9%
La corvée, l'obligation	1	0,04	1,4%
Total	72		

Explication sur l'importance (imp.)

Dans ce tableau, les réponses au rang 1 valent 3 pts (car il y a 3 choix maximum), les réponses au rang 2 valent 2 pts et les réponses au rang 3 valent 1 pt, les propositions non sélectionnées, 0 pt. Comme il n'y a que 3 rangs, plus le coefficient d'importance se rapproche de 3, plus il est important (colonne « imp. »). La colonne « Nb » donne le nombre de citations au total.

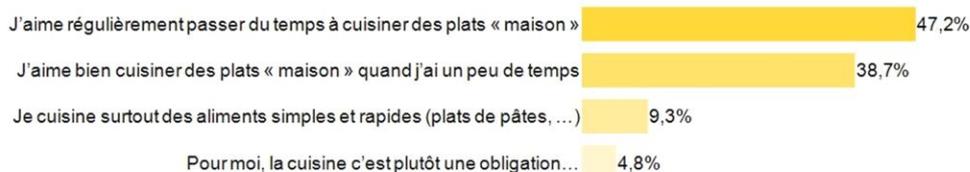
La préoccupation santé encore plus présente chez les jeunes (63,9% vs 58,7%) ainsi que le goût (61,1% vs 54,3%)

21



Partie 2 : ALIMENTATION

14. Quel est votre rapport à la cuisine ?



Près d'1 breton sur 2 indique passer régulièrement du temps à cuisiner des plats « maison » et seulement environ 15% des répondants semblent faire de la cuisine un « passage obligé ».

22



Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

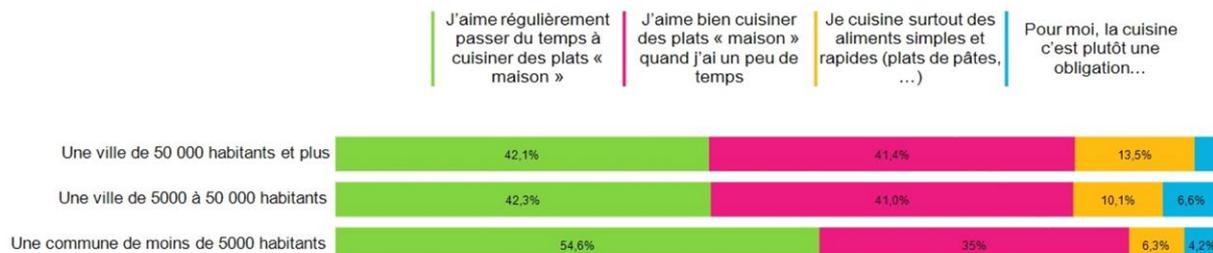
Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

20

Partie 2 : ALIMENTATION



14. Quel est votre rapport à la cuisine ?



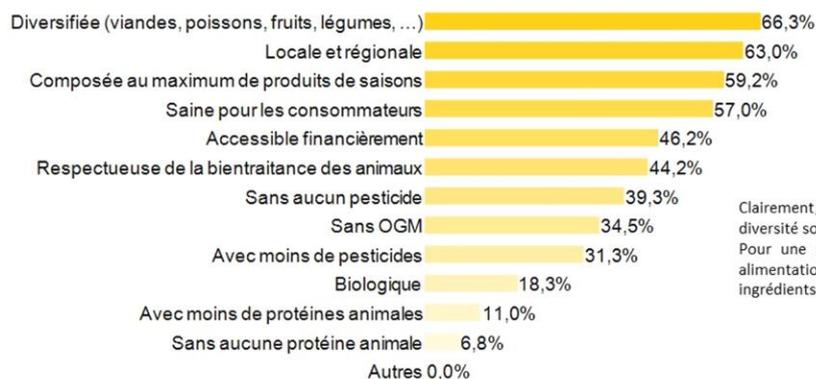
Plus on habite dans une petite ville, plus on aime passer régulièrement du temps à cuisiner des plats « maison ». Chez les habitants de communes de moins de 5000 habitants, 54,6% déclare aime passer régulièrement du temps à cuisiner des plats « maison ».



23

Partie 2 : ALIMENTATION

15. Selon vous, quelles sont les caractéristiques d'une bonne alimentation ? (Plusieurs choix possibles)



Clairement, les ingrédients frais, les plats faits maison et la diversité sont au cœur d'une bonne alimentation. Pour une grande majorité de citoyens bretons, une bonne alimentation se compose essentiellement de produits et ingrédients diversifiés, locaux, sains et de saison !



24

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

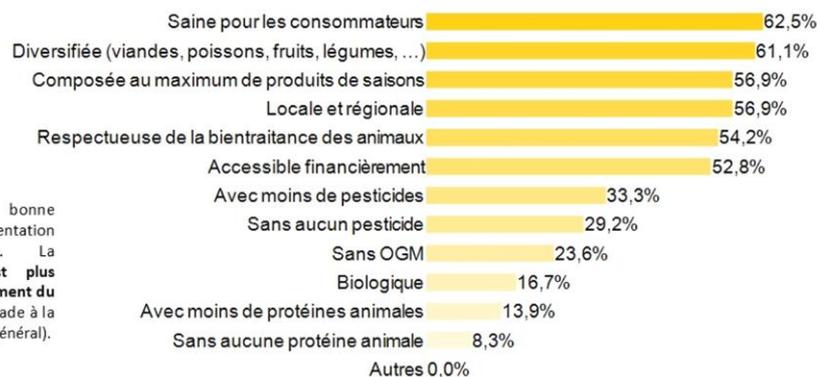
Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

21

Partie 2 : ALIMENTATION



15. Selon vous, quelles sont les caractéristiques d'une bonne alimentation ?
(Plusieurs choix possibles)



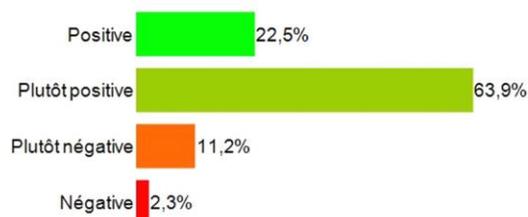
Chez les jeunes, une bonne alimentation est une alimentation saine et diversifiée. La préoccupation santé est plus présente chez eux au détriment du local et régional qui rétrograde à la 4ème place (2ème place au général).

25

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique. **Agri@ment**

Partie 2 : ALIMENTATION

16. Quelle image avez-vous de l'agroalimentaire breton ?



Excellente nouvelle, plus de 85% des citoyens bretons interrogés ont une image positive, et pour environ 1/3 d'entre eux, une image très positive de l'agroalimentaire breton !

26

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique. **Agri@ment**

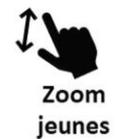
Contact presse :

22

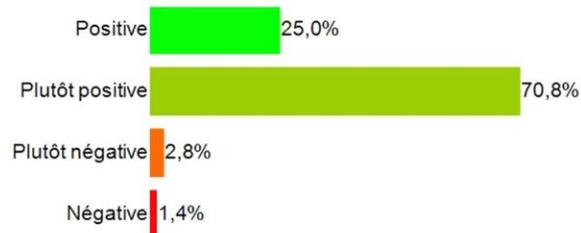
Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Partie 2 : ALIMENTATION



16. Quelle image avez-vous de l'agroalimentaire breton ?



Cette **bonne image de l'agroalimentaire breton est encore plus présente chez les jeunes** puisque plus de 95 % des jeunes interrogés ont une image positive. Surtout, **moins de 5 % en ont une image négative** contre plus de 13 % en population générale.

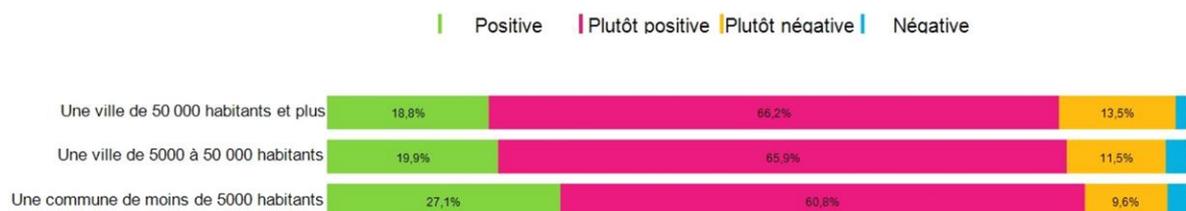
27

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **efficace**

Partie 2 : ALIMENTATION



16. Quelle image avez-vous de l'agroalimentaire breton ?



Plus on habite dans une petite ville, plus l'image de l'agroalimentaire breton est bonne .

28

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **efficace**

Contact presse :

23

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

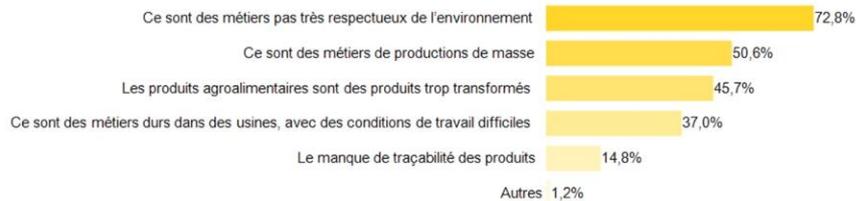
Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Partie 2 : ALIMENTATION

17. Pourquoi en avez-vous une image positive ?



18. Pourquoi en avez-vous une image négative ?



29

Partie 2 : ALIMENTATION

19. Parmi les critères suivants, quels sont vos critères de choix lorsque vous faites vos courses ?

Choisissez 3 critères, celui que vous sélectionnez en premier est LE plus important

	Nb	imp.	
Le prix	333	1,16	55,5%
L'origine des ingrédients	234	0,80	39,0%
Le lieu de fabrication du produit	220	0,71	36,7%
Les labels (Label Rouge, Bleu-Blanc-Cœur, AOP, AOC, IGP, ...)	201	0,72	33,5%
La composition des ingrédients	185	0,58	30,8%
L'habitude (j'achète souvent les mêmes produits)	160	0,58	26,7%
La confiance dans la marque	115	0,35	19,2%
Les engagements de la marque (concernant l'environnement, le monde agricole, les animaux, ...)	108	0,34	18,0%
Le Nutriscore	104	0,32	17,3%
Les informations nutritionnelles (sel, graisses, ...)	95	0,30	15,8%
Les applications comme Yuka, OpenFoodFact, Y'a Quoi Dedans... ?	43	0,14	7,2%
Autre	2	0,003	0,3%
Total	600		

Explication sur l'importance (imp.)

Dans ce tableau, les réponses au rang 1 valent 3 pts (car il y a 3 choix maximum), les réponses au rang 2 valent 2 pts et les réponses au rang 3 valent 1 pt, les propositions non sélectionnées, 0 pt. Comme il n'y a que 3 rangs, plus le coefficient d'importance se rapproche de 3, plus il est important (colonne « imp. »). La colonne « Nb » donne le nombre de citations au total.

Le prix est clairement LE facteur déterminant. C'est plutôt une réponse sincère, surtout dans ce contexte très conjoncturel. Pour la majorité des consommateurs, la responsabilité (achat local, vertueux, éco-responsable...) ne peut se faire que dans le cadre d'un prix acceptable. C'est ce que démontrent les 333 citations du prix dans la sélection...

30

Ensuite l'**origine des ingrédients** ET le **lieu de fabrication du produit** sont des critères très importants.

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, efficace!

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

24

Partie 2 : ALIMENTATION



19. Parmi les critères suivants, quels sont vos critères de choix lorsque vous faites vos courses ?
Choisissez 3 critères, celui que vous sélectionnez en premier est LE plus important

	Nb.	Imp.	
Le prix	50	1,53	69,4%
L'habitude (j'achète souvent les mêmes produits)	25	0,79	34,7%
Les labels (Label Rouge, Bleu-Blanc-Cœur, AOP, AOC, IGP, ...)	24	0,64	33,3%
La composition des ingrédients	19	0,56	26,4%
Les engagements de la marque (concernant l'environnement, le monde agricole, les animaux, ...)	17	0,49	23,6%
Le Nutriscore	16	0,43	22,2%
Le lieu de fabrication du produit	16	0,39	22,2%
La confiance dans la marque	16	0,33	22,2%
L'origine des ingrédients	16	0,46	22,2%
Les informations nutritionnelles (sel, graisses, ...)	9	0,21	12,5%
Les applications comme Yuka, OpenFoodFact, Y'a Quoi Dedans... ?	8	0,18	11,1%
Autre	0	0,00	0,0%
Total	72		

Explication sur l'importance (imp.)

Dans ce tableau, les réponses au rang 1 valent 3 pts (car il y a 3 choix maximum), les réponses au rang 2 valent 2 pts et les réponses au rang 3 valent 1 pt, les propositions non sélectionnées, 0 pt. Comme il n'y a que 3 rangs, plus le coefficient d'importance se rapproche de 3, plus il est important (colonne « imp. »). La colonne « Nb » donne le nombre de citations au total.

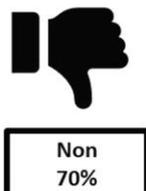
Le prix est clairement LE facteur déterminant, encore plus chez les jeunes, ce qui se conçoit assez facilement : début de carrière, moyens financiers encore limités ... En revanche **l'origine des ingrédients ET le lieu de fabrication du produit** sont des critères nettement moins importants chez les jeunes. **L'habitude** en revanche, prend une importance significative

31



Partie 2 : ALIMENTATION

20. Utilisez-vous des applications comme Yuka, OpenFoodFact, Y'a Quoi Dedans... ?



21. Pourquoi ?
Plusieurs choix possibles



Seul 1/3 de l'échantillon des répondants déclare utiliser une telle application, et majoritairement pour avoir une évaluation produit puis pour des raisons nutritionnelles et santé (additifs, graisses et sucres, ...).

32



Contact presse :

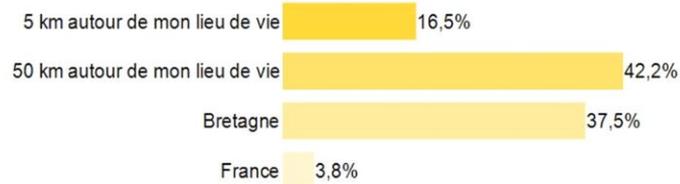
Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

25

Partie 2 : ALIMENTATION

22. Qu'est-ce que la notion de « local » pour vous ?

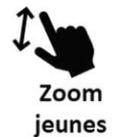


Pour près de 60% des citoyens bretons, la notion de « local » se situe à moins de 50 kms du lieu de vie... et 37,5% au niveau de la région.

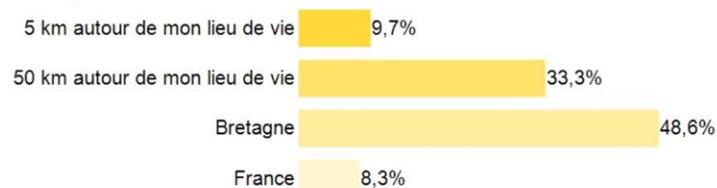
33

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, #AgriMarket

Partie 2 : ALIMENTATION



22. Qu'est-ce que la notion de « local » pour vous ?



Chez les jeunes, le local s'entend plus comme « la Bretagne » et moins comme de l'ultra-local.

34

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, #AgriMarket

Contact presse :

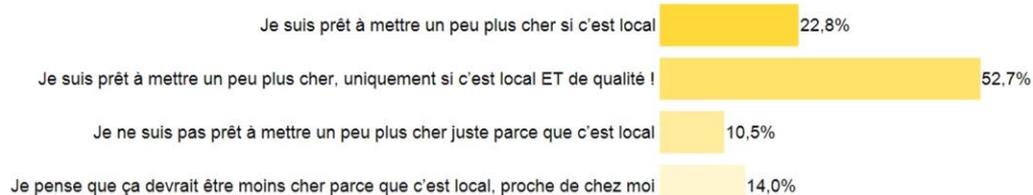
26

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Partie 2 : ALIMENTATION

23. Concernant l'achat de produits locaux et régionaux : 1 seule réponse



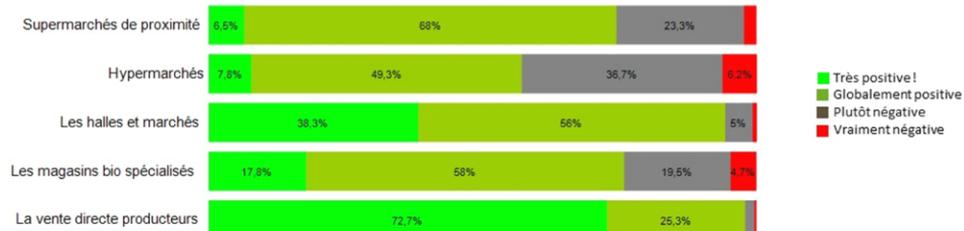
Le local est un facteur important, mais il n'est pas déterminant à lui seul dans l'achat. Près de 53% des citoyens se disent prêts à payer plus cher que si le produit conjugue le local ET la qualité.

32

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **Agri@ge@net**

Partie 2 : ALIMENTATION

24. Quelle image avez-vous des différents circuits de distribution ?



Le rapport de proximité relationnelle, d'intermédiaire et d'humanisation de la relation sont des facteurs qui impactent l'image. Plus le point de vente semble gros et « déshumanisé », plus l'image est impactée négativement (hypermarchés)...

Cas particuliers, les magasins bios sont également impactés dans leur image (environ 25% des répondants ont une image négative). Nous avons travaillé, dans d'autres études, sur le cas de ces magasins. Les prix, les doutes sur les promesses (qualité du bio et provenance des produits, respect de la saisonnalité) impactent clairement l'image de ces circuits.

36

AOC
Marketing stratégique,
pragmatique, **Agri@ge@net**

Contact presse :

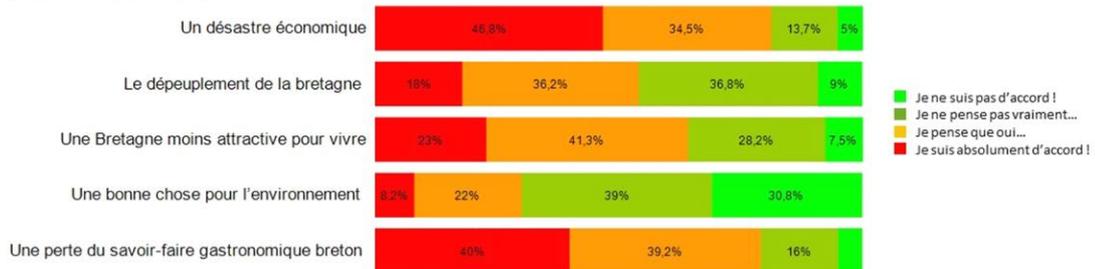
Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

27

Partie 2 : ALIMENTATION

25. Imaginez qu'il n'y ait plus d'agroalimentaire et d'agriculture en Bretagne. Quelles seraient selon vous les conséquences pour la Bretagne ?



Les couleurs sont à lecture inversée. « Je suis absolument d'accord » est en rouge, car lorsque les répondants sont absolument d'accords avec l'une de ces affirmations, ce n'est PAS une bonne nouvelle !

La lecture de ces réponses montre à quel point, dans l'idée des citoyens bretons, l'agro/agri sont des secteurs déterminants pour l'économie, la gastronomie et même l'attractivité du territoire !

37 A l'inverse, une disparition de ces deux domaines, selon eux, ne présenterait pas un bénéfice supérieur pour l'environnement !

AOC
Marketing stratégique
pragmatique. **AGRI**

04

Résumé et synthèse

Contact presse :

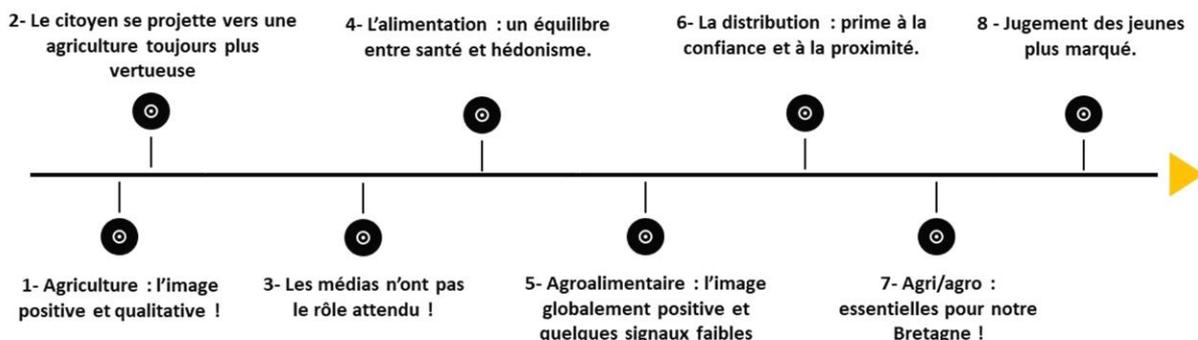
Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

28

LES ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE

En synthèse, nous retenons **8 éléments** qui posent à la fois une photographie à date et une projection vers un avenir toujours plus vertueux...



LES ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE



1- Agriculture : l'image positive et qualitative !

Qualité, local, proximité, naturel, sain, bio... les principaux attributs qui résument spontanément l'agriculture bretonne sont globalement positifs !



2- Le citoyen se projette vers une agriculture toujours plus vertueuse

Cette agriculture, et ceux qui l'influencent (agriculteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs, ...) doivent cependant poursuivre la voie de la vertu et le respect des « parties prenantes » : les animaux, les hommes (agriculteurs, consommateurs, ...) et l'environnement !



3- Les médias n'ont pas le rôle attendu !

Si le rôle des médias est notamment de collecter, traiter et diffuser de l'information, 55% des citoyens bretons interrogés se disent en manque d'informations sur les sujets et enjeux de l'agriculture. Et parmi ceux qui pensent que les enjeux sont assez fréquemment abordés, ~40% trouvent que le niveau d'information est superficiel !



4- L'alimentation : un équilibre entre santé et hédonisme.

Tous les faisceaux convergent vers un équilibre entre besoin de réassurance sur la santé (sécurité alimentaire, qualités nutritionnelles, peur des pesticides, ...) et hédonisme (plaisir, partage, convivialité, fait maison, ...). Dans cette optique, la qualité perçue de l'agriculture bretonne et l'image globalement positive de l'agroalimentaire breton, mettent les bonnes cartes entre les mains des acteurs !

Contact presse :

29

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

LES ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE



5- Agroalimentaire : l'image globalement positive et quelques signaux faibles

85% des citoyens bretons interrogés ont une image assez (voire très) positive de l'agroalimentaire breton. Quelques signaux faibles remontent cependant auprès de ceux qui ont une image plutôt négative : des métiers pas très respectueux de l'environnement, les productions de masse et des produits alimentaires trop transformés.



6- La distribution : prime à la confiance et à la proximité.

Les commerces dont la proximité humaine et relationnelle est la plus forte et le circuit le plus court bénéficient de l'image la plus positive (direct producteurs, halles et marchés, ...). A l'inverse, les commerces à taille « déshumanisée » (hypermarchés) ou les magasins spécialisés, ont une image bien plus contrastée.



7- Agri/agro : essentielles pour notre Bretagne !

Si demain, l'agri/agro étaient amenées à disparaître, les citoyens en ont la certitude : ce serait un désastre pour l'économie, pour la gastronomie, et globalement pour l'attractivité de la Bretagne. Ces risques sont perçus comme supérieurs aux répercussions positives sur l'environnement.



8- Jeunesse : un jugement plus marqué

Les moins de 25 ans sont plus critique vis-à-vis des médias : +65% ne trouvent pas que les sujets agricoles sont suffisamment abordés. Ils sont également plus ouverts vers l'extérieur : 19% pensent que nos agriculteurs devraient produire pour le monde. Le sujet environnement est également plus présent chez eux, mais aussi et SURTOUT le sujet de la santé est LE sujet prioritaire pour eux !

Contact presse :

30

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Produit en Bretagne, en bref...

474 

ENTREPRISES de tous les métiers :
agro-alimentaire, distribution, culture,
art de vivre, équipement industriel, services...



1^{RE} MARQUE
RÉGIONALE COLLECTIVE
en France, créée en 1993



110000
SALARIÉS
EN BRETAGNE



4000
PRODUITS
PORTEURS DU LOGO

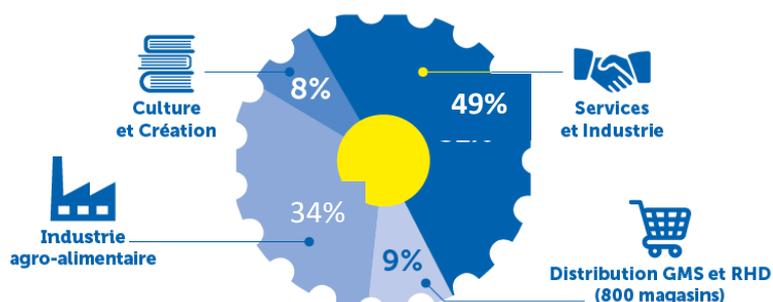


800
MAGASINS ADHERENTS
(proximité, supermarchés, hypermarchés)

Répartition des Entreprises par taille :

Moins de 10 salariés = **20 %**
entre 11 et 50 = **40 %**
Entre 51 et 150 = **18 %**
Entre 151 et 250 = **7 %**
Plus de 250 salariés = **15 %**

RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ



Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05

Agriculteurs de Bretagne en bref...

L'association Agriculteurs de Bretagne a été créée en 2012 pour renforcer le dialogue entre agriculteurs et grand public. Convaincus que chaque rencontre entre un agriculteur et un citoyen est un pas fait l'un vers l'autre, pour une meilleure compréhension et acceptation des choix de l'un et des attentes de l'autre.

Chaque échange est l'occasion pour les membres de l'association, d'adapter leurs pratiques afin de produire mieux et pour tous. À l'écoute de la société, ils engagent des transitions et des conversions agricoles pour proposer une agriculture plurielle qui contribue à la dynamique de nos territoires, à la création d'emplois et à l'autonomie alimentaire française.



Chiffres au 1^{er} avril 2022

L'appel des « Agriculteurs de Bretagne »

Nous, paysans, maraîchers, éleveurs, céréaliers, arboriculteurs, nous appelons le grand public à venir parler agriculture.

Nos objectifs :

- cultiver le dialogue direct pour partager la réalité de notre travail.
- défricher les idées reçues sur nos métiers.
- élever le débat pour dissiper les malentendus sur l'alimentation.
- faire germer les projets pour construire l'agriculture de demain.

Nous appelons le grand public à dialoguer simplement et ouvertement de ses attentes, ses interrogations, ses envies. Nous sommes à leur écoute et avons hâte de les rencontrer à l'occasion des multiples évènements organisés par notre association.

Nous leur donnons rendez-vous pour parler agriculture, leur faire découvrir nos modes de productions et nos exploitations :

- Lors des visites « Tous à la ferme ! », le dimanche 19 juin 2022
- Sur la « Tournée d'été » des marchés et sites touristiques bretons 2022
- Chaque semaine, sur notre compte Twitter et notre page Facebook Agribretagne
- À l'occasion des « Découvertes à la ferme », toute l'année

Contact presse :

Baptiste Lunven Lamour - b.lunvenlamour@produitenbretagne.bzh - 06 73 99 71 51

Mathieu Simon - mathieu.simon@agriculteurs-de-bretagne.bzh - 07 83 14 05 05