

Réalisé par :

Dans le cadre de :



« Vers une stratégie alimentaire à Belle-Ile-en-Mer » Alimentation Locale - Diagnostic



Septembre 2019

Sommaire

Introduction	2
Contexte	2
Le Projet Alimentaire Territorial « Vers une stratégie alimentaire à Belle-Ile-en-Mer »	2
Méthodologie	4
A. Bilan de l'offre en produits agricoles locaux	5
1. Généralités sur la structure de l'activité agricole belliloise	5
2. Mode de commercialisation des productions agricoles bellilloises	7
2.1. Détail des modes de commercialisation	7
2.2. Présentation détaillée des principales filières de production de l'île	10
2.3. Saisonnalité de la production	12
2.4. La transformation des produits	12
2.5. Projets d'installation en cours ou à l'étude.....	12
B. Bilan de la demande en produits alimentaires locaux	14
1. Les consommateurs individuels	14
1.1. Estimation de la population belliloise	14
1.2. Estimation de la consommation de produits alimentaires sur Belle-Ile	14
1.3. Potentiel de consommation en produits locaux	15
1.3.1. Perception et habitudes de consommation	15
1.3.2. Conditions d'achat.....	16
2. Les acteurs intermédiaires	17
2.1. Les restaurateurs et traiteurs.....	17
2.2. Les distributeurs	17
2.2. La restauration scolaire	18
C. Synthèse de l'offre et de la demande alimentaire sur Belle-Ile : quel est le degré d'autonomie alimentaire du territoire ?	20
D. Pistes de réflexion en vue de l'élaboration d'une stratégie alimentaire	22
1. Quelles sont les forces et les faiblesses du système alimentaire local ?	22
2. Quelles pistes d'actions cela permet-il d'envisager ?	23
2.1. Favoriser la diversification de l'offre de produits proposés.....	23
2.2. Sécuriser les outils de valorisation existants par la concertation entre professionnels	25
2.3. Favoriser la multiplication des débouchés.....	25
2.4. Communiquer sur les produits alimentaires locaux de manière concertée	26
2.5. Action de sensibilisation transversale	27
Conclusion	28
Bibliographie	29

Introduction

Contexte

La population de Belle-Ile-en-Mer, en légère augmentation depuis 1960 se situe aux alentours de 5 500 habitants résidents à l'année, pour atteindre 40 000 personnes l'été (résidents secondaires). Tandis que l'économie locale s'articule principalement autour du tourisme et des services, l'agriculture a connu un déclin régulier : aujourd'hui 36 exploitations agricoles représentent 3200 ha de SAU (soit 37 % de la surface de l'île) [*L'agriculture de Belle-Ile-en-Mer, Chambre d'Agriculture de Bretagne, 2019*] dont 80% en pâturages et prairies et le restant en céréales (dont 50% de maïs) et légumes.

Il est également important de noter que pour une surface agricole utile de 3200 ha environ, Belle-Ile compte 1200 ha de friches soit 17% de la surface totale du territoire. Ces friches sont notamment responsables d'une uniformisation des paysages et d'une perte de biodiversité. Du point de vue agricole, il est long et coûteux de remettre en culture ces terres et d'en restaurer la fertilité.

Le Projet Alimentaire Territorial « Vers une stratégie alimentaire à Belle-Ile-en-Mer »

L'agriculture a toujours eu une place centrale dans l'histoire de Belle-Ile. Traditionnellement, les Bellilois sont agriculteurs. La pêche est longtemps restée une activité secondaire. Cette spécificité, originale à l'échelle des îles du Ponant, s'explique en partie par la superficie importante de l'île qui a permis le développement d'une vie rurale malgré la qualité moyenne des sols. Historiquement, l'activité agricole est largement dominée par la culture céréalière et notamment celle du blé, comme en témoignent les quelques moulins encore présents sur l'île. A partir des années 1930, un système de polyculture élevage se développe, entraînant la diminution des surfaces en céréales au profit des surfaces de prairies. Pendant la seconde moitié du XXème siècle, l'île est touchée par la révolution agricole. Sans entraîner l'installation de systèmes qualifiables d'« intensifs », la mécanisation engendre malgré tout le délaissement des vallons et le développement de l'élevage laitier, qui aura comme conséquence l'augmentation de la surface de culture de maïs (aujourd'hui 7 % de la SAU de l'île) au détriment des autres cultures fourragères (PAEC de Belle-Ile-en-Mer, 2016).

A partir de la deuxième moitié du XXème siècle, le nombre d'exploitations agricole diminue, entraînant l'abandon d'un grand nombre de parcelles auparavant cultivées puis leur enfrichement. Le nombre d'exploitations agricoles passe ainsi de 64 en 1970 à 37 en 2019.

Aujourd'hui, près de 37 % de la SAU du territoire de Belle-Ile est enfrichée, soit environ 1200 ha. Cette situation est préoccupante d'un point de vue écologique, puisque les friches n'abritent qu'un nombre limité d'espèces animales et végétales. Cela occasionne également une diminution de la valeur agronomique de ces terres et rend très coûteuse la remise en culture des parcelles.

C'est cette situation qui a été à l'origine des premiers travaux du CPIE de Belle-Ile-en-Mer en lien avec le monde agricole.

Le CPIE accompagne des projets agricoles depuis 2004 (enrichement, valorisation collective des productions locales, agriculture et biodiversité, accès au foncier agricole, sensibilisation du grand public aux enjeux de l'agriculture et de l'alimentation).

Née d'une initiative citoyenne locale en 1990, labellisée Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement (CPIE) depuis 2003, cette association œuvre à l'éducation à l'environnement et au développement durable ainsi qu'à l'accompagnement de projets à valeur ajoutée environnementale.

Afin de décloisonner l'ensemble des travaux menés, de créer du lien avec les autres acteurs et porteurs d'initiatives intervenant au sein du « système alimentaire bellilois » et de donner de la visibilité à ces thématiques, le CPIE anime depuis 2017 le Comité Agricole et Alimentaire local. Cette entité informelle, composé d'élus, d'agriculteurs, de partenaires techniques et d'acteurs des filières alimentaires, se donne pour objectif de réfléchir de manière concertée afin de mieux coordonner les actions en matière d'agriculture et d'alimentation sur Belle-Ile.

Le Comité Agricole et Alimentaire pilote aujourd'hui le Projet Alimentaire Territorial « Vers une stratégie alimentaire à Belle-Ile-en-Mer », que porte le CPIE depuis 2018. Ce projet a pour ambition de fédérer et de mettre en réseau les acteurs du territoire concernés par les questions agricoles et alimentaires. Afin de pouvoir mettre en place une stratégie et un programme d'action de long terme partagés par tous, il est important de s'appuyer sur des données chiffrées et objectives permettant de faire un état des lieux du système agricole et alimentaire de l'île.

Ce diagnostic de l'alimentation locale s'inscrit donc dans cette perspective.

L'insularité de Belle-Ile-en-Mer en fait un territoire particulièrement adapté à la réflexion sur la relocalisation de l'alimentation : en effet, la contrainte du recours au transport par bateau rend d'autant plus facilement identifiable l'incohérence de l'export des denrées produites sur l'île et l'import de produits alimentaires pour nourrir la population locale.

Penser cette reterritorialisation n'a cependant rien d'évident. Elle nécessite de s'assurer d'une part, que le contexte permet d'envisager l'installation de nouveaux agriculteurs, et d'autre part, que les productions agricoles pourront être suffisamment valorisées pour que les activités se pérennisent.

Ce diagnostic vise donc à produire une synthèse de l'offre et de la demande alimentaire à Belle-Ile-en-Mer. En complément du diagnostic réalisé en 2018 sur l'état du foncier agricole, il a pour but d'offrir une base de réflexion solide pour la mise en place d'une stratégie d'action pertinente permettant de :

- améliorer l'autonomie alimentaire de l'île,
- préserver les milieux naturels et cultivés de l'île,
- développer l'économie agricole et alimentaire et les emplois.

Méthodologie

La totalité des éléments contenus dans le présent document s'appuie sur des échanges avec l'ensemble des acteurs impliqués dans le « système alimentaire bellilois » (élus, commerçants, agriculteurs, restaurateurs ...), dont les modalités sont récapitulées dans le **Tableau 1**. Le recueil des données s'est étalé sur plus d'une année.

Recueil de données quantitatives		
Acteurs	Méthodologie	Calendrier
Producteurs (<i>offre</i>)	Rencontres individuelles (26 entretiens)	2 ^{ème} trimestre 2018 et 1 ^{er} semestre 2019
Acteurs intermédiaires : supermarchés, supérettes, restaurateurs, restauration collective (<i>demande, dynamiques d'évolution</i>)	Rencontres individuelles (41 entretiens)	2 ^{ème} trimestre 2018 et 2 ^{ème} trimestre 2019
Consommateurs (<i>demande</i>)	Questionnaire Produits locaux - Pays d'Auray (470 réponses)	2 ^{ème} trimestre 2019
	Bibliographie (données de consommation générale)	2 ^{ème} trimestre 2019
Recueil de données qualitatives		
Consommateurs (<i>demande</i>)	Journées d'échange et de mobilisation citoyenne (150 personnes)	12 mai 2018 02 août 2018 27 avril 2019
Porteurs de projets, d'initiatives locales (<i>offre à venir, dynamiques d'évolution</i>)	Rencontres individuelles (5 entretiens)	<i>In itinere</i> 2018/2019
Elus locaux (<i>perception du sujet agricole et alimentaire, dynamiques d'évolution</i>)	Rencontres individuelles (4 entretiens, 1 par commune)	<i>In itinere</i> 2018/2019

Tableau 1 : Détail de la méthodologie de récolte des données

Entretiens individuels

Le recueil d'une grande partie des données utilisées s'est basé sur des entretiens individuels réalisés avec les professionnels, et ce pour plusieurs raisons :

- Recueillir des données exhaustives de la part d'acteurs intervenant à différents échelons des filières et permettre ainsi le recoupement des informations obtenues.
- S'affranchir du phénomène de « saisonnalité » et de la difficulté à mobiliser au même moment : indisponibilité des professionnels en saison estivale, travaux agricoles décalés selon le type d'activité (ovin, bovin lait...) qui limitent les possibilités de rassemblement : les entretiens ont eu lieu au fil de l'eau selon les possibilités de chacun.
- Eviter les biais des entretiens collectifs : expression réduite pour les personnes moins enclines à s'exprimer en public, « toujours les mêmes qui participent » ...

Journées de mobilisation citoyenne

Ces journées d'ateliers et d'échanges à destination du grand public ont été organisées par le groupe citoyen « Agriculture » hébergé au CPIE. Ce groupe souhaite se mobiliser sur les questions agricoles et alimentaire à la manière d'un « think tank ».

L'objectif de ces journées étaient d'apporter des informations générales sur l'agriculture belliloise et de faire connaître le Projet Alimentaire Territorial, de faire intervenir des professionnels concernés par le sujet alimentaire (producteurs, restaurateurs, médecins...) et de recueillir les souhaits et questionnements des participants concernant l'évolution de l'agriculture et de l'alimentation à Belle-Ile.

Questionnaire « Produits locaux »

Le Pays d'Auray, qui regroupe les EPCI d'Auray Quiberon Terre Atlantique (AQTA) et la Communauté de Communes de Belle-Ile-en-Mer, a mis en place un questionnaire au 2^{ème} trimestre 2019 afin d'évaluer les habitudes de consommation et les attentes des habitants en matière de produits locaux. Ce questionnaire a été rédigé en collaboration avec le CPIE afin de pouvoir fournir des résultats exploitables dans le cadre du présent diagnostic.

A. Bilan de l'offre en produits agricoles locaux

1. Généralités sur la structure de l'activité agricole belliloise

En 2019, Belle-Ile totalise 36 exploitations agricoles professionnelles [L'agriculture de Belle-Ile en Mer, Chambre d'Agriculture de Bretagne, 2019] sur une surface agricole utile de 2880 ha (RGA 2010) soit 37 % de la surface de l'île. Comme sur l'ensemble du territoire national, on assiste à un phénomène de déprise agricole depuis la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, entraînant une concentration des exploitations restantes : les exploitations, moins nombreuses, s'agrandissent en reprenant les terres libérées par celles qui disparaissent. Néanmoins, le nombre d'exploitations agricoles est stable depuis 2010 : les départs en retraite sont compensés par des installations, majoritairement hors cadre familial. Le nombre d'actifs agricoles est en augmentation, résultat de la diversification des activités au sein des exploitations (notamment grâce à la mise en place d'ateliers de transformation). Bien que la SAU soit restée globalement stable depuis 1970, on constate un enrichissement d'une partie des terres agricoles, notamment des parcelles éloignées des sièges d'exploitations, peu accessibles ou pour lesquelles le statut foncier n'est pas sécurisé.

Ces 36 exploitations agricoles génèrent (CRAB, 2019) :

- 48 chefs d'entreprises
- 9 salariés (hors main d'œuvre estivale)

L'âge moyen des exploitants est de 51 ans et 20 chefs d'exploitations, essentiellement des éleveurs, sont âgés de plus de 50 ans.

Les activités d'élevage bovin lait et ovin viande, en exploitation conventionnelle, sont les productions majoritaires sur l'île, comme le présente la [Figure 1](#) et le [Tableau 2](#) (p. 7), avec un cheptel d'environ 500 vaches laitières et 2000 brebis. En effet, la qualité agronomique moyenne des sols et la

diminution de la main d'œuvre agricole ont concouru à favoriser une valorisation des terres par de l'élevage plutôt que par de la mise en culture céréalière ou légumière, dont les productions auraient été peu compétitives sur des filières longues.

Ces productions animales sont fortement structurées et soutenues par des équipements détenus et gérés par la Communauté de Commune de Belle-Ile (CCBI) :

- Le service de collecte du lait de vache et sa livraison à une laiterie du continent est assuré depuis 1981 par la CCBI,
- L'abattoir intercommunal, construit en 2010, pouvant abattre les veaux, caprins, porcins et ovins, ces derniers assurant l'essentiel du tonnage. Cet abattoir ne dispose pas pour le moment de l'accréditation Agriculture biologique. Les bovins adultes (bœuf, génisses, vaches de réforme) sont acheminés sur le continent pour y être abattus.

Le climat océanique doux permet le maintien en extérieur des animaux de mars à novembre.

Une part importante de la SAU (84 %) est consacrée aux prairies. La fauche intervient à partir de juin selon l'hydromorphie de la parcelle et la maturation du fourrage.

La sécheresse estivale pousse les éleveurs à utiliser des fourrages conservés (ensilage, enrubannage) pour nourrir leurs bêtes. Ils produisent donc du maïs et également des céréales à paille (orge et blé essentiellement, 8 % de la SAU belliloise), qui entrent en complément dans l'alimentation des animaux et dont les pailles sont utilisées pour le paillage des bâtiments d'élevage.

Huit exploitations agricoles sont labélisées « Agriculture biologique », soit 20 % des structures agricoles de Belle-Ile. C'est le double de la moyenne française : 9.2 % d'exploitations agricoles en Agriculture Biologique en France (Agence Bio, 2018). Ces exploitations sont généralement établies sur de petites surfaces et les productions sont plus variées que pour l'agriculture conventionnelle : élevage caprin laitier, bovin viande, maraîchage, apiculture, fabrication d'extraits végétaux et liqueurs. Les maraichers de Belle-Ile sont tous certifiés Agriculture biologique.

Une exploitation ovin lait et une exploitation de volailles sont en conversion vers l'agriculture biologique.

Répartition des productions agricoles à Belle-Ile-en-Mer

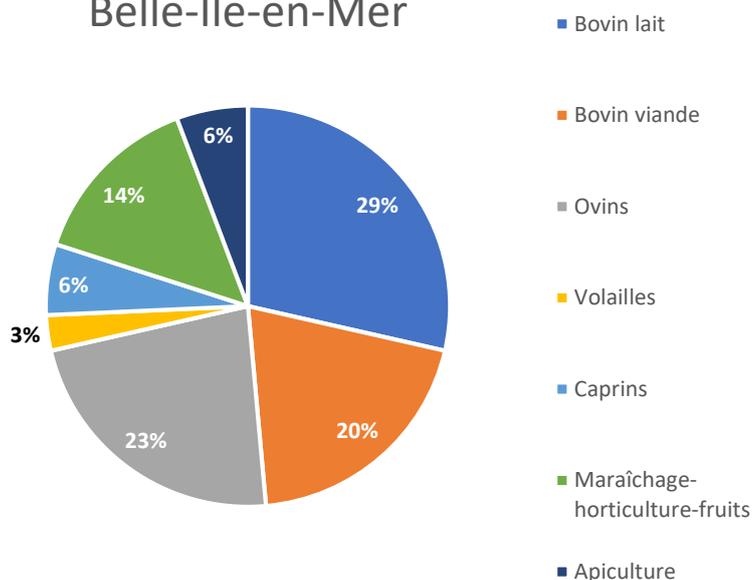


Figure 1: Répartition des productions agricoles de l'île

Production dominante	Nombre d'exploitations	Surface exploitée (ha / % SAU)	
Bovin lait	10	1250	40 %
Ovins	9	1050	34 %
Bovin viande	7	580	19 %
Caprins	2	85	3 %
Volailles	1	60	2 %
Maraîchage-horticulture-fruits	6	30	1 %
Apiculture	2	NSP	
Total	36	100 %	

Tableau 2 : Répartition de la SAU par activité agricole

2. Mode de commercialisation des productions agricoles belliloises

2.1. Détail des modes de commercialisation

En 2019, 28 fermes (soit plus de 75%) réalisent tout ou partie de leur chiffre d'affaire en circuit court, et vendent un ou plusieurs types de produits (voir détails dans les [Tableau 3](#) et [Tableau 4](#)). C'est un pourcentage très élevé par rapport à la moyenne en France métropolitaine de 20 % d'agriculteurs vendant tout ou partie de leur production en circuits courts (INRA, 2016).

Néanmoins, le volume de production écoulé via des circuits courts varie fortement d'une exploitation agricole à l'autre, et ne concerne pas toutes les productions de la ferme.

La taille réduite (85 km²) et la finitude du territoire ainsi que les faibles volumes produits limitent la nécessité de recours à l'intermédiation (coopératives, grossistes) pour des raisons logistiques et permettent aux agriculteurs de multiples modes de commercialisation pouvant répondre à la définition du circuit-court (un seul intermédiaire, distance entre producteur et consommateur de moins de 150 km²).

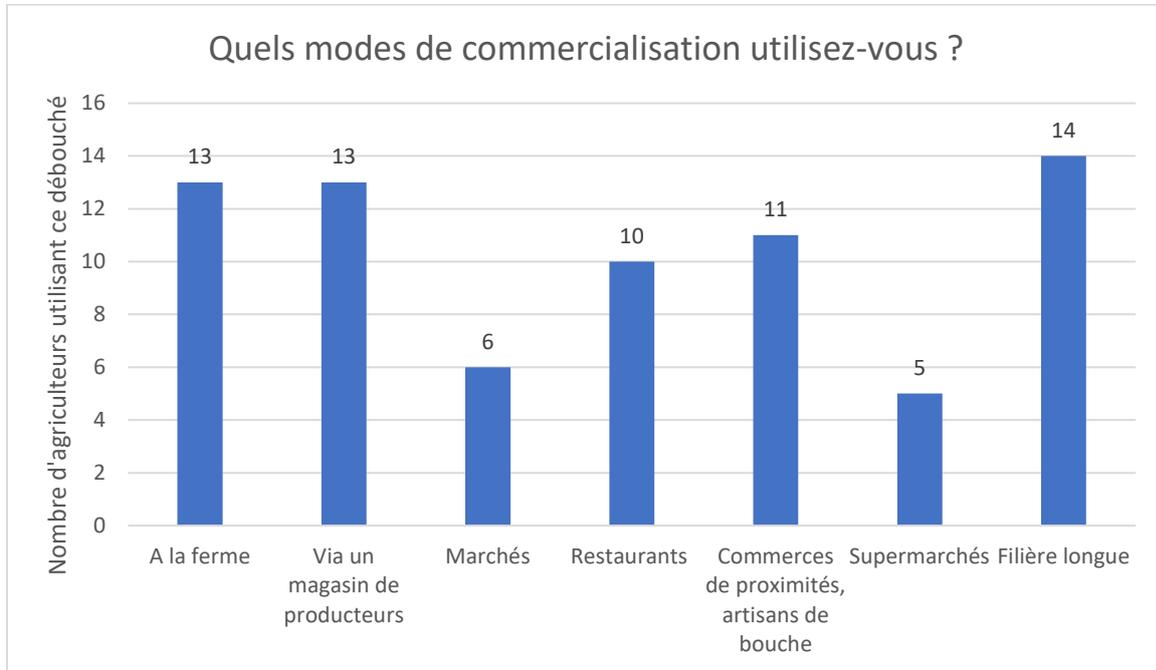


Tableau 3 : Mode de commercialisation des productions locales

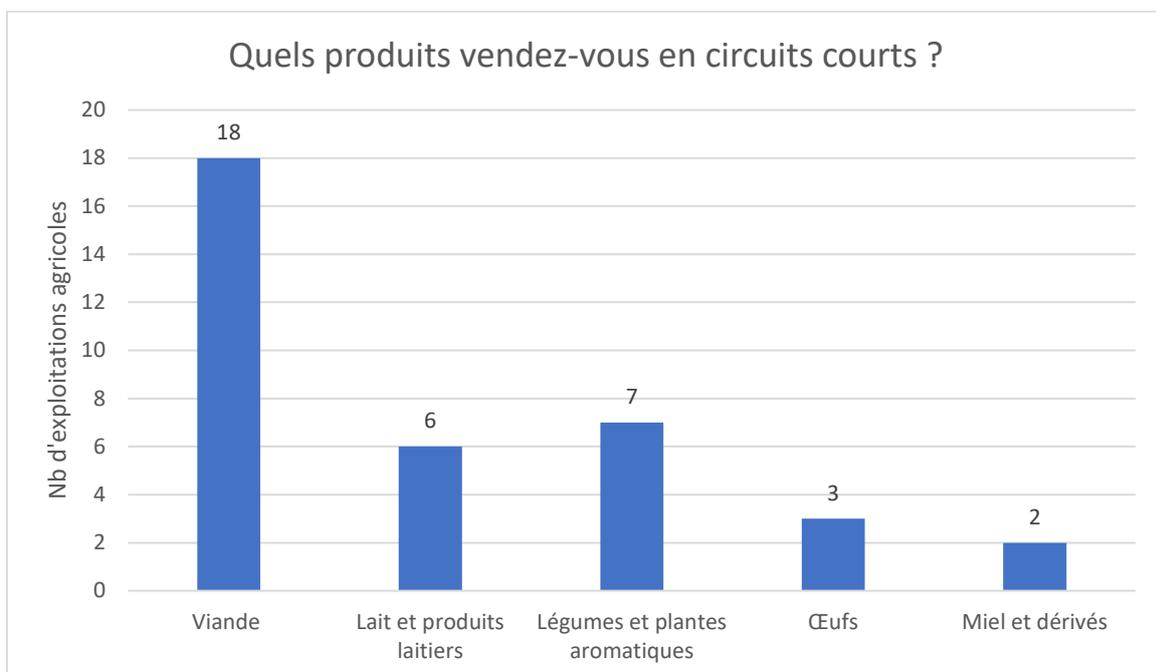


Tableau 4 : Produits vendus en circuits courts sur l'île

La plupart des agriculteurs ont des débouchés diversifiés, avec toutefois des poids relatifs en matière de chiffre d'affaire. La majeure partie des agriculteurs ont un débouché sur Belle-Ile. Seuls 5 agriculteurs (soit 14 % des agriculteurs bellilois) vendent uniquement en circuits longs.

A ce jour, les principales productions belliloises qui ne sont pas vendues en circuits-courts sont :

- le lait de vache, dont 90% est exporté vers une laiterie du continent (usine Lactalis, Pontivy),
- la viande bovine, dont seule une faible part revient sur Belle-Ile après avoir transité par un abattoir et un atelier de découpe sur le continent.

Ces filières sont détaillées en page 10.

2.1.1. La vente à la ferme

Peu d'agriculteurs communiquent sur ce mode de vente, mais plus de 30% d'entre eux réalisent de la vente directe à la ferme. La plupart travaillent avec un réseau de clients connus : « on me passe un coup de fil, je mets un agneau de côté », et ne souhaitent pas forcément recevoir des visiteurs sur l'exploitation.

2.1.2. La vente au marché

Plusieurs marchés de plein vent ont lieu régulièrement sur l'île et sont récapitulés dans le **Tableau 6**. Il s'agit d'un débouché important pour plusieurs producteurs. Il est toutefois soumis à la forte saisonnalité de la fréquentation touristique. Par ses horaires restreints, ce débouché n'est pas accessible à une partie des consommateurs potentiels.

Commune	Jours de marché	Nombre d'exposants alimentaires (présents à l'année) présentant des aliments ou produits transformés sur l'île
Bangor	Dimanche matin	6
Le Palais	Mardi, Jeudi, Samedi matin	7
Locmaria	Mercredi matin (été)	2
Sauzon	Vendredi (été)	N.C

Tableau 5 : Marchés et exposants alimentaires

2.1.3. La vente via un magasin de producteurs

L'association « Au Coin des producteurs », qui gère un point de vente collectif depuis 2007, permet d'écouler une partie des productions locales. Elle réunit 13 exploitants (viande ovine, porcine, volailles, œufs, produits laitiers, produits de la ruche) et plusieurs bénévoles qui assistent les producteurs pour la vente et la gestion du local. L'association gère également l'atelier de découpe et de transformation qui permet la valorisation d'un volume significatif de la viande produite sur le territoire (63 % de la viande de veaux abattus sur l'île, 15 % de la viande d'agneaux, 90 % de la viande de porc, viande issue de brebis réformées), et occupe donc une place cruciale au sein de la filière. Les membres s'interrogent actuellement sur l'évolution de la structure dans les années à venir.

2.1.4. La vente à des acteurs intermédiaires (restaurateurs, commerces de proximité, supermarchés)

Sur Belle-Ile, ce mode de commercialisation est très développé et basé soit sur des relations informelles, soit sur des contrats. Il offre les avantages suivants :

- D'écouler des volumes importants (vente de viande via les boucheries des supermarchés)
- De toucher un nombre important de consommateurs
- De pouvoir organiser son calendrier de production sur la base de débouchés connus.

2.2. Présentation détaillée des principales filières de production de l'île

2.2.1. Filière laitière (bovin, ovin, caprin)

Neuf des dix éleveurs pratiquant de l'élevage bovin lait vendent leur production à l'entreprise Lactalis. 3 éleveurs laitiers commercialisent également une petite partie de leur production en vente directe (crème, fromage, lait cru, beurre...). Une productrice transforme toute sa production.

Dans le contexte de crise actuel touchant ce secteur, les exploitants vendant leur production en circuit long sont pénalisés par la non-différenciation du lait produit. L'insularité induit des coûts de production (surcoût de transport en cas d'import d'intrants agricoles : amendements de culture, compléments d'alimentation animale) et de collecte (transport du camion de collecte par bateau, pris en charge par la collectivité) plus élevé que la moyenne nationale, ce qui constitue également un handicap.

Afin de trouver une solution alternative à cette situation mise en place en 1981, plusieurs éleveurs laitiers travaillent actuellement sur un projet de transformation collective d'une partie de leur lait. Cela leur permettrait de valoriser localement la production et d'en tirer un meilleur revenu. Cela permettrait également de mettre en avant les pratiques d'élevage des éleveurs par le biais d'un cahier des charges qualité. Ce projet, démarré en 2016, revêt une complexité particulière du fait des multiples paramètres qui entourent l'activité de transformation laitière (sanitaires, juridiques).

Deux fermes produisent du lait de chèvre, dont une sous label agriculture biologique. La totalité du lait est transformé en fromage et vendu en circuit court sur Belle-Ile (à la ferme, au marché, via des restaurateurs ou des commerces locaux).

Une ferme en conversion vers l'agriculture biologique produit du lait de brebis, en totalité transformé et vendu en circuit court sur l'île.

Le **Tableau 6** ci-dessous synthétise ces éléments.

	Volume total produit sur Belle-Ile	Volume total valorisé sur Belle-Ile, dont en circuit court	Volume bénéficiant d'un signe de valorisation spécifique (label, marque)
Lait de vache (10 exploitations agricoles)	2.2 millions de litres de lait	194.000 L (100%)	0 %
Lait de brebis (1 exploitation agricole)	27.000 L	27.000 L (100%)	0%
Lait de chèvre (2 exploitations agricoles)	120.000 L	120.000 L (100%)	40 % (bio)

Tableau 6 : Synthèse de la production et de la valorisation de lait sur l'île

2.2.2. Filières principales de production de viande

A ce jour, 15 fermes ont un atelier bovin viande, et 12 fermes ont un atelier ovin viande.

Basé essentiellement sur des pratiques extensives (moins d'1 UGB/ha de SFP sur l'ensemble de l'île), l'élevage ovin et bovin joue un rôle non négligeable dans la prévention de l'enfrichement du territoire et la préservation de la biodiversité spécifique de l'île.

La viande bovine et la viande ovine produites sur Belle-Ile sont pour partie valorisées par le biais de deux associations possédant des marques commerciales. Ces marques reposent sur des cahiers des charges de production déposés auprès de l'interprofession (INTERBEV), que les éleveurs s'engagent à respecter.

Pour la viande bovine, 14 éleveurs vendent leur viande via l'Association pour la promotion des bovins, qui possède la marque « Viande bovine des Embruns » (Annexe 1)

Les éleveurs qui n'ont pas recours à cette filière s'organisent avec un abattoir, un transporteur et un atelier de découpe indépendants situés sur le continent pour ensuite récupérer leur viande sous forme de colis à vendre en direct aux particuliers.

Un seul éleveur de viande bovine est certifié Agriculture biologique.

Pour la viande ovine, 4 exploitants agricoles vendent leur viande via une association propriétaire de la marque, « Agneau du large » (Annexe 2). Cela représente un volume de 6 t de viande par an.

La présence d'un abattoir permettant de traiter les ovins contribue en grande partie à la territorialisation de la filière : 70 % de la viande d'agneau produite sur l'île y est consommée (Tableau 7)

En ce qui concerne la viande bovine, la nécessité de faire abattre les gros bovins sur le continent et le choix de la majorité des éleveurs de travailler en filière longue (abattoir éloigné, partenariat avec une entreprise chargée de valoriser la viande) limite le retour sur l'île de la viande produite (Tableau 7).

	Volume total produit sur Belle-Ile	Volume total consommé sur Belle-Ile		Volume bénéficiant d'une valorisation de l'image (label, marque)	
		En volume	En % du total produit	En volume	En % du total produit
Ovins	48.000 kg	36.000 kg	70 %	6.800 kg (Agneau du large)	14 %
Veaux	8.000 kg	5.830 kg	72 %	650 kg (bio)	8 %
Gros bovins	98.000 kg	12.500 kg	13 %	12.500 kg (VBE)	13%
Porcins	10.000 kg	10.000 kg	100 %	0 kg	0 %
Caprins	1.700 kg	480 kg	28 %	0 kg	0 %
Volailles	3.600 kg	2.700 kg	75 %	840 kg (bio en 2020)	23% (2020)

Tableau 7 : Synthèse de la production et de la valorisation de viande sur l'île

2.2.3. Filières de productions végétales

Belle-Ile compte 4 maraîchers déclarés comme agriculteurs à titre principal, ainsi qu'un producteur de plantes aromatiques et médicinales, certifiés en agriculture biologique qui vendent toute leur production en circuits courts (marchés, vente aux restaurateurs, vente via les commerces de l'île). Ces producteurs travaillent de manière individuelle mais sur des débouchés complémentaires.

Un maraîcher, non agriculteur à titre principal pour l'instant, ainsi qu'une association de citoyens « De la Terre à la casserole » cultivent des variétés locales de légumes : Haricot « coco » de Belle-Ile, Navet de Belle-Ile. Ces productions pourraient se développer dans les années à venir.

2.3. Saisonnalité de la production

Du fait de la saisonnalité de l'activité économique belliloise et d'un meilleur potentiel de valorisation des productions en période estivale, la plupart des producteurs adaptent leur calendrier de production à la saison touristique. Il n'y a pas à ce jour de réflexion sur une offre spécifiquement à destination des résidents à l'année (AMAP ou groupement de commande par exemple).

2.4. La transformation des produits

Neuf fermes (25%) transforment tout ou partie de leurs produits, pour ensuite réaliser de la vente soit en direct, soit via un point de vente collectif, soit via un réseau de commerces de proximité.

Il existe également un atelier de transformation collectif, géré par l'association Au Coin des producteurs, pouvant réaliser de la découpe et transformation de produits carnés. Il permet de traiter tout ou partie de la viande produite par 9 éleveurs adhérents à l'association afin de la vendre en circuits courts.

Enfin, plusieurs ateliers de transformation privés, gérés par des commerçants, permettent de valoriser des produits locaux :

- Une fromagerie installée depuis 2016 transforme une petite partie du lait de vache produit sur l'île (80.000 L)
- Trois boucheries (un artisan boucher et deux rayons boucherie traditionnelle en supermarché) découpent, transforment et vendent de la viande produite sur Belle-Ile.

2.5. Projets d'installation en cours ou à l'étude

Ce diagnostic a permis de recenser une quinzaine de projet d'installation agricole à des stades d'avancement très divers (pré-projet, inscription à la MSA comme cotisant solidaire...). On peut notamment citer un projet d'installation de vignoble, deux projets d'arboriculture (fruits de table et cidre), un projet de paysan boulanger, un projet de production de spiruline et plusieurs projets de maraîchage.

Plusieurs exploitants déjà installés font également part de projets de diversification (atelier porcins, volailles, ferme pédagogique, céréales).

Synthèse

Les productions agricoles disponibles sur le territoire sont relativement variées : viandes, produits laitiers, légumes, miel, œufs...

Un nombre important d'exploitations valorisent leurs produits en circuits courts, soit en remise directe au consommateur soit via différents types de partenariats impliquant une partie significative des acteurs de l'approvisionnement alimentaire sur le territoire : restaurateurs, commerçants de proximité, supermarchés.

Les consommateurs peuvent donc s'approvisionner en produits locaux via différents circuits de commercialisation. Néanmoins, l'accessibilité des produits reste limitée par :

- Le type de débouchés choisi par les producteurs : ainsi, une partie des productions bellilloises est vendue sur le continent sans valorisation particulière.
- Un faible recours pour l'instant à des circuits de commercialisation s'adaptant aux horaires des consommateurs, type AMAP, groupement de commande, marchés à horaires élargis ou en soirée, distributeurs automatiques ...
- La saisonnalité de certaines productions, accentuée par des calendriers de productions agricoles adaptés au pic de demande de la saison estivale.

Cette évaluation de l'offre en produits alimentaires sur Belle-Ile met également en lumière les deux « modèles agricoles » qui cohabitent sur le territoire.

D'une part, un pourcentage important d'exploitations agricoles pratiquant de la diversification (transformation à la ferme, plusieurs ateliers de production), avec des produits à forte valeur ajoutée, valorisés majoritairement en circuits courts. Ces exploitations tirent parti de l'attractivité touristique du territoire.

D'autre part, des exploitations agricoles sans différenciation, orientées vers une production conventionnelle majoritairement valorisée en circuits longs (lait de vache, majorité de la viande bovine), qui ne bénéficient pas de la plus-value de l'image bellilloise mais subissent en revanche les contraintes liées à l'insularité, qui limitent la compétitivité de leurs produits vendus en circuits longs.

Parallèlement, en ce qui concerne la production de viande, l'actuelle commercialisation locale de la majorité des carcasses (hors bovins adultes) est fortement corrélée à la présence d'un abattoir sur l'île et d'un atelier de découpe collectif géré par l'association Au coin des producteurs. Comme le montre le cas de la filière viande bovine, l'impossibilité d'abattre les animaux sur place complexifierait énormément les circuits de valorisation et limiterait la quantité de viande locale consommée sur l'île.

Cet exemple illustre la nécessité de se doter de moyens de valorisation *in situ* dans l'objectif de développer la consommation locale des productions actuellement exportées, afin de limiter les contraintes logistiques et le surcoût de transport. Si cela n'est pas envisageable, il faut alors réfléchir à la mutualisation d'outils logistiques (mise en commun des livraisons, transport frigorifique, recours aux mêmes prestataires sur le continent).

Les porteurs de projet rencontrés ont intégré ces paramètres. Les projets tiennent compte de la nécessité de proposer une offre à forte valeur ajoutée et qui réponde aux attentes de consommateurs soucieux de consommer localement (environnement, goût, santé) : projet en production végétale, bio, avec une valorisation locale.

B. Bilan de la demande en produits alimentaires locaux

1. Les consommateurs individuels

1.1. Estimation de la population belliloise

La saisonnalité liée à l'afflux de résidents secondaire et de touristes en période estivale pose la question de l'estimation de la population « à l'année » en termes de consommation alimentaire. Afin d'évaluer la consommation alimentaire locale, les données estimatives de population en « équivalent-habitant », fournies par le projet ATLASS¹ ont été utilisées.

Cette méthode permet d'aboutir à une population moyenne annuelle de 8180 habitants, et permet de calculer les besoins théoriques en matière de produits alimentaire et donc le potentiel de consommation en matière de produits locaux.

1.2. Estimation de la consommation de produits alimentaires sur Belle-Ile

Produit	Quantité consommée par habitant et par an	Quantité totale pour Belle-Ile, par an	Source
Viande dont :			FranceAgriMer, 2017
Bovine	16 kg	130 t	
Ovine	2.4 kg	19.6 t	
Porcine	26 kg	212 t	
Volaille	17 kg	139 t	
Produits laitiers dont :			FranceAgriMer 2017
Lait	33 kg	269 t	
Beurre	5 kg	40.9 t	
Crème	3.5 kg	28.6 t	
Fromages affinés	25 kg	204 t	
Ultrafrais	25 kg	204 t	
Fruits et légumes	146 kg	1194 t	OMS, 2017
Pommes de terre	20 kg	163.6 t	Agreste ALIMENTATION Memento 2015
Légumes secs (lentilles etc)	2 kg	16.3 t	
Blé (pain et pâtes alimentaires)	107 kg	875.2 t	
Oeufs	200/habitant (12.6 kg avec poids moyen œuf 63 g)	103 t	
Huile végétale	10 kg	81 t	
Total		3680 t	

Tableau 8 : Récapitulatif des volumes alimentaires consommés sur Belle-Ile

¹ ATLASS : Action Territoriale pour l'alimentation solidaire et soutenable, projet coordonné par la FRCIVAM Bretagne et s'appuyant sur l'étude de 3 territoires pilotes dont Belle-Ile-en-Mer.

1.3. Potentiel de consommation en produits locaux

Un questionnaire « Les produits locaux mènent l'enquête ! » a été établi par le Pays d'Auray, qui regroupe les communautés de communes de Belle-Ile en Mer et d'Auray Quiberon Terre Atlantique. Il s'agissait d'un questionnaire en ligne.

Ce questionnaire a permis d'évaluer les attentes des consommateurs en matière de produits locaux ainsi que les habitudes actuelles de consommation pour ces produits. Il a été mis en ligne pendant deux mois, avec une communication dans la presse, via les mairies des communes concernées par le questionnaire et via les réseaux des organismes partenaires ainsi que les réseaux sociaux. Les principaux résultats sont synthétisés ci-après.

1.3.1. Perception et habitudes de consommation

- Pour plus de 50 % des répondants, un produit local est un produit issu de la commune ou communauté de communes de résidence. Cela confirme la cohérence de mener une réflexion sur l'alimentation locale à l'échelle d'un territoire de la taille de Belle-Ile.
- Plus de 80 % des répondants indiquent consommer des produits locaux au moins une fois par semaine, et 60 % pensent augmenter leur consommation dans l'année à venir, avec des différences selon le type de produits. Ce point est détaillé par la **Figure 2**, qui compile les réponses à la question « Pour quel type de produit souhaiteriez-vous augmenter votre consommation de produits locaux ? ».

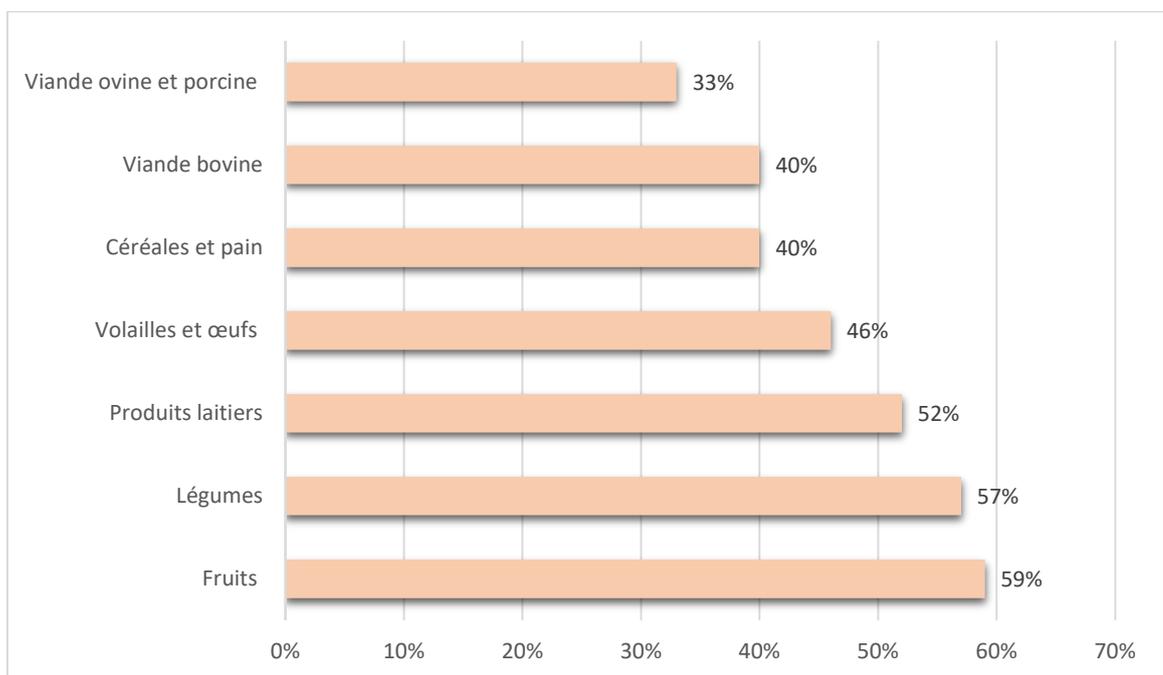


Figure 2 : Compilation des réponses à la question « Pour quel type de produits souhaiteriez-vous augmenter votre consommation de produits locaux ? »

Il y a donc un réel potentiel pour la commercialisation de produits locaux sur le territoire.

Par ailleurs, plus de 50 % des personnes interrogées souhaiteraient augmenter leur consommation de fruits, légumes et produits laitiers locaux. Il est donc intéressant de réfléchir à la mise en place d'une offre complémentaire pour ces productions.

1.3.2. Conditions d'achat

- Les principaux facteurs qui motivent l'achat de produits locaux sont :
 - Préserver sa santé et celle de sa famille
 - Pour la qualité (fraicheur et gout) des produits
 - Pour préserver l'environnement
 - Pour soutenir l'économie locale
- Le facteur incitatif le plus fréquemment cité pour encourager à l'augmentation de la consommation de produits locaux est : « l'accès à une offre plus diversifiée »
- Plus de 80 % des personnes interrogées sont prêtes à payer plus cher un produit local
- Le premier critère cité par les personnes indiquant ne pas acheter de produits locaux est le prix des produits, suivi du fait que ces produits ne sont pas disponibles sur les lieux d'achat habituels.
- Lieu d'achat des produits locaux () :

Type de produit	Lieux d'achats principalement cités
Légumes	Marché (42 %), magasin bio (21 %), chez le producteur (20 %)
Fruits	Marché (41 %), magasin bio (27 %), GMS (27 %)
Produits laitiers	GMS (56 %), magasin bio (17 %), marché (13 %)
Œufs	GMS (31 %), marché (21 %)
Volailles	GMS (32 %), artisans (20 %), marché (15 %)
Viande bovine	Artisan-boucher (37 %), GMS (26 %)
Viande ovine	Artisan-boucher (32 %), GMS (26 %)
Viande porcine	Artisan-boucher (31 %), GMS (29 %)
Pain	Boulangier (82 %)
Biscuits, farine, céréales	GMS (56 %), magasin bio (34 %)
Huiles et condiments	GMS (60 %), Magasin bio (31 %)

Tableau 9 : Lieux d'achat prioritaires, par type de produits (rappel : questionnaire effectué sur l'ensemble du territoire du Pays d'Auray. Il n'y a pas à ce jour de magasin spécifique à l'agriculture biologique à Belle-Ile)

On constate de fortes disparités d'approvisionnement en fonction du type de produit considéré. Cela permet de mettre en évidence les partenariats intéressants pour les agriculteurs bellilois souhaitant mettre en place de nouveaux ateliers de production, ou pour des porteurs de projet réfléchissant à leur modèle économique. Ainsi, un producteur souhaitant vendre des produits laitiers locaux aura plutôt intérêt, s'il souhaite toucher un large public, à envisager un partenariat avec les supermarchés locaux.

Enfin, la labellisation « Agriculture biologique » est un critère important d'achat. Ce paramètre a également été fortement exprimé lors des journées d'échanges grand public. Cela témoigne de la recherche de ré-assurance par les consommateurs quant à la qualité des produits consommés, mais également de la prise de conscience de l'impact environnemental de l'acte alimentaire.

2. Les acteurs intermédiaires

2.1. Les restaurateurs et traiteurs

Belle-Ile compte une quarantaine de restaurants commerciaux et deux traiteurs. Du fait de la saisonnalité de l'activité liée à la fréquentation touristique, une partie de ces restaurants ferme plusieurs mois par an.

Tous les professionnels rencontrés expriment un intérêt pour la valorisation de produits locaux. Ce sont des produits recherchés par les clients, en particuliers les touristes en recherche d'« authenticité ». Néanmoins, il existe une disparité entre établissements quant à l'utilisation effective de ces produits. A ce jour, seulement la moitié des établissements ont en permanence à leur carte au moins un produit alimentaire issu de Belle-Ile : valorisation, selon les établissements, de viande, fromages et produits maraichers locaux.

Les restaurateurs et traiteurs utilisant des produits locaux citent avant tout la recherche d'une qualité gustative supérieure, la relation de confiance établie avec l'éleveur et les retours favorables reçus de la part des clients. Lorsque des produits locaux sont proposés, ils sont mis en valeur par une signalétique particulière (carte, affiche ...)

Pour les professionnels qui n'utilisent pas de produits issus de l'île les motifs cités sont l'absence ou l'insuffisance de l'offre pour les produits recherchés (viande de porc, farine, fruits ...) ainsi qu'une absence de sollicitations de la part des producteurs, l'existence de bonnes relations avec des prestataires sur le continent, les contraintes logistiques liés à un approvisionnement spécifique pour un seul produit, et le prix, jugé supérieur à celui d'un produit de qualité équivalente venu du continent. La plupart ont recours à des filières bretonnes.

A titre d'exemple, les volumes de viande écoulés par les restaurants et traiteurs de l'île sont estimés à :

- 6 tonnes de viande d'agneau par an, soit 15 % de la production locale. A ce jour, seul 5 % de la production est valorisée par les restaurateurs. Il y a donc une marge de progression vis-à-vis de ce débouché.

- 9 tonnes de viande de porc. Pour l'instant, l'offre en viande de porc locale est largement insuffisante pour couvrir cette demande.

2.2. Les distributeurs

L'ensemble des distributeurs alimentaires (supermarchés et supérettes) proposent à leurs clients des produits issus de l'agriculture locale. Les volumes et les produits proposés varient d'un établissement à l'autre.

Les gérants mettent pour la plupart en valeur les produits locaux par une signalétique et un emplacement dédié, adaptés aux clients occasionnels (saison touristique) comme aux résidents.

Tous s'accordent à dire que les produits locaux se vendent bien et se disent prêt à en proposer davantage en rayon. Le frein principal est le manque d'offre.

Les gérants notent également une forte demande en produits issus de l'agriculture biologique, pour lesquels il existe des rayons dédiés dans plusieurs des commerces enquêtés.

On note également une augmentation de la demande de produits en vrac. Des rayons vrac Epicerie sont présents dans les deux supermarchés de l'île. Le Super U de Belle-Ile a également pris l'initiative de mettre en place un rayon de fruits et légumes bio en vrac, et propose à ses clients d'utiliser leurs propres contenants pour les rayons boucherie, poissonnerie et traiteur. Ce magasin a également mis en place, en partenariat avec la SCIC « La Belle idée »², la récupération de fruits et légumes invendus pour les valoriser sous forme de conserves.

Les partenariats avec les supermarchés sont particulièrement importants pour les filières de production de viande à Belle-Ile. En effet, en l'absence d'un atelier de découpe accessible à tous les producteurs, les carcasses ne peuvent être commercialisées que par des structures disposant d'outils et de compétences en découpe de viande. C'est le cas des deux rayons « Boucherie traditionnelle » des supermarchés de l'île.

Les supermarchés sont en demande de nouveaux partenariats, sur des productions qu'ils doivent pour le moment importer du continent (veau, porc, volaille, une partie de la viande bovine). Les producteurs pointent néanmoins la crainte de ne pas valoriser suffisamment leur produit du fait de la « marge » appliquée par le distributeur. Des ententes claires doivent donc se faire sur les prix, en s'appuyant sur des cahiers des charges de production et des grilles de prix objectives.

A noter qu'un projet de magasin sous enseigne BIOCOOP est en cours de réalisation. Il s'agira d'un nouvel acteur dans le système agri-alimentaire local, dont la présence pourra avoir une influence sur la stratégie des commerces déjà existants et sur les partenariats avec les producteurs locaux. En effet, les porteurs de projet souhaitent travailler le plus possible avec les producteurs de l'île.

2.2. La restauration scolaire

Le principal restaurant scolaire de l'île est celui géré par la CCBI, à Palais, qui prépare des repas pour 4 établissements scolaires. Les écoles primaires de Bangor et Sauzon, ainsi que le collège Michel Lotte, ont un service de restauration indépendant en régie directe.

Des ateliers d'échanges menés par le Groupement des agriculteurs biologique du Morbihan (GAB 56) en 2018, dans le cadre du dispositif « Bien manger en Pays d'Auray » ont permis de mettre en présence les agriculteurs et les gestionnaires de cantines scolaires ainsi que de travailler sur la rédaction d'appel d'offres permettant aux producteurs locaux de se positionner comme fournisseurs potentiels.

Néanmoins, ce dispositif n'a pas permis de contractualiser de marchés publics entre le restaurant scolaire principal et les producteurs de l'île.

On note cependant que pour les 3 restaurants scolaires de plus faible capacité (Bangor, Sauzon, collège Michel Lotte), des achats de produits locaux (légumes, viande, produits laitiers transformés) ont lieu de manière ponctuelle. Ces restaurants, du fait des montants d'achats annuels inférieurs à 25000 € HT, n'ont pas l'obligation de mettre en place une procédure formalisée pour la commande de denrées alimentaires.

² SCIC La belle idée

Les producteurs expriment toutefois peu d'intérêt pour ce débouché, qui représente des volumes jugés faible. Les mécanismes de fonctionnement des marchés publics apparaissent également comme un frein.

Synthèse

La demande alimentaire totale sur Belle-Ile est estimée à environ 3700 tonnes d'aliments.

Il existe une réelle demande sur le territoire de Belle-Ile pour des produits locaux. Cette demande est de deux ordres :

- D'une part, des résidents soucieux de l'impact de leur alimentation sur leur santé et sur l'environnement : elle est donc corrélée à une demande en produits issus de l'agriculture biologique.
- D'autre part, une demande touristique pour des produits « authentiques », qui font partie de l'expérience globale de découverte du territoire.

Les acteurs intermédiaires du système alimentaire local se font déjà pour partie le relais de cette demande : un nombre significatif de restaurateurs et de commerçants proposent à leurs clients des produits locaux. Ces professionnels sont tous sensibles à l'importance de valoriser localement les productions agricoles, néanmoins différentes contraintes limitent l'implication de certains d'entre eux.

C. Synthèse de l'offre et de la demande alimentaire sur Belle-Ile : quel est le degré d'autonomie alimentaire du territoire ?

Le **Tableau 10** ci-dessous récapitule les différentes données présentées dans les parties précédentes.

Produit	Besoin estimé	Production locale	Production locale consommée sur l'île	Taux de couverture des besoins locaux
Viande dont :				
Bovine (dont veaux)	130 t/an	106 t/an	18 t	17 %
Ovine	19.6 t/an	48 t	36 t	133 %
Porcine	212 t/an	10 t	10 t	5 %
Volaille	139 t/an	3.6 t	2.7 t	2 %
Produits laitiers dont :				
Lait liquide	269 t	2200 t	11 t	4%
Beurre	40.9 t	3 t	3 t	7 %
Crème	28.6 t	0.2 t	0.2	0.7 %
Fromages affinés	204 t	17 t	17 t	8 %
Ultrafrais	204 t	7 t	7 t	3 %
Fruits et légumes	1194 t	123 t ³	123 t	10 %
Pommes de terre	163.6 t	22 t	22 t	13 %
Légumes secs (lentilles etc)	16.3 t	0	0	0 %
Blé (pain et pâtes alimentaires)	875.2 t	0 (1 projet en cours)	0	0 %
Œufs	103 t	5 t	5 t	4.8 %
Huile végétale	81 t	0	0	0 %
Total	3680 t	2541 t	251 t	6 %

Tableau 10 : Récapitulatif de l'offre et de la demande en produits alimentaires sur l'île

³ Estimation d'après Guide de référence des productions maraîchères (CIVAM, 2018) et relevés des prix de vente moyen pratiqués par les producteurs de Belle-Ile.

La production locale consommée sur place couvre seulement **6 %** des volumes de produits alimentaires nécessaires pour nourrir la population belliloise. **94 % des produits alimentaires consommés sur l'île sont donc importés.**

Il ne s'agit pas d'une situation inhabituelle sur le territoire national : ainsi, le degré d'autonomie alimentaire des 100 premières aires urbaines françaises est de 2 % (UTOPIES, 2017). Autrement dit, 98 % du contenu de l'assiette moyenne française a parcouru plus de 150 km pour s'y retrouver.

Il y a à ce jour sur l'île 3 productions pouvant couvrir les besoins du territoire :

- Viande bovine
- Viande ovine
- Lait : le lait liquide produit, une fois transformé, permettrait de couvrir les besoins en différents produits (crème, yaourts, beurre ...)

Mais seule la production ovine est majoritairement consommée sur place. C'est d'ailleurs un produit bien identifié comme étant typique de Belle-Ile, puisque la consommation observée est supérieure aux moyennes nationales par « effet de niche » : offre de qualité et relativement bien connue, consommation importante par les touristes en recherche « d'authenticité ».

Sur les 2500 tonnes d'aliments produits localement, seules 250 tonnes sont consommées sur place. Autrement dit, seuls 10 % des aliments produits sur l'île sont consommés sur place.

Cela n'a également rien d'une situation inhabituelle : ainsi, 97 % des aliments produits sur un territoire en France sont exportés. Une partie de ce phénomène est lié à la spécialisation des espaces agricoles : ainsi le bassin parisien produit une quantité de céréales très supérieure à la quantité nécessaire pour fournir la ville de Paris, de même que la Bretagne produit beaucoup plus de lait que les besoins régionaux. La concentration des acteurs industriels chargés de transformer ces produits, l'absence d'un maillage de petites unités de transformation semi-industrielles, puis la distribution dans une multitude de points de vente rendent également nécessaire le transport des produits alimentaires bruts sur de grandes distances.

Sur Belle-Ile, territoire historiquement agricole, ce constat qui semble déjà absurde au niveau national interroge d'autant plus que les produits doivent transiter par un moyen de transport soumis à plus de contraintes que le maillage routier national (coût, horaires imposés, risque plus élevé de rupture d'approvisionnement).

Il est donc important de s'interroger sur les moyens à mettre en œuvre pour améliorer cette situation au niveau local.

D. Pistes de réflexion en vue de l'élaboration d'une stratégie alimentaire

1. Quelles sont les forces et les faiblesses du système alimentaire local ?

L'analyse des réponses obtenues au cours de la phase de collecte de données a permis d'établir un panorama des atouts et des difficultés du système agricole et alimentaire local, ainsi que des menaces et des opportunités qui peuvent influencer son évolution dans les années à venir.

Forces	Faiblesses
<p>Stabilisation du nombre d'exploitations agricoles, avec de jeunes installés ;</p> <p>Activités diversifiées, pourcentage élevé d'exploitations agricoles valorisant leurs produits en circuits courts ;</p> <p>Mobilisation des élus locaux (communes, EPCI, Pays) autour de la question du foncier agricole ;</p> <p>Remobilisation relative des acteurs d'accompagnement qui intervenaient peu sur l'île, via différents projets (Chambre d'agriculture, GAB, SAFER) ;</p> <p>Demande réelle pour des produits locaux de la part des consommateurs, bien relayée par les acteurs intermédiaires ;</p> <p>Notoriété touristique, image, permettant de valoriser les productions locales.</p>	<p>Insuffisance du nombre d'exploitants agricoles ;</p> <p>Insuffisance de production par rapports aux besoins de l'île (et termes de volume et de diversité) ;</p> <p>Rétention foncière des terres agricoles ;</p> <p>Qualité agronomique des sols et spécificité climatique ;</p> <p>Surcoût et contraintes logistiques liées au transport maritime ;</p> <p>Fragilité des exploitations agricoles en filière longue ;</p> <p>Essoufflement des associations agricoles existantes sur l'île, difficulté à mobiliser autour d'une stratégie collective ou d'un projet associatif, absence de communication autour des productions locales ;</p> <p>Faible dynamique de dialogue concerté entre acteurs, stratégies individualistes.</p>
Menaces	Opportunités
<p>Pas de transmission, disparition à terme des exploitations agricoles en filière longue, entraînant une diminution globale du nombre d'agriculteurs et principalement d'éleveurs ;</p> <p>Agrandissement des exploitations restantes avec risque accru d'enfrichement des terres ;</p> <p>Fermeture de l'abattoir de Belle-Ile ou de l'abattoir partenaire sur le continent ;</p> <p>Cristallisation des tensions entre exploitations agricoles « conventionnelles », autres agriculteurs, élus, citoyens, du fait des inquiétudes vis-à-vis des produits phytosanitaires.</p>	<p>Projet de diversification chez les agriculteurs installés ;</p> <p>Grand nombre de porteurs de projets à différents échelons de la filière (installation agricole, transformation des produits, commercialisation) ;</p> <p>Evolution du point de vente collectif ;</p> <p>Développement de démarches complémentaires de valorisation (invendus, économie circulaire).</p>

N.B : Ce panorama identifie les spécificités du système local. Ce système est évidemment influencé par des éléments « macroscopiques » : changement climatique, diminution de la biodiversité, évolution du cours mondial des matières premières agricoles, évolutions de la Politique Agricole Commune ...

L'activité agricole de Belle-Ile est en pleine mutation : on observe un essoufflement des dynamiques qui ont été à l'œuvre au cours de 15 dernières années (notamment en ce qui concerne la valorisation de la viande), mais cela s'accompagne d'une évolution des pratiques agricoles et du développement de plusieurs projets solides, avec une typologie différente des activités majoritaires jusqu'alors : production végétale, volailles etc.

Ces mutations touchent aussi le secteur de la transformation et de la distribution des produits alimentaires : fromagerie en 2015, atelier de transformation charcutière en 2019, ouverture d'une

Biocoop annoncée en 2020. De plus, une majorité de commerçants du territoire se montre volontariste quant à la valorisation de produits alimentaires locaux.

Les germes d'un renouveau sont bien présents sur l'île. Il est important de les accompagner, en assurant la concertation avec les activités existantes depuis de nombreuses années pour veiller au maintien d'un équilibre dans « l'écosystème » bellilois.

2. Quelles pistes d'actions cela permet-il d'envisager ?

Sur la base des éléments décrits précédemment, plusieurs pistes d'actions peuvent être envisagées visant à renforcer l'autonomie alimentaire du territoire, développer l'économie agricole et alimentaire ainsi que les emplois associés, tout en veillant à préserver les milieux naturels et cultivés de l'île et à diminuer les impacts environnementaux de ces filières.

Comme vu précédemment, l'organisation des circuits alimentaires sur l'île permet d'envisager une intégration plus importante de produits locaux sans difficulté majeure. En revanche, la production locale est clairement insuffisante et doit donc être au cœur de la stratégie alimentaire du territoire.

2.1. Favoriser la diversification de l'offre de produits proposés

Aujourd'hui, les productions animales extensives dominent l'activité agricole locale, qu'il s'agisse de la SAU exploitée ou du nombre d'exploitants. Ces activités permettent l'entretien et la valorisation à moindre coût énergétique et économique du parcellaire agricole. Par ailleurs, la conservation d'un cheptel minimum est indispensable au maintien de l'outil d'abattage sur l'île.

Néanmoins, une majorité d'éleveurs n'exploitent pas la totalité des parcelles agricoles détenues, et plus de 1200 ha de terres agricoles sont aujourd'hui en friche.

Par ailleurs, les attentes des consommateurs évoluent : 35 % des foyers français comptent au moins un flexitarien, c'est-à-dire une personne cherchant à limiter sa consommation de viande (Harel, 2019).

Enfin, comme le montre le tableau récapitulatif en partie C, plusieurs productions mériteraient d'être davantage représentées sur l'île : fruits, légumes, volailles (œuf et chair) particulièrement intéressantes sur l'île en l'absence de prédateurs, porc ; et ne seraient pas nécessairement en concurrence avec les activités existantes en matière de foncier agricole exploité (voir également [Tableau 11](#)).

La diversification des productions agricoles peut s'envisager soit via de nouvelles installations, soit dans le cadre d'une diversification des activités des producteurs déjà installés. Cette diversification peut également être un élément déterminant pour la transmission des exploitations agricoles existantes.

De plus, les consommateurs désireux de s'approvisionner localement plébiscitent les produits issus de l'agriculture biologique. La majorité des agriculteurs conventionnels installés sur l'île aujourd'hui n'envisagent pas pour le moment de conversion. Le développement d'une offre conséquente ne pourra donc avoir lieu que via **l'installation de nouveaux agriculteurs** désireux d'adopter ce type de pratiques.

En ce sens, l'accréditation de l'abattoir local pour permettre **l'abattage des animaux issus de l'élevage biologique** pourrait être un signal positif.

Par ailleurs, des **dispositifs d'incitation financière et d'accompagnement** à l'installation en agriculture biologique peuvent être envisagés, à l'image du dispositif mis en place par la communauté de communes AQTA : 3000 € d'aide à l'installation et un suivi personnalisé sur 3 ans du jeune installé par la Chambre d'Agriculture⁴.

Pour les agriculteurs déjà installés, le financement d'une **aide forfaitaire au remplacement** lors des journées de formation sur le continent permettrait d'offrir un appui et un encouragement à l'évolution des pratiques agricoles.

Parmi les producteurs déjà installés ne souhaitant pas envisager une labellisation bio, on recense néanmoins un certain nombre de productions de qualités, sous cahiers des charges, qui pourraient être mieux valorisées (voir p 26), et dont les cahiers des charges pourraient être réadaptés aux nouvelles préoccupations des consommateurs.

A titre indicatif, le **Tableau 11** donne l'estimation des surfaces nécessaires si l'on envisageait de produire sur Belle-Ile suffisamment d'alimentation pour nourrir les habitants. Cette estimation est basée sur l'outil de calcul développé par l'association Terre de liens⁵, sur la base de références de production nationales ou régionales et de données de performance technico-économiques avérées.

Il s'agit de données indicatives, permettant de donner l'ordre de grandeur des surfaces nécessaires et pouvant fournir une aide à la décision lors de l'analyse d'un projet d'installation.

Type d'activité	Nombre d'exploitations agricoles		Installations à effectuer	
	Actuellement	Si « 100 % local »	Nombre	Surface nécessaire
Paysans-boulangers	1 en cours	18	17	107 ha
Éleveurs bovins (lait et viande)	18	18	0	0 ha
Maraîchers	5	15	10	30 ha
Arboriculteurs	1 (2 projets)	3	2	17 ha
Éleveurs porcins	2	11	9	209 ha
Volailles (œufs et chair)	4	25	21	170 ha
Total			59	533 ha

Tableau 11 : Surface et installations nécessaires pour une alimentation "100% locale"

Ce tableau indique également qu'au vu du nombre d'éleveurs installés, il n'est pas impératif d'avoir de nouvelles installations en production de lait et de viande : toutefois, **la question de la transmission des exploitations actuelles est cruciale** si l'on ne souhaite pas voir diminuer les volumes de ces productions à moyen terme.

⁴ <http://www.auray-quiberon.fr/actualites-108/une-aide-a-linstallation-des-exploitants-agricoles-n1660.html?cHash=25dcd6231c9dc7ecb2f5fb5dbbf82cf7>

⁵ <http://convertisseur.terredeliensnormandie.org/>

2.2. Sécuriser les outils de valorisation existants par la concertation entre professionnels

Les activités de production animale dominent pour l'instant le paysage agricole bellilois. Leur valorisation dépend dans une large mesure de l'importante implication financière de la collectivité (financement de l'abattoir local, collecte de lait de vache, soutien à l'exportation des bovins vivants). La tendance est à la diminution de consommation de produits animaux : ainsi, depuis 2008, la consommation globale de viande en France a diminué de 12 %. Toutefois, cette diminution de consommation s'accompagne d'une volonté de montée en gamme de la viande consommée (CREDOC, 2018).

La viande et le lait produits sur Belle-Ile-en-Mer, du fait des pratiques extensives mises en œuvre, présentent un fort potentiel de différenciation sur un marché de « niche », aujourd'hui insuffisamment exploité du fait de la relative déshérence des associations agricoles locales.

La restructuration de filières de valorisation assurant une plus-value pour les producteurs, s'appuyant sur la prise en compte des charges de production pour le calcul du prix de revient, permettraient de sécuriser le maintien d'un cheptel suffisant dans les années à venir. Cette restructuration nécessite de s'appuyer sur la **mise en œuvre de partenariats collectifs avec des ateliers de transformation, soit sur l'île directement soit à proximité sur le continent**. Dans le cadre de filières locales à haute valeur ajoutée et assurant la pérennité des exploitations agricoles, l'abattoir et le camion de collecte garderaient toute leur place sur l'île et leur soutien par la collectivité pourrait gagner en légitimité.

Ces équipements, qui occasionnent des coûts importants, sont néanmoins de vrais leviers pour la mise en œuvre de filières locales performantes et leur remise en cause serait un bouleversement pour les activités agricoles existantes.

Jusqu'à présent, la gestion de ces outils n'a pas été envisagée en collaboration avec les éleveurs utilisateurs. Au vu des éléments cités plus haut, il serait opportun de **mettre en place un espace de concertation permettant une réflexion commune sur l'avenir de ces outils** et l'implication nécessaire de chaque partie prenante. On peut ainsi imaginer la mise en place de réunions semestrielles réunissant les services gestionnaires et les professionnels utilisateurs.

2.3. Favoriser la multiplication des débouchés

A ce jour, le nombre relativement faible de producteurs permet à ceux-ci d'écouler toute leur production via un nombre restreint de débouchés, à l'exemple des maraîchers vendant exclusivement sur les marchés de plein vent.

Dans l'optique d'une augmentation du nombre de producteurs, il est important de s'assurer d'une multiplicité de débouchés permettant à la fois d'éviter une concurrence directe et de toucher des consommateurs différents.

Plusieurs moyens peuvent ainsi être mis en œuvre de faciliter l'accès à des produits locaux :

- **AMAP** : il n'y en a pas pour l'instant sur l'île, or ce dispositif permet un accès à des produits de qualité à moindre coût pour le consommateur, contrepartie éventuellement de quelques heures de travail auprès de l'agriculteur partenaire, ce qui n'est pas négligeable à la fois d'un point de vue économique mais également pour créer du lien social.
- composition de **paniers** regroupant des productions locales (pour un public touristique)
- **boutique à horaires élargis** (entre 12 h et 14h, en soirée), systèmes de casiers automatiques,
- création de **marchés réservés aux producteurs locaux** (une fois par semaine en période estivale par exemple)
- **groupements d'achat** : permettrait d'offrir un débouché particulièrement intéressant pour la vente en direct de viande locale, avec une rémunération attractive pour le producteur et l'assurance pour le consommateur de connaître l'origine et la qualité du produit. Ces groupements peuvent être le fait de consommateurs ou de professionnels (restaurateurs par exemple). L'assurance, dans le cadre de ce type de vente, d'une rémunération attractive, permet de rentabiliser le coût d'abattage et transformation sur le continent, notamment dans le cas de la viande bovine.
- **établissement de partenariats avec les commerces du territoire** : la proactivité et volontarisme de la part des commerçants pour la commercialisation de produits locaux, ainsi que leur bonne connaissance des attentes des clients, en font des partenaires intéressants pour les agriculteurs souhaitant diversifier leurs débouchés.

Ces débouchés peuvent nécessiter, pour plus d'efficacité, que les producteurs **se regroupent sous forme de collectifs** pour commercialiser leurs produits, notamment afin de proposer des volumes plus importants ou de pallier un risque de rupture de stock.

Comme on l'a vu précédemment, la demande en produits locaux est tirée par deux catégories bien distinctes de consommateurs : des locaux sensibilisés à l'alimentation durable et des touristes en recherche d'authenticité. Ces deux catégories ont des attentes différentes en matière de présentation, de formats de produits ... en fonction des préférences personnelles des agriculteurs et des cycles d'exploitations de leur production, des complémentarités peuvent également être envisagées en matière de débouchés.

2.4. Communiquer sur les produits alimentaires locaux de manière concertée

Accroître la notoriété des productions locales, en vue d'encourager leur développement, implique la mise en place d'un **dispositif concerté de communication**.

Plusieurs données pourraient être synthétisées :

- La construction du prix : les produits locaux sont souvent perçus comme « chers », il serait intéressant de travailler à l'élaboration d'une signalétique permettant de montrer la différence de répartition des charges entre un produit local et un produit « importé ».
- Les informations sur le mode de production : la multiplication des labels et leur opacité est souvent pointée du doigt par les consommateurs. Ces dispositifs ont pour objectif d'être un

relais de « confiance » entre le producteur et le consommateur, souvent éloignés géographiquement. Des témoignages d'agriculteurs peuvent être plus parlants qu'un logo.

- Les spécificités et atouts des produits locaux, d'un point de vue social et environnemental

Ces informations pourraient ensuite servir de base à une **campagne de communication** suivie dans le temps utilisant différents relais :

- **Supports de communication** disponibles dans les établissements d'hébergement, à l'office de tourisme, dans les commerces et les locaux des autres opérateurs de tourisme (« Guide des produits locaux » avec recettes, témoignages d'éleveurs, photos ...)
- **Evènements collectifs** permettant de mettre à l'honneur les productions locales : le Comice agricole n'est organisé qu'une fois tous les deux ans, il est plutôt centré sur les animaux d'élevage mais pas sur les produits alimentaires ni les autres productions. Il pourrait être intéressant de proposer un évènement spécifique lors des années sans Comice, ou bien de faire évoluer celui-ci.
- **Evènements en partenariat avec des restaurateurs** : journée ou semaine « Opération Fourchette locale », avec une proposition de menu 100 % local, relayée dans la presse (type Semaine du goût).
- Evènementiel spécifique à certaines productions en lien avec des **dispositifs nationaux** : Concours général agricole du Salon de l'agriculture, évènement « Made in viande » ...

De manière plus générale, la plupart des acteurs rencontrés considèrent comme important de sécuriser les productions bellilloises vis-à-vis d'une concurrence déloyale avec des produits du continent qui utiliseraient la renommée du nom de Belle-Ile.

Ce risque est particulièrement important du fait de l'afflux de touristes peu informés sur les réalités de la production locale et désireux de « bien faire » en acquérant des produits dont ils pensent qu'ils contribuent à l'économie locale. La mise en place d'une **protection de l'origine**, ou tout au moins la gestion d'une mention « Certifié local » par un comité bellillois est donc un point à traiter.

2.5. Action de sensibilisation transversale

De façon générale, le nombre d'agriculteurs en pourcentage de la population active a fortement diminué au cours des 20 dernières années.

Couplé avec l'augmentation de la part de la population urbaine (plus de 75 % de la population française), ce phénomène se traduit par une perte de lien et de connaissance de la réalité de l'activité agricole.

Une majorité d'urbains assimile ainsi les zones rurales à des espaces destinés aux usages récréatifs (résidences secondaires, tourisme, sports de plein air), oubliant sa destination de production alimentaire (avec les contraintes afférentes à une telle activité). Cette perception est entretenue par des espaces de contact qui échouent à restituer la réalité de l'activité agricole : articles de presse, évènements de type Salon de l'Agriculture ...

Cela milite en faveur de la nécessité d'une part, d'incarner et d'humaniser les enjeux agricoles et inciter les agriculteurs à nouer un dialogue direct avec les consommateurs et les habitants du territoire ; et d'autre part, d'encourager des actions **favorisant la connaissance par différents publics des enjeux entourant l'agriculture et de l'alimentation locale**, afin de :

- renouer le lien entre agriculture et alimentation ;
- favoriser la réappropriation par tous les publics des réalités de la production alimentaire : climat, cycles biologiques... ;
- créer un contexte favorable au développement de nouvelles activités ;

Il peut notamment s'agir d'actions de sensibilisation et d'apprentissage à adapter à différents publics : public adulte, jeune public, acteurs socio-professionnels, acteurs politiques ; en distinguant les publics « visiteurs » et les publics « résidents à l'année ».

Ces actions peuvent mobiliser différents outils et supports : expositions, documentation, séquences pédagogiques à la ferme, modules de formation, conférences...

Afin de faciliter la mise en œuvre des différentes actions et maximiser leur efficacité, il est important de travailler de manière concertée entre acteurs locaux. L'implication des agriculteurs doit être favorisée et le cas échéant, s'accompagner d'un défraiement lors de la mobilisation de ces professionnels directement sur leur ferme. En effet, les activités pédagogiques sont une forme de diversification de l'activité agricole qui doit être valorisée.

Conclusion

Le système alimentaire de Belle-Ile-en-Mer recèle plusieurs atouts :

- Proportion élevée de producteurs travaillant en agriculture biologique et en circuits courts par rapport à la situation française moyenne
- Relais important des produits via les restaurants et commerces locaux, insularité favorable à l'établissement de circuits courts
- Image positive du territoire permettant une valorisation efficace des produits

Néanmoins, la proportion d'aliments issus du territoire par rapport au volume total d'aliments consommés est très faible (6%). **La mise en place de conditions assurant la transmission des exploitations agricoles actuelles, l'installation de nouveaux agriculteurs, la sécurisation et la diversification des productions et la communication sur les productions locales doivent donc être au cœur de la stratégie alimentaire de Belle-Ile-en-Mer.**

Ce diagnostic alimentaire permet de conclure la phase d'émergence du PAT « Vers une stratégie alimentaire à Belle-Ile-en-Mer » et offre une base d'information solide pour que les différents acteurs du territoire puissent définir ensemble des orientations stratégiques en matière de développement et d'accompagnement des activités agricoles et alimentaires pour les années à venir.

Le plan d'action sera défini lors de **deux ateliers de travail** réunissant les membres du Comité Agricole et alimentaire bellilois.

Bibliographie

AGRESTE, Mémento Alimentation, Les consommations par produits, 2015, 4 p, consulté en ligne : <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/mementos-951/article/memento-alimentation-10864>

Communauté de Communes de Belle-Ile-en-Mer, 2016, Projet Agro-Environnemental et Climatique, 67 p.

CHARGE D., 2018, Les fiches de FranceAgriMer, Filière Lait, 2 p.

FONTAINE P., 2017, La France des circuits-courts, INRA, consulté en ligne : <http://www.inra.fr/Grand-public/Economie-et-societe/Tous-les-dossiers/Circuits-courts-du-producteur-au-consommateur/Typologie-des-circuits-courts>)

HAREL C., 2019, Flexitarisme, tendance de fond ? d'après Kantar WorldPanel, LSA Commerce et consommation, consulté en ligne : <https://www.lsa-conso.fr/flexitarisme-effet-de-mode-ou-tendance-de-fond,274117>

INTERBEV, 2017, Enquête IPSOS « Les Français et la consommation de viande », Dossier de presse, 14 p.

LELAURE V. et al, 2011, Diagnostic des circuits alimentaires de proximité sur un territoire, Les carnets pro de Liproco, n°7, 16 p, consulté en ligne : <http://liproco-circuits-courts.com>

MARQUET A., 2016, Références techniques, économiques et sociales en maraîchage biologique diversifié, AgroBio Basse-Normandie, 31 p.

TAVOULARIS G., 2018, Les nouvelles générations transforment la consommation de viande, Consommation et modes de vie, n° 300, 4p, CREDOC

UTOPIES, 2017, Autonomie alimentaire des villes : état des lieux et enjeux pour la filière agro-alimentaire française. Note de position n°12

Cette association loi 1901 a été créée en 2006 suite à l'impossibilité, pour des raisons sanitaires, d'utiliser l'ancien abattoir de l'île pour l'abattage de gros bovins. Les éleveurs étaient également confrontés à des difficultés de commercialisation d'une partie des pièces de viande (absence d'atelier de transformation sur l'île) et étaient à la recherche de débouchés complémentaires.

Ils ont alors démarché plusieurs entreprises pour trouver des partenaires, et obtenu, via l'interprofession (INTERBEV) un agrément pour pouvoir communiquer sur une viande de Belle-Ile, ou « Viande Bovine des Embruns », dont la production doit respecter le cahier des charges suivants :

- animaux élevés à Belle-Ile au moins à partir du sevrage
- poids carcasse supérieur à 250 kg
- élevage en plein air (hors période hivernale)
- alimentation à base de fourrages naturels principalement issus de l'exploitation

L'association, présidée depuis 2010 par M. Pierrick Thomas (éleveur de bovins et ovins sur la commune de Locmaria) regroupe aujourd'hui :

- 14 éleveurs bovins
- une entreprise d'abattage et de commercialisation, la SAS Bichon GL, qui détient une partie de l'abattoir de la Chataigneraie, en Vendée.
- la SAS BOUCHAUD, société de transport d'animaux qui assure le transport en camion des bovins jusqu'à l'abattoir,
- le boucher de Le Palais,
- les deux supermarchés de l'île.

A l'origine, elle avait trois objectifs :

- développer et pérenniser l'élevage bovin bellilois, via une meilleure rémunération des éleveurs pour les animaux écoulés via cette filière. Les animaux de race laitière ou mixte sont vendus au prix du marché majoré de 0.20 €/kg, les animaux de race à viande sont vendus sur la base des grilles de prix Label Rouge.
- structurer une filière entre producteurs, transporteurs, transformateurs et distributeurs, en assurant la commercialisation de la totalité de la viande produite. L'entreprise partenaire prenait en charge l'abattage, la découpe et la transformation de la viande, ainsi que la commercialisation de l'intégralité des carcasses auprès d'une large gamme de clients. L'entreprise d'abattage s'était engagée à transporter la viande jusqu'à Quiberon sur demande des bouchers de l'île.
- assurer la promotion et le contrôle de la filière.

La situation a beaucoup évolué depuis la création de l'association. Les relations entre partenaires se sont dégradées, plusieurs éleveurs ont cessé d'avoir recours à l'association.

Le nombre total d'éleveurs bovins sur Belle-Ile a diminué, il leur est donc plus difficile d'avoir du poids lors des négociations.

En 2019, par suite de difficultés financières, l'établissement qui réalisait l'abattage et la découpe de la viande (COVIA, Challans) a été placé en liquidation judiciaire. Les activités ont donc été déplacées sur un autre site en Vendée (La Chataigneraie).

Aujourd'hui, cette filière semble peu adaptée à la commercialisation de viande en vente directe ou en circuits courts, les éleveurs n'ayant pas la possibilité de récupérer la viande découpée.

Cette association loi 1901 a été créée en 1994 afin de valoriser la production ovine de l'île. Elle est, depuis 2014, présidée par M. Jérôme Le Doux, éleveur ovin à Borfloch, Le Palais.

A l'origine, l'objectif de l'association était de regrouper l'ensemble des éleveurs ovins pour communiquer et promouvoir la filière. Néanmoins, au cours des années, des dissensions sont apparues entre producteurs, notamment en ce qui concerne le cahier des charges de production.

Actuellement, l'association regroupe quatre fermes, avec un cheptel d'environ 400 brebis et une production d'environ 500 agneaux par an.

L'abattage a lieu à l'abattoir de l'île. La quasi-totalité de la viande est découpée et écoulée sous le label « Agneau du large », uniquement via la boucherie de Le Palais, membre de l'association.

Commercialiser sous cette marque implique le respect d'un cahier des charges partagé par l'ensemble des membres. Les agneaux doivent naître à Belle-Ile, passer au minimum 60 jours au pré et ne se nourrir que de produits issus de la ferme. Ils doivent être nourris essentiellement d'herbe et la complémentation de la ration en céréales doit être inférieure à 500 g/ jour.

Les membres de l'association adhèrent aussi à la coopérative Ovi Ouest basée dans l'Ille-et-Vilaine (Noyal-sur-Vilaine), et payent une cotisation variable selon l'effectif du troupeau. La coopérative joue le rôle d'intermédiaire entre les éleveurs bellilois et l'association : la viande est achetée par Ovi Ouest qui paie les éleveurs et revend à l'association.

Les éleveurs qui commercialisent via ce débouché en sont globalement satisfaits.

Les agneaux qui sont produits par les éleveurs non-membres de l'association, et donc ne sont pas vendus sous la marque « Agneau du large », sont soit commercialisés avec une mention type « Agneau de l'île » ou « Agneau de Belle-Ile », qui n'a rien d'officiel ou de formel, ou alors directement avec le nom de la ferme.