



UNION EUROPÉENNE  
UNANIEZH EUROPA



L'Europe s'engage  
en Bretagne /



Avec le Fonds européen agricole pour le développement rural :  
L'Europe investit dans les zones rurales



## PROJET FOCAL

### COMPTE-RENDU DE LA RÉUNION du 08.10.2020

**Participants** **Thibaut THIERRY** (Directeur Développement PNRA), **Solène LARZUL** (Responsable du projet PNRA), **Louis-Marie GUILLON** (Chargé de mission PNRA), **Claire AMIL** (Chargée de mission Agriculture et Bocage SBE) ;

Rémy THEPAUT, Alain JONCOUR, Christian LEON, Yollande TALLEC, Jean-Luc CARIOU, Didier LE GAC, Benoît et Olivier COLLOREC, René BELLOUR, Gillian et Siphe SCHAAP, Yveline NEDELEC, Gwendoline PINCHAULT, Michel ARGOUARC'H, Sébastien PERON, Myriam LACROIX, Eric LE BOURHIS, Sylvain LE TREUST, Olivier GLINEC, Dominique COTONNEC, **éleveurs bovins** ;

Fabrice NORMAND, boucher

**Excusés** Thomas DANTEC, Erwan LE ROUX, Christophe MOUTARDE, Gwénaëlle ROUX, Ronan CARAES, Marie-José GOARNISSON, Alain TOSSER

**Ordre du jour**

- Présentation du projet
- Effets de levier du collectif
- Initiatives collectives intéressantes et transposables sur le territoire
- Présentation des différentes opportunités de collectifs
- Travail par petits groupes sur 5 ateliers
- Etablissement d'un calendrier d'actions

Mené conjointement par le Parc Naturel Régional d'Armorique et le Syndicat du Bassin Versant de l'Elorn, le projet FOCAL lancé au printemps vise à étudier l'opportunité d'organisations collectives entre les éleveurs bovins – Lait et Viande – de ce territoire partagé.

Les objectifs sont multiples :

- mieux valoriser les produits issus de systèmes herbagers (marque commune, diminution du nombre d'intermédiaires ou négociation, mutualisation...)
- développer des filières territorialisées (structuration de filières, transformation, logistique, commercialisation, distribution, lien entre acteurs),
- proposer une alimentation saine, durable et locale pour les consommateurs.

Après un rappel de l'historique et du contexte du projet FOCAL, un tour de table a été réalisé car pour penser collectif, il faut avant tout commencer par mieux se connaître.

Sylvain LE TREUST a souligné le besoin de prendre le temps de bien connaître les problématiques de chacun des éleveurs afin de mieux cerner le mode de collectif à construire.

Yveline NEDELEC a exprimé la difficulté de garder sa clientèle sur le long terme, notamment dans un contexte où les recommandations tendent à freiner la consommation de viande.

Le premier a ajouté que selon lui, il fallait vendre du rêve, faire visiter la ferme, informer sur le type de viande fourni, établir une relation de confiance avec les clients car ils font un acte politique en optant pour ses produits, en permettant à une famille d'en vivre.

Sébastien PERON exprime son désarroi quant à la difficulté de négocier avec les bouchers des GMS et la fixation unilatérale des prix.

Rémy THEPAUT a lui abordé la difficulté de trouver un bon boucher pour la découpe dans son labo. Il a également insisté sur le fait qu'il fallait d'abord aborder collectivement la commercialisation selon lui. Quant à la restauration collective et sa plateforme Agrilocal, ce pourrait être une solution, surtout si les éleveurs s'organisent en amont, mais attention aux prix, aux commandes par « à-coup » et aux délais entre la fin d'appel d'offre et la livraison.

Après ce temps d'échanges, une présentation a été faite sur les objectifs du projet, les intérêts de la mutualisation, les différents modes de collectifs et les actions possibles à court et moyen termes afin de créer une dynamique de groupe.

**La présentation PPT, ainsi que le compte-rendu de la journée d'échanges de l'an dernier sont disponibles par mail sur demande.**

A noter que pour cette 1<sup>ère</sup> réunion, les éleveurs laitiers étaient malheureusement très peu représentés. Est-ce révélateur d'un manque d'intérêt (ou de temps tout simplement !) ou d'une difficulté à se projeter dans un projet collectif ? Pourtant plusieurs pistes d'actions existent. Il conviendra de revenir vers eux, peut-être individuellement dans un 1<sup>er</sup> temps, afin de mieux cerner leurs attentes et leurs freins.

**Suite aux différents échanges, 3 constats majeurs sont ressortis lors de cette réunion :**

- **la problématique de la découpe : manque de prestataires, prix de la prestation**
- **la volonté de mieux valoriser la viande issue de systèmes herbagers en affichant une marque commune, liée au territoire (Appellation Parc trop peu exploitée)**
- **la nécessité de s'organiser pour la commercialisation afin de trouver des clients et d'élargir la clientèle potentielle (planification), tout en mutualisant le temps de travail et les compétences de chacun**

Afin d'approfondir la réflexion en petits groupes, il a été proposé aux participants de rejoindre un atelier parmi les 5 proposés et 4 tables rondes se sont alors constituées, selon les thématiques suivantes :

## ➤ Négociation collective (Solène LARZUL)

Participants : Yveline NEDELEC, Benoît COLLOREC, Gillian et Sipe SCHAAP

La négociation collective peut être envisagée à plusieurs étapes de la chaîne de production :

- Au niveau du ramassage des bêtes pour l'abattoir : possibilité de négocier une prestation, de même pour le transport des carcasses
- Au niveau des frais de découpe et de conditionnement  
Beaucoup de variabilité entre les prix pratiqués et facturés aux éleveurs et également dans la qualité de la découpe, avec un rendement carcasse allant de 66 à 80%  
-> Facturation au kg plus intéressante qu'à l'heure pour une meilleure valorisation de la bête
- Au niveau du stockage des produits sur l'exploitation : achat groupé de chambres froides individuelles (ou location/maintenance)
- Au niveau des prix de vente  
Négociation auprès des collectivités (loi Egalim), des GMS
- Au niveau de la distribution des produits : possibilité de négocier une prestation de livraison, une fois les circuits de commercialisation établis (d'autres produits que la viande pourraient être distribués en même temps -> cf « la tournée paysanne » (44))

Sur quels critères pourrait se faire la négociation ?

- Le volume pour le prestataire (économie d'échelle et assurance d'une clientèle)
- La qualité pour le client (label/ marque, produit local, valorisation du territoire)

Pistes d'actions :

- ➔ recensement des différents prestataires et des tarifs pratiqués (enquête auprès des éleveurs travaillant déjà avec un prestataire),
- ➔ calcul/évaluation d'un coût de prestation de découpe acceptable pour tout le monde
- ➔ étude comparative entre le recours à un prestataire ou à un salarié
- ➔ Recherche de scénarii existants avec atelier de découpe itinérant
- ➔ Se renseigner sur les prix d'achats en restauration collective et les coefficients appliqués sur la viande bovine par les intermédiaires

## ➤ Atelier collectif ou partagé (Thibaut THIERRY)

Participants : Alain JONCOUR, Christian LEON, Yollande TALLEC, Jean-Luc CARIOU, Michel ARGOUARC'H

L'idée d'un atelier partagé ressort des discussions, la place du boucher étant centrale dans la définition du projet (relevé par l'ensemble des participants).

L'idéal serait un atelier de découpe et préparation associé à l'abattoir du Faou, ou à défaut une prestation qui associe le transport de la carcasse depuis l'abattoir au laboratoire de transformation.

Une prestation partagée de découpe, mise sous vide et étiquetage localisée en un lieu semble la plus pertinente (gage de sérieux vis-à-vis des clients, satisfaction). Elle représente en

général 1/3 du prix vendu (1000 €/400kg). Prestataires cités actuellement : Kig Segal (ne prend plus de clients), TVR,...

Une éducation du client sur la diversité des pièces de viande s'avère importante, pour dépasser la demande croissante de steak haché.

Cette première transformation est une alternative à la vente sur pied, moins rémunératrice, même sous label.

La notion de démarche collective en matière de commercialisation ne semble pas émerger, cette dernière nécessiterait l'intervention d'un commercial, possibilité au vu de l'hétérogénéité des carcasses ?

### ➤ Marque ou communication commune (Louis-Marie GUILLON)

Participants : Rémy THEPAUT (Loqueffret), Gwendoline PINCHAUT (St Rivoal), Sylvain LE TREUST et Myriam LACROIX (St Rivoal), Sébastien PERON (Commana), Fabrice NORMAND (Boucher à Taulé, prestation découpe chez Rémy THEPAUT)

- Quel produit ?  
viande bovine, voire distinction ?
- Quelles valeurs ?  
Mots-clés exprimés: environnement préservé ("Parc naturel"), accueil-ouverture-convivialité-traçabilité  
pratiques/systèmes: lien au sol, au paysage et au territoire fort ("Armorique: paysage de landes des Monts d'Arrée"), pratiques respectueuses de l'environnement, autonomie des exploitations (fourrages)  
NB: on retrouve les entrées de la marque "valeurs parc": ancrage territoire, environnement, dimension humaine
- Avec qui ?  
Pas forcément en circuit court, mais en filière locale (nécessité d'une proximité géographique entre producteurs- consommateurs) en petit collectif (dimension humaine, interconnaissance...)
- Comment ?  
Définir ensemble un référentiel "marque" pour les éleveurs (systèmes herbagers, entretien-valorisation des landes, tourbières...)  
S'atteler rapidement à la recherche d'une clientèle (qui forcément existe autour de ces "valeurs") en prospectant-démarchant les interlocuteurs locaux dans les points de vente-achat existants sur le département: GMS (Leclerc, Intermarché...), restauration collective dans les communes et com com, restauration commerciale...?  
NB: inutile de faire une "étude de marché" qui s'intéresserait au choix et comportement de consommateurs lambda.
- Délais ?  
Au plus vite...

## ➤ Mutualisation de la commercialisation (Claire AMIL)

Participants : Didier LE GAC, Eric LE BOURHIS, René LE BELLOUR, Dominique COTONNEC

L'objectif partagé par tous : **trouver des clients**

Ils ont besoin d'aide pour organiser le lien au client mais par contre ils sont prêts à s'adapter sur le type d'unité commercialisé.

Plusieurs sites / idées ont été cités :

- Site internet : « Okdran » » (le bon coin de la viande), « Le bœuf d'herbe »
- Mise en commun de la clientèle : quand un des gars ne peut pas fournir, donner le contact du collègue OU une association de producteurs dans lequel les clients choisiraient.  
Parce que chacun se trouve trop petit pour répondre à des gros marchés...  
Cela veut dire avoir un produit régulier et que chacun s'engage dans la qualité de ses vaches, établir un cahier des charges de conformité. Il faudrait aussi se faire des visites chez les uns et les autres.

Clients

- Resto co
- CE d'entreprises brestoises (à priori un regroupement de CE existe)
- magasin collectifs, AMAP, et magasins de Paris (type Poireaux de Marguerite, le local à Rungis, les nouveaux robinson, etc ) = travailler avec des collectif engagés. + être
- est ce qu'il existe un réseau des bouchers ?

Bien étudié tous les postes, notamment la livraison pour bien juger de la rentabilité de la chose...

Pistes d'actions :

- Aller voir la CUMA de découpe de Kig Bro Léon
- Recenser les clients et les formes de clientèles
- Besoin de savoir si les gens achèteraient plus avec un label parc ou système herbager...
- Signe de qualité qui serait valide pour la loi Egalim
- 1 er trimestre 2021 : tenter une réponse en collectif pour voir comment ça marche...

## ➤ Partage de matériel et/ou salarié

Cet atelier n'a pas été choisi lors de la réunion. Toutefois, les autres ateliers ont abordé ce thème, peut-être un peu transversal.

La visite prochaine de la CUMA viande Kig Bro Leon permettra de l'aborder de façon plus concrète.

## ETAPES A VENIR :

### ➤ POUR LA VIANDE :

- D'ici fin 2020 :
  - **Pièçage d'une carcasse bovine**, afin de visualiser les différents morceaux ainsi que leurs potentiels clients :  
mardi **17 novembre**, fin de matinée, Loqueffret (à confirmer)
  - **Formation** sur les démarches à suivre pour créer un **labo collectif**, les points de vigilance et la **règlementation sanitaire**. Intervention d'Yves ARNAUD, formateur en transformation des viandes – hygiène à Aurillac :  
mardi **17 novembre** après-midi, lieu à définir (à confirmer)
  - **Visite d'un atelier collectif** (CUMA Kig Bro Leon)  
Date à fixer (en attente des disponibilités de la CUMA)
- A partir de janvier 2021
  - **Rencontre entre éleveurs et restaurateurs** (restauration collective et privée), bouchers (artisans, GMS...) et associations de consommateurs (= panel de clients)
  - Etablissement d'un **référentiel commun pour la viande** / Travail de réflexion sur l'adaptation au territoire du cahier des charges national « Marque Valeurs Parc »  
Un petit groupe de travail doit idéalement se mettre en place rapidement.  
Merci aux personnes intéressées et motivées de se faire connaître.

### ➤ POUR LE LAIT :

- Entretiens individuels à la ferme
- **Visite d'une exploitation** en système herbager, avec transformation du lait et vente à la restauration collective principalement
- Rencontre avec **Sten MARC, fromager affineur**, intéressé pour contribuer au développement d'un nouveau fromage breton
- Réflexion sur la STG (spécialité traditionnelle garantie) « **Lait de foin** »

A tout moment, toute idée ou proposition supplémentaire est la bienvenue !

De même, si certains éleveurs se sentent de venir représenter le futur collectif lors de prises de contact avec des bouchers, restaurateurs, prestataires, distributeurs ou autres clients, qu'ils n'hésitent pas à se faire connaître.

### ▲ NOTER :

Dans un souci de respect de l'environnement et afin d'éviter d'importuner les personnes qui ne seraient pas intéressées par ce projet (actuellement, liste de 125 contacts ayant contracté des MAEC système de niveaux I et II sur le territoire concerné), **les prochaines News, comptes-rendus et invitations à des événements ne seront envoyés qu'aux personnes se faisant connaître auprès de Solène LARZUL ([solene.larzul@pnr-armorique.fr](mailto:solene.larzul@pnr-armorique.fr))**.