

LES CHIFFRES DE LA BIO SONT AU VERT

+ 16 % DE SURFACES CONDUITES EN BIO EN 2009

+ 24% D'EXPLOITATIONS BIO EN FRANCE EN 2009

UN MARCHÉ EN EXPANSION MALGRE LE CONTEXTE DE CRISE

En Bio, les résultats 2009 sont au vert et les premières estimations 2010 confirment la tendance.

Côté production, jamais une aussi forte hausse du nombre d'exploitations bio n'a été enregistrée en France. En 2009, 3 769 nouvelles exploitations se sont engagées en bio, soit plus de 300 en moyenne chaque mois. Fin 2009, on comptait ainsi 16 446 exploitations agricoles bio, +23,7% par rapport à 2008, et 677 513 hectares de terres conduites en bio (+16% vs 2008). Fin 2009, la part



des exploitations « bio » était estimée à 3,14% des exploitations françaises et celle des surfaces bio à 2,46% de la surface agricole utilisée (SAU) en France métropolitaine.

Côté consommation, la valeur des ventes des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique est estimée à 3 milliards d'euros pour 2009, soit un quasi doublement par rapport à 2005 (1,6 milliard d'euros) et une augmentation de 400 millions d'euros par rapport à 2008. La Bio est également de plus en plus présente dans les restaurants collectifs dont les achats ont plus que doublé en 1 an, en passant de 44 millions d'euros en 2008 à 92 millions en 2009.

C'est donc pour exprimer et soutenir cette croissance de la Bio en France que les acteurs des filières bio se mobilisent pour la 11^{ème} année consécutive à l'occasion de Printemps BIO. Du 1^{er} au 15 juin prochains, ils iront à la rencontre des consommateurs pour expliquer les fondamentaux de ce mode de production respectueux des équilibres naturels.

Consommation : tendance de fond à la hausse

Avec 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le marché de l'alimentation bio atteint 1,9% du marché alimentaire total, contre 1,1% en 2005. Entre 2008 et 2009, le chiffre d'affaires des produits bio a progressé de 19% et les premiers chiffres 2010 confirment cette dynamique de croissance. En effet, selon les estimations d'IRI relatives à l'évolution d'une partie des ventes de produits bio en GMS (45% des parts de marché bio) au cours du 1^{er} trimestre 2010, la hausse se poursuit : +35% sur les boissons bio hors vin, +20% sur certains produits frais, +18% sur l'épicerie.

Le bond des surfaces en conversion : +86%

L'année 2009 s'est distinguée par une forte progression des surfaces en conversion : +86%. Cette croissance, qui va permettre de poursuivre le développement de l'offre française en produits bio, est la traduction de la mobilisation des producteurs et entreprises de stockage, conditionnement, transformation, distribution pour répondre aux attentes des consommateurs : entre 2008 et 2009, le nombre total d'opérateurs en bio a augmenté de 21%, pour atteindre 25 203 intervenants : 16 446 producteurs, 6352 préparateurs, 2 233 distributeurs et 172 importateurs.

Toujours plus de Bio en restauration collective

La part des établissements de restauration collective proposant des produits bio, ne serait-ce que de temps en temps, a progressé de 4 points en une année, passant de 36% en 2009 à 40% en 2010, soit 29 000 établissements environ. D'ici 2 ans, ce taux pourrait atteindre 77% puisque 37% de restaurants collectifs supplémentaires disent avoir l'intention d'introduire des produits bio d'ici 2012, de manière certaine ou probable.

De plus, la valeur des achats d'ingrédients bio effectués par les restaurants collectifs, qui a plus que doublé en 1 an (de 44 millions d'euros en 2008 à 92 millions en 2009), devrait également poursuivre sa progression avec une augmentation de la fréquence d'introduction des produits bio pour les convives. En 2010, 49% des restaurants collectifs proposant de la bio servent des produits ou ingrédients bio au moins une fois par mois (vs 36% en 2009) et 13% tous les jours (vs 5% en 2009).

Printemps BIO : 15 jours pour en savoir plus sur la Bio

Pour la onzième année consécutive, les professionnels de l'agriculture biologique iront à la rencontre du public lors du grand rendez-vous annuel de Printemps BIO. Du 1^{er} au 15 juin, dans toutes les régions de France, ils expliqueront les fondamentaux de ce mode de production, notamment fondé sur la non utilisation des produits chimiques de synthèse et la non utilisation des OGM. Les professionnels de la Bio seront présents aux côtés des consommateurs, des fermes jusqu'aux magasins, pour répondre à leurs questions et leur proposer des produits bio à déguster. Le programme des centaines d'animations prévues cette année est actualisé sur le site dédié à l'événement : www.printempsbio.com

Dans ce cadre, l'Agence BIO organise des rencontres nationales, le **mardi 8 juin, à Paris**, sur la **dynamique de développement de l'agriculture biologique et l'introduction de produits biologiques en restauration collective**.

1^{ère} édition du SIAD, du 3 au 5 juin, à Agen

La 1^{ère} édition du SIAD, Salon international du bio et de l'agri-durable, organisé par Orgagri, en collaboration avec les professionnels Aquitains de l'agriculture et de l'agro-alimentaire, se déroulera du 3 au 5 juin 2010, au Parc des expositions d'Agen. Ce salon, totalement dédié aux bonnes pratiques agricoles, a pour objectif de faire émerger un modèle responsable sur le plan environnemental, viable sur le plan économique et équitable sur le plan social : l'agri-durable, en démontrant ses atouts économiques et en apportant tous les outils et les solutions pour sa mise en œuvre.

SOMMAIRE

LA BIO EN CHIFFRES

Les chiffres de la filière bio en 2009
300 nouvelles exploitations bio engagées chaque mois p.5

Chiffres 2009 / premières tendances 2010 du marché de la Bio :
le marché quasi doublé en 4 ans p.12

Chiffres 2010 de l'observatoire de la bio en restauration collective
2 fois plus d'achats bio en 1 an p.18

PRINTEMPS BIO : PREMIERE QUINZAINE DE JUIN, DANS TOUTE LA FRANCE

1^{er} au 15 juin 2010 : 11^{ème} édition de Printemps BIO p.25

Printemps BIO : 5 interprofessions mobilisées pour des actions d'information p.27

8 juin 2010 : les rencontres nationales de l'Agence BIO
sur la bio en restauration collective p.29

LES PROCHAINS GRANDS RENDEZ-VOUS DE LA BIO

L'Agenda de la BIO p.32

1^{ère} édition du SIAD, à Agen p.33

Tech&bio élevage p.34

La minute bio sur M6 p.35

La campagne de communication européenne www.organic-farming p.37

Rappel : les lauréats des trophées de l'excellence bio p.38

EN SAVOIR PLUS SUR LA BIO

Le nouveau logo bio de l'Union européenne :
obligatoire à partir du 1^{er} juillet 2010 p.41

Agriculture biologique : le point sur la réglementation p.42

LA BIO EN CHIFFRES

LES CHIFFRES DE LA FILIERE BIO EN 2009 : 300 NOUVELLES EXPLOITATIONS BIO ENGAGEES CHAQUE MOIS

Fin 2009, 16 446 exploitations agricoles étaient engagées en agriculture biologique, soit une augmentation de +23,7% par rapport à 2008. En 2009, 3 769 nouvelles exploitations se sont engagées en bio, soit 300 de plus chaque mois. Fin 2009, les exploitations « bio » représentaient 3,14% des exploitations françaises.

En 2009, la superficie en mode de production biologique était de 677 513 ha (+16% par rapport à 2008), dont 151 875 ha en conversion. Les surfaces conduites en bio représentaient 2,46% de la surface agricole utilisée (SAU) en France métropolitaine.

L'année 2009 s'est distinguée par une forte progression des surfaces en conversion : +86%. Les surfaces certifiées « bio » ont, quant à elles, augmenté de +5%.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009/2008
Nbre d'exploitations en mode de production biologique	11 288	11 359	11 059	11 402	11 640	11 978	13 298	16 446	23,7%
Surfaces en mode de production biologique (en ha)	517 965	550 990	534 037	550 488	552 824	557 133	583 799	677 513	16%
<i>dont surfaces certifiées "bio"</i>	342 406	406 338	468 476	504 536	499 589	497 314	502 234	525 638	5%
<i>dont surfaces en conversion</i>	175 559	144 652	65 561	45 952	53 235	59 819	81 565	151 875	86%
Part des surfaces en mode de production bio dans la SAU ⁽¹⁾	1,75%	1,87%	1,93%	1,99%	2,00%	2,02%	2,12%	2,46	
Part des exploitations bio dans l'ensemble des exploitations agricoles en France ⁽²⁾	1,8%	1,8%	1,8%	2,0%	2,1%	2,3%	2,6%	3,1%	

(1) Données 2009 semi-définitives de la SAU française métropolitaine/ Agreste

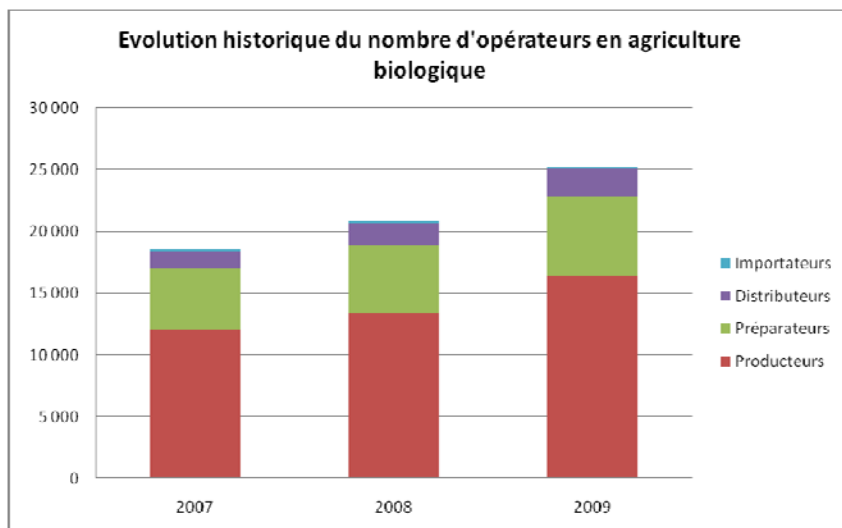
(2) Données Agreste pour 2000, 2005 et 2007, les autres années sont estimées par extrapolation

Source : Agence Bio / OC

+21% d'opérateurs engagés en bio

Fin 2009, on comptait un total de 25 203 opérateurs engagés en bio en France.

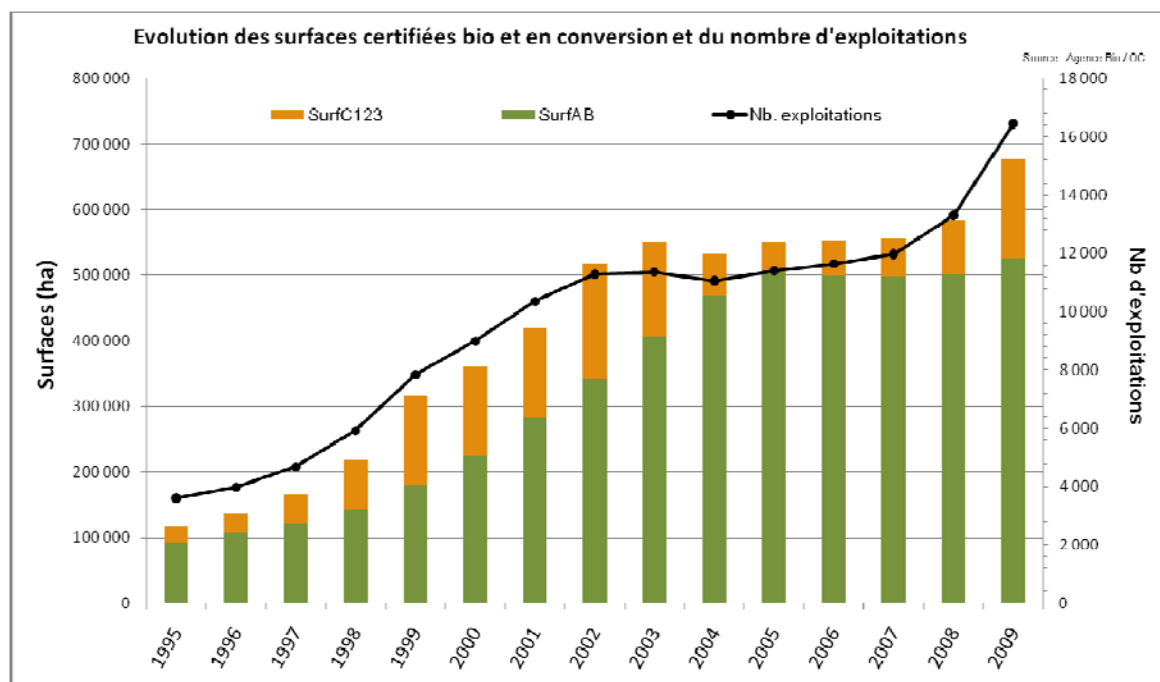
Leur nombre a globalement augmenté de 21% par rapport à 2008. Producteurs, préparateurs et distributeurs sont concernés par la hausse.



Plus de 300 nouvelles exploitations bio engagées chaque mois en 2009

3 769 exploitations se sont nouvellement engagées en bio en 2009. Dans le même temps, 621 exploitations ont cessé l'activité biologique. Il s'ensuit que la progression nette a été de 3148 exploitations bio en 2009 par rapport à 2008. Il s'agit de la plus forte progression jamais connue depuis 1995.

Au cours des 4 premiers mois de l'année 2010, la tendance à la hausse s'est consolidée avec près de 1 500 nouveaux producteurs engagés dans la production biologique.



Nombre d'exploitations cultivant selon le mode de production biologique depuis 1995 et évolution annuelle (net des arrêts) :

Année	Nb. exploitations	Evolution annuelle
1995	3 602	
1996	3 977	375
1997	4 680	703
1998	5 914	1 234
1999	7 834	1 920
2000	8 985	1 151
2001	10 364	1 379
2002	11 288	924
2003	11 359	71
2004	11 059	-300
2005	11 402	343
2006	11 640	238
2007	11 978	338
2008	13 298	1 320
2009	16 446	3 148

Source : Agence BIO

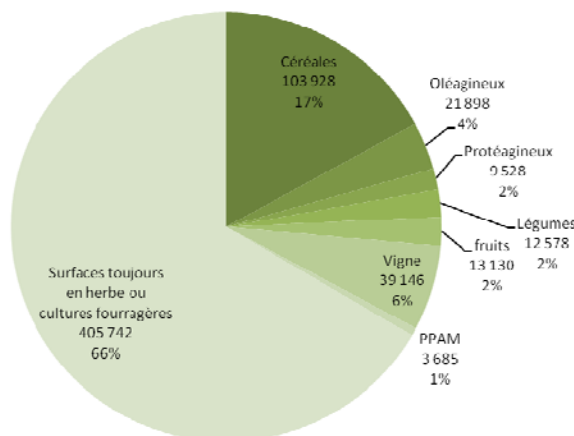
Plus de 677 000 ha en mode de production biologique en 2009 dont 22% en conversion

En 2009, la superficie totale en mode de production biologique était de 677 513 ha, soit une progression de près de +16% par rapport à 2008. Ces surfaces conduites en respectant le cahier des charges de l'agriculture biologique, qualifiées de surfaces « en mode de production biologique », ou « conduites en bio », regroupent :

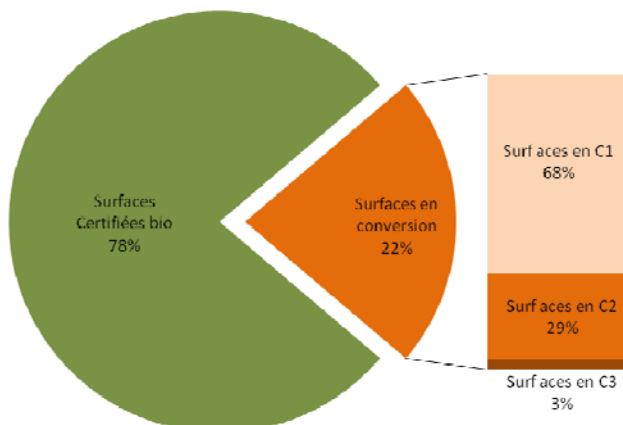
- les surfaces dites certifiées bio, qui rassemblent les parcelles dont la période de conversion est terminée. Les productions issues de ces parcelles peuvent donc être commercialisées avec la mention « bio » ou « biologique ». En 2009, ces surfaces représentaient 525 658 ha, en hausse de +4,7% par rapport à 2008 ;
- les surfaces en conversion (avec une durée de conversion variant de 2 ans pour les cultures annuelles à 3 ans pour les cultures pérennes). Ces surfaces en conversion représentaient 151 875 ha, soit une progression de 86,2% par rapport à 2008.

Les surfaces en mode de production biologique représentaient, en 2009, 2,46% de la surface agricole utilisée (SAU) nationale.

Répartition par filière des surfaces certifiées bio et en conversion en 2009 (en ha)



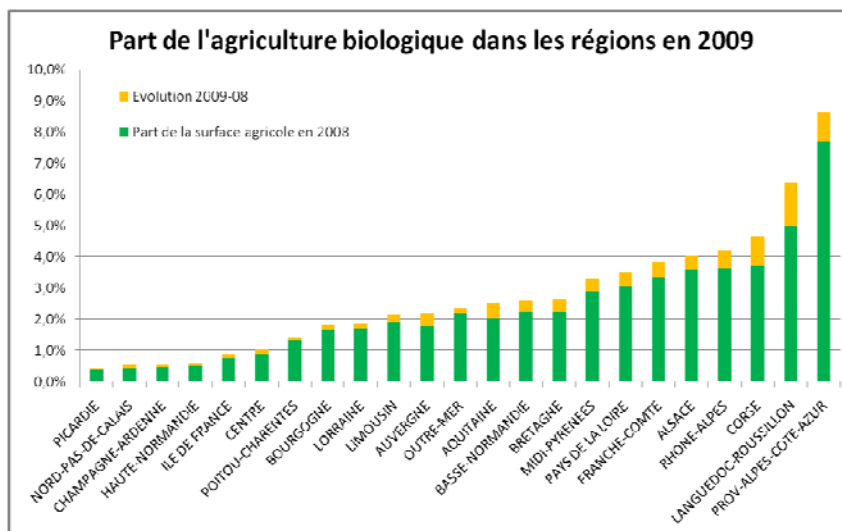
Répartition des surfaces certifiées bio et en conversion en 2009



Les régions championnes de la bio

En moyenne, les surfaces conduites en bio ont augmenté de 16,1% en France entre 2008 et 2009.

- **Provence Alpes Côte d'Azur**, 1^{ère} région en part de SAU bio avec près de 9% de SAU bio en 2009.
- **Languedoc-Roussillon**, région qui a connu la plus forte augmentation de SAU bio entre 2008 et 2009 avec +27,5%.
- **Midi-Pyrénées**, 1^{ère} région en surface bio avec 77 385 ha en 2009.
- **Rhône-Alpes**, 1^{ère} région en nombre d'exploitations bio avec 1 919 exploitations bio en 2009.



Un développement des surfaces dans toutes les Régions de France

	Nb exploit	% / 2008	Surfaces certifiées AB	Surfaces en conversion	Surfaces totales	Evolution des surfaces totales par rapport à 2008	% conversion / total bio	% de la SAU en 2009
ALSACE	427	13,0%	10 970	2 600	13 570	12,5%	19,2%	4,0%
AQUITAINE	1 411	25,4%	25 851	9 400	35 251	23,0%	26,7%	2,5%
AUVERGNE	674	28,4%	25 531	7 525	33 057	22,3%	22,8%	2,2%
BASSE-NORMANDIE	590	19,2%	24 515	7 350	31 865	15,8%	23,1%	2,6%
BOURGOGNE	624	22,1%	26 346	6 034	32 380	11,3%	18,6%	1,8%
BRETAGNE	1 292	22,2%	35 471	8 391	43 862	18,6%	19,1%	2,6%
CENTRE	532	24,9%	19 058	6 239	25 297	20,1%	24,7%	1,1%
CHAMPAGNE-ARDENNE	210	22,1%	6 775	2 192	8 967	18,3%	24,4%	0,6%
CORSE	182	19,7%	5 288	1 969	7 257	25,4%	27,1%	4,7%
FRANCHE-COMTE	387	18,0%	21 211	4 171	25 382	13,1%	16,4%	3,8%
HAUTE-NORMANDIE	108	24,1%	3 288	1 279	4 567	10,5%	28,0%	0,6%
ILE DE FRANCE	120	34,8%	4 436	772	5 208	15,6%	14,8%	0,9%
LANGUEDOC-ROUSSILLON	1 785	34,9%	40 962	19 641	60 602	27,5%	32,4%	6,4%
LIMOUSIN	351	15,8%	14 846	3 538	18 383	12,7%	19,2%	2,2%
LORRAINE	283	18,9%	17 974	3 242	21 216	10,0%	15,3%	1,9%
MIDI-PYRENEES	1 618	21,7%	60 581	16 804	77 385	14,1%	21,7%	3,3%
NORD-PAS-DE-CALAIS	177	19,6%	3 710	716	4 425	25,2%	16,2%	0,5%
OUTRE-MER	121	11,0%	2 323	740	3 063	7,7%	24,1%	2,4%
PAYS DE LA LOIRE	1 437	21,7%	59 258	15 940	75 197	14,1%	21,2%	3,5%
PICARDIE	142	16,4%	4 610	1 309	5 919	7,9%	22,1%	0,4%
POITOU-CHARENTES	536	16,3%	20 319	4 542	24 861	7,7%	18,3%	1,4%
PROV-ALPES-COTE-AZUR	1 520	29,8%	45 315	12 391	57 707	11,9%	21,5%	8,7%
RHONE-ALPES	1 919	22,4%	46 999	15 091	62 091	15,7%	24,3%	4,2%
TOTAL	16 446	23,7%	525 638	151 875	677 513	16,1%	22,4%	2,5%

La dynamique de développement par filière

	Nb d'expl pratiquant cette culture	Evolution nb exploit 2009/2008	Surfaces certifiées Bio (ha)	Evolution Surfaces certifiées Bio	Surfaces en Conversion (ha)	Evolution Surfaces en Conversion	Surfaces Bio (Bio + Conversion)	Evolution des Surfaces Bio	Surface Totale France (2009) (ha)*	% bio / total national*
<i>Céréales</i>	5 925	10,1%	82 178	-1,5%	21 749	83,7%	103 928	9,1%	9 444 507	1,1%
<i>Oléagineux</i>	1 522	16,4%	17 923	22,9%	3 975	153,9%	21 898	35,6%	2 263 696	1,0%
<i>Protéagineux</i>	1 151	10,0%	8 296	17,5%	1 232	21,2%	9 528	17,9%	202 784	4,7%
TOTAL Grandes Cultures	6152	11,4%	108 397	3,2%	26 956	86,9%	135 353	13,3%	11 910 987	1,1%
<i>Surfaces toujours en herbe (STH)</i>	7 621	15,3%	202 934	3,3%	45 599	93,5%	248 532	13,0%	8 134 220	3,1%
<i>Autres fourrages</i>	6 712	17,7%	120 242	3,5%	36 968	102,9%	157 210	17,0%	4 696 170	3,3%
TOTAL Fourrages	9650	17,1%	323 175	3,4%	82 567	97,6%	405 742	14,5%	12 830 390	3,2%
<i>Légumes secs</i>	406	26,5%	2 309	64,3%	29	7,3%	2 339	63,2%	13 860	16,9%
<i>Légumes frais</i>	3 775	21,0%	9 010	12,1%	1 229	36,3%	10 239	14,5%	391 034	2,6%
TOTAL Légumes	4049	21,6%	11 319	19,8%	1 259	35,4%	12 578	21,2%	404 894	3,1%
<i>Fruits</i>	3 568	18,0%	8 852	5,4%	4 279	67,2%	13 130	19,9%	204 492	6,4%
<i>Vigne</i>	3 024	31,4%	17 492	11,7%	21 654	72,9%	39 146	38,9%	843 245	4,6%
<i>PPAM</i>	946	9,2%	2 763	-7,1%	922	-1,3%	3 685	-5,7%	36 164	10,2%
<i>Autres</i>			53 640	11,5%	14 238	69,4%	67 878	20,1%	1 306 872	5,2%
TOTAL	16 446	23,7%	525 638	4,7%	151 875	86,2%	677 513	16,1%	27 537 044	2,46%

* données agreste semi-définitives 2009

La vigne est toujours en tête en terme de rythme de développement des surfaces bio avec près de 40% de croissance entre 2008 et 2009.

Les fruits et légumes dépassent les +20% de surface bio entre 2008 et 2009. Le domaine des grandes cultures marque un engagement croissant avec +13% de surface bio entre 2008 et 2009. La tendance d'évolution est identique pour les surfaces toujours en herbe et cultures fourragères : + 14%, en relation avec les perspectives de développement de l'élevage.

	Nb exploit 2009	Evolution du nb d'exploit. 2009/08	Nb animaux 2009	Evolution nb animaux 2009/08	Nb total animaux en métropole en 2009(1)	% bio / total national
Vaches laitières	1 437	-3,2%	61 753	0,6%	3737390	1,7%
Vaches allaitantes	1 839	-1,2%	62 582	0,4%	4271951	1,5%
Total vaches	3 276	-2,1%	124 334	0,5%	8 009 341	1,6%
Brebis laitières	145	6,6%	32 902	15,2%	1374808	2,4%
Brebis viande	873	1,4%	102 860	2,9%	3985885	2,6%
Total brebis	1 018	2,1%	135 762	5,6%	5 360 693	2,5%
Chèvres	450	12,5%	23 937	13,9%	898674	2,7%
Truies	263	4,8%	4 865	3,0%	1206365	0,4%
Poulets de chair	508	17,9%	6 013 898	12,8%	120275000	5,0%
<i>Poules pondeuses*</i>	722	0,4%	1 980 000	16%	43856000	3,7%
Apiculture (2)	266	21,5%	53 978	27,2%	1000095	5,4%

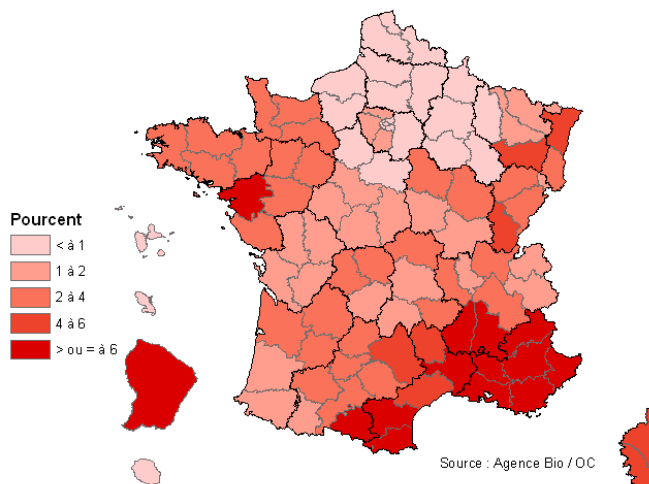
* provisoire, en cours de validation

(1) données agrestes 2009 semi définitives et 2008 définitives pour la volaille et l'apiculture.

(2) nombre de ruches

14 départements ont une SAU bio supérieure à 6% en 2009 contre 9 départements en 2008

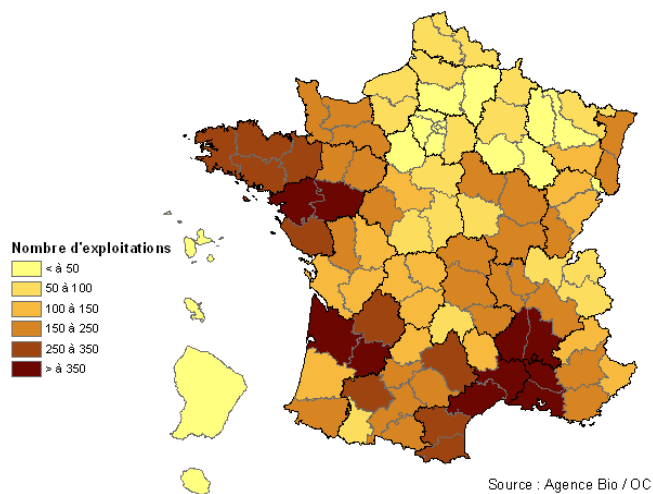
Part des surfaces bio dans les départements en 2009



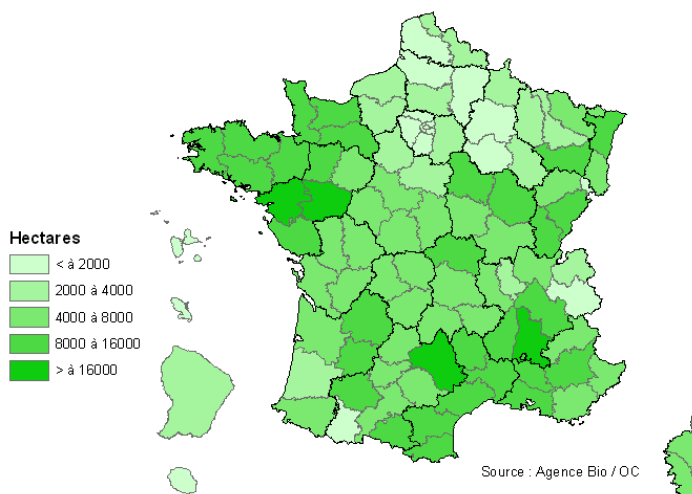
10 départements comptent plus de 350 exploitations bio en 2009 contre 3 en 2008

3 départements ont des surfaces en agriculture biologique supérieures à 25 000 hectares

Nombre d'exploitations par département en 2009



Surfaces bio par département en 2009



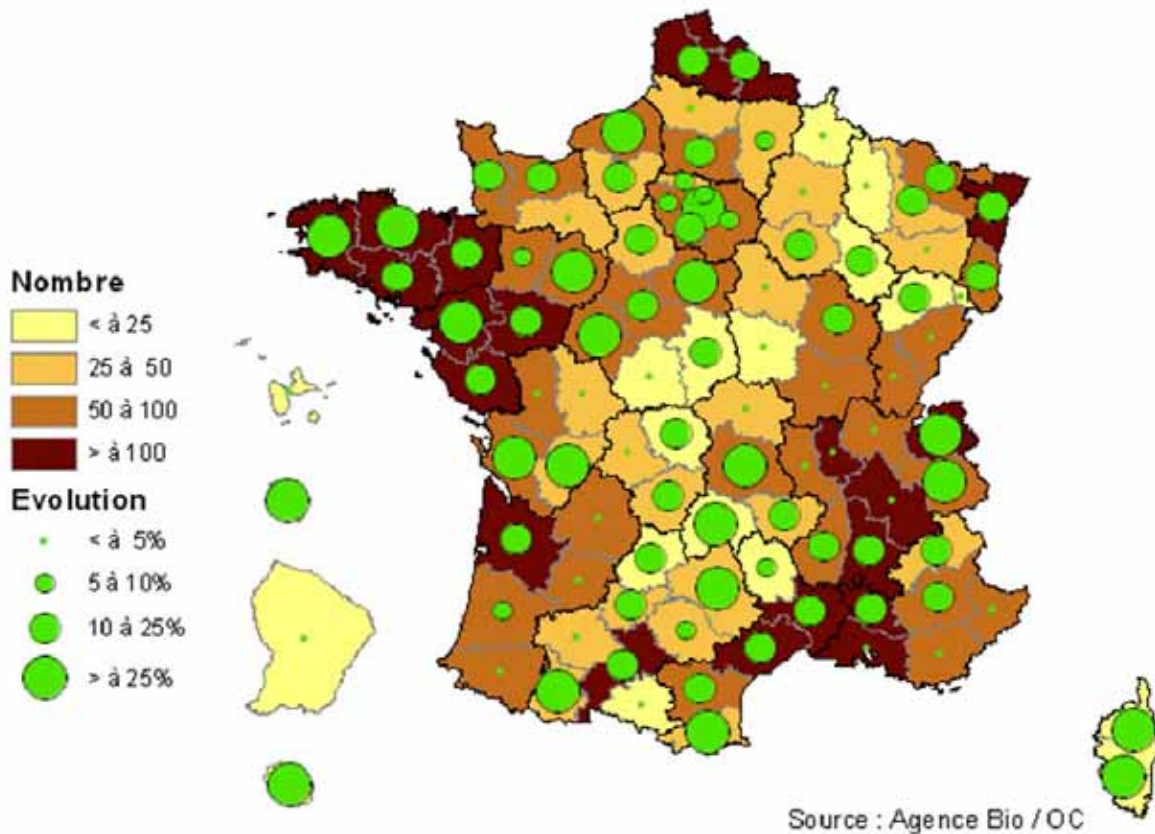
Le TOP 5 des Départements bio de France

	Surfaces en agriculture bio (ha)		Nombre d'exploitations certifiées		Part de la bio dans la SAU
Loire-Atlantique	27 886	Drôme	755	Drôme	11,4%
Aveyron	26 315	Gard	554	Guyane	11,4%
Drôme	25 940	Vaucluse	493	Pyrénées-Orientales	10,5%
Maine-et-Loire	17 148	Hérault	435	Bouches-du-Rhône	9,5%
Gers	15 570	Loire-Atlantique	424	Hautes-Alpes	8,6%

Le nombre de préparateurs engagés en bio a progressé de +13%

726 préparateurs se sont engagés en bio en 2009, soit une croissance de 13% par rapport à 2008, pour un nombre total de 6 352 préparateurs bio en 2009.

Nombre de préparateurs engagés en bio en 2009
et évolution par rapport à 2008



Localisation d'après les sièges sociaux des entreprises

CHIFFRES 2009 ET PREMIERES TENDANCES 2010 DU MARCHE DE LA BIO : UN MARCHE QUI A QUASIMENT DOUBLE EN 4 ANS

La nouvelle enquête sur la consommation bio en France menée pour l'Agence BIO par AND-I confirme la forte croissance des ventes de produits bio. De 2005 à 2009, le chiffre d'affaires du marché de l'alimentation bio a presque doublé : passant de 1,6 milliard à 3 milliards d'euros en seulement 4 ans. En 2009, la part de marché des produits bio atteint 1,9% du marché alimentaire total, contre 1,1% en 2005.

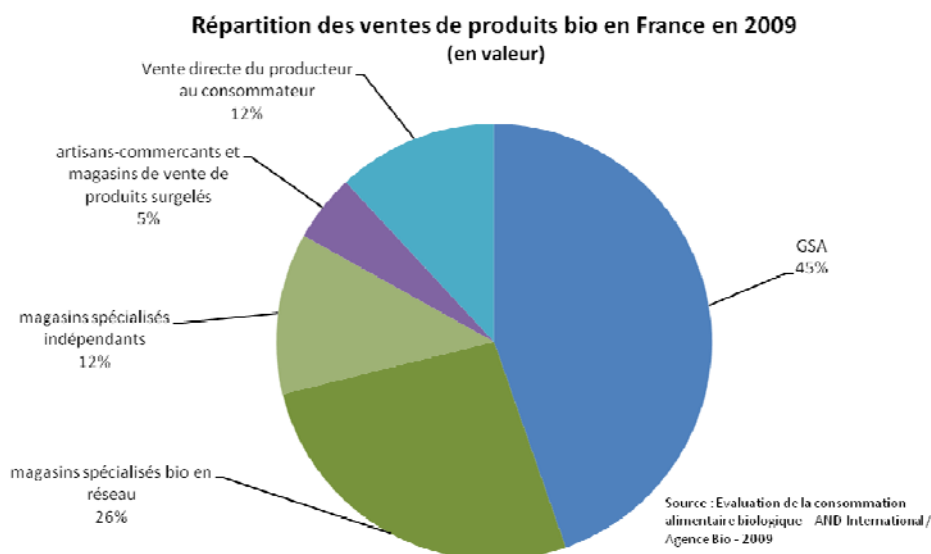
De 2008 à 2009, le chiffre d'affaires des produits bio a progressé de 19% et les premiers chiffres 2010 confirment cette forte dynamique de croissance.



Achats bio : un large choix de circuits de distribution

Les produits bio sont commercialisés dans quatre circuits de distribution différents :

- magasins spécialisés bio :
 - en réseau,
 - indépendants,
- GSA (Grandes surfaces alimentaires : supermarchés, hypermarchés, hard discount et soft discount),
- vente directe du producteur au consommateur (à la ferme, sur les marchés ou via les AMAP),
- artisans-commerçants et magasins de vente de produits surgelés.



Augmentation des ventes dans tous les circuits de distribution

Les ventes des produits bio augmentent dans l'ensemble des circuits de distribution.

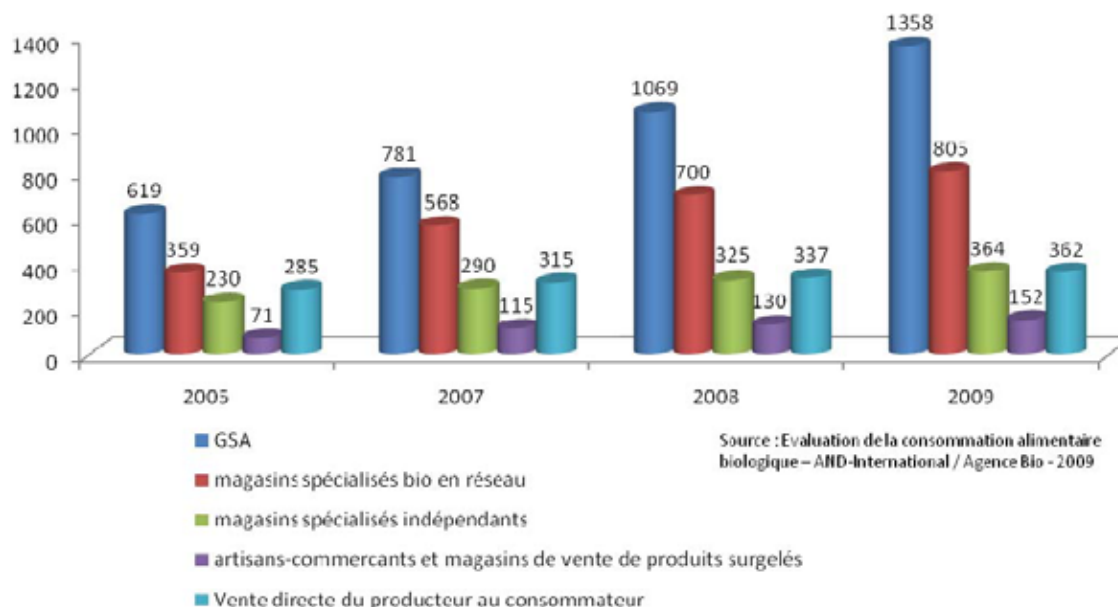
Les Grandes Surfaces Alimentaires gagnent quelques parts de marché sur les autres circuits. En 2009, près de 45% des produits bio ont été achetés en GSA, contre 41,7% en 2008 et 40% en 2005.

Dans les circuits spécialisés la croissance est respectivement de 12 à 15% suivant qu'il s'agit de magasins indépendants ou en réseau. La dynamique d'évolution dans les circuits spécialisés en réseau et indépendant est davantage liée à des agrandissements qu'à des ouvertures de magasins.

Les ventes sont également à la hausse chez les boulangers, bouchers, détaillants en fruits et légumes, cavistes, ainsi que dans les magasins de vente de produits surgelés.

Il en est de même concernant la vente directe des producteurs aux consommateurs.

Evolution du chiffre d'affaires par circuit TTC (millions d'euros)
2005-2009



Chiffre d'affaires alimentaire bio par circuit en 2005, 2007, 2008 et 2009

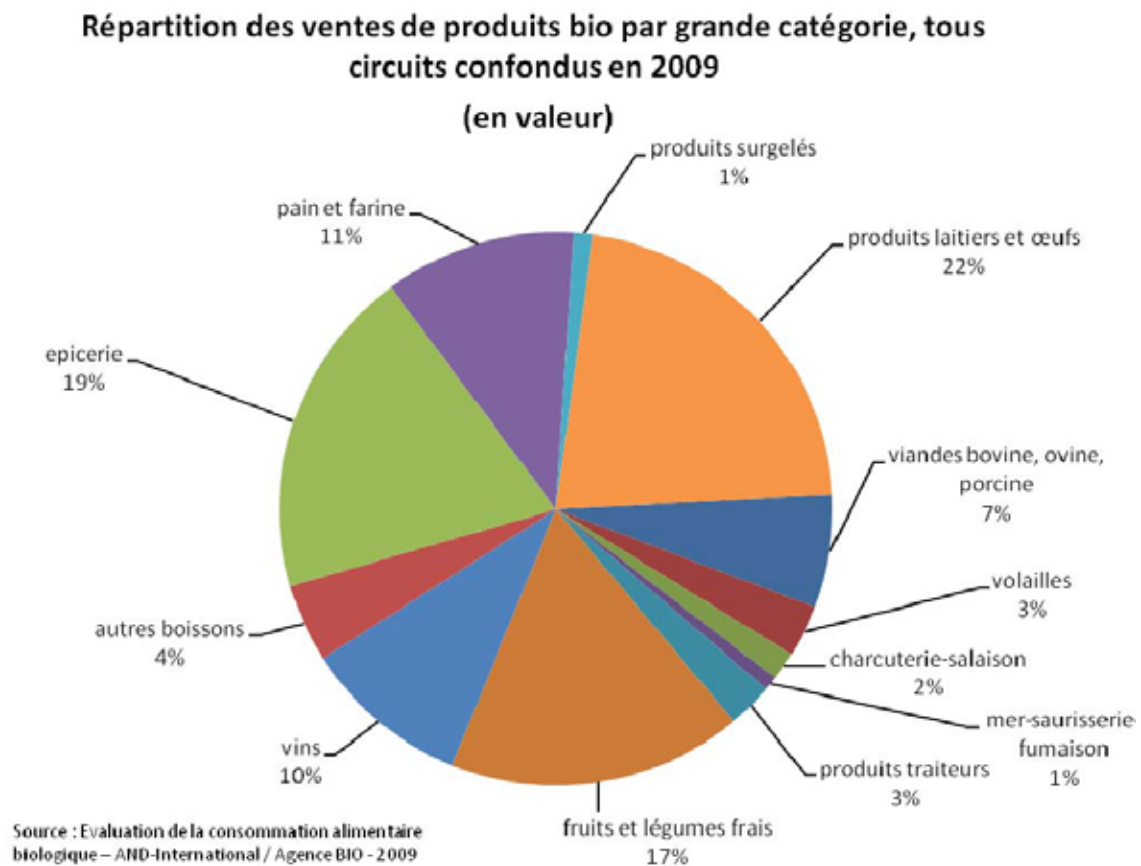
En million d'€	Chiffres d'affaires TTC				Croissance			Parts de Marché		
	2005	2007	2008	2009	07/05	08/07	09/08	2005	2008	2009
Grande Surfaces Alimentaires (GSA)	619	781	1 069	1358	26%	37%	27%	40%	41,7%	44,7%
Distribution Spécialisée Bio en réseau	359	568	700	805	58%	23%	15%	23%	27,3%	26,5%
Distribution Spécialisée Bio indépendante	230	290	325	364	26%	12%	12%	15%	12,7%	12,0%
Artisans- Commerçants et Surgelés*	71	115	130	152	62%	13%	17%	5%	5,1%	5,0%
Vente Directe du producteur au consommateur	285	315	337	362	11%	7%	7%	18%	13,2%	11,9%
TOTAL	1 564	2 069	2 561	3 041	32%	24%	19%	100%	100%	100%
Consommation Alimentaire des ménages (INSEE)	144 100	154 600	161 900							
Part de l'AB**	1,1%	1,3%	1,6%	1,9						

* boucherie, boulangerie, primeurs, cavistes et surgelés

** estimations 2009, données INSEE définitives non disponibles

Une large gamme de produits alimentaires bio vendus tous circuits confondus

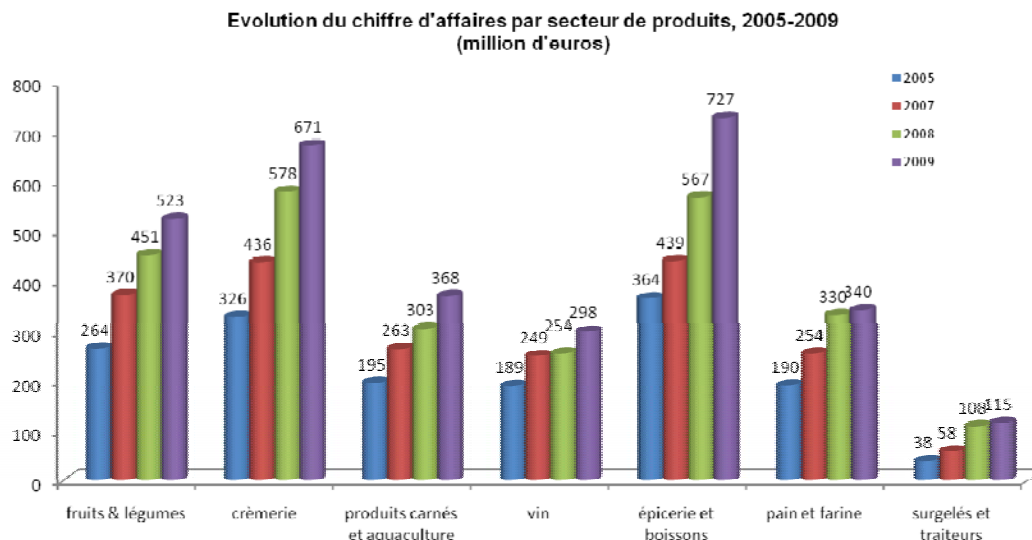
- 22% des ventes de produits bio se font dans le rayon crèmerie (lait, produits laitiers et œufs),
- 19% dans le rayon des produits d'épicerie, sucrée et salée,
- 17% dans le rayon des fruits et légumes frais,
- 11% dans le secteur du pain et de la farine,
- 10% dans le secteur des vins issus de raisins bio et 5% avec les autres boissons : jus de fruits et boissons végétales (boissons à base de soja,...),
- 11% des ventes de produits bio se font au rayon des viandes rouges et blanches, ainsi qu'avec les charcuteries-salaisons, 3% avec les produits traiteurs, 1% avec les produits de la mer et des rivières, 1% pour les produits surgelés.



La hausse des achats concerne toutes les catégories de produits

En 4 ans, les ventes de lait et d'œufs bio ont plus que doublé.

Une croissance des ventes dans tous les secteurs de produits alimentaires bio



Source : Evaluation de la consommation alimentaire biologique – AND-International / Agence BIO - 2009

Des différences selon les circuits de distribution

La gamme des produits alimentaires bio vendus en magasins spécialisés bio est très large avec des milliers de références. Les produits d'épicerie sucrée et salée y occupent la première place, devant les fruits et légumes, le rayon crèmerie et le pain. Les produits carnés y sont encore sous-représentés.

En super et hypermarchés (GSA), le rayon crèmerie l'emporte (œufs, lait, produits laitiers), loin devant l'épicerie, les fruits et légumes et le pain.

La vente directe des producteurs aux consommateurs est surtout développée en fruits et légumes et en vin issu de raisin bio.

Les ventes assurées par les artisans se concentrent majoritairement sur le pain et la farine, ainsi que le vin.

2009 Stade de détail M€	Total 2009	GMS 2009	Bio 2009	Artisans / Surgelés 2009	Vente Directe 2009
Viande bovine	136	84	8	24	20
Viande porcine	35	20	9	5	1
Viande agneau	30	13	2	8	6
Volaille	93	45	28	2	17
Œufs	196	116	68	2	9
Lait	240	193	38		9
Produits laitiers	235	137	61	1	36
Charcuterie salaison	50	31	19	1	
Traiteur	80	37	43	1	
Mer-Saurisserie-Fumaison	25	18	6	1	
Epicerie Sucrée	315	115	200		
Epicerie Salée	272	108	164		
Vins tranquilles et autres	298	58	99	40	102
Boissons Végétales	57	28	29		0
Jus de fruits & de légumes	77	48	24		5
Autres boissons	6	3	2		1
Surgelés	34	8	3	22	0
Pain / Farine	340	125	135	40	40
Fruits et Légumes	523	172	231	5	115
TOTAL	3 041	1 358	1 169	152	362

Source : Evaluation de la consommation alimentaire biologique – AND-International / Agence BIO - 2009

Des prix à la vente des produits bio stables

En 2009, les prix de vente des produits bio n'ont, en moyenne, pas augmenté. La croissance de 19% des achats de produits bio par les ménages entre 2008 et 2009 est donc liée à une augmentation des volumes de produits vendus.

Stade de détail. Mios €	CA 2009	Croiss. 09	Effet prix 2009	Croiss. déflatée 2009	Achats extérieurs 2009
Viande bovine	136	21%	1%	20%	1%
Viande porcine	35	10%	0%	10%	8%
Viande agneau	30	4%	0%	4%	0%
Volaille	93	17%	3%	14%	3%
Oeufs	196	15%	0%	15%	1%
Lait	240	21%	2%	19%	25%
Produits laitiers	235	12%	0%	12%	25%
Charcuterie salaison	50	48%	-2%	50%	30%
Traiteur	80	38%	-2%	40%	40%
Mer-Saurisserie-Fumaison	25	50%	-2%	52%	92%
Epicerie Sucrée	315	29%	2%	27%	68%
Epicerie Salée	272	22%	4%	18%	53%
Vin	298	17%	0%	17%	1%
Boissons végétales	57	32%	0%	32%	78%
Jus de fruits et légumes	77	42%	-1%	43%	75%
Autres boissons	6	94%	0%	94%	20%
Surgelés	35	73%	2%	71%	65%
Pain / Farine	340	3%	0%	3%	40%
Fruits et Légumes	523	16%	-3%	19%	65%
TOTAL	3 041	19%	0%	19%	38%

Des approvisionnements à l'extérieur de la France plus ou moins développés suivant les secteurs

Les achats extérieurs (UE et non UE) sont inexistantes, ou quasiment, dans les secteurs des viandes bovine et ovine, de l'aviculture (volailles et œufs) et du vin issu de raisins bio. Ces achats extérieurs sont appelées à diminuer à partir de 2011 dans le secteur du lait et un peu moins vite dans le secteur des céréales et dérivés.

En moyenne, tous secteurs confondus, l'étude réalisée pour 2009 amène à estimer à 38% la valeur des produits bio consommés en France provient d'un pays autre que la France. Parmi ceux-ci :

- 30% sont des produits exotiques (bananes, autres fruits exotiques, café, thé, cacao...);
- 30% sont liées à des productions pour lesquelles la France n'a pas d'atout particulier (agrumes, soja, aquaculture, légumes méditerranéens, divers produits d'épicerie);
- 40% sont constitués par des achats extérieurs relais, portant sur des produits pour lesquels la France a une forte vocation naturelle mais manque de volume (céréales, lait, viande de porc, fruits et légumes tempérés frais ou transformés).

La part des importations relais a augmenté en 2009, la demande ayant crû plus rapidement que l'offre en raison de la durée de la période de conversion.

Les ventes de produits bio à l'extérieur de la France, communément appelées "exportations" se sont élevées à 190 millions d'Euros en 2009. Elles sont essentiellement constituées de fruits et légumes pour 36% (y compris de réexportation) et de vins issus de raisins bio pour 36%.

1^{ères} tendance 2010 : la hausse continue

Selon les premières estimations d'IRI sur le premier trimestre 2010, les ventes de produits bio poursuivent leur croissance. En GMS (hors hard discount), les ventes de produits bio « gencodés » à poids fixe sont en progression :

- +35% pour les liquides bio, essentiellement les jus de fruits,
- +20% pour les produits frais (hors steak haché, fruits et légumes et boulangerie fraîche) avec un décollage de nombreuses lignes comme le surgelé, le traiteur, etc.
- +18% pour l'épicerie (soupes, compotes, pains de mie, etc.)



CHIFFRES 2010 DE L'OBSERVATOIRE DE LA BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE¹

2 FOIS PLUS D'ACHATS BIO EN 1 AN

La Bio est de plus en plus présente en restauration collective. En 2009, 36% des restaurants collectifs proposaient de la Bio au moins de temps en temps à leurs convives, ils sont 40% en 2010.

On estime à 92 millions d'euros le montant des achats (hors pain) effectués en bio par le secteur de la restauration collective en 2009, vs 44 millions en 2008. Le montant des achats bio de la restauration collective a donc plus que doublé en 1 an.

Des achats bio qui ont plus que doublé en 1 an

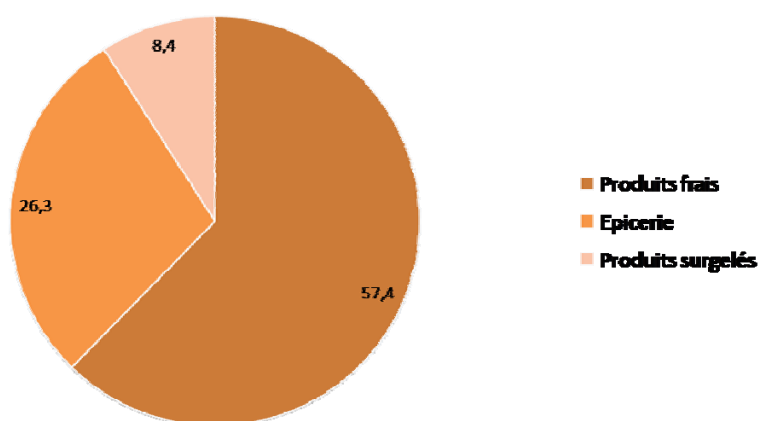
Les achats de produits bio en restauration collective (hors pain) sont estimés à 92 millions d'euros pour l'année 2009 contre 44 millions en 2008. Ils représentent :

- 1,3% des achats alimentaires de la restauration collective,
- 3% du marché de l'alimentation biologique.

Les 92 millions d'euros dépensés en produits bio se répartissent ainsi :

- 57,4 millions d'euros pour les produits frais,
- 26,3 millions d'euros pour l'épicerie,
- 8,4 millions d'euros pour les produits surgelés.

•Estimation des achats en produits bio en millions d'€ par famille (source : Etude CSA/Agence Bio-2010)



¹ L'ensemble des données de l'observatoire 2010 des produits biologiques en restauration collective est issu de l'enquête Gressard/CSA/Agence Bio réalisée du 18 février au 6 mars 2009 et actualisée par CSA du 10 au 15 mars 2010 auprès de plus de 400 responsables des achats d'établissements de la restauration collective représentatifs de l'ensemble des opérateurs du secteur en France (hors établissements sociaux, structures collectives de loisirs et communautés religieuses).

La Bio : présente dans 4 restaurants collectifs sur 10

40% des établissements de la restauration collective ont déclaré avoir proposé des produits bio ne serait-ce que de temps en temps en 2010. Ils étaient 36% en 2009.

Lorsqu'ils sont introduits, la part des produits biologiques dans le montant total des achats des établissements est passée de 5% en 2008 à 10% en 2009 en moyenne.

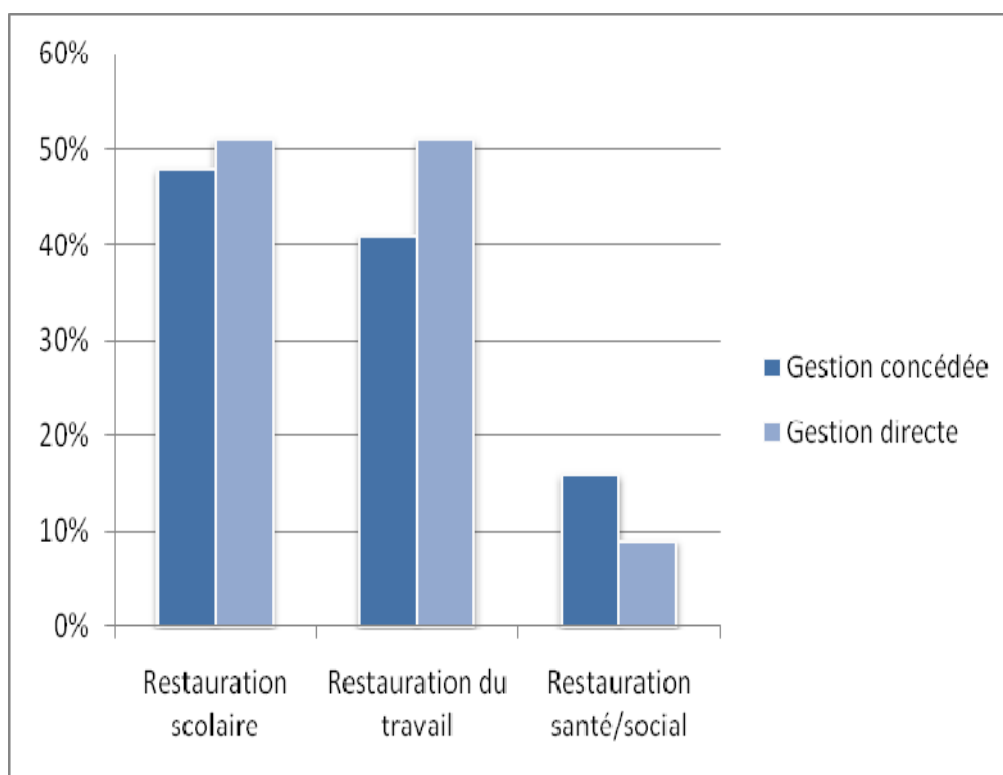
La Bio très présente en milieu scolaire

Le secteur de l'enseignement est le plus concerné par la Bio, avec 51% d'établissements (contre 46% en 2009) qui déclarent proposer des produits bio, suivi du secteur du travail, avec 45% d'établissements (contre 40% en 2009).

La part des établissements introduisant des produits bio est globalement la même en gestion directe et en gestion concédée (40%).

Les produits bio progressent au sein des grosses structures (plus de 500 repas par jour) : 62% en proposent désormais, contre 45% en 2009.

Part des acheteurs de produits bio dans les différents secteurs de la restauration (source : Etude CSA/Agence Bio-2010)



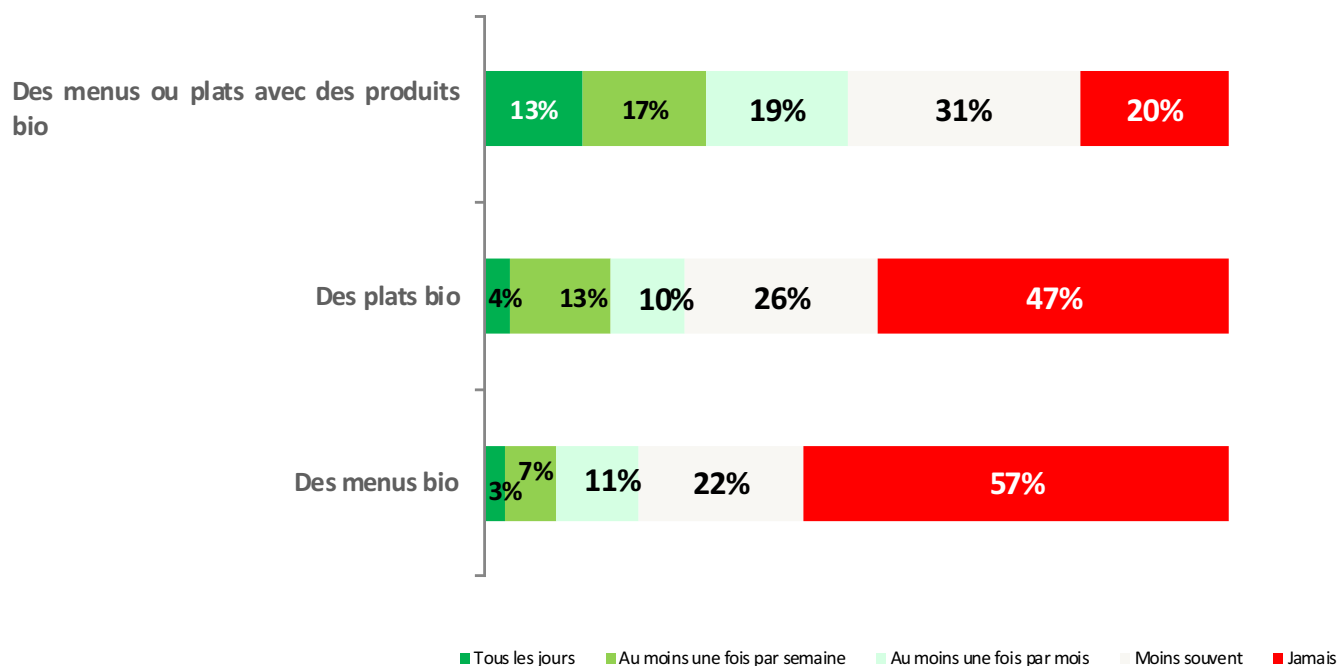
Vers une augmentation de la fréquence d'introduction des produits bio

Parmi les acheteurs de produits bio, 49% en proposent au moins une fois par mois contre 36% en 2009. 13% en proposent tous les jours, contre 5% en 2009.

D'après les estimations issues de l'étude CSA/Agence Bio, si les formules retenues sont variables, la préférence des restaurants va à l'introduction régulière de produits ou ingrédients bio plus que de plats ou menus entièrement bio.

En effet, parmi les restaurants collectifs proposant de la Bio à leurs convives, 49% proposent des produits ou ingrédients bio (vs 36% en 2009) au moins une fois par mois et 13% tous les jours (vs 5% en 2009).

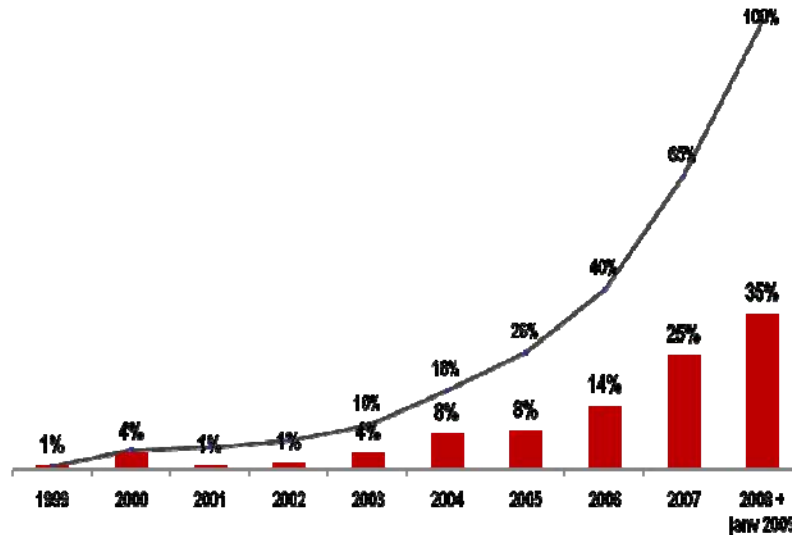
Modes d'introduction des produits biologiques et fréquences proposés (source : Etude CSA/Agence Bio-2010)



2006 : année charnière

L'introduction des produits biologiques a pris un réel essor depuis 2006. Celui-ci s'est accentué avec le Grenelle de l'Environnement : en 2008, plus du tiers des établissements ont proposé des produits biologiques pour la première fois.

Date d'introduction des produits biologiques en restauration collective parmi les établissements en proposant (source : Etude Gressard/CSA/Agence Bio-2009)



Les produits bio frais plébiscités en restauration collective

Les principaux produits bio introduits en restauration collective restent les produits frais notamment :

- les fruits : 33% des restaurants déclarent en proposer (et 82% des restaurants ayant introduit des produits bio) ;
- les produits laitiers : 31% (77%) ;
- les légumes : 27% (67%).

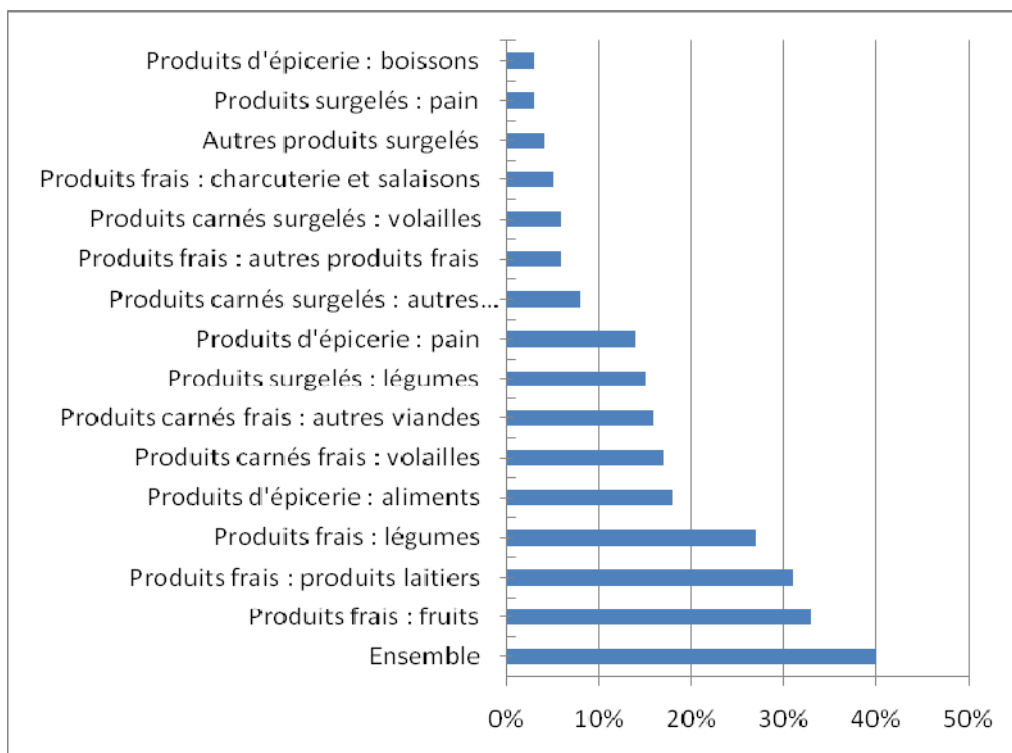
On notera cependant la progression :

- des légumes surgelés : 15% des restaurants déclarent en proposer en 2010 (et 37% des restaurants ayant introduit des produits bio) contre 7% en 2009 ;
- du pain frais : 14% en 2010 (35%) contre 7% en 2009.

Si l'on entre dans le détail des produits, certaines familles révèlent des produits phares :

- les pommes parmi les fruits (77% des établissements ayant introduit des produits bio déclarent en proposer) ;
- les yaourts parmi les produits laitiers (73%) ;
- les carottes parmi les légumes (59%) ;
- le poulet parmi les produits carnés (37%) ;
- le riz et les pâtes (en progression par rapport en 2009) parmi les produits d'épicerie (respectivement 33% et 39%).

Part des acheteurs par famille de produits bio (source : Etude CSA/Agence Bio-2010)



La Bio présente dans 77% des restaurants collectifs d'ici 2012

37% des restaurants collectifs disent, en 2010, avoir l'intention d'introduire des produits bio d'ici 2012, 15% de manière certaine.

77% des restaurants collectifs pourraient donc proposer des produits bio à leurs convives d'ici 2012 (rappel estimation 2009 : 71%).

Il s'agirait essentiellement :

- des restaurants scolaires (84%),
- des établissements publics (83%).

De nouvelles intentions d'achats orientées sur le frais

Les restaurants collectifs souhaitant introduire des produits bio d'ici 2012 ont en particulier l'intention de s'orienter vers l'achat de produits bio frais :

- fruits (32%),
- légumes frais (31%),
- produits laitiers (27%),
- volailles (25%),
- légumes surgelés (25%),
- autres viandes (24%).



PRINTEMPS BIO, 1^{ERE} QUINZAINE DE JUN, DANS TOUTE LA FRANCE

PRINTEMPS BIO DU 1^{ER} AU 15 JUIN 2010



Du 1^{er} au 15 juin 2010 dans toute la France, l'ensemble des acteurs de l'agriculture biologique se mobilisent pour la nouvelle édition de la quinzaine nationale d'information et de valorisation des produits issus de l'agriculture biologique.

Des animations dans toute la France

L'événement, coordonné par l'Agence BIO, se matérialise par des initiatives dans toutes les régions de France.

Comme chaque année, des **centaines d'animations** seront mises en place par les relais régionaux et départementaux et l'ensemble des partenaires :

- **Portes ouvertes dans des exploitations bio, dans des vignobles** (*pique-niques chez des vignerons, petits-déjeuners et goûters à la ferme, rallyes bio, marchés de producteurs à la ferme...*) ;
- **Portes ouvertes dans des entreprises bio**, pour tout connaître sur le mode de transformation biologique ;
- **Expositions, conférences** sur l'agriculture biologique, le développement durable, l'alimentation, le jardinage biologique, la biodiversité... ;
- **Marchés bio, foires, « Fêtes de la Bio »**, regroupant de nombreuses activités, pour les petits et les grands ;
- **Animations sur les lieux de vente (magasins spécialisés, grandes et moyennes surfaces, artisans...)**, avec des dégustations, des échanges avec les producteurs, des animations cuisine... ;
- **De nombreux repas bio!** (dans la restauration collective et commerciale, et notamment dans les restaurants scolaires) ;
- **Des animations dans les classes ;**
- **Des démonstrations techniques, tables rondes, portes ouvertes spécifiquement pour les professionnels**



Des outils d'information attractifs

Comme chaque année, l'Agence BIO et les interprofessions partenaires mettent à disposition des acteurs de l'agriculture biologique (producteurs, transformateurs, distributeurs, collectivités...) des outils d'information afin de sensibiliser le grand public, enfants et adultes, à ce mode de production respectueux de l'environnement.

Ces outils (affiches, dépliants, autocollants, stop-rayons...), sont notamment distribués à l'occasion de Printemps BIO.



www.printempsbio.com : pour tout savoir sur Printemps Bio 2010

Pour connaître toutes les animations mises en place dans le cadre de Printemps BIO 2010, rendez-vous sur : www.printempsbio.com. Le site est régulièrement mis à jour avec de nouvelles animations, dans toute la France !

Liste des relais régionaux de Printemps Bio en annexe de ce dossier.

A graphic layout for Printemps BIO. At the top, a navigation diagram with green lines connects various elements: Accueil, Printemps BIO, Presse, Animations régionales, Espace professionnel, and À propos de la Bio. Below this, there is a small image of a brochure, a text box titled 'Printemps BIO' with the following text: 'Première quinzaine de juin dans toute la France', '> des centaines d'initiatives dans toutes les régions', '> un événement national de lancement', '> des outils d'information sur l'agriculture biologique et ses produits', and 'En savoir plus >>'. To the right of the text box is a circular image of a bee on a red flower. Below the text box are logos for AB (Association pour le Bio) and the European Union, along with the Agence BIO logo and the website 'www.agencebio.org'. At the bottom, there is a small line of text: 'Gardée | Laites, Céréales | Laites | Délicates | Céréales, Viandes'.

PRINTEMPS BIO : 5 INTERPROFESSIONS MOBILISEES POUR DES ACTIONS D'INFORMATION

Cinq interprofessions se sont associées à l'Agence BIO pour conduire, en totale synergie, un programme d'information sur 2008-2009-2010, avec le soutien de l'Union européenne.

Les filières participantes :

- **la filière élevage (CNIEL - Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière et INTERBEV - Association Nationale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes)**
- **la filière fruits et légumes (INTERFEL - Interprofession des Fruits et Légumes Frais)**
- **la filière des produits de grandes cultures (INTERCEREALES - interprofession de la filière céréalière et ONIDOL - Organisation Nationale Interprofessionnelle des Graines et Fruits Oléagineux).**

Dans le cadre de Printemps BIO, de nombreuses animations seront mises en place par les interprofessions.

Des centaines d'actions en points de vente

Plusieurs centaines de points de vente : grandes surfaces alimentaires, magasins spécialisés, petits commerçants et artisans mettront en place des actions d'information et des animations afin de faire découvrir les spécificités et la diversité des viandes, produits laitiers, fruits et légumes, produits céréaliers et oléagineux biologiques.

Outre les animations, de très nombreux points de vente seront aux couleurs de Printemps BIO, avec la mise en avant de leur large gamme de produits bio.



Un jeu-concours Internet « viandes bio » sur le site www.produitslaitiersetviandebio.com

A l'occasion de Printemps BIO, un jeu concours sera organisé sur le site produitslaitiersetviandebio.com : les joueurs, après avoir répondu à quelques questions sur les viandes bio, pourront tenter de gagner l'une des dotations mises en jeu : 1 week-end dans une ferme bio, 3 barbecues solaires, et 100 tabliers.



Animations Produits Laitiers Bio sur des foires

Les consommateurs pourront retrouver les produits laitiers bio lors de deux foires :

- Ferme en Ville, à Nantes, du 4 au 6 juin
- Terre en Fête à Arras, du 11 au 13 juin

Un animateur et un éleveur laitier Bio seront présents pour expliquer la fabrication des produits laitiers bio de A à Z via des animations et des dégustations.

Pour en savoir plus sur le programme Printemps BIO et sur les actions mises en place tout au long de l'année par les interprofessions (actions de formation des distributeurs, PLV permanente, participation à des salons, actions Internet, insertions presse, réalisation de témoignages vidéos pour la filière élevage, newsletters...), **rendez-vous sur :**

- www.produitslaitiersetviandebio.com
- www.interfelbio.com
- www.passioncereales.com
- www.prolea.com
- www.agencebio.org et www.printempsbio.com



LES RENCONTRES NATIONALES DU 8 JUIN « LA DYNAMIQUE DE DEVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE ET L'INTRODUCTION DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE »

A l'occasion du Printemps BIO 2010, l'Agence BIO organise le 8 juin prochain des rencontres nationales sur la dynamique de développement de l'agriculture biologique et l'introduction de produits biologiques en restauration collective, à la Ménagerie de Verre, dans le 11ème arrondissement à Paris.

Ces rencontres, organisées dans le cadre du programme triennal d'information sur l'agriculture biologique et ses produits cofinancé par l'Union européenne, se dérouleront à Paris avec la participation d'acteurs publics et professionnels de toute la France. Elles s'adresseront à un large public, en particulier les collectivités territoriales, les élus, les responsables de cuisines collectives, les organismes professionnels, les entreprises de production, de transformation et de distribution, les instituts de recherche et technique, les associations de consommateurs, les journalistes, etc.

Cet événement constitue un véritable **rendez-vous** permettant à tous les professionnels, ainsi qu'à tout ceux qui souhaitent et soutiennent le développement de l'agriculture biologique, de se rencontrer et d'échanger sur une question importante et d'actualité.

Deux grandes tables rondes apporteront des éclairages d'ensemble sur le secteur de l'agriculture biologique et la restauration collective, avec une présentation des tous derniers résultats de l'observatoire national de la bio en restauration collective réalisé par l'Agence BIO. Des espaces d'expression, en présence d'acteurs de la bio en restauration collective, compléteront ces tables rondes.

Une participation italienne d'exception est également prévue pour faire connaître l'expérience de ce pays où un tiers des repas en restauration collective contiennent des ingrédients biologiques.

Bulletin d'inscription téléchargeable sur le site www.agencebio.org.

Pour en savoir plus, n'hésitez pas à consulter les pages consacrées à la restauration collective.

Accès :

Ménagerie de Verre

12/14 rue Léchevin, 75011 Paris

Métro : Ligne 3 (Parmentier) ou ligne 9 (Saint Ambroise)

Bus : Ligne 96 (Parmentier-République), Ligne 46 (Parmentier-République ou Saint-Ambroise).



PRE-PROGRAMME DES RENCONTRES DU 8 JUIN

- 9h – 9h30 **Accueil**
- 9h30 **Ouverture : La Bio : un engagement, une démarche d'avenir**
par Pascal GURY, Président de l'Agence BIO
- 9h45 - 11h **Dynamique générale de développement de l'agriculture biologique en France et en Italie en relation avec la restauration collective**
par Elisabeth MERCIER, directrice de l'Agence BIO et Andrea FERRANTE, Président de l'AIAB (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica)
- 11h- 11h30 **Pause café**
- 11h30 -13h30 **1^{ère} table ronde sur les voies et moyens d'introduction de produits bio en restauration collective en France et en Italie** avec la participation de :
 - *Paolo AGOSTINI, gérant de la commande publique de **Rome**,*
 - *Roberto DE MARCHI, Maire du village de **Budoia** (Règion Friuli),*
 - *un représentant de la Mairie de **Brest**, Jean-Michel NOEL, Directeur d'Exploitation de Sodexo et la MAB 29 (sous réserve),*
 - *Benoît GRANGER, éleveur, représentant de la Société Pré vert et Jean-Pierre TEISSERE, responsable technique de la cuisine centrale de **Bordeaux**.*
- 13h30 – 15h30
 - ***Buffet bio franco-italien** avec la participation de jeunes chefs de l'Ecole de cuisine française Grégoire Ferrandi (Paris), de Salvatore BASILE et du chef italien Francesco TABBIA.*
 - ***Espaces d'expression**, en présence d'acteurs de la bio en restauration collective.*
- 15h30 - 17h **2^{ème} table ronde : autres expériences et dispositifs d'information, de formation et d'accompagnement** avec la participation de :
 - *Maurizio MARIANI, Président de Consorzio Risteco,*
 - *Francesco TABBIA, chef bio Italien et formateur de chefs en restauration collective,*
 - *et plusieurs intervenants français.*

Echanges avec les membres du comité « Actions en restauration collective bio » de l'Agence Bio.
- 17h30 -19h **Clôture et cocktail**

LES PROCHAINS GRANDS RENDEZ-VOUS DE LA BIO

L'AGENDA DE LA BIO

ORGANISES PAR L'AGENCE BIO OU AUXQUELS L'AGENCE BIO PARTICIPE

Printemps BIO

Première quinzaine de juin 2010

Première quinzaine de juin, dans toute la France, l'ensemble des acteurs de l'agriculture biologique se mobilisent pour la nouvelle édition du Printemps BIO, campagne nationale d'information et de valorisation des produits issus de l'agriculture biologique.

Les rencontres de Natexpo (Lyon)

31 mai et 1er juin 2010

Rencontres professionnelles pour les acteurs des produits Bio et naturels, des compléments alimentaires & produits diététiques, et des produits écologiques.
www.rencontres-natexpo.com

SIAD Agen

3 au 5 juin 2010

L'Agence Bio participera au SIAD, Salon International du Bio et de l'Agri-Durable, qui a pour objectifs de démontrer les atouts économiques de l'agri-durable et donner aux professionnels du secteur agricole les outils et solutions pour s'approprier la notion de développement durable.
www.salon-agriculture-durable.org

Rencontres nationales de la bio

8 juin 2010

Organisées par l'Agence BIO sur le thème « La dynamique de développement de l'agriculture biologique et l'introduction de produits biologiques en restauration collective ».
www.agencebio.org

Technbio élevage

23 et 24 juin 2010

(Pays de Loire à la ferme expérimentale de Thorigné d'Anjou)
www.rdv-tech-n-bio.fr

La minute bio:

5 juillet au 8 août 2010

Cet été, l'Agence BIO parrainera sur M6 une série de 20 programmes courts d'une minute sur l'agriculture biologique et l'ensemble de ses filières. Pédagogiques et accessibles à tous publics, l'ensemble des programmes courts sera mis en ligne sur le site internet de l'Agence BIO après leur diffusion sur M6.

Assises nationales de la bio :

28 septembre 2010

Organisées par l'Agence BIO - www.agencebio.org

Sommet de l'Elevage (Cournon, 63):

6-8 octobre 2010

www.sommet-elevage.fr

SPACE (Rennes, 35),

14 -17 septembre 2010

Salon des Productions Animales ; www.space.fr

SIAL (Villepinte) :

17 au 21 octobre 2010

Salon International de l'Agroalimentaire ; www.sial.fr



PREMIERE EDITION DU SIAD, SALON INTERNATIONAL DU BIO ET DE L'AGRI-DURABLE, DU 3 AU 5 JUIN, PARC DES EXPOSITIONS D'AGEN

La première édition du SIAD, Salon International du Bio et de l'Agri-Durable, organisé par Orgagri, en collaboration avec les professionnels Aquitains de l'agriculture et de l'agro-alimentaire, se déroulera du 3 au 5 juin 2010, au Parc des expositions d'Agen.

Le SIAD est un salon totalement dédié aux bonnes pratiques agricoles. Il a pour objectif de faire émerger un modèle responsable sur le plan environnemental, viable sur le plan économique et équitable sur le plan social : L'AGRI-DURABLE, en démontrant ses atouts économiques et en apportant tous les outils et les solutions pour sa mise en œuvre.

Le SIAD, un salon pour répondre aux attentes des professionnels en matière de développement durable

Ce salon s'adresse aux agriculteurs bio ou conventionnels, toutes filières agricoles confondues, mais aussi aux investisseurs financiers, aux représentants de la distribution, des collectivités locales, aux étudiants... Il leur permettra de trouver de nouveaux débouchés, de nouvelles perspectives économiques, des solutions techniques et pratiques pour que l'agriculture durable devienne un véritable atout économique.

Un concept original : communiquer, partager et décider autour de 5 pôles

- Investir et financer : les dispositifs d'aide et mise en relation avec des investisseurs
- Les outils sociétaux : donner aux entreprises les outils d'accompagnement pour s'engager dans le durable et montrer les potentialités d'emploi et de formation.
- Un pôle environnemental : permettre au professionnel du monde agricole d'améliorer son impact sur l'environnement avec un volet spécial sur les énergies vertes.
- Les outils techniques : présentation de techniques de productions alternatives et innovantes
- La preuve par l'exemple : produits finis et semi-finis issus de l'agriculture biologique ou durable

Chacun des 5 pôles sera placé sous la responsabilité des professionnels du secteur agricole et de l'agro-alimentaire qui auront pour mission d'animer des échanges d'expériences, des rendez-vous d'affaires, des ateliers sur l'approche stratégique des marchés, des forums de rencontres entre le monde agricole et les collectivités locales, des ateliers autour des innovations techniques et environnementales et des forums pour l'emploi et la formation.

Le SIAD 2010 attend 250 exposants et 15 000 visiteurs. Ouverture au public le jeudi 3 et le vendredi 4 juin de 9h-19h et le samedi 5 juin 2010 de 9h-17h.

Pour en savoir plus et connaître le programme détaillé du salon :
www.salon-agriculture-durable.org

TECH&BIO DES ELEVEURS DE L'OUEST, LES 23 ET 24 JUIN, A THORIGNY D'ANJOU

Le rendez-vous Tech&Bio des éleveurs de l'Ouest se tiendra les mercredi 23 et jeudi 24 juin 2010 sur le site de la ferme expérimentale de Thorigné d'Anjou, près d'Angers (Maine-et-Loire).

Il est placé dans une double perspective : accroître sensiblement les surfaces agricoles et le nombre d'éleveurs en agriculture biologique à l'horizon 2020, et diminuer de moitié les doses de produits phytosanitaires de synthèse à échéance de 2018 dans le cadre du plan Écophyto. Deux des objectifs agricoles majeurs fixés lors du Grenelle Environnement d'octobre 2008.

Le rendez-vous Tech&Bio des éleveurs de l'Ouest est organisé par la Chambre régionale des Pays de la Loire, avec les cinq Chambres départementales concernées, et les Chambres d'agriculture de Bretagne et de Normandie, en partenariat avec les organisations de l'agriculture biologique. Il s'agit d'une déclinaison régionale du Salon Européen Tech&Bio, initié en 2007 par la Chambre d'agriculture de la Drôme, et dont la prochaine édition se déroulera les 8 et 9 septembre 2011 dans la Drôme.

Ces journées s'adressent aux agriculteurs biologiques, aux jeunes qui veulent s'installer en élevage biologique, aux producteurs conventionnels qui envisagent de convertir leur exploitation et enfin aux producteurs qui veulent anticiper les échéances du plan Ecophyto 2018.

8 ateliers thématiques seront proposés :

- machinisme et entretien des cultures,
- haies et arbres bocagers (rôle entomofaune),
- structure et vie du sol,
- collection de mélanges céréaliers et protéagineux,
- alimentation et santé animale,
- eau,
- collection de mélanges variétaux pour les prairies multispèces,
- dynamiques de filières : lait, viande bovine, porc, volaille de chair et œufs de consommation.

Chaque jour, **27 conférences thématiques** approfondiront un sujet technique ou économique de l'élevage des animaux mono- ou poly-gastriques.

Les visiteurs pourront rencontrer organisations et organismes liés à l'élevage qui présenteront leurs produits, leurs savoir-faire ou leurs services selon différentes thématiques (machines et engins de travail du sol ; semis et entretien des cultures, récoltes ; alimentation et santé animale ; formation continue, enseignement, recherche, édition et presse ; expertise, appui, conseil, reconversion et certification en AB ; approvisionnement ; filières).

Pour en savoir plus et connaître le programme détaillé du salon :
www.rdv-tech-n-bio.fr

LA « MINUTE BIO » A DECOUVRIR CET ETE SUR M6

Cet été, l'Agence BIO parrainera sur M6 une série de 20 programmes courts d'une minute sur l'agriculture biologique et l'ensemble de ses filières.

Le parrainage de ces programmes courts, pédagogiques et accessibles à tous les publics et diffusés du 5 juillet au 8 août 2010, s'inscrit dans le cadre de la campagne triennale 2008-2010 d'information et de promotion en faveur de l'agriculture biologique et de ses produits cofinancée par l'Union européenne.



20 programmes courts d'informations sur la Bio

Abordés sous l'angle de reportages sur le terrain, avec de nombreux témoignages de personnalités de la bio (producteurs, responsables d'entreprises, cuisiniers en restauration scolaire, formateurs, consommateurs, représentants d'organismes de contrôle,...), les 20 programmes courts proposés par l'Agence BIO apporteront de l'information de fond sur l'agriculture biologique et ses filières.

Les programmes courts traiteront notamment :

- des fondamentaux de la bio et de l'impact positif sur l'environnement ;
- des contrôles dans les fermes et à tous les stades des filières bio ainsi que des garanties apportées par les logos AB et bio européen ;
- de la diversité des produits bio et de leurs circuits de distribution ;
- de l'engagement des professionnels en agriculture biologique, de leurs motivations, des formations et des métiers d'avenir ;
- de l'innovation en agriculture biologique ;
- de la bio en restauration collective ;
- des réflexions de consommateurs et de leurs pratiques : pourquoi ont-ils choisi de manger bio ? quels changements dans leur alimentation ?
- des différentes filières bio : reportages sur la viticulture bio, la viande bio, le pain bio, la saisonnalité des fruits et légumes bio, etc.

50 occasions de découvrir des contenus exclusifs sur la Bio

Les programmes courts de la « Minute Bio » feront au total l'objet de 50 diffusions distinctes sur M6.

Les 20 programmes courts inédits seront diffusés du lundi au vendredi, vers 18h, avant « un Diner presque parfait », du 5 au 30 juillet 2010. Ils feront l'objet de rediffusions durant 5 week-ends, du 10 juillet au 5 août 2010, le samedi vers 10h50, 13h50 et 17h40, et le dimanche vers 14h20, 17h15 et 18h50.

L'ensemble des programmes courts sera mis en ligne sur le site Internet de l'Agence BIO après leur diffusion sur M6.

Ces programmes courts sont produits par M6 Créations, sur un dispositif mis en place par Havas Media.

LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION EUROPEENNE « LE BIO. BON POUR LA NATURE, BON POUR NOUS »

Clé de voûte de la campagne européenne : le site internet multilingue consacré à l'agriculture biologique : www.organic-farming.europa.eu.

Un site internet multilingue

Ce site Internet contient notamment une « boîte à outils » électronique proposant gratuitement des **outils de communication en 22 langues** (dépliants, affiches, cartes postales, outils audiovisuels,...) à l'intention des professionnels de l'ensemble du secteur de l'alimentation et de l'agriculture biologiques ainsi qu'à toutes autres personnes intéressées (enfants, étudiants, enseignants,...).

Le contenu de cette boîte à outils est la propriété de la Commission européenne, mais peut être utilisé librement pour la production de matériels promotionnels sur l'agriculture et l'alimentation biologiques dans l'Union européenne, dans le respect des conditions d'utilisation.



Brochures



Cartes postales



Dépliants



Affiches

Campagne de communication européenne :
quelques exemples de visuels

Pour découvrir l'ensemble des outils disponibles : www.organic-farming.europa.eu.

Pour en savoir plus : www.organic-farming.europa.eu

LES TROPHEES DE L'EXCELLENCE BIO



CRÉDIT
AGRICOLE

Co-organisé par l'Agence BIO et le Crédit Agricole S.A., pour la première fois en 2009-2010, le concours des Trophées de l'Excellence Bio vise à distinguer des producteurs, transformateurs et distributeurs biologiques ayant réalisé des innovations qu'elles soient d'ordre technique, commercial, économique ou social.

La remise des prix s'est déroulée le 4 mars, à l'issue du Séminaire International de l'Agence BIO, dans le cadre du Salon International de l'Agriculture à Paris, Porte de Versailles avec 8 nominés, 2 lauréats, 2 mentions spéciales.

Outre la diffusion des savoir-faire et des stratégies innovantes et exemplaires concrètement mis en œuvre, le concours témoigne du caractère dynamique de l'ensemble du secteur biologique.

Deux lauréats :

- **Catégorie Producteurs** : les éleveurs de bovins bio du **Gaec des Incorruptiblement Verts** (avec leurs collègues) **en partenariat avec la cuisine centrale de Lons le Saunier**, qui ont mis en place une filière innovante pour approvisionner la restauration collective en circuit court sur une base contractuelle, avec fourniture d'animaux sur pied, dans une dynamique territoriale, en vue notamment de protéger la qualité de l'eau.
- **Catégorie Transformateurs – Distributeurs** : **la Sarl Inovfruit en partenariat avec les producteurs locaux de châtaignes Bio du sud Ouest**, pour une innovation technique permettant d'offrir aux consommateurs des châtaignes bio de grandes qualités nutritionnelles et organoleptiques, avec une stratégie d'approvisionnement régional et de réhabilitation des châtaigneraies traditionnelles à l'abandon.

Deux mentions spéciales du jury:

- L'association « **La Charrette bio** » rassemblant 18 producteurs ayant mis en place un système de vente collective ambulante à Grenoble de paniers bio composés de produits frais et variés. Cette initiative a été mise en œuvre grâce à l'acquisition d'un camion spécialement conçu et aménagé, et d'un système de commandes et de livraisons hebdomadaires.
- **Le réseau éco-jardinier Botanic®**, pour la mise en vente de plants potagers et aromatiques bio dans des pots jifty®, solution alternative au pot horticole classique, innovation complétée par un appui technique, l'accompagnement et

la formation des jardiniers amateurs. Les producteurs situés à proximité des zones de commercialisation ont été incités, avec succès, à convertir leurs surfaces en mode de production biologique.

Autres Nominés en catégorie « producteurs »

- **« Couveuse d'entreprises en maraîchage bio. »**
Le lycée horticole de Blois a engagé une démarche pour faciliter l'installation de maraîchers formés en vue de réussir leur installation, alliance partenariale visant à conjuguer insertion professionnelle et formation dans une dynamique territoriale très aboutie.
- **L'Association des Amis de « Juliet®, un premier pas pour les producteurs vers l'agriculture biologique. »**
Plus de soixante-quinze producteurs engagés dans la production et la commercialisation de la Pomme Juliet®, nouvelle variété (résistante à la tavelure, peu sensible à l'oïdium et attirant peu les pucerons) dédiée à la Bio. L'innovation technique est complétée d'un développement commercial équilibré et respectueux de chacun et d'actions de communication exemplaires.

Autres Nominés dans la catégorie « Transformateurs - Distributeurs »

- **« Les assemblages d'huiles bio IMEAGE PLUS D et E : les 'aliments complémentaires' contre les douleurs »**
Une innovation « produit » basée dans la Nièvre, aboutissement d'un engagement au service du développement de l'agriculture biologique avec la mise à disposition des consommateurs d'huiles bio selon des assemblages qui permettent à chacun de consommer l'huile répondant à ses besoins nutritionnels dans le cadre d'une alimentation équilibrée.
- **« Une offre en ligne pour la filière fruits et légumes biologiques. »**
Dans le Maine-et-Loire, plus de quarante producteurs de fruits et légumes biologiques sont associés au sein de l'association **Bio Loire Océan**. Assez éloignés les uns des autres, ils ont innové pour mieux faire connaître aux acheteurs les produits disponibles, chaque jour, à un prix donné, en un lieu donné, avec la création d'une plateforme virtuelle fonctionnant selon un mode participatif et interactif.

Un prix de 5 000 euros a été remis aux lauréats grâce au concours du Crédit Agricole.

Pour en savoir plus : www.agencebio.org

LES FONDAMENTAUX DE LA BIO

LE NOUVEAU LOGO BIO DE L'UNION EUROPEENNE : OBLIGATOIRE A PARTIR DU 1^{ER} JUILLET 2010

Le logo européen de l'agriculture biologique et le logo AB complètent l'étiquetage et ont pour objet d'aider les consommateurs à repérer les produits biologiques. Le logo AB est la propriété exclusive du Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche.



Ces deux logos peuvent être appliqués sur les produits qui :

- contiennent au moins 95% d'ingrédients issus du mode de production biologique,
- satisfont aux règles du système officiel de contrôle et certification,
- portent le nom du producteur, du préparateur ou du distributeur et le nom ou le code de l'organisme de certification.

Nouveau graphisme pour le logo européen

La Commission européenne a rendu public, le 8 février 2010, le logo retenu par les internautes à l'issue d'un concours. Le logo élu, en forme de feuille, a officiellement été adopté par publication au Journal officiel de l'Union européenne.

La présence du logo européen, actuellement facultative, deviendra obligatoire le 1^{er} juillet 2010 pour les produits alimentaires préemballés.



Il restera facultatif pour les produits importés.

Dans tous les cas où il est utilisé, doivent figurer à proximité l'indication du lieu de production des matières premières agricoles composant le produit : « Agriculture UE », « Agriculture non UE » ou « Agriculture UE/non UE », avec la possibilité de mentionner le pays, ainsi que le numéro de code de l'organisme certificateur.

Sa présence sur l'étiquetage assure le respect du règlement sur l'agriculture biologique de l'Union européenne.

Les logos nationaux et privés pourront toujours être utilisés.

AGRICULTURE BIOLOGIQUE : LE POINT SUR LA REGLEMENTATION

La nouvelle réglementation européenne en matière d'agriculture biologique est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2009.

Avec cette nouvelle réglementation, les fondamentaux de la Bio sont maintenus, notamment ceux liés aux principes d'interdiction d'utilisation de :

- **produits chimiques de synthèse,**
- **d'OGM et de dérivés d'OGM,**
- **de traitements ionisants.**

Le règlement (CE) n°834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 reprend toutes les spécificités de l'agriculture biologique définies par le précédent règlement européen en vigueur depuis 1991 et précise en particulier ses objectifs et principes :

- gestion durable,
- respect des équilibres naturels et de la biodiversité,
- produits de haute qualité dont l'obtention ne nuit pas à l'environnement, à la santé humaine, à la santé des végétaux, des animaux ou à leur bien-être.

Harmonisation des normes et transparence pour le consommateur

Un nouveau pas a été franchi pour harmoniser et étendre les normes au plan européen, rendant le système plus transparent pour les consommateurs.

Dans tous les domaines couverts par la réglementation européenne, les cahiers des charges nationaux encore applicables pour les produits animaux sont abrogés depuis le 1^{er} janvier 2009.

C'est le cas du cahier des charges français qui subsiste cependant pour les produits non couverts, ou pas encore, par la réglementation européenne, à savoir :

- les lapins,
- les escargots,
- les autruches,
- les aliments pour animaux de compagnie.

Il est prévu d'adopter prochainement au plan communautaire des règles pour la vinification des raisins issus de l'agriculture biologique (voir encadré).

Par ailleurs, les Etats membres ont la possibilité de fixer des règles nationales dans les domaines non couverts par la réglementation communautaire, comme la restauration collective.

Des règles privées peuvent toujours s'appliquer mais doivent respecter au minimum les règles européennes en vigueur.

Zoom sur...

Le lien au sol

La production hors sol est interdite en agriculture biologique, notamment en élevage où l'éleveur doit garantir un double lien au sol au niveau de :

- l'alimentation des animaux en se procurant principalement (c'est-à-dire à plus de 50%) des aliments pour animaux provenant de l'exploitation elle-même ou d'autres exploitations biologiques de la même région,
- la gestion des effluents sur des terres agricoles biologiques de l'exploitation ou à défaut sur celles d'un autre opérateur de la région après avoir établi un accord de coopération pour la gestion des effluents biologiques excédentaires qui ne peuvent être épandus que sur des parcelles conduites en mode de production biologique.

Les OGM

Concernant les OGM, le seuil de 0,9% de présence fortuite et techniquement inévitable d'OGM fixé par la réglementation générale n'est pas une tolérance. Il s'agit d'une obligation d'étiquetage au-delà de ce seuil et non spécifique à l'agriculture biologique. Toute référence à l'agriculture biologique sur les produits contenant des OGM est rendue explicitement impossible par la nouvelle réglementation européenne qui interdit formellement leur utilisation. Les opérateurs de l'agriculture biologique prennent donc toutes les mesures nécessaires pour éviter une contamination de leurs produits.

De nouvelles productions bio réglementées au niveau européen

L'aquaculture bio

Depuis le 5 août 2009, l'Union européenne s'est dotée de règles communes concernant l'aquaculture biologique. C'est un nouveau pas franchi dans l'harmonisation des règles applicables à l'agriculture biologique dans l'UE. Ce nouveau règlement détermine les règles de production des animaux d'aquaculture (poissons, mollusques, crustacés...) mais également des algues marines.

L'objectif est de garantir la production d'aliments sains et de haute qualité en limitant au strict minimum l'incidence sur l'environnement aquatique. Il fixe également pour la production d'algues marines et la production aquacole un plan de gestion durable prévoyant des mesures précises, notamment en matière de réduction des déchets, de réduction des rejets dans le milieu, d'utilisation des énergies renouvelables et de recyclage des matériaux. Il impose également l'établissement d'une évaluation environnementale pour les nouvelles structures supérieures à 20 tonnes.

Pour la production d'algues, le règlement fixe des règles tant pour la récolte que pour la culture. Dans les deux cas, seules les algues provenant de zone de haute qualité écologique peuvent être vendues en bio. L'activité ne doit pas altérer l'habitat naturel.

Pour les animaux d'aquaculture, le règlement encadre les pratiques d'élevage (densité, température, oxygène, lumière, structure d'élevage...), l'origine des animaux (espèces locales, n'affectant pas les stocks sauvages...), ainsi que les règles relatives à l'alimentation des animaux et à la prophylaxie.

Le vin bio

Depuis l'été 2009, la Commission européenne a initié des discussions pour l'adoption d'un nouveau règlement relatif à la vinification biologique. En effet, les règles de vinification n'étant pas adoptées à ce jour, il n'est pour l'instant possible que de parler de « vin issu de raisins de l'agriculture biologique » et non de « vin biologique ».

Pour élaborer sa proposition de texte, la Commission s'est appuyée sur les résultats de l'étude « ORWINE », programme européen mis en place en 2006, dont les objectifs étaient l'identification des attentes du marché (consommateurs, intermédiaires) et l'évaluation des pratiques de vinification au regard des critères de l'agriculture biologique.

L'objectif est également de permettre d'offrir au consommateur « bio » des vins de qualité au moins équivalente aux vins conventionnels avec la même diversité de choix.

Le projet actuel de règlement reprend les grands principes de l'agriculture biologique :

- tous les ingrédients d'origine agricole sont bio, notamment les raisins bio,
- refus des pratiques et procédés œnologiques susceptibles d'induire en erreur sur la véritable nature des produits biologiques.

De plus, seules les substances et les pratiques œnologiques jugées indispensables à la production de vin biologique sont autorisées.

Concernant les sulfites, une réduction par rapport aux taux maximum autorisés dans les vins conventionnels est prévue.

Ce projet de règlement qui devrait être bientôt adopté fixe également les règles en matière d'étiquetage des vins biologiques.

Pour en savoir plus :

www.agencebio.org, espace professionnels puis réglementation



ADOCOM RP - Service de presse de l'Agence BIO
Tél : 01 48 05 19 00 - Fax : 01 43 55 35 08- Courriel : adocom@adocom.fr

**Crédit photos : « Agence Bio, Vincent Grémillet, Sopexa Y. Bagros,
Sotoven Adocom » - Merci pour les mentions.**