



LA COOPÉRATION AGRICOLE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Contact bio

N°12

Juin 2023

Agenda

JUIN

1^{er}

Formation "AB & Changement Climatique"
· La Tour de Salvagny (69).

1^{er} & 2

Formation "Financements Publics : organiser sa veille, décrypter un appel à projets et sécuriser ses aides" · Paris.
À destination des salariés de coopératives.
+ d'infos - Inscription.

1^{er}

RDV technique terrain "Produire de l'orge brassicole bio" · Gignat (63). Par la Chambre d'agriculture Puy-de-Dôme.
+ d'infos : Sabrina Bourrel (tél. 07 88 86 96 62), conseillère bio agronomie/cultures et RTR Agronomie.

6

BIO'N Days. Par le Cluster Bio.

15

Commission Bio. Focus foncier & renouvellement des générations.

JUILLET

4 & 5

Rencontres export du Cluster Bio · Alixan (26). Accélérez votre développement à l'international ! + d'infos

SEPTEMBRE

20 & 21

Salon Tech & Bio · Bourg-lès-Valence (26).
+ d'infos



Retrouvez notre offre
de formation en :

Qualité
RSE
Agroécologie

ENQUÊTE SUR L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

QUELLE EST VOTRE POINT DE SITUATION ?

CONTEXTE, COMMERCIALISATION ET DÉBOUCHÉS BIO DES COOPÉRATIVES D'Auvergne-Rhône-Alpes EN 2023

En tant que coopératives vous êtes un maillon clé des systèmes agroalimentaires, notamment de par votre positionnement structurant et central de metteur en marché entre la production et la consommation. Compte tenu du contexte actuel chahuté des marchés Bio, et afin de pouvoir analyser un point de situation sur la commercialisation et les débouchés de vos activités Bio, merci de bien vouloir répondre à cette enquête coopérative en cliquant **ici**

Les résultats de ce questionnaire permettront de faire remonter auprès des décideurs politiques, un panorama sur la conjoncture que nos coopératives traversent, dans ce contexte inédit pour le secteur bio.

L'enquête sera anonymisée et les résultats présentés lors du salon Tech&Bio en septembre.

Merci par avance à tous pour votre mobilisation !

Avec le soutien financier de la DRAAF AURA



DIRECTION RÉGIONALE DE L'ALIMENTATION,
DE L'AGRICULTURE ET DE LA FORÊT



Le 6 juin prochain aura lieu **BIO N'Days**, la convention d'affaires pour les produits biologiques, accessible **en présentiel à Valence**, et **en ligne**. Cette journée professionnelle organisée par le Cluster Bio, votre association régionale, vous permet de participer à des conférences autour de la thématique "**Les clés pour relancer la croissance du bio**", avec d'autres acteurs de la filière de France et d'Europe !

Alors, participez à ce temps fort de l'année pour :

- Rencontrer des entreprises bio régionales et nationales ;
- S'informer en assistant aux conférences ;
- S'engager en étant présent aux événements du secteur ;
- Adapter votre stratégie grâce à des données clés du bio ;
- Exposer vos nouveautés 2022/2023 grâce à un showroom produits.

Face à un marché bio chahuté par les différentes crises, plusieurs zooms seront effectués : panorama des chiffres clés en magasins spécialisés, GMS et RHF, complétés par des solutions et leviers pour relancer la croissance : avancement de la consigne, évolution de la distribution spécialisée, reterritorialisation des filières, les enjeux de la restauration hors foyer... avec des intervenants experts des sujets comme : IRI, l'agence Good, Ecotone, Le Fourgon, Elixens, et bien d'autres... **Découvrez le programme !**

Inscrivez-vous dès maintenant et assurez vous de ne pas manquer le rendez-vous 2023 de l'ensemble des acteurs de la filière biologique (Tarifs et modalités détaillées sur le lien).

LCA ARA s'associe à toute l'équipe du Cluster Bio dans le cadre de cette journée riche en informations dans le but d'agir ensemble pour la filière biologique !

INFOS & CONTACTS :

Adrien PETIT : apetit@cluster-bio.com
Diane RIVATON : drivaton@ara.lacoopagri.coop

Je participe !





20 & 21 SEPT 2023
BOURG-LÈS-VALENCE DRÔME
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES - FRANCE



**LA
COOPÉRATION
AGRICOLE**

Construisons en commun
l'avenir de chacun

www.tech-n-bio.com



LA COOPÉRATION AGRICOLE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

#technbio



Tech&Bio : La Coopération Agricole a besoin de vous !

Le salon Tech&Bio se tiendra les 20 et 21 septembre 2023 à Bourg-lès-Valence.

L'édition 2021 avait réuni plus de 20 500 visiteurs, 75 exposants et plus de 600 articles étaient parus dans la presse.

La Coopération Agricole sera de nouveau présente à travers un stand de 50 m² où nous serons heureux de vous accueillir.

Pour organiser au mieux cet événement, nous avons besoin de vous !

En effet, nous prévoyons les animations suivantes :

Un "Apéro bio des coopératives" (le 20 septembre à partir de 17h30).

Pour cela, nous souhaitons mettre en avant vos produits coopératifs : vins, jus de fruits, charcuterie, fromages, fruits, olives et viandes biologiques !

Si vous souhaitez être contributeur (sous forme de don de produits), merci de renseigner le sondage suivant via le lien [ici](#).

Nous reviendrons vers le contact désigné pour aborder les aspects logistiques.

La réalisation d'une vitrine de produits bio :

Nous utiliserons une partie des produits donnés pour l'Apéro bio.

En revanche, pour tous les produits périssables, nous recherchons des produits factices. Si vous en possédez, et que vous pouvez nous les prêter ou nous les donner, merci de nous les envoyer (ou nous préciser comment les récupérer).

Un parcours "coopération agricole" :

Nous recensons les coopératives exposantes ainsi que leurs animations, aussi si vous êtes concernés, n'hésitez pas à vous manifester et à nous indiquer

vos coordonnées et votre numéro de stand par mail **avant le 7 juillet 2023**.

Nous prévoyons également :

- Un événement type conférence de presse ;
- Une présentation des chiffres clés de l'agriculture biologique au sein du réseau de La Coopération Agricole.

Nous ne manquerons pas de revenir vers vous avec un programme plus élaboré lorsque nous aurons avancé sur l'organisation des différents sujets.

A RETENIR

Des invitations seront accordées **en priorité aux coopératives fournissant des produits pour l'Apéro bio** puis nous offrirons, dans la limite des places disponibles, des invitations pour toute personne ayant l'intention de nous rendre visite : répondez directement par mail pour vous signaler.

Pour les coopératives non exposantes : il vous sera possible de prendre vos rendez-vous d'affaires sur notre stand (du mobilier adapté sera mis à votre disposition). **Néanmoins, merci de nous indiquer la demi-journée (ou la tranche horaires) que vous ciblez pour votre venue.**

Enfin, **90% des emplacements étant déjà réservés**, pour les coopératives souhaitant exposer, renseignez-vous sur les emplacements restants et réserver en contactant rapidement le service organisateur par mail à commercial@tech-n-bio.com. Vous pouvez également cliquer [ici](#) pour découvrir l'intégralité de leur offre commerciale. ■



VOS CONTACTS : Annie GIACOMETTI agiacometti@ara.lacoopagri.coop • **Diane RIVATON** drivaton@ara.lacoopagri.coop
Bastien FITOUSSI bfitoussi@lacoopagri.coop

Le bio à l'international

Suisse : L'agriculture bio a de beaux jours devant elle... [lire la suite](#)

L'agriculture biologique en **Allemagne**... [lire la suite](#)

Actualités réglementaires bio, au 1^{er} trimestre 2023

Suite au dernier Comité National de l'AB de l'INAO de début mars, veuillez trouver **ici** (ou **ici**) une fiche de synthèse des votes faisant évoluer le guide de lecture et à la suite une compilation des autres évolutions réglementaires récentes (suite aux instructions INAO ou aux décisions européennes).

Compléments sur la note de lecture sur la sortie des bovins Bio

*Par Bastien FITOUSSI,
responsable Filières Biologiques, LCA,
Direction Compétitivité et Transition Ecologique.*

Instructions de l'INAO résumant la note :

Caractéristiques des aires d'exercice : Dans les cas où les bovins mâles adultes de plus de 1 an et les veaux de plus de 6 semaines ne pâturent pas quand les conditions le permettent, les bâtiments bovins doivent disposer d'une aire d'exercice partiellement couverte. Comme pour les élevages porcins, l'aire d'exercice peut être couverte au maximum à 50%, et doit disposer de 3 côtés ouverts, afin qu'il y règne une ambiance extérieure. Cette règle doit s'appliquer à tous les bâtiments. Cependant, les bâtiments existants et engagés en Bio avant le 1^{er} janvier 2023 peuvent bénéficier d'une tolérance de couverture de 95% maximum. Les élevages disposent le cas échéant, d'un délai de 5 ans pour réaliser, soit au 1^{er} janvier 2028, ces travaux de découverte des aires d'exercice et se mettre en conformité avec cette règle. En l'attente le manquement n°123 sera relevé et un avertissement systématique pour les élevages ne respectant pas la règle jusqu'au 1^{er} janvier 2028.

Dispositions concernant les veaux : Pour rappel, le guide de lecture précise que les veaux doivent avoir obligatoirement accès à un espace extérieur au plus tard à l'âge de 6 semaines et aux pâturages au plus tard à l'âge de 6 mois. Lorsqu'ils sont abattus entre 6 et 8 mois, ils doivent avoir au moins pâturé 30 jours dans leur vie.

Finition en bâtiments des bovins adultes : La finition des bovins adultes en bâtiments est possible en hiver pour tous les animaux. Elle n'est pas conforme aux principes de la production biologique en période de pacage, sauf pour les bovins mâles de plus d'un an si ceux-ci bénéficient d'une aire d'exercice.

Pour les exploitations qui ne respecteraient pas cette disposition, le manquement n°119 sera relevé et il y aura un avertissement systématique jusqu'au 1^{er} janvier 2027. A l'issue de cette période, la mesure prévue par le catalogue des mesures sera appliquée.

Synthèse de la note de lecture

Par la FNAB

Conditions pouvant justifier une limitation de l'accès au pâturage :

- Les conditions ne permettant pas le pâturage sont les conditions météorologiques (froid humide, fortes pluies, fortes chaleurs...), les conditions environnementales (état du sol impropre à la présence d'animaux, quantité et qualité d'herbe disponible insuffisante...) et les pratiques d'élevage (soins vétérinaires, parage, insémination, vêlage...);
- les animaux se trouvant en fin d'engraissement (fin de finition) à la sortie de l'hiver peuvent être maintenus en bâtiment quelques jours avant l'abattage afin d'éviter les problèmes digestifs liés à la mise à l'herbe.

Âges de sortie des veaux :

- Obligation de fournir un accès à l'extérieur quand les conditions le permettent au plus tard à 6 semaines;
- Obligation de fournir un accès au pâturage quand les conditions le permettent au plus tard à 6 mois;
- Les animaux abattus entre 6 et 8 mois peuvent déroger à l'obligation de pâturage après 6 mois s'ils ont eu accès aux pâturages au minimum durant 30 jours sur leur durée de vie, sauf conditions exceptionnelles ne le permettant pas.

Caractéristiques des accès extérieurs :

- Les espaces extérieurs (de type courette attenante au bâtiment), peuvent être partiellement couverts : au maximum à 50% de l'espace extérieur (avec tolérance de couverture à 95% pour les bâtiments existants et engagés en Bio avant le 1^{er} janvier 2023);
- Les 3 côtés de cet espace doivent être ouverts avec possibilité de barder la moitié du périmètre de l'aire d'exercice extérieure (voir le schéma ci-dessous).

Exemple 1 : bâtiment avec accès à une courette



Note : On peut voir que le bardage de la courette est limité à 50% de la longueur des côtés latéraux

Délais de mise en conformité pour les élevages certifiés avant le 01/01/2023 :

- Mise en place d'une courette extérieure permettant de fournir un accès à l'extérieur aux veaux quand les conditions le permettent : au plus tard le 1^{er} janvier 2028;
- Les éleveurs qui, pendant la période de pacage, pratiquaient la finition des bovins adultes en bâtiment, auront jusqu'au 1^{er} janvier 2027 pour se mettre en conformité avec les règles rappelées ci-dessus. ■

Réglementation Arboriculteurs - Utilisation du Quassol en AB

Depuis le 1^{er} janvier 2022, le **quassia amara** n'est plus utilisable en AB en tant qu'insecticide répulsif, conformément à l'annexe I du RUE 2021/1165. En effet, cette substance a été retirée de la liste des substances utilisables en AB, dans le nouveau règlement Bio.

Cependant, des dossiers de reconnaissance du quassia en tant que substance de base ont été déposés auprès de la DG Santé par IFOAM et l'ITAB et la DGAL a renouvelé l'autorisation de « 120 jours » de mise sur le marché du Quassol (extrait de *Quassia amara*) du **27/2/2023 au 27/6/2023**.

Dans la mesure où cette substance est en cours de reconnaissance pour son usage en bio et a fait l'objet d'une autorisation « 120 jours » par la DGAL, les OC ont été invités à moduler la mesure prévue dans le catalogue national des mesures de manière à ne procéder qu'à un **simple avertissement** en cas d'usage du quassol sur la période du 27/02/23 au 27/06/23.

Arrêté Préfectoral Agriculture bio 2023

Retrouvez l'arrêté préfectoral du 10 mai 2023 relatif à la mise en œuvre de l'aide à la conversion à l'agriculture biologique pour la campagne 2023 en Auvergne-Rhône-Alpes, sur le site Internet de la DRAAF [ici](#).

Fond Avenir Bio

L'Agence Bio nous a informé du **lancement de l'Appel à Projets (AAP) n°24 du Fonds Avenir Bio**.

Cet AAP comprend quelques modifications par rapport aux précédents, notamment :

- L'intégration de la dimension de consolidation et de sécurisation des filières bio, au-delà de leur développement, dans les objectifs généraux du Fonds Avenir Bio ;
- L'augmentation du plafond d'aide à 800 000 € par bénéficiaire et à 1 300 000 € par projet (tous bénéficiaires confondus) ;
- La valorisation d'impacts qualitatifs dans le critère 2 « Impacts sur la filière » :
 - Relocalisation de productions agricoles et d'outils de transformation et de stockage (répondant à un besoin du territoire) ;
 - Consolidation/sécurisation de la filière (par exemple par l'amélioration des conditions et/ou l'augmentation des capacités de stockage, de réception, de tri et de transformation) ;
 - Résilience climatique (nouvelles pratiques culturales, diversification des cultures, recours à des espèces adaptées, gestion de l'eau, R&D et expérimentations) ;
 - Valorisation des projets d'entreprises 100% bio (porteurs de projets et entreprises bénéficiaires).
- Les points bonus octroyés aux projets :
 - Dont le bassin de production est localisé dans les DOM : Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion et Mayotte ;
 - Et/ou dont le débouché principal est la RHD (Restauration Hors Domicile) : si la restauration hors domicile représente un débouché majoritaire (> 50 %) au début du projet ou si le projet prévoit une augmentation de plus de 50% des volumes destinés au débouché RHD et que ce débouché représente plus de 30% des débouchés en fin de projet ;
 - Et/ou dédiés majoritairement au développement des filières d'élevages biologiques ;
 - Et/ou dont l'entreprise portant le projet ainsi que les partenaires bénéficiaires du projet ont une activité 100% bio.
- L'éligibilité des investissements des abattoirs et des commerces de détail à la marge du projet ;
- Le maintien de l'aide au montage de dossier (DAMD) avec un abaissement du plancher des investissements éligibles présentés à 5 000 € HT.

L'AAP 24 est ouvert sur une durée de 2 ans, **du 3 avril 2023 au 31 mars 2025**.

Pour mémoire, **le Fonds Avenir bio est doté à hauteur de 13 M€ en 2023**.

Vous trouverez le texte de l'AAP [ici](#) ainsi que sur l'espace candidature du site Internet de l'Agence BIO : [ici](#)

Par ailleurs, pour votre information sachez qu'une liste des lauréats régionaux du Fonds Avenir Bio est régulièrement mise à jour par la DRAAF sur son site Internet, à consulter [ici](#). ■





Appel à mobilisation Printemps Bio

Pour cette 24^{ème} édition (22 mai au 21 juin), l'Agence Bio a mis en place un Open Agenda, permettant à tous les acteurs d'inscrire eux-mêmes leurs événements Printemps BIO [ici](#).

Grâce à cet agenda en libre accès, tout le monde pourra retrouver en ligne, les animations bio de leurs villes et régions, en naviguant sur la carte de France interactive.

Il s'agira donc pour tous les acteurs du bio, de communiquer sur cet agenda, afin de mettre en avant les animations bio prévues pendant tout le mois.

C'est sur cet agenda, que l'Agence Bio communiquera aussi, sur les réseaux sociaux, et sur son site Internet.

Pour le Printemps BIO, l'Agence Bio a développé un kit de communication afin de valoriser l'événement sur tous les supports.

Ce kit de communication comprend :

- Deux logos ;
- Deux flyers ;
- Deux templates adaptables.

Un nouveau logo à l'effigie d'un radis, légume de saison, a été créé, sur le même modèle que celui de la Journée Européenne du Bio, afin de garder une cohérence entre tous les événements Bio annuels.

Un logo Printemps Bio en lettre est également disponible.

Il est également proposé deux flyers, afin de communiquer largement pendant tout le mois :

- Un appel à mobilisation à destination des acteurs du Bio ;
- Un flyer d'information à destination du grand public et de l'écosystème.

Vous y trouverez aussi des templates vides et adaptables de ces flyers vous permettant de rajouter vos logos et autres éléments de communication, ainsi que tous les éléments graphiques composant les flyers.

Pour télécharger le kit de communication, c'est [ici](#).

Il est également disponible en téléchargement libre sur [la page Internet dédiée](#) de l'Agence Bio. ■



Crédit d'impôt Bio

Info relais de la lettre de la Chambre d'agriculture du Puy-de-Dôme, n°34 de mai 2023.

Le crédit d'impôt Bio est à demander en même temps que la déclaration de revenus.

Pour plus d'infos, consultez l'article rédigé par l'équipe Bio de la CA 63 en cliquant [ici](#).

Retour sur la journée filière Bio régionale du 28 mars !

Le 28 mars 2023, les partenaires de la bio en Auvergne-Rhône-Alpes ont eu le plaisir d'accueillir plus d'une trentaine d'acteurs des filières grandes cultures au Lycée agricole de Saint-Genis-Laval. Pilotée par **La Coopération Agricole, en partenariat avec le Cluster bio Auvergne-Rhône-Alpes, la FRAB et les Chambres d'Agriculture**, la journée était axée sur les **céréales secondaires** avec une question en tête : **se diversifier en grandes cultures bio, comment et quel potentiel ?**

Des plus connus comme le sarrasin, les épeautres ou l'orge brassicole, aux plus discrets, comme le chanvre, le lin, la cameline, le quinoa, le millet ou le sésame, un panorama a été dressé sur l'ensemble de ces filières. Les partenaires du bio régional ont présenté les chiffres de la production à la consommation, mais la parole a aussi été donnée à ceux qui font vivre les filières sur le territoire avec deux tables rondes. Les participants ont ainsi pu découvrir ou redécouvrir les projets d'Aura Chanvre, du groupe des Graines bio des Savoie, du collectif Bio-diversifié, de la CUMA Verte Prairie pour la partie amont des filières, et pour la partie aval, les témoignages de Moulin Marion, de la Brasserie Dulion et de Vieille Graine.

Après une matinée centrée sur le panorama des filières, la place a été donnée à l'échange avec un buffet mettant en avant les cultures évoquées le matin même, grâce au traiteur Alice au Pays, suivi d'ateliers de groupes.

Entre producteurs, collecteurs, transformateurs et distributeurs, un même objectif : lever les freins au développement des filières de ces cultures. Parmi les nombreuses idées, le consommateur est ressorti comme un facteur déterminant, qu'il s'agisse du consommateur à domicile ou en restauration hors domicile. Les participants ont ainsi évoqué la communication comme facteur clé, mais aussi la proposition de produits qui répondent aux nouveaux modes de consommation : faciliter l'accès aux céréales secondaires par la proposition de repas complets et prêts à l'emploi.

Mais au-delà des consommateurs, c'est toute une filière qui souhaite plus d'échanges et de structuration. Se rassembler, centraliser les besoins, les commandes, mais également raisonner les filières aux bonnes échelles pour s'adapter à des marchés parfois de niche et favoriser leur résilience.

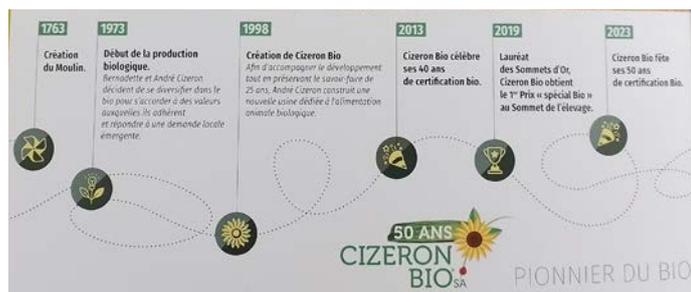
La journée s'est clôturée par une visite du moulin bio Gaston Meunier, là encore, placée sous le signe des échanges. ■

*Article corédigé par les partenaires de la Bio en AURA
(La Coopération Agricole, la FRAB AuRA,
la Chambre d'Agriculture AuRA et le Cluster Bio)*



50 ans de certification de CIZERON BIO

Vendredi 21 avril 2023, le FAB (Fabricant d'Aliment du Bétail) Cizeron Bio a réuni, à l'occasion de leurs 50 années de certification AB, plus de 200 acteurs de l'ensemble de filières Bio. L'occasion pour Jean-Charles Cizeron, son directeur, de rappeler les 3 points clés de sa ligne de conduite pour arriver à une telle résilience de son entreprise avec une équipe compétente ayant à cœur la valeur de leur métier.



Source : Cizeron Bio

- S'adapter : Savoir provoquer et saisir
- Optimiser : Tirer le meilleur parti de la matière et de la recherche
- Pérenniser : Garantir un développement durable avec la filière

« L'audace a du génie », une phrase prononcée par la première génération de la famille Cizeron, et qui résonne aujourd'hui dans les mots de Jean-Charles Cizeron, avec pour ligne de conduite de toujours rechercher à allier « tradition & modernité ».

Au programme de cette journée, des mini-conférences, des ateliers, la visite de l'usine et de la tour protéine... une journée qui a mis en valeur l'importance du travail en filière, collectif, collaboratif et en synergie comme clé de réussite et de résilience pour le marché du Bio. ■

i **Chiffres clés de CIZERON Bio :**
45 000 T d'aliments produits par an
50 années d'expertise dans la nutrition animale biologique
80 matières premières valorisées

Quel est le profil du consommateur bio en 2023 ?

Plus de défiance sur le label bio liée à la démocratisation du bio et un contexte inflationniste qui contraint le pouvoir d'achat, tels sont les résultats du dernier baromètre de l'Agence Bio sorti début mars 2023. Des consommateurs convaincus qui augmentent la part de bio et la bio qui recrute contre toute attente au sein des catégories modestes.

Un consommateur bio sur deux est contraint sur son budget

Pour rester à budget alimentaire constant, la qualité est sacrifiée

Dans un contexte inflationniste avec près de +13% en janvier 2023 d'après IRI, un français sur deux déclare faire le choix de prendre des produits de moindre qualité pour rester à budget constant. Cela explique la diminution de 16 points par rapport à 2021 des consommateurs bio réguliers.

En parallèle, certains profils de consommateurs bio intensifient leur consommation

Parmi les consommateurs bio réguliers, la part de ceux qui consomment plus de 75% de produits bio par jour augmente de 10 points par rapport à 2021. Cela met en évidence que les consommateurs convaincus sont prêts à prioriser la consommation vis-à-vis d'autres dépenses. L'enjeu est donc de convertir les jeunes consommateurs bio en les sensibilisant sur les externalités positives du bio.

Un profil atypique chez les nouveaux consommateurs bio

Parmi les consommateurs bio depuis moins d'un an, on note une prédominance de la catégorie « modeste » avec des personnes au chômage, des CSP- avec un budget global de moins de 1000€ par mois.

Un profil de consommateurs bio qui ne connaît pas les garanties du bio

Une défiance du consommateur bio sur le label
Le développement rapide du marché bio ces dernières années avec la déclinaison bio de géants de l'agroalimentaire comme chocapic bio ou babybel bio n'a pas été sans répercussion sur la perception des consommateurs. Le bio était historiquement « réservé » à des marques spécialistes en magasin spécialisé bio. Cette démocratisation du bio qui l'a rendu aussi plus accessible, a aussi dilué ses valeurs et ses promesses.

[Lire la suite...](#)



CAPITAL | 31/03/2023

Inflation : le bio est-il toujours plus cher ?

DÉCRYPTAGE - Des pommes ou de l'huile d'olive moins chères dans les magasins bio que dans les supermarchés traditionnels ? Oui, c'est possible car l'inflation touche moins fortement le secteur du bio

"Le bio oui, mais c'est cher." Cette phrase revient fréquemment dans la bouche des consommateurs. Et ils n'ont pas tort. Car en moyenne, et en fonction des modes de commercialisation, les produits bio sont 20% à 30% plus onéreux que leurs homologues conventionnels. Une bonne raison de ne pas mettre le produit dans son caddie ! Mais les comportements pourraient changer car cette affirmation ne se confirme plus.

Le niveau d'inflation qui sévit sur l'alimentaire (+15,8% sur les douze derniers mois, selon l'Insee) n'est pas identique pour tous les circuits de distribution. En l'occurrence, le bio tire son épingle du jeu. "Le prix entre le bio et le conventionnel tend à se réduire car l'inflation est moins forte sur le bio", confie à Capital Romain Roy, fondateur et CEO de Greenweez, le leader de l'e-commerce bio (racheté par Carrefour en 2016). Les raisons ? À la différence de la filière traditionnelle, le bio utilise moins d'engrais, de pesticides (les intrants agricoles), de transports, d'emballage, de transformation et donc d'énergie.

Une inflation : de 5 à 6% pour le bio

Tous ces éléments mis bout à bout, le panier bio moyen des consommateurs n'aurait augmenté que de 5 à 6%, contre plus de 15% donc pour les produits conventionnels, avance le leader de la distribution bio, Biocoop. L'enseigne, qui souffre depuis longtemps d'une image prix élevée, affirme d'ailleurs être en moyenne 3 à 5% moins cher que ses concurrents. Un constat qui se vérifie dans les faits. Capital a comparé le prix de certains produits chez Biocoop et sur le site internet d'Auchan. Par exemple, le kilo de pommes est moins cher chez

Biocoop (3,55 euros/kilo) que chez Auchan (4,29 euros/kilo), tout comme les spaghettis bio (2,81 euros le kilo chez Biocoop contre 4,34 euros le kilo chez Auchan) ou encore l'huile d'olive bio (10,6 euros/litre chez Biocoop contre 11,12 euros/litre chez Auchan)... Et la liste pourrait encore s'allonger. "Nous travaillons pour réduire le nombre d'intermédiaires chez nos fournisseurs, nous réalisons des économies d'échelle grâce à notre poids et nous sommes plus efficaces en interne", argumente Sylvain Ferry, directeur général de Biocoop.

Si l'effet inflation "profite" au bio, les enseignes ont également mis en place des opérations pour donner un coup de pouce supplémentaire au pouvoir d'achat des consommateurs. Certains s'adonnent déjà à ces pratiques depuis quelques années mais ont décidé d'accélérer et surtout de communiquer. Le but ? Augmenter le panier moyen des consommateurs, qui baisse depuis plusieurs mois. Biocoop revendique ainsi 140 produits à prix engagés (10% moins chers que la concurrence) auxquels s'ajoutent 500 articles à petits prix. Petite révolution, l'enseigne envisagerait même d'utiliser cette notion de prix bas dans ses prochaines campagnes publicitaires. Du jamais vu ! De son côté, Greenweez a lancé depuis 2021 son dispositif de produits à prix engagés sur plus de 2.000 références. En revanche, depuis le début de la crise, "on a décidé de réduire l'agressivité promos et de se concentrer sur certains produits uniquement", confie l'e-commerçant. Il ajoute également vouloir augmenter le nombre d'articles à marque de distributeur (MDD) pour passer de 250 à 500 produits.

« Le gouvernement méprise le bio »

Même Carrefour a adopté une stratégie similaire pour ses magasins spécialisés bio. Chez So.bio, passé chez Carrefour en 2019, on retrouve 150 produits estampillés "Je suis le meilleur prix" et des opérations "bons plans" qui mettent en avant des articles du quotidien. Bio

c'Bon (racheté par Carrefour en 2021) affiche aussi 150 produits "mini prix" et propose des formules pour des paniers de fruits et légumes 10% moins chers que ceux disponibles en rayon.

Car l'objectif est clair pour ces acteurs du monde green : que le bio ne redevienne pas un marché de niche. Dans ce cadre, ils ne cessent d'interpeller les pouvoirs publics. En vain, d'après eux. "Le gouvernement méprise le bio. Il alloue des enveloppes de centaines de millions d'euros pour le secteur du conventionnel tandis que nous sommes juste arrivés à obtenir 10 millions d'euros. Ça fait 167 euros d'aides pour chaque ferme ! C'est une aberration", s'insurge le président de Biocoop, Pierrick De Ronne. Pour rester attractifs aux yeux des consommateurs, les magasins n'auront pas d'autre choix : continuer à travailler le prix." ■

FNAB | MARS 2023

CLIMAT - La FNAB lance son PODCAST « Cultiver l'avenir »

ÉCOUTEZ ET DÉCOUVREZ LES TÉMOIGNAGES DE FRANÇOIS, DAMIEN ET MARION :

www.produire-bio.fr/articles-pratiques/climat-la-bio-lance-son-podcast-cultiver-lavenir/ ■

SUITE DE LA REVUE DE PRESSE
EN PAGE SUIVANTE >>>

Face à l'inflation, les magasins bios se mettent aussi aux promos

Entre les paniers anti-inflation, les rabais et la refonte des programmes de fidélité, les magasins bios prennent de plus en plus de mesures en faveur du pouvoir d'achat des consommateurs.

D'ordinaire, les magasins bios misent sur les produits sains et durables, et non sur le montant du ticket de caisse pour attirer les clients. Mais la baisse des ventes d'environ 5% en 2022 et l'inflation ont contraint la filière à revoir sa stratégie. Impossible, face à la baisse drastique du pouvoir d'achat des Français, de ne pas s'aligner sur les pratiques de la grande distribution, focalisées sur le portemonnaie des consommateurs. « Le prix a longtemps été un sujet délicat pour nous, car on défend des engagements forts sur le local et le commerce équitable », reconnaît Pierrick de Ronne, président de Biocoop. « En 2020, on se disait que nos clients étaient prêts à mettre le prix pour avoir de la qualité. On voit vraiment que le vent tourne et que, désormais, tout le monde fait attention », abonde Coline Bourdier, responsable communication chez Le Grand Panier bio.

Des prix bloqués. Chaque enseigne y va de son initiative. Bio c'bon et So.bio, ont lancé un panier anti-inflation, comme ceux des grandes surfaces. En mars, les chaînes ont bloqué le prix de plusieurs dizaines de produits jusqu'au 1er juillet. Le magasin bio en ligne La Fourche s'est également engagé à geler les prix de 53 articles du quotidien jusqu'au mois de juin. Par exemple, la boîte de 400 grammes de tomates concassées est vendue à 0,99 centime, tandis que le paquet de spaghetti demi-complets de 500 grammes coûte 1,25 euro. De son côté, Biocoop s'est engagé à proposer à la vente 500 produits à un prix maximum autorisé. Parmi eux, la coopérative en a identifié 130 sur lesquels elle souhaite être aussi accessible que la grande distribution. Ces prix réduits, qui représentent 25 % du chiffre d'affaires de l'enseigne, concernent à la fois le panier basique d'un consommateur et les produits spécifiques à la distribution bio, comme la purée d'amandes.

Un abonnement, des réductions. En parallèle du gel des prix, La Fourche a lancé une sélection de 90 articles à moins de 2 euros, sur lesquels le magasin a réduit ses marges, comme le litre de boisson à l'amande douce, passé de 2,14 euros à 1,89 euro. L'abonnement constitue une autre forme d'innovation. Moyennant 5 euros par mois, Naturalia propose, depuis septembre 2022, 10 % de réduction sur l'ensemble des produits du magasin, cumulables avec ses 300 promotions mensuelles. Quant à So.bio, la chaîne de magasins a mis sur pied l'opération « Le bon plan ». Chaque semaine, à partir du mercredi, un fruit ou un légume est soldé. L'enseigne a également lancé une cagette de primeurs au prix fixe de 15 euros. Les vendredis, samedis et dimanches, le réseau Les Comptoirs de la bio brade, lui, trois fruits et légumes. La semaine du 10 avril, par exemple, les pommes Golden étaient à 2 euros le kilo. Et à la fin de chaque mois, une sélection de 20 produits est proposée à moins 20 %.

« **Un prix juste toute l'année** ». Autre manière de s'occuper du porte-monnaie des consommateurs : la carte du magasin. En janvier, Le Grand Panier bio a lancé un nouveau programme de fidélité. Ainsi, chaque semaine, un rayon phare fait l'objet d'une remise de 20% cagnottée sur le compte fidélité. Mais, en réalité, l'inflation a accéléré une prise de conscience de la filière, entamée il y a trois ans, quand le marché du bio a commencé à marquer le pas. Les promotions hebdomadaires du Grand Panier bio ne sont ainsi pas récentes. Sans compter que tous les mois, une vingtaine de produits sont en promotion. Ce mois-ci par exemple, le pot de haricots verts extra-fins est à 3,89 euros, et les quatre saucisses végétales au bois de hêtre sont vendues à 3,25 euros. Des opérations flash que ne fait pas Biocoop. « On ne fonde pas notre politique tarifaire sur la promotion. On travaille sur un prix juste toute l'année, sur l'ensemble du catalogue », soutient Pierrick de Ronne, le président de Biocoop. Seulement quelques rabais ponctuels sont proposés afin de promouvoir des nouveautés ou aider les producteurs à écouler leur production. ■

« Réagissez ! » : la lettre de La Maison de la Bio à Elisabeth Borne

Par une lettre écrite, lettre écrite, la Maison de la Bio s'est adressée à la Première Ministre. Elle l'enjoint à « reconnaître l'insuffisance des efforts investis pour permettre à la France d'atteindre ses objectifs vers une transition écologique et alimentaire juste » et « appelle à un changement radical dans la politique menée afin de respecter les engagements pris en matière de développement durable à l'horizon 2027 ».

« Dans un récent rapport, la Cour des comptes pointe du doigt l'échec du Gouvernement en matière de soutien à l'agriculture biologique. Depuis plus de vingt ans, plusieurs promesses ont été faites par les gouvernements successifs, mais aucun plan n'a permis de tenir les objectifs fixés. Le « Programme Ambition Bio » 2017-2022 est l'exemple le plus criant de cette léthargie politique. La promesse était claire : atteindre 15% de Surface Agricole Utile (SAU) en bio et 20% de la restauration collective publique en bio d'ici 2022. En 2023, un an après la fin de ce programme, seulement 10,3% de la SAU est dédiée à l'agriculture bio », liste La Maison de la Bio. En réaction, elle « appelle le Gouvernement à redresser la barre de toute urgence » et « à changer de politique pour tenir ses engagements ». « Il manifeste que les moyens mis en place ne sont pas à la hauteur des promesses et des enjeux ». « Les objectifs raisonnables et fixés en 2017 n'ont pas été atteints. Suivre ce programme [Ambition Bio » 2017-2022] n'était pas une option. Il est temps que le gouvernement clarifie ses intentions, nous espérons encore pouvoir l'accompagner pour faire de l'Agriculture Biologique un levier de l'autonomie et un vecteur du Développement Durable pour notre pays », conclut Pierrick De Ronne, président de La Maison de la Bio. ■

La Cave de Tain et la Cave de Clairmont, les caves coopératives qui dynamisent le Rhône

Les grands producteurs rhodaniens et les collectifs plus familiaux misent sur le bio et les nouvelles envies des consommateurs.

Zoom sur les caves coopératives de Tain et de Clairmont. La «famille» de la Cave de Tain, comme elle aime se surnommer, fête cette année ses 90 ans. L'ambition de Louis Gambert de Loche, fondateur de la coopérative rhodanienne en 1933, s'est perpétuée : produire les meilleurs vins possibles, uniquement issus des vignes des adhérents. Avec 255 associés coopérateurs pour 1 050 ha et 5 millions de cols annuels, Tain fait partie des grands producteurs de la vallée du Rhône. Ce choix de ne produire quasiment que des bouteilles, et une infime part de vrac pour préserver de bonnes relations avec le négoce, permet d'«aller chercher la valorisation sur l'ensemble des marchés pour offrir aux coopérateurs le meilleur revenu, pérenniser les exploitations et faciliter les changements liés aux grands enjeux, notamment environnementaux», explique Ludovic Beau, le directeur général.

Les caves coopératives face aux enjeux de demain. La cave accompagne, techniquement et financièrement, ses adhérents pour obtenir à minima un **label environnemental** de type HVE (Haute Valeur environnementale), mais aussi passer en bio avec un objectif de 30 % de partenaires certifiés en 2025. Et Ludovic Beau compte sur l'effet d'entraînement. Même s'il s'agit de surmonter les réticences et les obstacles techniques, notamment pour les parcelles en coteaux escarpés. L'autre enjeu à résoudre : la **transmission des exploitations**, avec des adhérents qui vieillissent. « *Il est indispensable de pérenniser le foncier viticole pour permettre à des jeunes de s'installer* », souligne Ludovic Beau, qui a mis en place des outils pour les adhérents en fin de parcours, sans reprenneur identifié. « *Comme nous n'avons pas les moyens d'acheter, nous reprenons des surfaces grâce à des groupements fonciers viticoles ou par acquisitions directes via une association de coopérateurs. Cela nous a permis de préserver le foncier*

et de rajeunir l'âge moyen de nos coopérateurs ».

Et pour mieux vendre ses vins, la Cave de Tain a décidé d'anticiper les attentes des consommateurs en leur demandant ce qu'ils désiraient et leur « proposer des produits qui correspondent, précise Ludovic Beau. Nous devons construire nos vins pour qu'ils puissent être bus rapidement, mais aussi gardés. Un vrai défi technique. » Pour s'adapter, la Cave de Tain s'associe chaque année avec un professionnel pour l'élaboration de l'hermitage rouge Le Temps d'une rencontre. Dernier invité, le sommelier et meilleur ouvrier de France (MOF) Laurent Derhé. Il a participé au millésime 2019 avec Gaëtan Bouvier, lui aussi MOF. La vision de la cave d'ici à quinze ans selon Ludovic Beau ? « Nous irons peut-être sur d'autres crus, tels Condrieu ou Côte-Rôtie, en étant attentifs à des opportunités, ce que nous ne faisons pas actuellement ».

La Cave de Clairmont, 50 ans de coopérative.

En comparaison, la Cave de Clairmont à Crozes-Hermitage, fait, elle, figure de village gaulois. Créée par trois familles en 1972, elle en compte huit désormais, soit douze adhérents, pour 132 ha en production. Un format à taille humaine, mais un des principaux producteurs de l'appellation avec 120 ha, le reste étant en AOP Saint-Joseph et en IGP Collines rhodaniennes. Pour le 50e anniversaire de la cave, Frédéric Borja, issu d'une des familles fondatrices, a repris la présidence, succédant à Laurence Carat, qui formait un duo de choc avec Carol Lombard, l'œnologue et directrice de la cave. « L'esprit familial fait notre particularité et notre force, reconnaît la vice-présidente, Laurence Carat. Dans chaque bouteille, on retrouve tous les vigneron, personne ne peut pantoufler en cachette ! ».

Avec près de 40 % des surfaces en bio, la cave vinifie à part ces raisins pour respecter le choix des vignerons. Une décision qui a permis d'enrichir la gamme et d'affirmer l'engagement pour l'environnement. Autre spécificité : les vignerons peuvent participer aux vinifications. « Clairmont est né d'une envie de partage de compétences. C'est dans cet esprit que nous travaillons, ajoute Carol Lombard. Les vignerons sont les décideurs, mais aussi les acteurs de l'entreprise. Leur demande d'être bousculés par l'équipe de Clairmont est mission plus qu'accomplie, ajoute Frédéric Borja. Chacun apporte sa pierre et on a tous gagné en confiance ». ■

CIRCUITS CULTURE | 09/05/23

Le bio affronte la HVE

Après des années de croissance à deux chiffres, le marché des produits alimentaires bio a baissé de 68 millions d'euros en 2021. 2,8 millions d'hectares sont cultivés en bio. Du côté de la certification HVE, ce sont 2,15 millions d'hectares certifiés. Avec ce changement de référentiel, on peut s'interroger sur l'évolution des exploitations certifiées après 2024.

En 2021, les ventes d'aliments issus de l'agriculture biologique ont reculé de 1,3 % par rapport à 2020. La baisse ne s'observe pas dans tous les canaux de distribution : elle est principalement marquée en grandes surfaces alimentaires avec - 3,9 % et dans les magasins spécialisés avec - 1,8 %. À l'inverse, le secteur bio progresse en vente directe chez les artisans commerçants. Les consommateurs boudent-ils désormais le bio ? La 20e édition du baromètre de perception et de consommation des produits bio par les Français, menée par l'ObSoCo pour l'Agence Bio, révèle une hausse inédite de la défiance des Français envers les labels ou démarches de qualité et de respect de l'environnement, dont les labels bio Eurofeuille et AB. Qu'en est-il du côté de la production bio ? Elle est toujours en augmentation : avec une hausse de plus de 9 % en 2021 et 20 % des surfaces en conversion.

La voie A toujours très sollicitée pour la HVE. L'Agence Bio n'observe pas de phénomène massif de sortie du bio. En 2021, les sorties du bio représentent 4,17 % des fermes contre 4,02 % en 2020. « Plus de la moitié des sorties du bio sont des départs à la retraite et non des agriculteurs qui renoncent à produire bio », ajoute l'Agence Bio. En 2021, ce sont donc 58 413 exploitations bio, soit près de 2,8 millions d'hectares cultivés en bio. Ces chiffres sont à comparer à la certification Haute valeur environnementale (HVE). En 2022, 35 225 exploitations agricoles sont désormais certifiées HVE. Au 1^{er} janvier 2023, elles représentent environ 9,3 % des exploitations agricoles françaises et couvrent 2,15 millions d'hectares. La HVE a connu une hausse des certifications en 2022. Les exploitations certifiées HVE sont toujours plus nombreuses à être certifiées par la voie A, avec une proportion qui atteint 93,0 % au 1^{er} janvier 2023.

Un recours contre la HVE. Avec les changements du référentiel lié à la HVE appliqués en début d'année 2023, certains acteurs de la HVE s'interrogent sur l'accessibilité de la certification. Le risque est avant tout que certains agriculteurs arrêtent la certification par découragement et que d'autres ne s'y mettent jamais. Pour l'heure, aucune évolution n'est encore visible. Comme les exploitations déjà certifiées le restent jusqu'à fin 2024, beaucoup d'entre elles observeront probablement un statut quo provisoire. Sur les étals, le bio et la HVE sont en concurrence. En janvier dernier, un collectif composé d'associations de consommateurs, de défense de l'environnement et de la santé, d'agriculteurs et d'entreprises biologiques a saisi le Conseil d'État. Leur objectif est de faire reconnaître « la tromperie » du consommateur et de mettre un terme au greenwashing entretenu par cette mention. « La loi française indique depuis 2011 que le label HVE doit récompenser des modes de production censés être particulièrement respectueux de l'environnement, indique Générations Futures. Des études produites par l'Office français de la biodiversité et l'Institut du développement durable et des relations internationales ont démontré que le contenu du label HVE n'était pas plus exigeant que la moyenne des pratiques agricoles françaises. Le dernier rapport de l'Office français de la biodiversité de 2022 confirme que les modifications du référentiel ne sont pas celles attendues pour améliorer la performance environnementale du label. » Qui aura raison ? La question reste posée à ce jour. ■

Votre contact



LA COOPÉRATION AGRICOLE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



Diane RIVATON

Tél. 06 09 28 92 48

drivaton@ara.lacoopagri.coop

Réalisé avec le soutien financier de :

