



Baromètre Agence BIO 2008

Produits BIO : solides face à la crise, les indicateurs de consommation restent au vert!

Dans un contexte économique difficile, le Baromètre annuel de l'Agence BIO*, réalisé en octobre 2008, confirme le dynamisme de la consommation des produits bio en France. D'année en année, l'intérêt des consommateurs et des acheteurs se renforce.

44% des Français ont consommé au moins un produit bio au moins une fois par mois en 2008 (vs 42% en 2007) et 39% en ont acheté dans les 4 semaines précédant l'enquête (37% en 2007).

Résistant aux pressions sur le pouvoir d'achat et à l'ambiance de crise économique, les produits bio confirment leur ancrage dans les habitudes de consommation des Français : 74% des acheteurs-consommateurs de produits bio déclarent même avoir l'intention de maintenir, voire d'augmenter pour 22%, leurs achats de produits bio dans les 6 mois suivant l'enquête.

A cette forte fidélisation, s'ajoute une dynamique de recrutement, puisque 21 % des consommateurs de produits bio le sont depuis moins de 2 ans.

En vue de répondre à leurs attentes, les Français pensent qu'il faut développer l'agriculture bio et 76% considèrent qu'il s'agit d'une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux.

Les produits bio : une réponse aux attentes des Français

Les Français s'accordent à dire, à 90% (vs 87% en 2007), que les produits bio sont « plus naturels car cultivés sans produits chimiques » et 89% qu'ils « contribuent à préserver l'environnement » (87% en 2007).

Les produits biologiques s'inscrivent parfaitement dans leur volonté de privilégier des produits respectueux de l'environnement et/ou du développement durable. Cette volonté est partagée par 69% des Français (vs 67% en 2007) et, pour reconnaître ces produits en magasin, ils s'appuient notamment, à 70%, sur la marque AB, le signe officiel d'identification des produits issus de l'agriculture biologique.

Cette même marque, connue par 85% des Français, est utilisée par 84% des consommateurs-acheteurs de bio pour identifier leurs produits biologiques.



* Enquête quantitative menée par CSA en face à face à domicile du 27 octobre au 31 octobre 2008 auprès d'un échantillon de 1050 personnes représentatif de la population française (en terme de sexe, âge -15 ans et plus -, catégorie socio-professionnelle, région et taille d'agglomération).

Les produits bio recrutent et fidélisent

Les consommateurs-acheteurs de bio ont une ancienneté moyenne de consommation de 9 ans. Mais on note une nette tendance au recrutement avec 21% de nouveaux consommateurs de moins de 2 ans d'ancienneté.

Le produit ayant le plus fort taux de recrutement de nouveaux consommateurs en 2008 est le vin issu de raisins de l'agriculture bio (29% des consommateurs de moins d'1 an).

Au palmarès de la consommation, les fruits et légumes figurent au 1^{er} rang des produits bio: 77% des consommateurs-acheteurs de Bio disent en consommer. Ils sont 70% à consommer des produits laitiers, 56% des produits d'épicerie (huiles, pâtes, riz), 49% de la viande, 42% du pain et 40% des boissons.

Dans le trio de tête des raisons de consommation les plus citées par les consommateurs-acheteurs, figurent : à 94% « pour préserver ma santé » (96% en 2007 ; 94% en 2006) ; à 92% « pour la qualité et le goût des produits » (91% en 2007 ; 90% en 2006) ; à 89% « pour être certain que les produits soient sains » (92% en 2007 ; 93% en 2006).

Produits bio : une consommation qui a de l'avenir tant à domicile que dans la restauration collective!



SOMMAIRE

Partie 1

Baromètre de consommation et de perception des produits bio - Agence BIO 2008 -

Les Français plébiscitent l'agriculture biologique	p.5
Produits bio : une consommation qui a de l'avenir	p.12
Fidélité et renouvellement des consommateurs-acheteurs de Bio	p.15
Des paniers bio variés et des lieux d'achat toujours plus nombreux	p.19
Quelques données régionales sur la consommation bio	p.23

Partie 2

La Bio au cœur de l'actualité

« Fonds Avenir Bio » : 1 ^{er} bilan des actions de structuration des filières biologiques	p.26
Nouvelle réglementation en agriculture biologique : ce qui a vraiment changé le 1 ^{er} janvier 2009	p.27
Un nouveau Président pour l'Agence BIO	p.30

Partie 3

2009 : la Bio en campagne

Les filières bio en actions toute l'année	p.32
La Bio s'expose au Salon International de l'Agriculture : des événements pour tous les publics	p.38
Séminaire International de l'Agence BIO : le 26 février 2009	p.40
Printemps BIO fête son 10 ^{ème} anniversaire en 2009 : 1 ^{ère} quinzaine de juin dans toute la France	p.42
Été 2009 : la Bio de retour sur le petit écran	p.43
Tech&Bio : le 1 ^{er} salon professionnel européen des techniques agricoles bio et alternatives	p.44
Une grande campagne de communication européenne pour l'alimentation bio et l'agriculture bio	p.45

Partie 4

Les fondamentaux de la Bio

Les productions végétales bio : 100% naturelles	p.47
Elevages bio : des pratiques en cohérence avec la nature	p.48
Produits bio : une fabrication sur mesure	p.49
L'agriculture bio : un rôle très positif sur l'environnement	p.50
Filière biologique : des règles strictes	p.51
Produits biologiques : contrôlés et certifiés	p.52

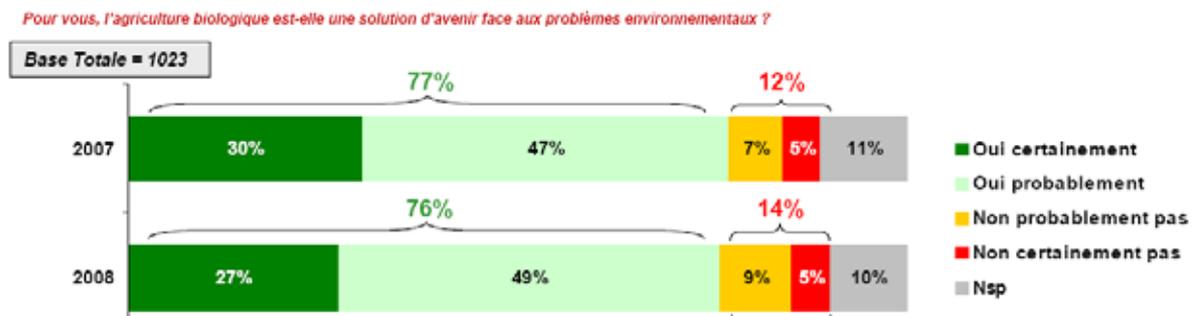
**Baromètre de consommation et de perception
des produits bio
- Agence BIO 2008 -**



Les Français plébiscitent l'Agriculture Biologique

L'agriculture bio : solution d'avenir pour 76% des Français

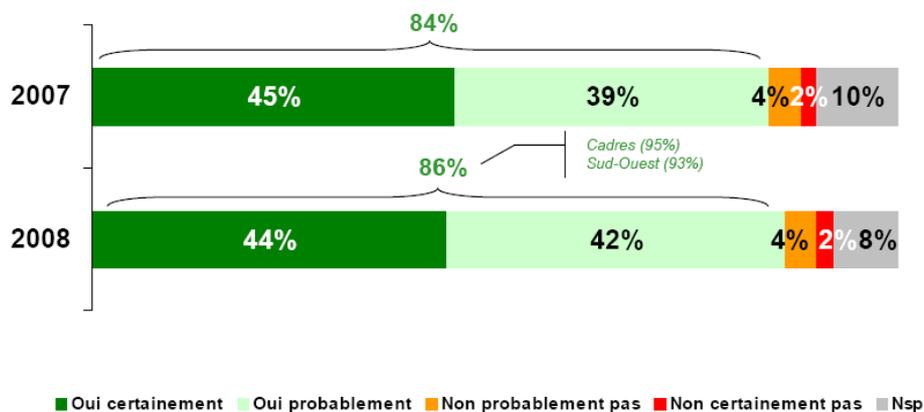
Le Baromètre 2008 de l'Agence BIO montre que les Français font confiance à l'agriculture biologique pour faire face aux problèmes environnementaux : 76% d'entre eux pensent qu'il s'agit d'une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux, une proportion très importante similaire à celle de 2007 (77%).



86% des Français estiment que l'agriculture bio doit se développer

D'après le nouveau Baromètre de l'Agence BIO, 86% des Français pensent qu'il faut développer l'agriculture biologique en France. Une opinion particulièrement marquée chez les cadres (95%).

Pensez-vous qu'il faille développer l'agriculture biologique en France ?



Une perception toujours plus positive des produits bio

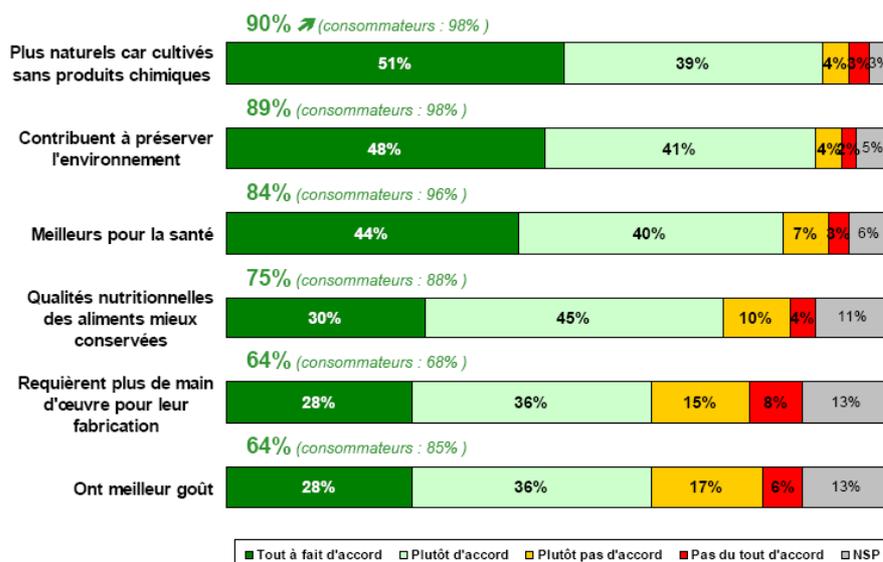
A ces propositions, les Français affirment à :

- 90% que les produits bio sont « plus naturels car cultivés sans produits chimiques ». Cette proposition voit son taux d'accord augmenter significativement : il était de 87% en 2007.
- 89% qu'ils « contribuent à préserver l'environnement » (87% en 2007).
- 84% qu'ils sont « meilleurs pour la santé » (82% en 2007).
- 75% que les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux conservées.

Les consommateurs de bio sont encore plus convaincus par les effets positifs des produits bio. Ils sont :

- 98% à affirmer que les produits bio sont « plus naturels car cultivés sans produits chimiques »,
- 98% qu'ils « contribuent à préserver l'environnement »,
- 96% qu'ils sont « meilleurs pour la santé ».

Je vais vous proposer un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord.



Sous-totaux positifs			
2007	2006	2005	2004
87%	85%	85%	84%
87%	84%	87%	84%
82%	82%	78%	79%
73%	71%	67%	69%
62%	/	/	/
61%	59%	62%	61%

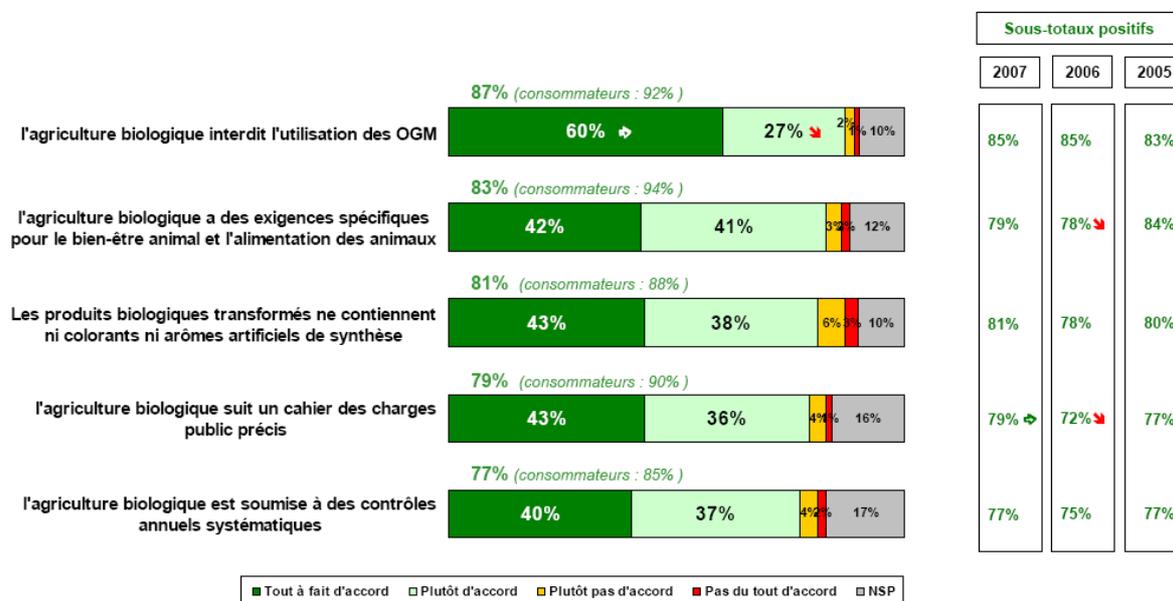
Des principes de mieux en mieux connus des Français

Les grands principes de l'agriculture biologique sont bien intégrés par la majorité des Français. Le Baromètre 2008 montre que :

- 87% des Français disent savoir que « l'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM » (85% en 2007 et 2006),
- 83% que « les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse » (78% en 2007 et 2006),
- 81% des Français sont d'accord pour dire que « l'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux » (81% en 2007 et 78% en 2006),
- 79% que « l'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis » (79% en 2007 et 72% en 2006),
- 77% que « l'agriculture biologique est soumise à des contrôles annuels systématiques » (77% en 2007 et 75% en 2006).

Les consommateurs de produits bio sont, quant à eux, en moyenne plus de 9 sur 10 à connaître chacun de ces principes.

Toujours sur le même principe, je vais maintenant vous citer un certain nombre d'affirmations, pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?



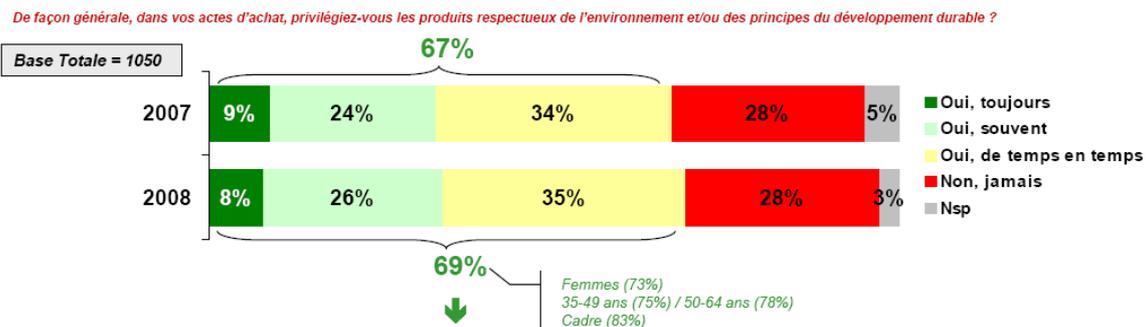
Les Français privilégient les produits respectueux de l'environnement et locaux

Les liens entre consommation, respect de l'environnement, développement durable et produits de proximité s'avèrent étroits pour une grande majorité de Français, qui déclarent :

- privilégier les produits de saison à 91%,
- privilégier les produits de production locale à 80%,
- privilégier l'achat de produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable à 69% (vs 67% en 2007).

Marque AB : repère des produits respectueux de l'environnement

Parmi les 69% de Français privilégiant des produits respectueux de l'environnement et/ ou des principes du développement durable lors de leurs achats, la majorité, 70% disent utiliser la marque AB pour les reconnaître (vs 66% en 2007).



Quels sont pour vous les signes de reconnaissance de ces produits ?

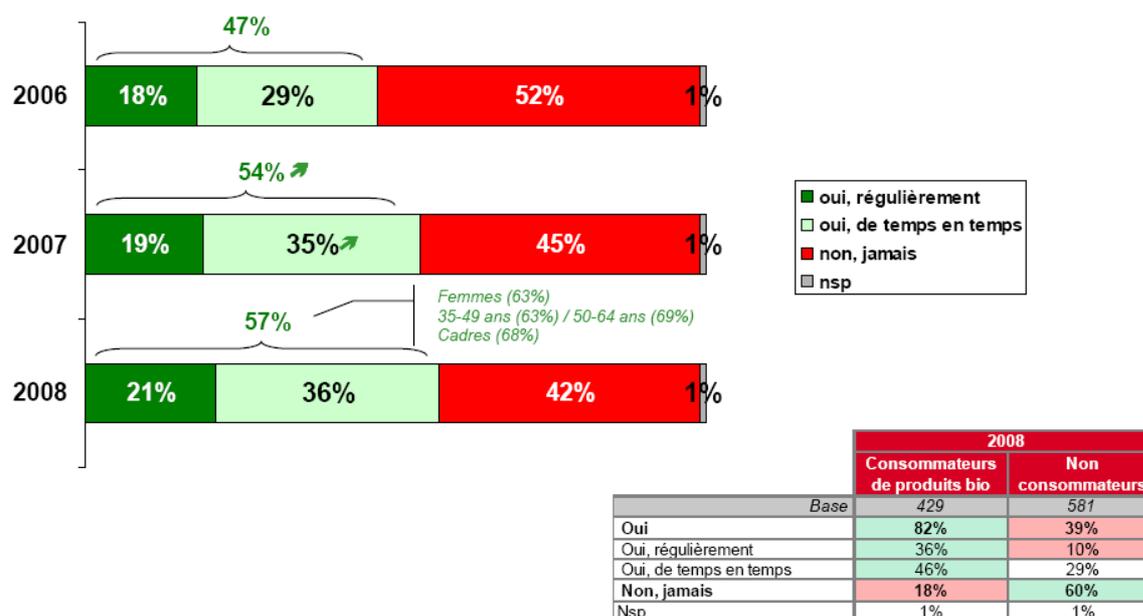
	2007	2008	
Base	700	725	
La marque Agriculture Biologique	66%	70%	Cadre (85%)
Les emballages recyclables	49%	47%	
La signalisation dans les magasins	51%	45%	Femmes (50%)
Les emballages réutilisables	46%	39%	
La marque Max Havelaar	14%	19%	Cadre (32%)
L'Ecolabel européen	17%	18%	
L'étiquette Energie	16%	16%	
La marque Cosmebio	6%	10%	Femmes (15%)
La mention bio / label bio	-	2%	
Achète directement dans une ferme bio / un magasin bio	3%	1%	
Pastille verte / étiquette verte	1%	1%	
Le vendeur /la confiance dans le marchand	-	1%	
Commerce équitable	1%	1%	
La composition	-	1%	
Ecocert / Label Ecocert	1%	1%	

Bio / non bio : de plus en plus de Français comparent les prix

Quand ils font leurs courses, les Français procèdent de plus en plus à une comparaison de prix entre les produits biologiques et produits non biologiques de même catégorie. D'après le Baromètre Agence BIO, 57% disent établir une comparaison alors qu'ils étaient 54% l'an dernier et 47% en 2006.

82% des consommateurs bio comparent les prix, 36% régulièrement et 46% de temps en temps.

Lorsque vous faites vos courses, vous arrive-t-il de comparer les prix des produits Bio avec ceux des autres produits de même catégorie ? (ex : poulet Bio vs poulet sous label vs poulet standard)



Près de 4 Français sur 10 trouvent normal de payer les produits bio plus cher

Les Français sont 39% à trouver normal de payer plus cher un produit bio par rapport à un produit non bio. Les consommateurs et acheteurs bio sont pour leur part 48%. En moyenne, les Français se disent prêts à payer 12% de plus pour les produits biologiques et les consommateurs acheteurs 14% de plus.

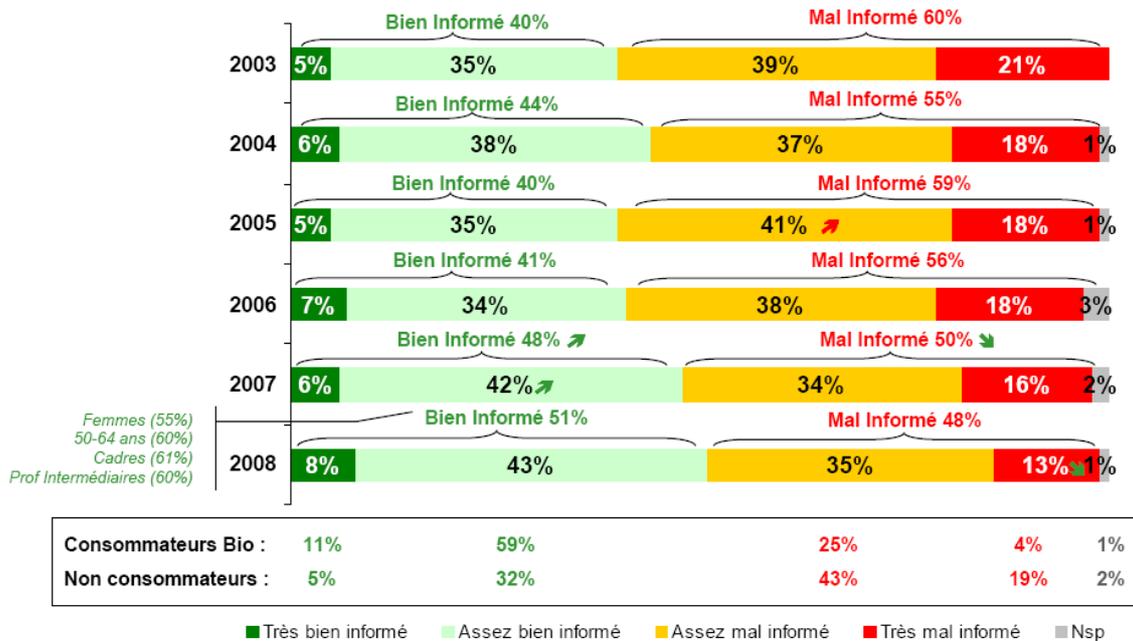
Trouvez-vous normal de payer un produit biologique plus cher que le même produit non biologique ?



Les Français de plus en plus informés sur la Bio

51% des Français estiment être bien informés sur les produits bio alors qu'ils n'étaient encore que 41% en 2006 et 48% en 2007. Les consommateurs de bio pensent être encore mieux informés : 70% s'estiment bien informés sur les produits bio.

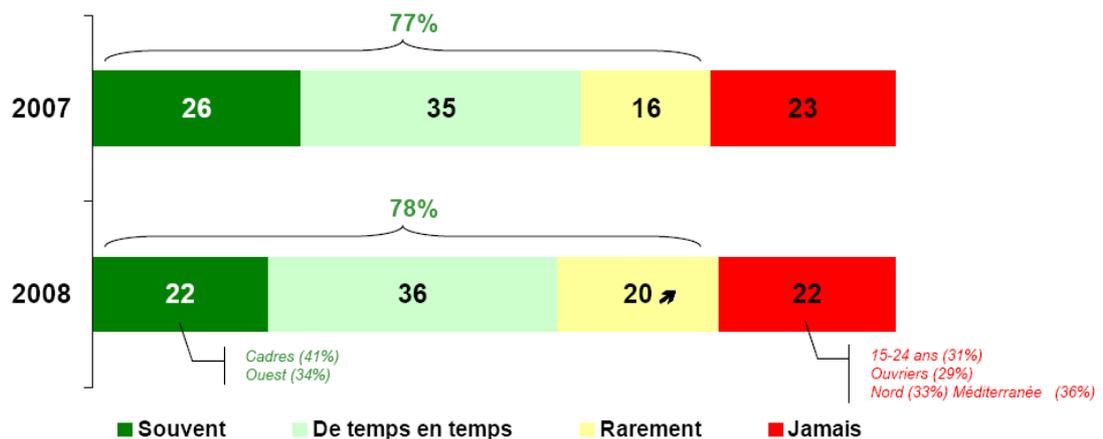
D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez mal ou très mal informé sur les produits biologiques ?



78% des Français ont d'ailleurs entendu parler de l'agriculture biologique au cours des 6 mois ayant précédé l'enquête et cela par différentes sources :

- la télévision pour près des ¾ (68%) : journaux télévisés, reportages, spots publicitaires,
- les journaux et magazines (60% vs 56% en 2007),
- directement sur le lieu de vente (51% vs 44% en 2007),
- lors d'événements particuliers (16%) : salons, foires, marchés...

Avez-vous entendu parler de l'agriculture biologique ces six derniers mois ?

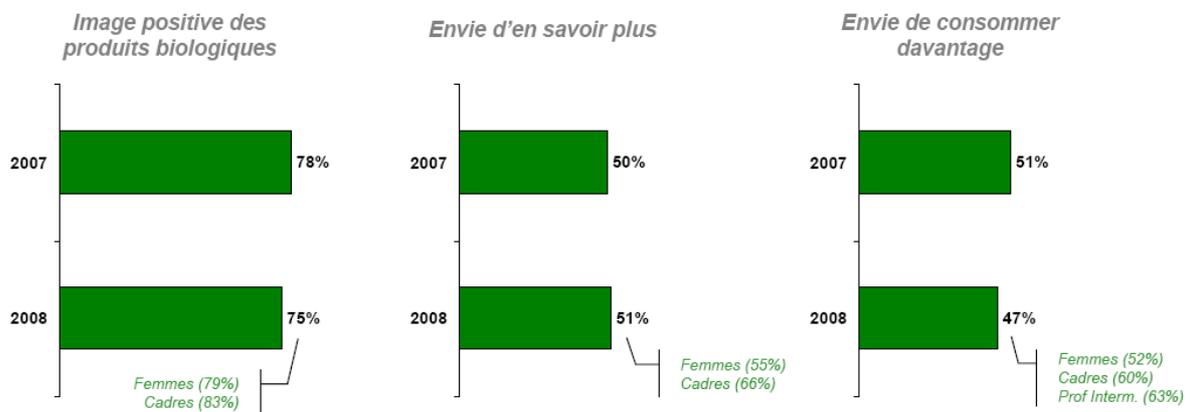


Pour les 78% de Français ayant entendu parler de l'agriculture biologique, les retombées sont bénéfiques :

- une image induite positive de l'agriculture biologique pour 75% d'entre eux,
- une envie d'en savoir plus, et même de consommer davantage de produits biologiques, de manière particulièrement significative auprès des femmes et des cadres.

Cela vous a-t-il donné une image positive des produits biologiques ?
Cela vous a-t-il donné envie d'en savoir plus ?
Cela vous a-t-il donné envie de consommer davantage de produits biologiques ?

Pour les 78 % (823 personnes) qui ont entendu parler de l'Agriculture Biologique au cours des 6 derniers mois (en 2007 : 77%, soit 797 personnes)

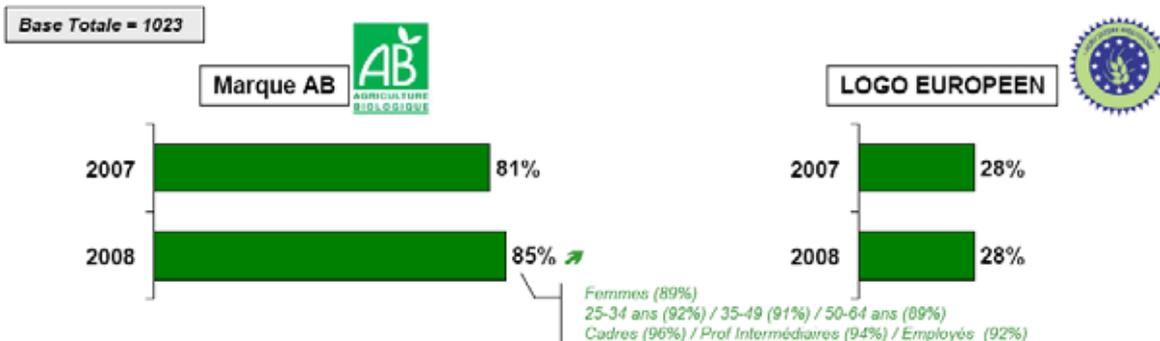


85% des Français connaissent la marque AB

Selon le Baromètre 2008, les Français sont de plus en plus nombreux à connaître la marque AB : 85% en 2008 vs 81% en 2007. Pour leur part, les consommateurs-acheteurs de produits bio sont 96% à la connaître.

Le logo européen, quant à lui, est connu par 28% des Français, comme en 2007. Ce logo est davantage connu des consommateurs-acheteurs : 43%.

Connaissez-vous la marque AB, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique.
Connaissez-vous le logo européen, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique.



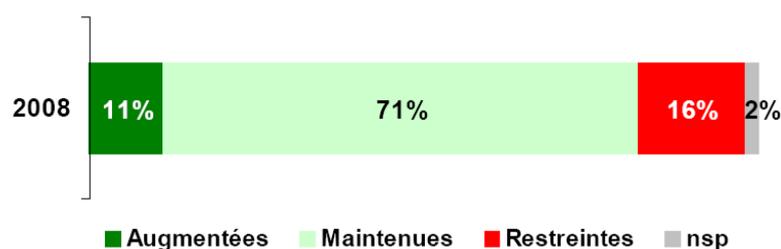
Produits bio : une consommation qui a de l'avenir !

Consommateurs-acheteurs de produits bio : consommant au moins un produit bio une fois par mois et en ayant acheté au cours des 4 semaines précédant l'enquête.

2008 : les consommateurs-acheteurs ont continué d'acheter bio

Malgré un contexte économique difficile, 82% des consommateurs-acheteurs disent avoir maintenu ou augmenté leurs dépenses en produits biologiques.

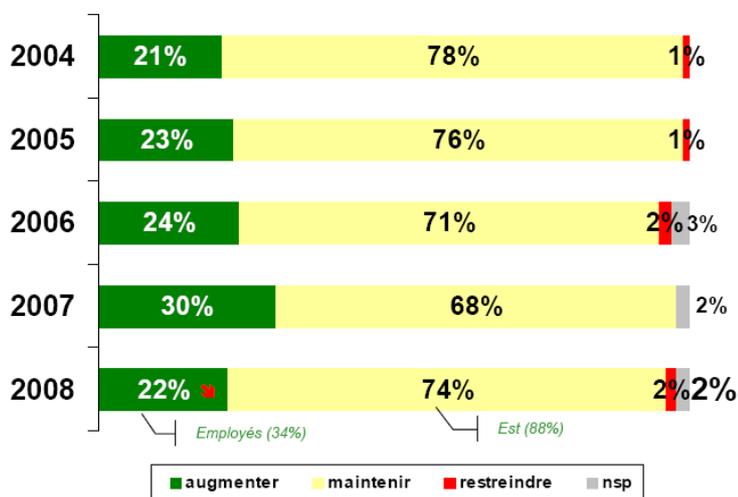
Dans un contexte général de pression sur le pouvoir d'achat, vos dépenses en produits biologiques ont-elles été...



Au cours des 6 prochains mois, 22% des consommateurs-acheteurs bio ont l'intention d'augmenter leur consommation et 74% de la maintenir.

Les secteurs de produits concernés sont très variés. C'est principalement la viande bovine, les fruits et légumes et les fromages qui devraient bénéficier de l'augmentation de consommation envisagée.

Avez-vous l'intention dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits biologiques ?



Sur quels produits biologiques en particulier avez-vous l'intention d'augmenter votre consommation de produits biologiques ?

	2004	2005	2006	2007	2008
Bases	87	101	81	110	81
Bœuf	31%	38%	46%	36%	40%
Fruits et légumes	37%	43%	44%	49%	38%
Fromages	34%	16%	40%	34%	32%
Volaille	35%	37%	50%	36%	30%
Porc, charcuterie, agneau	26%	37%	38%	27%	29%
Autres produits laitiers	28%	19%	29%	28%	29%
Pains	-	35%	23%	30%	25%
Pâtes, riz, autres céréales	-	-	-	22%	25%
Poissons	20%	13%	20%	16%	23%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	-	-	-	11%	21%
Café, Thé, infusions	-	-	-	14%	20%
Lait	21%	19%	23%	15%	19%
Autres produits d'épicerie	-	-	-	17%	19%
Œufs	23%	24%	32%	17%	18%
Jus de fruits	-	-	-	10%	16%
Huile	-	-	11%	15%	14%
Vins	-	-	7%	7%	9%
Produits à base de soja	-	-	7%	8%	2%
Autres boissons	-	-	10%	1%	2%
Petits pots pour bébé	-	-	-	1%	1%
Compléments alimentaires	-	-	5%	4%	-

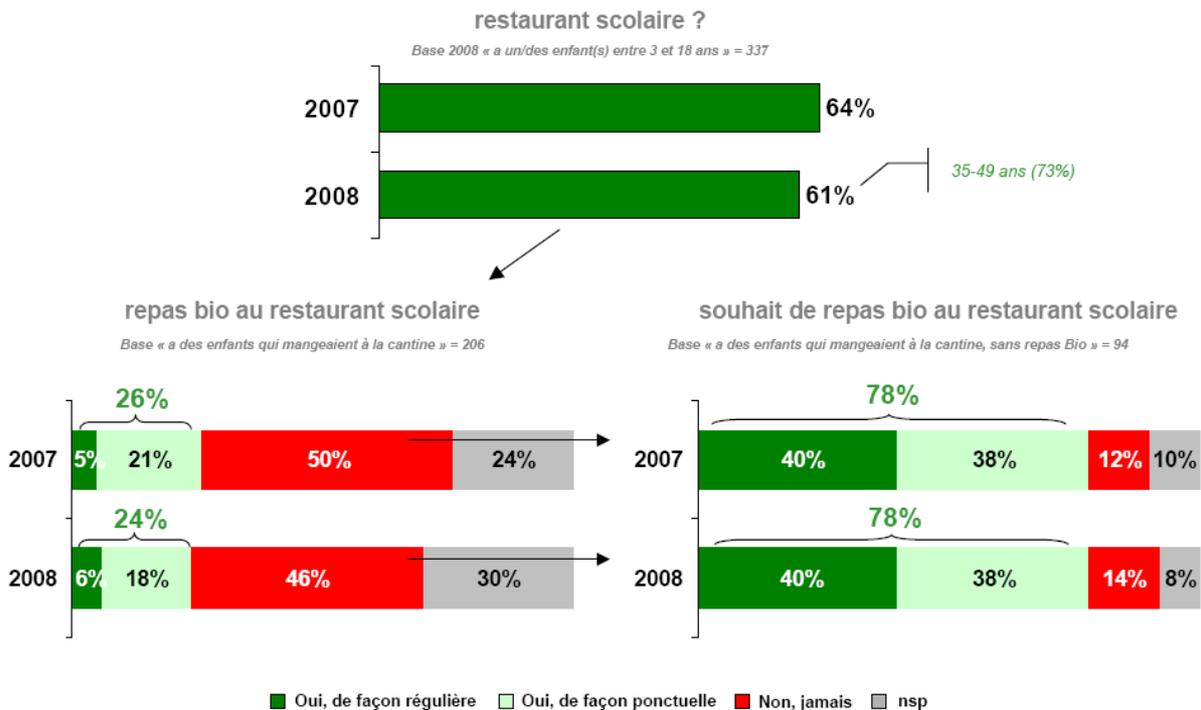
Les Français veulent du Bio en restauration hors domicile

Les parents souhaitent de la Bio en restauration scolaire

Comme en 2007, environ 1 enfant sur 4 (de 3 à 18 ans) mangeant dans un restaurant scolaire en 2008 a déjà eu un repas avec des produits biologiques.

Et, à nouveau, ce sont 78% des parents des enfants n'ayant jamais eu de repas avec des produits biologiques qui souhaiteraient que leurs enfants en aient. Ils sont même en moyenne prêts à payer 6% de plus pour que leurs enfants bénéficient de produits bio à l'école.

Votre/vos enfant(s) mangai(en)-ils au restaurant scolaire/à la cantine l'an dernier ? Si oui, ont-ils / a-t-il déjà eu un repas avec des produits biologiques ? Si non (jamais eu de repas bio), souhaiteriez-vous que ce type de repas leur soit proposé ?

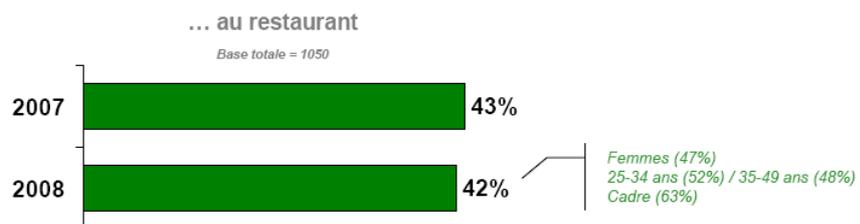


Les Français veulent de la Bio dans les restaurants

Chez les adultes, 42% des Français sont intéressés par des repas avec des produits biologiques au restaurant.

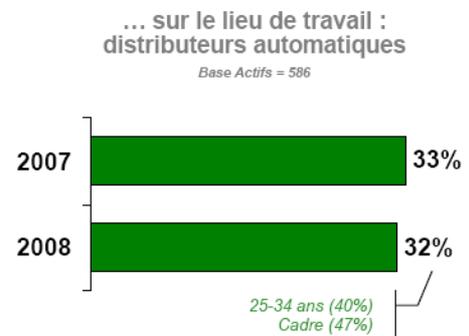
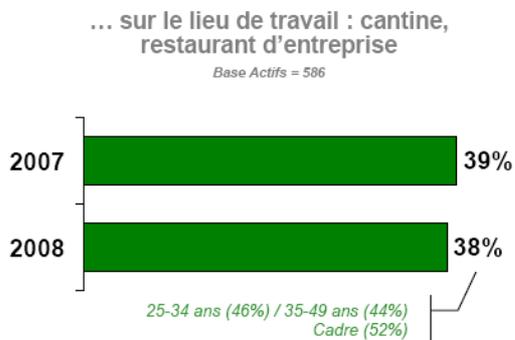
Vous-même, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques...

SOUHAIT DE REPAS BIO...



Les actifs souhaitent manger Bio au travail

Les actifs sont 38% à en souhaiter dans leur restaurant d'entreprise, et 32% dans les distributeurs automatiques sur le lieu de travail.



Fidélité et renouvellement des consommateurs-acheteurs

Partie basée sur les consommateurs-acheteurs de produits bio : consommant au moins un produit bio au moins une fois par mois et en ayant acheté au cours des 4 semaines précédant l'enquête.

44% des Français consomment au moins un produit bio au moins une fois par mois

Selon le Baromètre 2008 de l'Agence BIO, 44% des Français consomment un produit bio, au moins une fois par mois, alors qu'ils étaient 42% en 2007 et 37% en 2003.

23% des Français consomment au moins un produit bio au moins une fois par semaine et, parmi ceux-ci, 8% tous les jours.

39% des Français sont acheteurs de produits bio

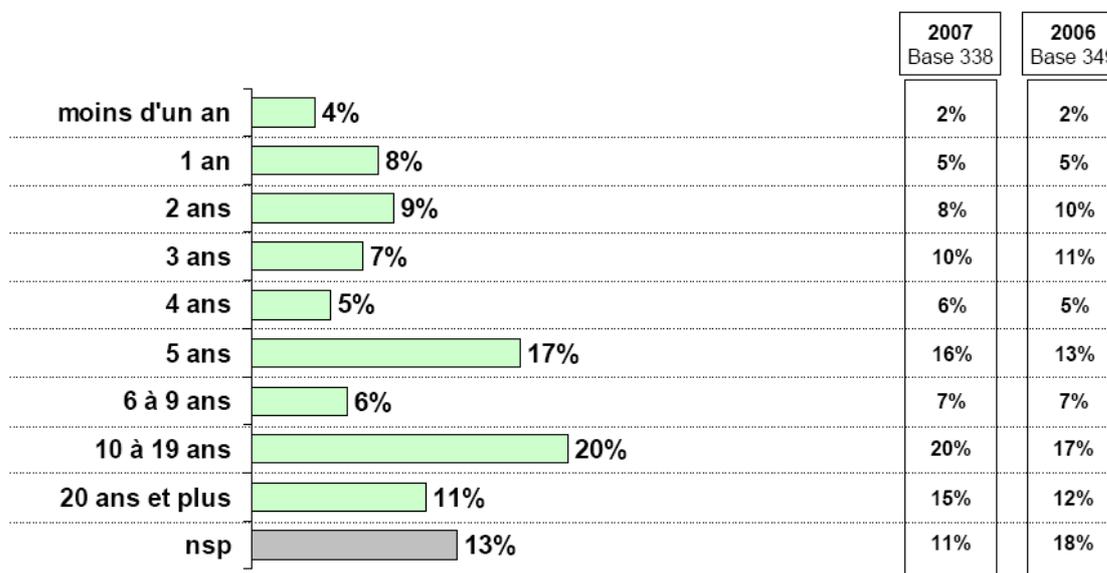
L'achat de produits biologiques augmente par rapport à 2007 : 39% des Français déclarent en avoir acheté, eux-mêmes ou une personne de leur foyer, au cours des 4 semaines ayant précédé l'enquête. En 2007, ils étaient 37% et, en 2003, 33%.

D'après le baromètre Agence BIO, les consommateurs-acheteurs de produits biologiques sont plutôt des femmes, des cadres, ainsi que des personnes habitant en Ile de France.

De plus en plus de nouveaux consommateurs

Les consommateurs-acheteurs de produits biologiques ont une ancienneté moyenne de 9 ans. On note une augmentation globale des consommateurs récents. En effet, les produits biologiques attirent de nouveaux consommateurs puisque 21% des consommateurs acheteurs bio disent en consommer depuis moins de 2 ans.

Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?



Ancienneté moyenne = 9 ans

(10 ans en 2007 / 9 ans en 2006)

Nouveaux consommateurs de moins de 2 ans : 21% ↗

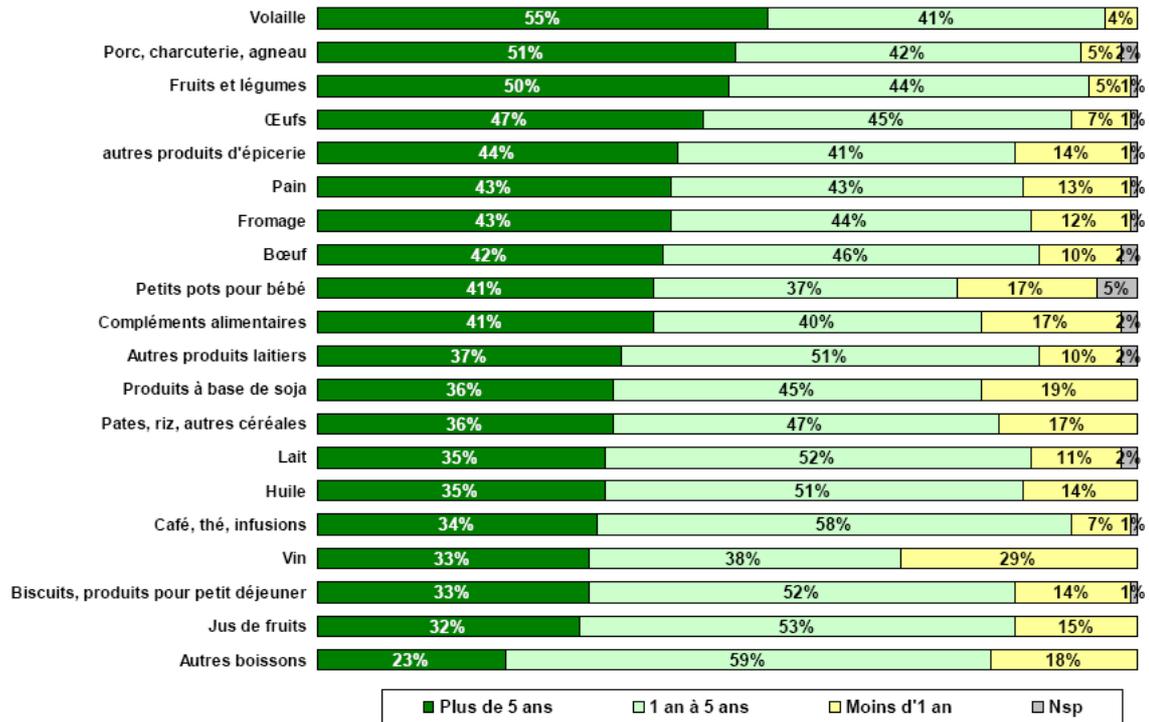
(14% en 2007 et 17% en 2006)

Le vin attire de nouveaux consommateurs-acheteurs

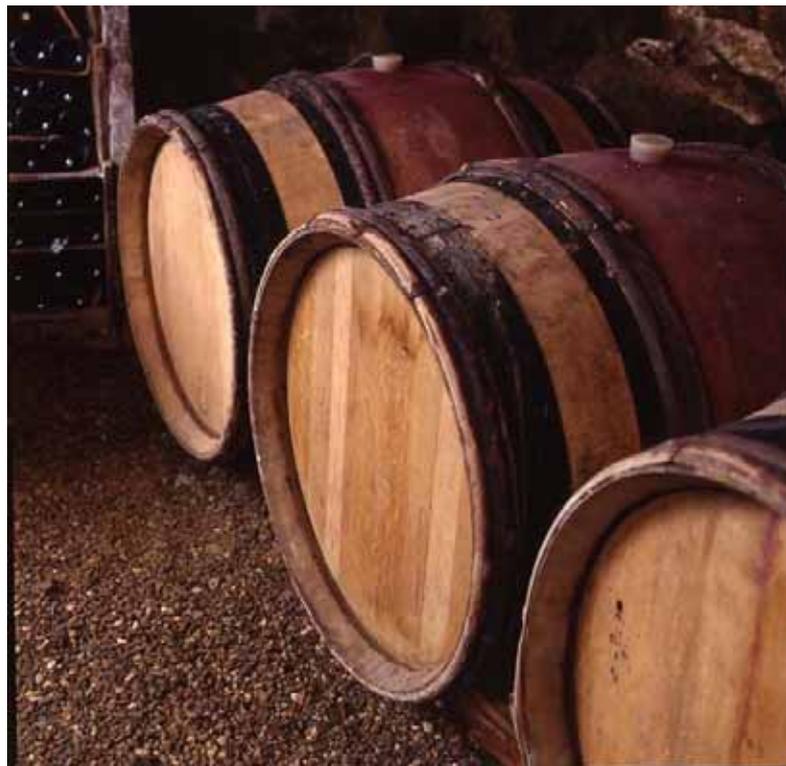
Les produits qui ont le plus attiré de nouveaux consommateurs-acheteurs en 2008 sont :

- le vin : 29% de consommateurs de moins d'un an,
- les produits à base de soja : 19%,
- les jus de fruits : 15%,
- le pain : 13%.

(Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?) Et depuis combien de temps ?



Base « consommateur et acheteur bio » : consommateurs respectifs des produits cités



Logo AB : le meilleur repère des consommateurs-acheteurs

Le logo AB, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique, est utilisé par 84% des acheteurs-consommateurs pour repérer les produits bio lors de l'achat.

La mention « issu de l'agriculture biologique » est utilisée comme repère par 67% des acheteurs - consommateurs, davantage qu'en 2007 (63%).

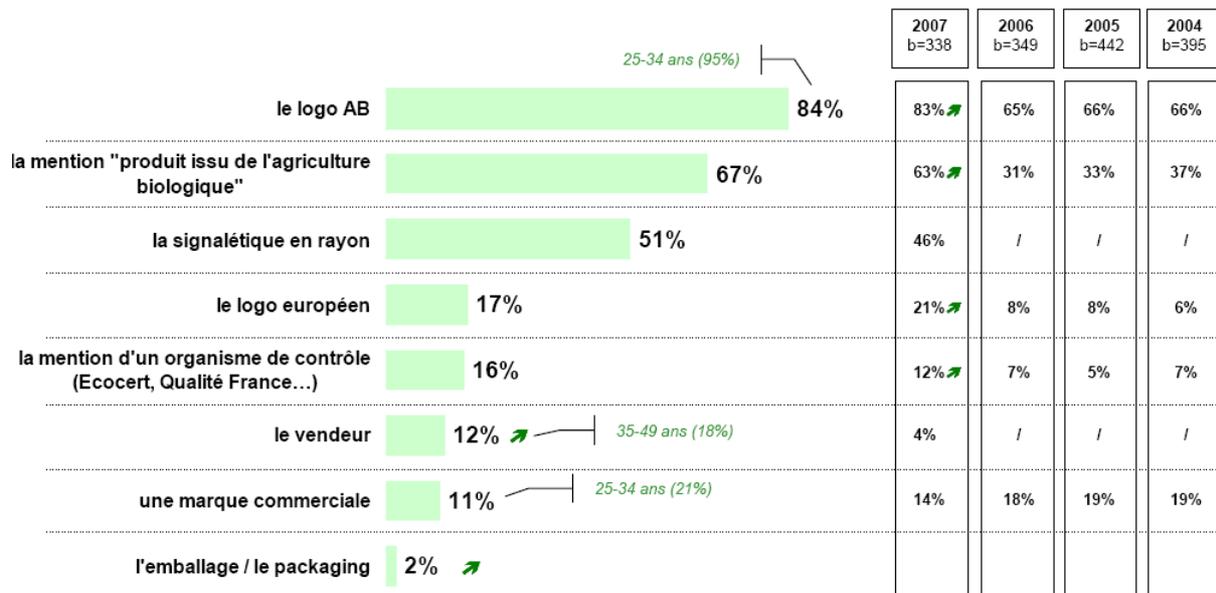


La signalétique en rayon s'avère également utile pour beaucoup d'acheteurs (51% vs 46% en 2007).

17% repèrent les produits bio grâce à la présence du logo européen et 16% avec la mention d'un organisme de contrôle.

De plus, le vendeur est aujourd'hui davantage considéré comme un relai pour l'achat de ces produits : 12% des acheteurs-consommateurs disent qu'ils les aident à repérer les produits bio, ils étaient seulement 4% en 2007.

Lorsque vous faites vos courses, qu'est-ce qui vous aide à repérer les produits biologiques ?



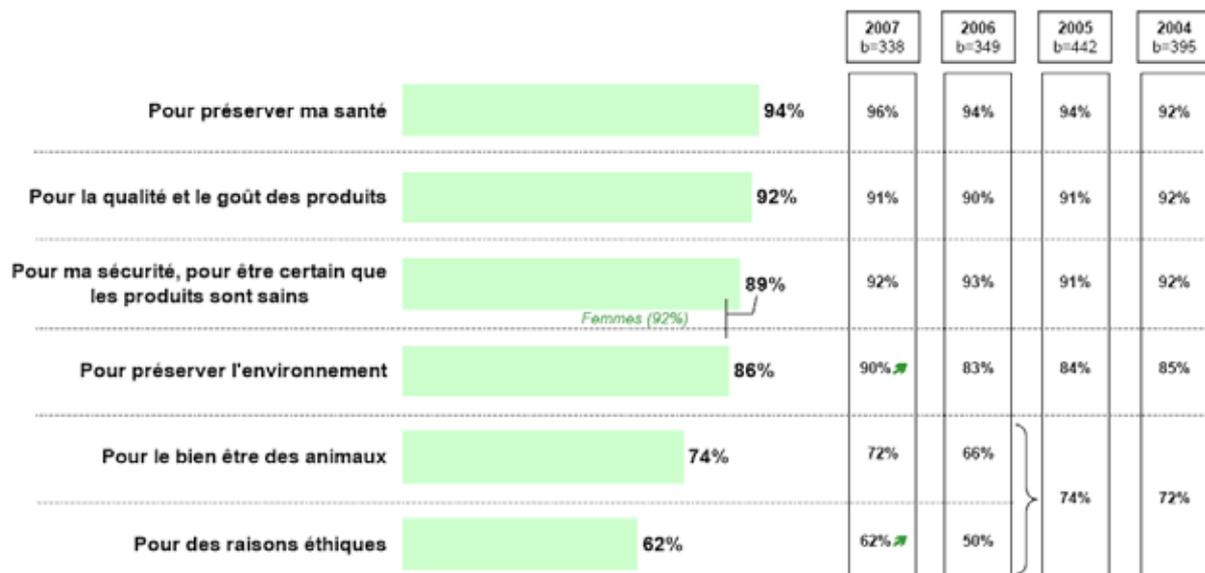
Santé et goût : en tête des raisons de consommation des produits bio

Dans le trio de tête des raisons de consommation les plus citées par les consommateurs-acheteurs en assisté, figurent :

- à 94% « pour préserver ma santé » (96% en 2007 ; 94% en 2006),
- à 92% « pour la qualité et le goût des produits » (91% en 2007 ; 90% en 2006),
- à 89% « pour être certain que les produits soient sains » (92% en 2007 ; 93% en 2006).

La raison environnementale arrive en 4^{ème} position : 86% des consommateurs-acheteurs de bio disent manger des produits bio pour « préserver l'environnement ». Elle est suivie du « bien-être des animaux (74%) et, enfin, des raisons éthiques (62%).

Nous allons maintenant parler des raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques. Je vais vous proposer un certain nombre de raisons qui nous ont été citées. Pour chacune d'elles, vous allez me dire, si oui ou non, c'est une raison qui vous incite à consommer des produits biologiques ?



Base « consommateur et acheteur bio » : 365

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

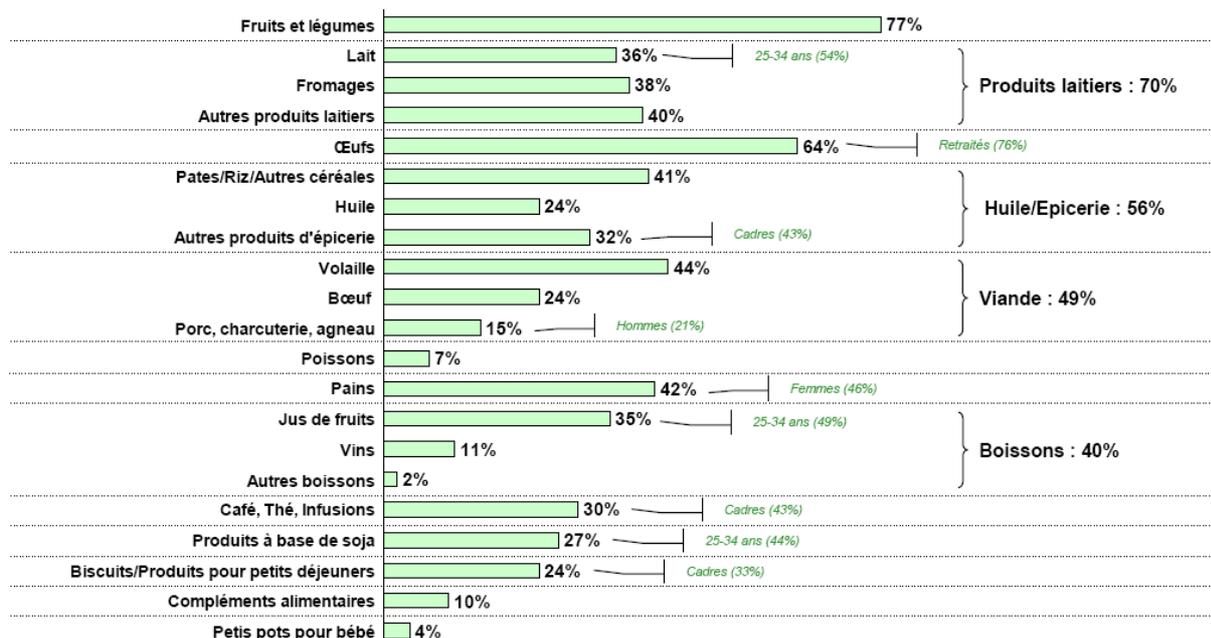


Des paniers bio variés et des lieux d'achat toujours plus nombreux

Fruits et légumes : les plus consommés des produits bio

Les fruits et légumes figurent au 1^{er} rang des produits bio consommés : 77% des consommateurs acheteurs de Bio disent en consommer. Ils sont suivis des produits laitiers (70%), des produits d'épicerie (huiles, pâtes, riz : 56%), de la viande (49%), du pain (42%) et des boissons (40%).

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?



Qualité / santé : raisons communes de consommation des produits bio

Les raisons de consommation des catégories fruits et légumes, produits laitiers, viande, œufs et pain sont axées sur la qualité des produits, sur la santé et sur l'absence de traitement.

Les qualités gustatives sont également mises en avant.

Concernant la viande et les œufs les motivations d'éthique et de bien-être animal sont importantes.

Pour quelles raisons particulières consommez-vous ... bio ?

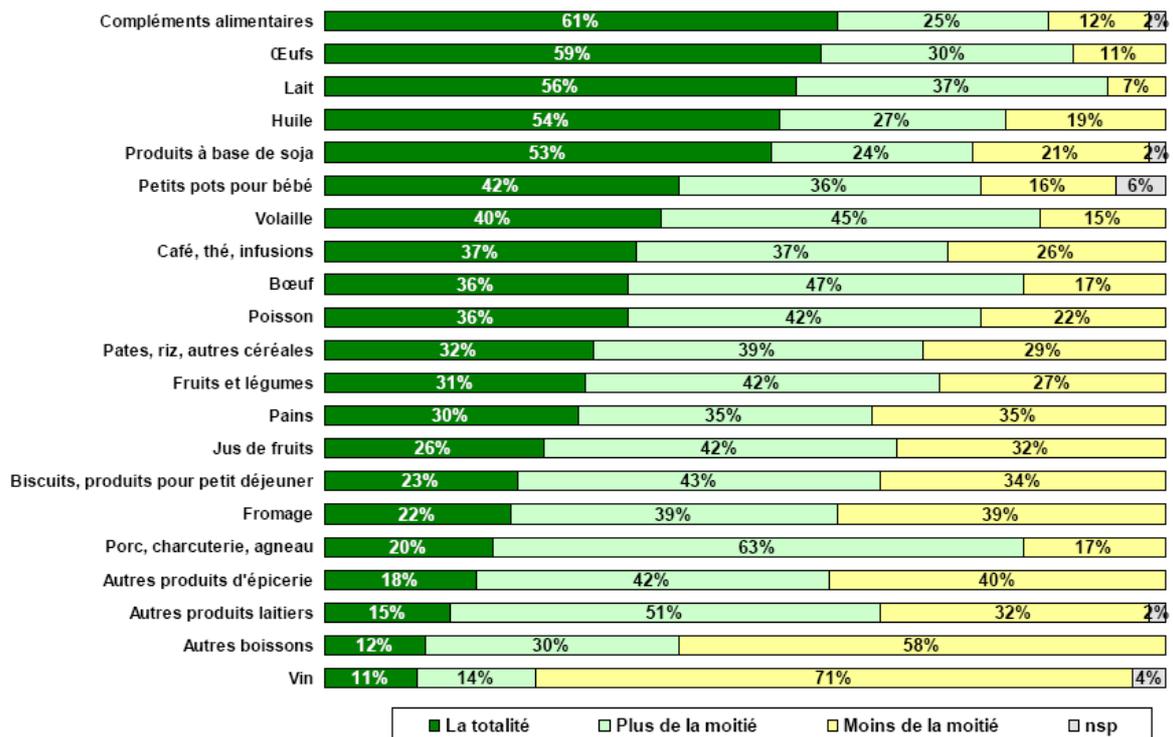
	Fruits et légumes	Produits laitiers	Viande	Œufs	Pain
<i>Base (consommateurs du produit)</i>	280	254	179	232	153
Qualités	56%	42%	60%	54%	70%
le gout / meilleur gout	47%	31%	45%	33%	46%
meilleure qualité / bonne qualité	15%	11%	25%	19%	20%
meilleure qualité nutritionnelle (plus de vitamine, d'oligo-éléments...)	4%	4%	2%	3%	10%
meilleure conservation, dure plus longtemps / se garde mieux	3%	-	-	1%	10%
meilleur aspect (plus gros, plus beaux, plus belles couleurs...)	1%	-	1%	7%	-
pour la fraîcheur / produit plus frais	-	1%	-	7%	-
Absence de traitement	32%	24%	20%	13%	16%
non traités / pas de pesticide / pas d'engrais	29%	12%	1%	1%	13%
naturel	4%	7%	4%	3%	4%
animaux n'ayant pas eu de vaccin, hormone, dioxine...	-	7%	16%	10%	-
Raison de santé	32%	37%	23%	26%	21%
Meilleur pour la santé	24%	26%	19%	19%	18%
plus sain	8%	12%	4%	7%	4%
Ethique/conviction	7%	8%	14%	17%	5%
pour l'environnement / attitude écologique / pour la planète	5%	4%	3%	3%	3%
pour le bien-être / le respect des animaux	-	2%	9%	13%	-
par éthique	1%	2%	2%	2%	2%
Sécurité alimentaire	4%	4%	13%	5%	-
crainte des épisodes de vache folle, sécurité alimentaire	4%	4%	12%	4%	-
meilleure traçabilité / s'assurer de la provenance	-	-	2%	1%	-
Divers	9%	3%	5%	4%	4%
production de la ferme / d'un petit producteur local	2%	2%	2%	2%	-
auto-production (je cultive, j'éleve, je produis moi-même...)	4%	1%	3%	2%	4%
produits de saison / cycle des saisons respecté	3%	-	-	-	-
Prix	-	2%	-	3%	1%
pas plus cher que les autres produits / moins chers / bon marché	-	2%	-	3%	1%

Des produits à forte consommation bio

Cinq produits se distinguent particulièrement par leur forte part de consommation biologique : les compléments alimentaires, les œufs, le lait, l'huile et les produits à base de soja.

En effet, 61% des consommateurs-acheteurs de compléments alimentaires bio ne les consomment qu'en bio. Il en va de même pour les œufs, pour 59% des consommateurs-acheteurs de Bio, le lait, pour 56% des consommateurs-acheteurs bio, l'huile, pour 54%, et les produits à base de soja, pour 53%.

Quelle part de votre consommation de ce(s) produit(s) est biologique ?

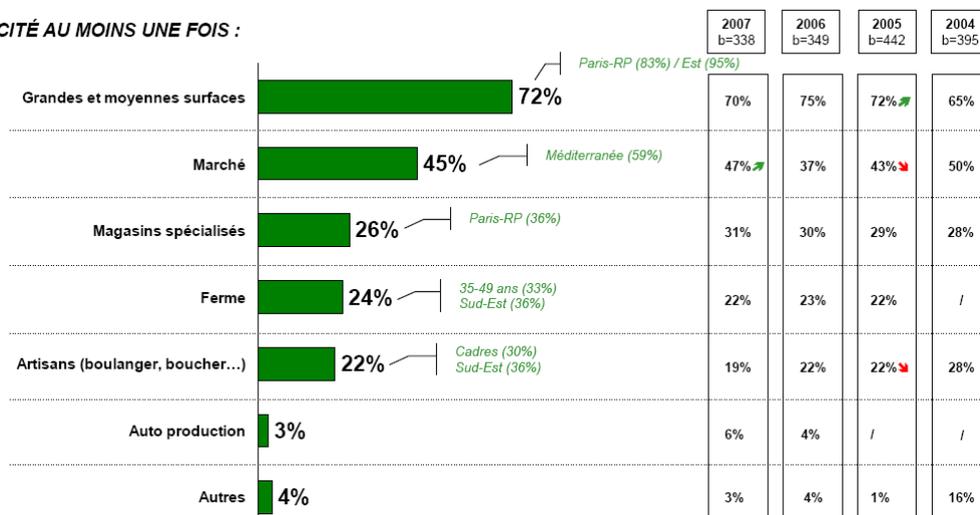


Lieux d'achat : les GMS privilégiées

72% des consommateurs-acheteurs bio achètent des produits bio en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), comme en 2007, 45% sur les marchés, 26% en magasins spécialisés en produits bio, 24% à la ferme et 22% auprès d'artisans/commerçants.

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :



Certains points de vente sont privilégiés pour l'achat des catégories de produits :

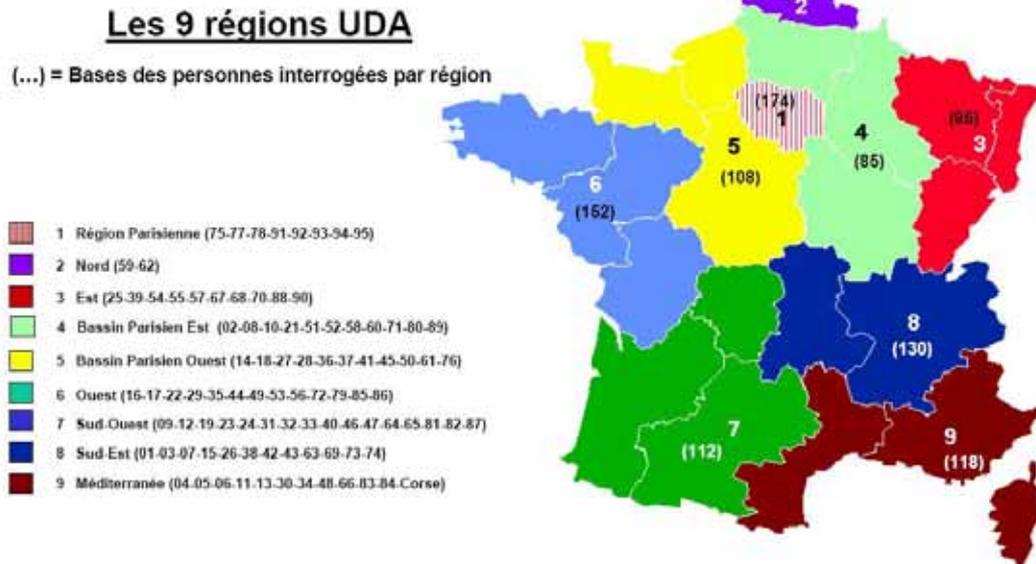
- en grandes surfaces, les consommateurs-acheteurs de Bio achètent une très grande partie des produits biologiques mais privilégient largement le lait et autres produits laitiers (sauf le fromage), les produits d'épicerie, le café, les jus de fruits, etc.,
- les marchés sont les lieux d'achats préférés pour les fruits et légumes et le fromage,
- dans les magasins spécialisés, les produits d'épicerie et compléments alimentaires arrivent en tête,
- pour les fermes bio ce sont les produits animaux qui sont recherchés par les consommateurs-acheteurs,
- enfin, les artisans sont privilégiés pour l'achat de pains et viandes bio.

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

	Bases	GMS	Marché	Magasins spécialisés	A la ferme	Artisans	Auto-production	
Fruits et légumes	280	24%	44%	12%	13%	2%	- ↘	
Lait	132	74%	3%	10%	10%	1%	-	
Fromages	139	37%	33%	14%	9%	4%	-	
Autres produits laitiers	147	73%	8%	11%	4%	-	-	
Oeufs	232	45%	21%	7%	22%	2%	2%	
Pâtes, Riz, Autres céréales	151	62%	1%	36%	-	-	-	
Huile	87	63%	1%	28%	-	2%	-	
Autres produits d'épicerie	119	60%	7%	28%	3%	2%	-	
Boeuf	87	34%	11%	8%	21%	24%	-	
Porc, Charcuterie, Agneau	56	26%	14%	9%	20%	30%	↗	
Volaille	159	35%	18%	9%	25%	9%	2%	
Poissons	26	30%	38%	13%	4%	16%	-	
Pains	153	23%	16%	26%	- ↘	32%	2%	
Jus de Fruits	128	72%	↗	4%	15%	↘	6%	↗
Vin	39	25%	8%	21%	14%	9%	-	
Autres boissons	9	77%	-	23%	-	-	-	
Café, thé, infusions	111	70%	↗	-	26%	↘	-	
Produits à base de soja	100	71%	-	25%	-	-	-	
Biscuits, produits pour petit déjeuner	87	68%	-	30%	-	1%	-	
Compléments alimentaires	35	15%	-	73%	-	-	-	
Petits pots pour bébé	14	87%	-	13%	-	-	-	



Quelques données régionales sur la consommation bio

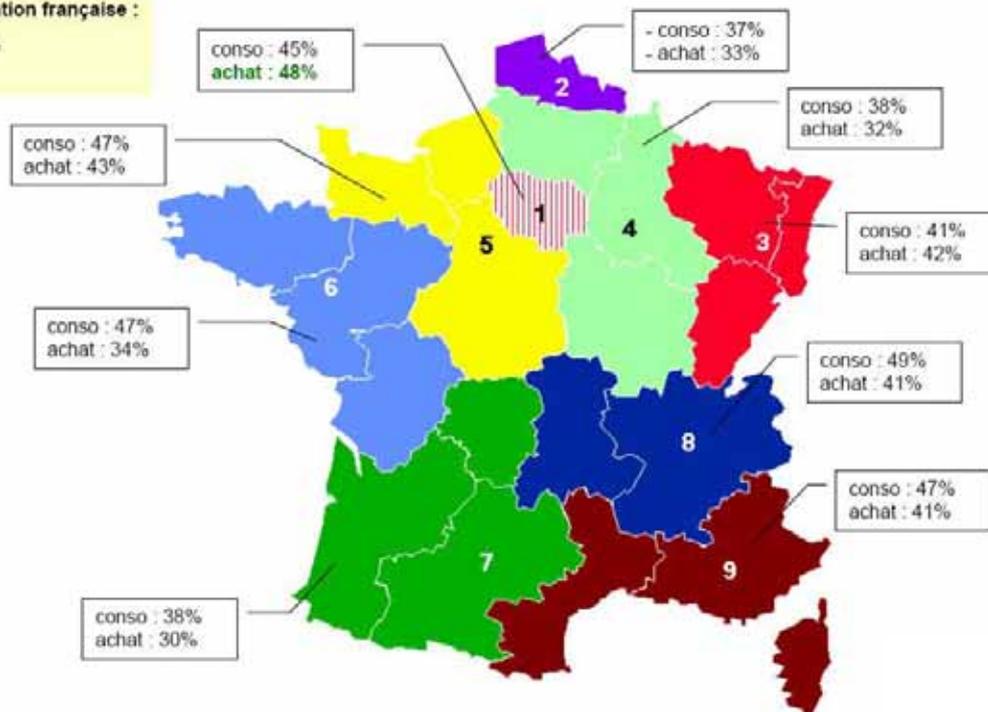


Répartition géographique des consommateurs et acheteurs de Bio

Une majorité de consommateurs-acheteurs se concentre dans la région parisienne. On trouve moins de consommateurs-acheteurs de produits biologiques dans le Nord de la France.

Rappel : Sur la population française :

- consommateurs : 44%
- acheteurs : 39%



Les familles de produits bio consommés par région

Les consommateurs-acheteurs bio de l'ouest du bassin parisien consomment davantage de viande que la moyenne nationale : bœuf (39% vs 24%) et porc, agneau et charcuterie bio (34% vs 15%).

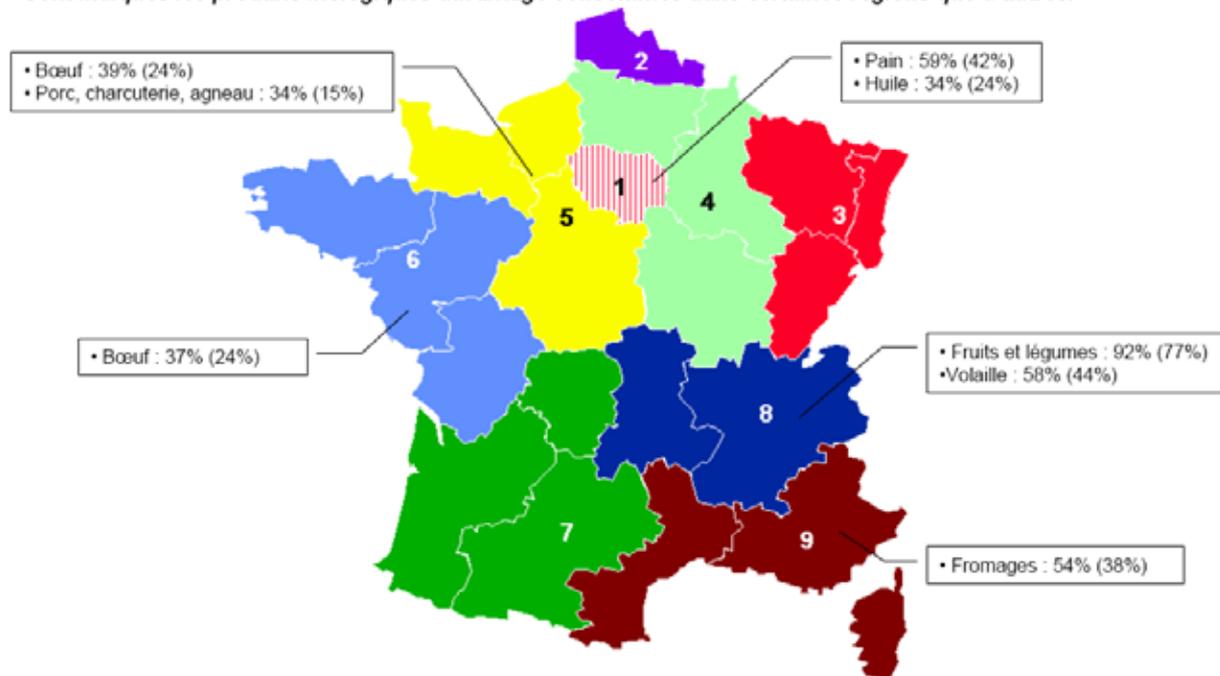
Dans la région ouest, les consommateurs-acheteurs bio se concentrent également davantage que la moyenne sur le bœuf (37% vs 24%).

Fruits et légumes (92% vs 77%) et volaille (58% vs 44%) connaissent des consommations significatives dans le Sud-Est.

Dans la région méditerranéenne, les fromages bio sont particulièrement appréciés (54% vs 38%).

Enfin, les consommateurs-acheteurs de Bio de la région parisienne ont tendance à privilégier davantage que la moyenne le pain bio (59% vs 42%) et l'huile bio (34% vs 24%).

Sont indiqués les produits biologiques davantage consommés dans certaines régions que d'autres.



La Bio au cœur de l'actualité



« Fonds avenir bio » : 1^{er} bilan des actions de structuration des filières biologiques

Le fonds de structuration des filières biologiques a été mis en place en 2008, dans le cadre du plan « agriculture biologique horizon 2012 ». Géré par l'Agence BIO, ce fonds est doté de 3 millions d'euros par an pendant 5 ans.

En mars et en septembre 2008, l'Agence BIO a effectué deux appels à projets visant à soutenir des entreprises et des producteurs s'engageant pour un développement harmonieux de l'offre et de la demande en agriculture biologique en France. Le but est de développer l'agriculture bio en France afin de satisfaire les attentes des consommateurs et des collectivités publiques.

Objectifs : déclencher et soutenir les initiatives

Le fonds a pour objectifs de déclencher et de soutenir des initiatives pour :

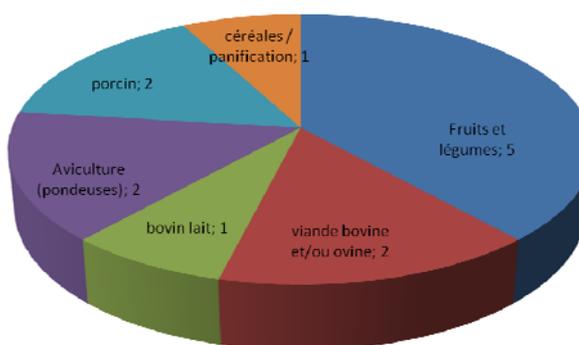
- développer une offre de produits biologiques en vue de satisfaire les demandes des consommateurs exprimées dans tous les circuits de distribution ainsi que dans la restauration collective, en particulier par :
 - des conversions à l'agriculture biologique,
 - la diversification des produits et des débouchés,
 - l'élévation durable du taux de valorisation des produits de base en bio ;
- créer des économies d'échelle et optimiser les circuits de collecte ou de transformation pour permettre une maîtrise de prix favorable au comportement d'achat des consommateurs et des collectivités ainsi qu'une juste rémunération des producteurs ;
- amener un développement le plus harmonieux possible de l'offre et de la demande de produits biologiques en France avec des engagements réciproques, sur plusieurs années, des opérateurs pour sécuriser à la fois les débouchés pour les producteurs et les approvisionnements pour les transformateurs et les distributeurs.

Deux vagues d'appel à projets et 13 dossiers retenus

Les deux premiers appels à projets ont permis de retenir 13 programmes d'actions, portés par des entreprises et des associations de producteurs. Ils seront mis en œuvre en coopération avec des acteurs locaux.

Dans certains cas, les projets porteurs mais ne remplissant pas les conditions d'attribution du fonds de structuration, ont pu être réorientés vers des sources de financement adaptées.

Repartition par filière des 13 projets financés en 2008 dans le cadre du Fonds "Avenir BIO"



Nouvelle réglementation en agriculture biologique : ce qui a vraiment changé le 1^{er} janvier 2009

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,
- de traitements ionisants.

Le règlement (CE) n°834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 reprend toutes les spécificités de l'agriculture biologique 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 est 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 prévoyant des mesures plus contraignantes que celles de l'UE sont abrogés depuis le 1^{er} janvier 2009.

C'est le cas des cahiers des charges français pour les produits animaux concernés. Ils ne peuvent subsister que pour les produits non couverts, ou pas encore, par la réglementation européenne, à savoir :

- les lapins,
- les escargots,
- les espèces aquacoles et leurs dérivés (à titre temporaire),
- les aliments pour animaux de compagnie (à titre temporaire).

De plus il est prévu d'adopter au plan communautaire des règles pour la vinification des raisins issus de l'agriculture biologique.

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.

Des lignes directrices communes pour les contrôles

Le système de contrôles et de certification des produits biologiques, faisant appel à des autorités de contrôle ou à des organismes certificateurs privés, est maintenu.

Les organismes certificateurs doivent être accrédités selon la norme EN 45011 et agréés par les autorités compétentes.

Chaque opérateur fait l'objet d'un contrôle spécifique au moins une fois par an s'ajoutant aux contrôles officiels de portée générale.

L'harmonisation du fonctionnement des organismes certificateurs amorcée dans le nouveau dispositif (documents justificatifs communs...) se poursuit avec l'élaboration de lignes directrices pour les contrôles.

Etiquetage : logo communautaire et origine géographique

Les logos AB et communautaire permettent toujours aux consommateurs d'identifier, avec certitude, des produits contenant au moins 95% d'ingrédients bio (hors eau et sel), la part restante n'étant pas disponible en bio et expressément autorisée. Dans tous les cas, seuls des additifs ou auxiliaires autorisés en agriculture biologique peuvent être utilisés.

Pour les produits pré-emballés d'origine européenne, le logo communautaire sera rendu obligatoire, le moment venu, en principe le 1^{er} juillet 2010 lorsqu'il aura été redéfini. Dans tous les cas où il sera utilisé, il sera systématiquement accompagné de précisions sur l'origine géographique des produits (UE/non UE et possibilité de mentionner le pays).

La référence à l'agriculture biologique peut aussi apparaître, au niveau de la liste des ingrédients et dans le même champ visuel que la dénomination de vente, sur des produits contenant du poisson ou de la viande sauvage, dont tous les autres ingrédients agricoles sont biologiques (ex : sardines à l'huile biologique).

Des produits comportant moins de 95% d'ingrédients biologiques peuvent indiquer le ou les ingrédients d'origine agricole biologiques, mais uniquement sur la liste des ingrédients (et non dans le même champ visuel que la dénomination de vente), avec leur pourcentage.

Les nouveaux étiquetages devront se conformer au nouveau dispositif d'ici le 1^{er} juillet 2010. Les dispositions fixées dans les règles d'application prévoient cependant un délai d'écoulement des étiquettes imprimées jusqu'au 1^{er} janvier 2012.

Importations de pays-tiers à l'UE

Concernant les modalités de contrôles et d'échanges avec les pays-tiers à l'Union européenne, la réglementation générale en vigueur dans l'Union européenne a été prise en compte pour actualiser le dispositif spécifique à l'agriculture biologique et assurer une totale mise en cohérence.

La liste des pays tiers à réglementation équivalente (Argentine, Australie, Costa Rica, Inde, Israël, Nouvelle Zélande et Suisse) et des organismes certificateurs reconnus dans ces pays sera progressivement complétée par des listes d'organismes certificateurs directement reconnus et supervisés par la Commission.

En l'attente, le régime actuel (demande d'autorisation d'importation au cas par cas en dehors des pays cités) perdure.

Des dispositions particulières

Des règles de production exceptionnelles peuvent être adoptées au plan européen, après avis des Etats membres réunis au sein du Comité de Réglementation et en toute transparence du producteur au consommateur.

Deux cas sont prévus par la réglementation :

- non disponibilité sur le marché en produits issus de l'agriculture biologique ou autorisés en agriculture biologique,
- exploitations soumises à des contraintes climatiques, géographiques ou structurelles particulières.

Hors-sol

La production hors sol est interdite, notamment en élevage où l'éleveur doit :

- se procurer principalement des aliments pour animaux provenant de l'exploitation dans laquelle ceux-ci sont détenus ou d'autres exploitations biologiques de la même région,
- gérer des terres agricoles et/ou établir un accord de coopération avec un autre opérateur pour la gestion des effluents.

OGM

Concernant les OGM, le seuil de 0,9% de présence fortuite d'OGM n'est pas une tolérance. Il s'agit d'une obligation d'étiquetage au-delà de ce seuil. Et toute référence à l'agriculture biologique sur l'étiquetage des produits contenant des OGM est rendue explicitement impossible par la nouvelle réglementation.

Autres dispositions prévues

De nouveaux règlements d'application viendront progressivement encore préciser ce dispositif. Il s'agit de préciser certaines règles énoncées dans les règlements déjà parus, comme par exemple :

- le mode d'élevage des volailles,
- les procédés de transformation autorisés ou interdits,
- le mode de production pour l'aquaculture, la viticulture et les algues marines.

Un nouveau Président pour l'Agence BIO

Pascal Gury, 50 ans, vient d'être élu à la présidence du conseil d'administration de l'Agence BIO, Groupement d'Intérêt Public dont les missions consistent notamment à développer et promouvoir l'agriculture biologique française.

Pascal Gury a été élu Président par les représentants des structures membres du Conseil d'Administration : les pouvoirs publics (ministères en charge de l'agriculture et de l'écologie) et les structures professionnelles (APCA, Coop de France, FNAB et Synabio).

Agriculteur engagé en agriculture biologique depuis 1997, Pascal Gury est à la tête d'une exploitation de 130 ha spécialisée en Grandes Cultures dans le Marais Poitevin.

Il s'est fixé comme principal objectif de travailler à la reconnaissance du rôle environnemental, économique et social de l'agriculture bio au sein des différentes structures professionnelles. Pour lui, cette reconnaissance est aujourd'hui déterminante pour assurer le développement de la production bio en France.

Engagements

Pascal Gury est engagé dans le développement de l'Agriculture biologique depuis 1997. Il a notamment exercé des responsabilités au sein du groupe Bio de la FDSEA (Fédération départementale des syndicats d'exploitants agricoles), d'InterBio Pays de la Loire et de l'itab (Institut Technique de l'Agriculture Biologique).

Aujourd'hui, il est :

- **Président du groupe bio de Coop de France**, Confédération française de la coopération agricole,
- **Co-Président d'Intercéréales Bio**

Parcours professionnel : dates clés

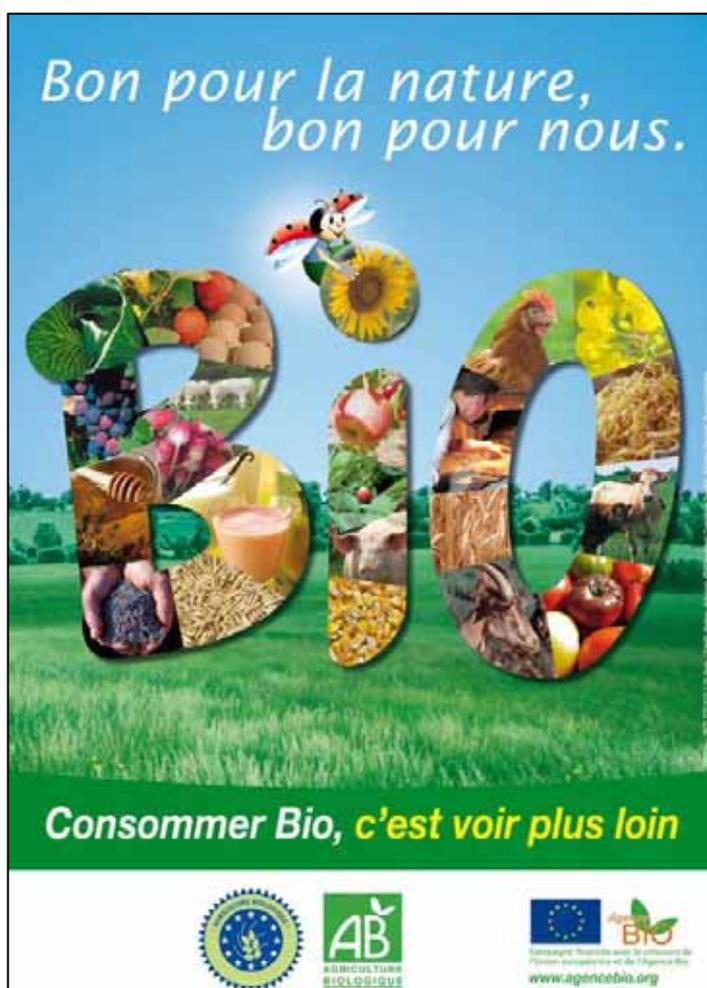
Pascal Gury, titulaire d'un diplôme agricole, a débuté sa carrière en 1979 en tant qu'agent de fabrication dans une usine Michelin.

Très vite, dès 1981, il quitte l'univers des pneumatiques pour rejoindre celui de l'agriculture.

Il devient alors berger jusqu'en 1984 puis s'installe à son propre compte pour élever chèvres et moutons sur un domaine de 36 ha.

En 1997, il s'engage dans l'agriculture biologique sur une exploitation de Grandes Cultures.

2009 : la Bio en campagne



Les filières bio en actions toute l'année

5 interprofessions se sont associées à l'Agence BIO pour mener, en totale synergie, un programme d'information sur 2008-2009-2010, avec le soutien de l'Union Européenne. En plus de leur participation active aux opérations Printemps BIO 2009, chacune des filières ponctue l'année avec des actions spécifiques.

Les filières partenaires du programme :

- **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)**



Intercéréales



Les actions de la filière élevage

Un site Internet enrichi et des actions web pour informer les consommateurs

Le site Internet www.produitslaitiersetviandebio.com, créé en 2008, sera enrichi tout au long de l'année 2009.

Ce site est notamment composé de 5 espaces thématiques : l'élevage bio, la viande bio, les produits laitiers bio, espace détente et espace professionnel.



Plusieurs actions sont prévues afin d'enrichir le site et de toujours mieux informer les consommateurs :

- réalisation de vidéos témoignages à consulter en ligne,
- jeu concours Produits laitiers bio en septembre,
- de nouvelles recettes...

L'achat de mots-clés (viande et produits laitiers) sera également mis en place dans le but d'améliorer la visibilité du site sur le moteur de recherche Google en septembre / octobre.

- **Les actions spécifiques aux produits laitiers bio :**

Une campagne d'insertion presse

En avril, mai et juin, des insertions presse produits laitiers bio paraîtront dans des hebdomadaires et mensuels.

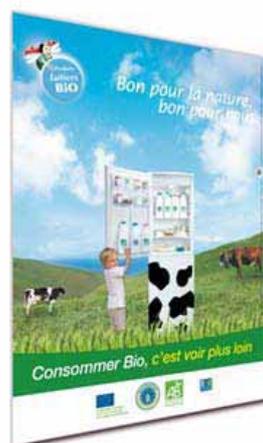
Une campagne média Internet

En avril, mai et juin, de l'achat d'espace web sera effectué afin de promouvoir les produits laitiers bio via un relais vers le site www.produitslaitiersetviandebio.com, ainsi que par le parrainage de dossiers spécifiques sur le bio.

Une nouvelle vague de bannières sera lancée en septembre, afin de soutenir le jeu concours en ligne.

Des kits spécifiques produits laitiers bio

Des kits PLV « produits laitiers bio », permettant un balisage permanent des rayons en magasins, seront mis à disposition tout au long de l'année, et notamment pour le **Printemps BIO**, première quinzaine de juin.



affiche 60 x 80



réglette linéaire



leaflets consommateurs



porte brochure



stop rayon

- **Les actions spécifiques aux viandes bio :**

Une présence renforcée sur les salons grand public et professionnels,

Les viandes bio étaient présentes au **SIRAH**, à Lyon, du 24 au 28 janvier et elles seront...

- au **Salon International de l'Agriculture**, à Paris, du 21 février au 1^{er} mars, stand Planète Viande, Hall 1
- au **SPACE** (Salon des Productions Animales), à Rennes, du 15 au 18 septembre
- au **Sommet de l'Élevage**, à Cournon, du 7 au 9 octobre.

Formation et information des professionnels

Des actions de formation et d'information des professionnels sont mises en place tout au long de l'année :

- **Formations** viandes bio dans les réseaux de distribution

90 journées de formation seront organisées en 2009. Un support spécifique a été développé : le CD-ROM « Bio Stories ».



- Diffusion de **plaquettes d'information**



Des plaquettes spécifiques ont été mises au point à destination des éleveurs, bouchers, chefs de rayons, spécialistes bio et restaurateurs afin de les informer sur l'élevage et les viandes bio et de les accompagner dans leurs démarches bio.

- L'organisation d'une **réunion de synergie**, à l'automne, permettant de réunir distributeurs et acteurs de la filière viandes bio, dans le but de motiver et recruter de nouveaux distributeurs de viandes bio.

Animations en points de vente

160 animations en GMS sont prévues tout au long de l'année 2009.

La filière viandes bio participera également au **Printemps BIO**, avec notamment des kits de balisage dans les boucheries et les magasins spécialisés.



Des outils de communication spécifiques, afin de mettre en avant l'offre viandes bio dans les points de vente.

Pour plus d'informations : www.produitslaitieretviandebio.com

Les actions de la filière fruits et légumes

Des actions auprès de la presse

De février à avril 2009, **des insertions** vont paraître dans des titres de la presse professionnelle. Le dossier de presse réalisé en 2008 sera réactualisé en 2009 par un communiqué de presse, à l'occasion du **voyage de presse** prévu pour la 2^{ème} quinzaine de mars, en région Val de Loire.

Le dossier de presse est téléchargeable sur le site : www.interfelbio.com.

Des opérations en points de vente et en restauration

Du **matériel de balisage** va être fourni à 2 100 points de vente ciblés, dont 1400 GMS et 700 détaillants. La restauration collective bénéficiera également de kits spécifiques (1 500 kits).

Ces kits de balisage sont composés d'outils destinés à une utilisation pérenne en rayon ou sur le lieu de restauration : stop-rayon, guirlande, kakémono, dépliants d'information, etc. Ils vont être expédiés tout au long de la campagne, et plus particulièrement lors des périodes d'animation.

Trois **opérations de stimulation des réseaux** sont également renouvelées en 2009, elles vont concerner une enseigne GMS, un réseau de grossistes traditionnels, et un réseau de grossistes spécialisés bio.



Des animations sur les points de vente

Comme en 2008, le principe de rythmer l'année en GMS par trois vagues d'animation est conservé. Cela permet de mettre successivement en avant les différents fruits et légumes bio, en fonction des saisons. Ainsi, la première vague sera réalisée au printemps, la seconde autour du **Printemps BIO** (juin-juillet) et la dernière à l'automne.

Les animations seront organisées en présence d'un animateur pour informer de façon ludique les consommateurs sur les fruits et légumes bio.

Au total, en 2009, 475 points de vente vont bénéficier d'un week-end d'animation. 200 kits d'animation supplémentaires seront également mis à la disposition des enseignes qui veulent amplifier le dispositif.

Des outils pour la formation des professionnels

La démarche initiée en 2008 va se poursuivre en 2009. Des guides et newsletters vont continuer à être régulièrement diffusés aux opérateurs du commerce (grossistes, distributeurs traditionnels et bio) : conseils, témoignages, actualités de saison...



Pour plus d'informations : www.interfelbio.com.

Les actions de la filière grandes cultures

Formation des transformateurs : meuniers, boulangers et huiliers

Suite à la création d'un DVD sur la filière des céréales en 2008 (« Objectif : le pain bio »), un DVD sur la filière des oléagineux (« Objectif : les oléagineux bio pour l'alimentation humaine ») verra le jour en 2009. Outre sa diffusion sur les salons professionnels, il servira de support de formation pour les professionnels de la filière (producteurs, transformateurs...) et pour la distribution. Il comprendra des séquences vidéo, ainsi qu'un guide pratique.

Formation des distributeurs en GMS :

L'envoi d'une newsletter électronique pluri-annuelle aux chefs de rayon de la GMS permet :

- de renforcer la connaissance produit avec des rubriques attractives et opérationnelles,
- de revenir régulièrement à l'esprit des chefs de rayons / décideurs.

Formation des prescripteurs – Professionnels de santé

- Pour faire suite à la newsletter n°1 diffusée en mai 2008 auprès des diététiciens et des médecins nutritionnistes, un second numéro sera adressé en mai 2009.
- **Des livrets pour les patients** seront créés et mis à disposition dans les salles d'attente des diététiciens et médecins nutritionnistes.
- 10 interventions d'1/2 journée se dérouleront dans les écoles de diététique (IUT, BTS). Elles seront animées par une diététicienne diplômée de l'état, formée aux spécificités de la bio.

Promotion en magasin et information consommateurs

Ces actions ont lieu avant ou pendant **Printemps BIO.**

Pour la GMS :

- Animations dégustations dans 80 magasins
- Envoi de matériel PLV dans 175 magasins : (affiches grand format, stop-rayons, dépliants consommateurs).



Pour les boulangeries et terminaux de cuisson :

- Envoi de matériel PLV dans 300 magasins (affiches petit format, vitrophanies « Ici pain BIO », pancartes prix, dépliants consommateurs, argumentaires vendeurs(es)).

Participation au Salon Professionnel de la Boulangerie

Du 8 au 10 mars 2009, Intercéréales, l'Agence BIO et le Synabio seront regroupés pour participer au Salon de la Boulangerie, au Parc des Expositions, à Paris. De nombreuses animations seront mises en place.



Communication presse professionnelle :

Des insertions paraîtront en février-mars dans la presse professionnelle.

Création de rubriques web

En 2009, deux nouvelles rubriques seront consacrées à l'agriculture biologique sur les sites web des interprofessions ONIDOL et INTERCEREALES (www.onidolbio.com et www.passioncereales.fr)

La Bio s'expose au Salon International de l'Agriculture : des événements pour tous les publics

Un an et demi après le lancement d'un nouveau plan de développement de l'agriculture biologique en France, l'Agence BIO et ses partenaires vont à la rencontre du public, **du 21 février au 1^{er} mars** prochains, au 46^{ème} Salon International de l'Agriculture, Porte de Versailles à Paris.

Le Séminaire International organisé par l'Agence BIO se déroulera le jeudi 26 février salle Lyra Hall 7.2.

Un espace bio de 117 m² au cœur du SIA

L'Espace Bio se situera dans le **Hall 3 allée G, stand 9**.

Il sera réparti sur un îlot de 117m², à proximité des stands de la Commission européenne, du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, du Ministère de l'Ecologie de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et du Conseil Général de la Drôme. **L'Espace Bio s'adressera à la fois aux professionnels et au grand public**, avec pour objectifs :

- de répondre à toutes les questions du grand public sur les techniques, les principes et les valeurs de l'agriculture biologique
- et d'apporter des informations aux professionnels souhaitant convertir leurs exploitations à l'agriculture biologique.

La Bio au SIA : des animations thématiques quotidiennes

Cette année, le programme proposé par l'Agence BIO est renforcé. Il comprend notamment :

- des **rencontres professionnelles** permettant au public d'échanger avec les intervenants professionnels sur « les clefs de la bio » avec des orientations privilégiées certains jours :

- samedi 21 février : Grandes cultures et légumes de plein champs
- dimanche 22 février : Arboriculture - maraîchage
- lundi 23 février : Viande bovine, ovine et porcine
- mardi 24 février : Lait de vaches, de brebis et de chèvres
- mercredi 25 février : Restauration collective
- jeudi 26 février : Séminaire international Hall 7.2, Salle Lyra
- vendredi 27 février : Aviculture
- samedi 28 février : Viticulture - PPAM
- dimanche 1er mars : L'agriculture biologique et l'eau

- **des animations culinaires et de découverte de l'agriculture biologique** proposées par des professionnels de toute la France - cuisiniers, producteurs et entreprises - avec des ateliers de dégustation, des recettes gourmandes, des rencontres thématiques sur les productions biologiques...

- **le jeu de la Bio**, pour les enfants et les adultes, avec des jeux de société et des paniers de produits biologiques à gagner en répondant aux questions de la bio grâce aux indices à découvrir sur le stand.

L'Espace Bio s'inscrit également dans le « **Parcours de l'alimentation** » proposé par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche avec **des animations pédagogiques et ludiques sur le goût** s'adressant à des enfants âgés de 6 à 10 ans.

Pour plus d'informations : www.agencebio.org

Le séminaire international de l'Agence BIO : le 26 février 2009

Pour la quatrième année consécutive, l'Agence BIO organise un séminaire international sur l'agriculture biologique dans le cadre du Salon International de l'Agriculture.

Ce séminaire vise notamment à :

- faire le point sur les principales évolutions observées dans chacun des pays de l'Union européenne tant au niveau politique qu'à ceux de la consommation et de la production ;
- identifier les perspectives d'évolution à horizon 2012 ;
- analyser les "ressorts" de développement de chacun des pays ;
- en tirer des "enseignements" pour la France.

En 2006, 2007 et 2008, outre la Commission européenne, des représentants d'Allemagne, d'Autriche, du Danemark, d'Espagne, de Hongrie, d'Italie, de Pologne, du Royaume Uni, de Suède, de Suisse et des Etats-Unis ont participé.

En 2009, outre Jean-François Hulot et Vlassios Sfyroeras de la Commission européenne, des représentants d'Allemagne, des Pays-Bas, de Roumanie et de Bulgarie apporteront un éclairage particulier sur la politique menée dans leurs pays tant en termes d'objectifs que de moyens et les spécificités de chacun d'entre eux.

M. Barnier, Ministre de l'Agriculture et de la Pêche assurera la clôture du séminaire. Mme Jouanno, Secrétaire d'Etat à l'Ecologie, assurera probablement l'ouverture (en cours).

Ce séminaire d'information et de réflexion est destiné à toutes les personnes oeuvrant en faveur du développement de l'agriculture biologique, en particulier dans les collectivités territoriales, 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.

Ce séminaire se tiendra dans le cadre du Salon International de l'Agriculture à la Porte de Versailles – Hall 7.2 – Salle Lyra.

Programme du Séminaire International

- 9h15** Accueil
- 9h30** Ouverture du séminaire
par le Président de l'Agence BIO
- 9h45** La place de l'agriculture biologique dans la politique de protection des ressources naturelles et de développement durable
par Chantal Jouanno, Secrétaire d'Etat à l'Ecologie au sein du Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire – Sous réserve
- 10h15** Evolutions récentes et en vue, dans le monde et en particulier dans les Etats membres de l'Union européenne
par Elisabeth Mercier, Directrice de l'Agence BIO
- 10h30** Mise en œuvre du plan de développement de l'agriculture et de l'alimentation biologiques dans l'Union européenne
par Jean-François Hulot, Chef d'Unité pour l'agriculture biologique à la Direction Générale Agriculture et Développement rural au sein de la Commission Européenne et par Vlassios Sfyroeras, Chef d'unité d'adjoint pour la promotion à la Direction Générale Agriculture et Développement rural au sein de la Commission Européenne
- 11h00** Questions-réponses
- 11h30** Dynamiques de développement dans les pays entrés dans l'Union européenne depuis le 1^{er} mai 2004
Avec la participation, notamment, de Christophe Manson, Attaché agricole auprès de l'Ambassade de France en Roumanie
- 12h30** Questions-réponses
- 13h00** Pause – déjeuner
- 14h45** Quelles voies d'adaptations des filières pour répondre aux attentes des consommateurs en Allemagne et aux Pays-Bas
*Avec la participation notamment de :
Thomas Sonntag, Responsable de filières chez Naturland
Monica de Heide, Secrétaire générale de la Task Force pour le développement de l'agriculture biologique*
- 16h00** Questions-réponses
- 17h00** Clôture : Des engagements politiques aux mesures concrètes
par Michel Barnier, Ministre de l'Agriculture et de la Pêche
- 17h45** Fin du séminaire

Printemps BIO fête son 10^{ème} anniversaire en 2009 : 1^{ère} quinzaine de juin dans toute la France

L'ensemble des acteurs de l'agriculture biologique se mobilise pour fêter le 10^{ème} anniversaire de la quinzaine nationale d'information et de valorisation des produits issus de l'agriculture biologique.

Des initiatives dans toute la France

L'événement, coordonné par l'Agence BIO, se matérialise par des initiatives dans toutes les régions de France : fermes et entreprises ouvertes au public, conférences, expositions, visites de vignobles, repas bio en restauration collective et animations sur les points de vente. Ces initiatives sont valorisées sur le site Internet : www.printempsbio.com.

Dans ce cadre, l'Agence BIO organise des rencontres professionnelles le 4 juin, sur le thème :

« La Bio : un autre rapport qualité prix ».

Depuis 2008, les Interprofessions partenaires du programme mettent en œuvre des actions spécifiques au moment de Printemps BIO, en particulier des animations en GMS et en magasins spécialisés, totalement coordonnées et structurées en tenant compte des spécificités des produits.



Affiches

Des outils d'information attractifs

Comme chaque année, l'Agence BIO met 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.



Dépliants adultes et enfants

Ces outils : affiches, dépliants, autocollants..., seront notamment distribués à l'occasion de Printemps BIO.

De plus, un CD-Rom graphique est diffusé sur demande afin de permettre la reproduction des outils, moyennant le respect d'une charte d'utilisation.



Guirlandes



Autocollants

Les nouveaux outils 2009 :

- un dépliant spécifique aux vins issus de raisins bio,
- des outils spécifiques à la RHD (stop-rayon, guide d'information),
- le développement d'outils pédagogiques à destination des enfants, via les enseignants (pour une diffusion à l'automne).

Pour plus d'informations : www.agencebio.org - www.printempsbio.com



Eté 2009 : la Bio de retour sur le petit écran

Du 29 juin au 30 août 2009, la campagne de parrainage TV menée par l'Agence BIO, est reconduite avec l'émission « La Météo des Plages » sur France 2.

8 secondes de bio en 3D

Un message de 8 secondes sera ainsi diffusé, avant et après la Météo des Plages de France 2. Le programme, diffusé du lundi au vendredi vers 8h35 et 19h45 et le week-end vers 13h40, permettra de diffuser le message 216 fois.

2008 : un film à succès !

Rappel des performances de la campagne de parrainage 2008 :

- En 2008, le mini film a généré **plus de 184 830 000 contacts** sur la cible RDA 15 ans et +, soit une augmentation de plus de 19,5% par rapport à 2007.
- Plus de 63% des responsables des achats de 15 ans et plus ont été touchés par le message.

Synthèse des résultats du post-test 2008 :

- Le mini-film a répondu aux principaux objectifs assignés à la campagne (créer de la présence à l'esprit, contribuer au recrutement de nouveaux consommateurs, mettre en avant les logos AB et UE bio)
- Un parrainage qui émerge très bien avec la répétition et une attribution à l'émetteur (les produits bio) renforcée par rapport à l'an dernier
- Un mini-film qui renforce la connaissance des produits bio : la connaissance « juste de nom » est activée sur les premiers contacts, les contacts suivants permettant de construire le sentiment d'une « bonne connaissance » du bio.
- Des dimensions d'incitation à l'achat/ consommation de produits bio qui progressent bien avec l'exposition.
- Un parrainage qui plaît et qui donne une image positive des produits bio, image qui progresse au fur et à mesure des contacts.



Le 1^{er} salon européen des techniques agricoles alternatives et bio

La 1^{re} édition de Tech&Bio ayant rencontré un large succès auprès de l'ensemble des acteurs du monde agricole, la Chambre d'Agriculture de la Drôme, accompagnée de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture, a pris l'initiative de reconduire Tech&Bio dans la Drôme en lui donnant une envergure européenne.

Une 1^{re} édition réussie

La 1^{re} édition du salon Tech&Bio, qui a eu lieu les 7 et 8 septembre 2007 à Chantemerle-les-blés dans la Drôme, a connu un grand succès avec la participation de 85 exposants et de 4 000 visiteurs venus de toute la France et aussi de l'étranger. A l'initiative de la Chambre d'Agriculture de la Drôme, Tech&Bio a fortement mobilisé le réseau des Chambres d'Agriculture et a permis un partenariat réussi impliquant plus de 35 partenaires notamment du monde de la bio (Agence bio, réseau FNAB, ITAB, Synabio, Bioconvergence, Offices, Interprofessions, Instituts techniques...). Fort de ce succès, la Chambre d'Agriculture de la Drôme, accompagnée de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture, a pris l'initiative de reconduire Tech&Bio dans la Drôme, le 1^{er} département français en agriculture biologique.

L'originalité de Tech&Bio

Tech&Bio est l'unique manifestation en Europe qui regroupe sur une seule et même exploitation bio, les principales productions animales (monogastriques et polygastriques) et végétales (les grandes cultures, la viticulture, l'arboriculture, le maraîchage, les plantes à parfum aromatiques et médicinales) et qui aborde à la fois les techniques alternatives, la valorisation et la transformation des produits bio.

Tech&Bio est ainsi le lieu d'échanges et de rencontres privilégiées, réunissant tous les acteurs de la filière agricole française : producteurs, transformateurs, experts, instituts et partenaires professionnels.

Avec une ouverture sur l'Europe...

Pour améliorer la qualité des échanges et multiplier les opportunités de collaboration, Tech&Bio ouvre ses portes aux pays européens tant au niveau des exposants que des intervenants et visiteurs. En cette faveur, un partenariat avec des organismes agricoles d'une dizaine de pays européens est déjà bien engagé.

Des ateliers, des forums, des démonstrations...

En plus des manifestations organisées lors de la 1^{re} édition, seront présents en 2009 des nouveaux pôles à thématique transversale (eau, semences, matières organiques, agronomie, conversion, formation, recherche et expérimentations), des ateliers techniques supplémentaires en élevage et des visites d'exploitations en polycultures-élevage dans la région. Cette offre plus complète attirera un plus grand nombre de visiteurs sur le site de Tech&Bio.

Un rayonnement et une communication efficace

Grâce à la mobilisation massive des acteurs du milieu agricole français mais aussi européen et à une campagne de communication presse et web optimisée, Tech&Bio bénéficie d'une notoriété croissante.

Tech&Bio 2009 en chiffres

- 8 000 professionnels conventionnels et bio
- 150 exposants
- 40 partenaires spécialistes de l'agriculture
- un site de 10 ha
- 2 jours de conférences, de démonstrations, de forums...

Contact presse :

Camille Le Prado
Chambre d'Agriculture de la Drôme
Tél. +33 (0)4 75 82 40 21
cprado@drome.chambagri.fr

www.tech-n-bio.com

A noter : dans le cadre de Tech&Bio, l'Agence BIO organise les Assises Nationales de la Bio le 9 septembre 2009, sur le thème : « Innovations en agriculture biologique ».

Une grande campagne de communication européenne pour l'alimentation bio et l'agriculture bio

Le 25 juillet 2008, à Libramont, en Belgique, la Commission européenne a lancé la campagne de l'Union européenne pour l'agriculture biologique :



Un site internet multilingue

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

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



Dépliants

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

Campagne de communication européenne : quelques exemples de visuels



Cartes postales



Affiches

Pour en savoir plus : www.organic-farming.europa.eu
Et au SIA sur le stand de la Communauté Européenne situé à proximité de celui de l'Agence Bio ainsi qu'en participant au Séminaire International.

Les fondamentaux de la Bio



Les productions végétales bio : 100% naturelles

L'agriculteur biologique adopte des attitudes et des pratiques rigoureuses dans la culture de ses végétaux. Il s'attache, en particulier, à :

- **respecter le rythme des saisons et les cycles de vie des plantes,**
- **sélectionner des variétés végétales adaptées au terroir,** aux conditions climatiques et naturellement résistantes aux parasites et aux maladies,
- **fertiliser les sols principalement avec du compost issu de la ferme,** éventuellement complété par des engrais naturels comme le fumier, le guano ou des algues marines,
- **désherber manuellement, mécaniquement ou thermiquement,** sans avoir recours à des désherbants,
- **protéger les cultures par le maintien des haies, l'introduction de prédateurs naturels** (comme les coccinelles qui se nourrissent des pucerons) et le recours à des substances naturelles comme les plantes ou les minéraux.



Basée sur le respect de l'Homme et de la Nature, l'agriculture biologique se distingue par son mode de production particulier :

- **sans utilisation de produits chimiques de synthèse,**
- **sans utilisation d'Organismes Génétiquement Modifiés.**

Elle s'appuie sur :

- **le recyclage des matières organiques,**
- **la rotation des cultures,**
- **la lutte biologique et,**
- **le bien-être animal.**

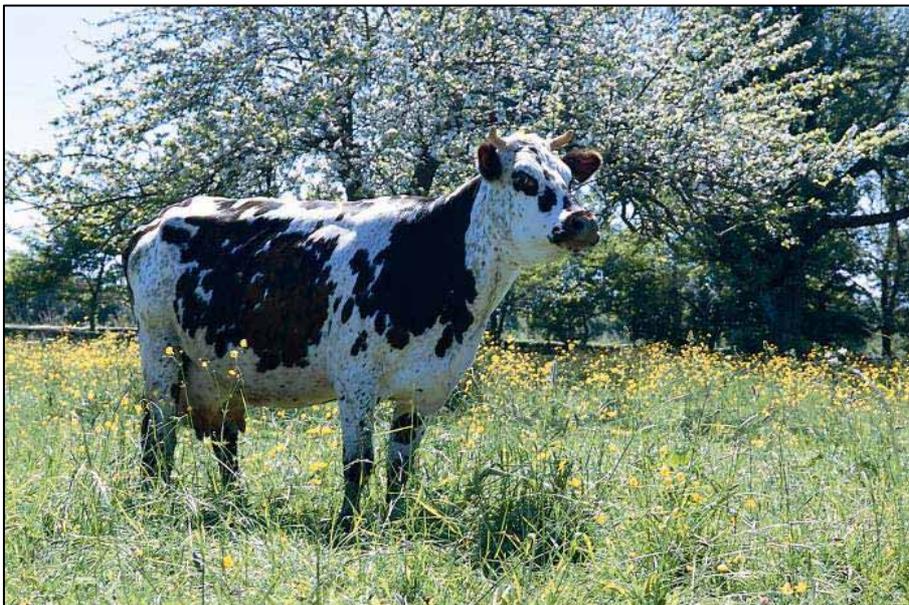
Elevages bio : des pratiques en cohérence avec la nature

- Pour éviter la pollution des sols et de l'eau, un éleveur en agriculture biologique assure un lien étroit entre son élevage et ses terres agricoles. Les éleveurs bio nourrissent leurs animaux avec des pâturages, fourrages et aliments bio, cultivés **sans produits chimiques de synthèse.**

Le système culture-élevage assure le maintien et l'amélioration **à long terme de la fertilité des sols** et contribue au développement d'une agriculture durable.

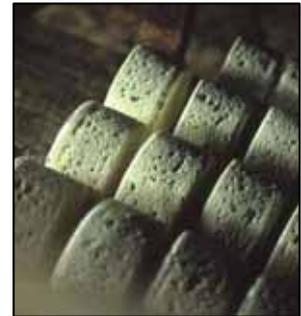


- **Le nombre d'animaux par unité de surface est limité** de façon à assurer une gestion intégrée des productions animales et végétales sur l'exploitation, réduisant ainsi au maximum toute forme de pollution en particulier des sols, des eaux de surfaces et des nappes phréatiques.
- L'élevage pastoral, mené selon les règles de l'agriculture biologique est particulièrement adapté **à l'entretien et à la valorisation des zones rurales.**



Produits bio : une fabrication sur mesure

- Pour transformer les produits bio, seuls les **procédés biologiques et physiques** sont autorisés.
- Suivant une logique de recherche de **naturalité** des produits bio, seul l'usage de substances d'origine naturelle est prévu.
- Un **système d'identification et de traçabilité** des fabrications bio est mis en place.
- L'entretien des installations fait l'objet d'une grande rigueur en terme de pureté. Depuis août 2000, la réglementation bio a défini une liste de nettoyants et de désinfectants autorisés. Ces derniers doivent répondre **tant à des valeurs d'efficacité que de non nuisance sur l'environnement**.
- En complément des analyses réglementaires, l'opérateur bio réalise par sondages aléatoires des recherches de contaminants, sur les produits finis.



L'agriculture bio : un rôle très positif sur l'environnement

Tout au long de la filière, les opérateurs engagés dans le mode de production et de transformation biologiques :

- respectent un cahier des charges rigoureux qui privilégie les procédés non polluants, respectueux de l'écosystème et des animaux,
- observent des pratiques qui font l'objet de contrôles par des organismes certificateurs indépendants à toutes les étapes des filières.
- s'imposent des contraintes de l'agriculture biologique, qui s'ajoutent à la réglementation générale concernant les produits agroalimentaires, ont un impact favorable sur l'environnement, en particulier :
 - L'agriculture biologique **préserve la qualité de l'eau et de l'air** en interdisant l'usage des produits chimiques de synthèse.
 - Elle **réduit considérablement les risques de pollution par les nitrates** : apports d'azote limités, sols rarement nus en hiver, prairies comme source principale de l'alimentation des ruminants, etc.
 - Elle **contribue à l'harmonie des paysages ruraux** (en raison de la nécessaire diversité des productions sur la plupart des exploitations).
 - Elle respecte, développe et **entretient la biodiversité animale et végétale**.
 - Elle entretient et **améliore la fertilité des sols** en maintenant ou en augmentant sa teneur en humus par des apports organiques et des rotations longues.



Filière biologique : des règles strictes

L'agriculture biologique est officiellement reconnue par les pouvoirs publics depuis 1980. En France, elle constitue l'un des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine.

Les productions répondant aux principes de l'agriculture biologique participent activement à la protection de l'environnement, en préservant la fertilité de la terre et les ressources en eau.

De la culture à l'élevage et à la transformation des aliments, chaque phase de la production biologique est régie par des règles strictes, établies pour préserver notre environnement.

Produits bio : des logos pour le reconnaître

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.



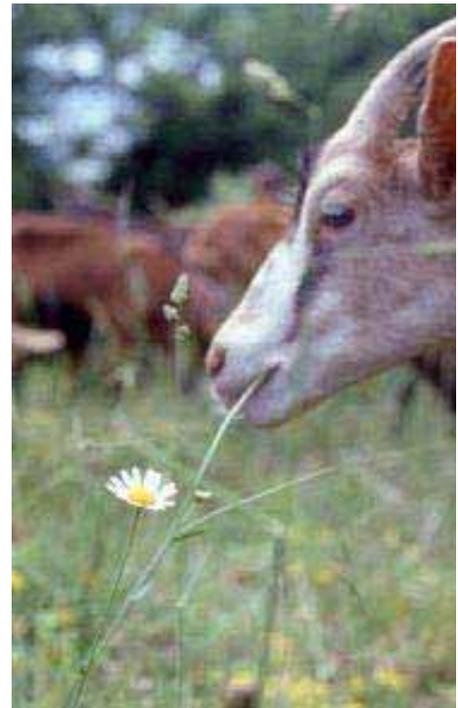
Ils peuvent être appliqués sur les produits qui :

- 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

Le logo AB est la propriété exclusive du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche.

La présentation du logo européen, actuellement facultative, deviendra obligatoire le 1er juillet 2010 pour les produits alimentaires préemballés, un nouveau logo devant être défini d'ici là. Il restera facultatif pour les produits importés. Il devra être accompagné de l'indication du lieu de production des matières premières agricoles : « Union européenne », « hors Union européenne » ou du nom du pays.

Les logos nationaux et privés pourront toujours être utilisés.



Produits biologiques : contrôlés et certifiés

Pour commercialiser leurs produits comme issus de l'agriculture biologique, les entreprises de production, transformation, importation, distribution doivent obligatoirement être contrôlées et certifiées par un organisme agréé et accrédité selon des critères d'indépendance, d'impartialité, de compétence et d'efficacité tels que définis par la norme européenne EN 45011. Tout opérateur doit notifier son activité auprès de l'Agence BIO.

Des contrôles annuels portant sur l'ensemble du système de production (parcelles agricoles, conditions d'élevage, lieux de stockage, transformation, étiquetages...) sont réalisés par les organismes certificateurs. Ils s'ajoutent à ceux effectués, de façon générale, par les autorités françaises sur l'ensemble des produits agricoles et alimentaires.

Des prélèvements pour analyses sont effectués par sondage afin de vérifier la non utilisation de produits interdits.

Au regard des résultats obtenus, un certificat est délivré pour les produits jugés conformes à la réglementation européenne et française en vigueur.

L'étiquetage est la traduction concrète de cette certification. Il permet au consommateur ou au destinataire de s'assurer de la conformité du produit : la présence sur l'étiquette du nom ou du numéro d'agrément de l'organisme certificateur, en association avec la référence à l'agriculture biologique, est obligatoire.

Coordonnées des organismes de contrôle agréés en France :

ACLAVE 56, rue Roger Salengro 85013 La-Roche-sur-Yon tél. +33 (0)2 51 05 14 92 fax +33 (0)2 51 36 84 63	AGROCERT 4, rue Albert Gary 47200 Marmande tél. +33 (0)5 53 20 93 04 fax +33 (0)5 53 20 92 41	ECOCERT SAS BP 47 32600 L'Isle Jourdain tél. +33 (0)5 62 07 34 24 fax +33 (0)5 62 07 11 67
QUALITE FRANCE SA Le Guillaumet 60 av. du Général de Gaulle 92046 Paris la Défense cedex tél. +33 (0)1 41 97 00 74 fax +33 (0)1 41 97 08 32	SGS ICS 191 avenue Aristide Briand 94237 Cachan cedex tél. +33 (0)1 41 24 83 04 fax +33 (0)1 41 24 89 96	



L'Agence BIO vous remercie de votre attention.

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

**Le Service de Presse ADOCOM – RP
Tél. : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr**