



LE MARCHÉ DES PRODUITS BIO DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013

LA BIO CONFIRME AINSI SA CROISSANCE EN FRANCE ET SE LANCE DANS UNE NOUVELLE ETAPE DE DÉVELOPPEMENT DANS LA DYNAMIQUE DU PLAN AMBITION BIO 2017

Le marché des produits bio devrait atteindre 4,5 milliards d'euros en 2013

En 2013, la bio continue à tirer son épingle du jeu malgré la morosité du marché alimentaire. Le marché bio français, multiplié par deux en 5 ans (4,17 milliards d'euros en 2012 : +6,6% vs 2011 ; +101% vs 2007)¹, poursuit son développement en 2013. Au cours du premier semestre de l'année, son évolution est estimée entre +5% pour les produits bio à poids fixe en GMS (représentant 30% du marché global bio) et +7% en magasins spécialisés. En tenant compte également de l'évolution en vente directe, la croissance du marché en 2013 devrait se situer à un niveau au moins équivalent à celui de 2012. Une belle performance sur le marché global de l'alimentation qui affiche, dans le même temps, une évolution estimée entre 0 et +2%.

La barre des 25 000 producteurs franchie au 1^{er} semestre 2013

Pour répondre à la demande des consommateurs, le nombre de producteurs français engagés en bio est également en hausse : ils étaient 24 425 fin 2012 et ont passé la barre des 25 000 au 1^{er} semestre 2013. Avec des surfaces certifiées bio en augmentation de +12% depuis le début de l'année, la Bio « made in France » est de mieux en mieux représentée en rayon.

La quasi-totalité des produits bio du marché d'origine française dans les secteurs de l'élevage et du vin, les ¾ des produits bio consommés en France désormais d'origine France

Les « importations » (au sens large, y compris échanges intra-européens) sont passées de 38% en 2009 à 25% en 2012. La baisse se poursuit en 2013. Dans le même temps, les produits bio français gagnent l'international : leurs ventes ont fait un bond de +62% entre 2011 et 2012, passant de 192 millions d'euros à 309 millions d'euros, au stade de gros.

¹ Agence BIO / ANDI-2012



Dans un tel contexte, le Plan Ambition Bio 2017, présenté le 31 mai dernier par Stéphane Le Foll, va permettre de franchir une nouvelle étape dans le développement de la Bio en France. Les acteurs du secteur sont mobilisés pour la mise en œuvre d'un programme renforcé pour développer et valoriser l'agriculture biologique et l'ensemble de ses produits, tant auprès des consommateurs que des professionnels.

L'Agence BIO mobilisée avec l'ensemble des partenaires pour amplifier le programme d'information sur l'agriculture biologique

Pour renforcer le rayonnement de la bio et mieux faire connaître ses spécificités, ce programme triennal (2011-2014) bénéficie d'un cofinancement de l'Union européenne et est mis en œuvre en partenariat avec l'ensemble des professionnels et 5 Interprofessions (CNIEL, INTERBEV, INTERFEL, INTERCEREALES et ONIDOL).

En 2013/2014, la Bio sera au rendez-vous, avec une amplification des actions et de nouvelles initiatives :

- à l'école : 2^{ème} édition du concours « Les Petits Reporters de la Bio », mise à disposition de kits pédagogiques pour les enseignants et de kits d'animation pour les restaurants scolaires ;
- dans les restaurants collectifs et commerciaux ainsi que dans les écoles hôtelières : guides d'information et de formation,... ;
- à la radio, en vidéos,
- sur des salons grand public et professionnels : Natexpo, Salon des Maires et des Collectivités Locales, Salon International de l'Agriculture, etc.

Tout au long de l'année, l'Agence BIO et ses partenaires iront à la rencontre des différents publics en participant à de nombreux rendez-vous professionnels ou grand public. La mobilisation collective sera renforcée à la hauteur des ambitions de développement du secteur.

Les innovations seront à l'honneur avec la 3^{ème} édition des « Trophées de l'Excellence BIO », qui récompensera les meilleures initiatives prises par les professionnels de la Bio, qu'ils soient producteurs, transformateurs ou distributeurs.

Sommaire

Tendances du marché 2013 :
des assiettes toujours plus bio

p.4

Bio : la France dans l'Union européenne

p.13

Zoom sur les vins bio :
c'est la saison des vendanges

p.17

2013/2014 - La Bio en campagne :
les actions d'information et de communication prennent de l'ampleur

p.25

Chiffres de la Bio : en savoir plus
Le secteur a doublé en cinq ans

p.44

Agriculture Biologique :
Les fondamentaux

p.57

Tendances du marché 2013: des assiettes toujours plus bio

2007/2012 : retour sur 5 années de **croissance ininterrompue**

La barre du million d'hectares cultivés en bio franchie au 1^{er} semestre 2012

La barre des 25 000 producteurs bio franchie au 1er semestre 2013

	<i>Au 31 décembre 2012</i>		<i>Evol. 2012 / 2011</i>	<i>Evol. 2012 / 2007</i>
Surfaces	Totales : 1 032 941 ha	3,8 % du territoire agricole national	+6 %	+85%
	dont surfaces certifiées : 855 644 ha	contre 2% fin 2007	+22%	+72%
Acteurs	24 425 fermes	4,7 % des fermes françaises	+6%	+104%
	60 000 emplois (UTA)	7 % des emplois agricoles		
	12 341 transformateurs et distributeurs		+2%	+93%
	36 766 opérateurs		+4%	+100%
Marché	4,17 milliards €	2,4% du marché alimentaire français	+6,6%	+101%
	Consommation à domicile : 4,0 Md€ Restauration collective : 169 millions €	64% des Français ont consommé bio en 2012 43% consomment bio au moins une fois par mois 75% des parents veulent de la Bio à l'école		
Ext.	Approvisionnements extérieurs <i>Y compris plus de la moitié de produits exotiques et de produits non disponibles en France</i>	25% en 2012	Baisse de 7 points en 1 an	

Les ventes hors de France se développent. Source Agence BIO

Fin 2012, la France comptait 1 032 941 ha conduits en agriculture biologique:

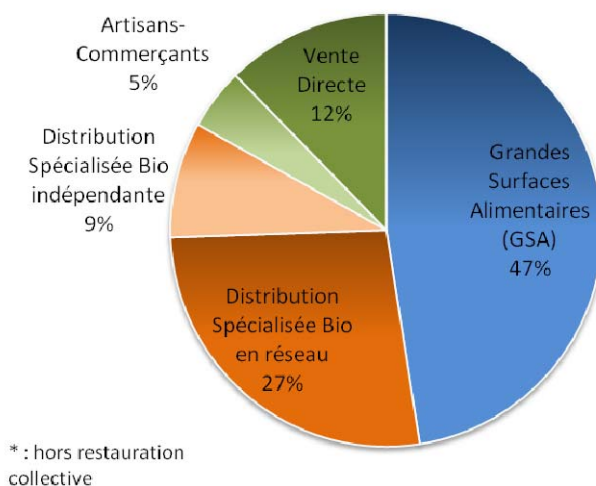
- 855 644 ha certifiés biologiques,
- 177 297 ha en conversion (soit 17% du total).

Les surfaces bio ont progressé en France de près de 58 000 ha en 2012 (soit +6%). Elles représentaient fin 2012/2011 plus de 3,8% de la SAU nationale.

Le marché bio poursuit sa hausse en 2013

En 2013, le développement du marché bio se poursuit dans tous les circuits de distribution, qui sont caractérisés par une grande diversité. En 2012, 83% des ventes de produits bio ont été réalisés via les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) et les magasins spécialisés bio, 12% directement du producteur au consommateur et 5% par les artisans-commerçants.

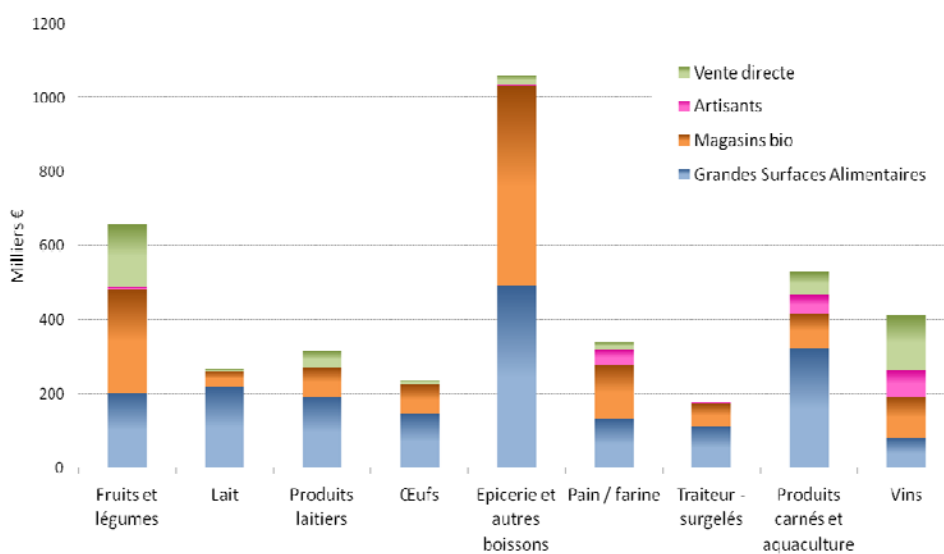
Répartition, en valeur, des ventes de produits bio en 2012 par circuit de distribution *



Source : Agence BIO / AND i - 2012

Les différentes catégories de produits bio sont plus ou moins présentes selon les circuits de distribution.

Répartition des ventes par circuit et catégorie de produit en 2012



Source : Agence BIO / AND i - 2012

L'ensemble des tendances observées amène à estimer qu'en moyenne, tous secteurs de produits et tous circuits de distribution confondus, la croissance du marché depuis le début de l'année 2013 se situe à un niveau au moins équivalent à celui de l'année 2012.

Au cours du premier semestre 2013, les ventes de produits bio à poids fixe en GMS (hors hard-discount) ont globalement progressé de 5% en valeur par rapport au premier semestre 2012.

Des différences sont observées suivant les familles de produits. Dans la quasi-totalité des cas, les ventes augmentent en volume, dans des proportions plus ou moins fortes.

En valeur, la progression a été variée d'une catégorie de produits à l'autre :

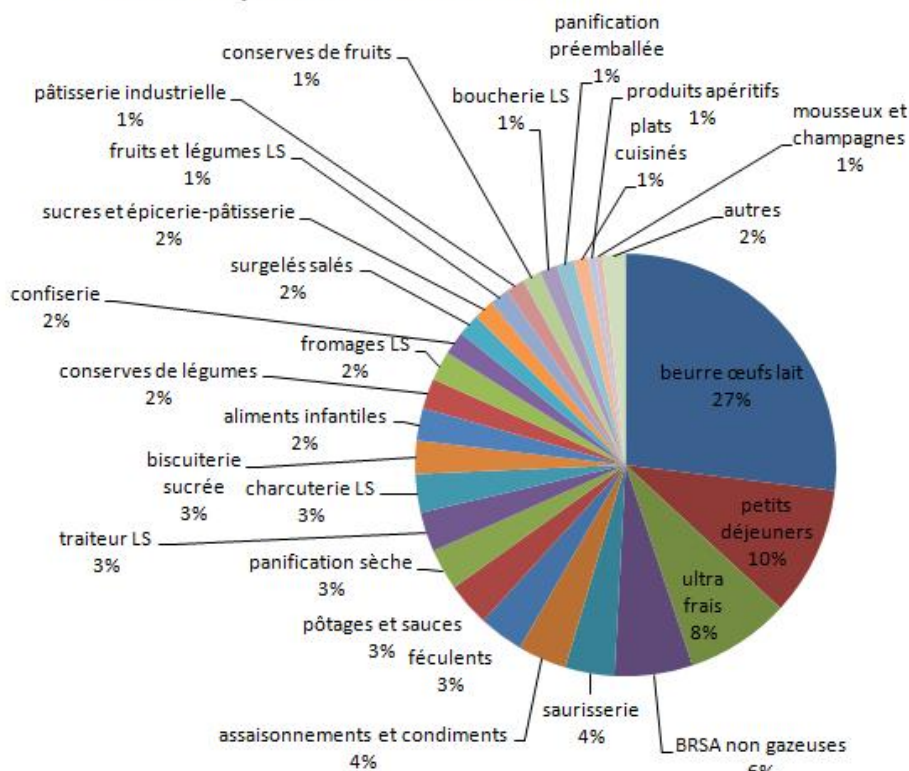
- +7,6% pour les liquides,
- +5,9% pour les produits d'épicerie,
- +3,9% pour les produits frais en libre service.

Les ventes de boissons non gazeuses, qui représentent plus de 80% du secteur des liquides ont progressé de 5,6% au cours du premier semestre 2013 par rapport au premier semestre 2012.

Les ventes de produits d'épicerie sucrée, qui représentent 56% des ventes de produits d'épicerie, ont augmenté de 6,6% au cours du premier semestre 2013 par rapport au premier semestre 2012.

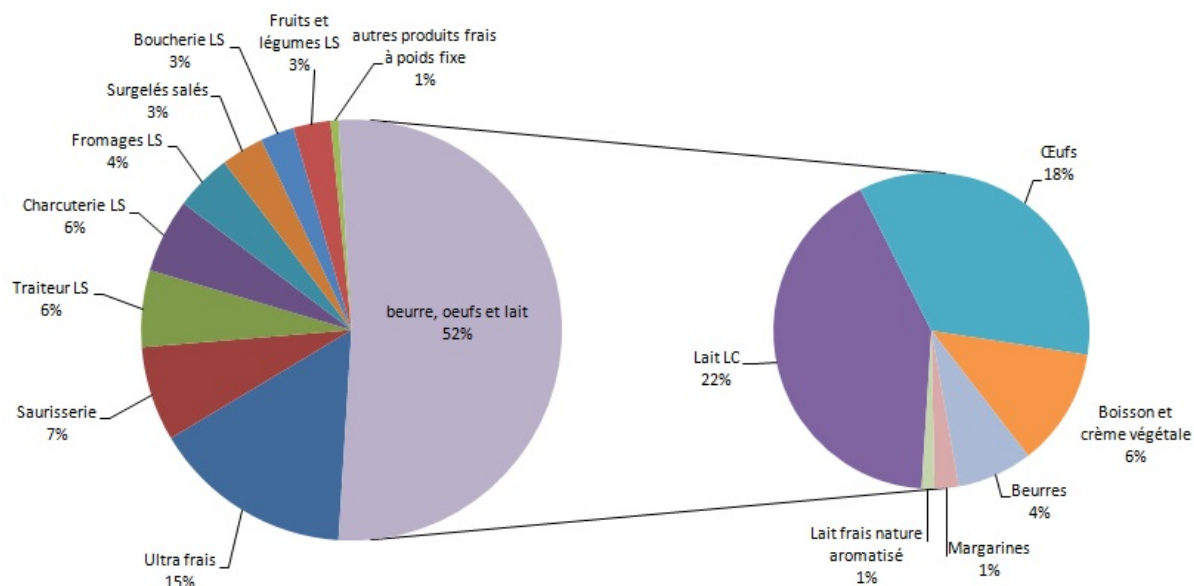
Dans le secteur des produits frais en libre service (poids fixe), ce sont les surgelés sucrés qui ont connu la plus forte augmentation de leurs ventes au 1^{er} semestre 2013, cependant, ceux-ci représentent encore moins de 1% des ventes de ce secteur.

Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en GMS (hors hard discount) en valeur au premier semestre 2013



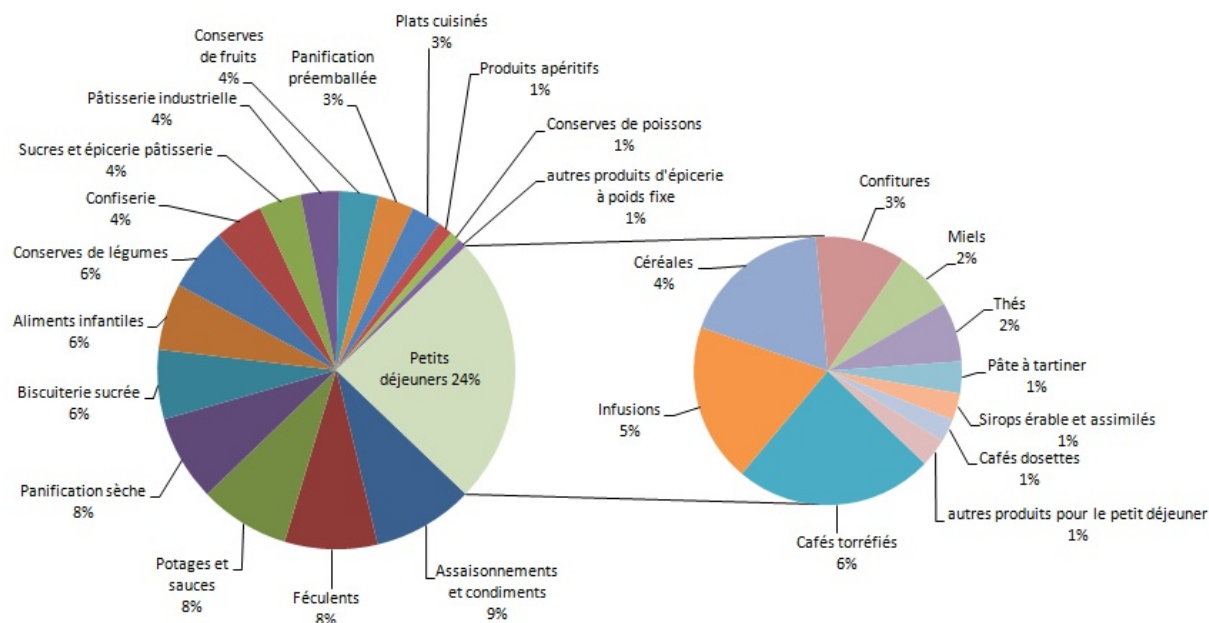
Source Agence BIO

Répartition des ventes de produits frais à poids fixe en GMS (hors hard discount) au premier semestre 2013 (en valeur)



Source Agence BIO

**Répartition des ventes de produits d'épicerie à poids fixe en
GMS (hors hard discount) au premier semestre 2013**



Source Agence BIO

Dans les magasins spécialisés, les ventes de l'ensemble des produits bio ont globalement augmenté de 7% depuis le début de l'année 2013, d'après un panel d'experts.

L'augmentation concerne l'ensemble des familles de produits, avec une évolution spécialement marquée au rayon fruits et légumes.

Certains magasins ont créé des rayons de boucherie traditionnelle, avec un service à la clientèle. Dans ces cas, les performances du rayon boucherie ont augmenté substantiellement.

Dans l'ensemble des magasins, il ressort que la diversité de l'offre est plébiscitée par les consommateurs. Ce constat est, par exemple, attesté par le rayon boulangerie, où plus la diversité des pains proposés par différents fournisseurs est grande, plus nombreux sont les achats.

La vente directe du producteur au consommateur tend également à se développer.

Plus d'un 1 producteur bio sur 2 déclare pratiquer la vente directe ne serait-ce qu'un peu.

Suivant les secteurs d'activité, la vente directe est un circuit de distribution plus ou moins privilégié. Le chiffre d'affaires est principalement réalisé sur les marchés, à la ferme, via les AMAP ou par correspondance, en particulier :

- pour les fruits et légumes : la vente sur les marchés représente 1/3 du chiffre d'affaires réalisé en vente directe.
- les produits carnés sont commercialisés principalement à la ferme (40 % du chiffre d'affaires).

- le secteur du pain et des farines est très présent sur les marchés (50 % du chiffre d'affaires).
- dans le secteur du vin, la vente au domaine domine largement (2/3 du chiffre d'affaires).

Des producteurs se groupent pour créer des magasins en commun.

1 producteur sur 4 déclare transformer, en tout ou partie, sa production à la ferme.

La transformation à la ferme se développe dans tous les secteurs de production biologique. Elle est associée à la vente directe aux consommateurs dans 95 % des cas. Outre la fabrication de fromages, l'élaboration de vin et de charcuterie, de pain ainsi que le conditionnement des viandes permettent aux producteurs de créer de la valeur ajoutée à la ferme et d'offrir des produits très typés aux consommateurs.

Les principaux secteurs concernés sont ceux :

- des vins : près de la moitié des viticulteurs déclarent vinifier leur vin,
- des fromages et autres produits laitiers, avec un développement spécialement élevé dans le secteur du fromage de chèvre (près de 8 éleveurs sur 10),
- viandes et charcuteries : la préparation de viandes à la ferme, après passage en abattoir agréé, se développe aussi bien en filières ovine que bovine ou porcine.

Le nombre d'agriculteurs fabriquant des jus ou autres produits à base de fruits ou légumes bio tend à augmenter.

Au final, près d'un producteur sur quatre déclarait en 2011 transformer et/ou conditionner à la ferme ne serait-ce qu'une partie de ses produits contre 1 sur 5 en 2007.

Les entreprises de transformation de produits bio (meuniers, fabricants de farines, biscuits et autres produits à base de céréales, caves coopératives viticoles, etc.) tendent à développer des magasins d'entreprise. Dans ces cas, d'autres produits de la région sont également vendus, contribuant ainsi au rayonnement de la bio dans la région, dans l'intérêt des producteurs et des consommateurs.

L'intérêt des artisans-commerçants pour les produits bio tend également à augmenter, en particulier dans le monde des cavistes.

L'introduction des produits bio en restauration collective se poursuit.

Début 2013, 56% des gestionnaires de restaurants collectifs ont déclaré avoir introduit des produits bio ne serait-ce que de temps en temps et 21% de non acheteurs de produits bio actuellement ont déclaré leur intention d'introduire des produits biologiques dans leurs menus d'ici 2014. Le potentiel de nouveaux acteurs est important dans la restauration du secteur privé et du secteur santé/social, jusqu'à présent relativement moins impliqués.

Selon les premières estimations, le marché des produits bio en restauration collective devrait progresser d'au moins 5% en 2013, avec de fortes différences d'un endroit à l'autre.

Tous secteurs confondus, les produits bio les plus présents resteront :

- les fruits frais (70% des établissements envisagent d'en introduire),
- les légumes frais (66%),
- les produits laitiers (61%).

La bio en restauration commerciale : un marché qui se développe, surtout dans le secteur du vin

Il existe environ 166 000 restaurants commerciaux en France, dont près d'un tiers en restauration rapide.

Au-delà des 3 cas directement concernés par le cahier des charges restauration bio, une partie de ces restaurants propose des produits biologiques sans avoir besoin ni de notification, ni de certification : c'est le cas notamment des boissons telles que le café et, plus généralement, de tous les produits présentés au consommateur dans leur emballage : vins, boissons, thé, yaourts, confitures...

Le marché des produits bio en restauration commerciale, encore restreint, est donc appelé à se développer en France.

Pour répondre à la demande des consommateurs, les surfaces agricoles certifiées bio (au terme de la période de conversion) devraient augmenter en 2013 de 12%. Cela va permettre de satisfaire les attentes des consommateurs avec des produits bio et de proximité. Désormais :

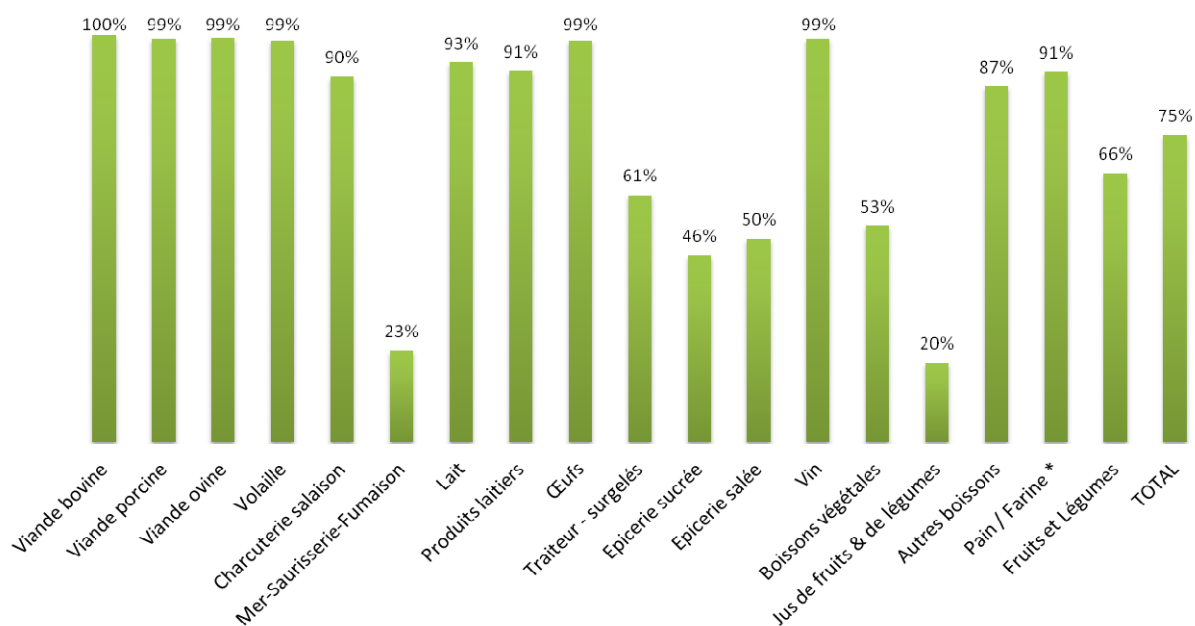
- Plus des $\frac{3}{4}$ des produits bio ou matières premières utilisées, sont d'origine France (quasiment 100% pour les viandes bovines et ovines, les volailles, les œufs et le vin),
- 10% des produits bio consommés en France sont des produits « exotiques » dont on ne dispose pas sur notre territoire,
- 5% sont des produits pour l'heure peu disponibles en France avec des perspectives d'augmentation de l'offre française à moyen ou long terme,
- Moins de 10% sont des produits achetés le plus souvent dans des pays de l'Union européenne dans des secteurs où l'offre française prédomine très largement et ne cesse d'augmenter.

Le mouvement de développement de la production et de relocalisation des achats de produits bio engagé depuis plusieurs années a produit ses effets dans la très large majorité des secteurs en 2012.

La part des filières bio totalement ancrées dans le territoire français ne cesse d'augmenter.

**LE MARCHE DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013**

Part des produits bio consommés en France venant de France en 2012



* : les approvisionnements externes en pain et farine concernent l'approvisionnement en grains

Source : Agence BIO / AND i - 2012

L'« exportation » (y compris échanges intracommunautaires) de produits bio se développe

En 2011, au moins 1 150 entreprises ont vendu (ne serait-ce qu'une petite partie de leur production bio) dans d'autres pays de l'UE, dont 567 qui vendent également dans des pays tiers à l'Union européenne.

Les ventes à l'extérieur de la France au stade de gros représentaient **309 millions € en 2012** (192 millions € en 2011), soit **8% du CA bio** au stade de gros en 2012.

Elles sont essentiellement constituées de :

- vins bio (58%),
- spécialités des secteurs de l'épicerie (18%),
- fruits et légumes (13%).

Des flux d'exportations de produits laitiers biologiques tendent à se développer.

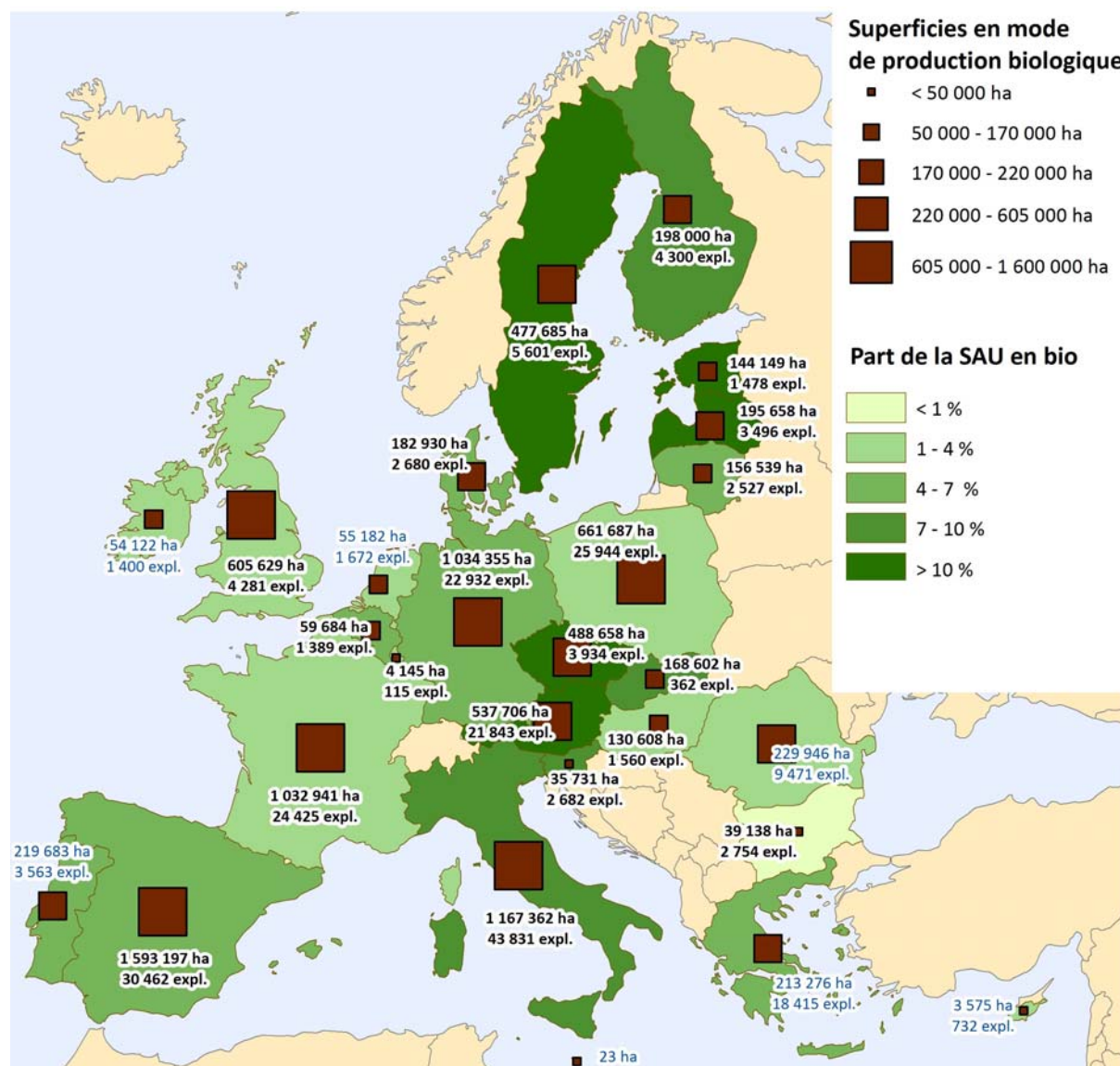
37 750 opérateurs engagés en bio en France au 1^{er} trimestre 2013

Au total, au 1^{er} semestre 2013, 37 750 opérateurs étaient engagés en bio en France (soit une progression de 2,5% par rapport au 1^{er} janvier 2013), dont :

- 25 176 producteurs, soit une progression de 3,0% par rapport au 1^{er} janvier 2013 (+726 producteurs) ;
- 12 393 opérateurs aval (préparateurs, distributeurs et importateurs de produits bio), soit une progression de 1,5% par rapport au 1^{er} janvier 2013 (+181 opérateurs).

Bio : la France dans l'Union européenne

Plus de 10 % des 9,7 millions d'hectares cultivés en bio dans l'Union européenne en 2012 se trouvent en France (4^{ème} position) et 10 % des fermes bio (4^{ème} position), 3,8 % du territoire agricole français en bio (17^{ème} position, la France est passée devant le Royaume-Uni).



Données 2011
Données 2012

Sources : Agence BIO, ASTA, Bioforum Wallonie, Bioselena, BÖLW, Department of Agriculture, Fisheries and Food, Department for Rural Affairs and Aquaculture, Eurostat, EVIRA, FIBL/IFOAM, Institut of Agricultural Economics and Information, LEI, Ministères de l'Agriculture d'Allemagne, d'Autriche, du Danemark, d'Espagne, d'Estonie, de Grèce, de Lettonie, de Pologne, de la République Tchèque, du Royaume-Uni et de Slovénie, SINAB, Swedish Board of Agriculture et UKSUP- 2013

La France se distingue par son vignoble (2^{ème} place derrière l'Espagne), ses productions d'oléagineux bio (à la 2^{ème} place dans l'UE derrière la Roumanie), son troupeau de vaches allaitantes (2^{ème} place derrière l'Allemagne) et par ses filières avicoles bio (1^{ère} place).

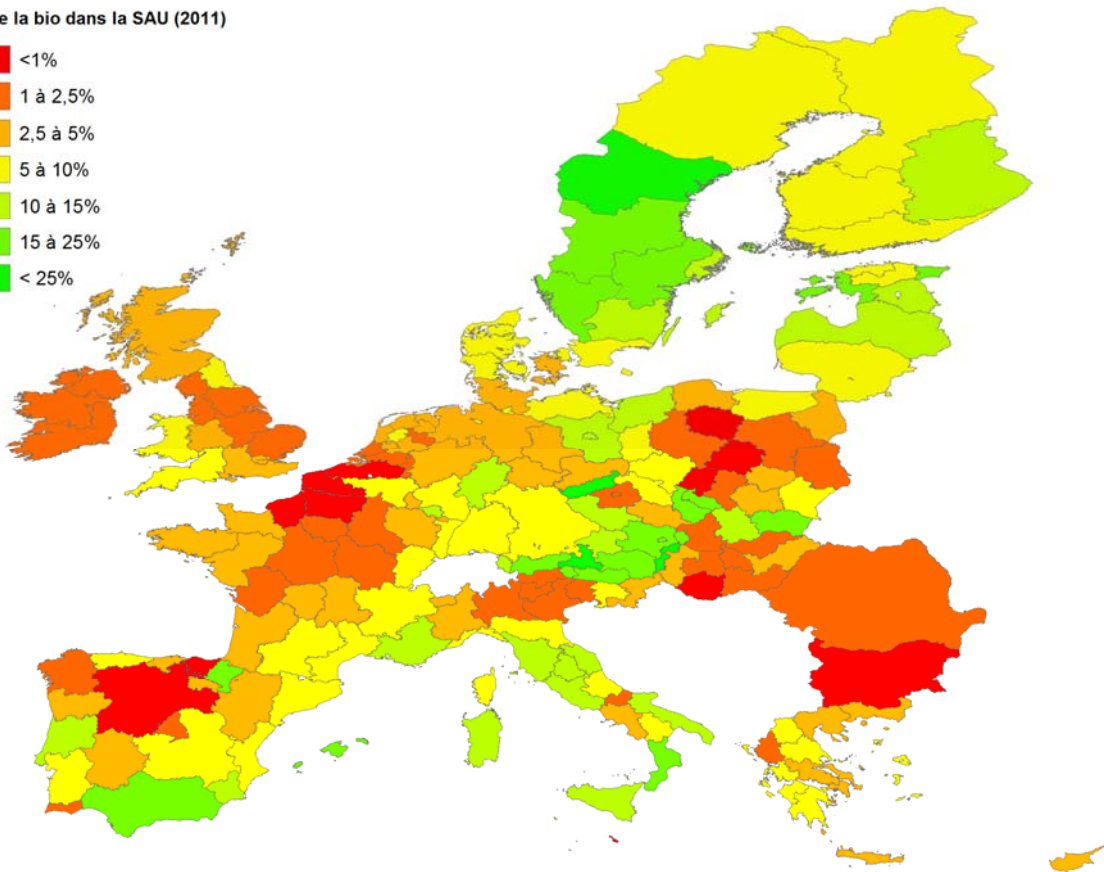
11 % du lait de vache bio collecté dans l'Union européenne en 2011 en France.

Sur un plan général, la France est reconnue pour la grande diversité de ses produits bio et leur qualité.

S'agissant du nombre de transformateurs bio, la France talonne l'Allemagne.

Des spécificités régionales marquées au sein de chacun des pays de l'UE

Part des surfaces certifiées bio et en conversion dans la SAU totale à l'échelon régional en 2011

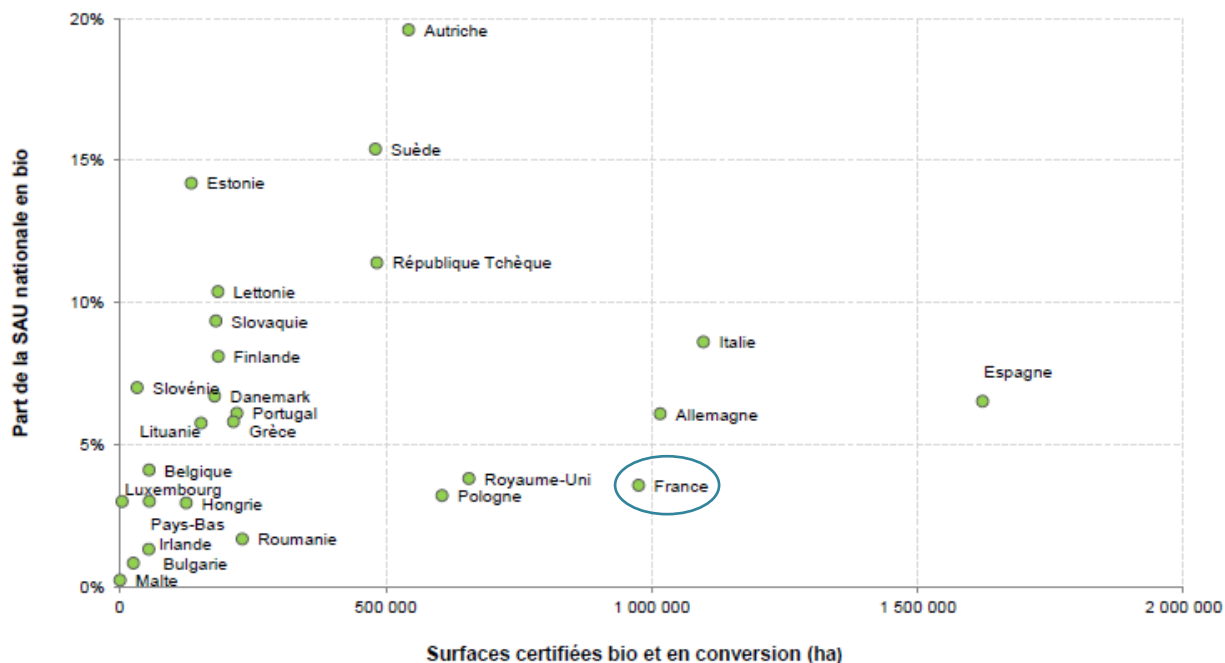


Chiffres 2011 sauf pour : Portugal : 2010, Chypre et Irlande : 2009, Grèce, Hongrie et Slovaquie : 2007
Estimation pour Flandres et Italie (chiffres bio 2011 et SAU 2010) – Espagne (chiffres bio 2011 et SAU 2006)

Source : Agence BIO d'après différentes sources européennes – 2013

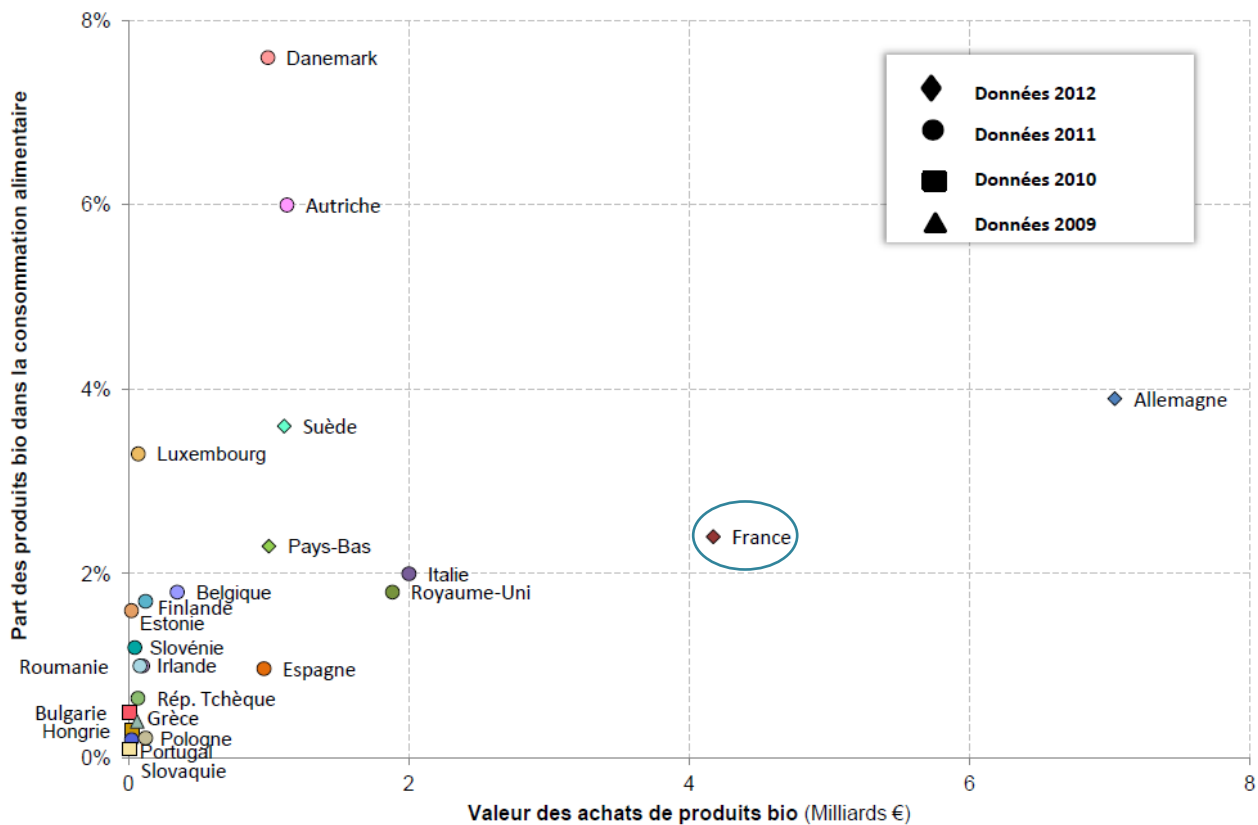
LE MARCHE DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013

Surfaces cultivées en bio et part dans le territoire agricole de chaque pays de l'UE en 2011



Source : Agence BIO d'après différentes sources européennes - 2013

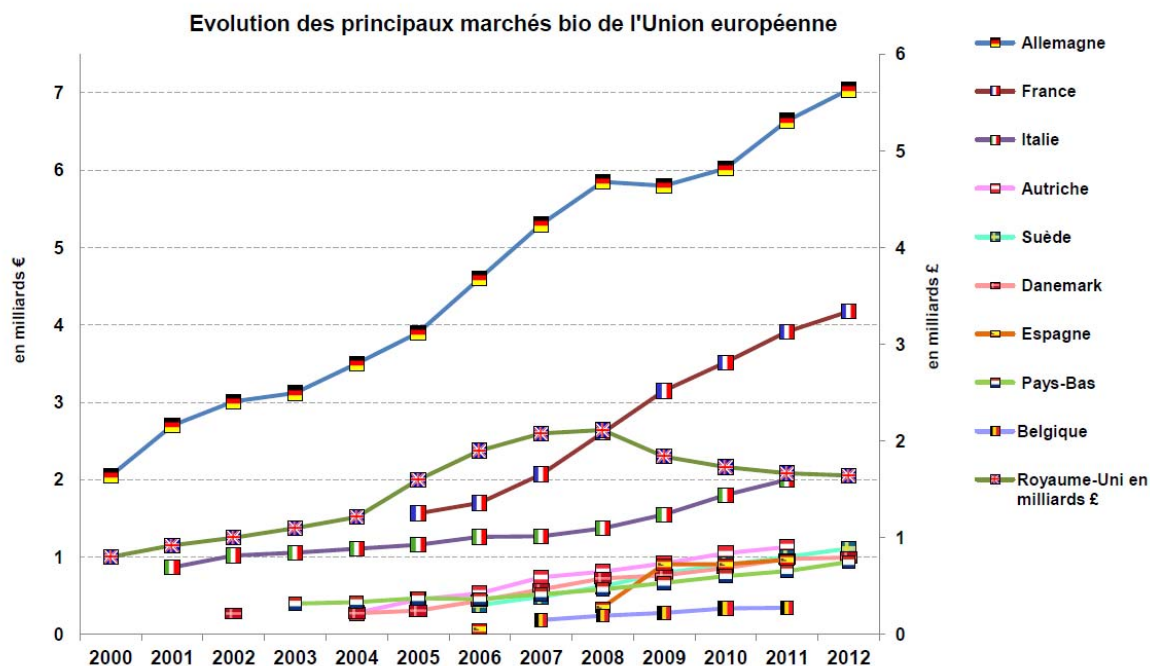
Valeur des achats de produits bio dans chacun des pays de l'UE et part dans la consommation alimentaire totale



Source : Agence BIO d'après différentes sources européennes - 2013

**LE MARCHE DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013**

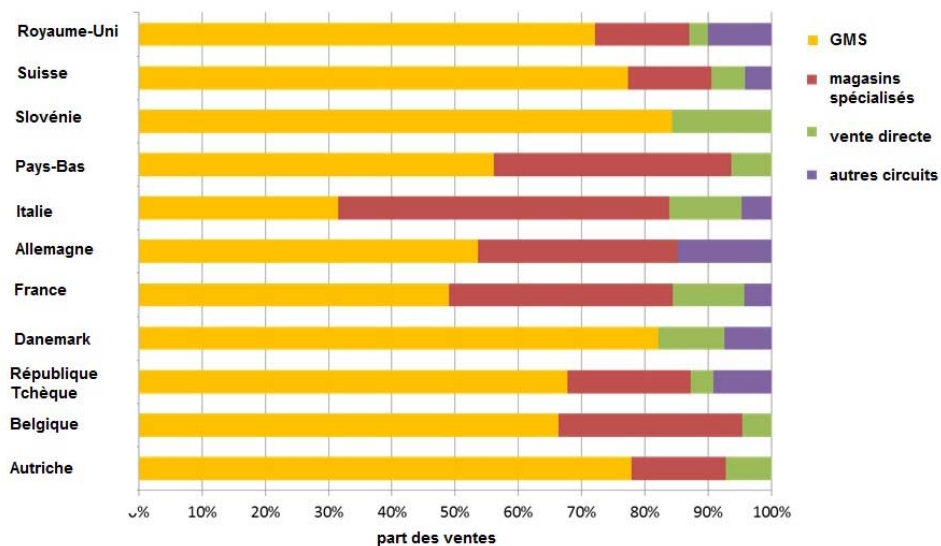
Un marché de 20,4 milliards d'euros en 2011 (+ 8,9 % vs 2010): la France en 2^{ème} position.



Source : Agence BIO d'après différentes sources européennes – 2013

La France est le 2^{ème} marché bio de l'Union européenne avec 19 % du marché bio de l'UE en 2011. Elle se distingue par des circuits de distribution variés et une large gamme de produits bio.

Répartition des ventes de produits bio par circuit de distribution



Source : OrganicDataNetwork survey 2013, basé sur les données nationales

Zoom sur les vins bio : C'est la saison des vendanges

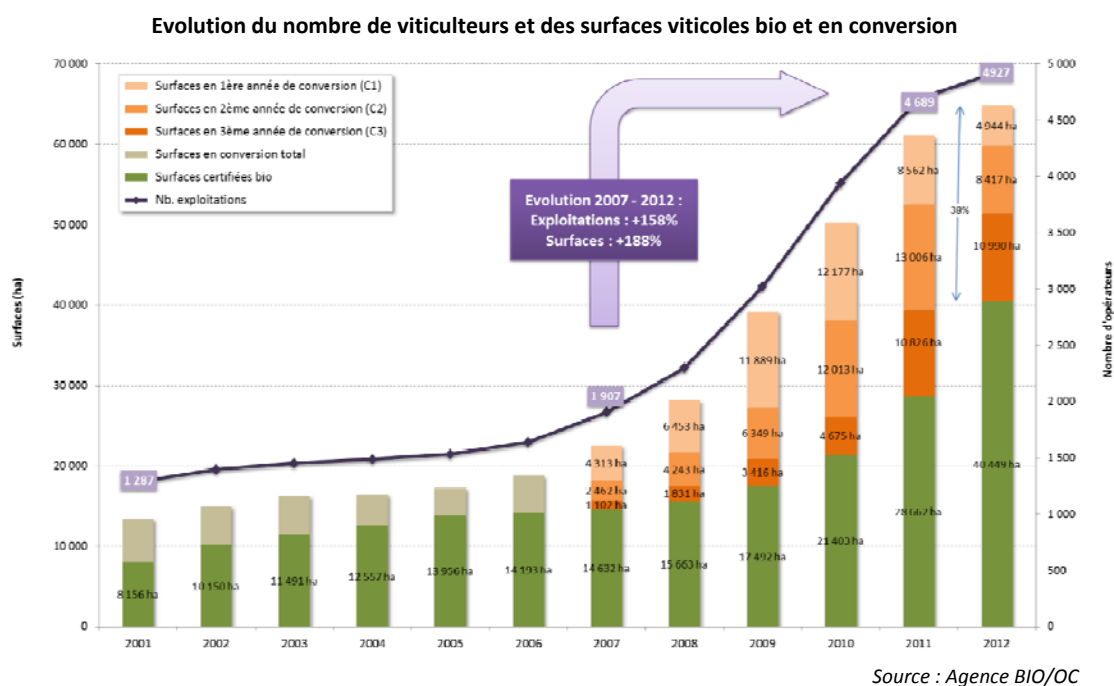
Zoom sur les vins Bio : de plus en plus présents sur les marchés

8,2% du vignoble français en bio

Fin 2012, 4 927 viticulteurs cultivaient 64 901 hectares selon le mode biologique.

Cela représente **8,2% du vignoble national** (contre 2,6% fin 2007). En cinq ans, de 2007 à 2012, le vignoble bio de France a quasiment triplé.

La quasi-totalité du vignoble (64 150 hectares, soit 99% des surfaces viticoles bio totales) est consacrée à la production de raisins de cuve, par 4 593 viticulteurs. 280 caves coopératives sont engagées.



Le volume de vin bio commercialisé en France a été estimé à **plus de 855 000 hL** en 2012, avec 60% du vin vendu en France et 40% à l'exportation (Allemagne, Etats-Unis, Japon etc.).

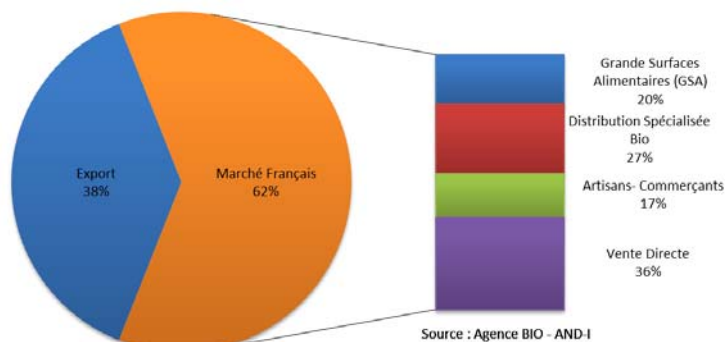
D'une valeur de 413 millions d'€ en 2012, les ventes de vin bio en France ont progressé de 15% par rapport à 2011.



**LE MARCHÉ DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013**

Sur le marché français, plus de la moitié des vins est commercialisée soit en direct du viticulteur au consommateur (36%), soit via les magasins spécialisés bio (27%). Viennent ensuite les grandes surfaces alimentaires (20%), les cavistes et autres artisans détaillants ainsi que les restaurateurs (17%).

Répartition des ventes de vins vin bio en 2012

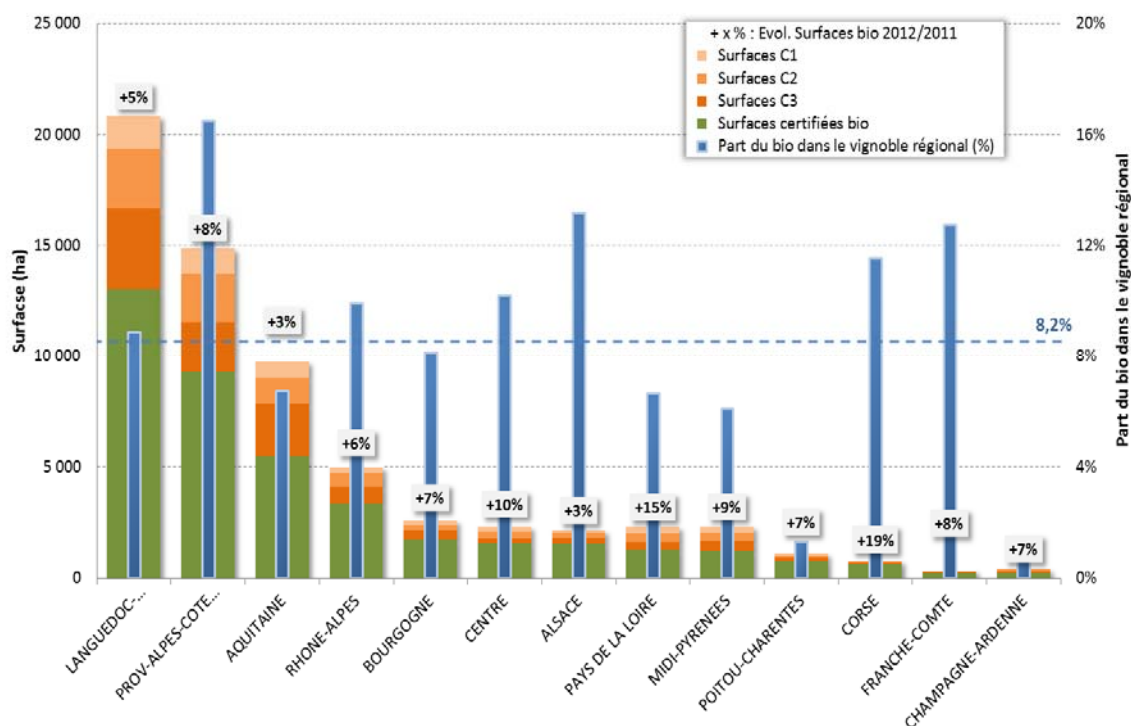


Plus des 2/3 des surfaces de vigne certifiées bio et en conversion dans 3 régions

Les trois principales régions viticoles bio (Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Aquitaine) rassemblaient plus de 70% des surfaces viticoles conduites en mode de production biologique (et 58% des viticulteurs bio).

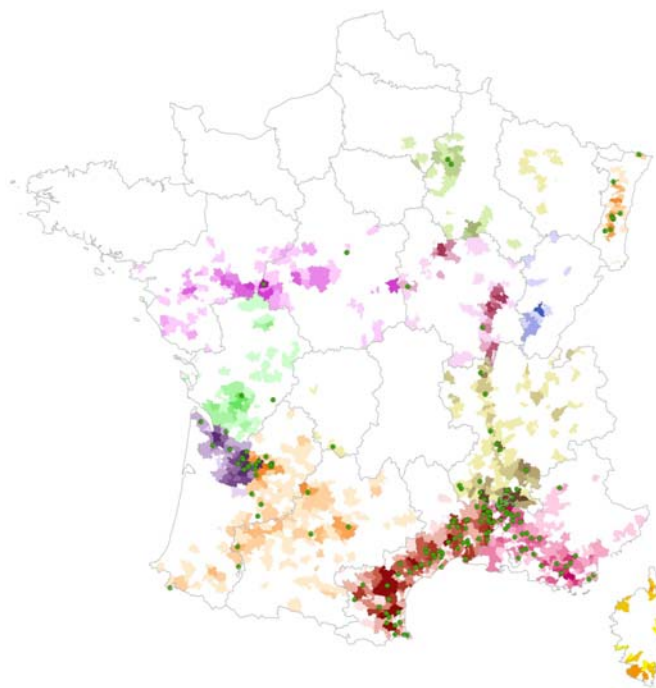
Fin 2012, la part du vignoble bio supérieure à 10% dans 7 régions

Vignoble bio par région en 2012, évolution par rapport à 2011 et place dans le vignoble régional



**LE MARCHE DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013**

280 caves coopératives produisant du vin bio fin 2012 en France



Source : Agence BIO/OC et notifications (caves coopératives)

Répartition sur le territoire des viticulteurs et des surfaces viticoles en mode de production biologique fin 2012

	Nb. Exploitations		Surfaces certifiées bio		Surfaces en conversion					Surfaces certifiées + conversion	
	2012	Evol. /11	2012	Evol. /11	2012				Evol. /11	2012	Evol. /11
					C1	C2	C3	Total			
ALSACE	265	15,7%	1 541	19%	108	235	242	585	-24%	2 127	3%
AQUITAINE	735	2,5%	5 477	41%	733	1 203	2 340	4 276	-24%	9 752	3%
AUVERGNE	18	-10,0%	53	30%	3	2	15	19	-36%	72	2%
BASSE-NORMANDIE	1	0,0%	c	-	c	c	c	c	-	c	-
BOURGOGNE	284	4,0%	1 715	38%	212	213	437	863	-26%	2 578	7%
BRETAGNE	2	-50,0%	c	-	c	c	c	c	-	c	-
CENTRE	175	2,3%	1 582	23%	243	275	195	712	-11%	2 294	10%
CHAMPAGNE-ARDENNE	98	2,1%	226	18%	43	57	78	178	-5%	404	7%
CORSE	39	8,3%	614	44%	21	25	91	137	-32%	751	19%
FRANCHE-COMTE	57	18,8%	246	23%	24	15	31	70	-25%	316	8%
HAUTE-NORMANDIE	1	0,0%	c	-	c	c	c	c	-	c	-
ILE-DE-FRANCE	6	20,0%	0	0%	0	-	9	10	6340%	10	1729%
LANGUEDOC-ROUSSILLON	1 245	3,8%	13 042	51%	1 477	2 675	3 636	7 788	-31%	20 830	5%
LIMOUSIN	10	11,1%	16	9%	1	-	7	8	-8%	23	2%
LORRAINE	13	8,3%	38	54%	2	10	8	21	-33%	59	5%
MIDI-PYRENEES	263	9,1%	1 220	67%	269	387	431	1 087	-21%	2 307	9%
NORD-PAS-DE-CALAIS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OUTRE-MER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAYS DE LA LOIRE	196	8,3%	1 270	11%	299	398	328	1 025	19%	2 295	15%
PICARDIE	9	12,5%	15	30%	1	2	2	5	-26%	20	9%
POITOU-CHARENTES	101	4,1%	776	0%	90	109	122	322	29%	1 097	7%
PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	880	4,9%	9 275	41%	1 160	2 192	2 257	5 610	-22%	14 885	8%
RHONE-ALPES	529	4,8%	3 342	54%	258	618	761	1 637	-35%	4 979	6%
TOTAL France	4 927	5,1%	40 449	41%	4 944	8 417	10 990	24 351	-25%	64 801	6%

Source : Agence BIO/OC

Palmarès des départements viticoles 2012

Nb. viticulteurs bio 2012		Surfaces totales conduite en bio 2012		Part du vignoble total en bio 2012*		Surfaces en conversion 2012	
84 - VAUCLUSE	528	84 - VAUCLUSE	9 076	13 - BOUCHES-DU-RHONE	21%	84 - VAUCLUSE	3 691
33 - GIRONDE	489	33 - GIRONDE	7 548	26 - DROME	18,8%	33 - GIRONDE	3 499
34 - HERAULT	441	30 - GARD	7 141	84 - VAUCLUSE	18,0%	34 - HERAULT	2 455
30 - GARD	387	34 - HERAULT	6 411	68 - HAUT-RHIN	14,6%	30 - GARD	2 350
26 - DROME	248	11 - AUDE	4 222	37 - INDRE-ET-LOIRE	14,5%	11 - AUDE	1 665
11 - AUDE	214	83 - VAR	3 469	21 - COTE-D'OR	13,9%	66 - PYRENEES-ORIENTALES	1 315
83 - VAR	205	26 - DROME	3 187	30 - GARD	12,9%	83 - VAR	1 206
66 - PYRENEES-ORIENTALES	200	66 - PYRENEES-ORIENTALES	3 054	66 - PYRENEES-ORIENTALES	12,3%	26 - DROME	1 063
68 - HAUT-RHIN	169	13 - BOUCHES-DU-RHONE	2 141	83 - VAR	12,0%	49 - MAINE-ET-LOIRE	683
21 - COTE-D'OR	152	49 - MAINE-ET-LOIRE	1 600	67 - BAS-RHIN	11,4%	37 - INDRE-ET-LOIRE	596
FRANCE	4 927	FRANCE	64 801	FRANCE	8,2%	FRANCE	24 351

*palmares parmi les 25 premiers départements viticoles
Source : Agence BIO/OC, Agreste

La bio : source importante d'emplois dans les exploitations viticoles

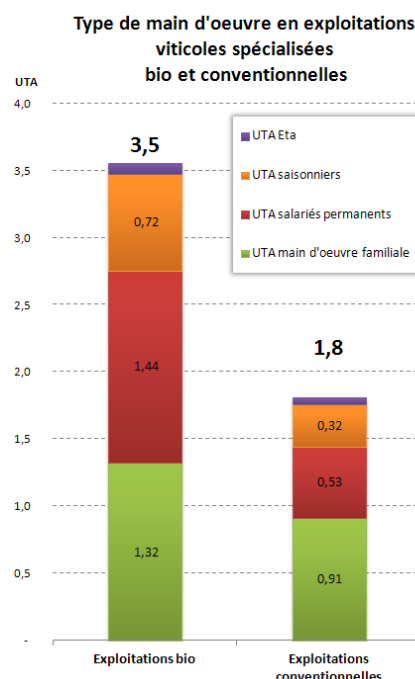
En moyenne, en viticulture biologique, on compte près du double d'UTA (Unité de Travail Annuel) en bio par rapport au conventionnel : 3,5 UTA vs 1,8.

La viticulture est la filière où la différence entre bio et conventionnel est la plus marquée en moyenne.

Les facteurs d'explication sont les suivants :

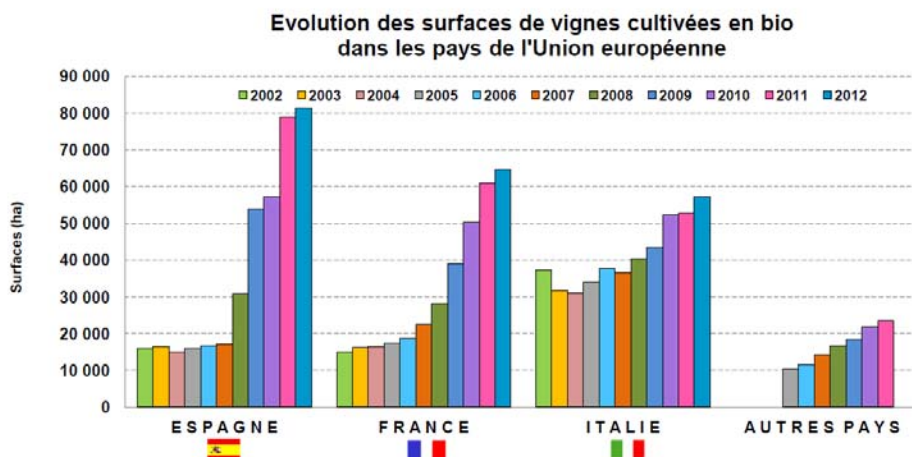
- **vendange manuelle** plus courante en bio,
- **vinification en cave particulière** plus courante,
- **superficie de vigne moyenne plus importante dans les exploitations bio** (13ha en bio* vs 9ha).

Source : Recensement Agricole 2010 (exploitations spécialisées) ; *Agence BIO/OC



La France a le deuxième vignoble bio de l'Union européenne.

En 2011, plus de 216 500 ha de vignes cultivés en bio dans l'UE. Ce vignoble a progressé de 19 % en 2011 par rapport à 2010, principalement grâce aux fortes hausses en Espagne et en France. En 2012, les 3 principaux vignobles bio européens ont progressé : +3 % en Espagne, +6 % en France et +9 % en Italie. D'après les premières estimations, le vignoble bio de l'Union européenne aurait dépassé les 226 000 ha en 2012.



Source : Agence BIO d'après différentes sources européennes - 2013

Depuis les vendanges 2012, une nouvelle étape a été franchie avec la reconnaissance et la possibilité d'utiliser la mention « vin bio » si la vinification est réalisée dans le respect du cahier des charges européen.

Vin bio : encadré du raisin jusqu'à la bouteille

Jusqu'au 1^{er} août 2012, la réglementation européenne spécifique à la Bio encadrait la production de raisins biologiques, mais pas la vinification. C'est la raison pour laquelle on ne parlait pas de "vin bio", mais de "vin issu de raisins de l'agriculture biologique" ou de "vin issu de raisins bio". Désormais on peut utiliser le terme « vin biologique » sur les étiquettes.



Le règlement, entré en application le 1er août 2012, instaure des règles pour respecter le plus possible la véritable nature du produit, tout en préservant la diversité et la qualité des vins qui sont, dans tous les cas, élaborés à partir de raisins biologiques.

Il prévoit notamment :

- l'interdiction de certaines pratiques de vinification,
- une limitation stricte des intrants utilisables,
- une limitation des apports en sulfites autorisés.

Une étiquette qui en dit long

Les mentions officielles figurant sur l'étiquette sont :

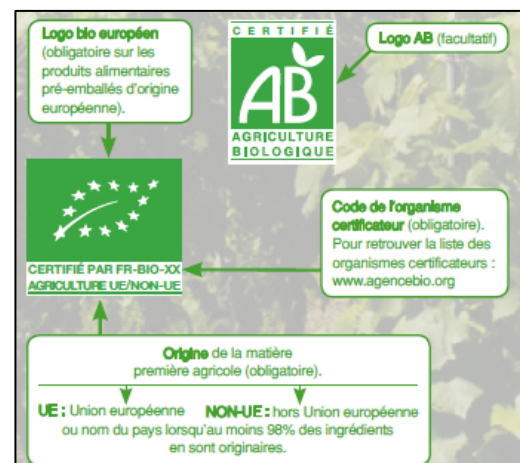
- « vin issu de raisins de l'agriculture biologique » et référence à l'organisme certificateur, si seuls les raisins sont certifiés bio (uniquement pour les vins élaborés avant le 1er août 2012).

Ces vins peuvent présenter le logo AB sur l'étiquette.

ou

- « vin biologique », si la vinification est également réalisée dans le respect du cahier des charges européen.

Ces vins doivent présenter le logo bio européen sur l'étiquette, le logo AB restant facultatif.



VINS BIO : EN SAVOIR PLUS SUR LA REGLEMENTATION

La viticulture bio : l'environnement préservé

*L'agriculture biologique est un mode de production spécifique, caractérisé notamment par :
la non-utilisation de produits chimiques de synthèse et d'organismes génétiquement modifiés (OGM),
le recyclage des matières organiques, la lutte biologique, basée notamment sur des méthodes préventives.*

Ce mode de production, respectueux de l'environnement, permet d'entretenir et d'améliorer la fertilité et la structure des sols, favorise la biodiversité et contribue à préserver la qualité de l'eau et de l'air. Il est aujourd'hui régi par les règlements européens (CE) n°834/2007 et (CE) n°889/2008.

Des contrôles stricts et systématiques

Le cahier des charges de l'agriculture biologique impose en particulier :

- *la certification du raisin et du vin par un organisme certificateur agréé par les Pouvoirs publics pour sa compétence, son indépendance et son impartialité,*
- *des contrôles stricts et systématiques dans les vignes et dans les caves assurant notamment une parfaite traçabilité,*
- *des prélèvements et analyses en tant que de besoin sur les raisins et sur le vin.*

*Le viticulteur peut commercialiser ses vins en bio après une période de conversion de trois ans.
Pendant ces trois ans, le cahier des charges de l'agriculture biologique doit être strictement respecté.*



Vinification bio : la vraie nature du vin respectée

Des pratiques interdites

Pour assurer le plus strictement possible le respect de la véritable nature du produit, sont interdites les pratiques suivantes :

- la concentration partielle par le froid,
- l'élimination de l'anhydride sulfureux par des procédés physiques,
- les traitements par électrodialyse ou aux échangeurs de cations pour assurer la stabilisation tartrique du vin,
- la désalcoolisation partielle des vins.



Sont autorisés avec restriction :

- les traitements thermiques : limités à 70°C,
- la centrifugation et la filtration : minimum 0,2 micromètre.

Des additifs et auxiliaires restreints

De nombreux additifs et auxiliaires sont employés en vinification pour l'oxygénation, la filtration, le développement des levures, la clarification, la stabilisation, l'acidification ou la désacidification du vin. En agriculture biologique, une liste limitative d'additifs et d'auxiliaires utilisables sous conditions a été établie. Certains (gomme arabique, levures, tanins...) sont issus de matières premières agricoles, et doivent être biologiques s'ils sont disponibles en cette qualité.

Des doses de SO₂ réduites

Une réduction de -50 mg/l ou - 30 mg/l, en fonction de la teneur en sucre résiduel, est appliquée à la vinification biologique par rapport aux taux maximum fixés par la réglementation générale.

Vins bio et stocks existants

Depuis le 1^{er} août 2012, les vins répondant à la nouvelle réglementation peuvent bénéficier de la mention « Vin bio », y compris ceux produits avant cette date si l'opérateur peut en apporter la preuve à son organisme certificateur.

Les vins produits avant le 31 juillet 2012 ne répondant pas à cette réglementation peuvent être écoulés avec la mention précédemment en vigueur, à savoir « Vin issu de raisins de l'agriculture biologique » ou « Vin issu de raisins bio ».

2013/2014

La Bio en campagne : les actions d'information et de communication prennent de l'ampleur

Un programme d'information et de communication qui prend de l'ampleur

Le programme d'information et de communication de l'Agence BIO (2011-2014) est mis en œuvre en partenariat avec cinq interprofessions : CNIEL, INTERBEV, INTERFEL, INTERCEREALES ET ONIDOL et en concertation avec l'ensemble des membres de l'Agence BIO, professionnels et publics. L'Union européenne soutient le programme en apportant son cofinancement.

Pour connaître l'ensemble du programme d'actions : www.agencebio.org, espace « communication »

Les actions seront renforcées avec le programme Ambition Bio 2017.

La Bio dans les écoles et dans les restaurants scolaires

Le processus d'introduction des produits bio dans les restaurants scolaires et de sensibilisation des enfants sur l'agriculture biologique s'amplifie. De nombreuses démarches sont engagées par l'ensemble des partenaires, dans l'ensemble de la France. Ce programme vise à compléter les actions existantes.

Les élèves font la Une : lancement de la 2^{ème} édition du concours « Les Petits Reporters de la Bio »

Ce concours est ouvert aux classes du CE1 au CM2 et aux groupes d'élèves constitués dans le cadre des activités périscolaires. Cette initiative est une occasion de rassembler les enfants autour d'un projet pédagogique motivant centré sur l'agriculture, l'élevage et l'alimentation.

Le concours consiste à créer un journal avec la classe ou groupe d'élèves autour du thème « Manger Bio, c'est dans ma nature ». Pour réaliser le journal (quatre pages, format A4), les enseignants ou animateurs peuvent mobiliser les apprentissages et les compétences des élèves en science, éducation au développement durable, expression orale et écrite, arts plastiques... et ainsi raconter, exposer, dessiner ou photographier l'agriculture biologique et ses produits.



A gagner pour la classe ou le groupe d'élèves :

- Premier prix : un atelier culinaire bio
- Du 2^{ème} au 15^{ème} prix : un goûter gourmand bio

Ce concours se déroule du 1er septembre 2013 jusqu'au 31 mars 2014 inclus.

Le jury se réunira au plus tard le 25 avril 2014. Il sélectionnera les 15 meilleurs magazines – dont le magazine gagnant – sur la base des critères suivants : le choix du titre, la créativité et l'originalité du magazine, l'intérêt généré par la conception, la compréhension de la bio, la clarté des textes et enfin la qualité des illustrations (dessins, photographies réalisés par les enfants...).

Règlement et bulletin de participation téléchargeable sur : www.agencebio.org/concours-les-petits-reporters-de-la-bio.

Rappel des lauréats de la 1ère édition :

- la classe de CM2 de l'école élémentaire Boileau, à Montrouge, pour le magazine : « Biotifull Mag »
- la classe de CM1 de l'EREA Jacques Brel, à Garches, pour le magazine : « Bio, c'est bien pour la terre et pour nous ».

Enseignants : des supports pédagogiques pour faire découvrir la Bio

L'Agence BIO propose des supports pédagogiques aux professeurs des écoles, conçus en lien avec les programmes de Sciences et d'Éducation au Développement Durable :

- **Un kit pédagogique** de sensibilisation à l'agriculture biologique. Il vise à apporter aux enseignants qui le souhaitent un support pour faire découvrir aux élèves un mode de culture, d'élevage et de transformation très respectueux de l'environnement, du bien-être animal et de la biodiversité. Les fiches d'activités pour les élèves et les posters contenus dans le kit pédagogique présentent et expliquent les caractéristiques de l'agriculture biologique par des exemples qui conduiront les élèves à la réflexion, à la mobilisation et à l'enrichissement de leurs connaissances.
- **Des dépliants** ludo-pédagogiques pour les enfants.

Une information spécifique a été envoyée fin août à 27 000 écoles.



Restaurants scolaires : 3 000 kits d'animation pour accompagner l'organisation des repas bio

Les restaurants scolaires sont de plus en plus nombreux à proposer des produits bio, d'autres souhaitent le faire. Pour accompagner les gérants des restaurants scolaires dans leur démarche et sensibiliser davantage les enfants des écoles primaires à l'importance d'une alimentation reliée aux questions d'environnement, de biodiversité et de bien-être animal, l'Agence BIO a lancé en 2012 le programme « Manger BIO, c'est dans ma nature ! », reconduit en 2013/2014 compte tenu de son succès.

Pour accompagner l'organisation de repas avec des produits bio (ingrédients, plats ou menus bio), l'Agence BIO propose des kits d'information et d'animation gratuits à destination des gérants des restaurants scolaires des écoles primaires.

Le kit d'animation se compose d'une affiche, d'une guirlande, de 200 dépliants pour les enfants, de signalétiques et d'un « Mémo bio en restauration collective » (conseils, recettes, informations sur la BIO)



Cette année, une information spécifique a été envoyée fin août à 17 000 mairies

Plus d'informations et bon de commande en ligne sur :

www.agencebio.org/des-kits-d-animation-pour-les-restaurants-scolaires

L'ensemble de ces outils est disponible en haute définition sur : <http://outilsdecom.agencebio.org>

EN SAVOIR PLUS

En 2013, plus d'un restaurant collectif sur deux déclarent proposer des produits bio à leurs convives* et 75% des parents d'élèves souhaitent que leurs enfants puissent manger des produits bio à l'école**. La Bio se développe également en restauration commerciale, en écho aux aspirations des consommateurs. Ceux-ci sont demandeurs de bio en restauration hors domicile : fin 2012, 58% se disaient intéressés par des produits bio au restaurant et 47% en restauration rapide**.

* Observatoire des produits bio en restauration collective Agence BIO/ CSA 2013

** Baromètre Agence BIO/CSA 2012 « Perception et consommation des produits biologiques ».

La Bio dans les restaurants à caractère social et commerciaux

La Bio à la carte : de nouveaux outils pour former et informer chefs et personnels de cuisine

Pour cette nouvelle saison 2013/2014, l'Agence BIO accompagne la Bio dans les restaurants collectifs et commerciaux. Pour faciliter l'information et la formation des chefs de cuisine et du personnel de la restauration collective et commerciale sur les spécificités et les bénéfices de l'agriculture biologique et de ses produits, l'Agence Bio met à disposition des outils d'information et de formation spécifiques :

- un **Mémo Bio** pédagogique complet et facile d'utilisation sous format Powerpoint.
- un **mini magazine "Chef'nBio"** avec des témoignages et conseils de chefs.



Afin de faire connaître largement cette opération aux enseignants et futurs chefs, un courrier d'information accompagné d'un bon de commande a été envoyé fin août à plus de 200 écoles de cuisine et lycées hôteliers.

- ➔ Plus d'informations sur : www.agencebio.org
- ➔ L'ensemble de ces outils sont disponibles en haute définition sur : <http://outilsdecom.agencebio.org>



EN SAVOIR PLUS :

LE POINT SUR LA BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE



Pour accompagner le développement de l'offre, encadrer la communication autour des produits biologiques par les restaurants et apporter encore davantage de garanties aux consommateurs, un cahier des charges spécifique à l'utilisation des produits bio dans les restaurants commerciaux a été mis au point en France².

Depuis le 1^{er} octobre 2012, les restaurants commerciaux affichant la mention bio sur leur carte doivent le respecter, du simple ingrédient jusqu'à la carte 100% bio³. Les modalités de mises en œuvre tiennent compte du niveau d'introduction de la Bio dans les assiettes.

Trois niveaux d'engagement déterminés

Le cahier des charges prévoit des modalités de production, de certification et de communication adaptées au niveau d'introduction des produits bio dans le restaurant

- Cas 1 : ingrédients ou produits bio (ex: pain, farine, pommes, carottes, oeufs, poulet...)
- Cas 2 : plats ou menus bio (ex: tourte aux légumes, boeuf bourguignon...)
- Cas 3 : restaurants bio

Dans les cas 2 et 3, le restaurateur doit faire certifier son activité par un organisme agréé (coordonnées disponibles sur www.agencebio.org et sur www.inao.gouv.fr). Les modalités et fréquences de contrôle prévues, permettant de vérifier la conformité au cahier des charges et en conséquence la certification, sont adaptées aux risques inhérents à chacun, tout en tenant compte des contraintes et de l'organisation propres à la restauration.

Ce cahier des charges **ne s'applique pas** :

- **à la restauration à caractère social** (cantines scolaires, restaurants universitaires, restaurants d'entreprises, de prisons, d'hôpitaux, de collectivités militaires ou religieuses...),
- **aux activités ponctuelles de restauration** exercées de manière limitée dans le temps et n'excédant pas un total de 15 jours cumulés par an,
- **aux opérateurs ne proposant que des produits préemballés** présentés dans leur conditionnement d'origine et portant les mentions de conformité au mode de production biologique (ex: vin, thé, yaourts...), ou pour lesquels l'offre en produits biologiques ne concerne que du café.

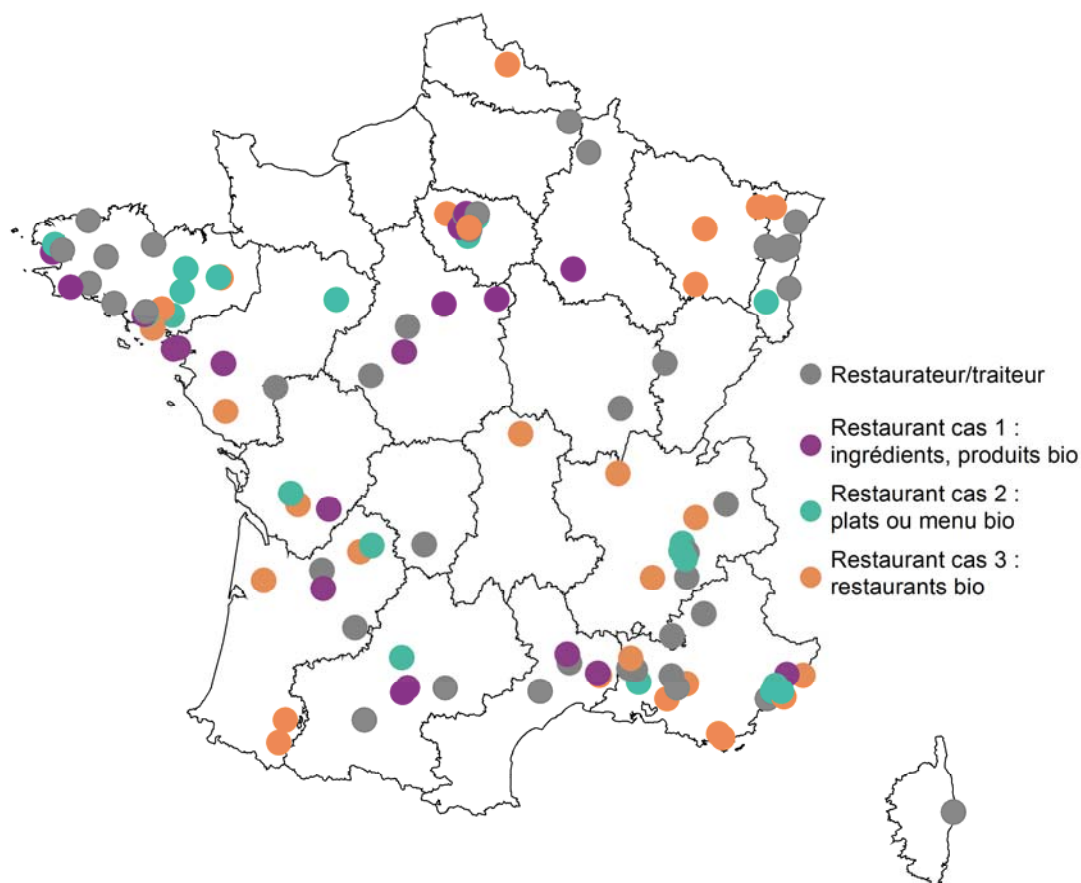
² Les États membres sont libres d'établir des règles nationales pour les opérations de restauration (article 1.3 du règlement (CE) n° 834/2007), celles-ci n'étant pas encore couvertes par la réglementation européenne relative au mode de production biologique.

³ Quelques exceptions cependant : ce cahier des charges ne s'applique pas à la restauration à caractère social (restaurants scolaires, d'entreprises, hôpitaux...), ni aux opérateurs ne proposant que des produits préemballés présentés dans leur conditionnement d'origine ou du café portant les mentions de conformité au mode de production biologique. Une dispense s'applique également aux activités de restauration bio dont la durée n'excède pas 15 jours cumulés par an.

Restauration sur place ou à emporter : tous les types de restauration concernés

Chaque restaurant concerné par ce cahier des charges doit notifier son activité auprès de l'Agence BIO, ce qui lui permet de figurer sur l'annuaire officiel des opérateurs en agriculture biologique et par conséquent, de se faire connaître.

143 restaurateurs-traiteurs notifiés au 30 septembre 2013



Source: Agence Bio - Notification permanente

Retrouvez tous les restaurants notifiés sur <http://annuaire.agencebio.org>

Des recherches sont possibles par catégorie et par thématique : restauration traditionnelle, restauration rapide, salon de thé, restauration à thème et traiteurs.

Pour en savoir plus : www.agencebio.org/restauration_commerciale

La Bio innovante à l'honneur

3^{ème} édition des Trophées de l'Excellence Bio : les innovations distinguées

Avec les Trophées de l'Excellence Bio, l'Agence BIO, en partenariat avec le Crédit Agricole, met les innovations du secteur bio à l'honneur. Les Trophées distinguent des actions innovantes et exemplaires réalisées par des producteurs, transformateurs et distributeurs bio, qu'elles soient d'ordres technique, commercial, environnemental ou social.



Ce concours est ouvert depuis le 18 septembre à tous les acteurs professionnels et entreprises des filières biologiques certifiés ou en conversion. La limite de dépôt des candidatures a été fixée au 16 décembre 2013.

Un prix de 5 000 euros sera décerné au projet le plus innovant dans chacune des deux catégories :

- Producteurs,
- Transformateurs et distributeurs.

Les prix seront remis aux lauréats lors du séminaire international de l'agriculture biologique, organisé par l'Agence BIO le 27 février 2014 dans le cadre du Salon International de l'Agriculture.

➔ *Règlement complet en ligne sur : www.agencebio.org*

Retour sur les nominés des éditions précédentes des Trophées de l'Excellence Bio :

- De l'arbre à la boîte : la châtaigneraie reprend vie en bio avec **Inovfruit- Castanea Sylva** (lauréat 2010);
- **Côteaux Nantais** : des fruits conservés plus longtemps par thermothérapie (lauréat 2012);
- Bio Loire Océan : Edition 2009-2010, une offre en ligne pour la filière fruits et légumes bio ; Edition 2011-2012, expérimentation des livraisons hebdomadaires, en restauration collective, de fruits et légumes bio à l'échelle d'un territoire : le Pays Saumurois ;
- Trois fermes sont associées à la boulangerie Epi Bio pour fournir du pain bio local aux cantines scolaires avec utilisation d'une source d'énergie locale ;
- Union Bretonne Pie Noir aide à installer, en agriculture biologique, des éleveurs de vaches Bretonne Pie Noir avec transformation du lait cru à la ferme et commercialisation de leurs fromages bio en circuits courts ;
- **Euro-Nat** : dynamisation de la filière petit épeautre biologique de Haute-Provence, par la création d'un nouveau produit, bio et pratique pour le consommateur (lauréat 2012);
- Lait bio Marque U : un partenariat original et inédit avec une innovation pour l'environnement ;
- Moulin Decollogne d'Aiserey : un outil dynamisant et fédérateur de la filière bio ;
- Biotiful Lunch : une cuisine simple, bio et bonne ;
- **GAEC des incorruptiblement verts** : fourniture de vaches de réforme bio pour la restauration collective de Lons-le-Saunier (lauréat 2010);
- « La charrette bio » : un système de vente collective ambulante de paniers bio ;
- Botanic : plants potagers et aromatiques bio dans les pots Jiffy® biodégradables ;
- Pépinière d'entreprises en maraîchage bio au Lycée agricole de Blois ;
- Juliet®, un premier pas pour les producteurs vers l'agriculture biologique ;
- Les assemblages d'huiles bio « Iméage Plus » D et E : des « aliments complémentaires » contre les douleurs

EN SAVOIR PLUS :

La Bio, une agriculture et des entreprises innovantes

Exemples d'innovations en production agricole biologique

L'agriculture biologique est source d'innovations avec la mise au point de techniques alternatives à l'utilisation de produits chimiques de synthèse, soit en particulier :

- **le désherbage mécanique ou thermique** de précision, mais aussi par exemple avec le dépôt d'une bande de compost lors du semis
- **la solarisation** pour supprimer les mauvaises herbes en germination
- **la lutte biologique** avec des auxiliaires, pour réduire les effectifs d'une espèce animale ou végétale en ayant recours à un de ses prédateurs naturels. Ces auxiliaires sont très divers allant des trichogrammes, insectes parasites des larves de la pyrale du maïs, aux canards associés à la production rizicole : ils en consomment les mauvaises herbes ;
- **la taille centrifuge** en arboriculture, qui modifie la répartition et la densité des rameaux et réduit le risque parasitaire ;
- **la thérapie** avec, par exemple une plus longue conservation des pommes bio grâce à un trempage des fruits dans une eau à 49° pendant 3 minutes. Le traitement à l'eau chaude fait également l'objet d'applications prometteuses en pépinières biologiques, en vue d'obtenir des semences et des plants biologiques sains ;
- **la mise au point de méthodes naturelles de lutte**, à partir de molécules d'origine végétale – comme les tanins, naturellement présents dans les végétaux – ou animale avec les pièges à phéromones.

Exemples d'innovations en transformation-distribution de produits biologiques

Les entreprises de préparation bio innovent également en vue de :

- **diversifier les gammes** proposées et élaborer des recettes originales, permettant d'utiliser des variétés plus adaptées à la production biologique ;
- **préserver les qualités d'origine du produit** avec des procédés de transformation et de conservation respectueux de sa « naturalité », par exemple la pression à froid de toutes les huiles, la cuisson basse température des confitures, etc. ;
- **réduire les impacts sur l'environnement** avec par exemple, la réduction et le tri des déchets, des économies d'énergie dans les bâtiments de travail, la conception de films 100% biodégradables, l'utilisation de verre et papier recyclés pour les emballages, l'étiquetage réalisé à partir d'encre à eau.

Les acteurs de la Bio sont régulièrement distingués dans le cadre de concours qui récompensent les innovations significatives en termes d'environnement et de durabilité : Trophées de l'Agriculture Durable, Trophées de l'Eau, Prix Banque Populaire de la dynamique agricole et de la Pêche, « J'innovations »,...

Dans le cadre du Salon Tech&Bio, 16 agriculteurs bio ont été sélectionnés pour leur savoir-faire, leurs résultats technico-économiques et socio-environnementaux remarquables : les « Talents Tech&Bio ». Pour en savoir plus : www.tech-n-bio.com.

L'Agence BIO à NATEXPO

NATEXPO 2013 : l'Agence BIO à la rencontre des professionnels, du 20 au 22 octobre 2013

NATEXBIO, la fédération des professionnels des produits biologiques et écologiques, va accueillir près de 600 exposants sur son salon « NATEXPO 2013 », du dimanche 20 au mardi 22 octobre à Paris-Nord Villepinte.

Ce Salon B to B international s'adresse aux acheteurs et décideurs du secteur du bio aussi bien en matière d'alimentation, de cosmétique que de textile ainsi qu'aux professionnels des compléments alimentaires.

Exclusivement réservé aux professionnels, NATEXPO, rendez-vous international de référence, va permettre de faire découvrir les nouveautés et innovations de l'ensemble de ces secteurs aux plus de 10 000 visiteurs attendus.



Un stand d'information pour répondre aux questions des professionnels

Durant les trois jours de salon, **l'Agence Bio et ses partenaires répondront à toutes les questions des professionnels de la filière (stand B12)**. Un dossier sur le secteur sera mis à leur disposition. L'Agence BIO sera également présente sur le nouveau parcours élaboré par NATEXPO et dédié à la Restauration Hors Domicile pour informer les acteurs du secteur. De plus, elle organise deux conférences pour informer les professionnels de ses actions de communication et du développement de la Bio en France.

Les conférences de l'Agence BIO : « Les synergies bio »

L'Agence BIO animera deux conférences dans le cadre de Natexpo, :

- **Dimanche 20 octobre, 16h – 16h45**, salle Ginkgo :
« Programme de communication de l'Agence BIO pour les prochaines années : nouveautés », avec la participation de Diego Garcia, Président de la Commission Communication et d'Elisabeth Mercier, Directrice de l'Agence BIO,
- **Mardi 22 octobre, 11h- 11h45**, salle Sequoia :
« Dynamique de développement et de structuration des filières bio en France », avec la participation de Jean Verdier, Président du Synabio et d'Elisabeth Mercier, Directrice de l'Agence BIO.

L'Agence BIO sur le parcours RHD

L'Agence BIO participe également au parcours RHD, afin de répondre aux professionnels sur la réglementation liée à ce secteur. Ce parcours a été conçu par NATEXPO pour accompagner le développement de la RHD Bio et permettre aux professionnels du secteur de rencontrer les acteurs concernés (fournisseurs en produits alimentaires et en matériels / équipements,...).

NATEXPO 2013 : un salon innovant au service des professionnels

A l'image du dynamisme dont font preuve les professionnels du secteur, NATEXPO multiplie les innovations cette année avec :



Un itinéraire de visite dédié aux produits et gammes directement en rapport avec la restauration commerciale et collective : le Parcours Restauration.



Un Parcours Commerce Équitable Bio, orienté sur tous les produits issus du commerce équitable.



L'opportunité de rencontrer une sélection d'acheteurs parmi les principaux acteurs du marché présents sur le Salon, avec le Service VIP.



Des rendez-vous d'affaires pour permettre aux exposants d'optimiser leur présence grâce à un innovant système d'agenda de prise de rendez-vous en ligne intégré au Salon.



La Première édition du Concours de Création Éco-mode Natexpo, sur le thème « entre Rêve et Réalité », avec la participation d'élèves des plus grandes écoles de stylisme parisiennes.

NATEXPO 2013 : un salon rythmé par de nombreuses animations

Durant les 3 jours du salon, de nombreuses animations sont organisées pour mettre en lumière les innovations les plus récentes du secteur et répondre aux attentes des professionnels :

- Les Trophées NATEXPO 2013 (5e édition) : un label de qualité qui récompense les produits les plus innovants du moment.
- La galerie des nouveautés : un espace stratégique où les visiteurs découvrent en exclusivité les nouveaux produits.
- Les ateliers techniques : organisés par les exposants.
- Un atelier culinaire avec la présence de grands chefs.

Des espaces thématiques

- **Le village des artisans** : avec des TPE/artisans français de tous les secteurs, c'est un vivier incontournable pour rencontrer et trouver de nouveaux fournisseurs.
- **Le village des vins bio** : des viticulteurs de toutes les régions de France animent un espace convivial au cœur du pôle Bio & Bon, avec dégustations à la clé.
- **L'espace Innovations Cosmétiques** : avec la mise en avant de produits innovants en partenariat avec Cosmébio.
- **Le village textile** : son jardin de la mode réunit dans un même cocon tous les créateurs et marques engagés dans l'art de vivre et la mode bio, écologique et éthique.

Pour en savoir plus : www.natexpo.com et www.agencebio.org rubrique actualité

La Bio, avec les collectivités locales

L'Agence BIO à la disposition des acteurs des collectivités locales au Salon des Maires et des Collectivités Locales (SMCL), du 19 au 21 novembre 2013

Pour la troisième année consécutive, l'Agence BIO participe au Salon des Maires et des Collectivités Locales du 19 au 21 novembre 2013 à Paris Nord Villepinte.



Pendant ces trois jours, l'Agence BIO et ses partenaires répondront aux questions des visiteurs et des exposants (Hall 2.1, stand n°B48).

Des informations seront mises à la disposition du public sur :

- ✓ le développement de l'agriculture biologique dans la diversité des territoires,
- ✓ le développement de la bio en restauration collective,
- ✓ les actions de communication mises en œuvre dans le cadre du programme 2011-2014, notamment :
 - les actions spécifiques à la restauration collective, avec l'opération « Manger Bio, c'est dans ma nature » et la mise à disposition de 3 000 kits d'animation pour les restaurants scolaires ;
 - la 2^{ème} édition du concours « Les Petits Reporters de le Bio », dans les écoles primaires ;
 - les outils d'information à destination des professeurs des écoles : kits pédagogiques, dépliants pour les enfants, ...

Une conférence organisée le 20 novembre :

« L'agriculture biologique dans les dynamiques de développement territorial : retours d'expériences et perspectives »

mercredi 20 novembre, Hall 2.2, salle 22, de 13h à 14h

L'Agence BIO et des représentants de collectivités territoriales présenteront l'actualité de l'agriculture biologique en France et la dynamique de développement des filières bio dans leurs territoires.

Au programme de cette conférence :

- Ouverture de la conférence : Evolution du secteur bio en France : offre disponible et structuration des filières par **Elisabeth Mercier**, Directrice de l'Agence BIO
- Témoignages :
 - **Hermeline Malherbe**, Présidente du Conseil Général des Pyrénées Orientales
 - **Elsa Auré**, coordinatrice de « Manger Bio en Champagne Ardennes »
 - Un représentant de la Ville de Saint-Etienne (à confirmer).

Les présentations seront suivies d'un débat. Dans ce cadre, d'autres témoignages pourront être présentés. Les participants à cette conférence auront la possibilité de faire part de questions complémentaires sur le stand de l'Agence BIO.

➔ Plus d'informations prochainement sur : www.agencebio.org

La Bio en Campagne avec les vidéos « La Minute Bio »

Les « Minutes BIO » : 32 films courts sur l'agriculture biologique et ses produits, pour tous les publics

Les « Minutes BIO » sont des programmes courts qui abordent la Bio sous l'angle de reportages sur le terrain avec de nombreux témoignages de professionnels (producteurs, transformateurs, distributeurs, cuisiniers en restauration collective ou commerciale, formateurs, consommateurs, représentants d'organismes de contrôles,...).



Outre une large diffusion sur M6, ces films courts peuvent être visionnés sur le site Internet de l'Agence BIO et les différents médias sociaux. Ils sont également disponibles en DVD et utilisables dans le respect d'une charte d'utilisation.

Pour compléter la série, 3 nouveaux épisodes sont prévus en 2014. L'ensemble des épisodes existants seront diffusés sur M6 au cours de l'année 2014.

« Minute BIO » Saison 1 (2010)	« Minute BIO » Saison 2 (2012)
• La conversion en agriculture biologique • Le pain biologique • Des produits bio de saison et de proximité • Des normes élevées de bien-être animal • L'innovation en agriculture biologique • Produits bio : repères et garanties • Les contrôles sur les exploitations bio • La Bio : source de vitalité en milieu rural • La diversité des produits biologiques • Bio : les chefs s'y mettent ! • Des sols vivants et fertiles • Manger bio en restauration scolaire • Les contrôles dans une entreprise de transformation bio • Le respect de la biodiversité • La consommation des produits biologiques • Le respect de la qualité de l'eau • Les formations en agriculture biologique • La Bio, créatrice d'emplois • La viticulture biologique • L'agriculture biologique : une démarche d'avenir	• Produits bio : de la ferme bio à la restauration collective • La biodiversité, à travers une ferme-auberge en polyculture-élevage • Les fruits et légumes bio appréciés des grands chefs • L'élevage, la boucherie bio : des métiers d'avenir • Les enfants font la cuisine chez un chef bio • La viticulture bio : une filière dynamique, pour la terre et le plaisir • A la découverte des huiles biologiques • Les plantes aromatiques, à parfum et médicinales bio : une grande diversité pour des usages multiples • Un élevage de vaches laitières et fabrication de fromage • Un élevage avec des brebis bio
	« Minute BIO » Saison 3 (2013) • A la découverte d'un élevage de porcs bio • Du blé au pain Bio • Et rediffusion de l'ensemble des épisodes existants.

➔ Pour en savoir plus et revoir l'ensemble des épisodes : www.agencebio.org

La Bio en Campagne avec les interprofessions

Le programme d'information et de communication 2011-2014 est mis en œuvre par l'Agence BIO avec le cofinancement de l'Union européenne, en partenariat avec cinq interprofessions : CNIEL, INTERBEV, INTERFEL, INTERCEREALES ET ONIDOL.

Les Interprofessions mettent par ailleurs en œuvre des actions spécifiques pour la promotion de l'agriculture biologique et de ses produits.

Les viandes bio au Sommet de l'élevage, avec la commission bio d'INTERBEV



Programme de la conférence « Eleveurs BIO, quelle stratégie face à la hausse des prix d'achat des bovins », jeudi 3 octobre, 10-12h30

9h30 : Accueil café 100% bio

10h-12h30 :

- **Accueil** par Philippe Cabarat, Président de la Commission Bio d'Interbev,
- **Présentation du marché de la viande bovine, ses actualités et ses évolutions**, par l'Institut de l'Elevage,
- **Evolutions du marché de la viande bovine bio au regard du marché conventionnel**, par Jean-François Deglorie, animateur technique de la Commission Bio d'INTERBEV,

- **Exemples de stratégies d'éleveurs – cas de la région Centre**, par Jean-Marie Mazenc, chargé de mission filières animales, de Biocentre,
- **Impact de ces évolutions sur les organisations de producteurs et les transformateurs – cas de la SICABA**, par Luc Mary, son Directeur,
- **Mise en perspective des évolutions de coûts de production et marges brutes en filière viande bovine conventionnelle et bio**, par Patrick Veyssset, Unité de Recherches sur les Herbivores, INRA
- **Débat : court, moyen, long terme, face à la hausse des prix en bovins, quelle stratégie de l'éleveur pour quel marché de la viande bio.**

Contact : Célia Pasquetti – c.pasquetti@interbev.asso.fr – 01 44 87 44 63

Parc Expositions de la Grande Halle d'Auvergne - CLERMONT-FERRAND / COURNON.
(Pour accéder à l'entrée principale de la Grande Halle d'Auvergne, prendre l'autoroute A75, sortie N°3).

Partenariat : Conférences du Pôle AB Massif Central
Rendez-vous mercredi et jeudi à 13 h 45,
Centre de conférence, salle 2

Mercredi 2 octobre
« Produire autrement pour quels résultats : exemples en AB ».

- Quelles performances technico-économiques en élevages ruminants biologiques sur le Massif Central ?
- Résultats technico-économiques des élevages de porcs des régions Auvergne, Bourgogne, Centre et Limousin.
- Ref AB : des références pour les systèmes agricoles biologiques : proposition d'un cadre d'analyse innovant.

Jeudi 3 octobre
« Agriculture, autonomie et territoires : des dimensions travaillées en AB ».

- Steaks hachés surgelés bio.
- Evolution de l'introduction des produits biologiques en restauration collective à l'échelle du Massif Central.
- Lait bio en montagne.
- Etat des lieux de la filière porcine AB.
- Observatoire de la production ovine biologique.
- Pistes explorées pour favoriser un approvisionnement local en protéines AB pour l'alimentation animale.

Conférence de la Commission BIO d'INTERBEV
Jeudi à 10 h, Centre de conférence, salle 4

Mappe de la Grande Halle d'Auvergne
La mappe illustre le plan de la Grande Halle d'Auvergne, montrant les différents pavillons (P1 à P6) et les entrées. Elle indique également les accès par l'autoroute A75 (sortie 3) et les directions vers Clermont-Ferrand, Cournon, et Montpelliér. Le Centre de Conférence est marqué en rouge. Des logos pour l'Aéroport d'Auvergne et l'Interbev sont également présents.

Contact : Célia Pasquetti – c.pasquetti@interbev.asso.fr – Tél : 01 44 87 44 63

Les rendez-vous des produits Laitiers Bio, avec la Commission Bio du CNIEL

**Du 23 septembre au 23 octobre : Quizz « Lait Bio » sur le site Internet
www.produitslaitiersetviandebio.com**

Le Quizz se compose de trois questions sur l'élevage et les produits laitiers bio.

A gagner lors du tirage au sort : 4 week-end « Nature insolite » et des kits Bio (sacs, lampes dynamos, stylos, crayons de couleurs).

Le quizz est relayé sur les sites www.produitslaitiersetviandebio.com, Doctissimo et de nombreux sites féminins, bien-être et nature.



Du 28 octobre au 28 novembre : Campagne de communication dans les grandes et moyennes surfaces

Une campagne d'affichage sur caddie mettra en avant les produits laitiers Bio dans plus de 100 hypermarchés LECLERC.

Le Tour de France des produits laitiers Bio se poursuit

Un animateur et un éleveur bio accueilleront le public pour des dégustations de lait ou yaourts bio et présenteront de façon ludique les particularités des produits laitiers bio autour de panneaux et de jeux pédagogiques : « de l'élevage à la diversité des produits laitiers bio ».

- Participation à la Foire de Tours du 8 au 10 novembre
- Participation au SISQA, Salon de la qualité alimentaire, à Toulouse du 13 au 16 décembre



Pour en savoir plus : www.produitslaitiersetviandebio.com

Les prochains rendez-vous de la Bio, avec l'Agence BIO

Quelques repères :

- **Sommet de l'Élevage : 2 au 4 octobre 2013**, à Cournon
www.sommet-elevage.fr
 - Conférence organisée par la Commission Bio d'Interbev le 3 octobre :
« Eleveurs BIO : quelle stratégie face à la hausse des prix d'achats des bovins ? », de 10h à 12h30, centre de conférence, salle 4.
- **Anuga, 5 au 9 octobre 2013**, à Cologne
www.anuga.com
- **Salon « Ile-et-Bio » : 11 au 13 octobre 2013** à Guichen (35)
www.illeetbio.org
- **Salon « La Terre est notre métier » : 11 au 13 octobre 2013** à Guichen (35)
www.salonbio.fr
- **Natexpo : 20 au 22 octobre 2013**, à Paris
www.natexpo.com
 - Stand Agence BIO en B12
 - Conférences Agence BIO :
 - **Dimanche 20 octobre**, 16h – 16h45, salle Ginkgo : « Programme de communication de l'Agence BIO pour les prochaines années : nouveautés »,
 - **Mardi 22 octobre**, 11h- 11h45, salle Sequoia : « Dynamique de développement et de structuration des filières bio en France ».
- **Marjolaine : 9 au 17 novembre 2013**, à Paris
www.salon-marjolaine.com
- **Salon des Maires et des Collectivités Locales : 19 au 21 novembre 2013**, à Paris
www.smcl.fr
 - Stand d'information Agence BIO (Pavillon 2.1, stand B48)
 - **Conférence sur l'agriculture biologique dans les dynamiques de développement territorial le 20 novembre 2013, de 13h à 14h** (Pavillon 2.2, salle 22)

- **Millésime BIO : 27 au 29 janvier 2014**, à Montpellier
www.millesime-bio.com
 - **Conférence sur la viticulture biologique** organisée par l'Agence BIO
- **Biofach : 12 au 15 février 2014**, à Nuremberg
www.biofach.de
- **Salon International de l'Agriculture : 22 février au 2 mars 2014**, à Paris
www.salon-agriculture.com
 - **Stand Agence BIO de 120m²**
 - **Séminaire international de l'agriculture biologique, 27 février** (Hall 7.2, salle Lyra)
- **Printemps BIO**, première quinzaine de juin dans toute la France
www.printempsbio.com
- **Rencontres nationales professionnelles Printemps BIO**, le 10 juin 2014

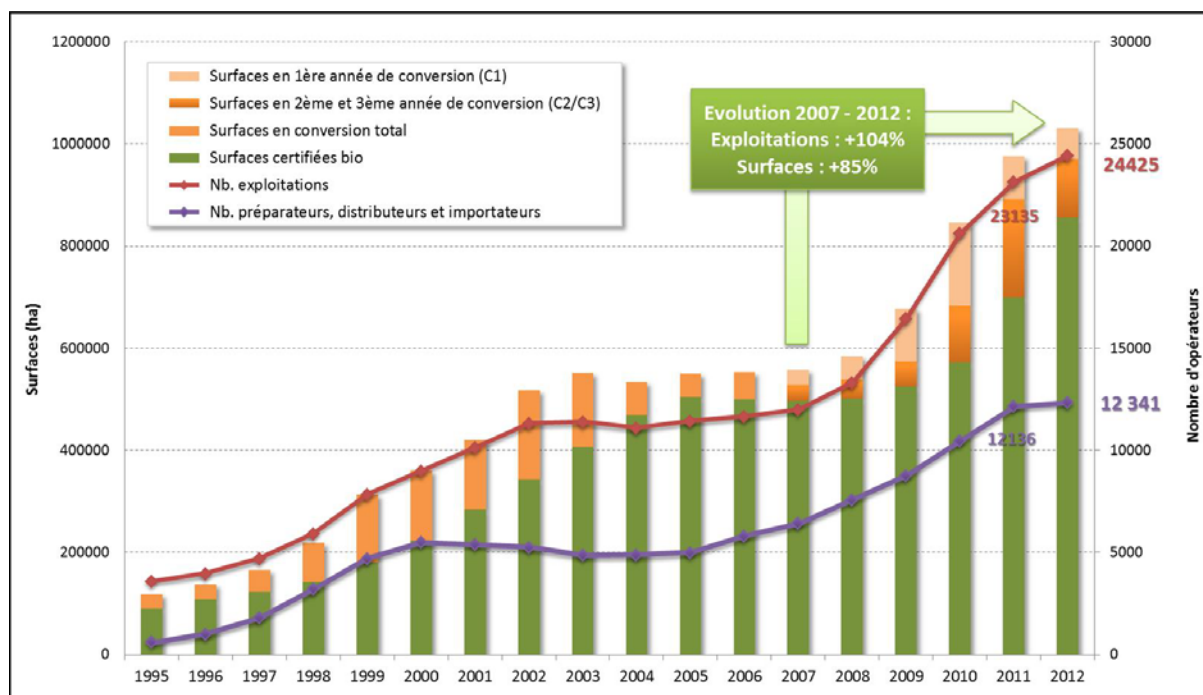
Pour en savoir plus : www.agencebio.org

Chiffres clés sur la Bio :

Le secteur a doublé en cinq ans

2007/2012 : retour sur 5 années de croissance ininterrompue

Évolution depuis 1995 du nombre de producteurs et autres opérateurs bio et des surfaces en mode de production biologique.



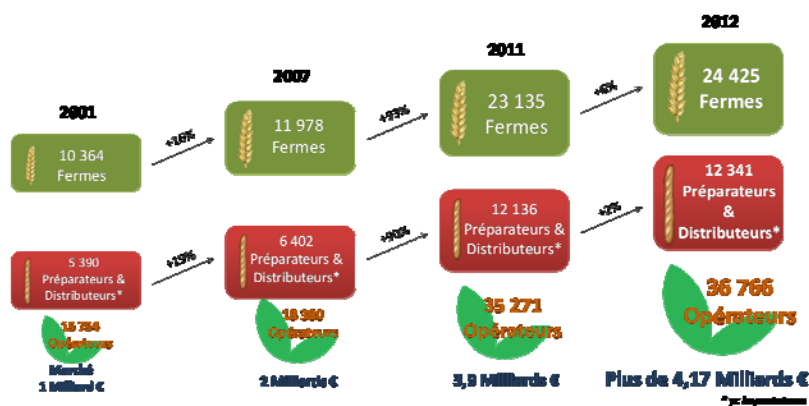
Source : Agence BIO/OC

En 2012, le nombre d'exploitations engagées en agriculture biologique a augmenté de 6% par rapport à 2011 (1 290 exploitations supplémentaires). Du 1^{er} janvier au 15 mai 2013, 1 150 producteurs ont pris la décision de s'engager dans le mode de production bio. Les départs ont été au même niveau qu'au cours des années précédentes (généralement décidés en début d'année), et il en résulte 606 producteurs bio supplémentaires qui ont été enregistrés, permettant de dépasser la barre des **25 000 producteurs engagés en agriculture biologique**.

Fin 2012, on dénombrait en France un total de **36 766 opérateurs bio**, en incluant les importateurs (soit 4% de plus qu'en 2011) :

- **24 425 producteurs** (+6% par rapport à 2011),
- **12 341 opérateurs aval** (+2% par rapport à 2011), dont :
 - 73% de préparateurs travaillant à partir de matières premières issues de l'agriculture bio,
 - 26% de distributeurs de produits bio,
 - 1% d'importateurs de produits bio issus de pays tiers à l'Union européenne.

**LE MARCHE DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013**

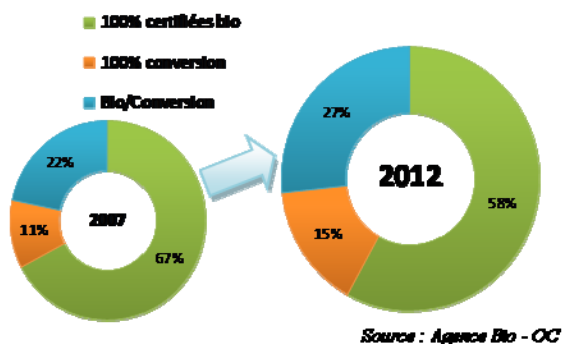


Des productions variées dans les exploitations bio

Fin 2012, parmi les 24 425 exploitations bio :

- 63% avaient des surfaces toujours en herbe et/ou des cultures fourragères,
- 38% cultivaient des grandes cultures, dont environ 1/4 à titre principal,
- 42% produisaient des fruits et/ou légumes frais, dont la moitié à titre principal,
- 20% avaient des vignes, dont 70% à titre principal,
- 36% pratiquaient l'élevage,
- 27% avaient un troupeau de bovins lait ou allaitant (soit 64% des élevages bio),
- Près de 10% avaient un élevage de monogastriques (porcs ou volailles).

Répartition des exploitations bio en fonction du niveau de conversion de leurs productions végétales



12 204 préparateurs et distributeurs engagés

Avec une **augmentation de 4% en 2012** par rapport à 2011 du nombre des opérateurs, l'aval de la filière est très dynamique. Comme les années précédentes, plus de **80%** des préparateurs sont impliqués dans le **secteur végétal** (la moitié pour la fabrication de pains et pâtisseries y compris surgelés).

Un approvisionnement prioritairement en région

L'offre de proximité se développe dans tous les circuits de distribution, notamment avec la vente directe et la transformation à la ferme ainsi qu'avec des magasins d'entreprises. Plus d'un producteur sur deux vend en direct tout ou partie de sa production, et 1/4 transforme ne serait-ce qu'une partie de ces produits à la ferme. Sur un plan général, les magasins, spécialisés bio ou non, s'approvisionnent de plus en plus dans leur région ou en France.

Plus de **45%** des préparateurs, tous secteurs de produits confondus, déclarent s'approvisionner dans leur région et plus de **40%** en France, ce qui traduit l'implication locale des entreprises engagées en bio. (Source : Agence Bio - Notifications)

Un développement continu, plus ou moins marqué suivant les filières

Plus de 6% des surfaces nationales sont cultivés en bio dans 4 secteurs

La part des surfaces conduites en mode de production biologique dans l'ensemble national ne cesse de prendre de l'ampleur. Elle est très variable suivant les cultures :

- **plus de 20%** des surfaces dédiées à la production de légumes secs,
- **près de 14 %** pour les PPAM,
- **près de 13%** pour les productions de fruits (fruits à coque, pommiers, oliveraies, etc.)
- **près de 8,2 %** du vignoble.
- Elle se situe en dessous de la moyenne dans le secteur des grandes cultures.

Parmi les 1 032 941 ha cultivés en bio en 2012, **64% étaient toujours en herbe ou en cultures fourragères, 20% en grandes cultures** (céréales, oléo-protéagineux et légumes secs), **6% en vigne, 4% en fruits, légumes frais et PPAM et 5% non affectés.**

	Nb. Exploitations pratiquant la culture		Surfaces certifiées bio (ha)		Surfaces en conversion					Surfaces certifiées + conversion		
	2012	Evol. /11	2012	Evol. /11	2012				Evol. /11	2012	Evol. /11	Part en bio
					C1	C2	C3	Total C123				
Céréales	8 965	8%	125 759	29%	10 632	24 946	-	35 577	-25%	161 336	11%	1,7%
Oléagineux	2 007	3%	22 027	27%	2 517	2 555	-	5 071	-46%	27 098	1%	1,2%
Protéagineux	1 467	-17%	9 054	-12%	464	2 514	-	2 978	-49%	12 032	-25%	6,1%
Légumes secs	856	10%	4 614	23%	112	171	-	283	41%	4 896	24%	21,5%
Grandes cultures	9 369	7%	161 453	25%	13 724	30 185	-	43 909	-30%	205 362	7%	1,7%
STH	11 602	4%	337 402	13%	18 576	23 984	-	42 560	-43%	379 961	2%	5,0%
Cultures fourragères	11 407	9%	234 796	29%	18 541	28 592	-	47 134	-42%	281 930	7%	5,8%
Surfaces fourragères	15 617	7%	572 198	19%	37 117	52 576	-	89 693	-43%	661 891	4%	5,3%
Légumes frais	6 015	6%	14 028	13%	448	681	-	1 129	-35%	15 157	7%	4,0%
Fruits à coque	1 366	6%	4 626	12%	800	666	1 582	3 048	12%	7 674	12%	-
Fruits transformation	1 714	8%	3 727	49%	690	1 249	1 335	3 274	-16%	7 001	9%	-
Fruits frais	4 304	10%	7 047	22%	854	1 322	1 151	3 326	-13%	10 373	8%	-
Fruits	6 367	9%	15 400	24%	2 343	3 237	4 068	9 648	-8%	25 048	10%	12,7%
Vigne	4 927	5%	40 449	41%	4 944	8 417	10 990	24 351	-25%	64 801	6%	8,2%
PPAM	1 786	7%	3 838	9%	254	296	418	968	-10%	4 806	4%	13,6%
Autres	11 501	22%	48 278	43%	3 595	3 291	713	7 599	-32%	55 876	24%	4,9%
TOTAL	24 425	6%	855 644	22%	62 426	98 683	16 189	177 297	-36%	1 032 941	6%	3,82%

Source: Agence Bio - OC

(1) : Dont légumes secs;

(2) : L'augmentation de la précision explique la baisse progressive des surfaces non affectées

Plus d'un agriculteur bio sur trois est éleveur

Un tiers des exploitations bio françaises avaient au moins un atelier d'élevage bio en 2012. Le nombre d'ateliers a augmenté de 13% en 2012 par rapport à 2011.

	Nb. Exploitations ayant des animaux					Nb. Animaux					
	Certifiés Bio *		Conversion **	Bio + Conversion		Certifiés Bio		Conversion	Bio + Conversion		% Bio /Total national (1)
	2012	Evol. / 11	2012	2012	Evol. / 11	2012	Evol. / 11	2012	2012	Evol. / 11	
Vaches allaitantes	2 656	17%	543	3 199	7%	89 673	17%	18 067	107 740	6%	2,5%
Vaches laitières	2 137	17%	428	2 565	7%	95 429	20%	21 708	117 137	10%	3,2%
Total Vaches	4 487	17%	854	5 341	7%	185 102	19%	39 775	224 877	8%	2,9%
Brebis viande	1 151	12%	124	1 275	5%	128 595	14%	12 300	140 895	7%	3,8%
Brebis laitières	286	20%	7	293	12%	61 944	11%	318	62 262	7%	4,8%
Total Brebis	1 432	13%	131	1 563	6%	190 539	13%	12 618	203 157	7%	4,1%
Chèvres	674	13%	66	740	6%	39 236	13%	2 888	42 124	9%	4,5%
Truies	328	2%	-	328	-4%	7 321	5%	-	7 321	-1%	0,7%
Poulets de chair	663	5%	-	663	3%	8 995 9	2%	-	8 995 9	2%	1,0%
Poules pondeuses	1 314	11%	-	1 314	9%	3 356 877	12%	-	3 356 877	12%	1,1%
Apiculture (2)	463	12%	131	594	6%	86 865	7%	6 423	93 288	4%	11,7%

* Exploitations ayant des animaux certifiés bio ; ** Exploitations ayant des animaux en conversion

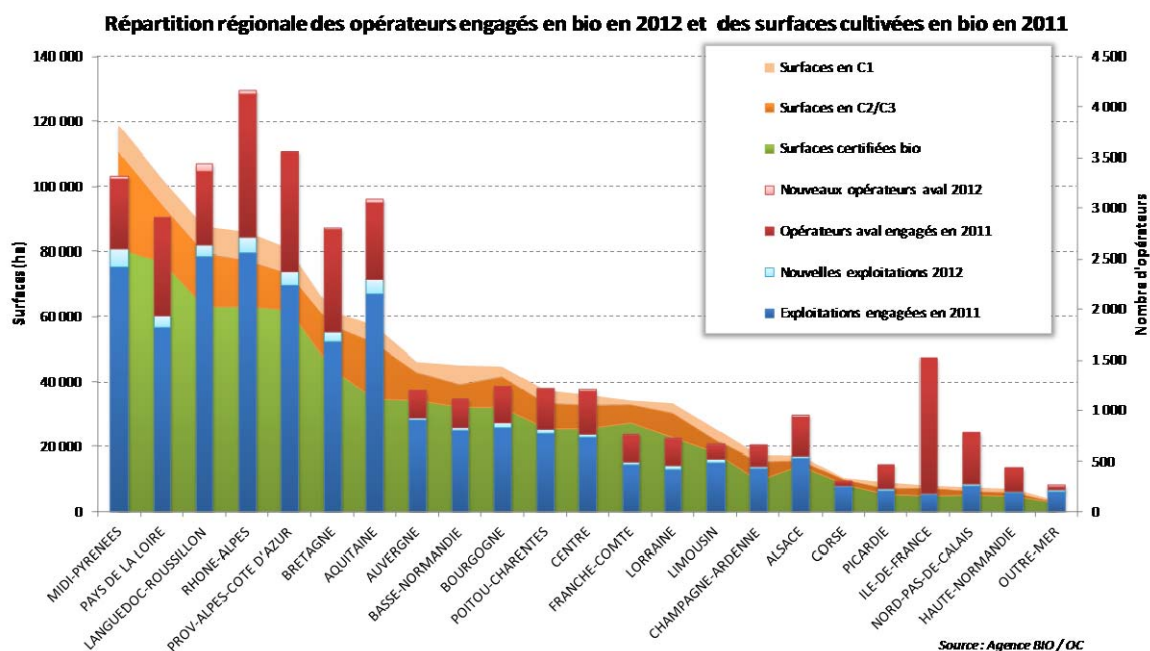
Source: Agence Bio - OC ; (1): Données Agreste 2012

(2) : Nombre de ruches

Un développement dans toutes les régions : des situations très contrastées

Près de la moitié des opérateurs dans 5 régions

4 régions ont dépassé les 6% de SAU en bio, 4 autres régions les 5%



**LE MARCHE DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013**

Rhône-Alpes : première région de France en termes d'exploitations bio avec 2 704 exploitations bio, suivie par la région **Languedoc-Roussillon** (2 633 exploitations), et **Midi-Pyrénées** (2 600 exploitations).

Près de la moitié des surfaces consacrées à la Bio en France est localisée dans 5 régions et près d'**1/3 dans trois régions** : **Midi-Pyrénées** (125 400 ha), **Pays de la Loire** (107 623 ha) et **Languedoc-Roussillon** (qui avec 93 653 ha en bio devient la troisième région française en termes de surfaces bio).

Quatre régions ont une part du territoire agricole cultivé en bio supérieure à 6% : **Provence-Alpes-Côte d'Azur** (14,32%), **Languedoc-Roussillon** (10,61%), **Corse** (6,55%), **Rhône-Alpes** (avec 6,4% de la SAU en bio). Quatre régions en sont proches (plus de 5% de la SAU en bio).

Nb. Producteurs 2012		Surfaces bio + conversion 2012		Part dans la SAU totale en 2012		Nb. Operateurs aval 2012	
RHONE-ALPES	2 704	MIDI-PYRENEES	125 400	PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	14,32%	RHONE-ALPES	1 460
LANGUEDOC-ROUSSILLON	2 633	PAYS DE LA LOIRE	107 623	LANGUEDOC-ROUSSILLON	10,61%	ILE-DE-FRANCE	1 310
MIDI-PYRENEES	2 600	LANGUEDOC-ROUSSILLON	93 653	CORSE	6,55%	PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	1 176
PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	2 372	RHONE-ALPES	90 728	RHONE-ALPES	6,40%	BRETAGNE	1 031
AQUITAINE	2 300	PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	86 394	MIDI-PYRENEES	5,50%	PAYS DE LA LOIRE	958
PAYS DE LA LOIRE	1 941	BRETAGNE	64 487	ALSACE	5,31%	LANGUEDOC-ROUSSILLON	806
BRETAGNE	1 775	AQUITAINE	60 977	FRANCHE-COMTE	5,26%	AQUITAINE	789
AUVERGNE	927	BOURGOGNE	48 217	PAYS DE LA LOIRE	5,11%	MIDI-PYRENEES	720
BOURGOGNE	879	AUVERGNE	47 600	AQUITAINE	4,44%	NORD-PAS-DE-CALAIS	511
BASSE-NORMANDIE	831	BASSE-NORMANDIE	47 326	BASSE-NORMANDIE	3,93%	CENTRE	445
POITOU-CHARENTES	816	POITOU-CHARENTES	40 369	BRETAGNE	3,92%	POITOU-CHARENTES	397
CENTRE	765	CENTRE	37 258	LIMOUSIN	3,32%	ALSACE	396
ALSACE	557	LORRAINE	35 174	AUVERGNE	3,27%	BOURGOGNE	357
LIMOUSIN	530	FRANCHE-COMTE	34 884	LORRAINE	3,11%	BASSE-NORMANDIE	285
FRANCHE-COMTE	502	LIMOUSIN	27 781	BOURGOGNE	2,74%	AUVERGNE	267
LORRAINE	462	CHAMPAGNE-ARDENNE	19 196	OUTRE-MER	2,71%	FRANCHE-COMTE	258
CHAMPAGNE-ARDENNE	449	ALSACE	17 861	POITOU-CHARENTES	2,36%	LORRAINE	256
NORD-PAS-DE-CALAIS	275	CORSE	11 097	CENTRE	1,61%	PICARDIE	244
CORSE	261	PICARDIE	9 799	ILE-DE-FRANCE	1,48%	HAUTE-NORMANDIE	224
PICARDIE	229	ILE-DE-FRANCE	8 422	CHAMPAGNE-ARDENNE	1,25%	CHAMPAGNE-ARDENNE	215
OUTRE-MER	224	NORD-PAS-DE-CALAIS	7 774	HAUTE-NORMANDIE	0,98%	LIMOUSIN	141
HAUTE-NORMANDIE	205	HAUTE-NORMANDIE	7 548	NORD-PAS-DE-CALAIS	0,95%	CORSE	48
ILE-DE-FRANCE	188	OUTRE-MER	3 374	PICARDIE	0,74%	OUTRE-MER	45
TOTAL France	24 425	TOTAL France	1 032 941	TOTAL France	3,82%	TOTAL France	12 341

Source: Agence Bio / OC, *Recensement Agricole 2010

Profils des entreprises de préparation

Environ 80% des entreprises certifiées ont une activité principale bio dans le domaine végétal.

En 2012 :

- **58%** des entreprises (soit 5 212 opérateurs) avaient pour activité principale la fabrication de **produits de boulangerie-pâtisserie et de pâtes alimentaires**, en léger recul par rapport à 2011, du fait de l'évolution du secteur des artisans boulangers. Parmi ces entreprises, un tiers étaient des boulangeries-pâtisseries et 2/3 des terminaux de cuisson. Elles sont localisées sur tout le territoire, au plus proche des lieux de consommation.
- **6%** étaient engagées avec une activité principale dans le secteur des **fruits et légumes**, y compris les pommes de terre, soit 525 préparateurs (+7% par rapport à 2011).
- **6%**, soit 589 entreprises, étaient spécialisées dans le secteur des **boissons** (hors jus de fruits), la majorité d'entre elles étant liées à la production de vins bio et près des 2/3 de ces entreprises étant localisées dans les 5 plus grandes régions viticoles bio : Languedoc-Roussillon, PACA, Aquitaine, Rhône-Alpes et Bourgogne.
- les autres entreprises du monde végétal travaillaient principalement les grains (collecte, meunerie, etc.), les huiles essentielles et les PPAM, et la production de semences et plants bio.

13% des entreprises avaient une activité principale dans le secteur animal (en incluant l'alimentation animale) :

- **6%**, soit 571 entreprises, travaillaient spécifiquement dans le secteur des **viandes**. Plus d'un tiers d'entre elles étaient localisées en Pays de la Loire, Bretagne et Midi-Pyrénées.
- **3%** étaient spécialisées dans les **produits laitiers** (conditionnement du lait, fabrication de produits laitiers, etc.). Les régions Franche-Comté, Rhône-Alpes, Bretagne et Pays-de-Loire totalisaient près de la moitié des entreprises du secteur.
- **1%** des entreprises, soit 123 établissements, avaient une activité principale liée à l'**aquaculture** (poissons, crustacés et mollusques). La Bretagne en rassemblait un tiers.
- **2%** étaient orientées vers l'**alimentation animale**, soit 133 entreprises dont 40% en Bretagne et Pays de la Loire (ces entreprises sont incluses dans le secteur animal bien que leurs approvisionnements soient d'origine végétale).
- les autres entreprises spécialisées dans le secteur animal travaillaient principalement les ovoproduits et les produits de l'apiculture.

Répartition des préparateurs bio par secteur d'activité principal bio en 2012

Secteur principal d'activité économique bio	Nombre de préparateurs
Semences et plants	50
Miel	22
Œufs	43
Viandes	571
Poissons, crustacés et mollusques	123
Fruits et légumes	525
Huiles et graisses végétales ou animales	98
Alimentation animale	133
Grains et produits amylacés	238
Produits laitiers	238
Produits de boulangerie-pâtisserie et/ou pâtes alimentaires	5 212
Boulangeries et boulangeries-pâtisseries	2 075
dont : Fabrication industrielle de pain ou pâtes-fraîches	150
Terminaux de cuisson	2 982
Autres produits alimentaires	537
Boissons	589
Huiles essentielles et autres produits à base de PPAM	271
Restauration	76
Multi-produits	197
Autres activités	34
TOTAL	8 957

Source : Agence BIO/OC

Plus de 60 000 unités de travail annuel (UTA) dans les exploitations bio en 2013

Les exploitations bio génèrent **plus d'emplois** que les exploitations conventionnelles : **2,4 Unités de Travail Annuel (UTA) en bio contre 1,5 en moyenne.**

Il existe de **fortes différences selon l'orientation technico-économique des exploitations (OTEX)**. L'écart le plus élevé (de 1 à 2) est observé dans le secteur viticole.

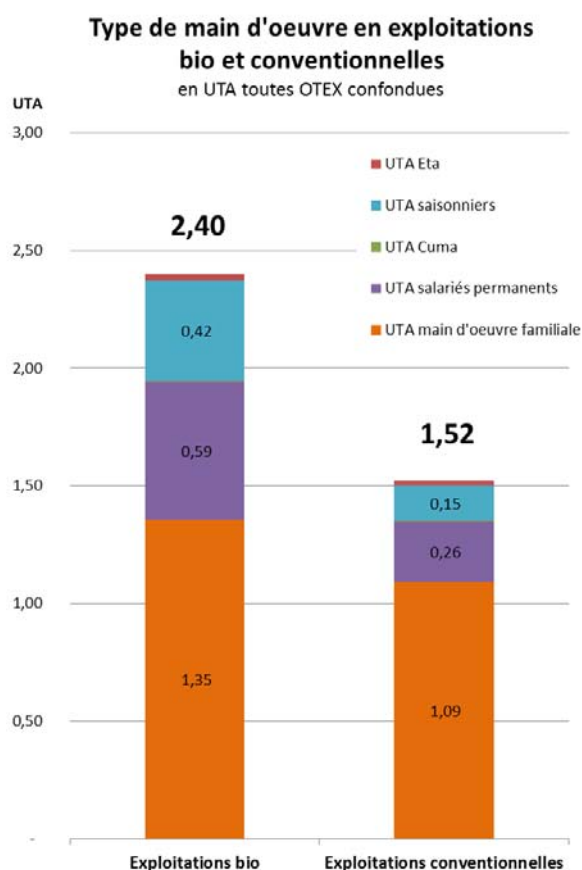
L'unité de travail annuel (UTA) correspond à l'équivalent du temps de travail d'une personne à temps complet pendant un an, y compris les prestations fournies par des entreprises agricoles sur l'exploitation.

A la date du recensement agricole, le total des emplois (en équivalent temps complet : UTA) **en exploitation biologique représentait 5,4 % du temps de travail dans l'agriculture française**, qu'il soit familial, salarié-permanent ou saisonnier.

Le quart du temps de travail en exploitation bio est effectué par des salariés permanents contre 17 % en conventionnel. Les exploitations bio ont recours à plus de main d'œuvre saisonnière (18 % du temps de travail annuel contre 10 % en conventionnel).

Au vu des nouveaux engagements depuis le 1er septembre 2010 jusqu'à fin juin 2013, le nombre total d'emplois dans les fermes bio a dépassé les **60 000 UTA mi-2013**.

Au total, 7% des emplois agricoles en France sont assurés dans des fermes bio.



Source : Recensement agricole 2010

La hausse de la production Bio : réponse à la demande des consommateurs

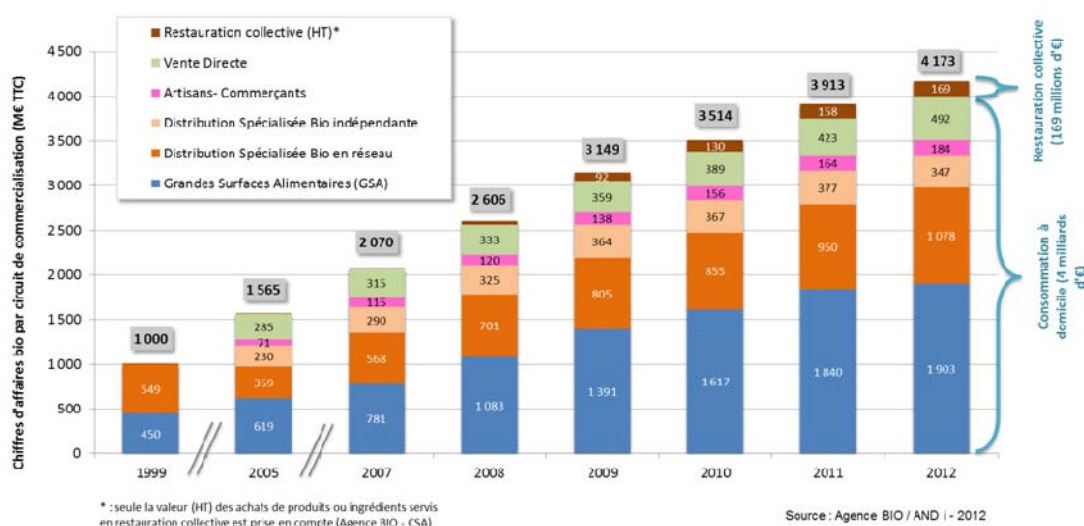
Un marché de plus de 4,1 milliards d'euros en 2012.

- 4 milliards d'euros pour la consommation à domicile

- 169 millions d'euros pour la restauration collective

L'essor qu'ont connu les filières de production biologiques au cours des dernières années a permis de développer l'offre de produits biologiques pour répondre à un marché bio en pleine expansion sur cette période.

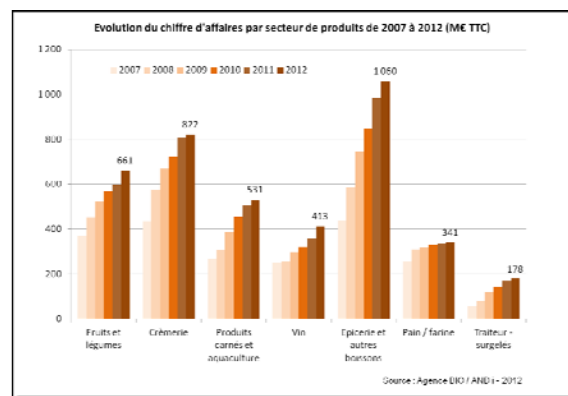
Evolution de la consommation alimentaire bio par circuit de distribution



La consommation à domicile des ménages s'est élevée à 4 milliards d'euros TTC en 2012. Elle a doublé par rapport à 2007 (2 milliards d'euros). Le marché de l'alimentation bio a atteint 2,4% du marché alimentaire total (contre 1,3% en 2007). La part de marché des produits bio est plus ou moins importante suivant les secteurs. Elle est proche de 15% s'agissant des œufs et de 9% pour le lait. Elle atteint près de 6% pour les 14 fruits et légumes les plus consommés en France. **Entre 2011 et 2012, les achats par le consommateur final ont progressé de 6,6% en valeur, en moyenne tous produits et tous circuits confondus.** Les prix ont été relativement stables.

Les achats de produits ou ingrédients bio en restauration collective ont atteint 169 millions d'euros (HT) en 2012, en augmentation de 7% par rapport à 2011.

L'ensemble porte la consommation totale de produits bio à plus de 4,17 milliards d'euros (non compris les achats effectués dans le cadre de la restauration commerciale qui s'implique de plus en plus).



LE MARCHÉ DES PRODUITS BIO
DEVRAIT ATTEINDRE LES 4,5 MILLIARDS D'EUROS EN 2013

Un marché en augmentation dans tous les secteurs de produits

De 2007 à 2012, le marché a doublé, tous secteurs et circuits confondus.

De 2007 à 2012, les ventes de produits traiteurs et surgelés ont triplé et celles de produits d'épicerie et autres boissons ont été multipliées par 2,4. Les ventes de vins ont été multipliées par 1,6 et celles de pain et farine par 1,3.

Des circuits de distribution variés

En 2012, 83% des ventes ont été réalisés via les GSA et les magasins spécialisés bio, 12% directement du producteur au consommateur et 5% par les artisans-commerçants.

La part de marché des GSA est passée de 45% au début des années 2000 à 40% en 2005. Elle s'est élevée jusqu'à 49% en 2011, avant de se situer à 47% en 2012.

Evolution du chiffre d'affaires alimentaire bio par circuit de distribution depuis 2007

En millions d'€	Chiffres d'affaires TTC						Croissance					Parts de Marché					
	2006	2008	2009	2010	2011	2012	08/07	09/08	10/09	11/10	12/11	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	781	1 083	1 391	1 617	1 840	1 903	39%	28%	16%	14%	3%	38%	42%	46%	48%	49%	47%
Distribution Spécialisée Bio en réseau	568	701	805	855	950	1 078	23%	15%	6%	11%	13%	27%	27%	26%	25%	25%	27%
Distribution Spécialisée Bio indépendante	290	325	364	367	377	347	12%	12%	1%	3%	-8%	14%	13%	12%	11%	10%	9%
Artisans-Commerçants	115	120	138	156	164	184	4%	15%	13%	5%	12%	6%	5%	5%	5%	4%	5%
Vente Directe	315	333	359	389	423	492	6%	8%	8%	9%	16%	15%	13%	12%	11%	11%	12%
TOTAL (hors RHD)	2 069	2 562	3 057	3 384	3 755	4 004	24%	19%	11%	11%	7%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Restauration collective (HT)*	1	44	92	130	158	169	4300%	109%	41%	22%	7%						
TOTAL	2 070	2 606	3 149	3 514	3 913	4 173	26%	21%	12%	11%	7%						

* : valeur des achats effectués par les opérateurs

Source : Agence BIO / AND i - 2012

* : valeur des achats effectués par les opérateurs

Source : Agence BIO / AMD i - 2012

Des prix à la vente des produits bio stables, en moyenne, depuis 2009

En 2012, les prix de vente des produits bio ont été relativement stables tous produits confondus avec des variations suivant les catégories de produits:

- à la hausse pour les fruits et légumes (+7%)
- à la baisse pour le rayon crèmerie (-3%),
- stables s'agissant du vin, des produits du rayon épicerie et les produits carnées (1%).

Pour le cas particulier du lait, l'effet prix négatif est compensé par l'effet volume amenant à un marché stable en valeur pour 2012.

Évolution de la valeur des ventes au détail par famille de produits biologiques

Stade de détail (Millions €)	2007	2008	2009	2010	2011	2012						
						Total 2012	Evol. / 11	GSA	Mag. spéc. bio	Artis.-com.	Vente directe	Part des appro. ext.
Viande bovine	109	112	136	146	159	169	6%	107	10	27	25	0%
Viande porcine	27	36	40	52	58	63	8%	33	13	7	10	1%
Viande agneau	26	29	29	32	35	37	7%	17	3	11	7	1%
Volaille	70	79	92	109	119	122	2%	64	35	3	20	1%
Charcuterie salaison	26	35	51	65	75	76	2%	49	25	1	1	10%
Mer-Saurisserie-Fumaison	5	17	36	50	60	64	7%	53	9	1	1	78%
Total produits carnés et produits de la mer	264	308	385	454	506	531	5%	323	94	50	64	11%
Lait	138	195	237	245	269	269	0%	221	41	0	7	7%
Produits laitiers	162	210	235	269	311	316	2%	192	79	2	44	9%
Œufs	136	170	196	209	228	237	4%	148	76	2	11	1%
Total crèmerie	435	575	668	723	807	822	2%	560	196	4	62	6%
Traiteur - surgelés	58	78	119	143	169	178	5%	112	60	5	0	39%
Epicerie sucrée	190	251	323	365	414	453	9%	179	264	3	7	54%
Epicerie salée	167	226	275	315	374	395	6%	187	204	1	3	50%
Total traiteur, surgelés et épicerie	415	555	717	823	958	1025	7%	477	528	9	10	43%
Vin	249	254	298	322	359	413	15%	80	113	70	150	1%
Boissons végétales	39	44	58	61	65	70	8%	34	35	0	1	80%
Jus de fruits & de légumes	40	55	77	90	109	123	13%	87	31	0	6	80%
Autres boissons	3	9	11	15	18	19	4%	7	4	1	7	13%
Total boissons	331	362	443	487	551	626	14%	208	183	71	164	28%
Pain / Farine *	254	310	320	328	336	341	1%	132	146	42	20	9%
Fruits et Légumes	370	451	523	569	597	661	11%	203	278	8	173	34%
TOTAL	2 069	2 561	3 056	3 384	3 755	4 004	6,6%	1 903	1 425	184	492	25%

* - les approvisionnements externes en pain et farine concernent l'approvisionnement en grains

Source : Agence BIO / AND i - 2012

* : les approvisionnements externes en pain et farine concernent l'approvisionnement en grains

Source : Agence BIO / AMD i - 2012

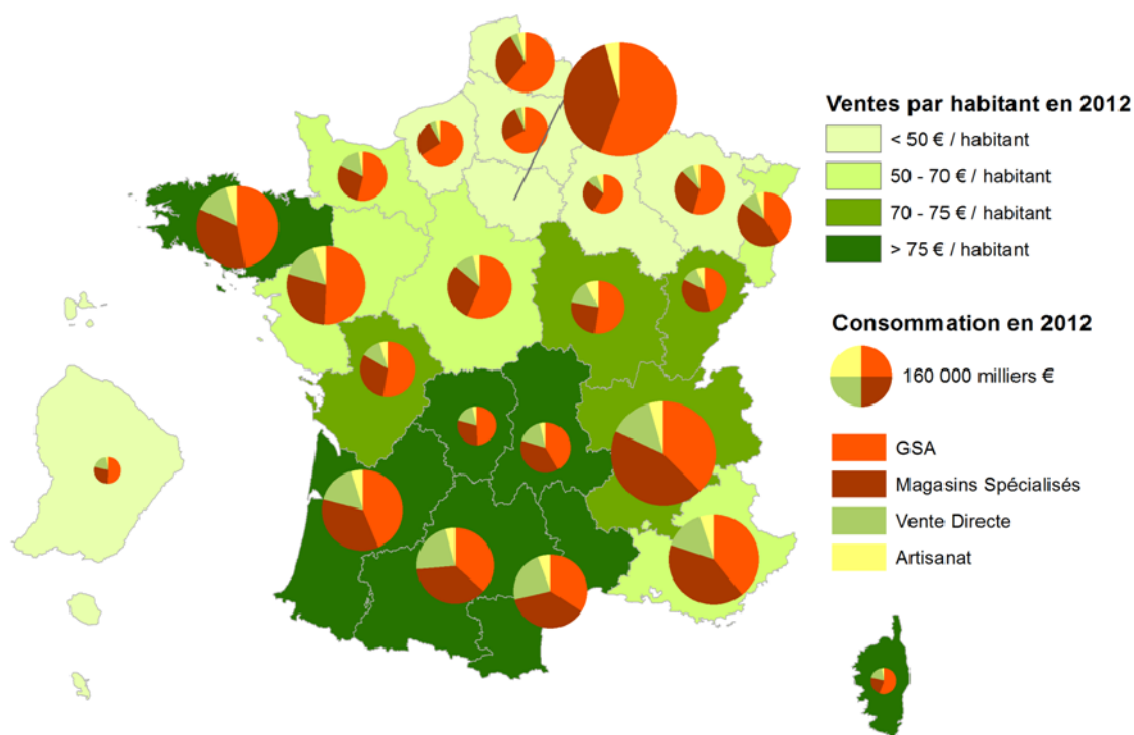
Les achats de produits biologiques dans les régions.

L'estimation de la répartition des ventes de produits biologiques par région ramenée à la population fait ressortir des écarts importants. L'Aquitaine a une dépense moyenne par habitant plus de 2 fois supérieure à celle du Nord-Pas de Calais.

La place des différents circuits de distribution est également variable à l'échelle régionale. En Rhône-Alpes, Alsace et PACA, plus de 40% des achats de produits bio sont réalisés dans les réseaux spécialisés. En Picardie, Haute-Normandie et Nord Pas-de-Calais, plus de 60% des achats sont effectués dans la grande distribution. La vente directe représente environ 20% de la commercialisation en Corse, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon.

Suivant les régions, les catégories de produits peuvent être plus ou moins présentes, en relation notamment avec l'offre régionale.

Répartition régionale et par circuit de distribution des ventes de produits biologiques en 2012



Source : Agence BIO / AND i - 2012

Une évolution contrastée entre 2011 et 2012

Entre 2011 et 2012, les ventes ont augmenté dans toutes les régions sauf en Picardie où l'on estime la baisse à 6,5 %. L'essentiel de cette décroissance est dû à la baisse des surfaces de magasins spécialisés non compensée par les autres circuits.

- Dans les réseaux spécialisés bio, la consommation est en forte augmentation (+ de 10%) dans 9 régions tandis qu'elle baisse dans 2 régions.
- La consommation dans les grandes surfaces alimentaires est en légère diminution dans 3 régions (Ile-de-France, Lorraine et Picardie). Des croissances supérieures à 5% sont enregistrées dans 10 régions.

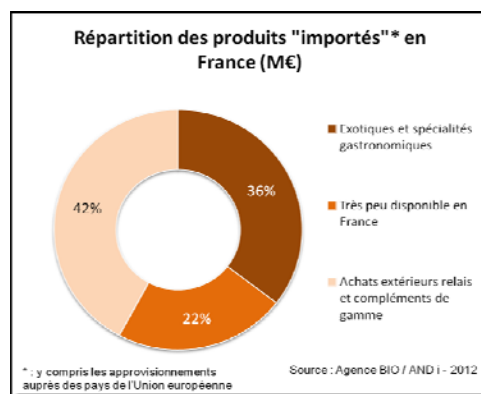
- La vente directe est en augmentation dans toutes les régions, tandis que la consommation via les artisans est en augmentation (+ de 10%) dans 13 régions et en régression dans 4 régions.

Les approvisionnements en France gagnent du terrain

Les approvisionnements à l'extérieur de la France sont plus ou moins développés suivant les secteurs. Depuis 2010, la part des produits bio provenant de l'extérieur du pays est en baisse.

Les approvisionnements externes sont passés, tous produits confondus y compris exotiques, de 38% en 2009 à 32% en 2011 puis **25% en 2012**. Ils sont composés :

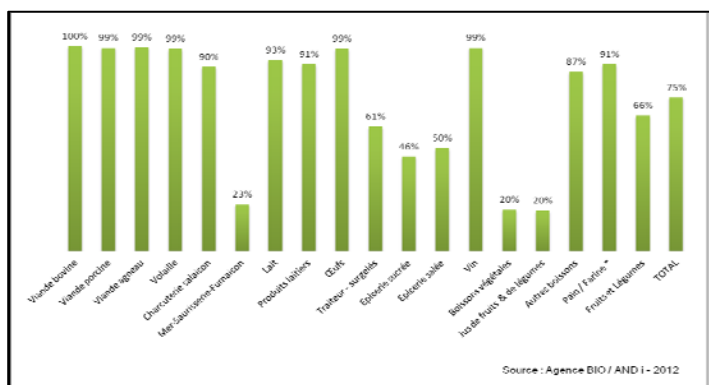
- de produits exotiques : 36% (bananes, autres fruits exotiques, café, thé, cacao...) venant de pays tiers à l'Union européenne ;
- des productions peu ou très peu disponibles en France : 22% (agrumes, soja, aquaculture, légumes méditerranéens, divers produits d'épicerie) ;
- des achats extérieurs relais de l'offre française et/ou des compléments de gamme : 42% (céréales et fruits et légumes tempérés frais ou transformés).



L'augmentation de la part des approvisionnements en France est notamment significative dans le secteur des fruits et légumes (plus de 30 points en 2 ans), et dans le secteur du lait et des produits laitiers (plus de 15 points en 2012 par rapport à 2010).

Le développement de la production en France va donc de plus en plus permettre de satisfaire les attentes des consommateurs avec des produits de proximité, le plus possible.

Part des produits bio consommés en France venant de France, en 2012



75% des produits bio consommés en France, ou matières premières utilisées, sont d'origine France.

10% sont des produits « **exotiques** » dont on ne dispose pas en France.

5% sont des produits pour l'heure **peu disponibles** en France avec des perspectives d'augmentation de l'offre française à moyen terme.

10% sont des produits achetés le plus souvent dans des **pays européens** dans des secteurs où l'offre française prédomine très largement et ne cesse d'augmenter.

Restauration Collective : la Bio de plus en plus souvent dans les assiettes

Le marché bio dans le secteur de la restauration collective a quasiment doublé en 3 ans, et a progressé de 7% entre 2011 et 2012. Début 2013, la bio était présente dans plus d'un restaurant collectif sur 2.

En 2012, 4 530 opérateurs (2 100 producteurs, 1 560 transformateurs et 870 distributeurs) déclaraient fournir la restauration collective avec leurs produits bio, soit une augmentation de 8% par rapport à 2011.

Les produits bio : partie intégrante du paysage alimentaire des Français

En 2012, 64% des Français ont consommé bio, et la part des consommateurs réguliers s'élève à 43%, alors qu'elle était de 37% en 2003 et de 40% en 2011 :

- 21% des Français ont déclaré consommer des produits bio ne serait-ce que de temps en temps en 2012,
- 20% des Français consomment au moins un produit bio au moins 1 fois/mois,
- 15% des Français consomment au moins un produit bio au moins 1 fois/semaine,
- 8% des Français consomment au moins un produit bio chaque jour.

Agriculture Biologique :

Les fondamentaux

La Bio dans l'Union européenne : une réglementation harmonisée

Un mode de production et de transformation très encadré

La réglementation européenne en agriculture biologique, entièrement révisée en 2009, vise notamment à offrir une meilleure lisibilité au consommateur, à renforcer le processus d'harmonisation entre les États membres et à faciliter l'identification de l'origine des produits.

Cette réglementation précise les fondamentaux de la Bio, liés aux principes d'interdiction d'utilisation :

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

En savoir plus :

Officiellement reconnue par les Pouvoirs publics français depuis la loi d'orientation agricole de 1980, l'agriculture biologique a fait l'objet de cahiers des charges nationaux avant d'être régie au plan européen (règlement (CEE) n°2091/92 du Conseil du 24 juin 1991).

Depuis le 1^{er} janvier 2009, les opérateurs bio européens disposent d'une nouvelle réglementation harmonisée (règlement cadre (CE) n°834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 et règlement d'application (CE) n°889/2008 de la Commission du 5 septembre 2008).

Les textes complets ainsi que des guides de lecture sont disponibles sur :

- ✓ le site de l'Agence Bio (www.agencebio.org),
- ✓ le site du Ministère en charge de l'Agriculture (www.agriculture.gouv.fr),
- ✓ le site de l'INAO (www.inao.gouv.fr).

Harmonisation des normes et transparence pour le consommateur

En 2009, un nouveau pas a été franchi pour harmoniser et étendre les normes au plan européen, rendant le système plus transparent pour les consommateurs. Dans tous les domaines concernés par la réglementation européenne, les cahiers des charges nationaux encore applicables pour les produits animaux ont été abrogés. C'est le cas du cahier des charges français qui subsiste cependant pour les produits non couverts, ou pas encore, par la réglementation européenne, à savoir :

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

Des cahiers des charges privés peuvent toujours s'appliquer, mais doivent respecter au minimum les règles européennes en vigueur (certification selon la réglementation européenne) pour pouvoir faire référence aux termes bio ou biologique.

Zoom sur...

Le lien au sol

La production hors sol est interdite en agriculture biologique. En particulier, l'éleveur doit garantir un double lien au sol au niveau de :

- l'alimentation des animaux en se procurant principalement des aliments provenant de l'exploitation elle-même ou d'autres exploitations biologiques de la même région,
- la gestion des effluents qui doivent être épandus sur les terres agricoles biologiques de l'exploitation ou, à défaut, sur celles d'un autre opérateur bio de la région, après accord de coopération.

Les OGM

Toute référence à l'agriculture biologique sur les produits contenant des OGM est rendue explicitement impossible par la nouvelle réglementation européenne en agriculture biologique, qui interdit formellement leur utilisation. Le seuil de 0,9% de présence fortuite et techniquement inévitable, fixé par la réglementation générale, n'est donc en aucun cas une tolérance. Il s'agit d'une obligation d'étiquetage au-delà de ce seuil non spécifique à l'agriculture biologique.

Les opérateurs de la filière bio prennent toutes les mesures de précaution nécessaires et les organismes certificateurs appliquent une grille d'analyse des risques pour éviter toute contamination.

Les filières bio sous contrôle

Pour commercialiser leurs produits comme étant issus de l'agriculture biologique, agriculteurs et entreprises de collecte, de transformation et de distribution doivent obligatoirement faire contrôler et certifier leur activité par un organisme agréé par les Pouvoirs publics et accrédité pour sa compétence, son indépendance et son impartialité. De plus, ils doivent notifier leur activité auprès de l'Agence BIO.

Un annuaire officiel des opérateurs en agriculture biologique :

<http://annuaire.agencebio.org>

En France, tous les opérateurs de la filière bio doivent notifier leur activité auprès de l'Agence Bio. Outre l'obligation réglementaire que représente la notification, celle-ci leur offre la possibilité de figurer dans l'annuaire professionnel des opérateurs en agriculture biologique et de faire connaître leur activité.

Une surveillance approfondie

Des contrôles approfondis et inopinés sont réalisés par les organismes certificateurs. Ceux-ci ont pour mission de s'assurer que la réglementation européenne en agriculture biologique est bien respectée.

Les contrôles portent sur l'ensemble du système de production (parcelles de terre, troupeaux, pratiques de culture et d'élevage, lieux de stockage, transformation, étiquetage, comptabilité matière, conformité des recettes et produits correspondants, garanties données par les fournisseurs...).

Des prélèvements pour analyse sont effectués par sondage afin de vérifier la non-utilisation de produits interdits (pesticides, OGM...).

Ces contrôles et prélèvements pour analyses s'ajoutent à ceux effectués de façon générale par les Autorités françaises sur l'ensemble des produits agricoles et alimentaires.

L'étiquetage : garantie de conformité

Au regard des résultats des contrôles et des analyses, un certificat est délivré pour les produits jugés conformes à la réglementation européenne et française en vigueur. Des sanctions sont appliquées en cas de non respect. L'étiquetage est la traduction concrète de cette certification.

En 2010, le logo européen est devenu obligatoire pour les denrées préemballées dans l'Union européenne et composées d'au moins 95% d'ingrédients biologiques. Il figure ainsi sur les emballages des produits biologiques présentés au consommateur final avec, dans le même champ visuel, le numéro de code de l'organisme certificateur, ainsi que la mention d'origine des matières premières agricoles. Le logo français AB reste facultatif.

Des importations étroitement surveillées

Pour être commercialisés en tant que tels, les produits biologiques importés dans l'Union européenne doivent être conformes aux règles de production et soumis aux dispositions de contrôle prévues par la réglementation européenne.

Les produits importés doivent en outre être couverts par un certificat délivré par un organisme de contrôle agréé.

La Commission européenne a établi une liste de pays tiers (Argentine, Australie, Canada, Costa Rica, États-Unis, Inde, Israël, Japon, Nouvelle Zélande, Suisse et Tunisie), et d'organismes de contrôle appliquant des règles de production et des dispositions de contrôle équivalentes à celles prévues par la réglementation européenne.

En ce qui concerne les pays tiers et organismes ne figurant pas sur ces listes, des autorisations d'importation peuvent être données au cas par cas par les États membres en application de ces critères.

Huit organismes certificateurs agréés en France

Numéro de code	Nom	Adresse	Téléphone/ télécopieur	Site Internet
FR-BIO-01	ECOCERT FRANCE	B.P 47 32600 L'ISLE-JOURDAIN	05 62 07 34 24 05 62 07 11 67	www.ecocert.fr
FR-BIO-07	AGROCERT	6 rue Georges Bizet 47200 MARMANDE	05 53 20 93 04 05 53 20 92 41	www.agrocert.fr
FR-BIO-09	CERTIPAQ (marques : ACLAVE / CERTIPAQ)	56, rue Roger Salengro 85013 LA ROCHE SUR YON Cedex	02 51 05 41 32 02 51 05 27 11	www.bio.certipaq.com
FR-BIO-10	BUREAU VERITAS/QUALITE- FRANCE	Immeuble le Guillaumet 60, avenue du Général De Gaulle 92046 LA DEFENSE Cedex	01 41 97 00 74 01 41 97 08 32	www.qualite-france.com
FR-BIO-12	CERTISUD	70, avenue Louis Sallenave 64000 PAU	05 59 02 35 52 05 59 84 23 06	www.certisud.fr
FR-BIO-13	CERTIS	3,rue des Orchidées Immeuble le Millepertuis Les Landes d'Apigné 35650 LE RHEU	02 99 60 82 82 02 99 60 83 83	www.certis.com.fr
FR-BIO-15	BUREAU ALPES CONTROLES	PAE Les Galisins 3, impasse des Prairies 74940 ANNECY-LE-VIEUX	04 50 64 06 75 04 50 64 06 02	www.alpes-controles.fr
FR-BIO-16	QUALISUD	15, avenue de l'Océan 40500 SAINT SEVER	05 58 06 15 21 05 58 75 13 36	www.qualisud.fr

Productions végétales bio : des pratiques en cohérence avec la nature

Fertilité des sols et respect des écosystèmes

Le maintien ou l'augmentation de la fertilité du sol est une priorité en agriculture biologique. Cet objectif est atteint grâce à :

- des rotations de cultures appropriées permettant au sol de se régénérer,
- la culture d'engrais verts et de légumineuses,
- le recyclage et le compostage des matières organiques,
- l'apport de matières organiques provenant de l'exploitation pour les fermes en polyculture élevage.

Des méthodes de défense naturelles

Il est possible en agriculture biologique de recourir à :

- un travail du sol avec des outils performants et appropriés, au bon moment (de nombreuses techniques alternatives de désherbage existent),
- un choix d'espèces rustiques mieux adaptées au mode de production biologique,
- des rotations et des associations de cultures, permettant de couvrir le sol et d'apporter les nutriments nécessaires à la croissance et au développement des plantes,
- des haies favorables à la biodiversité et à la présence d'auxiliaires,
- la lutte biologique en cas de nécessité.

Des engrais, amendements ou moyens de lutte d'origine naturelle ou dérivés de substances naturelles sont autorisés en complément uniquement s'ils figurent dans les listes des annexes I et II du règlement CE n°889/2008.



Élevage bio : des normes élevées de bien-être animal

La nature comme référence

- L'élevage hors sol est interdit.
- Tous les animaux ont accès aux parcours extérieurs et les ruminants pâturent dès que les conditions le permettent.
- Chaque animal dispose d'un espace bien aéré, de lumière et d'une surface minimum, paillée à l'intérieur des bâtiments, lui permettant de se mouvoir librement.
- La densité des animaux et la taille des bâtiments sont limitées.
- Les traitements hormonaux, le clonage et le transfert d'embryon sont interdits.



Une alimentation bio

- La nourriture des animaux est obtenue suivant les règles de l'agriculture biologique.
- L'élevage des vaches et brebis, herbivores, repose sur l'utilisation maximale des pâturages, selon leurs disponibilités durant les différentes périodes de l'année. Par ailleurs, leur alimentation est complétée par d'autres fourrages provenant majoritairement de l'exploitation elle-même.
- Les jeunes mammifères sont nourris de préférence au lait maternel.
- Le gavage est interdit en agriculture biologique.

Priorité au bien-être et à la prévention

Les souches et races choisies sont les plus adaptées et les plus résistantes possible, de préférence indigènes ou locales. La santé des animaux est axée principalement sur la prévention, avec des méthodes et conditions d'élevage privilégiant le bien-être animal et stimulant les défenses naturelles.

En cas de problème sanitaire, homéopathie et phytothérapie sont utilisées en priorité.

Afin de limiter au maximum la souffrance des animaux, en cas de besoin, à titre exclusivement curatif, les médicaments vétérinaires sont utilisables, sans perte de la certification biologique à condition de :

- ne pas dépasser le nombre maximum de traitements annuels autorisés par espèce (de 1 à 3 suivant la durée de vie de l'animal),
- doubler le délai d'attente légal avant commercialisation.

En outre, la réglementation générale sur les vaccins, les antiparasitaires et les traitements obligatoires s'applique. Toutes les interventions sont enregistrées sur le cahier d'élevage et vérifiées par l'organisme certificateur.



Transformation : sous haute surveillance

Des matières premières surveillées de près

Des mesures de précaution et une identification systématique sont exigées à tous les stades pour éviter toute pollution ou contamination par des produits non autorisés. Cela se traduit notamment par :

- ✓ un stockage des matières premières et des produits finis bio dans un endroit clairement identifié,
- ✓ une fabrication par séries complètes bio, séparées physiquement ou dans le temps des opérations sur les produits conventionnels,
- ✓ des procédures adaptées et une comptabilité qui distingue bien les achats, ventes et stocks de produits bio et non bio.

Des procédés de transformation réglementés

Les procédés de transformation utilisés doivent garantir le maintien de l'intégrité biologique et des qualités essentielles des produits à tous les stades. Ainsi, les méthodes biologiques, mécaniques et physiques sont privilégiées (ex : farine sur meule, huile de pression à froid...). Les traitements ionisants et par osmose inverse sont interdits.

Une utilisation restreinte des additifs et auxiliaires de fabrication

L'utilisation d'additifs et auxiliaires n'est permise que lorsque leur usage est indispensable à la préparation de certains aliments transformés, et strictement restreinte à une liste positive qui figure dans l'annexe VIII du règlement d'application (CE) n°889/2008.

La liste précise pour quel type de denrée l'additif est utilisable.

Certains additifs sont d'origine agricole et peuvent être bio. C'est le cas des épaississants utilisés en production biologique : farine de graines de caroube et gomme de guar issues de graines de plantes légumineuses ou encore gomme arabique.

Conversion : dans les règles

La conversion correspond à la période de transition entre un mode de production conventionnel et l'obtention de la certification « agriculture biologique ». L'opérateur suit les règles de production de l'agriculture biologique sous le contrôle d'un organisme certificateur, mais ne bénéficie pas encore de la mention « bio » pour ses produits.

Cultures : jusqu'à 3 ans de conversion

La période de conversion est fixée à :

- deux ans avant ensemencement pour les cultures annuelles,
- trois ans avant la récolte pour les cultures pérennes.

Elle peut être réduite dans certains cas particuliers (prairies naturelles, friches, parcours...) définis par chaque Etat membre et en fonction de l'examen des preuves de l'utilisation antérieure des sols. Elle peut également être prolongée (présence de résidus...).



Une valorisation sous la mention « en conversion vers l'agriculture biologique » est possible à partir de la deuxième année pour les produits végétaux en tant que tels, fruits et légumes et vins en particulier.

Elevages : de 6 semaines à 12 mois de conversion

La période de conversion est variable suivant les espèces, allant de six semaines (pour les poules pondeuses) à 12 mois (pour les bovins et les équins). Elle s'applique à partir du moment où la surface de l'exploitation destinée au pâturage ou à l'alimentation de ces animaux est elle-même certifiée en agriculture biologique.

En cas de conversion simultanée de l'ensemble des surfaces et animaux, la durée totale de conversion peut être ramenée à 24 mois.

Transformation : une certification sans délai sous certaines conditions

L'obtention de la certification agriculture biologique est possible, après contrôle attestant de la conformité des pratiques et des produits, sans délai.

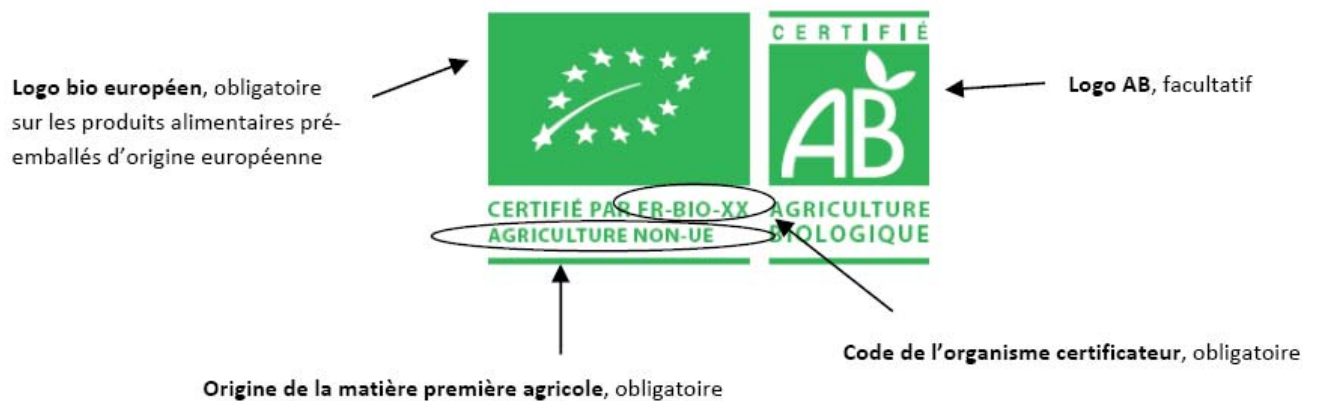
Produits bio : tout est sur l'étiquette

Comment reconnaître un produit bio ?

Pour reconnaître un produit bio, il suffit de s'assurer que son étiquette comporte :

- le logo bio européen et/ou le logo AB
- la mention « bio » ou « biologique », toujours accompagnée de la référence à l'organisme ayant certifié le produit sous la forme de son numéro de code (ex. en France : FR-BIO-01, FR-BIO-07...).

Exemple d'étiquetage :



Si l'on est face à un produit comportant moins de 95% d'ingrédients biologiques, il ne peut afficher ni le logo européen ni le logo AB et son étiquetage doit préciser :

- les ingrédients biologiques entrant dans sa composition,
- le pourcentage total d'ingrédients biologiques par rapport à la quantité totale de ses ingrédients d'origine agricole.

Comment savoir d'où viennent les produits biologiques ?

- En application de la réglementation générale concernant les viandes, les fruits & légumes et les produits laitiers, le nom du pays d'origine doit être inscrit sur les étiquettes des produits ou, en l'absence d'étiquetage, affiché sur le lieu de vente.
- En complément, depuis 2010, l'ensemble des produits biologiques portant le logo européen, y compris les produits transformés, affichent en plus la mention :
 - « Agriculture France » (ou « Agriculture Italie »...) lorsqu'au moins 98% des matières premières agricoles proviennent de ce pays,

- o « Agriculture UE » lorsque la matière première agricole a été produite dans l'Union européenne,
- o « Agriculture non-UE » lorsque la matière première agricole a été produite dans un ou des pays tiers à l'Union européenne,
- o « Agriculture UE/non-UE » lorsqu'une partie de la matière première agricole a été produite dans l'Union européenne et une autre dans un pays tiers, ou lorsque l'origine des matières premières diffère d'un lot à l'autre.

Qu'est-ce qu'un produit « en conversion vers l'agriculture biologique » ?

Il s'agit d'un produit obtenu selon les règles de l'agriculture biologique, mais n'ayant pas encore le droit de porter la mention bio ou biologique. En effet, lorsqu'un agriculteur décide de produire en respectant le cahier des charges de la bio, il doit passer une période d'adaptation de deux à trois ans (selon les productions) avant d'avoir le droit de se prévaloir de la mention bio ou biologique.

Comment s'y retrouver dans la liste des ingrédients ?

- Sur l'étiquetage des produits transformés, les ingrédients sont cités par ordre d'importance décroissante, avec ceux d'origine agricole listés en premier en général.
- La liste des ingrédients comprend également les additifs alimentaires, ajoutés pour préserver ou améliorer les caractéristiques d'un produit (conservation, goût, aspect, couleur...). Les additifs sont mentionnés soit en toutes lettres, soit par leur code (lettre E suivie de trois ou quatre chiffres).
- En bio, le nombre d'additifs autorisés est fortement restreint⁴ (47 contre 300 en conventionnel) et la plupart sont d'origine agricole ou naturelle. Ne sont autorisés en bio que ceux dont l'usage est indispensable à la préparation de certains aliments transformés (ex : la pectine pour la gélification des confitures).
- L'enrichissement en vitamines, minéraux, antioxydants... est interdit en bio, sauf si cela est exigé par la loi (ex : petits pots pour bébé).

L'objectif pour les transformateurs de produits biologiques est donc d'avoir recours à des procédés de formulation et de transformation assurant le maintien des qualités nutritionnelles présentes dans les matières premières à tous les stades de fabrication.

⁴ Le règlement-cadre de l'agriculture biologique (règlement (CE) n° 834/2007) et ses règlements d'application (notamment le règlement (CE) n°889/2008) précisent la liste des produits autorisés

Zoom sur les œufs bio

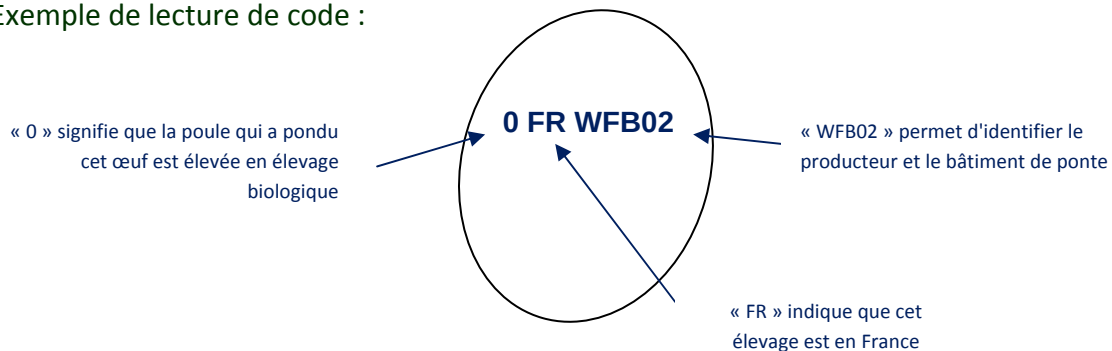
Le mode d'élevage des poules pondeuses est obligatoirement indiqué sur les emballages des œufs.

De plus, les œufs (sauf en cas de vente directe) sont marqués d'un code désignant le numéro distinctif du producteur et permettant d'identifier le mode d'élevage.

La signification de ce code est expliquée sur la face extérieure ou intérieure de l'emballage :

- 0 = poule élevée en élevage biologique,
- 1 = poule élevée en plein air (les poules sont en extérieur avec un bâtiment pour les abriter des intempéries),
- 2 = poule élevée au sol (les poules sont élevées en liberté dans un bâtiment),
- 3 = poule élevée en cage (dans un bâtiment).

Exemple de lecture de code :



Pour en savoir plus :

www.agencebio.org

www.agriculture.gouv.fr

www.organic-farming.europa.eu

 [facebook/AgricultureBIO](https://facebook.com/AgricultureBIO)
 [@leblogdelabio](https://twitter.com/leblogdelabio)

www.leblogdelabio.com

ADOCOM RP - Service de Presse de l'Agence BIO

Tél : 01 48 05 19 00 - Fax : 01 43 55 35 08 - Courriel : adocom@adocom.fr



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE LA FRANCE

