

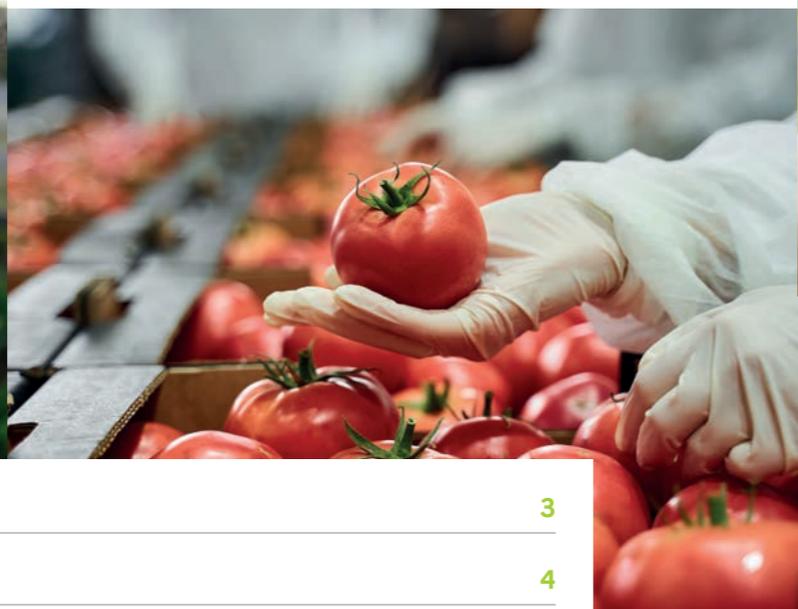


Pour un  
monde plus Bio

RAPPORT  
D'ACTIVITÉ  
2024



# Sommaire



Édito	3
Qu'est-ce que l'Agence BIO ?	4
L'Agence BIO, la référence pour les décideurs publics et les parties prenantes	6
Les temps forts de l'année	8
Porter la voix du bio	10
Produire et partager les données bio	18
Construire les filières bio de la fourche à la fourchette	26
Une gestion responsable	34



# Édito



Par  
**Laure Verdeau**  
Directrice de l'Agence BIO

et  
**Jean Verdier**  
Président de l'Agence BIO

**2024, année olympique pour l'Équipe de France du Bio**, rassemblée pour construire l'avenir pour le premier séminaire, un peu comme un Clairefontaine ou un Marcoussis du bio.

L'Agence BIO a endossé plusieurs rôles clés qui font partie de ses missions: capitaine pour la stratégie visant à ramener les citoyens-consommateurs vers le label bio, entraîneur pour faire progresser l'écosystème, avant-centre pour engager les actions.

Et l'Équipe de France du Bio, c'est tout le monde. Entreprises, distributeurs, interprofessions, régions, métropoles, enseignes de distribution... Chacun peut endosser le maillot et jouer.

**Parce qu'en bio, on joue avant tout pour l'intérêt général.**

Plus de bio, c'est plus de souveraineté alimentaire, moins d'importations, des nappes phréatiques restaurées, plus de biodiversité, des agriculteurs heureux et surtout des produits délicieux.

Nos terroirs bio ont du talent, et l'ont montré avec fierté. Partout sur le territoire, des lauréats du Fonds Avenir Bio ont structuré des filières bio made in France solides pour proposer des produits populaires et gourmands, en impliquant aussi bien les acteurs historiques du bio que les débutants prometteurs.

C'est à cette condition que nous répondrons aux attentes des consommateurs comme aux

objectifs que la France s'est fixée – avec en ligne de mire: 21% de surfaces agricoles bio et 20% de bio dans les assiettes des cantines.

**Le défi est de taille:** gérer plus de 27 millions d'euros au service du développement du bio, avec un budget communication passé de 0,7 à 7,8 millions d'euros entre 2021 et 2024, un Fonds Avenir Bio passé de 8 millions en 2020 à 16,4 millions d'euros en 2024, le tout à effectifs constants: 24 personnes dédiées 100% au bio.

**Nous sommes honorés d'être renforcés dans nos missions d'intérêt général**, de compiler avec l'Observatoire National de l'Agriculture Biologique des dizaines de sources pour analyser et partager ce qui représente la seule vision panoramique du bio, à la fois sur ses débouchés et dans les champs. Ce socle commun contribue à éclairer les décisions, renforcer la transparence, et guider l'action publique comme les choix des agriculteurs, des entreprises et des citoyens-consommateurs.

Enfin, notre plus grande richesse reste le collectif que nous animons. Au-delà de fédérer sous l'étendard #AyonsleBioRéflexe, nous sommes heureux de brasser les intelligences autour de nos temps forts et nos Commissions. Ce collectif est la preuve vivante que le bio est plus qu'un label: c'est un projet de société.

**Restons unis, ambitieux, et déterminés. Le match se joue tous les jours, et l'envie de gagner ne nous manquera jamais.**



# Qu'est-ce que l'Agence BIO?

L'agence nationale pour le développement de l'agriculture biologique.

## Un rôle clé dans le Programme Ambition Bio

L'Agence BIO contribue à atteindre les objectifs définis par l'Union européenne et l'État français à travers des directives, lois et plans dédiés.



Programme Ambition Bio 2027

**18%**

de la surface agricole utile convertie en agriculture biologique à horizon 2027, puis avec la Loi d'Orientation Agricole 2025, 21% de bio en 2030



Loi EGalim

**20%**

de bio en restauration collective



## Des bénéfices pour tous

- Des sols vivants et fertiles
- Une eau de qualité
- Une biodiversité préservée
- La lutte contre le changement climatique
- L'emploi et le dynamisme des territoires
- Une alimentation saine et nutritive

## Des expertises complémentaires et interconnectées

**Promouvoir** le bio et ses atouts auprès des citoyens-consommateurs

**Expliquer les bénéfices du bio** et les preuves scientifiques

**Donner les clés** pour en consommer plus



**Informer**

Notifier les acteurs du bio



Gérer la marque AB



**Nos missions d'intérêt général**



**Analyser**

**Collecter** les données

**Analyser** le secteur de l'amont à l'aval

**Partager l'information** avec les acteurs



**Financer**

**Financer des infrastructures** pour renforcer la filière sur tout le territoire via le Fonds Avenir Bio

**Fédérer des acteurs du financement public et privé** autour de projets collectifs





# L'Agence BIO, la référence pour les décideurs publics et les parties prenantes



## Centralisation des notifications des opérateurs du bio en France

Tous les opérateurs du bio se déclarent auprès de l'Agence BIO



## Évaluation du marché bio

- Observatoire National de la consommation bio
- Notes de conjoncture
- Rapport annuel de marché
- Études filières
- Études internationales

Une connaissance partagée avec et pour...



[www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

- Les décideurs publics
- Les élus
- EUROSTAT/MASA (Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire)
- Les instituts (INRAE/ITAB)
- Les interprofessions
- Les Interbios
- Les Chambres d'agriculture
- Les agriculteurs/producteurs
- Les entreprises bio (transformateurs, distributeurs...)
- Les restaurateurs
- Les citoyens-consommateurs
- Le grand public
- Les étudiants
- ...



## Données agricoles bio

- Référencement cartographique des parcelles
- Annuaire des professionnels bio
- Observatoire National de la production bio



## Baromètres et perspectives

- Perception des consommateurs
- Moral des producteurs

# Les temps forts de l'année

**119 M**  
de contacts générés

**FÉVRIER**

**Campagne #Bioréflexe dans les couloirs du métro parisien à l'occasion du SIA: une première!**

Également sur les ondes de Radio France (classiques et sponsoring), sur les réseaux sociaux (programmétique) et en affichage animé dans les gares et les centres commerciaux



**AVRIL**

**Lancement de la tournée du BioTour**

le bus qui se rend au plus près des consommateurs avec une toute première étape à Clermont-Ferrand



**JUIN**

**Organisation d'un séminaire « War game » réunissant plus de 60 parties prenantes**

pour définir la raison d'être, le manifesto de la filière bio, le positionnement et les objectifs de la campagne de communication 2025



**SEPTEMBRE**

**Clôture du BioTour 2024**

sur les deux dernières étapes d'Orléans et Tours, avec une présence du bio bus sur 12 étapes au total



**NOVEMBRE**

**Mobilisation des chef.fes ambassadeurs de la campagne «Cuisinons Plus Bio»**

au Salon des Maires et des Collectivités Locales (SMCL) du 19 au 21 novembre



**JANVIER**

**Déploiement de l'espace professionnel de CartoBio**

pour les agriculteurs bio et les organismes certificateurs

**Baromètre de la perception et de la consommation des produits biologiques**

**Conférence de presse dédiée sur le stand de l'Agence BIO au SIA**

**154** retombées presse  
**32,4 M** de contacts

**3** Unes de médias (Le Monde, La Croix, Ouest France)

**Printemps Bio**

**MAI**

**Journée internationale de la biodiversité et mise à l'honneur du bio à la table de l'Élysée**



**Mise à disposition d'un Open Agenda**

pour recenser et donner de la visibilité aux événements organisés par les acteurs de l'écosystème en France

**Conférence de presse: chiffres clés de la production et du marché bio**

Valorisation des données auprès des medias lors d'une Conférence de presse à Reims et mise à disposition sur le site de l'Agence BIO

**JUILLET**

**Appel à Projet pour amplifier la campagne #Bioréflexe dans les territoires**

**OCTOBRE**

**Lancement de l'appel à projets dans le cadre du Plan d'appui à la filière laitière biologique,**

pour une enveloppe de 2 M€, dont 300000 € pour la filière ovins/caprins

**44 dossiers** soutenus en fin de campagne

**Mise en ligne de la nouvelle version de l'Annuaire officiel des professionnels certifiés bio**

**DÉCEMBRE**

**Campagne #Bioréflexe en radio, dans les gares, les centres commerciaux.**

Création par Thibaut Spiwack de huit recettes pour chacune des interprofessions de l'Équipe de France du Bio

**85 M** de contacts générés  
58M sur le media radio et 26,2M sur le DOOH (instore + vitrine)

**+104 M** d'impressions





# Porter la voix du bio

**Mobiliser autour du bio, c'est s'adresser à un public très diversifié** avec des intérêts, des besoins et des attentes différents. C'est encourager les citoyens-consommateurs à mettre un petit peu plus de bio chaque jour dans l'assiette, car sans consommation, pas de débouchés pour les productions bio dans les champs.

**C'est travailler avec les territoires** pour renforcer la part du bio dans la restauration collective publique, des écoles aux EHPAD. C'est aussi favoriser le bio dans la restauration commerciale, grâce à des programmes de sensibilisation des chef.fes et des formations dédiées pour les futurs chef.fes, en CAP cuisine, en bac pro, en école d'hôtellerie...

**C'est embarquer un écosystème varié** (des spécialistes du bio, des généralistes...), pour réussir les objectifs nationaux, ensemble et dans la joie!  
 21% de bio dans les champs!  
 20% de bio dans l'assiette (de la cantine)!

## Impacts positifs 2024

### #Bioréflexe: une campagne efficace

**189 M**  
de contacts générés par la campagne #Bioréflexe

**2/3**  
des consommateurs incités à consommer plus de bio par la campagne #Bioréflexe

**+80%**  
de Français ont envie de cuisiner avec des produits bio

**35**  
membres de l'Équipe de France du Bio ont adapté et relayé la campagne

Pour nous, pour la planète, **#BIO RÉFLEXE**



### Au national

#### 2 vagues media nationales en radio et en affichage

■ Une première fois lors du Salon de l'Agriculture où, pour la première fois, le label AB a été visible dans les accès du site de Porte de Versailles, à travers la campagne #Bioréflexe.

■ Une 2<sup>ème</sup> vague inédite pour inciter à mettre du bio au menu du réveillon de Noël en décembre articulée en bonne intelligence avec la campagne INAO sur les signes officiels de qualité à la même période.

### Dans les territoires

#### #Bioréflexe au plus près des terroirs français

**13** régions ont adapté et amplifié la campagne #Bioréflexe avec le soutien de l'Agence BIO

**297** événements sur les territoires ont été organisés lors du Printemps Bio

**15 000** personnes dans 12 villes de France ont été touchées grâce à la tournée du bio bus, lors du 1<sup>er</sup> BioTour, qui a généré plus de 100 retombées en presse régionale

### Cuisinons Plus Bio, un programme en développement

**46** chef.fes ambassadeurs du programme Cuisinons Plus Bio ont été recrutés (13 en 2022)

**3** modules de formation ont été créés et déployés grâce au soutien du Ministère de l'Éducation Nationale

**6** masterclasses réalisées (Ferrandi, EPMT, École Ducasse...)

### Les territoires à l'honneur

■ Les terroirs bio ont été mis à l'honneur à Arras, Bordeaux, Lyon... lors des étapes du BioTour

■ L'édition de la conférence de presse annuelle pour la publication des chiffres du secteur a eu lieu à Reims pour ce millésime 2024

■ Quatre points presse en régions, pour mettre en valeur des chef.fes qui soutiennent leurs agriculteurs bio de proximité

■ 150 élus représentants locaux sur le stand de l'Agence BIO au Salon de l'Agriculture.

# Valoriser le bio auprès des citoyens pour qu'ils deviennent consommateurs



## ÉCLAIRAGE



### Jocelyne Fouassier

Responsable Pôle Communication et Relations Institutionnelles, Agence BIO

Pour orienter les actions de communication au plus près des besoins de nos multiples parties prenantes, les échanges, la concertation avec l'écosystème, la participation aux Commissions bio des interprofessions, couplés à une fine prise en compte des données et des études de l'Observatoire, permettent de garantir l'efficacité de nos actions.

Réenchanter le label AB, lui donner sa place dans l'offre alimentaire, embarquer l'ensemble des parties prenantes de la filière et les mobiliser pour faire chambre d'écho auprès de leurs publics, c'est le challenge que nous relevons et que nous avons accéléré en 2024 avec une démarche de concertation innovante rassemblant 60 partenaires lors d'un séminaire.

Nous en verrons les résultats en 2025!

Pour nous, pour la planète, #BIO RÉFLEXE

## #Bioréflexe 2024: des performances croissantes depuis 2022

La campagne #Bioréflexe a été lancée en 2022 avec dix interprofessions. 2023 a été l'année de l'élargissement aux régions qui ont massivement investi dans sa diffusion en l'adaptant et en se l'appropriant. 2024 a été l'année de l'approfondissement, avec une campagne toujours plus ancrée dans les terroirs et territoires, et ça marche!

### Résultats



**1 français / 3** reconnaît la campagne en 2024 (1 sur 5 en 2023)



**15 M€** supplémentaires de dotation sur trois ans pour permettre à la campagne de s'amplifier dès 2025



## Trois temps forts pour la campagne 2024

- Une vague nationale d'une ampleur inédite lors du Salon de l'Agriculture 2024
- Une communication au plus près des territoires, avec des initiatives locales de mai à décembre
- La première campagne de Noël, pour favoriser la place des produits bio dans les fêtes de fin d'année des Français

Les deux vagues de communication nationales ciblèrent les consommateurs réguliers de produits bio, avec une implication renforcée des interprofessions par la création de visuels adaptés. Elles ont contribué financièrement, mais se sont également engagées dans une logique de massification, permettant d'amplifier les messages et de construire un discours cohérent.

Les acteurs régionaux ont également été dotés, pour la première fois en 2024, de moyens pour relayer la campagne via un appel à projets doté par l'Agence BIO de 50 000 euros, pour permettre aux régions d'adapter la campagne à leurs problématiques. Un véritable succès, avec 100% des régions métropolitaines, ainsi que la Corse, qui ont déposé des dossiers de qualité, contribuant ainsi à la puissance de la campagne partout en France.

## En coulisses, une dynamique collective pour réenchanter le bio

L'année 2024 a également été consacrée à la préparation de la campagne #Bioréflexe 2025. Plus de 70 entretiens ont été menés avec des parties prenantes clés: interprofessions, coopératives, syndicats, distributeurs, Chambres d'agriculture, pouvoirs publics et représentants de la société civile, Interbios, distributeurs... Autant spécialistes du bio que généralistes.

Cette concertation a fourni la base de travail pour le premier séminaire de l'Équipe de France du Bio. Sur deux jours, plus de 60 professionnels ont créé ensemble un consensus sur ce qu'est la raison d'être du bio.

Ce dispositif participatif, à la fois stratégique et opérationnel, n'avait jamais été mené à une telle échelle. Il a suscité un enthousiasme unanime des participants, qui ont salué la qualité des échanges, la solidité de la méthode, et la puissance fédératrice de l'approche.

Le résultat de ce travail est une colonne vertébrale qui structure la campagne pour les trois prochaines années. Une plateforme commune de messages positifs et inclusifs pour faire rayonner le bio, centrée sur le plaisir et le partage, pour (re)donner envie de bio à tous les citoyens-consommateurs.



60

participants au séminaire  
Plus de 70 entretiens

## PAROLE À

### Lise Jacob

Directrice de la Communication, Interfel



\*Source Kantar Worldpanel, 2024



L'interprofession des fruits et légumes frais regroupe quinze organisations professionnelles qui couvrent la filière, de l'amont à l'aval. Nous valorisons tous les modes de production et de distribution, dont bien sûr les productions bio, qui représentent aujourd'hui 6,7%\* du volume global d'achats des Français (national et importé) et 7,9% en valeur. À ce titre, nous avons au sein d'Interfel un Comité Bio et travaillons de longue date avec l'Agence BIO, qui nous fait bénéficier de ses études de marché, des tendances de consommation... Depuis 2022, nous relayons et soutenons financièrement les campagnes de communication de l'Agence BIO auprès des consommateurs.

En 2024, j'ai participé au travail collectif de structuration de la future campagne #Bioréflexe, lors d'un séminaire de deux jours durant lequel j'encadrais les

contributions de représentants d'acteurs 100% engagés dans le bio et d'acteurs conventionnels. Avec l'objectif de faire émerger une vision commune capable de structurer les messages auprès des consommateurs. Un challenge, car il a fallu confronter les points de vue et débattre, pour créer du consensus. À l'issue du processus, nous sommes parvenus à aligner l'ensemble des participants sur une approche engagée mais pas militante, avec un message positif, non discriminant et non culpabilisant. C'est une démarche importante, puissante, qui a créé une forte mobilisation collective et une meilleure compréhension mutuelle. L'Agence BIO l'a menée jusqu'au bout, et je suis certaine que cette logique de partenariat est porteuse pour le bio, comme pour tous les acteurs.



## Le bio à la rencontre des Français

En 2024, de nombreux événements initiés par l'Agence BIO, en partenariat avec les territoires, ont permis d'aller à la rencontre de tous les Français.

### PAROLE À

#### Marion Ramassamy

Directrice Communication Produits & Promotion, INTERBEV



### Le Printemps Bio

Le Printemps Bio s'appuie, grâce à un agenda partagé et un kit de communication dédié, sur les relais régionaux (notamment les interprofessions bio régionales, les Groupements Régionaux des Agriculteurs Bio, les Chambres d'agriculture, etc.) qui coordonnent et développent des opérations avec les acteurs locaux. En 2024, 297 événements ont ainsi été organisés partout en France pour donner à voir et à goûter le bio.

NOUVEAU!  
2024

15 000 personnes ont visité le bus du BioTour

à Arras, Strasbourg, Orléans, Tours, Angers, Rennes, Lyon, Clermont-Ferrand, Montpellier, Bordeaux, Toulouse et Arles.



### Un bio bus affrété pour le BioTour

Si les Français vont moins vers le bio, alors le bio doit venir à eux!

Sur le principe du bus pédagogique de C'est pas Sorcier, le bio bus s'est rendu dans 12 villes pour sensibiliser le grand public, et en particulier les scolaires, de la maternelle aux lycées, aux atouts du bio. Les élus locaux étaient également au rendez-vous, ainsi que les journalistes.



102 retombées dans la presse locale

## Mettre plus de bio au restaurant et à la cantine

### Cuisinons Plus Bio: un programme qui prend de l'ampleur

Ce programme, soutenu par des fonds européens, vise à augmenter l'utilisation de produits bio au restaurant et à la cantine.

En 2024, le focus a été mis sur la restauration commerciale, car les 170 000 restaurants français ne proposent que 1% de bio à leur carte. Le recrutement de chef.fes ambassadeurs, partout en France s'est donc poursuivi pour atteindre 46 chef.fes engagés en 2024. Une plateforme a été mise en ligne, afin de rassembler toutes les informations et outils utiles à la promotion du bio en restauration.

Enfin, un travail de fond a été mené, pour formaliser des outils pédagogiques à destination des jeunes cuisiniers, en collaboration avec Vincent Delacour, professeur de l'école hôtelière de Granville et soutenu par le Ministère de l'Éducation Nationale. Ces modules de formations sur le bio s'intègrent au référentiel des programmes hôtellerie-restauration nationaux.



### Résultats

46 chef.fes ambassadeurs aux profils variés (13 en 2023)

1 site Internet dédié:

7 276 visites sur cuisinonsplusbio.fr dont une grande majorité de professionnels de la restauration

5 195 visionnages ou téléchargements de contenus

3 modules de formation BTS, CAP et Bac Pro

6 masterclasses dédiées aux étudiants et futurs professionnels (Ferrandi, EPMT, École Ducasse etc...)

110 élèves en formation cuisine sensibilisés au bio

351 participants au webinar sur l'approvisionnement bio en restauration organisé par l'Agence BIO le 12 novembre 2024

### Une Commission Restaurations dynamique

La Commission Restaurations, animée par Julien Picq, le référent Restauration Hors Domicile de l'Agence BIO, a été créée pour aider notamment à répondre aux exigences de la loi EGalim. Elle coordonne les stratégies de valorisation du bio dans la restauration collective. Depuis trois ans, avec la gestion du programme Cuisinons Plus Bio, la Commission a intégré la restauration commerciale et élargi le profil de ses participants: chef.fes, représentants de collectivités, institutionnels, UMIH, formateurs...



+ de 80 participants assidus à chacune des trois Commissions annuelles



## La restauration collective: un levier majeur pour le bio

**En France, la restauration collective représente près de 4 milliards de repas servis par an sur plus de 80 000 sites.** Avec seulement 6% d'achats de denrées en 2024, comment amplifier le mouvement et suivre l'exemple des cantines qui ont dépassé les 20% fixés par la Loi EGalim ? Au-delà des cantines scolaires, les établissements de santé et les restaurants collectifs des

entreprises privées doivent eux aussi, depuis 2024, atteindre cet objectif qui, s'il est atteint, ouvrira un marché de plus de 1,5 Md€ pour les agriculteurs bio.

En 2024, dans le cadre de la campagne Cuisinons Plus Bio, un tournage a d'ailleurs été réalisé dans un hôpital pour valoriser l'utilisation du bio dans les établissements de santé à budgets maîtrisés.



### ÉCLAIRAGE



#### Julien Picq

Chargé de Mission  
Restauration Collective - Agence BIO

**L'Agence BIO, en lien notamment avec les réseaux Interbio, GRAB, Chambres d'agriculture,** assure la diffusion des bonnes pratiques, la coordination de la communication autour du bio à la cantine, et le partage des données issues de l'Observatoire, pour que toutes les cantines de France soient outillées pour respecter la loi EGalim qui fixe un minimum de 20% de bio dans l'assiette.

Elle met en lumière les cantines qui, pour le prix moyen d'un repas, entre 1,80 et 2,50€ de coûts matières, savent utiliser 30, 50, 70 voire 100% de bio, notamment à l'occasion de Restau'Co, au Salon des Maires et des Collectivités Locales (SMCL), ou encore sur les réseaux sociaux pour partager leurs méthodes.

**Nous contribuons également à la préparation des appels à projets publics,** comme celui du CNOUS en 2024, qui souhaite l'ouverture d'un marché bio pour l'épicerie. Ce travail est rythmé et structuré par la Commission Restaurations, qui a permis d'évaluer les volumes disponibles pour viser 100% de bio sur certaines catégories de produits.

### PAROLE À



#### Patrick Nardin

Maire d'Épinal

**"À Épinal, des cantines qui cultivent le bio."**



À Épinal, nous avons choisi d'agir pour mettre plus de qualité dans les assiettes des écoliers. Derrière cette démarche, il y a l'envie aussi de poser les bases d'un projet alimentaire et agricole durable à l'échelle de notre territoire. Inspirés par l'expérience de Mouans-Sartoux (06), nous avons amorcé dès 2019 une transformation profonde de notre restauration collective: sortie progressive de la délégation de service public, production maraîchère sur nos terres en bio, construction de quatre cuisines municipales (deux sont déjà en activité), embauche de cuisiniers et de maraîchers formés.

**Aujourd'hui, nous sommes fiers d'atteindre 68% de produits bio en achat** (hors production propre), avec un système qui s'étend peu à peu aux cantines de nos aînés. Notre forte volonté politique va bien au-delà des objectifs de la loi EGalim grâce au travail collectif d'un réseau solide.

**Rien de cela n'aurait été possible** sans l'inspiration d'autres collectivités, ni sans les liens tissés au fil du temps, notamment avec l'Agence BIO et le GAB (Groupement des Agriculteurs Biologiques) en Grand Est. Échanger, témoigner, se rendre visite, s'inspirer... c'est ce qui nous a permis d'avancer.

En novembre 2024, la ville d'Épinal a ainsi partagé son modèle de ferme municipale à l'occasion d'un webinar animé par l'Agence BIO, les Interbios et les GAB en Grand Est et Bio de Provence, mettant en lumière des expériences concrètes de transition dans les territoires.



### SMCL 2024

#### La cantine à l'honneur!

Le temps fort de l'Agence BIO, notamment pour parler bio à la cantine, c'est chaque année au SMCL, avec les élus de terrain, qui sont essentiels au développement du bio sur leurs territoires, et pour qui c'est important, à plusieurs titres:

- **Parce qu'ils doivent respecter la loi EGalim en mettant 20% de bio dans leurs cantines sans générer de surcoût.** Pour cela, il y a des centaines d'exemples inspirants, et des chef.fes ont fait la démonstration sur notre stand, dégustations à l'appui, de plats appétissants contenant 30, 50, 80% de bio pour le prix moyen habituel du coût matière d'un repas, entre 1,80 et 2,50€.
- **Parce qu'ils veulent maintenir du dynamisme sur leur territoire** et que le bio y contribue notamment par la vente directe, qui reconnecte agriculteurs et riverains. Plus de 26 000 fermes bio vendent en direct, ce qui représente un maillage encore plus dense que l'ensemble des points de vente de la grande distribution (18 000 magasins).
- **Parce qu'une agriculture sans herbicide, nécessite de la main d'œuvre supplémentaire,** créant de l'emploi sur les territoires.
- **Parce que le label « Territoire Bio Engagé » permet de valoriser** les communes dont les cantines dépassent les objectifs de 20% de bio fixés par la loi EGalim (minimum requis: 22%).

### Résultats

**150**  
administrés et partenaires  
sur le stand

**5**  
chef.fes intervenants

**10**  
recettes réalisées

**4**  
élèves du Lycée Hôtelier  
de Granville mobilisés  
sur l'espace culinaire





# Produire et partager les données bio

**Partager une information fiable et utile sur le bio, c'est accompagner tous les acteurs de la filière:** agriculteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs, et décideurs publics. Pour cela, l'Agence BIO produit, analyse et diffuse des données couvrant l'ensemble de la chaîne: production, transformation, commercialisation, consommation.

**Ce travail repose sur un processus robuste de collecte et de consolidation de données.** À partir des données du Système d'Information de l'Agence BIO complétées de sources externes, l'Observatoire National produit les indicateurs du secteur bio, les analyse et les partage avec les Observatoires Régionaux de l'Agriculture Biologique (ORAB), les interprofessions, les instituts de recherche et les services de l'État.

**Il permet un suivi structuré de l'évolution du secteur, en lien avec les objectifs du Programme Ambition Bio,** et alimente tant la décision publique que les stratégies professionnelles. L'Agence BIO met les données consolidées à disposition sur son site Internet en open data, ainsi que des outils de cartographie et de datavisualisation.

**Parce que mieux connaître, c'est mieux agir,** cette dynamique de production et de diffusion des données constitue un levier essentiel pour structurer, valoriser et partager le bio.

## Impacts positifs 2024



# 334 619

visites sur les outils numériques de l'Agence BIO en 2024

### CartoBio



# 48 300

visites



# 6 min

de consultation / visite en moyenne



Consultez **CartoBio**  
www.agencebio.org/cartobio

### DataBio



# 52 940

visites



# 4 min

de consultation / visite en moyenne



Consultez **DataBio**  
www.agencebio.org/databio

### Annuaire bio



# 233 379

visites



# 5 min 30

de consultation / visite en moyenne



Consultez **l'Annuaire bio**  
www.annuaire.agencebio.org

# Collecter, fiabiliser, partager les données

## L'Agence BIO, la structure référente des données bio

L'Agence BIO s'appuie sur de nombreuses sources et des équipes expertes pour structurer des données qui nourrissent l'ensemble des acteurs. Collecter, fiabiliser, mettre en récit, diffuser : ces missions croisées forment le socle de la stratégie de long terme pour que la data bio soit un véritable levier de transitions alimentaire et agricole.



### Collecter les données

Notification obligatoire des opérateurs bio (obtention de la liste complète des opérateurs)

Données des 10 organismes certificateurs (OC)

Enquêtes dédiées

Achat de données (Circana, BioAnalytics)

Sources complémentaires (FranceAgriMer (FAM), Service de la Statistique et de la Prospective (SSP), Synabio, Interprofessions, Kantar, Douanes...)



### Traiter, vérifier, analyser les données

Croisement et enrichissement des données de production/distribution/consommation

Analyse et contrôle des données avec les ORAB, les Interbios, les interprofessions, les familles professionnelles et les Commissions internes et externes à l'Agence BIO

Structuration des bases de données

Fiabilisation continue



### Valoriser et diffuser les données

Les outils numériques

- CartoBio
- DataBio
- Annuaire bio
- Open data

Publications et rapports

- Un rapport annuel et un dossier des chiffres clés
- Un baromètre de la perception des consommateurs
- Un baromètre du moral des producteurs
- Notes de conjoncture
- Outils pédagogiques
- Études
- Carnet Monde et carnet UE du bio

Transmission entre administrations  
FAM, SSP, EUROSTAT, INRAE, INAO

## Observer pour mieux comprendre le bio

L'Observatoire National de l'Agriculture Biologique (ONAB), piloté par l'Agence BIO, joue un rôle stratégique au service de toute la filière. Il collecte, structure, analyse et partage des données sur tous les maillons de la chaîne : production, transformation, distribution, consommation.

L'Observatoire s'appuie sur le maillage territorial des Observatoires Régionaux de l'Agriculture Biologique (ORAB) et des partenariats solides avec les acteurs des territoires pour affiner et vérifier l'analyse locale et faire remonter les signaux faibles.

Il produit également des études de marché, tableaux de bord de filières et des baromètres réguliers qui traduisent l'état d'esprit des producteurs comme des consommateurs.



### PAROLE À

#### Thomas Prigent

Directeur BioCentre - Interprofession régionale bio et Groupement Régional d'Agriculture Biologique



L'Agence BIO est un partenaire essentiel pour structurer et dynamiser les filières bio dans notre région, qui connaissent depuis plusieurs années des défis inédits. Dans ce contexte, le rôle de l'Agence BIO est plus que jamais déterminant pour accompagner les acteurs de terrain dans leur mission de développement des filières, notamment via ses données statistiques qui offrent un socle solide pour analyser les dynamiques régionales.

En tant que pilote de l'Observatoire Régional du Bio (ORAB), nous croisons ces chiffres avec nos propres enquêtes, pour affiner la connaissance du terrain et mieux orienter nos actions. C'est dans cet esprit que nous lancerons en 2025 une grande enquête régionale sur les achats bio, afin de mieux comprendre les comportements des consommateurs du Centre-Val de Loire.

Cette collaboration constante et fluide avec l'Agence BIO nous permet de gagner du temps et d'agir avec plus de justesse et d'impact.





## Fiabiliser, croiser, valider

Au-delà de la collecte, l'Agence BIO s'engage dans un travail minutieux de consolidation et de fiabilisation des données. Les chiffres sont croisés avec d'autres bases, analysés par des experts, confrontés au terrain et parfois réinterprétés à la lumière de signaux atypiques – comme l'exemple de l'essor soudain de la coriandre bio lié à certaines stratégies d'accès aux aides PAC\*. Ce processus d'analyse permet d'alerter et de nuancer les tendances.

\*Politique Agricole Commune

L'Agence BIO mobilise pour cela les données de production agricole de son Système d'Information, des fournisseurs de données spécialisés comme Circana ou BioAnalytics, et des prestataires spécialisés qui conduisent des enquêtes complémentaires pour une connaissance de tous les circuits, même les moins visibles (vente directe, artisanat, restauration collective...).



## PAROLE À

### Marion Ramassamy

Directrice Communication Produits & Promotion, INTERBEV



La collaboration entre INTERBEV et l'Agence BIO repose sur une vision commune : fédérer l'ensemble des acteurs autour du développement du bio. L'Agence BIO joue un rôle de pivot, à la fois animateur, coordinateur et référent national. Sa capacité à réunir interprofessions, fédérations et syndicats est précieuse, notamment dans un contexte de fragilisation du marché.

Les outils de l'Agence BIO comme le baromètre de perception de la

consommation ou ses chiffres panoramiques nourrissent notre stratégie et nos plans d'actions. Nous y contribuons également, car pour bien défendre le bio, il faut pouvoir s'appuyer sur une information robuste et partagée.

Dans un contexte où la filière doit faire preuve de cohésion et d'agilité, l'Agence BIO est un levier essentiel pour fédérer, structurer et représenter collectivement les intérêts du bio en France et en Europe.



## Des outils numériques pour comprendre, décider, agir

Le Système d'Information (SI) de l'Agence BIO constitue l'ossature technique de la production et de la diffusion des données. Il centralise et fiabilise les informations issues de multiples sources : notifications, organismes certificateurs, données issues de partenaires publics (INSEE, Mutualité Sociale Agricole, etc.). Ce socle technique alimente des outils accessibles et opérationnels, au service de tous les acteurs de la filière.



## ÉCLAIRAGE



### Catherine Experton

Responsable du Pôle Observatoire et Réglementation, Agence BIO

Nous jouons un peu le rôle de gouvernail du bio. Grâce à la base de notifications, aux baromètres, aux études de marché et aux données croisées, nous donnons à voir ce qu'est vraiment le bio aujourd'hui : son esprit, ses dynamiques, ses équilibres. C'est une veille à 360°. Ce que nous produisons objective et éclaire.

Mais pour que ces données soient utiles, elles doivent être solides : fiabilisées et contextualisées. C'est tout le travail, invisible mais essentiel, du Système d'Information et de l'Observatoire.

### CartoBio

CartoBio permet de visualiser les parcelles bio sur le territoire français à travers une carte interactive. Les parcelles cartographiées sont issues des Registres Parcellaires Graphiques collectés dans le cadre de l'instruction des aides à la PAC.



48 300

visiteurs en 2024

### DataBio

DataBio donne accès à des graphiques interactifs présentant les indicateurs consolidés de la production agricole et de la consommation bio.



14 500

téléchargements de données en 2024

### L'Annuaire bio

L'Annuaire bio, dont la nouvelle version a été déployée en 2024, permet l'identification des opérateurs bio sur le territoire, selon leurs activités. Il facilite la mise en relation des professionnels et des consommateurs cherchant des produits autour d'eux.



2,2 M

de pages vues en 2024, avec un temps moyen de consultation de près de 9 minutes depuis sa refonte

PAROLE À

**Sophie Chauvin**

Chambre d'agriculture de Normandie, pilote de l'ORAB Normandie



Le pilotage de l'ORAB Normandie fait partie de mes fonctions. La région a été l'une des premières à s'engager dans la déclinaison de l'Observatoire, il y a dix ans. Il nous permet de disposer d'une vision objective et partagée du développement du bio dans notre région, grâce aux données fiables fournies par l'Agence BIO. Elles sont utiles à beaucoup de monde: mes collègues de la Chambre d'agriculture (conseillers, chargés d'études), mais aussi les porteurs de projets, les structures de développement du bio, les journalistes... Et comme les données de l'Observatoire sont en libre accès et faciles d'utilisation, c'est un outil indispensable à l'ensemble des acteurs.

L'Agence BIO anime un réseau national d'Observatoires Régionaux, avec des réunions régulières, des outils partagés, et une logique de co-construction très dynamique.

Sans l'Agence BIO, nous n'aurions pas de données régionales sur le bio, tout simplement. C'est elle qui centralise et redistribue les données issues des certificateurs et qui nous fournit des outils numériques performants comme CartoBio. Ses équipes sont réactives à nos demandes et nos besoins spécifiques, c'est un vrai levier pour les acteurs de terrain qui permet un pilotage, une prise de décision et une projection objectivée par des données quantitatives précises (jusqu'à l'hectare ou la tête de bétail).



**En ligne de mire: élargir la couverture et affiner la granularité des données**

L'Agence BIO, à travers le travail conjoint du Pôle Observatoire et du Pôle Système d'Information, vise à élargir encore la couverture des données (notamment en intégrant pleinement les parcelles non PAC), renforcer les passerelles entre les systèmes, affiner la connaissance des filières animales et des équipements, ou encore des approvisionnements en restauration collective.

Dans un contexte de transitions agricole, alimentaire et climatique, la donnée devient un outil stratégique de régulation, d'anticipation et d'évaluation. L'Agence BIO se projette désormais dans un programme d'études pluriannuel en coordination étroite avec FranceAgriMer ou l'INAO.



NOUVEAU! 2024

**Le nouvel espace professionnel de CartoBio**

En 2024, l'Agence BIO a déployé un service pour les agricultrices et agriculteurs bio, afin de faciliter le déroulement de leur audit bio et l'instruction de leur dossier PAC.



**ÉCLAIRAGE**



**Nicolas Tremouillères**

Responsable du Pôle Système d'Information, Agence BIO

Notre mission est de centraliser, fiabiliser et valoriser les données bio pour éclairer les décisions et structurer les filières. Le SI travaille main dans la main avec l'Observatoire et l'équipe Communication pour rendre les données qualifiées, accessibles et intelligibles pour les utilisateurs.

En 2024, pour simplifier la vie des agriculteurs, nous avons décliné pour eux CartoBio qui fluidifie le processus d'instruction des aides bio de la PAC. Cette année a également été marquée par la refonte de l'Annuaire bio par et pour les utilisateurs (agriculteurs, particuliers, transformateurs, distributeurs, institutionnels,...).

En 2025, nous renforcerons notre Système d'Information avec une nouvelle feuille de route coconstruite avec nos partenaires et nos utilisateurs, pour toujours mieux répondre à leurs problématiques par des données ou des services numériques.





# Construire les filières bio de la fourche à la fourchette

**L'agriculture biologique est identifiée par la France et l'Europe comme une réponse majeure pour relever les défis** que sont la lutte contre le changement climatique, la préservation de l'environnement, la santé humaine et l'aménagement des territoires.

Ainsi, le Programme Ambition Bio 2027, lancé en 2024 en concertation avec l'ensemble des acteurs, a pour objectif de renforcer la cohérence des politiques publiques pour consolider et développer l'agriculture biologique. Il constitue un outil pour faire émerger des priorités partagées, créer des synergies entre les parties prenantes, et faciliter leurs déclinaisons régionales.

**L'Agence BIO contribue pleinement à la réalisation des objectifs de ce Programme**, grâce à son expertise de structuration de filières biologiques Made in France, de l'amont à l'aval, sur tous les territoires, notamment *via* la gestion et le pilotage du Fonds Avenir Bio.

## Impacts positifs 2024



**16,4 M€**

de dotation du Fonds Avenir Bio (13 M€ en 2023)



**43**

bénéficiaires



**53,5**

emplois créés



**26**

nouveaux projets (19 en 2023)



**20**

projets soldés lors de visites bilan en 2024



### 3 vagues d'appel à projets en 2024

- Du 23 novembre au 13 mars
- Du 14 mars au 19 juin
- Du 20 juin au 20 novembre



### Appui d'urgence à la filière laitière bio

**2 M€**

d'aide d'urgence alloués

**44**

projets soutenus

**32**

producteurs/transformateurs bénéficiaires

**50%**

des fonds versés dès la signature de la convention pour un lancement rapide des projets

# Le Fonds Avenir Bio, un outil pérenne et agile

Depuis sa création en 2008, le Fonds de structuration des filières biologiques, ou Fonds Avenir Bio (FAB), soutient exclusivement des projets collectifs qui impliquent l'ensemble de la chaîne de valeur de la filière, de la production à la distribution, dans le cadre de partenariats durables d'au moins trois ans. Le Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire (MASA) en a confié la gestion à l'Agence BIO.

L'enveloppe allouée au Fonds Avenir Bio a été portée à 16,4 M€ en 2024.

Elle complète les dispositifs d'aides publiques existants, tels que les crédits des collectivités territoriales, du FEADER, des DRAAF, des Agences de l'eau ou encore de FranceAgriMer.

La particularité de l'Agence BIO est sa capacité à engager rapidement les fonds : environ trois mois à partir de la validation du projet.

En 2024, l'Agence BIO a également lancé un nouvel appel à projets d'urgence en soutien à la filière laitière bio, qui a permis de soutenir rapidement 44 projets.



## Un financement sélectif pour garantir des projets pérennes

L'Agence BIO ne sélectionne pas seule les projets : le processus est collectif et réunit, en lien avec les pouvoirs publics, le Comité Avenir Bio, composé d'experts (Coopération Agricole, FNAB, Synabio, Interbios, Chambres d'agriculture, Directions Régionales de l'Agriculture, Commerce Équitable...).

Ce collectif s'appuie aussi sur le Club des Financeurs, qui regroupe des banques, des structures de financement participatifs ou des fonds spécialisés, qui apportent une vision financière essentielle à l'analyse des projets.



## Les étapes clés de la sélection des projets soutenus

- 1 Rédaction de l'appel à projets (AAP) et de ses critères, en lien avec le MASA et le Comité Avenir Bio
- 2 Validation par le Conseil d'Administration de l'Agence BIO
- 3 Publication de l'AAP
- 4 Réception Accusé de réception des candidatures
- 5 Audition et questions aux porteurs de projets par le Comité Avenir Bio et le Club des Financeurs
- 6 Évaluation et notation des projets
- 7 Comité Administratif Sélection finale des projets avec le MASA, le Ministère de la Transition Écologique et le contrôle financier
- 8 Instruction technique et financière Rédaction des conventions
- 9 Envoi des conventions pour contractualiser avec les lauréats
- 10 Versement de 50% des fonds dès signature, pour permettre un démarrage rapide des projets
- 11 Versement intermédiaire des réalisations de 70% des travaux financés
- 12 Bilan et solde

## PAROLE À

### Paul Bignon

Responsable Activité Bio, Minoterie Dornier



Je pilote l'activité bio au sein de la Minoterie Dornier, basée dans le Haut-Doubs. C'est un moulin centenaire qui a développé des liens très forts avec les filières locales. À partir du son de blé, nous avons développé une activité d'alimentation animale, en lien direct avec les productions locales comme le comté, le morbier ou la saucisse de Morteau. Nous avons développé le bio dès les années 1970, et aujourd'hui nous produisons 35 000 tonnes d'aliments bio par an, pour ruminants, porcs, volailles... Et nous réalisons 10 000 tonnes de négoce en céréales et oléagineux bio. Notre objectif : agir en filière en reliant les besoins de l'aval du marché bio (laiteries, abattoirs, collecteurs d'œufs) et donc des éleveurs bio en matière d'alimentation animale avec l'amont, soit les assolements de nos polyculteurs bio sur la région Grand Est.

L'accompagnement de l'Agence BIO et les investissements du Fonds Avenir Bio sont essentiels. Ils nous permettent de structurer et de développer une filière bio cohérente sur le territoire. Nous avons ainsi construit notre premier silo bio pour le blé et les céréales secondaires, puis une huilerie bio pour que les céréaliers bio puissent diversifier leurs productions, et récemment notre site de stockage de graines bio avec cases à plat, près de l'usine de transformation pour éviter les transports et contribuer encore davantage à la décarbonation.

Ces projets ne servent pas que notre entreprise : ils consolident des débouchés, facilitent les conversions, et donnent de la visibilité à tous les agriculteurs, éleveurs et producteurs bio de la région. L'Agence BIO, c'est aussi pour moi une mine d'informations, grâce notamment aux baromètres et aux données de l'Observatoire. Cela me permet de comprendre le marché, d'anticiper les variations et de sécuriser une filière bio locale qui subit constamment de nombreux aléas.

## Le Club des Financeurs

Composé de structures d'appui, banques, structures d'intervention en fonds propres, plateformes de financement participatif, il a pour objectif d'optimiser les sources

de financement, afin de soutenir des projets d'investissement et de structuration des filières biologiques.

Le Club des Financeurs participe aux comités consultatifs et à des échanges avec l'équipe de l'Agence BIO dédiées à la structuration des filières, qui elles-mêmes participent à des forums régionaux.



PAROLE À

Henri Godron

Président de Biocoop



**En 2024, la croissance et le retour marqué des consommateurs dans les magasins Biocoop constitue un signal encourageant.**

Ce regain d'intérêt bénéficie à l'ensemble de l'écosystème mais reste insuffisant pour assurer le développement du bio dans les champs. Les producteurs restent confrontés à de nombreuses difficultés : dérèglement climatique, pression sur les prix, et un réservoir de producteurs en conversion qui s'amenuise. Dans ce contexte, le soutien à l'agriculture biologique n'a jamais été aussi crucial.

**C'est pourquoi Biocoop a co-investi aux côtés du Fonds Avenir Bio** dans des infrastructures de transformation sur les territoires, comme la première usine française de floconnage bio, symbole d'un modèle de filière intégrée, de l'amont à l'aval. Cette relocalisation

des outils de production est un levier fondamental pour renforcer notre souveraineté alimentaire.

**Le Fonds Avenir Bio fédère l'ensemble des acteurs du financement publics et privés autour d'une vision de long terme.** Il permet de soutenir les investissements indispensables à la résilience de la filière.

**Au-delà des financements, l'Agence BIO assure une mission stratégique de coordination entre les différents maillons de la chaîne :** producteurs, transformateurs, distributeurs et pouvoirs publics. Elle fournit une vision globale du marché grâce à ses études, facilite la concertation, et impulse des dynamiques collectives – à l'image de la campagne #Bioréflexe, qui a mobilisé l'ensemble des acteurs pour redonner du sens et de la cohérence à la consommation bio.



ÉCLAIRAGE



Arielle Zoellin

Responsable du Pôle Structuration de filière & Fonds Avenir Bio

**Le Fonds Avenir Bio est un levier clé pour développer et pérenniser l'offre biologique.**

Il soutient des projets collectifs sur toute la chaîne de valeur, avec pour objectif de renforcer les filières bio et d'accélérer leur structuration à l'échelle nationale.

Les projets de filières soutenus en 2024



Filière grandes cultures

13 nouveaux projets

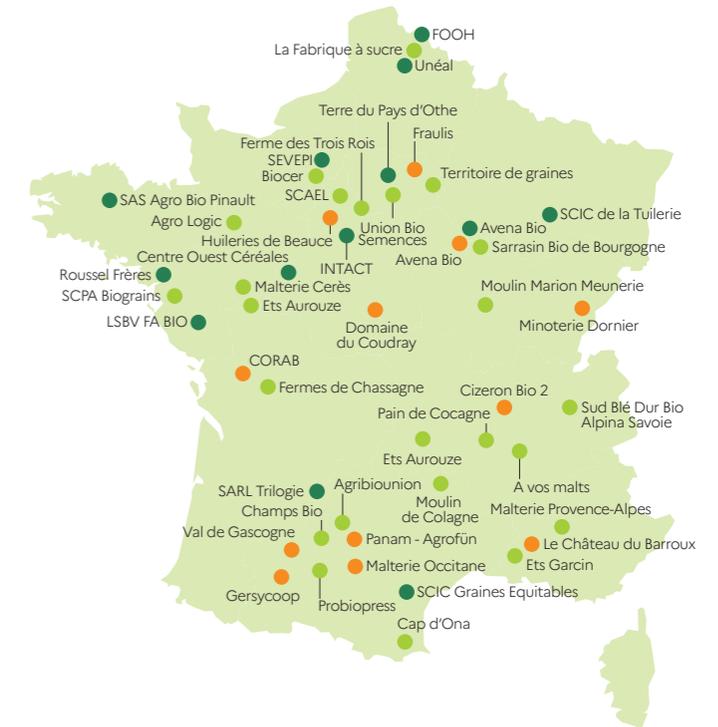
37 M€ d'investissements éligibles

13,2 M€ d'aides du FAB engagées

23 projets engagés

12 projets soldés

- Nouveaux projets
- Projets engagés les années précédentes toujours en cours
- Projets soldés



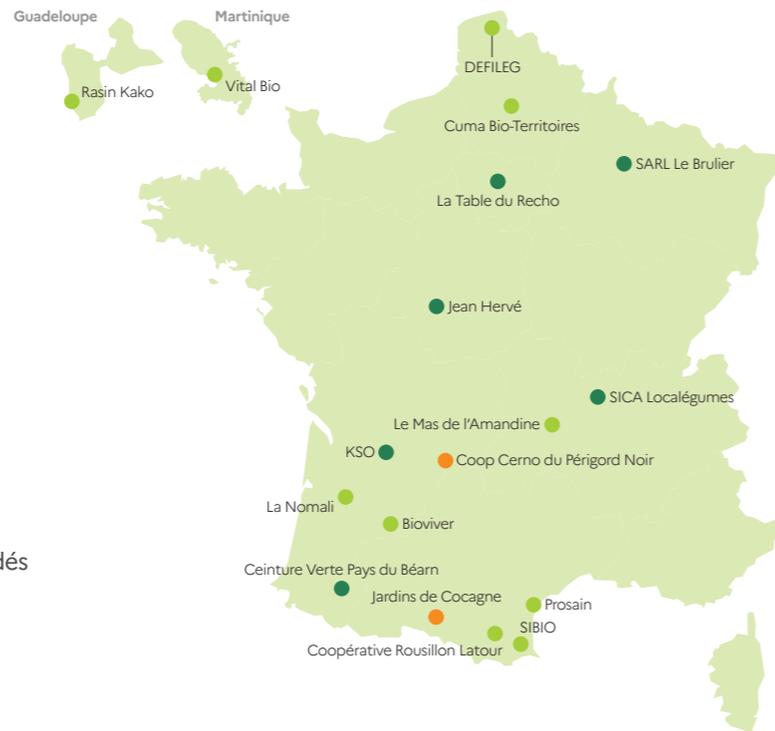


### Filière fruits et légumes

**6** nouveaux projets  
**8,1 M€** d'investissements éligibles  
**3,4 M€** d'aides du FAB engagées

10 projets engagés 2 projets soldés

- Nouveaux projets
- Projets engagés les années précédentes toujours en cours
- Projets soldés



### Filières PPAM\*, viticulture, multifilières et RHD

**3** nouveaux projets  
**2,5 M€** d'investissements éligibles  
**1,2 M€** d'aides du FAB engagées

10 projets engagés 5 projets soldés

- Nouveaux projets
- Projets engagés les années précédentes toujours en cours
- Projets soldés

\*Plantes à parfum, aromatiques et médicinales



### Filière élevage

**4** nouveaux projets  
**6,5 M€** d'investissements éligibles  
**2,5 M€** d'aides du FAB engagées

6 projets engagés 1 projet soldé

- Nouveaux projets
- Projets engagés les années précédentes toujours en cours
- Projet soldé



### Plan d'appui à la Filière laitière

**44** projets engagés dans le cadre de ce plan d'aide d'urgence à la filière  
**2 M€** d'aides du FAB engagées

Note: clôture le 1<sup>er</sup> novembre 2024 = pas de bilan consolidé car les projets sont encore en cours d'engagement

- Projets engagés





# Une gestion responsable

L'Agence BIO gère de nombreuses missions d'intérêt général et des fonds importants, qui doivent être utilisés et attribués avec la plus grande transparence. En 2024, l'Agence BIO a amélioré son reporting financier pour une plus grande lisibilité des informations et un meilleur pilotage des budgets. Cette démarche de contrôle interne et d'amélioration continue sécurise nos processus, consolide la confiance des tutelles et offre un pilotage plus précis au service des projets.

## Un nouveau Pôle Support au service de la performance collective

Créé le 1<sup>er</sup> mai 2024, le Pôle Support assure un accompagnement transverse auprès des équipes de l'Agence BIO. Il intervient dans la gestion budgétaire, les achats, les questions juridiques, ainsi que dans la production de reportings financiers, garantissant ainsi une vision claire et fiable des ressources mobilisées et utilisées. Il assure également la gestion des ressources humaines (contrats, paies).

Renforcé avec l'arrivée d'un Responsable Administratif et

Financier qui le pilote, le Pôle Support constitue par ailleurs la première interface pour les acteurs du secteur bio sur les sujets liés à la notification et à l'usage de la marque AB.

Il oriente les demandes externes vers les interlocuteurs pertinents, ou les traite en lien avec les services concernés. Ce positionnement confère au Pôle Support un rôle clé, à la croisée des enjeux internes et des relations avec les parties prenantes externes.



### ÉCLAIRAGE



#### Ouahib Djelaiel

Responsable Administratif et Financier du Pôle Support Agence BIO

**En lien constant avec nos tutelles, nous pilotons le budget et assurons un reporting rigoureux.**

Cette exigence implique des outils de suivi, une culture financière partagée et une attention constante à la bonne utilisation des crédits.

**Si notre action est moins visible que celle des pôles opérationnels, elle n'en est pas moins essentielle à la stabilité, à la transparence et à l'efficacité de l'ensemble des projets.**

## La gouvernance de l'Agence BIO

**Un nouveau Contrat d'Objectif et de Performance (COP) et la nomination d'un Commissaire du gouvernement auprès de l'Agence BIO.**

La Ministre de l'Agriculture et le Président de l'Agence BIO ont signé, à l'occasion du Salon de l'Agriculture 2024, le nouveau COP de l'Agence BIO, qui officialise les objectifs partagés avec le MASA sur tous les champs d'action de l'Agence BIO.

Ce contrat d'une durée de cinq ans fixe les objectifs à atteindre et définit les indicateurs à suivre.

L'Assemblée générale de l'Agence BIO, instance annuelle prévue à la convention constitutive de l'Agence BIO est devenue le 12 décembre 2024 l'instance de suivi du COP.

**Par ailleurs, un nouveau Commissaire du gouvernement a été nommé par arrêté le 9 septembre 2024,** pour assurer la présence et le contrôle de l'État dans les instances de l'Agence BIO.

Il assiste avec voix consultative aux séances du Conseil d'administration. Il expose la politique du gouvernement concernant l'agriculture.

## Quatre Commissions au service du Conseil d'administration

Le COP prévoit notamment de revoir l'organisation et les objectifs des Commissions de l'Agence BIO: le Conseil d'administration a donc adopté une nouvelle organisation comprenant quatre Commissions (cinq précédemment).

### ÉTUDES & TRANSITIONS ALIMENTAIRES ET AGRICOLES

**Données:** cartographie (économiques et scientifiques)

**Études:** identification thème, partage cahiers des charges, suivi, restitution

**Recherche:** identification thème, partage éléments clés

- Donne la parole aux chercheurs qui mettent en avant les vertus du bio

- Effectue un premier travail de tri et de vulgarisation

- Remet à niveau les participants avec des informations de première main

### RENDEZ-VOUS DES MARCHÉS

- Étudie la conjoncture et met en lien les travaux des Commissions bio des interprofessions (CLIIA bio + études Interbios)

- Étudie la fluctuation de la demande et la répartition des débouchés au sein de chaque filière

- Affine la compréhension du consommateur tous circuits / Partage des bonnes pratiques d'un circuit à l'autre

- Illustre des démarches et outils mis en place pour renforcer la chaîne de valeur et la structuration des filières

### RESTAURATION(S)

- Réunit les acteurs de la restauration (collective et commerciale) pour mettre en avant les méthodes de ceux qui respectent EGalim

- Anime les chef.fes qui mettent du bio au menu au restauration commerciale

- Permet l'échange de bonnes pratiques

### COMMUNICATION

Met en valeur les conclusions des trois Commissions métiers dans la communication de l'Agence (corporate, BtoB, grand public) et coordonne les actions de communication de l'Équipe de France du Bio

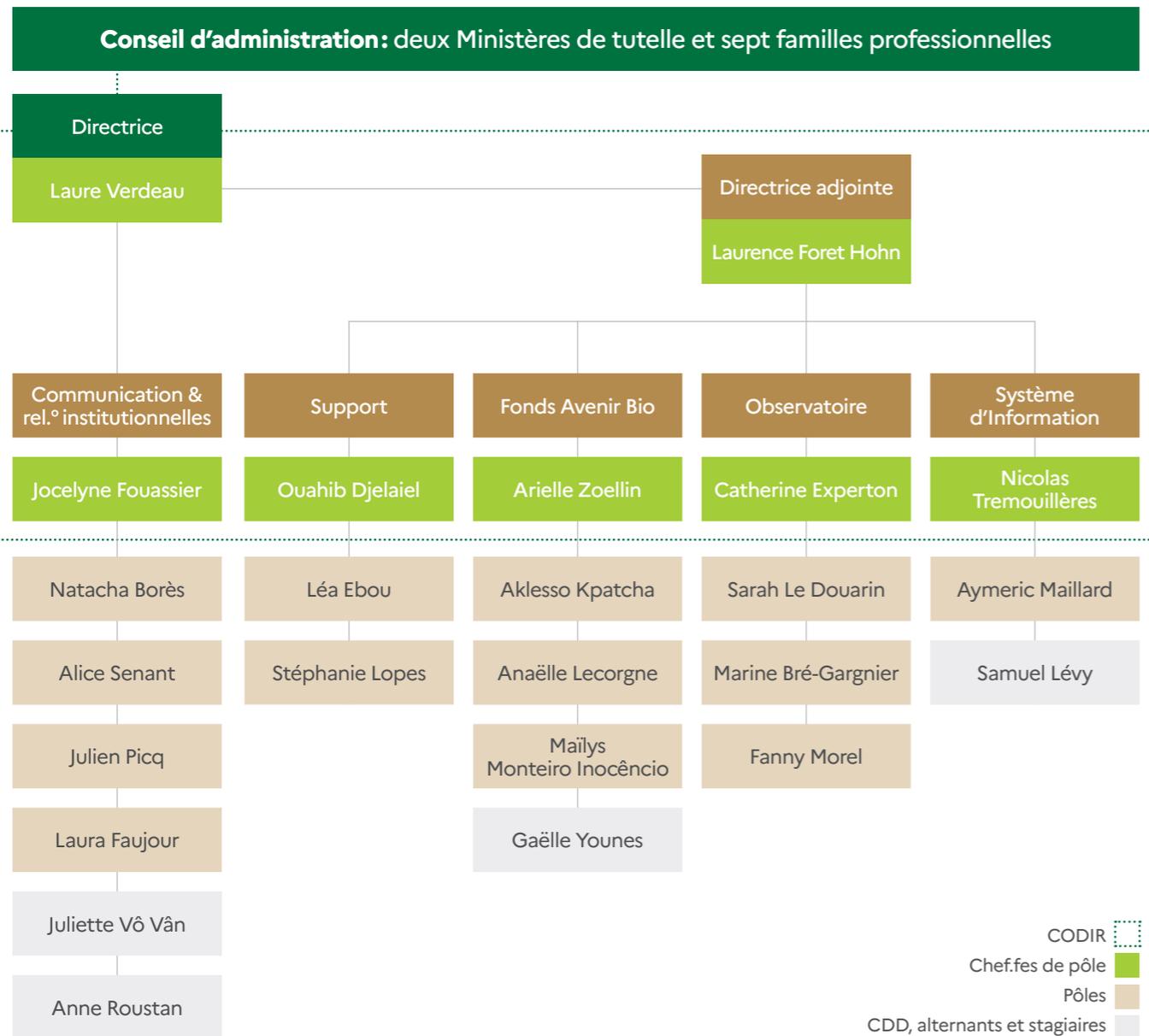
## Les ressources humaines

En 2024, l'Agence BIO a mobilisé 23,59 ETP, dont 19,68 sous le plafond et 3,92 hors plafond, correspondant aux alternants, stagiaires et CDD financés dans le cadre de projets spécifiques comme le projet Cuisinons Plus Bio. Cette année a été marquée par une dynamique de renouvellement des effectifs: 5 départs et 6 arrivées, dont la création de poste du Responsable de pôle au sein du Pôle Support.

### Cinq chef.fes de Pôle nommés en 2024

pour renforcer les synergies et la transversalité au sein de l'Agence BIO. Il se réunissent chaque semaine.

## Organigramme de l'Agence BIO



## Les ressources financières

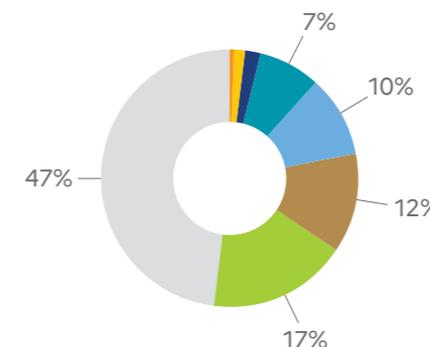
L'année 2024 a été marquée par l'octroi de moyens complémentaires, dans le cadre de la planification écologique, avec l'attribution d'une enveloppe dédiée à la communication (4,8 M€) et à la structuration des filières (3,4 M€). Il est prévu que ces crédits soient versés annuellement, sur la période 2024-2026.

### RECETTES

27,9 M€

#### Répartition des recettes

Subvention pour charges de service public – MASA	2,8 M€
Subvention du Ministère du Territoire et de la Transition Écologique	0,2 M€
Planification écologique - dépenses de campagne de communication – MASA	4,8 M€
Planification écologique Fonds Avenir Bio – MASA	3,4 M€
Financement Fonds de structuration de filières Avenir Bio – MASA	13,0 M€
Plan de relance FAB – MASA	2,1 M€
Crédits européens – Cuisinons Plus Bio	0,5 M€
Ressources propres (Contributions interprofessions et familles professionnelles)	0,4 M€



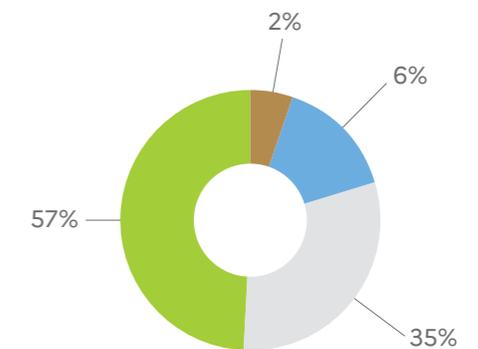
### DÉPENSES

(Autorisations d'engagement)

28,4 M€

#### Répartition en autorisation d'engagement (AE)

Personnel	1,7 M€
Fonctionnement	10,0 M€
Investissement	0,5 M€
Intervention	16,1 M€



#### FOCUS SUR LES DÉPENSES

Les dépenses au titre de 2024 se sont élevées à 28,4 M€. Sa répartition entre les 3 grandes missions est la suivante:

Mission	AE 2024	Poids
Informier	9,2 M€	32%
Analyser	0,7 M€	2%
Financer	16,2 M€	57%
<b>Total missions</b>	<b>26,0 M€</b>	<b>92%</b>
Support	2,4 M€	8%
<b>Total dépenses</b>	<b>28,4 M€</b>	<b>100%</b>



## Rapport d'activité 2024

---

Direction de la publication: Laure Verdeau

Conception / rédaction / création: *Weidi*

Crédits photo: Agence BIO, Faust Favart, Patrick Lazic, iStock

Impression: Sprint - Certifié Imprim'Vert® - Imprimé sur papier FSC et recyclé



**Contactez-nous**

[www.agencebio.org/contact](http://www.agencebio.org/contact)

**Retrouvez-nous sur:**



@agencebio



@agriculturebio



@Agence BIO