



DOSSIER DE PRESSE

7^{ème} Baromètre Consommation et perception des produits biologiques Agence BIO

PRODUITS BIO : LES FRANÇAIS CONFIRMENT LEUR INTERET ET LES PROFESSIONNELS RENFORCENT LEURS ACTIONS

En 2009, 46% des Français ont consommé au moins un produit biologique au moins une fois par mois. Une proportion de consommateurs qui continue de progresser : ils étaient en effet 44% en 2008 et 42% en 2007. Les résultats du Baromètre 2009 de l'Agence BIO réalisé par CSA* confirment ainsi l'intérêt croissant des Français pour les produits bio.

Face à la crise, les produits bio ont bien résisté : 39% des Français disent avoir acheté au moins un produit bio dans les 4 semaines précédant l'enquête (même niveau qu'en 2008). L'intérêt pour les produits bio est structurel puisqu'au cours des 6 prochains mois, 25% des consommateurs-acheteurs bio ont déclaré avoir l'intention d'augmenter leur consommation (vs 22% en 2008) et 71% de la maintenir.

Les Français veulent de plus en plus avoir la possibilité de manger bio. Ils sont demandeurs de produits Bio hors domicile : dans les restaurants (45% en 2009 vs 42% en 2008), sur leur lieu de travail (41% en restauration d'entreprise vs 38% en 2008 et 37% dans les distributeurs automatiques vs 32% en 2008) et pour leurs enfants dans les restaurants scolaires (75% des parents dont les enfants n'ont pas de produits Bio à la cantine souhaiteraient qu'ils en aient).

De plus en plus sensibles à l'environnement, les Français ont une opinion très positive de l'agriculture biologique. Les ¾ d'entre eux considèrent que la Bio est une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux et ils sont 84% à estimer que l'agriculture biologique doit se développer en France.

Les produits bio : connus et appréciés des Français

Les Français connaissent de mieux en mieux les produits biologiques. Ils sont en particulier 9 sur 10 à être d'accord avec le fait que « l'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM », 82% que « l'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux », 79% que « les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse » et autant que « l'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis ».

* Enquête quantitative en face à face à domicile menée du 26 au 30 octobre 2009 auprès d'un échantillon de 1015 personnes représentatif de la population française (en terme de sexe, âge -15 ans et plus -, catégorie socio-professionnelle, région et taille d'agglomération).



Produits bio : des raisons de consommation en évolution

Les données du 7^{ème} Baromètre Agence BIO modifient les raisons de consommation les plus citées par les consommateurs-acheteurs de produits bio. La protection de l'environnement passe de la quatrième à la deuxième position, échangeant sa place avec la motivation liée à la qualité et au goût des aliments bio. 94% des consommateurs-acheteurs disent ainsi manger bio « pour préserver l'environnement » (86% en 2008), juste après « pour préserver ma santé », raison citée par 95% d'entre eux (94% en 2008). Les raisons éthiques progressent de 10 points par rapport à 2008 (72% en 2009 vs 62% en 2008).

Les motivations de consommation évoluent et les produits biologiques attirent de nouveaux consommateurs. 20% des consommateurs-acheteurs de produits bio disent en consommer depuis moins de 2 ans. Les principaux produits recruteurs sont : les compléments alimentaires (14% de consommateurs de moins d'1 an), le lait (13%), le pain (12%), les biscuits/produits pour petit-déjeuner (12%), le vin (11%) et les jus de fruits (11%).

Si les produits bio recrutent, ils fidélisent également : les consommateurs-acheteurs de produits biologiques ont une ancienneté moyenne de 10 ans et le panier bio s'élargit.

Développement de la Bio : toutes les filières mobilisées

Afin de poursuivre le développement de la Bio en France et de répondre aux demandes des consommateurs, l'Agence BIO et l'ensemble des acteurs de l'agriculture biologique se mobilisent pour informer les Français sur ce mode de production respectueux de l'environnement.

2010 sera ponctuée par de nombreuses actions d'informations, menées selon un mode pédagogique et participatif par l'Agence BIO et ses partenaires. Parmi les grands rendez-vous de l'année, notons la présence de l'Agence BIO au Salon International de l'Agriculture, le Séminaire International de l'agriculture biologique, la remise des prix du concours « Les Trophées de l'Excellence Bio », la participation au SIAD à Agen et à de nombreux autres événements professionnels en région, la diffusion cet été de 20 programmes courts sur l'agriculture bio à la télévision et, bien sûr, la grande quinzaine de Printemps BIO, du 1^{er} au 15 juin prochain, sans oublier les Assises de la bio à l'automne.

De plus, l'Agence BIO gère le fonds de structuration des filières biologiques, mis en place dans le cadre du plan de financement « agriculture biologique horizon 2012 ». Ce fonds, doté de 3 millions d'euros par an pendant 5 ans, a déjà permis de soutenir la mise en œuvre de près de 30 programmes d'actions visant à développer l'agriculture bio en France en 2008 et 2009.



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

SOMMAIRE

LES RESULTATS DU 7^{EME} BAROMETRE DE CONSOMMATION ET DE PERCEPTION DES PRODUITS BIO AGENCE BIO 2009

La Bio : une solution d'avenir de plus en plus présente dans le quotidien des Français	p.4
La Bio hors domicile : les Français en veulent plus !	p.10
Des consommateurs de plus en plus nombreux à remplir leurs paniers en produits bio	p.12
Produits issus de l'agriculture biologique : des spécificités régionales	p.19

L'ACTUALITE DE LA BIO EN FRANCE

La dynamique de développement des filières bio en France : lancement d'un 5 ^{ème} appel à projets	p.21
Prochaine évolution de la réglementation européenne sur la vinification bio	p.22
Le nouveau logo européen pour la bio mis au vote des internautes	p.22

LES RENDEZ-VOUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN 2010 : DES ACTIONS PEDAGOGIQUES ET PARTICIPATIVES

La Bio au Salon International de l'Agriculture du 27 février au 7 mars	p.24
Séminaire International de l'agriculture biologique le 4 mars	p.27
Remise des prix du concours « Les Trophées de l'Excellence Bio » le 4 mars	p.29
Printemps BIO : du 1 ^{er} au 15 juin 2010	p.31
La « Minute Bio » à découvrir cet été sur M6	p.32
Une grande campagne de communication européenne pour l'alimentation bio et l'agriculture bio	p.34
Filières Bio : des actions d'informations toute l'année	p.35
Les prochains grands rendez-vous de la bio	p.40

LES FONDAMENTAUX DE LA BIO

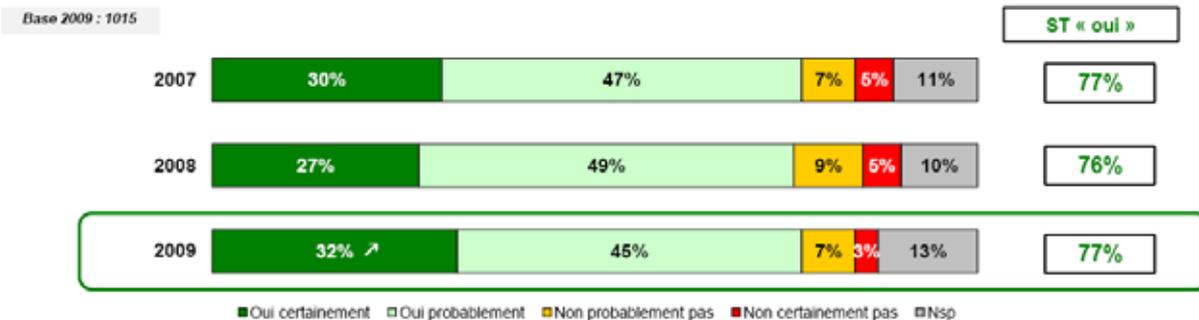
Les productions végétales bio : 100% naturelles	p.43
Elevages bio : des pratiques en cohérence avec la nature	p.44
Produits bio : une fabrication sur mesure	p.45
L'agriculture bio : un rôle très positif sur l'environnement	p.46
Filière biologique : des règles strictes	p.47
Produits biologiques : contrôlés et certifiés	p.48

LA BIO : UNE SOLUTION D'AVENIR DE PLUS EN PLUS PRESENTE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

La Bio : considérée comme solution d'avenir à développer

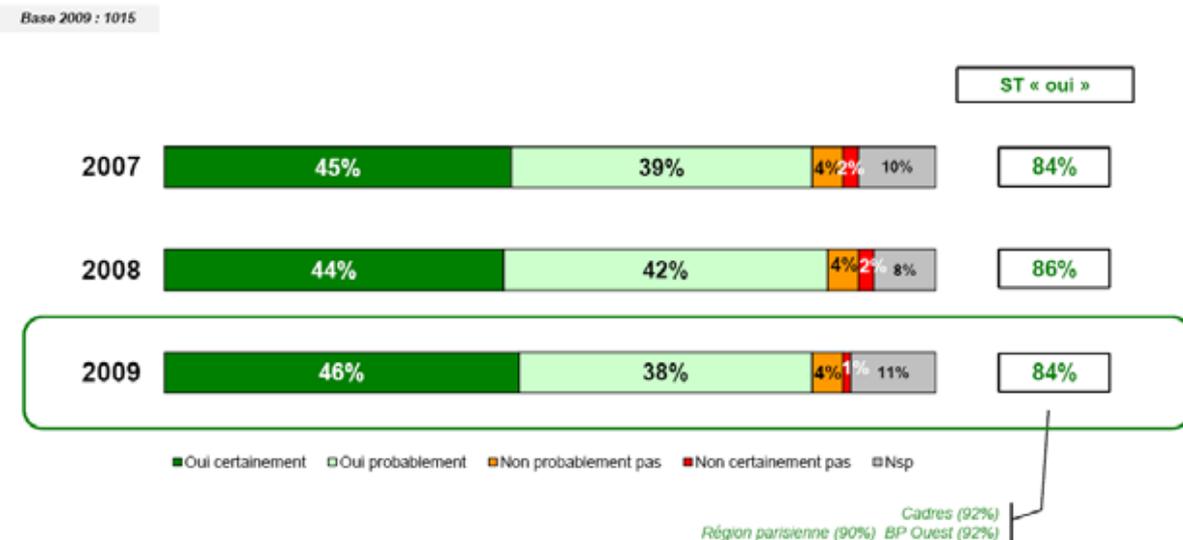
Selon le nouveau Baromètre de l'Agence BIO, les ¾ des Français pensent que l'agriculture biologique est une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux. Ils sont de plus en plus nombreux à en être totalement convaincus : 32% « Oui certainement » en 2009 vs 27% en 2008.

Pour vous, l'agriculture biologique est-elle une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux ?



84% des Français continuent de penser qu'il faut développer l'agriculture biologique en France. Une opinion particulièrement marquée chez les cadres (92%).

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

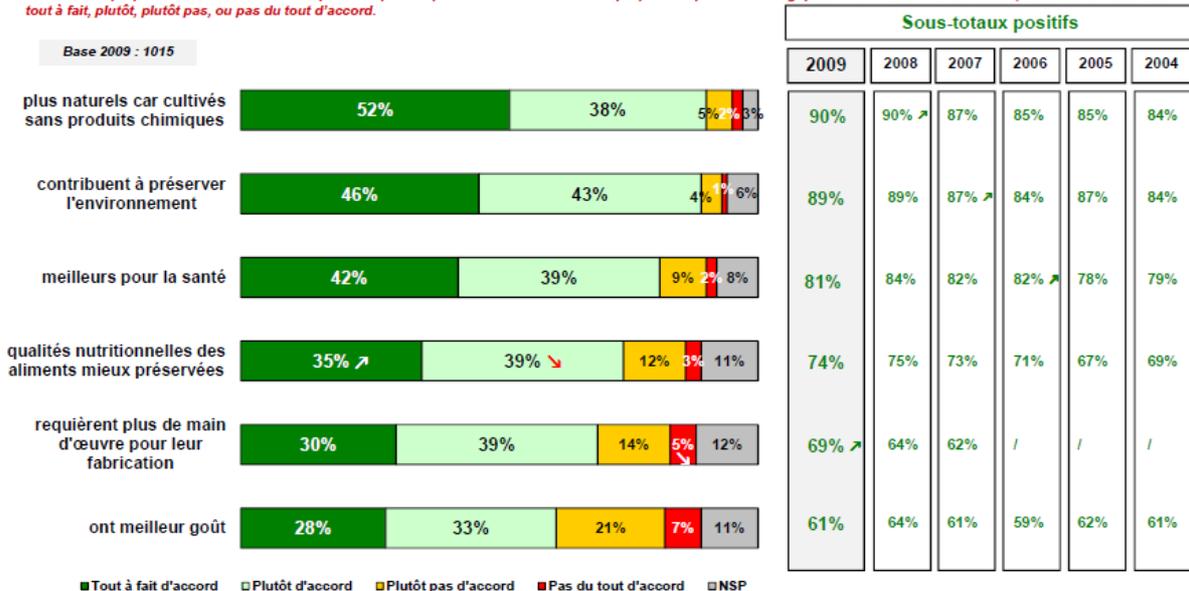


Produits bio et respect de l'environnement sont de plus en plus reliés dans l'esprit des Français

Parmi les propositions énoncées dans le cadre du Baromètre Agence BIO 2009, les Français affirment à :

- 90% que les produits bio sont « plus naturels car cultivés sans produits chimiques ».
- 89% qu'ils « contribuent à préserver l'environnement ».
- 81% qu'ils sont « meilleurs pour la santé ».
- 74% que les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux conservées.
- 69% qu'ils « requièrent plus de main d'œuvre pour leur fabrication ». Ce taux augmente significativement par rapport aux précédentes enquêtes : il était de 64% en 2008 et de 62% en 2007.
- 61% qu'ils « ont meilleur goût ».

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



Les consommateurs-acheteurs¹ de produits bio sont de plus en plus convaincus par les bienfaits de l'agriculture biologique. Ils sont :

- 97% à affirmer que les produits bio sont « plus naturels car cultivés sans produits chimiques ».
- 97% qu'ils « contribuent à préserver l'environnement ».
- 95% qu'ils sont « meilleurs pour la santé ».
- 89% que « les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux conservées ».
- 75% qu'ils « requièrent plus de main d'œuvre pour leur fabrication ».
- 84% qu'ils « ont meilleur goût ».

¹ Consommateurs-acheteurs de produits bio : consommant au moins un produit bio une fois par mois ET en ayant acheté au cours des 4 semaines précédant l'enquête.

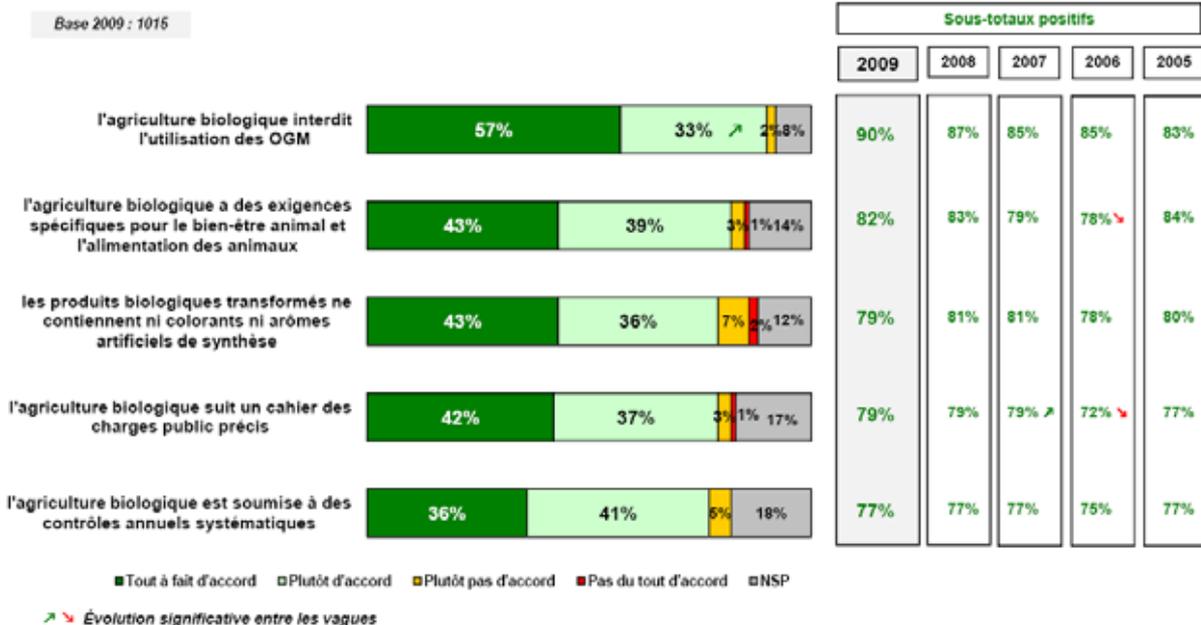
Bio : des principes de production connus des Français

La majorité des Français connaît les grands principes de l'agriculture biologique. Le Baromètre 2009 montre que :

- 9 Français sur 10 sont d'accord avec l'idée que « l'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM » (87% en 2008, 85% en 2007 et 2006, 83% en 2005),
- 82% des Français sont d'accord pour dire que « l'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux » (83% en 2008, 79% en 2007),
- 79% que « les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse » (81% en 2008 et en 2007),
- 79% que « l'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis » (79% en 2008, 79% en 2007),
- 77% que « l'agriculture biologique est soumise à des contrôles annuels systématiques » (77% en 2008 et 77% en 2007).

Les consommateurs de produits bio sont, quant à eux, en moyenne plus de 85% à connaître chacun de ces principes.

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



Environnement et proximité : critères de choix pour les achats

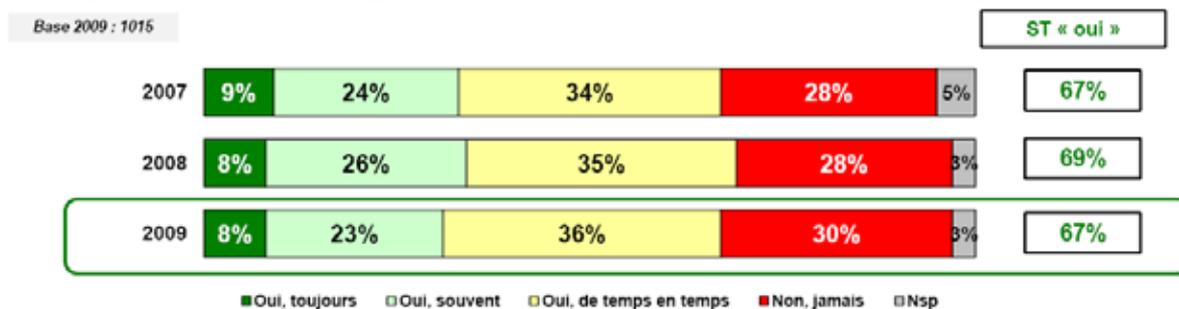
Les valeurs environnementales et le choix de productions de proximité sont de plus en plus évoqués par les Français, qui déclarent privilégier dans leurs achats :

- les produits de saison à 94% (vs 91% en 2008),
- les produits de production locale à 83%, (vs 80% en 2008),
- l'achat de produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable à 67% (69% en 2008).

Respect de l'environnement : la marque AB en point de repère

Parmi les 67% de Français qui déclarent privilégier des produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable dans leurs achats, 72% dit utiliser la marque AB pour les reconnaître (vs 70% en 2008 et 66% en 2007).

De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ?



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

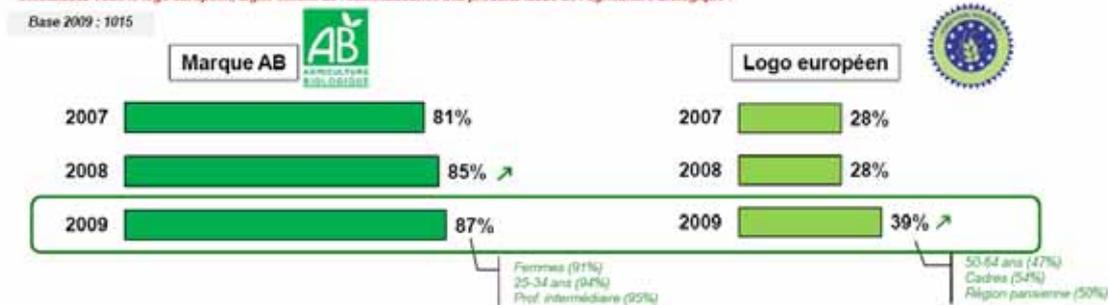
	2007	2008	2009
Base	700	725	679
La marque Agriculture Biologique	66%	70%	72%
Les emballages recyclables	49%	47%	50%
La signalisation dans les magasins	51%	45%	41%
Les emballages réutilisables	46%	39%	37%
L'Écolabel européen	17%	18%	26%
L'étiquette Energie	16%	16%	21%
La marque Max Havelaar	14%	19%	18%
La marque Cosmebio	6%	10%	10%
La mention bio / label bio	-	2%	2%
Achète directement dans une ferme bio / un magasin bio	3%	1%	1%
Pastille verte / étiquette verte	1%	1%	1%
Le vendeur / la confiance dans le marchand	-	1%	-
Commerce équitable	1%	1%	-
La composition	-	1%	1%
Ecocert / Label Ecocert	1%	1%	-

9 Français sur 10 connaissent la marque AB

Selon le Baromètre Agence BIO 2009, les Français sont de plus en plus nombreux à connaître la marque AB : 87% en 2009 vs 85% en 2008 et 81% en 2007. Pour leur part, les consommateurs-acheteurs de produits bio sont 98% à la connaître.

Le logo européen, quant à lui, est connu par 39% des Français, contre 28% en 2008 et en 2007. Ce logo est davantage connu des consommateurs-acheteurs qui déclarent le connaître pour 58% d'entre eux.

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

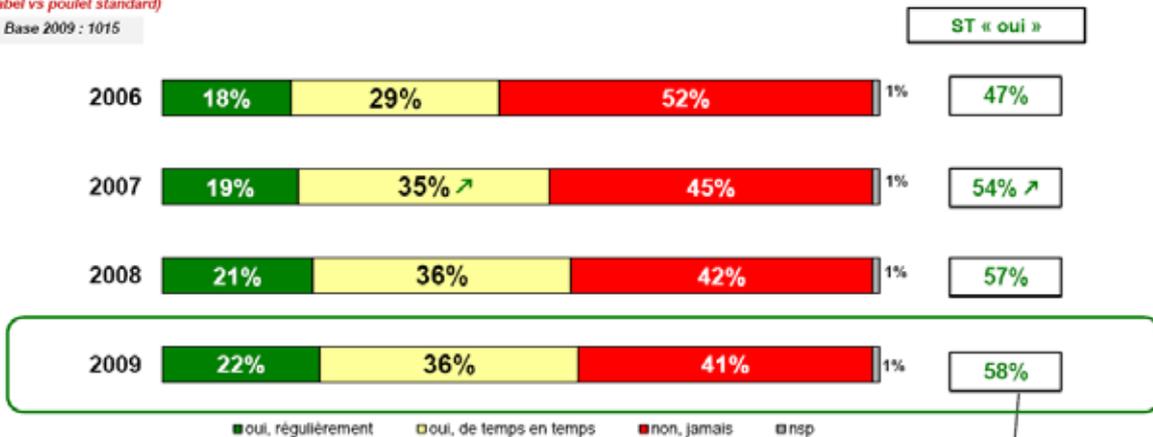


Bio ou pas : 58% des Français comparent les prix

Quand ils font leurs courses, les Français comparent les prix entre les produits biologiques et produits non biologiques de même catégorie. D'après le Baromètre Agence BIO 2009, 58% disent établir une comparaison alors qu'ils étaient 57% l'an dernier, 54% en 2007 et 47% en 2006. Les consommateurs bio sont encore plus attentifs puisque 77% d'entre eux établissent des comparaisons, dont 36% régulièrement et 41% de temps en temps.

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

Base 2009 : 1015



	2009	
	Consommateurs de produits bio	Non consommateurs
Base	463	542
Oui	77%	44%
Oui, régulièrement	36%	11%
Oui, de temps en temps	41%	33%
Non, jamais	22%	56%
Nsp	1%	< 1

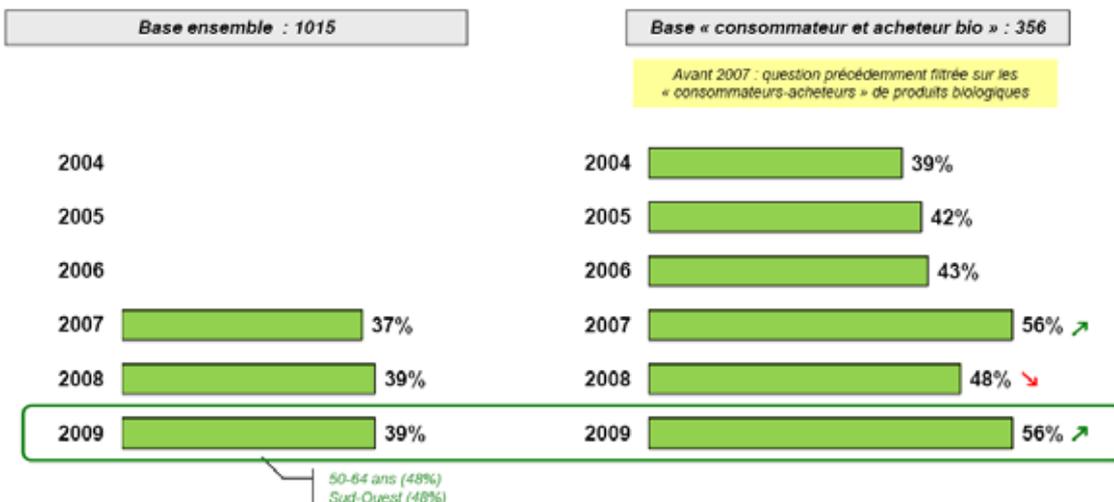
Femmes (66%)
35-49 ans (67%)
Cadres (69%)
Employés (67%)

Payer plus pour manger bio ? Normal pour 4 Français sur 10

Les Français sont 39% à trouver normal qu'un produit bio puisse coûter plus cher qu'un produit non bio. En moyenne, ils se disent prêts à payer jusqu'à 11% de plus. De leur côté, les consommateurs-acheteurs bio sont 56% à estimer normal de payer plus cher pour manger bio.

Trouvez-vous normal qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique ?

NORMAL DE PAYER PLUS CHER ?

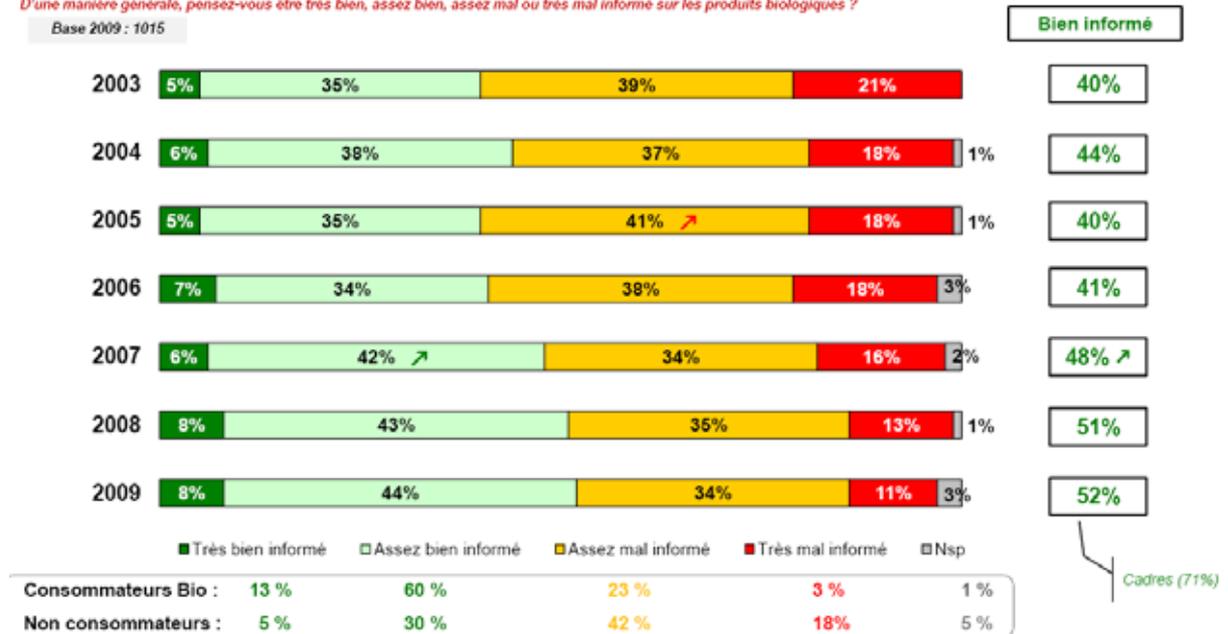


1 Français sur 2 bien informé sur la Bio

D'après le nouveau baromètre de l'Agence BIO, 52% des Français estiment être bien informés sur les produits bio. Ils étaient 41% en 2008, 48% en 2007 et 40% en 2003. Ce taux grimpe à 73% pour les consommateurs bio et descend à 35% pour les non consommateurs de produits bio.

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

Base 2009 : 1015



LA BIO HORS DOMICILE : LES FRANÇAIS EN VEULENT PLUS !

La Bio sollicitée dans les restaurants

Les Français sont de plus en plus intéressés par des repas comprenant des produits biologiques au restaurant : ils sont 45% en 2009, ils étaient 42% en 2008 et 43% en 2007.

Les actifs veulent manger bio au travail

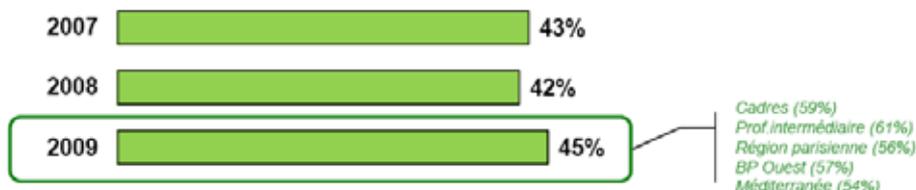
Les actifs sont également de plus en plus nombreux à vouloir manger des produits bio au travail. Ils sont 41% à en souhaiter dans leur restaurant d'entreprise (vs 38% en 2008), et 37% dans les distributeurs automatiques sur leur lieu de travail (vs 32%).

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

SOUHAIT DE REPAS BIO...

... au restaurant

Base totale = 1015



... sur le lieu de travail : cantine,
restaurant d'entreprise

Base Actifs = 551



Cadres (52%)
 Prof. intermédiaire (50%)
 Région parisienne (51%)

... sur le lieu de travail :
distributeurs automatiques

Base Actifs = 551



Cadres (46%)
 Région parisienne (49%)



La Bio en milieu scolaire : un souhait des parents

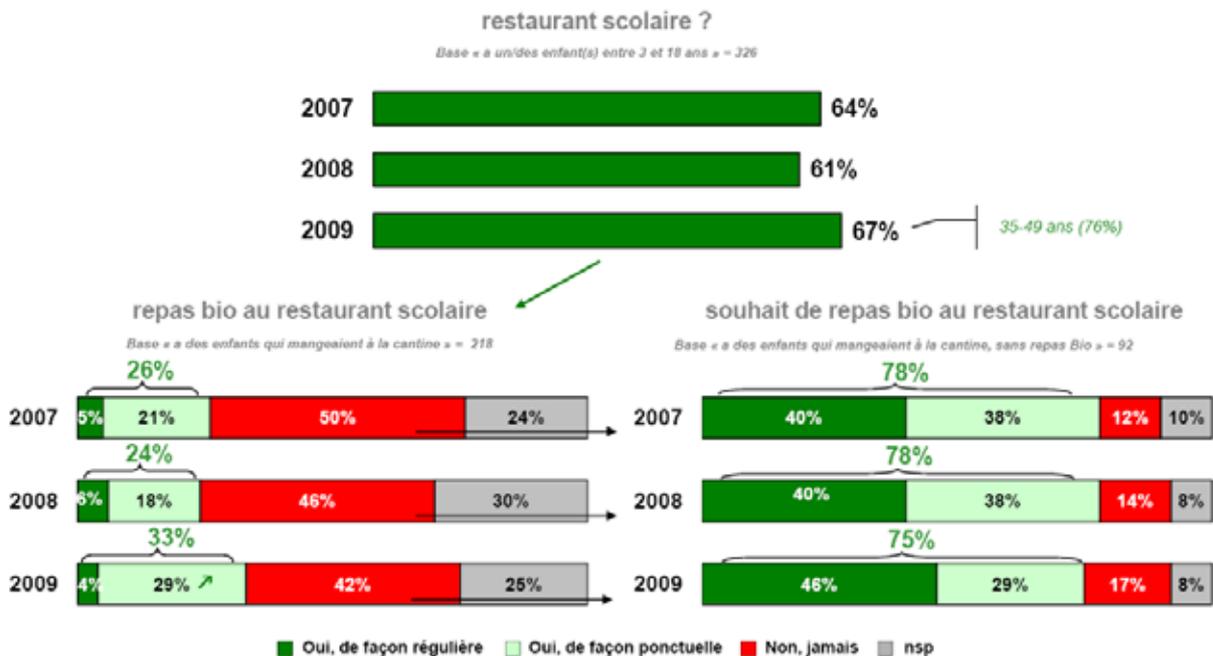
1 enfant sur 3 a déjà mangé bio à l'école

D'après les parents, 1/3 des élèves (de 3 à 18 ans) fréquentant les restaurants scolaires a déjà pris un repas avec des produits bio. Ce chiffre est en augmentation par rapport au précédent Baromètre : 24% en 2008.

Les parents ont envie que leurs enfants mangent bio à l'école

Parmi les parents dont les enfants n'ont pas eu l'occasion de manger bio en restauration scolaire, 75% souhaitent que ce type de repas leur soit proposé.

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



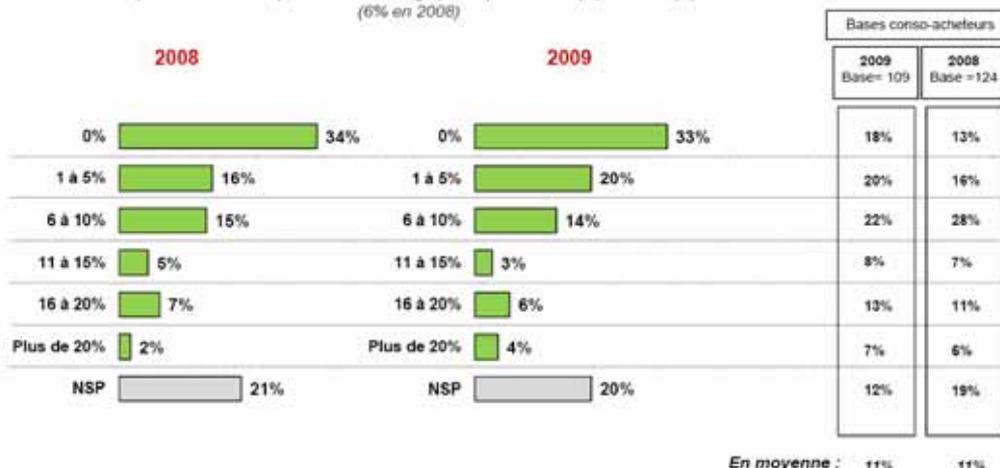
Les parents prêts à payer plus pour des repas Bio

En moyenne, les parents déclarent être prêts à payer 7% de plus pour un repas avec des produits biologiques pour leur(s) enfant(s) (6% en 2008).

D'une façon générale, combien êtes-vous prêt(e) à payer en plus en pourcentage pour un repas avec des produits biologiques pour votre/vos enfant(s) ?

Base « a un/des enfant(s) entre 3 et 18 ans » = 326 (337 en 2008)

En moyenne, les parents déclarent être prêts à payer 7% de plus pour un repas avec des produits biologiques pour leur(s) enfant(s)
 (6% en 2008)



DES CONSOMMATEURS DE PLUS EN PLUS NOMBREUX A GARNIR LEURS PANIERS DE PRODUITS BIO

46% des Français mangent des produits bio

Le taux de Français consommant des produits bio au moins une fois par mois prend chaque année de l'ampleur depuis 2007. En effet, cette année encore, il gagne 2 points : 46% des Français consomment des produits biologiques « au moins 1 fois par mois » en 2009, contre 44% en 2008, 42% en 2007.

Parmi ces consommateurs, 9% disent en consommer tous les jours. Ils étaient 8% en 2008 et 6% en 2007.

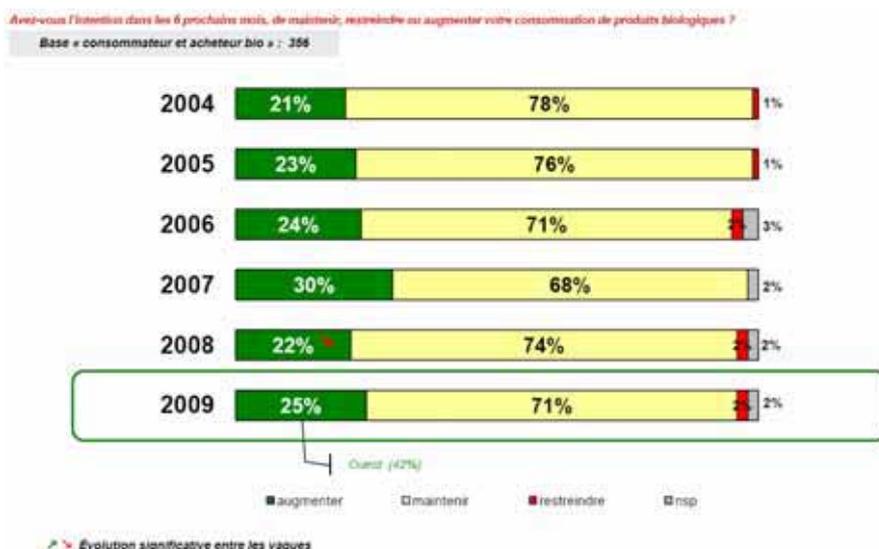
39% des Français sont acheteurs de produits bio

L'achat de produits biologiques reste stable par rapport à 2008 : 39% des Français déclarent en avoir acheté, eux-mêmes ou une personne de leur foyer, au cours des 4 semaines ayant précédé l'enquête. En 2007, ils étaient 37%.

Bio : vers une consommation en hausse

Au cours des 6 prochains mois, 25% des consommateurs-acheteurs² bio ont l'intention d'augmenter leur consommation (vs 22% en 2008) et 71% de la maintenir.

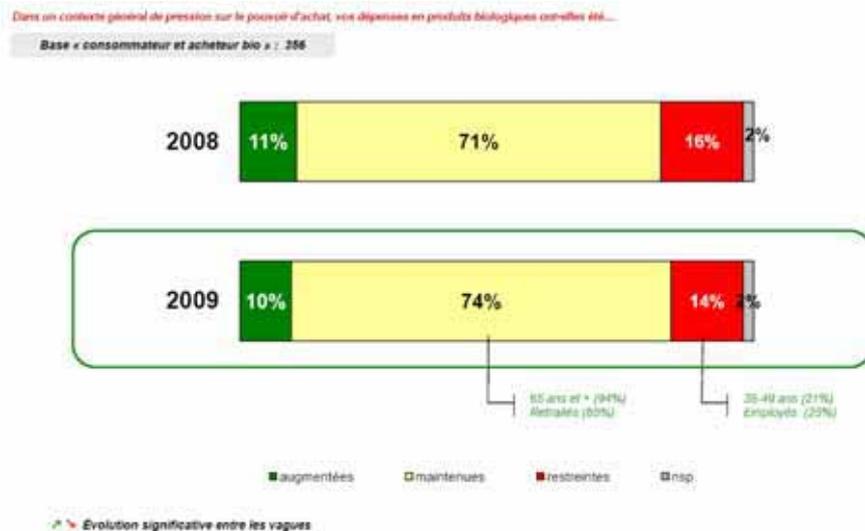
Les secteurs de produits concernés par les intentions d'augmentation sont très variés. Ce sont principalement les fruits et légumes, la volaille, le bœuf, le porc, la charcuterie et l'agneau qui devraient bénéficier de la hausse de consommation envisagée.



² Consommateurs-acheteurs de produits bio : consommant au moins un produit bio une fois par mois ET en ayant acheté au cours des 4 semaines précédant l'enquête.

2009 : les achats bio résistent face la crise

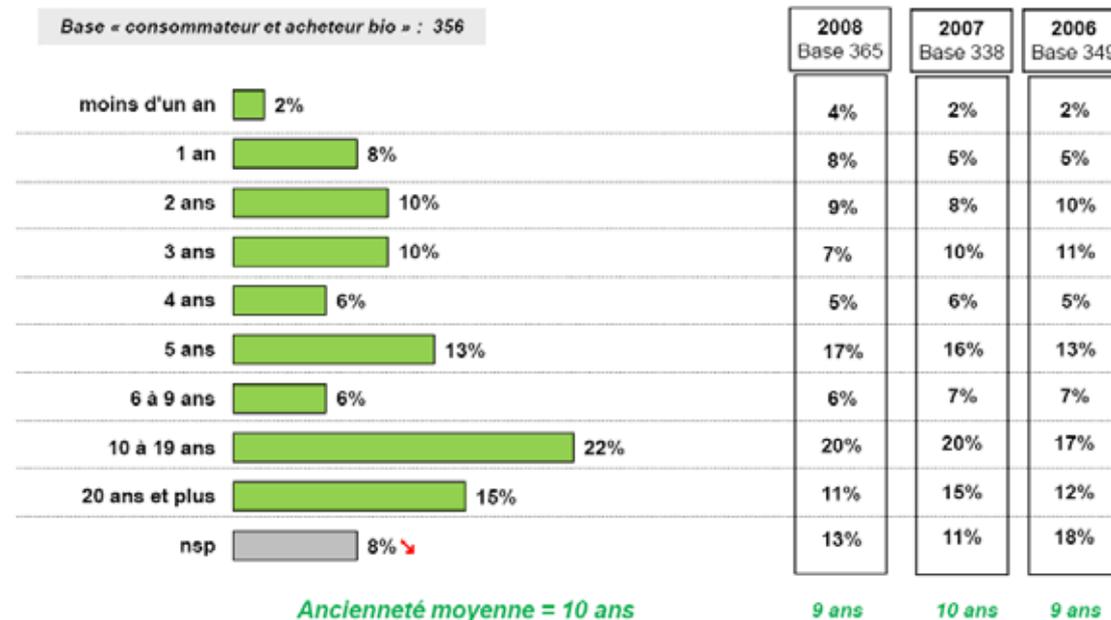
Malgré un contexte économique difficile, 84% des consommateurs-acheteurs de produits bio disent avoir maintenu (74%) ou augmenté (10%) leurs dépenses en produits biologiques.



De plus en plus de nouveaux consommateurs

Les consommateurs-acheteurs de produits biologiques ont une ancienneté moyenne de 10 ans. On note une augmentation globale des consommateurs récents. En effet, les produits biologiques attirent de nouveaux consommateurs puisque 20% des consommateurs acheteurs bio disent en consommer depuis moins de 2 ans.

Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Nouveaux consommateurs de moins de 2 ans : 20%
(21 % en 2008 / 14% en 2007 / 17% en 2006)

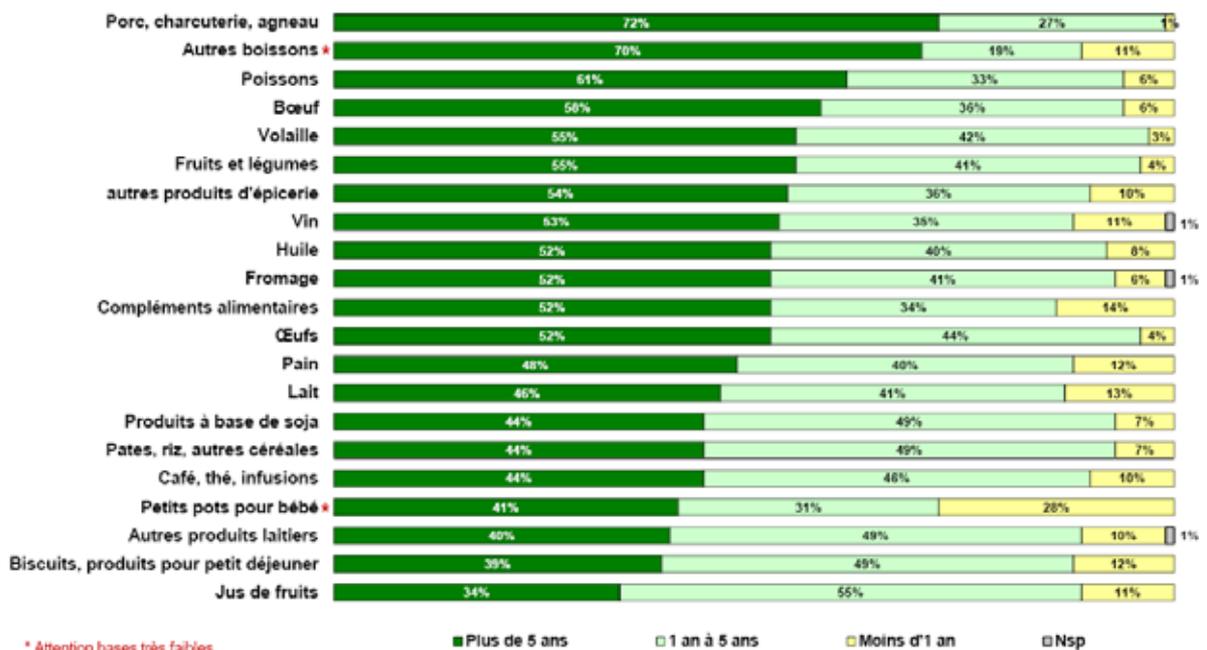
Les produits bio qui recrutent de nouveaux consommateurs

D'après le Baromètre Agence BIO 2009, les produits biologiques qui ont le plus recruté (consommateurs de moins d'un an) sont :

- les compléments alimentaires (14% de consommateurs de moins d'1 an),
- le lait (13%),
- le pain (12%),
- les biscuits/produits pour petit-déjeuner (12%),
- le vin (11%),
- les jus de fruits (11%).

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

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



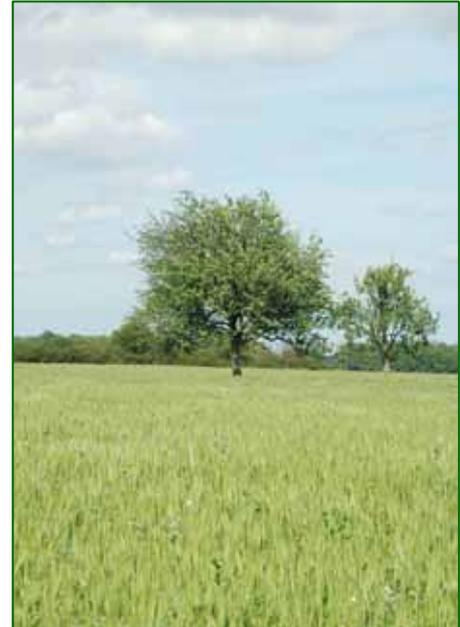
Raisons de consommation bio : l'environnement gagne du terrain

Les données du nouveau Baromètre Agence BIO 2009 modifient le trio de tête des raisons de consommation les plus citées par les consommateurs-acheteurs bio en assisté.

La raison environnementale passe de la quatrième à la deuxième position, échangeant ainsi sa place avec la motivation liée à la qualité et au goût des aliments bio.

Par ailleurs, on note également une progression des raisons éthiques de 10 points par rapport à 2008.

Dans le Baromètre 2009, les consommateurs-acheteurs de bio disent ainsi manger des produits bio :



- à 95% « pour préserver ma santé » (94% en 2008),
- à 94% « pour préserver l'environnement » (86% en 2008),
- à 91% « pour être certain que les produits soient sains » (89% en 2008),
- à 87% « pour la qualité et le goût des produits » (92% en 2008),
- à 72% « pour des raisons éthiques » (62% en 2008),
- à 69% « pour le bien-être des animaux » (74% en 2008).

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

Base « consommateur et acheteur bio » : 356

		2008 b=365	2007 b=338	2006 b=349	2005 b=442	2004 b=395
préserver ma santé	95%	94%	96%	94%	94%	92%
préserver l'environnement	94% ↗	86%	90% ↗	83%	84%	85%
ma sécurité, pour être certain que les produits sont sains	91%	89%	92%	93%	91%	92%
la qualité et le goût des produits	87%	92%	91%	90%	91%	92%
des raisons éthiques	72% ↗	62%	62% ↗	50%	74%	72%
le bien être des animaux	69%	74%	72%	66%		

Les consommateurs s'appuient sur le logo AB

Le logo AB, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique, est utilisé par 85% des consommateurs-acheteurs pour repérer les produits bio lors de l'achat.

La mention « issu de l'agriculture biologique » est utilisée comme repère par 49% des acheteurs - consommateurs. La signalétique en rayon s'avère également utile pour beaucoup d'acheteurs (46%).

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

		2008 b=365	2007 b=338	2006 b=349	2005 b=442	2004 b=395
le logo AB	85%	84%	83% ↗	65%	66%	66%
mention "produit issu de l'agriculture biologique"	49% ↘	67%	63% ↗	31%	33%	37%
la signalétique en rayon	46%	51%	46%	/	/	/
le logo européen	21%	17%	21% ↗	8%	8%	6%
marque distributeur	18%	/	/	/	/	/
une marque commerciale	12%	11%	14%	18%	19%	19%
mention d'un organisme de contrôle	10% ↘	16%	12% ↗	7%	5%	7%
le vendeur	5% ↘	12% ↗	4%	/	/	/
produits achetés en magasins Bio	3%	1%	/	/	/	/

Autres : produits achetés au rayon bio (1%), produit achetés auprès du producteur (1%), l'emballage sobre (<1%), le prix plus élevé (<1%)

Base « consommateur et acheteur bio » : 356

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

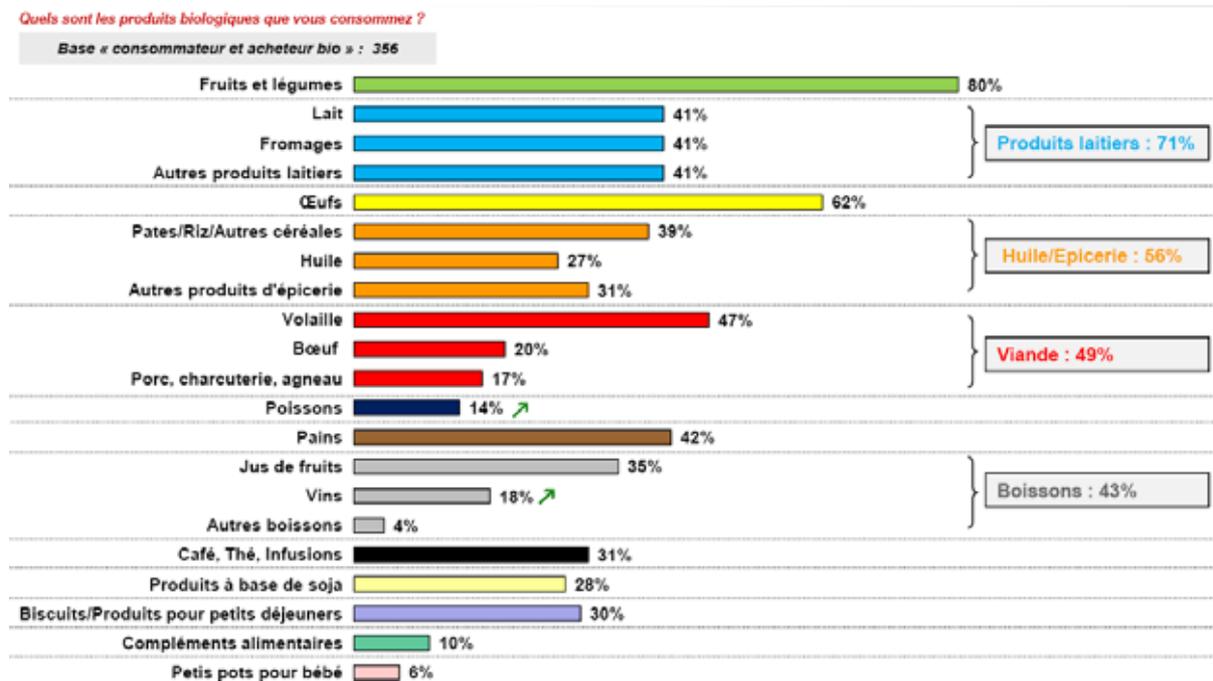


Fruits et légumes : en tête des produits bio consommés

Les fruits et légumes figurent au 1^{er} rang des produits bio consommés : 80% des consommateurs-acheteurs de Bio disent en consommer.

Ils sont suivis des produits laitiers (71%), des œufs (62%), des produits d'épicerie (huiles, pâtes, riz : 56%), de la viande (49%), du pain (42%) et des boissons (43%).

Deux progressions majeures apparaissent en corrélation avec l'augmentation de l'offre. Les poissons sont désormais consommés par 14% des consommateurs-acheteurs bio contre 7% l'an passé et les vins par 18% d'entre eux contre 11% en 2008.



Consommation bio : six produits se démarquent

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

En effet, 74% des consommateurs-acheteurs de compléments alimentaires bio ne les consomment qu'en bio (vs 61% en 2008). Il en va de même pour les œufs, pour 61% des consommateurs-acheteurs de Bio, les produits à base de soja, pour 51%, le lait, pour 48% des consommateurs-acheteurs bio, le bœuf pour 44% des consommateurs-acheteurs bio (36% en 2008) et l'huile également pour 44%.



Lieux d'achat : une grande diversité

72% des consommateurs-acheteurs bio achètent des produits bio en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), comme en 2008, 42% sur les marchés (vs 45% en 2008), 31% en magasins spécialisés en produits bio (vs 26% en 2008), 24% à la ferme et 21% auprès d'artisans/commerçants.

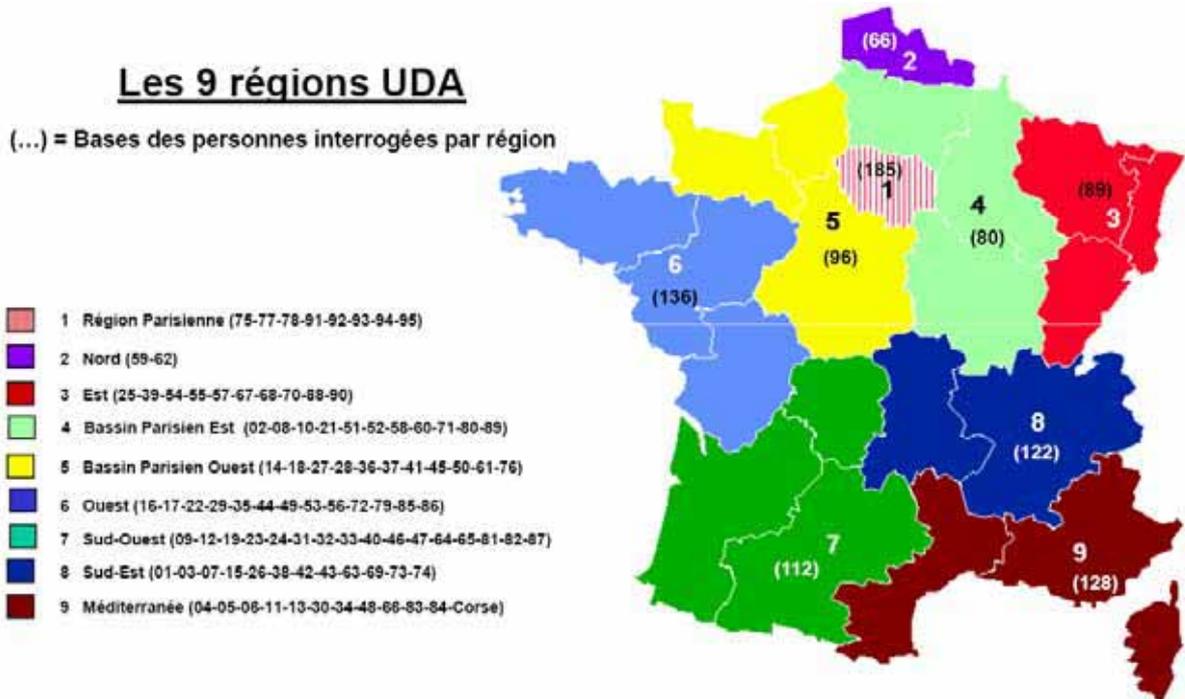
Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur et acheteur bio » : 356

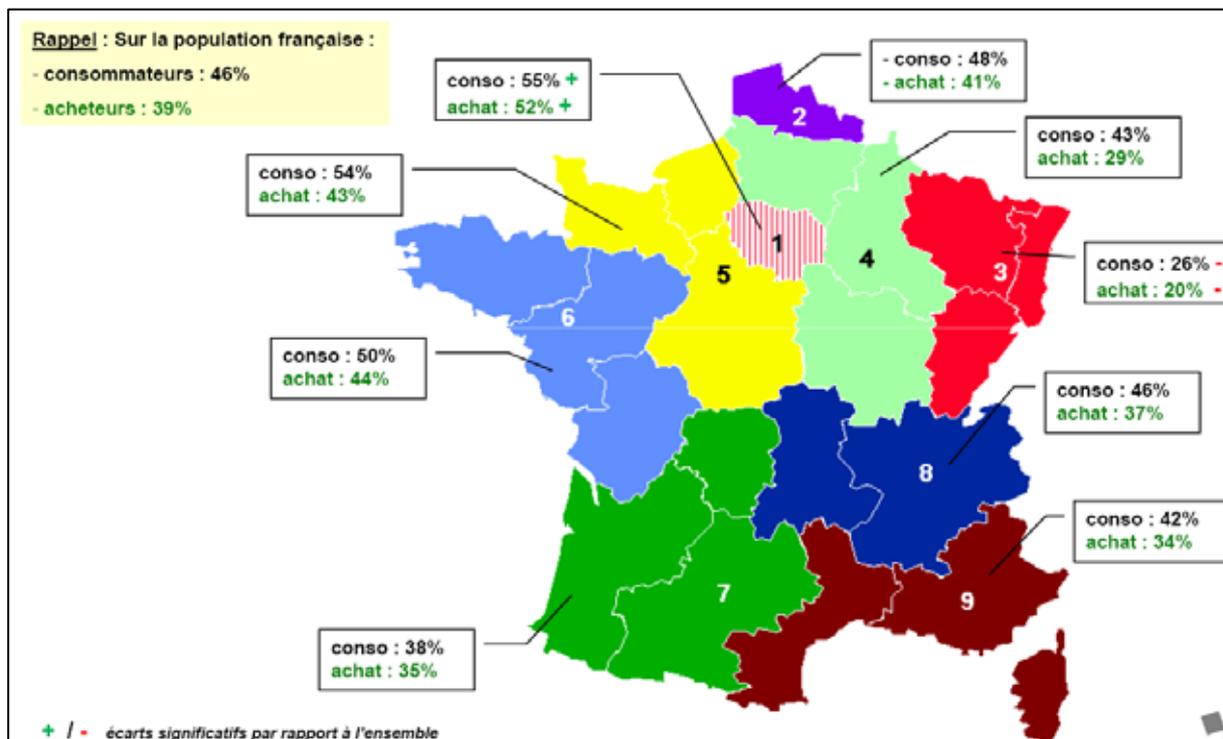
		2008 n=365	2007 n=338	2006 n=349	2005 n=442	2004 n=395
CITÉ AU MOINS UNE FOIS :						
Grandes et moyennes surfaces		72%	70%	76%	72% ↗	66%
Marché		42%	47% ↗	37%	43% ↘	50%
Magasins spécialisés		31%	31%	30%	29%	28%
Ferme		24%	22%	23%	22%	/
Artisans (boulangers, bouchers...)		21%	19%	22%	22% ↘	28%
Auto production		5%	6%	4%	/	/
Autres		3%	3%	4%	1%	16%



PRODUITS ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE ET SPECIFICITES REGIONALES



La majorité des consommateurs - acheteurs de produits bio se concentre en région parisienne. Au contraire, on trouve moins de consommateurs-acheteurs dans l'Est de la France.



L'ACTUALITE DE LA BIO



LA DYNAMIQUE DE DEVELOPPEMENT DES FILIERES BIO EN FRANCE : LANCEMENT D'UN 5^{EME} APPEL A PROJETS

En 2008, pour contribuer à la structuration de filières, les moyens ont été renforcés. Dans le cadre du Plan de développement « Agriculture et alimentation biologiques : Horizon 2012 », lancé par le Ministre de l'Agriculture et de la Pêche, un fonds de structuration des filières a été créé.

Géré par l'Agence BIO, ce fonds est doté de 3 millions d'euros par an pendant 5 ans. L'Agence BIO a déjà effectué quatre appels à projets. L'ambition de ce fonds est de compléter les dispositifs existants et de soutenir des projets d'envergure nationale ou supra-régionale, portés par des entreprises et des producteurs s'engageant contractuellement sur plusieurs années pour un développement harmonieux de l'agriculture biologique.

Objectifs : déclencher et soutenir les initiatives

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

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

Le lancement d'un cinquième appel à projet en février 2010

Les quatre premiers appels à projets ont permis de retenir 28 programmes d'actions, portés par des entreprises et des associations de producteurs. Ils seront mis en œuvre en coopération avec des acteurs locaux.

Dans certains cas, les projets ne remplissant pas les conditions d'attribution du fonds de structuration, ont pu être réorientés vers des sources de financement adaptées notamment au niveau régional en s'appuyant sur l'inventaire des aides réalisé par l'Agence BIO.

Un cinquième appel à projet sera lancé mi-février 2010.

Des informations régulièrement actualisées sont disponibles sur le site Internet de l'Agence BIO (www.agencebio.org), notamment en ce qui concerne les aides publiques à l'agriculture biologique.

PROCHAINE EVOLUTION DE LA REGLEMENTATION EUROPEENNE SUR LA VINIFICATION BIO

Aujourd'hui, le cahier des charges européen qui régit la production de raisins biologiques ne couvre pas encore la vinification. On ne peut donc pas parler de "vin bio" mais de "vin issu de raisins de l'agriculture biologique".

A un terme rapproché, il est prévu d'intégrer dans la réglementation européenne un cahier des charges pour la vinification pour l'ensemble des pays de l'Union européenne. Dans cette perspective, le programme européen ORWINE a été mis en place en 2006. Les résultats de ces travaux sont en ligne sur le site Internet : www.orwine.org

Le cahier des charges sur la vinification est actuellement en fin de discussion.

LE NOUVEAU LOGO EUROPEEN POUR LA BIO MIS AU VOTE DES INTERNAUTES

Du 8 décembre 2009 au 31 janvier 2010, tous les internautes ont été invités à voter pour le nouveau logo bio européen à partir du site www.ec.europa.eu/organic-logo. Ce signe de reconnaissance officiel figurera obligatoirement sur les produits alimentaires bio préemballés produits dans l'Union européenne à partir du 1er juillet 2010.

Les 3 logos proposés au vote en ligne ont été pré-sélectionnés suite au grand concours auquel ont participé plus de 3 400 étudiants en art et en design des 27 Etats membres de l'Union européenne.



Le logo remportant le plus de suffrages est appelé à devenir, après avis du Comité de réglementation, le nouveau symbole officiel des produits biologiques dans toute l'Union européenne dès juillet 2010.

Il figurera à côté des autres mentions obligatoires informant qu'il s'agit d'un produit bio certifié par un organisme certificateur agréé en France par les Pouvoirs publics pour son indépendance, sa compétence et son impartialité.

Les logos nationaux, telle la marque AB en France, ainsi que les logos privés pourront toujours être utilisés en complément.

LES RENDEZ-VOUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN 2010 : DES ACTIONS PEDAGOGIQUES ET PARTICIPATIVES



LA BIO AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE DU 27 FEVRIER AU 7 MARS

L'Agence BIO et ses partenaires vont à la rencontre du public, du 27 février au 7 mars, au 47^{ème} Salon International de l'Agriculture, Porte de Versailles à Paris. Situé comme l'année précédente *Hall 3, Allée C, stand 77*, à proximité du Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, l'espace BIO s'adressera à la fois aux professionnels et au grand public (adultes et enfants), avec pour objectifs de répondre à toutes les questions sur les techniques, les principes et les valeurs de l'agriculture biologique, et d'apporter des informations aux professionnels souhaitant convertir leurs activités à l'agriculture biologique.

Un stand d'information et de découverte

L'Agence BIO occupera un stand en îlot de 117 m², composé de trois grands espaces distincts :

- **un espace information et mobilisation des acteurs pour le développement de l'agriculture biologique**, avec pour objectif d'encourager la conversion et de répondre aux questions des professionnels et du grand public.
- **un espace rencontres professionnelles** s'adressant aux professionnels et autres visiteurs souhaitant des informations plus conséquentes sur l'agriculture biologique. Des intervenants professionnels échangeront sur « les clefs de la bio » avec des orientations privilégiées certains jours.
- **un espace découverte** invitant les visiteurs grand public (enfants et adultes) à découvrir les spécificités du mode de production et de transformation des produits bio, la diversité et la saveur des aliments bio.

Cet espace comprendra :

- un pôle cuisine, animé chaque jour par un cuisinier avec des démonstrations et des dégustations de recettes bio, rapides et faciles à reproduire. Les cuisiniers apporteront de nombreuses informations au public sur la saisonnalité, la proximité des productions et l'équilibre nutritionnel.
- un pôle producteur/transformateur accueillera chaque jour des professionnels bio qui présenteront leurs métiers, leur savoir-faire et leurs productions. Les produits présentés par les producteurs ou entreprises seront cuisinés par le chef du jour. Des accords met-vin seront proposés par les vignerons.
- un pôle vigneron, avec chaque jour des dégustations de vins bio des différentes régions de France proposées par des vignerons et œnologues.

- un pôle boutique pour apprendre à repérer les produits bio et découvrir leurs diversités et leurs modes de production.
- un pôle thématique sur l'élevage bio, réalisé en partenariat avec la Commission bio d'Interbev et le CNIEL, constitué de jeux et d'informations pour tous les publics sur l'alimentation et le bien-être animal en agriculture biologique.

Un programme d'animations pour tous les publics

Chaque jour, diverses animations s'adresseront à l'ensemble des publics du salon (grand public adultes et enfants, professionnels).

Les rencontres professionnelles « les clefs de la bio »

Chaque jour, des professionnels seront sur le stand de l'Agence BIO pour répondre aux questions d'un public à la recherche d'informations spécifiques, avec des orientations privilégiées certains jours :

lundi 1^{er} mars : **La bio et les chefs**, avec la participation notamment de « Réseau Bio Rhône Alpes » : Michel WELTERLIN (hôtelier, responsable du projet), Laurence SALOMON, restauratrice, Frédéric LEPRON, œnologue et de Gilles LE GALLES, chef de l'Eco-Hôtel Spa Yves Rocher.

mardi 2 mars : **L'élevage bio et la protection animale**, avec la participation de vétérinaires et de professionnels de l'élevage, en partenariat avec la Commission Bio d'Interbev.

mercredi 3 mars : **La bio en restauration collective**, en partenariat avec le Conseil Général de la Drôme ;

jeudi 4 mars: **Séminaire international** Hall 7.2, salle Lyra, suivi à 17h par la remise des prix du concours national « **Les trophées de l'Excellence BIO** »

vendredi 5 mars : **Protection végétale**, avec la participation notamment de Monique Jonis de l'ITAB.

Des temps forts sur la formation aux métiers de la bio ponctueront les rencontres professionnelles tout au long du salon.

Les animations de découverte

La cuisine bio de saison : chaque jour, des recettes bio de saisons - entre tradition et modernité - des rencontres de producteurs, de vignerons et d'entreprises

Les animations culinaires seront accompagnées de conseils pour manger bio et équilibré à chaque repas, pour tous les budgets. Les recettes présentées seront disponibles sur le site Internet de l'Agence BIO rubrique « La cuisine bio des quatre saisons ».

Des producteurs ou entreprises bio des différentes régions de France présenteront le mode de production et de transformation de leurs produits aux visiteurs, qui pourront les déguster et apprendre à les cuisiner en direct sur l'espace cuisine (cresson, chou-fleur, lentilles, viandes, jus de fruits...).

Tout au long du salon, des dégustations de vins bio seront également proposées par des vignerons et professionnels. Chaque jour, une région viticole française différente sera mise à l'honneur pour permettre aux visiteurs de découvrir la diversité et la qualité des vins et spiritueux bio français.

Le goûter bio des enfants : chaque jour autour de 16h, des dégustations, ainsi que des jeux de découverte sur le goût et sur l'alimentation seront proposés aux enfants âgés de 6 à 10 ans sur l'espace cuisine.

L'espace jeu : tout au long de la journée, des jeux interactifs sur l'alimentation animale en agriculture biologique s'adresseront aux visiteurs enfants et adultes.

Un programme détaillé des animations sera mis en ligne dans la rubrique actualités du site Internet de l'Agence BIO.

Le « jeu de la Bio avec Cinelle »

Le jeu de la Bio s'adressera aux enfants et aux adultes qui devront répondre à six questions sur l'agriculture biologique. Les enfants pourront s'aider des indices à découvrir sur le stand de l'Agence BIO. Un tirage au sort le dimanche 7 mars à 17 h sur le stand de l'Agence BIO permettra de désigner les 30 gagnants du jeu (dix paniers garnis de produits bio à gagner pour le jeu adulte et vingt jeux de société Bioviva pour le jeu enfant).

L'espace BIO renforcé en 2010

Cette année, l'espace BIO sera renforcé par la participation du **Conseil Général de la Drôme**, du **"Pain Moisan"** et de l'Association **"Les Amis de Juliet®"**, qui proposeront également sur leurs stands voisins de l'Agence BIO, des dégustations et des animations de découverte des produits bio.

LE SEMINAIRE INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE LE 4 MARS

La 5^o édition du Séminaire international de l'agence BIO aura lieu le 4 mars 2010 à Paris, salle Lyra, Hall 7.2, dans le cadre du Salon International de l'Agriculture - Paris Porte de Versailles.

Le Séminaire International portera sur les évolutions des marchés et des stratégies au plan international, pour le développement de l'agriculture biologique et ses filières. Il s'adresse à toutes les personnes œuvrant en faveur du développement de l'agriculture biologique. Le séminaire sera suivi à 17h par la remise des prix du concours national « Les Trophées de l'Excellence BIO ».

Ce séminaire vise notamment à :

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

En 2006, 2007, 2008 et 2009, outre la Commission européenne, des représentants d'Allemagne, d'Autriche, du Danemark, d'Espagne, de Finlande, de Hongrie, d'Italie, des Pays-Bas, de Pologne, du Royaume Uni, de Suède, de Suisse et des Etats-Unis ont participé.

En 2010, outre un représentant de la Commission européenne et le Directeur du FIBL (Institut de Recherche de l'Agriculture Biologique en Suisse), des représentants de Belgique, d'Italie, des Pays-Bas et du Royaume-Uni apporteront un éclairage particulier sur la politique menée dans leurs pays tant en termes d'objectifs que de moyens et les spécificités de chacun d'entre eux.

Ce séminaire d'information et de réflexion est destiné à toutes les personnes œuvrant en faveur du développement de l'agriculture biologique, en particulier dans les collectivités territoriales, les organismes professionnels, les entreprises de production, de transformation et de distribution, les instituts de recherche et technique, les associations de consommateurs, les journalistes, etc...

PROGRAMME PREVISIONNEL

- 9h15 Accueil
- 9h30 Ouverture du séminaire
par Pascal Gury, Président de l'Agence BIO
- 9h45 Dynamiques de développement des filières bio, en France, en
Europe et dans le monde
par Elisabeth Mercier, Directrice de l'Agence BIO
- Echanges de vues sur les stratégies de développement de l'agriculture bio et impacts
- 10h30 1e partie, avec la participation :
- du FIBL (Institut de Recherche de l'Agriculture Biologique en Suisse) avec M. Urs Niggli, Directeur, qui présentera en particulier les résultats des programmes de recherche sur l'impact environnemental, économique et social de l'agriculture bio,
 - des Pays-Bas avec notamment le coordinateur des programmes de recherche sur l'agriculture biologique aux Pays-Bas,
 - de la Belgique avec Nature et Progrès Belgique et un deuxième représentant,
- 13h00 Pause – déjeuner
- 14h30 2e partie, avec la participation :
- du Royaume-Uni avec Craig Sams, Fondateur de la Société Green & Black's et ancien Président de la Soil Association,
 - de l'Italie avec Teresa De Matthaeis, Chef du Bureau agriculture biologique au Ministère Italien de l'Agriculture,
 - de la Commission Européenne.
- 16h50 Clôture par M. le Ministre de l'Alimentation, de l'Agriculture et de
la Pêche (à confirmer)
- 17h00 Remise des prix du concours national Les Trophées de
l'Excellence Bio, co-organisé par l'Agence BIO et le Crédit
Agricole.

(Les horaires sont susceptibles d'être modifiés en fonction principalement de l'agenda du Ministre)

LES TROPHÉES DE L'EXCELLENCE BIO REMISE DES PRIX LE 4 MARS 2010 A 17H, DANS LE CADRE DU SIA, A L'ISSUE DU SEMINAIRE INTERNATIONAL

Co-organisé par l'Agence BIO et le Crédit Agricole, le concours « Les Trophées de l'Excellence Bio » récompensera des producteurs et des entreprises engagés dans le secteur de l'agriculture biologique pour leurs démarches innovantes.

Ce concours, dont le règlement est disponible sur le site Internet de l'Agence BIO et du Crédit Agricole, a été lancé le 8 septembre 2009 lors du salon Tech'n BIO dans la Drôme.

Le dépôt des candidatures est clos depuis le 15 décembre 2009.

Quels sont les candidats au concours ?

Les acteurs professionnels et entreprises dont l'activité est certifiée bio ou en conversion, pouvaient déposer leur candidature jusqu'au 15 décembre 2009. Les innovations déjà primées dans le cadre d'un autre concours n'étaient pas recevables.

Il était possible de se présenter à titre individuel ou collectif dans le cas de démarches portées par plusieurs acteurs réunis au sein d'une association, d'un Centre d'Etudes Techniques Agricoles, d'un Groupement de Développement Agricole, d'une Coopérative d'Utilisation du Matériel Agricole, ... et, le cas échéant, en coopération avec une ou plusieurs collectivités locales.

Deux catégories sont prévues :

- producteurs
- transformateurs et distributeurs

Un prix de 5000 € sera décerné au projet le plus innovant dans chacune des deux catégories du concours. Et pour assurer la valorisation des projets et professionnels lauréats, une action d'information sera menée.

Quelles actions exemplaires et innovantes seront distinguées ?

Ce concours vise à récompenser des acteurs mettant en œuvre des démarches d'excellence présentant un caractère innovant, au moins dans un des domaines technique, social, économique, commercial ou partenarial.

Comme innovations, sont en particulier considérées :

- la fabrication d'un produit nouveau,
- une nouvelle méthode de production,
- la création de nouveaux débouchés dans des conditions durables, rémunératrices pour les producteurs et accessibles pour les consommateurs

- l'utilisation de nouvelles matières premières,
- la mise en place d'une nouvelle organisation du travail,
- la mise en œuvre de nouveaux dispositifs partenariaux (associations, collectivités territoriales...)

Pour être distinguées, les innovations doivent présenter une utilité avérée pour le développement ou l'amélioration des performances des filières de l'agriculture biologique.

Le jury

Les lauréats seront sélectionnés en février par un jury composé de représentants des Pouvoirs Publics, du Crédit Agricole et de professionnels de la Bio, sous la présidence d'une personnalité indépendante.

La remise des Prix se déroulera le 4 mars à 17h, salle Lyra Hall 7.2, dans le cadre du Salon International de l'Agriculture 2010, à l'issue du Séminaire International de l'Agence BIO.

Le programme détaillé de cette remise des prix figurera prochainement sur le site Internet de l'Agence BIO.



**CRÉDIT
AGRICOLE**

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

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

Des initiatives dans toute la France

L'événement, coordonné par l'Agence BIO, se matérialise par des initiatives dans toutes les régions de France : fermes et entreprises ouvertes au public, visites de vignobles, repas bio en restauration collective et dans les hôtels et restaurants, conférences, expositions, animations sur les points de vente...

Dans ce cadre, l'Agence BIO organisera des rencontres nationales le **8 juin**, à Paris, sur le thème « **La dynamique de développement de l'agriculture biologique** ».

Les Interprofessions partenaires du programme mettront en oeuvre des actions spécifiques au moment de Printemps BIO, en particulier des animations dans de nombreux points de vente (animations, dégustations...).

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

Pour tout savoir sur Printemps BIO 2010, voici l'adresse à retenir : www.printempsbio.com. Le site offrira le programme complet de toutes les animations organisées partout en France.



Des outils d'information attractifs

Comme chaque année, l'Agence BIO met à disposition des acteurs de l'agriculture biologique (producteurs, transformateurs, distributeurs, collectivités...) des outils d'information afin de sensibiliser le grand public : enfants et adultes, à ce mode de production respectueux de l'environnement. Ces outils : affiches, dépliants, autocollants..., seront notamment distribués à l'occasion de Printemps BIO. De plus, un CD-Rom graphique est diffusé sur demande afin de permettre la reproduction des outils, moyennant le respect d'une charte d'utilisation.



Dépliants adultes et enfants



Autocollants



Affiches

LA « MINUTE BIO » A DECOUVRIR CET ETE SUR M6

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

Pédagogiques et accessibles à tous les publics, ces programmes courts, qui s'inscrivent dans la cadre de la campagne triennale 2008-2010 d'information et de promotion en faveur de l'agriculture biologique et de ses produits cofinancée par l'Union européenne, seront diffusés du 5 juillet au 8 août 2010, en synergie avec le lancement du nouveau logo européen programmé début juillet.

20 programmes courts d'informations sur la Bio

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

Les programmes courts traiteront notamment :

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

50 occasions de découvrir des contenus exclusifs sur la Bio

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

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

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



UNE GRANDE CAMPAGNE DE COMMUNICATION EUROPEENNE POUR L'ALIMENTATION BIO ET L'AGRICULTURE BIO

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



Un site internet multilingue

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

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



Brochures



Cartes postales



Dépliants



Affiches

Campagne de communication européenne :
quelques exemples de visuels

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

**Pour en savoir plus : www.organic-farming.europa.eu
et au SIA sur le stand de l'Agence Bio ainsi qu'en participant au Séminaire
International.**

FILIERES BIO : DES ACTIONS D'INFORMATIONS TOUTE L'ANNEE

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

Les filières participantes :

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



Les actions de la filière élevage

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

Le site Internet www.produitslaitiersetviandebio.com, créé en 2008, a été enrichi tout au long de l'année 2009 par des « vidéos témoignages » consultables en lignes, de nouvelles recettes et un jeu concours.

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



Sur l'année 2010, le site www.produitslaitiersetviandebio.com continuera à jouer son rôle de plateforme d'informations. L'enrichissement de son contenu sera poursuivi par la mise à jour de sa rubrique « Actualités », par la création d'un jeu concours sur la viande en juin et la mise en ligne de nouvelles recettes.

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

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

Une campagne d'insertion presse

Poursuite de la campagne presse sous forme de publi-rédactionnels.

Une campagne média Internet

L'achat d'espace web sera effectué afin de promouvoir les produits laitiers bio via un relais vers le site www.produitslaitiersetviandebio.com.

Des kits spécifiques produits laitiers bio

Des kits PLV « Produits laitiers bio », permettant un balisage permanent des rayons en magasins, seront mis à disposition tout au long de l'année.

Animations en magasins

Un programme d'animations sera mené en circuits spécifiques de vente bio par des diététiciennes spécialement formées aux thématiques des produits laitiers.



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

Une présence renforcée sur les salons grand public et professionnels :

- au **Salon International de l'Agriculture**, à Paris, du 27 février au 7 mars 2010, stand Planète Viande, Hall 1 ;
- au **Salon Tech&Bio**, à Thorigné d'Anjou, les 23 et 24 juin 2010;
- au **SPACE** (Salon des Productions Animales), à Rennes, du 14 au 17 septembre 2010;
- au **Sommet de l'Élevage**, à Cournon, du 6 au 8 octobre 2010.

Sur les espaces salons, des outils de PLV seront proposés, ainsi que des projections des mini-films éleveur et consommateur.

Formation et information des professionnels

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

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

Plus de 30 journées de formation seront organisées en 2010. Un support spécifique a été développé : le CD-ROM « Bio Stories », ainsi qu'un mini-film distributeur disponible sur CD et téléchargeable sur le site www.produitslaitiersetviandebio.com.



- Diffusion de **plaquettes d'information**



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

- L'organisation d'une **réunion de synergie au cours de l'année**, permettant de réunir distributeurs et acteurs de la filière viande bio, dans le but de motiver et recruter de nouveaux distributeurs de viande bio.

Animations en points de vente

235 animations en GMS sont prévues tout au long de l'année 2010.

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



Des kits d'information « rayons viandes libre service », « rayons traditionnels artisans bouchers », « magasins spécialisés » et « grande et moyenne surface » seront diffusés tout au long de la campagne 2010.

Pour plus d'informations : www.produitslaitiersetviandebio.com

Les actions de la filière fruits et légumes

Des actions auprès de la presse professionnelle

En janvier / février 2010, **des insertions** vont paraître dans des titres de la presse professionnelle. Le dossier de presse réalisé en 2008 sera réactualisé en 2010 par un communiqué de presse, à l'occasion du **voyage de presse** prévu pour début juillet dans le sud de la France. Le dossier de presse est téléchargeable sur le site : www.interfelbio.com.

Des opérations en points de vente et en restauration

Du **matériel de balisage** va être fourni à 2 200 points de vente ciblés, dont 800 GMS et 1400 détaillants, indépendants ou magasins spécialisés (via les réseaux de grossistes). La restauration collective pourra également bénéficier de ces kits.



Ces kits de balisage sont composés d'outils destinés à une utilisation pérenne en rayon ou sur le lieu de restauration : stop-rayon, guirlande, kakémono, dépliants

d'information, etc. Ils vont être expédiés tout au long de la campagne, et plus particulièrement lors des périodes d'animation.

Deux **opérations de stimulation des réseaux** sont également renouvelées en 2010, elles vont concerner une enseigne GMS ainsi qu'un réseau de grossistes traditionnels.

Des animations sur les points de vente

Comme en 2009, le principe de rythmer l'année en GMS par trois vagues d'animations est conservé. Cela permet de mettre successivement en avant les différents fruits et légumes bio, en fonction des saisons. Ainsi, la première vague sera réalisée au début du printemps (mars), la seconde autour du **Printemps BIO** (juin-juillet) et la dernière à l'automne (septembre).

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

Au total, en 2010, 650 points de vente vont bénéficier d'un week-end d'animation.

Des outils pour la formation des professionnels

La démarche initiée en 2008 et 2009 va se poursuivre en 2010. Des guides et newsletters vont continuer à être régulièrement diffusés aux opérateurs du commerce (grossistes, distributeurs traditionnels et bio) : conseils, témoignages, actualités de saison...



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

Les actions de la filière grandes cultures

Formation des transformateurs : meuniers, boulangers et huiliers

Deux DVD ont été créés en 2008 et 2009, l'un sur la filière des céréales (« Objectif : le pain bio »), l'autre sur la filière des oléagineux (« Objectif : les oléagineux bio pour l'alimentation humaine »). Outre leur diffusion sur les salons professionnels, ils serviront de support de formation pour les professionnels de la filière (producteurs, transformateurs...) et pour la distribution. Ils comprennent des séquences vidéo, ainsi qu'un guide pratique.

Formation des prescripteurs – Professionnels de santé

- Diffusion d'une newsletter à destination des diététiciens et des médecins nutritionnistes en mai 2010.
- Une rencontre avec les médecins généralistes est prévue dans le cadre du congrès professionnel Medec : stand dans la zone Nutria, échanges avec les médecins (avec présence sur le



stand d'un professionnel de la nutrition) et distribution d'informations (livrets patients et newsletters).

- 10 nouvelles interventions d'1/2 journée se dérouleront dans les écoles de diététique (IUT, BTS). Elles seront animées par une diététicienne diplômée de l'Etat, formée aux spécificités de la bio.

Promotion en magasin et information consommateurs

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

Pour la GMS :

- Animations dégustations portant sur les pains et les huiles bio dans une centaine de magasins.
- Envoi de matériel PLV : affiches grand format, stop-rayons, dépliants consommateurs, etc.

Pour les boulangeries et terminaux de cuisson :

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



Participation au Salon Européen

Du 6 au 10 mars 2010, Intercéréales, l'Agence BIO et le Synabio participent au Salon Européen, à Paris Nord Villepinte (stand n°25, hall 4, allée H).

La participation de la Filière Bio au Salon Européen a pour objectifs de sensibiliser les transformateurs sur le développement du marché des produits bio, de les informer sur les règles spécifiques liées à la production de produits transformés bio et sur les facteurs clés de succès.

De nombreuses animations seront mises en place sur le stand, d'une surface de 32,5m² : démonstrations et animations pédagogiques par un boulanger avec fabrication sur place de pain bio dans un fournil bio, dégustations, jeu concours,...

Communication presse professionnelle :

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

Enrichissement des rubriques web

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

LES PROCHAINS GRANDS RENDEZ-VOUS DE LA BIO ORGANISES PAR L'AGENCE BIO OU AUXQUELS L'AGENCE BIO PARTICIPE

Biofach (Nuremberg, Allemagne):

17-20 février 2010

Salon International de l'Agriculture :

27 février au 7 mars 2010

Paris - Porte de Versailles

L'Agence BIO tiendra un stand pour accueillir et informer le grand public et les professionnels.

Journée restauration collective

3 mars 2010, à Paris

organisée par l'Agence BIO sur l'espace bio du Salon International de l'Agriculture

Séminaire International Agriculture biologique

4 mars 2010, à Paris

organisé par l'Agence BIO dans le cadre du Salon International de l'Agriculture sur le thème « Quelles évolutions des marchés et des stratégies au plan international pour le développement de l'agriculture biologique et de ses filières ? ».

Remise des prix du concours national

« Les Trophées de l'Excellence BIO »

4 mars 2010, à 17h00

Concours organisé par l'Agence BIO en coopération avec le Crédit Agricole

La remise des prix se tiendra à 17h, salle Lyra, Hall 7.2, à l'issue du Séminaire international de l'agriculture qui se tient dans le cadre du Salon International de l'Agriculture.

EUROPAIN

6-10 mars 2010, à Paris

L'Agence BIO sera présente sur le Salon Européen, en partenariat avec Intercéréales et le Synabio.

MEDFEL (Perpignan)

4 au 6 mai 2010

L'Agence BIO participera au Forum Euro Méditerranéen Bio qui se tiendra le 5 mai dans le cadre de la deuxième édition du Salon International d'Affaires de la filière Fruits&Légumes de l'Euro Méditerranée.

Printemps BIO (toute la France):

Première quinzaine de juin

Pendant 15 jours, les régions françaises vivront au rythme des actions menées par les acteurs de la bio pour faire connaître au plus grand nombre les techniques, les pratiques, les principes et les valeurs de ce mode de production respectueux de l'environnement.

SIAD Agen

3 au 5 juin 2010

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

Rencontres professionnelles de la bio

8 juin 2010

Organisées par l'Agence BIO sur le thème « La dynamique de développement de l'agriculture biologique ».

Technbio élevage

23 et 24 juin 2010

(Pays de Loire à la ferme de Thorigné d'Anjou)

Assises nationales de la bio :

28 septembre 2010

Organisées par l'Agence BIO sur le thème « La bio en restauration collective ».

Sommet de l'Elevage :

6-8 octobre 2010

SIAL (Villepinte) :

17 au 21 octobre 2010



LES FONDAMENTAUX DE LA BIO



LES PRODUCTIONS VEGETALES BIO : 100% NATURELLES

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

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



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

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

Elle s'appuie sur :

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

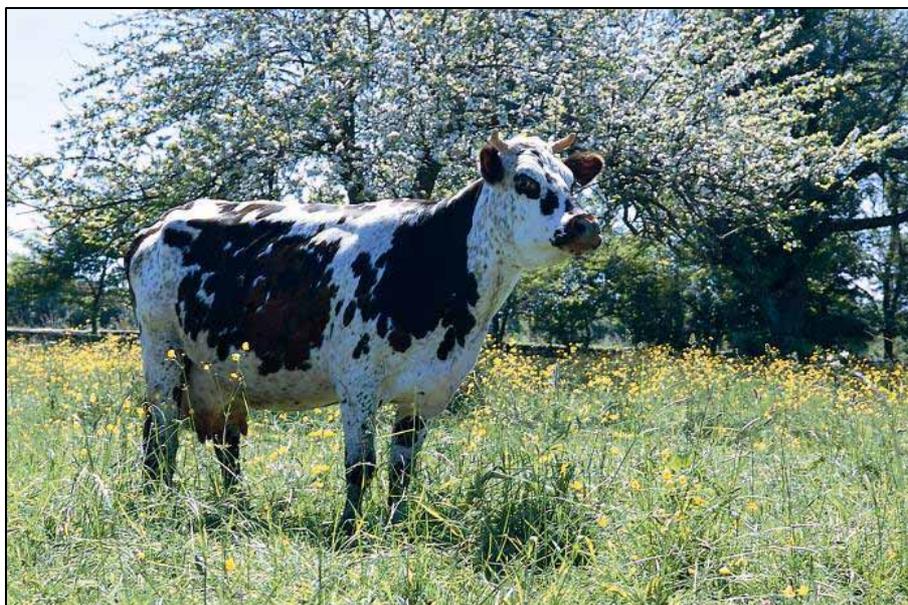
ELEVAGES BIO : DES PRATIQUES EN COHERENCE AVEC LA NATURE

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

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



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



PRODUITS BIO : UNE FABRICATION SUR MESURE

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



L'AGRICULTURE BIO : UN ROLE TRES POSITIF SUR L'ENVIRONNEMENT

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

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



FILIERE BIOLOGIQUE : DES REGLES STRICTES

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

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

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

Produits bio : des logos pour les reconnaître

Le logo européen de l'agriculture biologique et le logo AB complètent l'étiquetage et ont pour objet d'aider les consommateurs à repérer les produits biologiques.



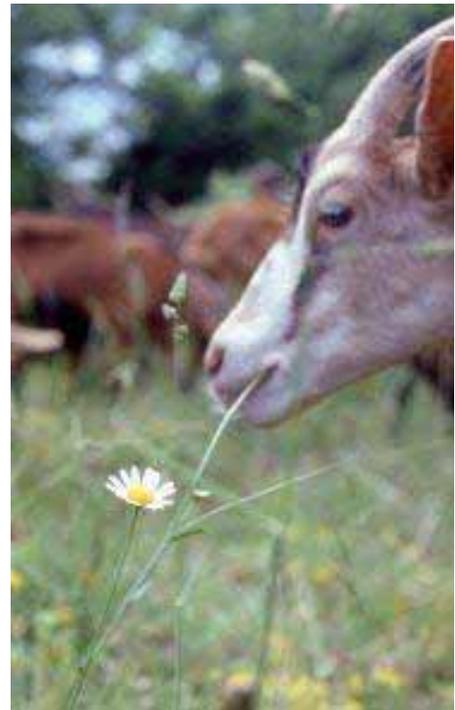
Ils peuvent être appliqués sur les produits qui :

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

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

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

Les logos nationaux et privés pourront toujours être utilisés.



PRODUITS BIOLOGIQUES : CONTROLES ET CERTIFIES

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

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

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

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

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

Coordonnées des organismes de contrôle agréés en France :

<p>CERTIPAQ/ACLAVE 44, rue de la Quintinie 75015 PARIS tél. +33 (0)1 45 30 92 92 fax +33 (0)1 45 30 93 00</p>	<p>AGROCERT 4, rue Albert Gary 47200 Marmande tél. +33 (0)5 53 20 93 04 fax +33 (0)5 53 20 92 41</p>	<p>ECOCERT SAS BP 47 32600 L'Isle Jourdain tél. +33 (0)5 62 07 34 24 fax +33 (0)5 62 07 11 67</p>
<p>QUALITE FRANCE SA Le Guillaumet 60 av. du Général de Gaulle 92046 Paris la Défense cedex tél. +33 (0)1 41 97 00 74 fax +33 (0)1 41 97 08 32</p>	<p>SGS ICS 191 avenue Aristide Briand 94237 Cachan cedex tél. +33 (0)1 41 24 89 51 fax +33 (0)1 41 24 89 96</p>	





L'Agence BIO vous remercie de votre attention.

**Crédit photos : « Agence Bio, F. Decantes, Vincent Grémillet,
Sopexa Y. Bagros, Sotoven Adocom »**

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