Alternatives Bio

n° 69

L'actualité de l'agriculture biologique en Rhône-Alpes | **JANVIER 2015**

l'info +

Bonnes pratiques bio et développement local

Aujourd'hui, de multiples retours d'expériences de collectivités territoriales démontrent la faisabilité de politiques publiques favorables à la fois à la reconquête de la qualité de l'eau, au développement de l'agriculture biologique et au dynamisme économique local.

De la même façon, la bio est une opportunité pour de nombreuses entreprises de développer des pratiques de responsabilité sociale, sur le plan environnemental mais aussi dans la gestion du personnel et dans des rapports économiques équitables.

Pour en apprendre plus et approfondir ces bonnes pratiques, des outils ont été mis en place.

Le guide méthodologique devlocalbio de la FNAB - Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique - en partenariat avec l'Office National des Eaux et des Milieux Aquatiques et l'Association des Maires de France. Ce guide vise à promouvoir et accompagner des approches territoriales et transversales via **32 fiches opérationnelles en libre téléchargement sur www.devlocalbio.org.**

Le Rapport développement durable du Synabio - Syndicat National des Entreprises Bio - qui recense 25 fiches de bonnes pratiques d'entreprises.
À découvrir sur www.synabio.com.

EDITORIAL

CHEMINER VERS LES MÉTIERS DE LA BIO

Alors que la consommation de produits bio continue de progresser à bonne allure, le rythme de conversion ou d'installation en bio connaît un certain ralentissement depuis 2012, après les très fortes impulsions des années 2008-2011. De même, le nombre d'entreprises proposant des produits bio progresse peu. Cette tendance nationale se vérifie en Rhône-Alpes.

Dans ce contexte, il est plus que jamais nécessaire de créer et de maintenir du lien entre les producteurs, les transformateurs et les distributeurs de la région afin de constituer et pérenniser les filières bio régionales et ainsi limiter l'intérêt de s'approvisionner à l'extérieur. Nécessaire aussi de comprendre finement ce qui se passe pour chaque filière, chaque produit, afin de conjuguer les efforts d'accompagnement des conversions là où les besoins se font les plus pressants. Plus que jamais utile, enfin, de continuer à expliquer et à sensibiliser à la bio tous les maillons des filières afin que chacun puisse faire son chemin qui débouchera, pour certains, sur une conversion. C'est bien le travail quotidien de nos associations qui agissent au plus près des producteurs, des entreprises et des magasins.

En effet, le passage en bio n'est pas une simple transposition. On le comprend bien pour une ferme qui doit repenser son fonctionnement dans sa globalité. C'est vrai également pour les artisans, les entreprises agro-alimentaires ou encore les distributeurs. Produire, transformer et vendre des produits bio sont des métiers spécifiques. Les chiffres présentés dans le dossier le montrent bien : alors que la consommation bio continue de croître, les grandes surfaces perdent aujourd'hui des parts de marché face aux magasins bio. Les consommateurs sont en attente d'une consommation bio différente des modèles dominants et cherchent des lieux d'achat qui soient porteurs de sens tout en montrant un réel professionnalisme. On ne vend pas du bio comme on vend des produits conventionnels. Il y a un réel besoin de communication, non pas uniquement pour vendre, mais pour relier tous ceux qui s'interrogent et les conforter dans l'idée que manger bio n'est qu'un premier pas vers un changement plus profond d'un système qui n'apparaît plus comme durable.

Ludovic Desbrus, président de Corabio,
Viviane Margerie, présidente de Bioconvergence

DOSSIER Les magasins bio

La consommation bio à domicile représente en France un marché de 4,38 milliards d'euros TTC, soit une augmentation de 9 % par rapport à 2012. Les magasins spécialisés bio sont le deuxième canal de distribution avec 36 % des parts de marché derrière les grandes et moyennes surfaces qui en représentent 46 %. Cependant depuis 2012, les grandes et moyennes surfaces perdent des parts de marché au profit des magasins bio... [à lire pages 3 à 6].

■ Trimestriel édité par Corabio et Bioconvergence Rhône-Alpes

EN CHIFFRES Rhône-Alpes toujours en 1ère position en nombre de producteurs bio…

Cette année, 200 fermes se sont nouvellement engagées en agriculture biologique. Rhône-Alpes reste donc la 1ère région française en nombre d'exploitations bio avec 2 968 fermes bio fin 2014. Les surfaces certifiées et en conversion vers la bio atteignent 98 728 ha. Ainsi, le nombre de fermes bio et les surfaces ont augmenté de 5 % depuis 2013, une augmentation similaire à celle entre 2012 et 2013, mais inférieure aux croissances à deux chiffres des années 2009 à 2012. Les nouveaux producteurs bio sont essentiellement des maraîchers (légumes, fruits rouges, plantes aromatiques), viticulteurs, arboriculteurs (noix et châtaignes) et éleveurs de bovins (lait et viande), caprins ou volailles

… et de transformateurs bio ! Avec 1 053 préparateurs bio dont 424 transformateurs façonnier, Rhône-Alpes est la région qui compte le plus d'opérateurs bio de l'aval. Plus globalement, le rythme des conversions ralentit même si le marché reste dynamique avec +9 % en 2014. À noter que la concurrence devient plus rude avec un nombre d'opérateurs bio plus important sur le marché. Les ouvertures de magasins compensent en nombre les fermetures et on récence 317 magasins bio en 2014.

L'édition de janvier 2015 du mémento L'Agriculture bio en Rhône-Alpes, repères 2014, publiée par Corabio et Bioconvergence, vous sera envoyée avec le prochain numéro. En téléchargement sur www.corabio.org

LYON : Introduction de produits bio en restaurants commerciaux

Les restaurants traditionnels sont de plus en plus nombreux à s'orienter vers un approvisionnement bio auprès de fournisseurs locaux et à valoriser cette démarche auprès de leur clientèle. Un nouveau cahier des charges bio est en place depuis 2012 et permet de certifier des plats, des menus ou un restaurant en bio.
Pour accompagner le développement d'un approvisionnement bio et local dans les restaurants commerciaux, Bioconvergence et l'ARDAB – groupement des agriculteurs bio du Rhône et de la Loire - co-animeront à partir de 2015 le projet « Local et Bio au Resto » sur le Grand Lyon. Ce projet s'adresse à tous les restaurants, traiteurs, bars, cafés, hôtels de l'agglomération lyonnaise et vise à accompagner les professionnels dans la recherche de produits bio de qualité, de solutions logistiques et dans la communication auprès du grand public.

RÉGLEMENTATION Révision Européenne en cours

Une forte participation des paysans bio à la consultation sur les règles de production

Dans le cadre de la révision des règlements bio européens, la FNAB – Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique - a lancé une 3ème consultation au réseau sur deux grands thèmes : le bien-être animal et l'alimentation animale. Elle a été relayée en Rhône-Alpes par les groupements d'agriculteurs bio auprès des paysans bio qui ont été plus de 220 à répondre. Leurs contributions vont majoritairement dans le sens d'un renforcement du règlement actuel, pour une plus grande cohérence entre les valeurs défendues par l'agriculture biologique et les normes européennes. Afin de mieux prendre en compte le bien-être animal, la limitation de la durée de transport à l'abattoir et la diminution de la surface de caillebottis sont notamment demandées. Pour renforcer l'autonomie alimentaire des élevages, une définition plus restrictive de la notion de « région » est également souhaitée.

Une certification environnementale bientôt obligatoire pour les entreprises bio ?

La révision en cours de la réglementation européenne bio prévoit la mise en place par les entreprises, au-delà de 10 salariés, d'un système de management environnemental. Le Synabio - Syndicat national des entreprises Bio - soutient cette proposition dans le cas où les démarches engagées puissent être reconnues : certification ISO 14001, ISO 26000 ou encore Bioentreprisedurable®, outil développé pour les entreprises bio. Bioconvergence proposera en 2015 une présentation de cette démarche, in situ dans une entreprise rhônalpine l'ayant expérimentée.

MANGER BIO LOCAL EN ENTREPRISE

Un succès qui se nationalise

Dans l'objectif de développer l'introduction de produits bio en restauration collective, Corabio avec l'appui de FL Conseil, a initié en 2011 le projet Manger Bio Local en Entreprise qui vise à introduire des produits bio locaux dans les restaurants d'entreprise.
Après trois ans d'expérimentation le projet présente des résultats très concluants : avec 17 restaurants intégrés dans la démarche les volumes de produits bio achetés sont conséquents (plus d'un million d'euros sur l'année 2013), et 80 % de ces achats sont effectués en direct auprès des plateformes de producteurs de la région. Le projet révèle une amélioration de la qualité alimentaire dans les assiettes, permettant de relocaliser les approvisionnements et de structurer les filières agricoles grâce aux achats bio locaux.

À l'horizon 2015 le projet a vocation à être déployé sur l'ensemble du territoire français par le biais du réseau FNAB. Un colloque national aura lieu le 18 juin prochain en Rhône-Alpes pour rassembler le monde de l'entreprise, des sociétés de restauration, des producteurs bio ainsi que des institutionnels, tous acteurs et moteurs d'une restauration collective bio locale.

Les magasins bio

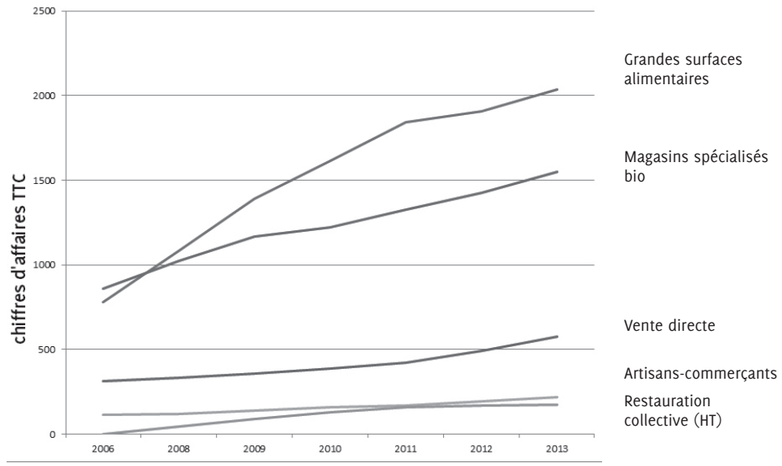
La consommation bio à domicile représente en France un marché de 4,38 milliards d'euros TTC, soit une augmentation de 9 % par rapport à 2012. Les magasins spécialisés bio sont le deuxième canal de distribution avec 36 % des parts de marché derrière les grandes et moyennes surfaces qui en représentent 46 %. Cependant depuis 2012, les grandes et moyennes surfaces perdent des parts de marché au profit des magasins bio. D'après une étude Xerfi-Percepta, les ventes en grandes surfaces devrait continuer à diminuer jusqu'à moins de 45 % d'ici 2017 au profit des magasins bio en réseau, qui inspirent confiance aux consommateurs bio exigeants en terme de qualité et d'origine des produits.

En Rhône-Alpes

En 2014, 317 magasins sont certifiés bio en Rhône-Alpes, soit presque 14 % des 2 289 magasins bio français (Source Biolinéaires en octobre 2014).

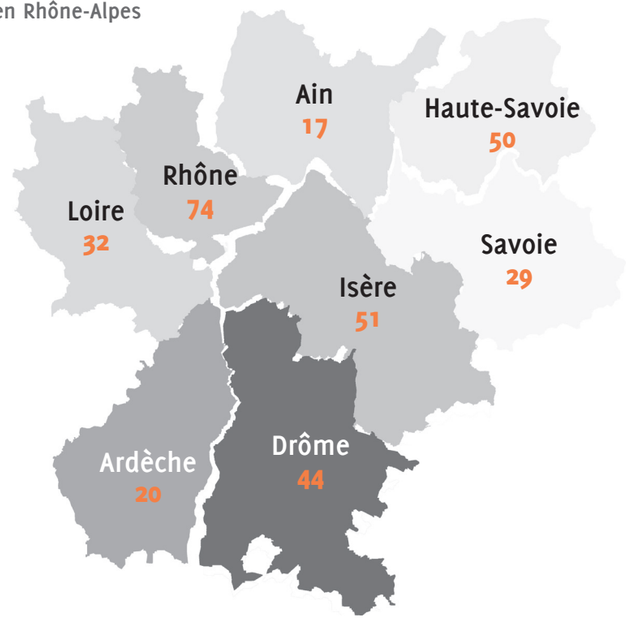
En 2014, on compte 14 ouvertures (3 552 m²) pour 26 fermetures (2 945 m²) mais la surface totale de vente a pourtant augmenté car les nouveaux magasins sont de taille plus importante. La surface régionale de vente de magasins bio est aujourd'hui de 62 716 m² soit 14 % de la surface nationale.

Évolution du chiffre d'affaire alimentaire bio par circuit de distribution en France



Source chiffres : Agence Bio/AND-International enquête réalisée fin 2013 - début 2014

Répartition des magasins bio en Rhône-Alpes



Source chiffres : Biolinéaires et Observatoire Bioconvergence Rhône-Alpes

Les magasins indépendants sont au nombre de 148 dans la région, soit 47 % des magasins bio. Ce pourcentage est en diminution depuis quelques années au profit des magasins organisés en réseaux qui se développent de façon significative sur la région et au niveau national.

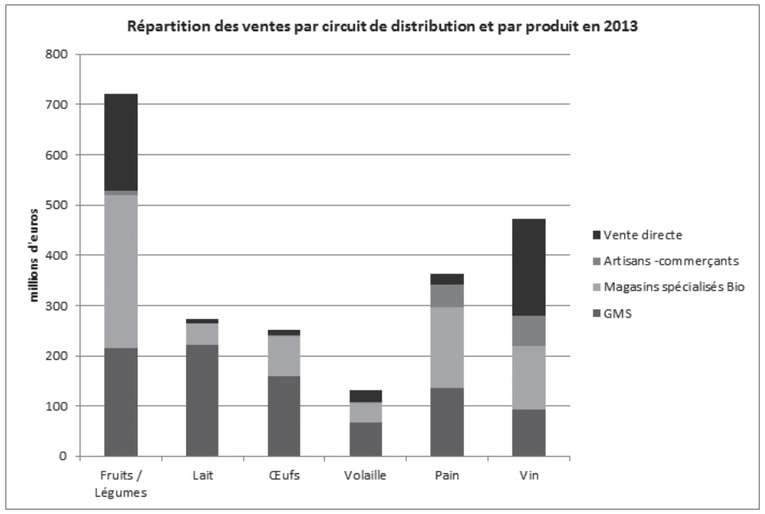
Les magasins bio en réseau - tels Biocoop, Satoriz ou La Vie Claire - bénéficient d'une centrale d'achat et d'une communication commune pour des magasins indépendants.
La distribution spécialisée en réseau est très dynamique, avec une part de marché en augmentation représentant 28 % des ventes de produits bio, tandis que les indépendants sont en recul avec une part de marché de 8 %.

En Rhône-Alpes, le chiffre d'affaire des magasins bio représente 320 Millions d'euros en 2014.

Un magasin bio, késako ? Nous avons choisi pour nos statistiques de reprendre la définition d'un magasin bio établie par le magazine Biolinéaire de manière à pouvoir comparer nos chiffres à cette référence nationale. Nous considérons donc comme magasin bio un point de vente ayant à minima 65 % de produits bio et au moins 10 % de produits alimentaires. Cela comprend donc des points de ventes qui ne sont pas certifiés bio car conformément à la réglementation ces magasins revendent exclusivement des produits bio pré-emballés ou réalisent très peu de vrac (moins de 10 000 € d'achat HT) et des magasins que l'on peut qualifier de diététiques avec une offre tournée vers les compléments alimentaires, tisanes et autres produits santé. Nous avons fait le choix de ne pas comptabiliser les magasins de producteurs - prolongements des exploitations - mais recensons cependant des points de ventes développés à proximité d'un site de production type magasin d'usine proposant une offre large de produits bio, ainsi que les épiceries bio au sein de boulangeries 100% bio. C'est tout l'intérêt des magasins bio de ne pas proposer une offre standardisée et unique mais de répondre précisément aux besoins des clients par des concepts innovants.

Des produits phares propres à chaque canal de distribution

Les magasins spécialisés sont leader sur la distribution d'épicerie sucrée et salée, de fruits et légumes et de pain. La grande distribution est présente sur toutes les familles de produits mais est leader sur la crèmerie avec 67 % des ventes de lait, produits laitiers et œufs. La vente directe (vente à la ferme, paniers et AMAP, marchés…) est développée dans les secteurs des fruits et légumes et du vin. Les artisans-commerçants quant à eux assurent essentiellement des ventes de vin et de pain.



Source chiffres : Agence Bio/AND-International enquête réalisée fin 2013 - début 2014

La force des réseaux

Que se cache-t-il derrière les différentes enseignes de magasins bio que l'on peut voir en Rhône-Alpes : La Vie Claire, Satoriz, BioMonde, Biocoop ? Simplement différents modes de fonctionnement en réseau qui visent à améliorer l'organisation, la notoriété des magasins et in fine le service aux clients.
Tous les réseaux ont développé des services d'achat groupé auprès de fournisseurs, qu'ils soient adossés à des centrales physiques (centrale de La Vie Claire à Montagny près de Lyon, centrale de Satoriz basée en Savoie, centrale Biocoop près d'Avignon) ou sur une sélection et une négociation mutualisée avec des fournisseurs. Des magasins indépendants, comme La P'tite Maison du Bio à Roanne, ont par exemple développé un Groupement Volontaire d'Achats Bio.
Certaines enseignes ont mis en place des modèles très intégrés où les responsables de magasins sont salariés, alors que d'autres sont des coopératives de commerçants. Dans ce cas, faire partie d'un réseau représente un réel appui au démarrage du projet mais aussi dans l'échange de conseils et compétences tout au long de la vie du point de vente. S'intégrer dans une coopérative, c'est aussi participer à des choix engageants dans la sélection des produits et les appliquer dans son magasin (offre minimale en vrac, part de produits équitables…)
Les réseaux développent enfin des supports pour échanger avec les consommateurs sur les engagements du bio : internet est un bon vecteur, mais Satoriz par exemple continue avec succès à distribuer le Sat'Info illustré par un artiste savoyard (ci-contre) avec un contenu complet : présentation des fournisseurs, débats, recettes de cuisine.

Des produits locaux dans les magasins bio

De nombreux magasins bio cherchent à s'orienter vers un approvisionnement auprès de producteurs et de transformateurs locaux.
Dans cette démarche, la première difficulté consiste à rencontrer les réseaux de fournisseurs bio les plus proches. Dans le cadre de leurs missions de structuration des filières en circuits courts, Bioconvergence et les GAB - groupements d'agriculteurs bio de Rhône-Alpes - organisent des rencontres entre gérants de magasins bio et fournisseurs bio locaux. En Drôme par exemple, deux rencontres ont permis de réunir à chaque fois une quinzaine de participants et d'échanger sur les difficultés de chacun, les problématiques de contractualisation et de logistique. Ces réunions offrent à la fois la possibilité de découvrir de nouveaux produits ou de nouveaux débouchés et de réfléchir ensemble à des solutions adaptées aux différentes contraintes. En 2015, Bioconvergence et l'ARDAB - groupement d'agriculteurs bio du Rhône et de la Loire - prévoient de réunir les gérants de magasins bio du Grand Lyon et fournisseurs bio de Rhône et Loire lors d'une visite de ferme. L'occasion pour les responsables de magasins de découvrir le métier d'éleveur bio, ce qui est un atout idéal pour valoriser les produits auprès des consommateurs !

Que recherchent les consommateurs en magasins spécialisés bio ?

Selon le baromètre de consommation de l'Agence Bio et du CSA en 2013-2014, 1/3 des consommateurs de produits bio fréquentent les magasins spécialisés pour la qualité des produits bio qu'ils y trouvent, 1/3 pour le choix et la diversité proposés et presque autant pour la fiabilité des produits labellisés bio.

En effet, la spécialisation bio des enseignes est un facteur de confiance pour les consommateurs. Ils trouvent auprès des vendeurs des conseils adaptés à un mode de consommation parfois différent, qui s'inscrit dans une recherche de produits sains (produits sans lactose, sans gluten, compléments alimentaires, produits bébés, nettoyage et cosmétique écologique,…). Lieux d'information, de conseil et de rencontre, les magasins bio offrent souvent la possibilité d'échanger directement avec les fournisseurs locaux, producteurs et transformateurs. Les français sont très sensibles à l'origine des produits et apprécient d'être informés des modes de production (étude Agence Bio/CSA- 2013-2014). Présentation des lieux de production, cartes du territoire avec les fournisseurs locaux, livrets recettes, dégustations, échanges avec le producteur sont autant d'outils de communication utilisés par les enseignes bio.

Couverture du Sat'Info magazine papier de Satoriz

Quelques belles initiatives de développement de filières locales

Des oranges italiennes bio et solidaires !

Témoignage de Florent Dunoyer, Directeur de La Carline, société coopérative de distribution de produits bio à Die (Drôme) depuis 25 ans, sur la mise en place d'une commande groupée d'agrumes bio en Sicile.

« Développer les approvisionnements locaux, à La Carline, on sait faire ! Mais du circuit court sur des produits qui viennent de plus loin, il s'agit là d'un tout autre défi : rentrer en contact avec des producteurs de Sicile regroupés en coopérative, organiser le transport, mutualiser des commandes avec d'autres structures prend énormément de temps. Cela nous oblige aussi à revoir notre façon de nous approvisionner et donc pour les clients de consommer.
Sur une saison, nous vendons 9 tonnes d'oranges, 4 tonnes de clémentines et autant de citrons bio. Les volumes sont énormes et l'équipe avait à cœur d'agir aussi sur ces fruits non locaux ! Car, par les circuits classiques d'approvisionnement, bio ne veut plus forcément dire solidaire ou agriculture familiale. Nous avons donc cherché un autre circuit… et avons trouvé la coopérative de Roberto.
La coopérative fédère plus de 20 arboriculteurs et compte 17 salariés payés avec une protection sociale - car souvent, malheureusement - les ramasseurs en Italie sont des journaliers sans papiers et rarement déclarés ! Le fondateur de la coopérative est un militant de l'agriculture familiale et biologique de renom en Italie : Roberto est en bio depuis plus de 20 ans mais il n'arrivait plus à vivre de son métier, les différents intermédiaires, le prix final au consommateur toujours plus bas mettant en péril l'agriculture familiale partout autour du monde. Il a ainsi décidé de sortir des structures classiques de commercialisation et s'est appuyé sur les AMAP italiennes pour développer la vente directe et les circuits courts. Le succès est immédiat, il est rejoint par d'autres producteurs. Les fruits sont ramassés au dernier moment et ont donc beaucoup de goût… L'orange solidaire et bio de Sicile est née et conquiert l'Europe de la consommation durable ! »

L'orange est un peu plus chère que d'habitude mais cela assure une meilleure rémunération du producteur, qui passe de 10 % à 35 % de la valeur de l'orange, soit de 15cts € à 65cts €. (Prix au Kg : 1,85 € en bio en pré-commande ; 1,55 € sur le marché conventionnel)

La Super Halle d'Oullins inaugurée en février 2014

La Super Halle d'Oullins
Une épicerie bio et un magasin de producteurs

Un concept innovant a vu le jour à Oullins en février 2014. Un magasin de producteurs a décidé d'associer le concept de point de vente collectif à une épicerie bio et un restaurant.
L'objectif est d'offrir aux consommateurs une offre complète et de qualité. Les fermes associées sont situées à 80 km maximum du magasin, labellisées en bio ou dans le respect de la charte de l'agriculture paysanne. Les produits de l'épicerie sont tous labellisés bio ou commerce équitable et les choix d'approvisionnements privilégient les circuits courts et de proximité. Une charte de coopération des produits a été mise en place : la priorité est aux produits des producteurs associés. L'association avec une épicerie bio a l'avantage de compléter l'offre locale avec des produits bio de qualité qui ne sont pas produits sur le secteur. Afin de faciliter la démarche d'achat pour les consommateurs, les produits des producteurs et ceux de l'épicerie sont tous dans les mêmes rayons. Un code couleur au niveau de l'étiquetage permet de savoir s'il s'agit d'un produit de l'épicerie ou issu d'une ferme voisine.
Les trois structures - point de vente collectif, épicerie et restaurant - sont indépendantes mais regroupées au sein d'une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) ce qui leur permet de décider ensemble des choix d'orientations de la Super Halle.

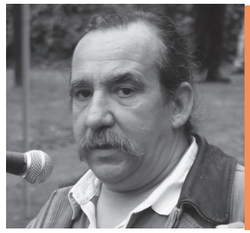
Saveur nature
Plus qu'un magasin, un lieu de vie

Installé à Villefranche-sur-Saône depuis 13 ans, adhérent du réseau Biomonde, Saveur Nature souhaite faire de son magasin un lieu d'échanges et de convivialité.
Selon Marjorie François, gérante du magasin, la philosophie du magasin donne la priorité aux produits issus de producteurs et transformateurs locaux qui représentent plus de 70 % de l'offre du magasin. Ces producteurs sont parfois présents dans les rayons pour faire déguster leurs produits, proposer un atelier, communiquer sur leurs modes de production… Par exemple, le minotier Moulin Marion est venu animer un atelier de fabrication de pain, les vignerons bio du Beaujolais sont régulièrement présents pour faire déguster leurs vins, le domaine de Boistray a fait découvrir ses différents vinaigres fabriqués sur la ferme…
La création d'un lieu de vie passe aussi par l'aménagement d'une salle de bien-être, mise à disposition de différents prestataires. Ainsi, les clients du magasin peuvent également profiter d'une séance de massage, d'un cours de naturopathie, d'une séance d'acupuncture, d'une conférence sur la nutrition… Un service complémentaire qui permet à des professionnels de se faire connaître et aux usagers du magasin de découvrir des pratiques, de se rencontrer et d'échanger.

Le magasin Saveur Nature

Biocoop Casabio
Une filière locale pour le porc bio

L'aventure humaine commence en 2004 à la Biocoop de Chambéry lorsque Hugues Moly, éleveur de porc bio, toque à la porte en recherche de débouchés pour assurer son installation agricole. Thierry Guillocheau, le gérant du magasin, s'engage sur des volumes d'achats de viande de porc et d'œufs, ce qui permettra à Hugues Moly d'apporter une garantie aux banques pour son emprunt.
L'aventure se poursuit lorsqu'en 2009 Thierry Guillocheau ouvre un deuxième magasin Biocoop à Chambéry dans lequel il installe un atelier de découpe et de transformation, avec un boucher professionnel. Aujourd'hui, Hugues Moly livre entre 4 et 5 cochons par semaine, qu'il commercialise ensuite à 8 magasins Biocoop et 2 magasins de producteurs. Le lien est ainsi direct avec les magasins car il s'occupe à la fois des commandes, de la livraison et de la mise en rayon. La demande est encore bien supérieure à l'offre, aussi le projet poursuit son évolution avec la perspective d'avoir un local de découpe certifié bio dans le nouvel abattoir de Chambéry.
Cette initiative témoigne du potentiel de développement des filières locales que représente les magasins bio. Une belle aventure humaine entre deux personnes avec pour objectif commun de fournir aux consommateurs des produits bio de qualité dans une démarche qui a du sens.



LE GRAND TÉMOIN

Dominique Marion

Éleveur ovin bio en Charente-Maritime et Porte-parole de la FNAB, revient sur le chantier de révision de la réglementation européenne en cours

Où en sommes-nous sur le calendrier, quelles sont les prochaines étapes ?

L'Italie qui présidait le Conseil européen a travaillé d'arrache-pied pour écrire un texte qui a été voté le 15 décembre, comme la France le souhaitait (les membres d'IFOAM France, dont la FNAB et le Synabio, ayant convaincu le Ministère de l'Agriculture de ce soutien). Un rapport d'avancement est prévu.
Ce texte apporte des avancées intéressantes mais aussi des manques sur les principes, notamment la définition du lien au sol en élevage et d'autres questions pratiques. Dorévnavant c'est le Parlement qui va entamer l'étude du texte, il s'agit donc d'une occasion supplémentaire pour essayer d'obtenir les améliorations espérées.

Comment les organisations françaises travaillent-t-elles au niveau français et européen pour défendre leur vision de la bio ?

Je suis membre du « board » d'IFOAM Europe - la Fédération Internationale des Mouvements d'Agriculture Biologique - depuis février et porte les positions d'IFOAM France. C'est donc une position globale sur la bio française que je porte, mais mon point de vue de paysan bio et de membre de la FNAB s'exprime aussi au sein du « board » où je suis le seul bénévole. La FNAB a décidé de s'investir d'avantage dans ce chantier de révision en faisant évoluer les missions de Juliette Leroux, en charge de la réglementation, avec une présence permanente à Bruxelles pour suivre les Affaires Européennes. Cette dernière est donc très présente pour porter la position du réseau FNAB. Elle est également membre de la « task force » réglementation de IFOAM Europe.
Laurent Moinet, membre du bureau FNAB, est également membre du groupe de producteurs IFOAM Europe (Farmers Interest Group).
Le Synabio est également très présent dans ces instances.
Il faut que les paysans et transformateurs de nos réseaux s'investissent de plus en plus dans ces sujets déterminants pour l'évolution de nos pratiques, car ce doit être nos pratiques qui créent la réglementation et non pas le contraire.

Quel est votre point de vue sur l'avancée des discussions ? Cette révision s'annonce-t-elle comme une chance pour la bio française, européenne ?

Partie d'une intention positive du commissaire Dacian Ciolos, ami de la bio, le risque de cette révision était de déconnecter la réglementation de la réalité paysanne, à travers la fin de toutes les dérogations notamment.
Tout dépendra maintenant de la place que le nouveau commissaire voudra donner à la bio dans l'activité de la commission, au résultat du travail des parlementaires et des négociations qui ne manqueront pas d'arriver.
Tout ceci pour dire que nous devons rester mobilisés sur l'année 2015 afin que ce qui doit être décidé ne se décide pas sans nous. Nous avons les outils pour le faire. Aux acteurs de la bio de les utiliser.

LA PAROLE AUX CHAMBRES D'AGRICULTURE DE RHÔNE-ALPES

Magasins de producteurs **Miser sur le bio**

En Savoie Mont-Blanc, les magasins de producteurs locaux ont le vent en poupe. Ils se développent sous de nouvelles formes de vente : paniers, drive fermiers, plateformes multimodale… En 10 ans, 11 magasins de producteurs se sont créés, dont 5 ces 3 dernières années, et le mouvement continue avec 2 projets en cours.
Le montage et l'accompagnement des projets que la Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc a réalisé (appui aux producteurs, relations collectivités, études de marché) permet de confirmer une tendance significativement croissante de la demande de produits bio. Selon les enquêtes menées au fil des différents projets auprès de plus de 1 500 consommateurs et 70 établissements scolaires, le souhait de « trouver aussi des produits bio dans l'offre des producteurs » est largement exprimé. Comme le précise Julien Cosme, conseiller circuits courts : « cette demande concerne surtout les produits alimentaires de consommation quotidienne : pain, légumes, fruits, viande et produits laitiers ». La tendance est conforme aux évolutions constatées sur le plan national (études annuelles de l'Agence Bio). D'une part, les consommateurs « réguliers mais non exclusifs bio » sont plus nombreux et augmentent leur part de produits bio consommés régulièrement. D'autre part, l'approvisionnement de proximité correspond à une exigence croissante.
Les magasins fermiers intègrent pratiquement tous des producteurs bio locaux, ainsi à Collonges-sous-Salève (74), 6 producteurs sur les 15 sont certifiés AB. La communication des points de vente met en avant cette offre comme un atout. Globalement, on y trouvera plus facilement des légumes et fruits bio alors que les produits laitiers sont finalement assez peu représentés. Mais dans la plupart des cas, l'offre locale des producteurs AB, pourtant nettement orientée sur la vente directe, est encore insuffisante dans les produits de consommation quotidienne. On peut légitimement craindre que cette insuffisance soit un facteur limitant pour le développement des ventes au magasin, en drive fermier ou approvisionnement des restaurants scolaires. Si le magasin n'arrive pas à assurer une offre mixte « AB local » et « conventionnel local » qui corresponde à la demande, il peut perdre une clientèle pourtant intéressée par l'approvisionnement de proximité. Un argument à intégrer dans l'accompagnement des installations et des conversions à l'AB !

Marie-Jo Dumas
Chargée de développement de l'Agriculture Biologique - Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc

Alternatives Bio est édité par Corabio et Bioconvergence Rhône-Alpes | **Directeurs de la publication :** Viviane Margerie et Ludovic Desbrus | **Rédacteur en chef :** Antoine Couturier
Coordination générale et maquette : Fanny Campas| **Rédaction :** Mathilde Azzano - Fanny Campas - Marithé Castaing - Antoine Couturier - Sarah Francia - Anne Hugues - Julie Maisonhaute Alice Odoul | Crédits photos : Corabio
Corabio est la Coordination Rhône-Alpes de l'agriculture biologique | Tél. : 04 75 61 19 35 - Fax : 04 75 79 17 68 | contact@corabio.org
Bioconvergence Rhône-Alpes est l'association des transformateurs et distributeurs de produits bio en Rhône-Alpes :
Tél. : 04 75 25 97 00 - Fax : 04 75 61 94 55 | contact@bioconvergence.org
INEED Rovaltain TGV - BP 11150 Alixan - 26958 Valence cedex 09
Imprimé à 3 200 exemplaires sur papier PEFC par IML Cap Color| ISSN 1626-6102
Avec le soutien de : Rhône-Alpes

NOTA BENE

Alternatives Bio va changer de peau ! Lecteurs des débuts ou nouveaux venus, vos remarques et idées sont les bienvenues sur : **surveymonkey.com/s/VG93G9D**

LE CHIFFRE

0,3 %

Seulement.

C'est la part des fermes bio en 2012 qui a choisi de retourner vers l'agriculture conventionnelle en 2013 en Rhône-Alpes. Un chiffre faible qui prouve que la période de réflexion peut être longue avant de démarrer une conversion mais qu'une fois engagés, les producteurs font très peu demi-tour.

VU POUR VOUS

SALON VIVEZ NATURE

du 21 au 24 novembre, Corabio et Bioconvergence étaient au rendez-vous du salon Vivez Nature pour mettre la bio rhônalpine à l'honneur et sensibiliser les visiteurs.
Dégustations par les producteurs et ateliers nutrition ont attiré de nombreux curieux soucieux d'en apprendre plus sur la bio.

Faites un geste pour l'environnement, demandez Alternatives Bio par mail à :
contact@corabio.org

À LA PAGE

« La part de la Terre » éditions Delachaux et Niestlé

« La part de la Terre » revient sur l'histoire de l'agriculture en mettant en avant l'agriculture bio, la permaculture, l'agroforesterie et la biodynamie qui rend les paysans « à la nature, à la beauté et à eux-mêmes ». Réflexion philosophique sur les liens entre la terre et les hommes qui nous renvoient à notre essence et à nos fondements. Les auteurs dénoncent l'industrialisation de l'agriculture qui « attaque l'homme à corps et à cœur ». Cet ouvrage est rédigé par Louise Browaeys du Synabio - Syndicat national des entreprises Bio - et Henri de Pazzis fondateur de Pronatura.

■ **Disponible depuis le 23 octobre**

QUOI DE NEUF ?

L'épicerie du coing (73) magasin coopératif de consommateurs

Une épicerie vendant des produits bio et locaux a ouvert ses portes cette année dans un village savoyard. Sa particularité ? Les banques étant frileuses ce sont les habitants et les amis des commerçants qui ont prêté l'argent, 40 000 € au total, à l'initiative des 4 jeunes amoureux de leur village et de produits bio locaux lancés dans le projet. Le résultat : au-delà d'une épicerie, un véritable lieu d'échange où on peut par exemple boire son café, et des habitants ravis d'avoir à nouveau un commerce au village depuis que l'ancienne épicerie a fermé.

L'esprit est différent, en effet «nos banquiers, nous les avons tous les jours devant nous» confie Christine «et du coup nous sommes beaucoup plus impliqués dans le projet». Cet argent est bloqué pour 7 ans et rémunéré à 2,5 %.

■ **L'épicerie du coing** - 09 54 82 91 60 - 75 place du Bourniau, 73470 Novalaise

Abonnement gratuit à la newsletter mensuelle du réseau Corabio sur : www.corabio.org

AGENDA de JANVIER à AVRIL 2015

- **Journée technico-économique viande bovine** | 20 janvier à Saint-Etienne (42)
- **Forum Plantes Libres** | 23 et 24 janvier à l'Ecosite d'Eurre (26)
- **Formation « Cultiver du raisin de table bio »** | 22 janvier à Tartaras (42), 2 février à Carpentras (84) et 17 février à Cellieu (42)
- **Rencontre annuelle éleveurs bovins laitiers bio** | 27 janvier à Chalain-le-Comtal (42)
- **Salon Primevère** | du 20 au 22 février à Lyon Eurexpo (69)
- **Salon des vignerons bio de Rhône-Alpes** | du 7 au 9 mars à Condrieu (69)

→ À SUIVRE | 70

Nous vous donnons rendez-vous en avril 2015 pour le prochain numéro d'Alternatives Bio dont le dossier sera consacré **à la viande bio.**
Vous pouvez nous faire part de vos informations à ce sujet à :
contact@corabio.org