

## « Les produits laitiers, nos amis pour la vie » ? Oui, mais BIO !

**Paris, le 12 octobre 2021.** Si le marché du lait bio connaît un déséquilibre, on ne peut pas parler de crise. 2020 et 2021 sont des années exceptionnelles, et à ce titre, ne peuvent servir de référence pour évaluer la situation des filières biologiques. Leur développement se raisonne sur le temps long et doit être soutenu dans la durée par les politiques publiques comme par les interprofessions chargées de la promotion des produits agricoles.

### On doit continuer à développer le lait bio...

L'année 2020 a été une année de forte consommation bio avec la fermeture des restaurants, amenant les consommateurs à choisir eux-mêmes leurs produits. En 2021, leur réouverture couplée à l'arrivée sur le marché des volumes convertis en 2019 et à la très bonne pousse de l'herbe liée à la pluie ont abouti à la situation qu'on connaît où l'offre est momentanément supérieure à la demande. Néanmoins rien ne laisse penser qu'un palier de consommation est atteint. « *Si la croissance des ventes se tasse, la consommation de lait bio reste dynamique : une bouteille de lait sur dix achetée est bio* » explique Éric Guihery, membre pour la FNAB de la Commission Bio du CNIEL<sup>1</sup>. Et de poursuivre : « *En 5 ans à peine, on a multiplié par deux les volumes de lait bio, il faut que le marché absorbe cette croissance* ».

### ...Et stimuler le marché comme on le fait pour les autres filières

« *Si la Bio avait dû attendre que le marché tire son développement nous ne serions pas à 10% des surfaces aujourd'hui. C'est au gouvernement d'inciter la consommation de produits meilleurs pour la santé, pour l'environnement et donc pour les finances publiques* » commente Philippe Camburet, président de la FNAB.

1. En structurant une communication ambitieuse. Face à la multiplication des allégations commerciales abusives sur la qualité des produits, le gouvernement doit donner à l'agriculture biologique les moyens de communiquer sur ses qualités intrinsèques : **les budgets de communication de l'Agence Bio et des commissions bio des interprofessions doivent être renforcés.** « *Depuis 5 ans, la filière bio a versé 8,5 millions d'euros à l'interprofession du lait qui, dans le même temps, a investi six fois moins pour communiquer sur la Bio* » poursuit Éric Guihery. Le budget de la commission bio du CNIEL pour l'année 2021 est de l'ordre de 300 000 euros, sur un budget total de presque 40 millions d'euros. L'enfance de chacun a été marquée par la communication « Les produits laitiers, nos amis pour la vie » ; des moyens de communication identiques doivent être mis sur les produits biologiques.
2. En poursuivant une politique ambitieuse d'introduction de produits laitiers bio en restauration scolaire. Dans la droite ligne de la loi Egalim, **le gouvernement doit s'assurer que 20 % des produits laitiers servis en restauration collective publique soient des produits laitiers biologiques.**

### Contacts presse :

- **Eric Guihery**, membre du CNIEL pour la FNAB - 07 77 04 50 73
- **Philippe Camburet**, président de la FNAB - 06 77 94 85 19

---

<sup>1</sup> Le CNIEL est l'interprofession chargée de la promotion des produits laitiers