



FRANCE - EUROPE AU FIL DE LA SEMAINE

TABLE RONDE L'expansion du marché bio est-elle une opportunité pour tous les circuits? La question a été abordée mardi 26 mars au Salon Planète Appro au parc des expositions de Villefranche-sur-Saône (Rhône). Témoignages.

Agriculture bio, des filières à mieux structurer

La demande des consommateurs est claire. Selon, les derniers chiffres fournis par l'Agence Bio, en 2018, en région Auvergne-Rhône-Alpes, 12% des consommateurs ont consommé des produits bio tous les jours et 75% au moins une fois par mois. La première raison évoquée, c'est la santé. « Surtout lors de l'arrivée d'un premier enfant dans la famille. C'est souvent à ce moment-là que l'on se pose plus de questions », constate Rémy Fabre, maraîcher bio en vente directe et responsable de l'agriculture biologique à la chambre d'agriculture régionale.

Circuit court, circuit long : les mêmes obstacles ?

« Dans la capitale, c'est flagrant. Les magasins bio ont remplacé la grande majorité des commerces de proximité mais il est rare d'y trouver des produits locaux », affirme Adrien Petit, directeur du cluster bio, structure régionale qui propose d'accompagner les entreprises dans la mise en place de projets bio par la recherche de distributeurs ou l'aide au développement des filières bio locales. « Il s'agit d'un marché en tension. On le voit sur les œufs, les fruits et les légumes, le beurre et la viande bovine, par exemple. La demande est forte mais si le développement continue, il faudra mieux structurer

les productions », ajoute-t-il. Filière longue, filière courte : les obstacles sont-ils les mêmes en agriculture biologique? La dépendance à la météo, quel que soit le mode de commercialisation, concerne toutes les productions. « En AB, on a des difficultés à sortir des produits réguliers. En 2017, la production laitière a été impactée par des fourrages de mauvaise qualité à cause de la sécheresse. L'année suivante, il y a eu une vague de reconversion. Le surplus de production a provoqué une guerre des prix sur le marché. La stabilité est difficile à obtenir », témoigne Sébastien Courtois, éleveur de vaches laitières et référent bio pour Coop de France Aura. « En filière longue, le risque, c'est que l'on s'aligne uniquement par le prix en oubliant le produit. C'est ce qu'il s'est produit pour les filières conventionnelles ». Plus d'un produit français bio sur deux étant acheté en GMS sous les marques des distributeurs, « il ne faut pas se voiler la face, il y a une concurrence directe avec les produits d'importation bien moins chers que les nôtres », souligne Rémy Fabre. En filière courte, Jean-Marie Roche, maraîcher bio et administrateur de l'Ardab, association des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire, affirme avoir l'entière maîtrise de ses prix. « Je ne



ALISON PELOTIER

De gauche à droite, Adrien Petit directeur du cluster bio Aura, Rémy Fabre, maraîcher et référent AB pour les chambres d'agriculture Aura, Sébastien Courtois, éleveur laitier et élu référent bio Coop de France Aura, et Renaud Pradon, coordinateur AB pour les chambres d'agriculture Aura.

vends que sur les marchés, en Amap ou en vente directe à la ferme. C'est pour moi la meilleure manière de valoriser mes produits et de préserver mes prix que j'adapte en fonction des coûts de production et selon la charge de travail qu'ils représentent », explique-t-il.

Vers quelle agriculture bio allons-nous ?

Qu'en est-il de la reconnaissance du label européen AB ? Est-il suffisant ? Faut-il réfléchir à des réglementations plus strictes ? Sur ce sujet, les avis divergent. « *Beaucoup de*

labels ou certifications existent déjà en dehors de l'AB. Nature et Progrès, Demeter, Ecocert, zéro résidu de pesticides ... Attention en lançant des initiatives privées à ne pas perdre le consommateur », estime le directeur du Cluster bio Aura. « De quoi parle-t-on exactement ? De bio industriel ? Ou de bio commercialisé à l'échelle locale en vente directe par des petits producteurs ? Ce n'est pas la même chose ! », estime Jean-Marie-Roche. « Si nous ne nous différencions pas face à l'industrialisation du bio, nous nous ferons mar-

cher dessus », estime-t-il. « Le bio, ce n'est pas qu'un label, c'est un mode de production qui ne se soucie pas uniquement du produit mais aussi de la réduction des émissions de CO2, d'améliorer sa relation avec le consommateur ». Pour les intervenants de cette table ronde, structurer la filière bio à un niveau national voire international passe aussi par de meilleurs moyens donnés à la recherche pour raisonner les sols et améliorer les rotations de cultures. L'agriculture biologique en restauration collective demande aussi à être davantage développée sur des volumes plus importants. Selon l'Agence Bio, trois quarts des Français se disent intéressés par du bio dans la restauration scolaire, sur le lieu de travail et à l'hôpital. En 2018, 61 % des établissements de la restauration hors domicile déclaraient proposer des produits bio à leurs convives. À partir de 2022, la loi Egalim, obligera la restauration hors domicile à introduire 30 % de produits bénéficiant d'un signe de qualité ou d'une certification environnementale et 20 % de produits bio dans ses repas. Principal frein à ce jour : des tarifs considérés encore trop élevés par les établissements.

ALISON PELOTIER