



## Dossier Le Made in local



# Des marques pour allier bio et local

*Pour se distinguer sur le marché national, les opérateurs du bio se mobilisent pour valoriser leur savoir-faire régional via une palette d'outils de communication dédiés. Pour le consommateur, c'est l'assurance de manger bio et local.*

Que ce soit à l'initiative d'entreprises, d'organisations professionnelles ou d'institutions, les terroirs de France se revendiquent via des marques dédiées : Mon Bio Pays de la Loire, Bio Auvergne-Rhône-Alpes, Bio Sud Ouest France, Be Reizh, Sud de France - Bio Occitanie. Ces identités graphiques sont avant tout des outils de communication même si certaines marques régionales comme Bio Sud Ouest France et Be Reizh sont aussi des logos à apposer sur les produits. L'objectif de ces marques régionales est de véhiculer les valeurs d'une bio locale issue d'un terroir de qualité et d'accroître la visibilité d'adhérents fédérés autour d'une identité forte. Elles permettent également aux consommateurs d'identifier, de façon claire et attractive, l'origine d'entreprises et de productions bio locales.

### Mon Bio Pays de la Loire

Dédié aux producteurs de Loire-Atlantique, du Maine-et-Loire, de Mayenne, Sarthe et Vendée, la marque Mon Bio Pays de la Loire a été créée par l'association Entrepreneurs bio des Pays de la Loire. La promotion des savoir-faire régionaux, de l'approvisionnement local et des filières équitables avec des productions et transformations respectueuses de l'environnement sont au cœur de la démarche de l'association. 40 entreprises - principalement de l'agroalimentaire (viandes, céréales, épicerie, boissons...) mais aussi quelques unes de la cosmétique - bénéficient de cette marque qui vise la reconnaissance d'une diversité de produits bio transformés dans la région ligérienne. Mon Bio Pays de la Loire est une marque disposant d'une large gamme d'outils de communications (stickers, stop rayons, affiches...).

**Conditions :** « Pour en bénéficier, il faut être adhérent à Entrepreneurs bio et signer la charte d'engagement volontaire qui stipule plusieurs critères : être dans une démarche RSE, s'approvisionner en local en priorité quand la matière propre existe et que la qualité est suffisante, s'approvisionner en local sur de l'emballage, des étiquettes, sur les fournisseurs, s'engager sur des filières équitables. Il ne faut pas réussir tous les critères mais quelques uns », souligne Nadia Zariou, animatrice de l'association Entrepreneurs bio. Il est à préciser qu'il s'agit d'un engagement volontaire des opérateurs. La charte souligne que « des contrôles peuvent être réalisés ou diligents ».



### Bio Auvergne-Rhône-Alpes

Avec 5 800 exploitations et grâce aux 2 400 entreprises de transformation et distribution, la région Auvergne-Rhône-Alpes se classe au premier rang français sur le plan économique. C'est pour louer cette vitalité et la diversité de ses terroirs qu'est né le collectif d'entreprises Bio Auvergne-Rhône-Alpes. Il regroupe 35 producteurs - transformateurs de l'Ain, l'Allier, l'Ardèche, la Drôme, la Haute-Savoie, l'Isère, la Loire et le Rhône dans les secteurs agroalimentaires (œufs, brasserie, fromages, chocolats, boissons, biscuits, viandes...), cosmétiques (produits capillaires, élixirs floraux, compléments alimentaires, soins au lait d'ânesse...) et produits d'entretien au naturel certifiés écodétergent. Ce collectif, qui a à cœur de développer la bio sur sa région, a mis en place un impressionnant éventail d'outils de communication : actions de marketing digital et de mise en avant des produits via le web, jeux concours, vidéos, animations en magasin, magazine, recettes... La communauté Bio Auvergne-Rhône-Alpes s'adresse au grand public pour promouvoir ses produits mais aussi ses valeurs et valoriser son ancrage territorial. Cette initiative est soutenue par le Cluster Bio, une association d'accompagnement et de valorisation du bio d'Auvergne-Rhône-Alpes sur l'hexagone et à l'étranger. Le Cluster Bio regroupe 290 membres issus des quatre secteurs certifiés bio (alimentaire, cosmétique, complément alimentaire et textile), mais également des centres de compétences et organisations professionnelles.



**Conditions pour en bénéficier :** avoir un siège social dans la région et être adhérent au Cluster Bio.

### Sud de France - Bio Occitanie

Depuis décembre 2018, la marque Sud de France (initiée en 2006 par le conseil régional de l'ex-Languedoc-Roussillon qui a rejoint depuis la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée) a évolué en trois segments : les produits issus de l'agriculture biologique (Sud de France - Bio Occitanie), les filières sous signes d'identification de la qualité et de l'origine (Sud de France - l'excellence de l'Occitanie) et pour les autres produits (Sud de France - Produit en Occitanie). Sud de France - Bio Occitanie est portée par la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée. Interbio Occitanie est membre du comité de pilotage et du comité technique de la marque. Il s'agit à la fois d'un outil de communication pour les opérateurs et d'un bloc



## Des marques pour cibler le bio local

(suite)

marque qu'il sera possible d'apposer sur les produits référencés (hors huiles d'olive et vin). Des contrôles porteront sur la conformité des produits vis-à-vis des cahiers des charges Sud de France.



**Conditions pour en bénéficier :** avoir son siège social dans la région. Une vingtaine de cahiers des charges, communs aux trois segments, définit par ailleurs les critères d'admission, pour les produits agricoles non transformés, et précise notamment que pour les :

**Produits transformés :** si 1 produit brut agricole est majoritaire à 80 % dans le produit final, il doit être à 100 % d'origine Occitanie.

**Produits élaborés :** en cas de multitude de produits qui composent la recette, la part des ingrédients d'origine Occitanie doit être supérieure à 50 %.

### Bio Sud Ouest France

Lancée en 2013 par les conseils régionaux des ex-Aquitaine et Midi-Pyrénées, la marque Bio Sud Ouest France avait pour objectif de promouvoir et d'identifier les produits et opérateurs bio de ces deux régions. Elle est désormais portée par la Nouvelle-Aquitaine via Interbio et le conseil régional. Afin de s'adapter au redécoupage des régions, Bio Sud Ouest France s'est recentrée sur la Nouvelle-Aquitaine en valorisant les productions de ses départements (Charente, Charente-Maritime, Corrèze, Creuse, Deux-Sèvres, Dordogne, Gironde, Haute-Vienne, Landes, Lot-et-Garonne, Pyrénées-Atlantiques, Vienne) auxquels il faut ajouter les départements de l'ex-Midi-Pyrénées (Aveyron, Gers, Haute-Garonne, Hautes-Pyrénées, Lot, Tarn et Tarn-et-Garonne) pour un Sud-Ouest très élargi.

**Conditions pour en bénéficier :** être certifié en agriculture biologique ; 100 % des matières premières fondant la dénomination, hors arômes, doivent être produites dans le Sud-Ouest (et 95 % du poids des ingrédients agricoles aussi) mais aussi y être produites et transformées. L'ensemble des ingrédients utilisés doit faire l'objet d'une traçabilité complète. Afin d'être un outil de structuration des filières, de l'amont à l'aval, Bio Sud Ouest France garantit depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019 l'achat de matières premières dans un engagement commercial pluriannuel. Objectif : favoriser une juste répartition de la valeur au sein des filières.

La marque est gratuite pour les producteurs adhérant à une organisation collective représentée au sein d'Interbio Nouvelle-Aquitaine ou à un groupement d'agriculture biologique et pour les



transformateurs et distributeurs adhérant à Interbio. La certification (valable un an) est délivrée par un comité d'agrément et de suivi après rapport des organismes certificateurs (officiellement agréés à contrôler les produits bio) chargés du contrôle. Bio Sud Ouest France compte plus de 400 références produits de 18 opérateurs régionaux (fruits et légumes, yaourts, miels, huiles...). Un chiffre que la marque souhaite doubler en 2019.

### Be Reizh

La marque partagée des produits bio et bretons a été lancée en 2016 par Initiative Bio Bretagne (IBB) et ses adhérents. Be Reizh rassemble 11 producteurs, transformateurs et distributeurs engagés sur un mode de production ou fabrication bio ayant un impact positif sur l'économie bretonne. Boissons, conserves (légumes, fruits, rillettes...), farines, glaces, graines à déguster, produits laitiers, poissons fumés, viandes et charcuteries... 200 références produits sont estampillées Be Reizh qui garantit également un engagement sur le développement durable de la part des opérateurs.

**Conditions pour en bénéficier :** être certifié AB, adhérer à Initiative Bio Bretagne et s'engager pour chaque référence produit candidate à la marque à respecter la majorité des critères suivants.

**Critères de base :** ingrédients agricoles bio d'origine régionale en volume ; localisation de l'emploi en Bretagne ; étapes de transformation du produit en Bretagne ; activité bio au sein de l'entreprise.

**Critères complémentaires** concernant le développement durable avec, par exemple, l'adhésion à un cahier des charges privé bio français lié à l'agriculture biologique et/ou à la biodynamie et/ou au commerce équitable, l'éco-conception des emballages, l'action sur l'empreinte carbone (logistique / transports), etc.

Signalons aussi l'initiative très ciblée du logo CAB (pour conversion en agriculture biologique) lancé par Sud Vin Bio, l'association interprofessionnelle des vins biologiques du Languedoc-Roussillon, pour promouvoir les vigneronnes d'Occitanie en conversion, une démarche soutenue par la région Occitanie. Si ce logo (qui peut être apposé sur le packaging et des outils de communication) a le mérite d'exister, on peut regretter son manque de localisation, une précision qui fait pourtant tout l'intérêt d'un logo territorial.



Laura Duponchel