

Sommaire

Filières et métiers	2
Technique et réglementaire	4
Économie et marchés	6
Vie des entreprises	10
Agenda	12

NUMÉRO SPÉCIAL
Covid-19

Comment les filières biologiques ont su rebondir ?

L'année 2020 sera définitivement marquée par cette pandémie mondiale que nous avons autant ressentie dans nos activités professionnelles que dans nos vies privées. Les prochains mois seront sans doute dédiés à dresser le bilan des enseignements à retenir. En attendant de voir éventuellement des ajustements pris en conséquence par nos représentants politiques, nous avons souhaité rendre compte de la façon avec laquelle nos entreprises et coopératives certifiées bio ont réagi face à cette crise sanitaire mondiale.

Parce que le confinement mais aussi les inquiétudes que vous avez vécues ont sans doute pris le pas sur les informations que vous pouviez avoir sur vos marchés et filières, nous avons souhaité dédier ce numéro des Échos du Bio à ces initiatives et dispositions prises dans le réseau des coopératives et opérateurs de l'aval de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

Nous n'avons pas souhaité rendre compte de façon exhaustive de la situation. En revanche, vous trouverez à travers ces pages, quelques exemples d'adaptations trouvées pour poursuivre les activités en temps de crise sanitaire.

Une fois n'est pas coutume et pour ce numéro spécial Covid-19, nous avons ajusté notre ligne éditoriale pour faire plus de place aux retours d'expériences constatés sur le terrain.

L'une des clefs pour la suite sera la qualité et l'intensité des accords et engagements que prendront les GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) et GSS (Grandes Surfaces Spécialisées) avec le monde des PME.

Le Cluster Bio et La Coopération Agricole Auvergne-Rhône-Alpes restent mobilisés pour vous accompagner à travers les conséquences de cette crise sanitaire. Bien qu'il soit encore trop tôt pour tirer des enseignements de cette crise sur nos organisations et modèles économiques, il nous paraît important de capitaliser sur le vent de solidarité qui s'est constitué pendant le confinement, pour mieux se structurer.

Nous vous souhaitons une bonne lecture.

Sébastien Courtois et Brigitte Magnat

Les Échos du Bio est une revue destinée aux opérateurs économiques de la région Auvergne-Rhône-Alpes qui évoluent sur le marché de l'Agriculture Biologique, mais aussi à tous les curieux.

Les Échos du Bio vous offre un aperçu de l'actualité dans le monde bio et met à l'honneur des filières, des métiers ou encore des opportunités de développement du moment.

Aux commandes de la rédaction, **La Coopération Agricole Auvergne-Rhône-Alpes** et le **Cluster Bio**.



CORONAVIRUS ET FILIÈRES :

Des tensions qui touchent souvent de la même manière l'agriculture biologique et conventionnelle

Le confinement décidé par le gouvernement comme réponse à la crise sanitaire a eu pour conséquence de déstabiliser nos filières agricoles régionales.

Les productions agricoles, directement impactées

De nombreuses difficultés liées aux productions nous ont été remontées. **En viande**, le repli du consommateur au début du confinement sur des produits de base a fortement privilégié le steak haché au détriment des pièces nobles. De vives inquiétudes subsistent vis-à-vis de l'équilibre matière des carcasses et contribuent à tendre les relations avec les metteurs en marché.

En lait, la crise sanitaire est survenue en plein pic de production saisonnier, dans un contexte où les sites de transformation étaient soit à l'arrêt, soit perturbés par la réorientation des marchés. Le lait bio s'en sort toutefois mieux que le conventionnel. Le consommateur a en effet privilégié les produits de base (lait, crème, beurre) certifiés bio. À l'inverse, les produits sous signes de qualité (AOP...) traversent une crise sans précédent.

Le vin n'a pas échappé à la crise sanitaire. Les débouchés à l'export, qui occupent une place très importante dans l'économie de la filière, étaient déjà en difficulté avant la crise. Avec le confinement, l'arrêt des ventes en caveaux et la fermeture de certaines frontières, c'est tout un secteur qui se trouve fragilisé.

En fruits et légumes, la crise sanitaire est intervenue entre deux saisons, synonyme de baisse des volumes. Les difficultés de main d'œuvre pour récolter les productions ont particulièrement été médiatisées. Les tensions sur les approvisionnements France ont particulièrement été vives amenant par endroit des prix élevés sur des produits phares (fraises, asperges).

Avec l'arrêt de la RHD, l'économie des filières menacée

Le confinement de l'ensemble de la population française a induit l'arrêt d'activités intimement liées à l'économie des filières agricoles : café, restaurants, mais également l'ensemble des circuits relevant de la Restauration Hors Domicile.

Même si certains d'entre eux ont toutefois réussi à fonctionner pendant le confinement en adaptant leurs activités, seulement 20% des commandes ont persisté durant cette période par rapport à une année normale.

Perte de revenus pour les entreprises, problème de stockage et de conservation des denrées agricoles et alimentaires, baisse d'activité dans les usines de transformation agroalimentaire... Les conséquences de l'arrêt de la RHD sont nombreuses.



©SOPHIE GUIGONNAND.

Des tensions sur l'approvisionnement qui entraînent des ruptures

Face aux changements de consommation, la distribution a dû faire face à des ruptures fréquentes sur certains produits et les transformateurs ont été confrontés à des difficultés d'approvisionnement. Face à ces situations, les distributeurs ont recherché de nouveaux fournisseurs et se sont souvent rapprochés d'entreprises et producteurs locaux. Quant aux transformateurs, ceux qui avaient des filières d'approvisionnement structurées et contractualisées avec les producteurs ont connu moins de difficultés.

Notons que ces tensions sur l'approvisionnement ont été exacerbées par les difficultés rencontrées par le secteur du transport routier.

Face à l'évolution du marché, il a fallu s'adapter

Pour les entreprises qui le pouvaient, il a fallu réorganiser les outils de production pour s'adapter à la demande. Ainsi, les meuneries ont renforcé la production de farine en petits volumes pour la distribution, ce qui a induit des difficultés pour s'approvisionner en emballages par la suite. Par ailleurs, d'autres entreprises ont mobilisé leurs outils de production pour fabriquer du gel hydroalcoolique ou des masques, à l'instar de certaines caves coopératives.

Thibault PÉCLET & Bastien BOISSONNIER

Source : <https://youtu.be/Qvn83mORR9I>

Les entreprises d'Auvergne-Rhône-Alpes relèvent leurs manches !

En phase avec leurs valeurs humaines, les entreprises bio régionales ont montré qu'elles étaient dynamiques et innovantes. Merci !



©SOPHIE GUIGONNAND.

André Eltschinger, viticulteur certifié bio et vice-président Cave coopérative des Vignerons des Pierres Dorées

" La crise sanitaire du covid-19 n'a rien changé dans ma vie, dans ma façon de travailler la vigne. Je vis cette période comme une maladie de la vigne, sans traitement curatif connu. En revanche, mes bouteilles certifiées bio sont vendues dans 3 magasins : deux GMS de proximité et un magasin de producteurs. Depuis début mai, dans une de ces GMS, le rayon où sont proposées mes bouteilles est presque vide. La consommation semble redémarrer, en tout cas, la demande est au rendez-vous ! Je suis confiant pour la récolte 2020. L'année se présente bien même si on va avoir besoin d'un peu d'eau d'ici fin juillet pour finir la maturité. "

Camille Sonet, référente Agriculture Biologique Groupe FEDER

L'atelier de découpe Séléviandes est une filiale du groupe Feder. Séléviandes propose aux éleveurs de découper leurs bovins et ovins selon leurs souhaits et de leur livrer en caissettes. Filière structurée et fonctionnelle, Séléviandes a connu comme bon nombre de PME quelques difficultés du fait du confinement, dont une baisse d'effectifs. Pourtant, l'activité de l'atelier est restée dynamique sur cette même période, portée entre autres par une forte demande de produits locaux. Les difficultés pour faire fonctionner cet outil et ainsi répondre aux demandes ont pu être levées grâce aux salariés présents, volontaires et disposés à travailler davantage, pour répondre aux besoins des éleveurs ! Par ailleurs, la coopérative Feder a fait don de son stock de plus de 400 blouses de vélage au CHU de Bourges.



©L'EXPLOITANT AGRICOLE DE SAÛNE-ET-LOIRE.

Thomas Vivier Merle, dirigeant fondateur Le Relais local

Le Relais local est une plateforme de distribution lyonnaise créée en 2016 par Thomas Vivier Merle situé sur le site de marché de gros de Corbas. Il se veut être le relais entre producteurs, magasins et restaurateurs de produits bio et locaux livrés en A pour B, autrement dit J+1. Il a dû faire face à un **doublage de l'activité avec des effectifs réduits** : stock tampon, heure supplémentaire, livraison des magasins en voiture et recours au système D. Sur les catégories de produits les plus en rupture comme la farine (x15) ou les œufs, un produit pouvait rester moins d'une heure à l'entrepôt. D'autres difficultés étaient présentes liées à l'intersaison : en effet, sur la période de mars et avril, ensoleillée qui plus est, peu de fruits et légumes sont disponibles. **L'écosystème bio qui se veut résilient et pérenne, a su démontrer sa force, sa fiabilité et son professionnalisme dans cette période.**



Par Thibault Péclet, Adrien Petit, Lauriane Lubert.



Interview



**ALPES
CONTRÔLES**
Certification

MARLÈNE DUBUC

Responsable de
l'Agence Nationale Certification
chez Alpes Contrôles

Comment avez-vous adapté vos activités à la suite de l'annonce du confinement ?

L'activité de certification bio dans l'entreprise est dépendante de l'autorité compétente, à savoir l'INAO, l'Institut National de l'Origine et de la Qualité. Cet institut s'est organisé rapidement à la suite de l'annonce du confinement, afin d'harmoniser les messages pour l'ensemble des Organismes Certificateurs (OC). Les activités économiques des opérateurs certifiés bio ont ainsi pu se poursuivre malgré le confinement. En harmonisant ses messages auprès de l'ensemble des OC, l'INAO a garanti le maintien d'une concurrence loyale entre les opérateurs. Aucun OC ne pouvait être privilégié par rapport à un autre. Cette démarche a également permis d'entretenir l'image de l'AB auprès du consommateur.

Néanmoins, nous avons dû mettre en chômage partiel notre équipe d'auditeurs terrains. Les personnels administratifs ont quant à eux eu l'opportunité de télétravailler. Notre objectif était ainsi de pouvoir gérer la demande commerciale entrante. La période du confinement a eu lieu peu de temps avant l'ouverture des déclarations PAC. A cette période, beaucoup de producteurs ont besoin de justificatifs pour pouvoir bénéficier des aides liées à l'AB. Ce télétravail a également permis de répondre aux opérateurs économiques, inquiets vis-à-vis de la situation. Bien que ces activités administratives ne soient pas facturables, elles nous ont permis de préparer nos activités après le déconfinement.

Alpes Contrôles a été créée il y a 30 ans et compte aujourd'hui plus de 500 salariés. Si son activité principale est liée aux métiers du contrôle de construction, l'entreprise a décidé en 2012 d'investir le domaine de la certification AB sous l'impulsion de son président Michel Vignoud. Ce dernier, convaincu de l'essor du bio, a également créé une Fondation d'entreprise vers laquelle est fléché un pourcentage du résultat de l'entreprise. Cette fondation permet de financer des projets en lien avec l'environnement et l'AB.

L'activité de certification bio est en plein développement au sein d'Alpes Contrôles. L'entreprise opère sur 3 régions : AURA, PACA et BFC, grâce à une équipe de 15 personnes.

Pouvez-vous nous parler un peu plus des informations diffusées par l'INAO ?

Plusieurs mesures ont été prises et sont toutes disponibles dans la FAQ de l'Agence Bio, disponible [ici \(www.agencebio.org/faqs-les-contrôles-en-période-de-confinement/\)](http://www.agencebio.org/faqs-les-contrôles-en-période-de-confinement/).

“
**NOTRE OBJECTIF
EST DE NE PAS
PÉNALISER
LES OPÉRATEURS
ÉCONOMIQUES**
”

Pour en citer quelques-unes, l'INAO a rendu possible la reconnaissance rétroactive d'une période de conversion. Initialement, la reconnaissance est obtenue après une visite terrain. Or, les producteurs ont besoin de cette visite avant de travailler le sol et de mettre en culture. L'arrêt de nos activités d'audit risquait de complexifier grandement ce processus, qui n'a finalement pas subi les conséquences du confinement. Sur un autre sujet, certains opérateurs économiques ont besoin de renouveler leurs certificats pour continuer à pouvoir commercialiser leurs produits certifiés bio.

La période du confinement et la suspension des contrôles ont amené l'INAO à autoriser le prolongement de ce type de certificat, sous réserve d'effectuer un contrôle dès le déconfinement (entre autres).

Enfin, l'agroalimentaire ne s'est pas arrêté pendant le confinement. Les entreprises de ce secteur d'activité ont également eu besoin de l'INAO qui a autorisé l'extension de certification. Par exemple, un boulanger pouvait étendre son certificat bio à une nouvelle recette de pain pendant le confinement et sans audit terrain, sous réserve de respecter un certain nombre d'obligations.

Comment voyez-vous la reprise de vos activités après le déconfinement ?

Le confinement et la réorientation de nos activités nous ont empêché de réaliser nos audits sur le terrain. Nos agendas seront donc bien remplis pour les mois à venir. Nous cherchons à optimiser les visites pour gagner en efficacité. A l'heure où ces lignes sont écrites, nous sommes dans l'attente d'éléments de la Commission Européenne sur l'organisation des contrôles mais aussi de l'INAO quant à leur priorisation. La situation n'est pas encore figée mais l'intérêt de tous n'est pas de pénaliser les opérateurs économiques.

Alpes Contrôles a la chance de savoir anticiper ses besoins. Nous avons l'habitude d'embaucher tous les ans 2 à 3 personnes pour absorber la croissance des demandes de certification bio. Cette situation nous permet d'éviter les urgences.

Début 2020, nous avons fait 2 embauches, pour anticiper la progression que nous envisageons sur l'AB. Nous n'étions pas en situation d'urgence et à l'époque, ces nouvelles recrues ne disposaient pas d'un taux d'occupation à 100%.

Nous sommes donc confiants dans notre faculté à rattraper le retard accumulé sur nos audits terrain du fait du confinement. Ces deux nouvelles recrues vont pouvoir absorber cette surcharge. Nous restons néanmoins attentifs à l'évolution de la situation.

Comment garanzissez-vous la protection de vos salariés sur le terrain ?

Il pourrait y avoir effectivement de l'appréhension quant à la mise en œuvre des gestes barrières. Ils peuvent ne pas toujours être systématiques ou suffisants.

Alpes Contrôles a la chance d'avoir d'autres activités que la certification bio qui ont continuées à fonctionner sur le terrain pendant le confinement. A cette occasion, des gestes ont été testés ainsi que du matériel et des protocoles. Riches de ce retour d'expériences, nous sommes plutôt sereins par rapport à la protection de nos salariés. Nous pensons être bien préparés et nos salariés disposent d'un kit de sécurité complet. La communication en interne est néanmoins indispensable pour réagir aux moindres problématiques.

Thibault PÉCLET

ACTU Mai 2020

La demande d'un report d'un an de l'entrée en application du nouveau règlement européen a été faite par l'IFOAM auprès de Bruxelles, soit une entrée en application potentielle le 1^{er} janvier 2022. Les textes finaux qui devraient être votés en novembre 2020 ne le seront qu'en mars 2021, ce qui laissera 8 mois pour se préparer.

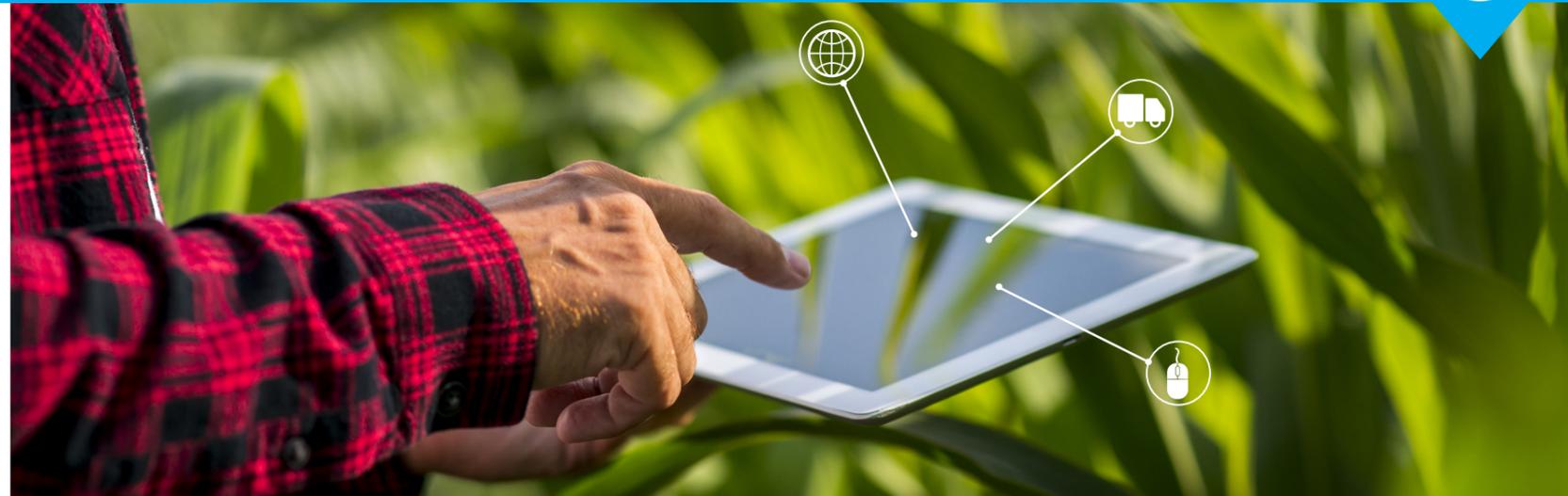
Nouveau règlement : Il n'y aura pas de dérogation aux 5% de matières protéiques non bio dans l'aliment des monogastriques bio.

Pour les contrôles physiques par les OC, les opérateurs dits à risque faible ne seront pas audités sur les mois à venir mais pourraient quand même obtenir leur certificat bio à la suite d'un contrôle documentaire renforcé. On considère un opérateur à risque faible, si celui-ci n'a pas de mixité et n'a pas eu de manquement relevé au cours des 36 derniers mois. Cette mesure est pour soulager le redémarrage des contrôleurs terrains, qui vont ainsi prioriser dès le 11 mai leurs visites chez les opérateurs non concernés par cette dérogation valable jusqu'à fin septembre 2020.



CRISE SANITAIRE ET NOUVEAUX ENJEUX DU BIO : Mieux, moins cher et connecté ?

Le confinement a engendré des changements radicaux dans la façon de consommer des consommateurs. Pour autant, ces changements sont-ils conjoncturels ou structurels ? Avec un dynamisme avéré pendant le confinement, marché bio doit maintenant préparer la crise économique. Quelles sont les premières projections possibles sur l'avenir du secteur bio et quelles opportunités faut-il saisir ?



Avec la peur de manquer, le bio reste-t-il important ?

Dès les premiers jours du confinement, une vague de panique s'est fait ressentir sur la consommation. Certains rayons se sont vidés à l'instar des pâtes et du riz conventionnels. Mais lorsque la peur de manquer intervient, prend-on encore le temps de choisir des produits certifiés bio ?

Le confinement a renversé certains comportements, sans pour autant modifier les habitudes d'achats des consommateurs, révèle l'institut IRI.

Tout d'abord, le respect des modalités du confinement a amené les consommateurs habitués à fréquenter plusieurs magasins, dont les spécialisés bio, à se rabattre uniquement sur une enseigne. Selon IRI, près de 15% des consommateurs ont arrêté de fréquenter des magasins bio.

L'institut révèle également que les ventes de denrées conventionnelles ont été multipliées par 8 au lendemain du confinement, alors qu'elles affichaient un timide +2% sur le début d'année. À l'inverse, les ventes de produits bio n'ont été multipliée « que » par 2,5% (alors que leur croissance était de +13% avant le confinement).

Néanmoins, les comportements de panique ont engendré des ruptures d'approvisionnements sur certains produits, qui ont bénéficiées aux produits bio.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Pour les pâtes alimentaires, le taux de rupture a été pour la première semaine de confinement de 19% quand les ventes de pâtes bio grimpaient de 131% sur la même période. Un constat quasi-identique se retrouve sur le riz.

Mais d'une façon générale, moins la catégorie est rupturiste, moins cela a bénéficié aux produits bio, à l'image des œufs et des produits laitiers. Ils connaissent néanmoins une progression de leur CA bio respectivement de 56 et 61%.

Les produits bio à marque distributeur tirent leur épingle du jeu

Conséquence du confinement, les super et les hypers ont été plébiscités par le consommateur, où les ventes de produits bio ont progressé de près de 30%.

Cette progression s'est en revanche repliée sur les références les plus connues. Les magasins spécialisés, connus pour l'innovation proposée sur les produits bio et la largeur de l'offre, n'ont pas bénéficié de cette croissance. Par ailleurs, les budgets contraints des familles, amenés à prendre tous les repas à la maison, a sans doute contribué à ce phénomène. Les produits bio à marque distributeur ont donc été les grands gagnants.

Regarder en arrière pour imaginer la suite ?

Pour présager des conséquences de la crise économique à venir, il est intéressant d'observer comment le marché français a réagi à la crise de 2008-2009.

D'après l'agence internationale Mintel, en 2009, la récession a amené plus de la moitié des entreprises à simplifier ses produits en réduisant le nombre d'ingrédients, la profondeur de ses gammes ou ses messages. Face à un avenir économique incertain, la recherche de simplicité est donc opportune, et propice à la tendance du clean label.

D'ailleurs, la réduction du pouvoir d'achat des Français va les mener vers les marques de distributeurs (MDD), dont la part de chiffre d'affaires en PGC bio a atteint 40% lors du confinement. Mintel prédit aussi une accélération de ces MDD sur les prochains mois/années avec de nombreux nouveaux produits à venir, comme cela avait été le cas en 2009.

Les transformateurs TPE-PME doivent donc maintenir les investissements en R&D pour lancer rapidement, grâce à leur agilité, des nouveaux produits en phase avec les besoins actuels des consommateurs, alliant les promesses de santé, de proximité, à des prix abordables.

Les grands groupes, quant à eux victimes de leur inertie, compenseront avec de fortes campagnes de communication.

Impacts du Covid-19 sur les tendances de consommation

D'après une étude de Kantar Worldpanel, les Français vont pendant quelques temps faire moins attention à ce qu'ils achètent, vont moins regarder les étiquettes et augmenter la consommation en substituts végétaux. Cependant, le retour à la normale va s'opérer à moyen terme avec les produits de grignotage et le retour d'une quête de consommation responsable.

Parmi les tendances dynamiques, les Français annoncent qu'ils vont favoriser l'achat de produits locaux (79%), soutenir leurs PME françaises (+15,8% de dépenses en mars 2020 vs mars 2019), consommer plus de produits naturels (76%) et continuer à fabriquer eux-mêmes leurs produits.

Plus incertain... la vente en vrac a pu se poursuivre mais avec une baisse de consommation. Le court-terme semble présager un retour au plastique avant une re-priorisation des préoccupations environnementales.

Enfin, IRI estime que l'importance de cette pandémie va exacerber la préoccupation santé dans l'acte d'achat bio.

Une évolution des comportements d'achat

En plein confinement, la distribution spécialisée bio a commencé à rattraper le grand retard qu'elle accumulait dans le développement du digital. Ex : Une cinquantaine d'ouverture de Click&Collect pour Biocoop, une vingtaine pour NaturéO, etc. En effet, IRI constate que les commandes en ligne ont explosé. Les produits bio en ont largement profité, étant donné l'offre importante historiquement proposée sur les sites des enseignes et également favorisés par la sécurité apportée de ce moyen d'achat en temps de confinement. Avant le confinement, le e-commerce contribuait à hauteur de 15% du chiffre d'affaires global de l'AB. Depuis le confinement, il occupe 32% de ce chiffre d'affaires.

Du côté des transformateurs, pour ceux qui ont fait face à une baisse des commandes, ils ont réagi en accélérant le développement de leur site Internet, voire leur création de toutes pièces.

Comme le conclut Xerfi dans ses prévisions post crise Covid-19, ce déploiement numérique répond à une nouvelle façon de consommer sur le long-terme, avec une augmentation du e-commerce alimentaire à prévoir.

• Lauriane LUBERT & Thibault PÉCLET

Les commandements du consommateur sont-ils toujours d'actualité ?



Worldpanel PGC-FLS - P3 2020 vs P3 2019 - * Linq Tracking Covid PGC-FLS - vague 4, semaine 5 du confinement

Nous vous rappelons que la Région Auvergne-Rhône-Alpes aide les entreprises à développer les projets numériques :

www.ene.fr/agir/atouts-numeriques/

Sources : Les Echos du 4 mai 2020, Le bio a passé l'épreuve du confinement ; IRI vision actualité Bio, données du 12 avril 2020.

**REVUE DE PRESSE** • Impact de la crise sanitaire sur les marchés biologiques**Quelles enseignes poussent le plus leurs MDD bio ?**

Liénares / 06 avril 2020

En un an, la part de marché des MDD bio au sein des ventes totales de PGC et frais LS à marques propres (hors liquides et DPH) a progressé de 0,8 pt, passant de 5,8 à 6,6 % selon les données Nielsen Homescan à P13 2019. Cora, Monoprix, Auchan, Intermarché ou encore Carrefour sont étudiés à travers cet article.

Alimentation : le confinement profite au bio

Latribune.fr / 08 avril 2020

De récents chiffres du cabinet Nielsen montrent que les Français n'ont pas délaissé les produits bio pendant le confinement. Les magasins bio spécialisés (Biocoop, Naturalia, La Vie Claire, Bio C' Bon, Naturéo...) voient notamment leurs ventes croître (+48% en valeur pour le panier moyen bio).

Quant aux grandes surfaces, le 15 mars, comparé à la même date de l'année précédente, le cabinet relève une croissance des ventes des produits bio de 63%, contre 40% pour les produits conventionnels.

La santé du bio en France au révélateur du Covid-19

Nielsen.com / 08 avril 2020

Depuis le début de la séquence COVID-19, les produits bio sont non seulement en très forte croissance en grandes surfaces mais en plus l'écart de croissance avec les produits conventionnels se creuse : d'environ 14 points début février, cet écart a parfois dépassé les 20 points depuis.

Antoine Lecoq, consultant chez Nielsen, explique que « plusieurs phénomènes peuvent expliquer cette tendance du bio depuis quelques semaines. Tout d'abord les produits bio, perçus comme plus naturels que les autres, restent recherchés par les consommateurs, surtout dans une période de doute, où les produits vus comme globalisés sont sous le feu des critiques. Ensuite, en moyenne, et même s'il peut y avoir des différences d'une catégorie de produits à l'autre, le bio est un peu moins "rupturiste" que le conventionnel, ce qui signifie que quand les rayons sont vides, il y a plus de chances de pouvoir encore trouver des produits bio en rayon. Enfin, le recentrage sur le commerce en ligne ou de proximité, où le poids du bio est structurellement plus important, joue mécaniquement en faveur de la croissance de ces produits ».

Biocoop s'engage auprès des producteurs de fruits et légumes

Réussir.fr / 10 avril 2020

L'enseigne a dès le 31 mars annoncé s'engager au maintien des volumes engagés et des prix pour venir en aide aux producteurs de fruits et légumes bios. « Nous sommes amenés à réajuster très fréquemment nos commandes et cela perturbe les expéditions de nos producteurs », confie toutefois David Siffert, directeur du secteur fruits et légumes pour Biocoop. Sur la semaine T3, l'enseigne a ainsi connu des croissances comprises entre 6% et 69%.

La coopération agricole se mobilise

Biofil.fr / 10 avril 2020

« Depuis le début du confinement, la coopération agricole se mobilise pour trouver des solutions, accompagner les producteurs et continuer à faire tourner la chaîne alimentaire pour approvisionner les magasins dans les meilleures conditions, résume Jérôme Caillé, président de la commission bio de La coopération agricole.

La Covid-19 épargne la filière laitière bio

Réussir.fr / 20 avril 2020

Contrairement à son homologue conventionnel, la filière laitière biologique (4% de la collecte nationale) reste préservée malgré un pic printanier particulièrement marqué. « La demande client est restée constante et nous ne sommes pas impactés par le ralentissement de l'export, la majorité de nos clients étant français », commente Théophile Jouve, directeur général de Biolait. Le collecteur a néanmoins appelé ses adhérents à diminuer leurs volumes de production car le surplus saisonnier est usuellement valorisé en conventionnel.

Le bio, en réalité 75% plus cher

Linéaires / 05 mai 2020

L'objectif de l'article est de révéler le vrai surcoût du bio. 218 familles de produits ont été retenus dans cette étude, et leur chiffre d'affaires bio dépasse le million d'euros sur les douze derniers mois.

Bilan, toutes catégories confondues, le prix moyen affiché en bio est 75% supérieur à celui du conventionnel.

Dans plus d'une famille de produits sur cinq, les produits bio affichent un prix moyen au moins deux fois supérieur au conventionnel. A l'inverse, huit catégories de produits affichent des prix inférieurs en bio.

La campagne du Synadis Bio jugée dénigrante par le Jury de Déontologie Publicitaire

LCA / 11 mai 2020

En novembre dernier, le Synadis Bio, le Syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques, avait lancé une campagne de publicitaire qui avait fait couler de l'encre auprès de la profession. Interfel avait dénoncé cette dernière jugeant qu'elle portait atteinte au bio. Le Jury de Déontologie Publicitaire a été saisi et a conforté ce dénigrement.

Bio : les grands groupes prennent leurs aises

Linéaires / 19 mai 2020

Les grandes marques, qui ont vu le marché du bio exploser sans elles ou presque, rattrapent leur retard à vitesse grand V. Au cours des douze derniers mois, Nielsen a établi pour Linéaires que les industriels générant plus de 250 M€ de CA ont vu leur part d'offre bondir de 3 points au rayon bio, pour représenter à P2 2020 un tiers de l'assortiment.

Sur la même période, leur part de marché a progressé de 2 points, à 29,4 % du CA. Les MDD dominant encore largement les ventes, mais elles reculent.

Bio, local et produits de base, des tendances qui s'inscrivent dans le post-crise

Réussir.fr / 03 juin 2020

La Communauté Pour Nourrir Demain annonce démarrer en juin un programme de dix expériences autour des dix grandes questions prioritaires de transformation des entreprises agroalimentaires (packaging, consommateurs, innovations...). Regroupant une vingtaine d'entreprises agroalimentaires, ce « laboratoire d'idées et lieu d'échange » a publié le 2 juin son livre blanc sur l'émergence d'une "Génération Covid". Les deux fondateurs de la Communauté y ont identifié quatre phénomènes majeurs de la mutation des comportements liées à la crise. Il s'agit du besoin de revenir à l'essentiel, de l'approvisionnement : au plus près et plus rapide, du bio comme label rassurant et enfin, du prix, comme premier critère d'achat.

ERRATUM**Les Échos du Bio, Numéro 10 - Mars 2020, Rubrique "Économie et marchés" (p.6)**

Une erreur s'est glissée dans l'article intitulé « LE MAGAZINE 60 MILLIONS DE CONSOMMATEURS épingle les produits certifiés biologiques sur le marché Bio ».

Il est écrit dans le 3^e paragraphe :

« En effet, sa directrice en chef [du magazine] déclare que le cahier des charges du label bio restreint l'usage des pesticides mais sans revoir les seuils résiduels, définis au même niveau qu'en conventionnel ».

Cette déclaration est fautive : tous les organismes certificateurs harmonisent leur grille d'analyse et de déclassement des produits phytosanitaires via leur tutelle, l'INAO. Les seuils retenus, même s'ils ne sont pas communiqués officiellement, sont plus ou moins 1 000 fois inférieurs aux Limites Maximales de Résidus (LMR). Ces LMR sont les repères utilisés en agriculture conventionnelle, permettant d'homologuer un produit.



Cathy HATTE COSTA PINTO, directrice Achats, approvisionnement et formulation
Raluca AUBUGEAU, responsable des achats de matières premières bio

par Thibault PÉCLET



Axéreal Elevage est une filiale du groupe coopératif Axéreal. Ce dernier représente 12 700 adhérents, répartis du Sud de Paris jusqu'au Sud de l'Auvergne en passant par la région Centre. La partie agricole (collecte du grain et stockage) est le métier de base du groupe qui s'organise aussi autour de la meunerie, la malterie et l'élevage. Axéreal Elevage est également organisée autour de 4 métiers : la fabrication d'aliments pour le bétail (FAB), une organisation de production (intégration d'éleveurs de volailles), un couvoir et une société spécialisée dans la construction de bâtiments. 500 000 tonnes d'aliments toutes espèces sont donc produits chaque année par l'entreprise, grâce à ses 9 sites. Deux d'entre eux sont certifiés bio et sont situés à Lapeyrouse (63) et Bonneval (28).



POUVEZ-VOUS NOUS PARLER UN PEU PLUS DE L'AB DANS VOTRE ORGANISATION ET DE L'ACTIVITÉ FAB ?

En 2020, nous estimons la collecte de grains bio de Axéreal Bio à 65 000 T, soit 1,3% de la collecte totale du groupe. Cette collecte bio représente toutefois 7% de la collecte nationale. Par ailleurs, nous estimons à 58 000 T nos volumes d'aliments bio produits pour la prochaine saison, soit 12% du volume total d'aliments fabriqués par l'entreprise et 10% du volume total d'aliments certifiés bio sur le marché français.

Notre activité de FAB bénéficie des 3 forces :

- **L'appartenance au groupe Axéreal**, qui nous permet de sécuriser nos approvisionnements et d'assurer une traçabilité complète, de la parcelle au produit fini. En effet, 75% de nos matières premières proviennent du groupe.
- **Notre expertise en nutrition**, assurée par notre métier de base et notre technicité en élevage.
- **La prise en compte de la rentabilité économique de nos éleveurs**. Nous avons une organisation de producteurs et sommes liés à eux par des contrats. Nous garantissons ainsi un niveau de rémunération afin de maintenir la performance économique des exploitations et leur pérennité sur nos territoires.

Nos clients se répartissent en trois catégories : les éleveurs, les groupements de producteurs et nous-même, via notre organisation de production. En effet, 50% de notre tonnage d'aliments lui est destiné. Nous avons donc en fin de compte créé notre propre filière.

AVEC LE CONFINEMENT, QUELLES ONT ÉTÉ VOS DIFFICULTÉS POUR MAINTENIR VOTRE ACTIVITÉ FAB ET COMMENT Y AVEZ-VOUS RÉPONDU ?

Bien que nous n'ayons pas connu de difficultés majeures, nous avons toutefois rencontré quelques difficultés pour l'approvisionnement en son bio. Mais la société Axiane, filiale du groupe Axéreal, dispose d'un moulin dédié à l'AB. Elle nous a dépanné et nous a même avancé des commandes. Cela nous a permis de ne pas tomber en situation de rupture.

Par ailleurs, nous nous sommes investis sur la partie logistique pour faciliter l'accès de nos chauffeurs de poids lourds à diverses installations (points cafés, sanitaires, restaurants...) autour de nos usines.

Du reste, les matières premières ont pu circuler mais nos délais se sont rallongés. Nous avons alors misé sur la communication en interne et l'anticipation des commandes, pour être plus souple dans la réception des matières premières. Finalement, nos usines ne se sont jamais arrêtées et nos ajustements liés à la logistique nous ont permis de ne pas tomber en situation de rupture.

POUR ALLER PLUS LOIN

www.oxereal.com
www.oxereal-elevage.com



Philippe VARLOUD, co-fondateur

par Farida Haddou



PRÉSENTEZ-NOUS VOTRE ACTIVITÉ !

Mettre sur les marchés GMS/GSS/RHF des produits alimentaires 100% BIO, 100% Ultra gourmands et origine France.

En s'appuyant sur une marque créée par et pour les millenials... "W.T.F. ?!".

What the French est une marque disruptive et engagée, (recyclage, absence additifs, moins de sucre).

Elle porte aujourd'hui une gamme de glaces de 9 recettes, elle est à la veille d'un lancement d'une nouvelle gamme « innovante » pour 2021.

Elle évoluera dans l'avenir vers de nouvelles catégories (snacking, apéritif, boissons..., etc.) mais toujours 100% Bio, 100% Gourmand, 100% France.

COMMENT EST NÉ VOTRE PROJET ?

De la volonté de 2 amis (Thierry et Philippe) d'entreprendre, de façon libre et engagée, après un long parcours dans l'industrie agroalimentaire en France et à l'étranger au sein de grands groupes.

POURQUOI LE CHOIX DE LA BIO ?

Pour l'engagement écologique de la Bio, pour tenir la promesse « qualité alimentaire », pour le lien « transparence et confiance » que la Bio établit avec nos consommateurs, pour que notre démarche d'entrepreneurs ait un « sens éthique ».

COMMENT GÉREZ-VOUS VOTRE APPROVISIONNEMENT ?

Nous sommes adossés à un fabricant Français (Ets ERHARD) reconnu pour sa qualité produits et la maîtrise totale des filières Bio.

Nous sommes associés à toutes les étapes de validation (de la matière première jusqu'à la validation de la recette de glace).

QUELS CONSEILS DONNERIEZ-VOUS AUX ENTREPRISES QUI DÉMARRENT LEUR ACTIVITÉ ?

Construire un « projet d'entreprise » en suivant cette chronologie :

- 1/ Définir : attentes et profil de mon consommateur ;
- 2/ Élaborer : mon produit, sa promesse, ses atouts distinctifs ;
- 3/ Construire : le plan de mise en marché (sur 3 ans) pour proportionner et planifier les moyens nécessaires à chaque étape de croissance.

Puis, penser (en amont) son plan de financement (trésorerie, fonds propres et emprunts) et se faire accompagner sur les domaines de « non expertises ».

PRÉVOYEZ-VOUS DES ÉVOLUTIONS ?

Oui : une nouvelle innovation tous les ans (recettes, gammes, formats) et un nouveau marché tous les 3 ans.

QUELLE(S) DIFFICULTÉ(S) AVEZ-VOUS RENCONTRÉES PENDANT LA CRISE, ET COMMENT LES AVEZ-VOUS SURMONTÉES ?

Nous avons travaillé pour compenser les pertes de vente de mars à mai inclus, par une « sur-planification » des opérations promotionnelles sur juin-septembre en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) et RHF (Restauration Hors Foyer).

Nous avons sollicité les prêts garantis d'état pour sécuriser notre trésorerie « mise à mal ».

Nous avons stoppé nos investissements média pendant la période Covid.

AVEZ-VOUS MAINTENU VOS LANCEMENTS PRODUITS ?

Oui, l'innovation est un bon levier de « reprise de la consommation ».

SI OUI, COMMENT ?

En déplaçant de 3 mois leur lancement (la mise en place des glaces dans le retail ayant été repoussée de mars à mai).

QUELLES SONT LES LEÇONS QUE VOUS TIREZ DE CETTE CRISE ?

1/ La bonne gestion de la trésorerie en PME constitue la meilleure défense anti-crise ;
 2/ La qualité du lien-distributeurs construit dans le temps et la capacité de réaction de la PME, constituent la meilleure stratégie « sortie de crise ».

POUR ALLER PLUS LOIN

what-the-french.fr



33 rue de la République
 69002 LYON

AGENDA

JUILLET

8

Webinar Tendances d'innovation sur le secteur du snacking bio

9

Rencontre approvisionnement local de la restauration collective publique - *en visio* (+ d'infos LCA ARA)

SEPTEMBRE

9 & 10

RDV Tech&Bio Élevage - Villers-Pater (Haute-Saône)

10

Rencontre acheteurs avec Vitafrais suivi de l'AG du Cluster Bio

17

Optimiser sa présence sur Facebook - niveau intermédiaire

21 & 22

Salon NATEXPO - Lyon

22 - 23

Salon La terre est notre métier - Retiers (Ille et Vilaine)

Du 15 septembre au 15 novembre

Opération Agneau Bio d'Automne

OCTOBRE

6

Webinar Retour sur les innovation rencontrées sur Natexpo

8

Formation L'hygiène et l'HACCP en brasserie

7 - 9

Sommet de l'Élevage - Cournon-d'Auvergne

13

Salon Restau'Co - Paris

13 - 15

RDV Tech&Bio Cultures Méditerranéennes - Avignon

15

Optimiser sa présence et sa communication sur Instagram

26

Formation Réussir la commercialisation de ses bières bio artisanales

NOVEMBRE

3

Webinar : Comment les relations média et influenceurs apportent une valeur ajoutée au bio ?

5

Webinar : Vision 360° du packaging en cosmétique bio
Assises de l'Agriculture Biologique - Paris

9

Les RDV de la Cuisine Eco-Responsable - Lyon

17

Webinar : Tourisme d'entreprise dans la Drôme : les clés pour réussir l'accueil touristique.

19

Formation : Optimiser sa présence et sa communication sur LinkedIn - Alixan

20

Webinar Analyse du marché bio et découverte des perspectives 2022

ANNULATION ET REPORTS :

Le Space de Rennes est annulé.

Le Salon Bio'n Days est reporté en juin 2021.

Le Congrès Mondial de la Bio est reporté en septembre 2021.

Besoin de + d'infos ?

Cluster Bio ☎ 04 75 55 80 11

La Coopération Agricole ARA ☎ 06 09 28 92 48



Magazine "Les échos du BIO" réalisé par



LA COOPÉRATION AGRICOLE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Réalisé avec le soutien
financier de



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Rédaction de ce numéro : Thibault PÉCLET, Marithé CASTAING, Lauriane LUBERT, Bastien BOISSONNIER, Caroline GIRARD, Farida HADDOU.

Design et conception : Sophie GUIGONNAND. ©2019-2020 Tous droits réservés.

Contacts : Thibault PÉCLET - tpeclet@ara.lacoopagri.coop | Adrien PETIT - apetit@cluster-bio.com | Marithé CASTAING - mcastaing@cluster-bio.com
Lauriane LUBERT - llubert@cluster-bio.com | Bastien BOISSONNIER - bboissonnier@cluster-bio.com | Caroline GIRARD - cgirard@cluster-bio.com