



DOSSIER

LE CLUSTER BIO : UN LARGE CHAMP D' ACTIONS

Né en septembre 2017 de la fusion de Bioconvergence et d'Organics Cluster, le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes rassemble 300 adhérents de tous les profils : grossistes, transformateurs, distributeurs, restaurateurs, institutionnels...



Le Cluster Bio emmène ses adhérents à Natexpo, le salon international des professionnels de la bio en France

« Notre mission est d'accompagner les entreprises dans leur développement économique en apportant des informations, des conseils, des services sur l'approvisionnement, la réglementation, le financement, l'innovation, la commercialisation, le marketing, l'export », explique Adrien Petit, directeur du Cluster Bio. Des journées à thème, des formations, des speed meetings, des conférences sont ainsi organisés tout au long de l'année par l'équipe de huit personnes.

A l'occasion de l'assemblée générale qui a eu lieu le 18 juin, une conférence s'est intéressée au défi des emballages pour le secteur bio. « C'est un vrai talon d'Achille. Nous avons donc souhaité faire le point sur la recyclabilité des emballages, les bioplastiques, la perception des consommateurs, mais aussi proposer des solutions », affirme Adrien Petit qui annonce la présence du

pôle écoconception et du pôle de compétitivité Plastipolis. Le grand événement de la filière se déroulera les 25 et 26 mars 2020 avec la 6^e édition des B.I.O.N'Days à Valence. Quelque 500 participants sont attendus pour échanger sur les enjeux du marché bio. « Des informations sur les marchés, des témoignages d'entreprises, des ateliers sur la RSE ou le digital, des rendez-vous BtoB... sont au programme », fait savoir le directeur du Cluster Bio.

L'association apporte également des services très ciblés. Pour les entreprises agro-alimentaires qui veulent prendre le virage du bio, une journée « Débuter en bio » donne les informations clés sur la réglementation et la mise sur le marché. Pour les marques qui ont besoin de se faire connaître, Cluster Bio peut monter une soirée influenceurs pour faire la promotion de différents produits ou proposer des animations en

magasin. « Le marketing est arrivé récemment dans le bio car l'offre s'est étoffée. Dans un marché plus mature et avec des consommateurs avertis, il faut savoir quels arguments mettre en avant », constate Adrien Petit. Face aux tensions sur l'approvisionnement, les rencontres en one-to-one entre des agriculteurs et des transformateurs ou distributeurs permettent de contractualiser et de sécuriser le sourcing. De nouvelles actions sont en préparation, notamment sur le volet du financement. « D'ici la fin d'année, nous voulons créer un club deal crowdfunding-financement afin de soutenir les projets d'investissement de producteurs ou d'aider des start-ups à passer un cap. Le secteur du bio est porteur, mais les développements peuvent être longs », confie le directeur du Cluster Bio.

■ Dossier réalisé par
Séverine Renard

Panorama du Cluster Bio

Qui sont les membres du Cluster Bio ?

- 73 % d'entreprises bio
- 14 % de distributeurs
- 11 % centres de compétences
- 2 % d'organisations professionnelles

Sur quels types de production se positionnent-ils ?

- 56 % dans l'alimentation
- 21 % dans la cosmétique
- 12 % dans le textile
- 11 % dans les produits d'entretien

D'où proviennent les adhérents ?

- 76 membres dans le Rhône
- 64 membres dans la Drôme
- 32 membres en Isère