



UNE JOURNÉE  
POUR BOOSTER  
**SON PROJET BIO**

1<sup>er</sup> juin 2021, en ligne et à Valence



**La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes



**MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
ET DE L'ALIMENTATION**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# MOT D'ACCUEIL DU FAB-T

---



# SOMMAIRE

---

- **Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes** : qui sommes-nous ?
- Programme de la journée
- Présentation de Valence Romans Agglo

## Les essentiels d'un projet bio

1. La réglementation bio & la certification
2. Le marché bio & les tendances de consommation
  1. Les tendances de consommation
  2. Le marché des produits biologiques
  3. Commercialiser ses produits bio
  4. Innovation et tendances bio
3. L'approvisionnement & les filières bio
4. Les financements du secteur bio

# RESPECTONS LES GESTES BARRIÈRES

INFORMATION CORONAVIRUS

COVID-19

## PROTÉGEONS-NOUS LES UNS LES AUTRES



Se laver régulièrement les mains ou utiliser une solution hydro-alcoolique



Se moucher dans un mouchoir à usage unique



Eviter de se toucher le visage



Respecter une distance d'au moins un mètre avec les autres



Saluer sans serrer la main et arrêter les embrassades



En complément de ces gestes, porter un masque

# CLUSTER BIO AUVERGNE-RHÔNE-ALPES : QUI SOMMES-NOUS ?

## L'ÉPICENTRE DES ACTEURS DU BIO EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

- Auvergne-Rhône-Alpes : **1<sup>ère</sup> région française pour l'agriculture biologique** par la richesse et la diversité de ses terroirs, par le nombre de ses exploitations et la qualité de ses entreprises de production ou de transformation : alimentaires, cosmétiques, produits d'entretien et de bien-être, textiles...



**La mission de Cluster Bio (association loi 1901) est triple :**

- ✓ favoriser l'émergence d'initiatives ou d'innovations,
- ✓ apporter des ressources et une assistance permanente aux entreprises adhérentes,
- ✓ rassembler, pour promouvoir le bio d'Auvergne-Rhône-Alpes en France et à l'international.

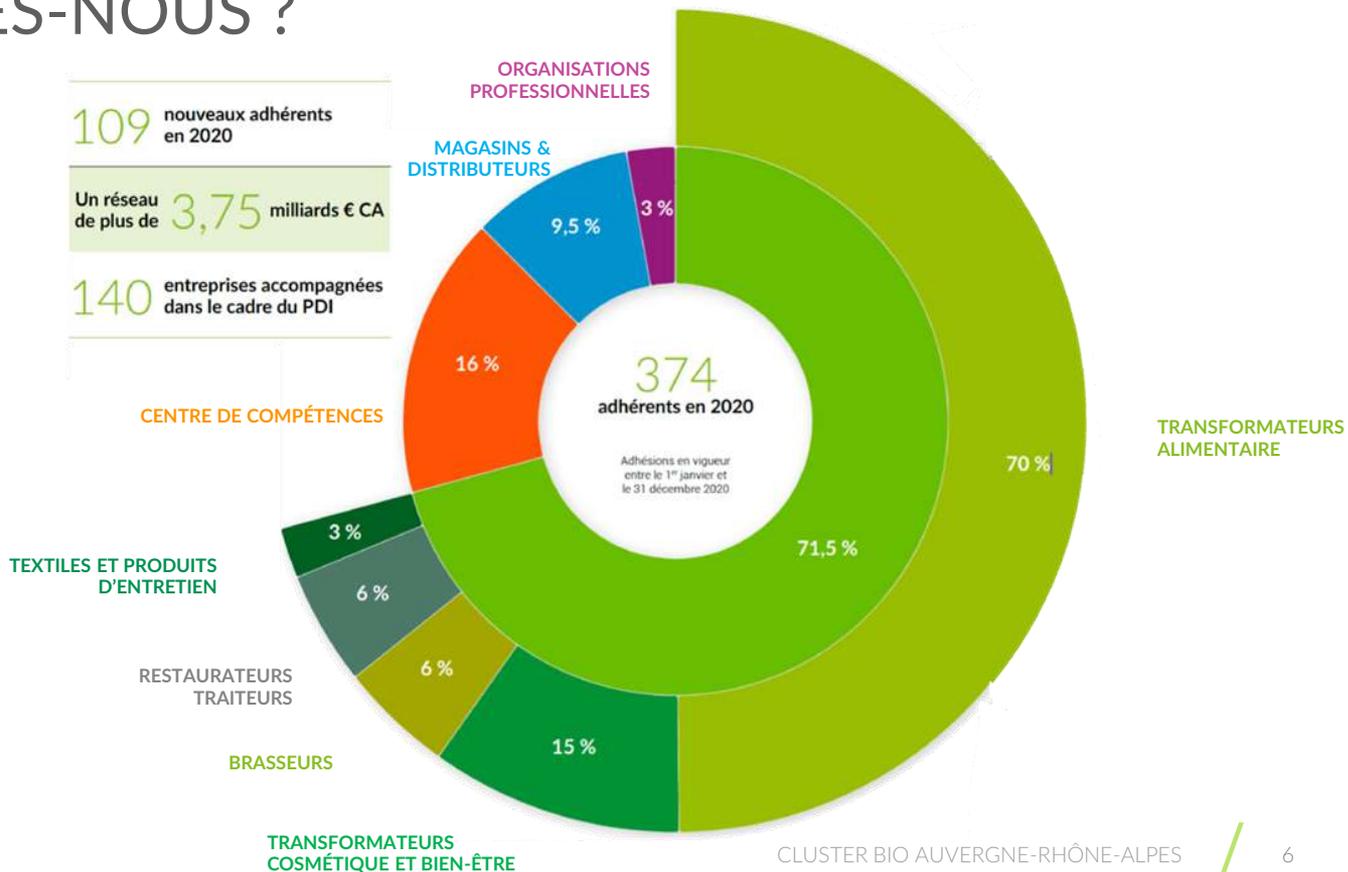
# CLUSTER BIO AUVERGNE-RHÔNE-ALPES : QUI SOMMES-NOUS ?

## STRUCTURATION DU RÉSEAU

109 nouveaux adhérents  
en 2020

Un réseau  
de plus de 3,75 milliards € CA

140 entreprises accompagnées  
dans le cadre du PDI



# LE BUREAU

---



# L'ÉQUIPE DU CLUSTER BIO



# UN ACCOMPAGNEMENT GLOBAL



## SE LANCER

Nous vous accompagnons dans vos premiers pas en bio



## S'APPROVISIONNER

Maîtriser ses approvisionnements en bio et sécuriser ses relations fournisseurs



## SE FORMER

Levier majeur de compétitivité, nous vous proposons de la formation



## COMMERCIALISER

Distribution spécialisée bio, référencement, accompagnement commercial ...



## SE FINANCER

À votre disposition pour vous aider à financer vos projets bio



## INNOVER

Pour créer de nouveaux produits, services, avec de nouvelles matières premières...



## INTERNATIONAL

Nous vous accompagnons à l'export pour rencontrer des partenaires commerciaux



## ANIMER SA MARQUE

**La Communauté Bio**  
Communication auprès des consommateurs bio avec un ancrage régional

# AGENDA



Du 03 au 07 juin 2021

**Visio Petit-Déjeuner Speed-Meeting PICARD**

Session accessible en Visio-conférenc...



Du 09 au 11 juin 2021

**B.I.O.N'Days**

100% digital



Le 22 juin 2021

**Petit-Déjeuner E. Leclerc**

75012 Paris

CO-ORGANISERS



**Organic World Congress 2021**

FRANCE

Du 06 au 10 septembre 2021

**Congrès Mondial de la Bio 2021**

Le Congrès Mondial de la Bio (#OWC...



Du 21 au 23 septembre 2021

**TECH&BIO 2021 : nouvel espace des transformateurs**

Bourg-lès-Valence (26)



Du 05 au 07 octobre 2021

**VITAFOODS: The global nutraceutical event**

Genève



Du 24 au 26 octobre 2021

**Natexpo : salon international des produits biologiques**



19 octobre 2021

**Journée filière brassicole bio régionale**

CLUSTER BIO AUVE

III  
3ÈME ÉDITION  
**RENDEZ-VOUS DE LA CUISINE ÉCORESPONSABLE**

LUNDI 8 NOVEMBRE



Le 08 novembre 2021

**Rendez-vous de la cuisine écoresponsable**

3<sup>ème</sup> édition



100% digital

## 6<sup>e</sup> convention d'affaires internationale pour les produits biologiques

du 9 au 11 juin 2021, en ligne

Conférences & Ateliers

Rendez-vous d'affaires

+ 11 JUIN : BONUS DAY



## Comment concilier la croissance et la confiance dans le bio ?



**Didier Perréol**  
Président du Synabio et Vice-président Léa Biodiversité



**Laure Verdeau**  
Directrice de l'Agence BIO



**Laurent Huynh**  
Directeur Général de Bjorg et Compagnie



**Benoît Soury**  
Directeur Marché Bio Groupe Carrefour



**Marjorie François**  
Vice-Présidente de Biomonde



**Caroline Roux**  
Food & Drink Analyst chez MINTEL Global New Products Database (GNPD), spécialiste mondial de l'étude de marché

ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR



AVEC LE SOUTIEN DE





PROGRAMME  
DE LA JOURNÉE

# PROGRAMME DE LA JOURNÉE

## MATIN

### 9h30 - 12h30 - LES ESSENTIELS D'UN PROJET BIO

La réglementation bio & la certification

Le marché bio & les tendances de  
consommation

L'approvisionnement & les filières bio

Les financements du secteur bio



### 12h30 - PAUSE DÉJEUNER

## APRÈS-MIDI

### 13h30 - TÉMOIGNAGE DE MATHIEU AUDOUX DE LA BOCALERIE



### 14h - 17h00 - SPEED MEETING RENCONTRES BTOB



# TOUR DE TABLE

---

## QUI ÊTES-VOUS ?

Présentez-vous en 60 secondes !

NOM - PRÉNOM

NOM DE LA SOCIÉTÉ

PRÉSENTATION DU PROJET



valence  
romans  
**AGGL** 

PRÉSENTATION  
VALENCE ROMANS  
AGGLO

# Projet Agricole et Alimentaire Durable de Territoire - **Afterres 2050**



valence  
Romans  
**AGGL**

# | Démarche et Engagement de l'Agglo

## Territoire :

- Espace urbain, espace périurbain, espace rural
- Dynamique et potentiel



## Agglo

Acteur incontournable de l'aménagement et du développement territorial



Volonté de se doter d'une politique et de moyens pour répondre aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux du développement rural sur le territoire



Une démarche partagée et co-construite



Stratégie de Développement Agricole et Forestier (DAF) pour la période 2016-2020 = **CHARTRE** multipartenariale = 20taine signataires



# Les défis agricoles et alimentaires territoriaux



## Préservation & développement de l'activité agricole

- Aménagement de l'espace / Planification
- Installation-transmission
- Emploi
- Développement économique : filières, diversification, concurrence, débouchés...



## Préservation des ressources et adaptation

- Évolution des pratiques / ressources en eau,
- Évolution des pratiques / climat



## Production-consumption durable

- Orientation vers les circuits courts : adaptation des production, nouveaux débouchés
- Évolution des pratiques d'achats

# 1.

Comment nourrir  
une population plus nombreuse  
en 2050 en France ?

**Notre défi d'ici 2050**

# Défi Afterres d'ici 2050

Prendre en compte un monde en mouvement



## Humain

Augmentation  
de la population

Évolution des  
comportements  
alimentaires /  
attente des  
consommateur

s

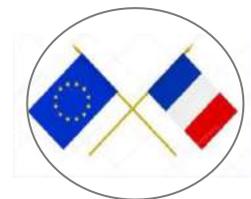


## Ressources

Raréfaction de la  
ressource animale  
(pêche)

Raréfaction des  
ressources  
naturelles (eau,  
biodiversité)

Dérèglement  
climatique



## Règlementation

Réduction par 4 émissions gaz à  
effet de serre (2 pour l'agri.) > 2050

Réduction 50% produits  
phytosanitaires > 2025

Arrêt érosion biodiversité >2020

15% de bio > 2022

Bon état écologie de l'eau >  
2021/2027

# Défi Afterres d'ici 2050

*Imaginer un scénario collectif et durable pour permettre à l'agriculture du territoire de répondre aux défis alimentaires, environnementaux et climatiques jusqu'en 2050.*

- **Fournir du carbone renouvelable** pour l'énergie, la chimie et les biomatériaux.
- **Relocaliser les productions** et le système alimentaire.
- **Relever des défis environnementaux et de transition écologique**

# Défi Afterres d'ici 2050

## Préparer les évolutions dans nos assiettes

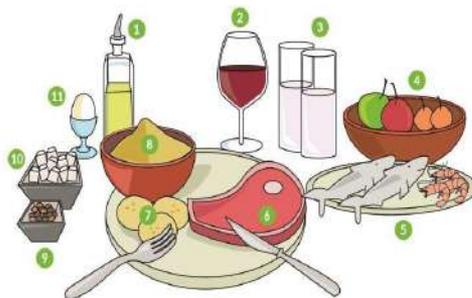
Assiette **2010**

2 100 g  
ingérés

Surconsommation



Gaspiillage



- 1 Huile 61
- 2 Alcool 207
- 3 Lait 635
- 4 Fruits/légumes 527
- 5 Poisson/crustacés 85
- 6 Viandes/abats 270
- 7 Pommes de terre 175
- 8 Céréales 318
- 9 Légumineuses/  
Fruits à coque 12
- 10 Sucre 91
- 11 Oeufs 34
- 12 Autres 29

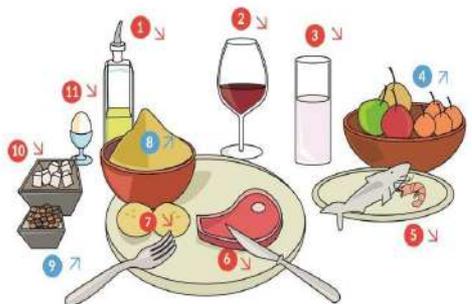
Assiette **2050**

1 785 g  
ingérés

Surconsommation



Gaspiillage



- 1 Huile 58 ↓
- 2 Alcool 152 ↓
- 3 Lait 332 ↓
- 4 Fruits/légumes 645 ↑
- 5 Poisson/crustacés 21 ↓
- 6 Viandes/abats 138 ↓
- 7 Pommes de terre 147 ↓
- 8 Céréales 388 ↑
- 9 Légumineuses/  
Fruits à coque 51 ↑
- 10 Sucre 75 ↓
- 11 Oeufs 24 ↓
- 12 Autres 20 ↓

# | Se donner les moyens de réussir

## Par une agriculture à alimentation positive

Rééquilibrage de **notre régime alimentaire** et évolution des filières agricoles.

Maintien de la **capacité d'exportation** de nos produits agricoles, et **réduction massive des importations** de protéines

**Réduction des gaspillages.**

Consolidation du lien **production et consommation locale** et de qualité.

Culture du **consommateur acteur** du développement agricole du territoire et de la santé des écosystèmes.



# Se donner les moyens de réussir

## Par une agriculture à valeur écologique positive

Une dynamique proactive  
en faveur de l'installation

La réduction du rythme **d'artificialisation  
des sols**, et la protection des terres  
« fertiles »

Une agriculture **plus diversifiée**, à faible  
**niveau d'intrants** avec le maintien des  
filières d'excellence

Une agriculture **porteuse de services  
nouveaux**

Le développement et la diffusion  
des **savoirs « agroécologiques »**



# Se donner les moyens de réussir

## Par l'innovation

Soutien aux projets innovants, respectueux de l'environnement

## Par la mobilisation de tous

Une formidable diversité d'acteurs **publics et privés** pour porter ce projet ambitieux de territoire, **de l'amont à l'aval de la filière alimentaire**

**Par la dynamique Territoire d'Innovation et de Grande Ambition !**

> Start-up de Territoire



# Le Scénario du Territoire

Afterres2050

Une approche stratégique globale

## Filières

### Céréales

Diversification / AB  
/ alimentation  
humaine

### Volaille label /

maintien et label

### Légumes frais

+ de production

### Légumes secs

Fort potentiel  
de  
développement  
/ diversification

### Fruits

maintien de la  
qualité

### Aval

## Leviers

### Artificialisation

sols 50 %  
artificialisation  
Valeur terres

### Accélération de la transition

écologique 50% AB  
et 50% prod.  
intégrée  
Mobilisation de  
la biomasse

### Agriculture rémunératrice

Relocalisation / CC  
Consommateurs  
Acheteurs : IAA,  
RHE, fovers, GMS

## Gains

### Environnementaux

↳ 60% GES  
↳ 70% conso phyto  
↳ 70% émission  
ammoniac

### Economiques

Consolidation et  
diversification  
débouchés Valeur  
ajoutée territoriale

### Sociaux- sociétaux

Satisfaction des besoins  
/ Santé  
Valorisation lien  
ville- campagne

# 2.

Un projet alimentaire et agricole  
pour le territoire

> PAA DT

**Notre réponse locale**

# L'esprit du PAADT

« Le Projet Agricole et Alimentaire Durable du Territoire est une déclinaison collective au plan local d'Afterres 2050.

Un projet qui favorise le développement de l'activité agricole, qui préserve les ressources et favorise la production et la consommation locale »

# | Le contexte local

- **Un territoire** doté d'espaces urbain, périurbain et rural, dynamique et à fort potentiel.
- **L'Agglo** un acteur incontournable de l'aménagement et du développement territorial.
- **Volonté de se doter d'une politique et de moyens** pour répondre aux enjeu économiques, sociaux et environnementaux du développement rural local. Une démarche co-construite par une vingtaine de partenaires (Stratégie de développement agricole et forestier et charte multi-partenariale 2016 - 2020).

# Notre ambition

## **S'affirmer comme un territoire innovant et fédérateur**

Agriculture et alimentation sont l'axe prioritaire de développement local, durable, viable et d'attractivité

## **Etre l'accélérateur de la transition agricole et alimentaire**

Agriculture et alimentation se construisent, se réinventent en lien avec l'économie circulaire et innovante, la préservation des ressources...

## **Etre exemplaire**

Des changements de pratiques alimentaires dans les événements internes / externes de la collectivité

# Les 4 axes du PAADT



Faciliter le  
renouvellement  
des générations  
agricoles



Renforcer le  
lien offre –  
demande au  
sein des filières  
locales



Généraliser la  
consommation  
durable pour  
TOUS



Promouvoir  
et valoriser les  
initiatives

# Axe 1



Faciliter le  
renouvellemen  
t des  
générations  
agricoles

**La promotion/consolidation des  
métiers et emplois agricoles et  
alimentaires**

**La création d'activité agricole  
et accès aux outils de production**

**L'accompagnement à la  
transition agro-écologique**



# Axe 2



Renforcer le  
lien offre -  
demande au  
sein des filières  
locales

**Industrie agroalimentaire**

**Restauration  
commerciale**

**Restauration collective**

et l'approvisionnement local de qualité

**Consolidation-valorisation des circuits de  
distribution de proximité et porteurs  
projets**



# Axe 3



Généraliser la  
consommation  
durable pour  
**TOUS**

**Accès à tous à une alimentation durable.**  
Lutter contre la précarité alimentaire  
(familles, jeunes, étudiants...)

**Accompagnement des acteurs  
professionnels** de l'action sociale,  
santé, éducation, animation

**Emergence d'évènementiels** «  
**Afterres compatibles** »

**Réduction valorisation des déchets  
alimentaires** (Agglo, communes et acteurs privés)



# Axe 4



Promouvoir  
et valoriser les  
initiatives

**Outils de promotion / valorisation**  
(guide, web, kit professionnels...)

**Animation** du territoire sur les richesses  
rurales et alimentaires

« **Terres Animées** », semaine événementielle  
**Campagne pédagogique** pour les scolaires



ET AUSSI ...

## SOUTIEN ET ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS

### Mobilisation Expertise Agglo et partenaires



*Exemples :*  
PVC Romans,  
Bourg-lès-V,  
Bourg-de-  
Péage  
Agricourt  
Communes :  
marchés, étude  
halle, installation  
Etude  
transformation

### Appui Dynamique Start-up territoire



*Exemples :*  
Cocagne-  
Teppes Adapei  
Potagers de  
OUF Rovalterre  
Ceinture Verte  
Conserverie V2  
Ferme Intégrale  
Jardin'envie  
Archipel Plantes  
gourmandes

### Co-financement leader



*Exemples :*  
Label  
rouge  
chevreaux  
Conserverie  
mobile et  
solidaire Fabrique  
Paysanne

### 1. Consolider le renouvellement des générations agricoles



La promotion/consolidation des métiers et emplois agricoles et alimentaires

Info, sensibilisation, accompagnement



Création d'activité agricole et accès aux outils de production

Accompagnement, animation et réseau



Accompagnement à la transition agro-écologique

Info, accompagnement, animation ...

### 2. Rapprocher offre et demande au sein des filières locales



IAA

& approvisionnement local de qualité



Restauration commerciale & approvisionnement local de qualité

Info, animation & réseau, accompagnement



Restauration collective & approvisionnement local de qualité

Info, animation & réseau, accompagnement



Consolidation-valorisation des circuits distribution de proximité et porteurs projets

## PROJET AGRICOLE ET ALIMENTAIRE DURABLE DU TERRITOIRE pour produire et nourrir durablement demain – Afterres 2050

valence  
romans  
AGGL

### 3. Généraliser la consommation durable POUR TOUS



Accès à tous à une alimentation durable (précarité alimentaire)

Familles, jeunes & étudiants...



Accompagnement des acteurs Pro de l'action sociale, santé, éducation, animation



Emergence d'événementiels « afterres-compatibles »

Agglo, communes et acteurs privés



Réduction et valorisation des déchets alimentaires

### \* Promotion & Valorisation



Outils de promotion-valorisation

Guide web, kit professionnels...



Animation du territoire sur richesses rurales et alimentaires

Terres Animées, itinéraires, soutien...



Campagne pédagogique auprès des scolaires

# Nous contacter

**DIRECTION ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT LOCAL**

Unité Dynamiques Rurales - Environnement

Tel : 04 75 70 68 94

[environnement.developpement.local@valenceromansagglo.fr](mailto:environnement.developpement.local@valenceromansagglo.fr)

**Béatrice RIVOIRE**

Chef de projet  
PAADT

[beatrice.rivoire@valenceromansagglo.fr](mailto:beatrice.rivoire@valenceromansagglo.fr)

**Elsa BOULEAU**

Chargée de  
mission PAADT

[elsa.bouleau@valenceromansagglo.fr](mailto:elsa.bouleau@valenceromansagglo.fr)

**Anne HUGUES**

Chef de projet  
foncier-IT

[anne.hugues@valenceromansagglo.fr](mailto:anne.hugues@valenceromansagglo.fr)

**Gaëlle WATEL, Responsable de l'Unité DREE**

[gaelle.watel@valenceromansagglo.fr](mailto:gaelle.watel@valenceromansagglo.fr)



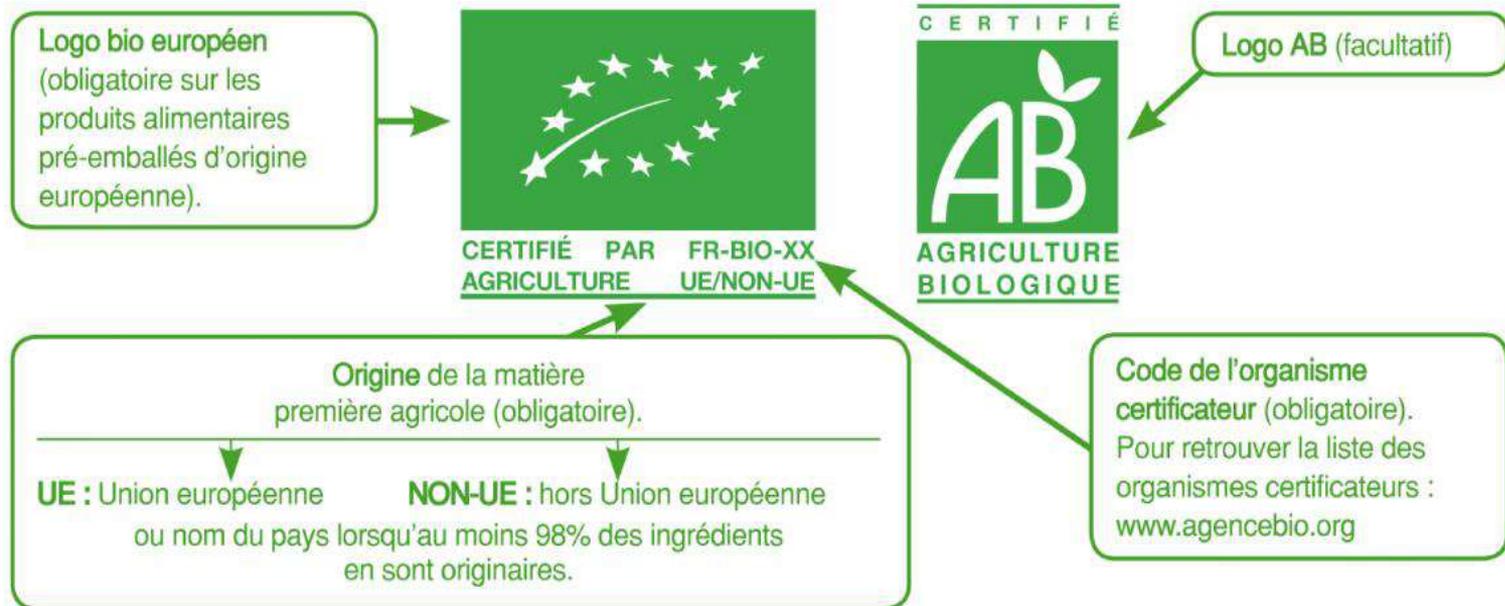
**LES ESSENTIELS  
D'UN PROJET BIO**



## 1. La réglementation bio & la certification

# LA RÉGLEMENTATION PUBLIQUE

Labels, logos, comment s'y retrouver ?



# LES LABELS PRIVÉS

Labels, logos, comment s'y retrouver ?



## CERTIFICATION BIO + TECHNIQUES BIODYNAMIQUES

- Préparations à base de plantes médicinales et rythmes naturels.
- Transformation : ingrédients Démeter + règles spécifiques additifs
- Contrôle par Organisme Certificateur agréé par Déméter

## PAS DE CERTIFICATION BIO, MARQUE PRIVÉE

- Evaluation par des pairs. Cahiers des charges complets, reconnus par enseignes Bio comme « au moins aussi exigeants que Bio »

## CERTIFICATION BIO + EXIGENCES SUPPLÉMENTAIRES

- Créé en 2009 pour faire perdurer des règles françaises / européennes

## CERTIFICATION BIO + EXIGENCES SUPPLÉMENTAIRES

- Créé en 2020 par la FNAB pour renforcer le cahier des charge AB

# LES LABELS DE COMMERCE ÉQUITABLE

Labels, logos, comment s'y retrouver ?



## Commerce équitable international

Organisations producteurs : conditions de travail, rémunérations.

Premiers acheteurs : prix juste, prime de développement, préfinancement.

Metteurs sur le marché : droit de marque.



## Commerce équitable France et international + bio

Partenariat : contrats pluriannuels d'achat (prix, rémunérateurs quantités), projet de développement, politique RSE



BioPartenaire : réservé enseignes Bio



# LES LABELS PRIVÉS HORS ALIMENTAIRE

Labels, logos, comment s'y retrouver ?



## COSMÉTIQUES

Cosmos Organic : label privé européen avec charte précise  
Nature & Progrès : interdiction des dérivés d'huile de palme  
Attention aux confusions avec la norme ISO 16128



## PRODUITS D'ENTRETIEN

Label public européen sur l'impact environnemental



Cahier des charges privé,  
propriété du certificateur

# AUTRES LOGOS

Labels, logos, comment s'y retrouver ?



## Végétarien / Vegan

Initiatives d'associations de consommateurs / démarches privées



## Sans gluten

Attention Mention « sans gluten » :  
contrôle d'un seuil maximum de présence de gluten  
Label association AFDIAG, Audit nécessaire



## Nutritionnel

Facultatif pour le moment



# LA BIO, UN SECTEUR RÉGLEMENTÉ

## Principes

- Un mode de production agricole sans produits chimiques de synthèse, sans OGM
- Mode d'élevage en respect du bien-être animal et privilégiant les médecines douces
- Une transformation qui préserve la naturalité des matières premières
- Une traçabilité sur l'ensemble de la filière

## Des principes traduits dans une réglementation publique

Du mouvement de la société civile des années 50 à la reconnaissance publique

- 1985 : Agriculture Biologique AB en France
- **2009 : Réglementation européenne uniformisée**
- **2022** : Règlement (CE) n° 2018/848 - Nouveau règlement bio. Entrée en vigueur le 01/01/2022

# CADRE RÉGLEMENTAIRE

	Références	Description
	RCE 834/2007 : cadre	Règles générales
	RCE 889/2008 (articles et annexes) : application	Règles détaillées pour la production, la transformation et les contrôles
	RCE 1235/2008 : Application pour importations	Règles détaillées d'importation et liste des pays et OC équivalents
	Liste des organismes certificateurs Européens	OC dans les Etats Membres
	Liste OC annexe III-Pays équivalents et Annexe IV OC Equivalents RCE 1235/08	Listes des OC dans les Pays équivalents et liste des OC équivalents
	CC FR BIO	Autruches, lapins, escargots
	Cahier des charges aliments pour animaux de compagnie	Petfood
	Cahier des charges Restauration commerciale	Restaurants
	Règles d'usage de la marque AB + note d'info	
	Guide de lecture	Explication des règlements européens
	Guide intrants	Liste des produits phytosanitaire autorisés en France
	Plan de contrôle de Bureau Veritas Certification	Validé par l'INAO
Bureau Veritas Certification Organic Standard	Standard applicable in third countries	

Parution du règlement (UE) 2018/848, nouveau règlement européen relatif à la production biologique

NOUVEAUTE 2022

REVI en 2020

# RÉGLEMENTATION DES PRODUITS TRANSFORMÉS

## Principes

- **Au moins 95 %** d'ingrédients d'origine agricole biologiques
- Pas d'OGM ou d'ingrédients issus d'OGM
- Un ingrédient ne doit pas être présent à la fois en Bio et en conventionnel
- Ionisation interdite

## Ingrédients non agricoles

Additifs Annexe VIIIA

sauf \*

Microorganismes et enzymes

Arômes naturels ou Bio

Minéraux... uniquement si exigés par la Loi

**Eau**

potabilité

**Sel**

attention additifs



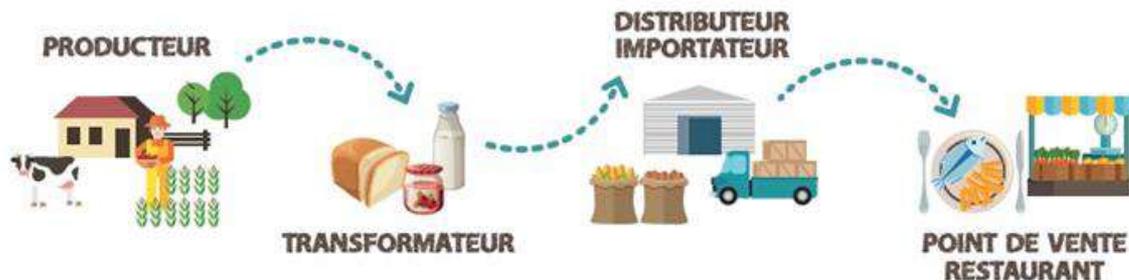
## Ingrédients agricoles non Bio

- maxi 5 %
- Annexe IX ou dérogations ou additifs ou levures

## Ingrédients agricoles Bio

# TRAÇABILITÉ ET CONTRÔLES

TOUS LES OPÉRATEURS SONT CONTRÔLÉS



Exemptions possibles :

- détaillants (sans vrac)
- façonniers avec moins 3 donneurs d'ordre

Contrôles réalisés par des **organismes certificateurs (OC)** agréés par l'INAO

Transformateurs :

2 contrôles / an (1 sur RDV, 1 inopiné), coût à la charge de l'opérateur



# TRAÇABILITÉ ET CONTRÔLES

## SUR QUOI PORTENT LES CONTRÔLES ?

- Traçabilité, **identification des produits claire** (certificats fournisseurs)
- **Séparation dans l'espace** en cas d'atelier mixte Bio/non Bio (matières premières et produits finis) et/ou dans le temps pour la transformation, **processus de nettoyage** (avant le Bio)
- Comptabilité matière
- Recettes, validité des étiquettes

Document justificatif **CERTIFICAT**

# LA CERTIFICATION BIO : LES ÉTAPES EN PRATIQUE

## JE PRÉPARE MA PRODUCTION

J'établis mes recettes en accord avec réglementation, je trouve mes fournisseurs, je mets en place l'organisation dans mon atelier, je prépare mes étiquettes  
Je réalise des achats de matières premières Bio et réalise des essais

## JE ME NOTIFIE

Je me notifie auprès de l'Agence Bio [www.agence.bio](http://www.agence.bio)

## JE ME CERTIFIE

Je contacte les OC  
(actifs en Région : Ecocert, Alpes Contrôle, Bureau Veritas, Certipaq, AFNOR)  
Je fais mon choix selon les devis et les contacts  
A l'issu du 1er audit, j'ai mon Certificat Bio

## JE PEUX COMMERCIALISER MES PRODUITS

# RÉGLEMENTATION BIO : NOUVEAUTÉS 2022

## AUJOURD'HUI

Les produits agricoles sont certifiables

Cela inclut :

- Les produits agricoles vivants ou non transformés
- Les produits agricoles transformés destinés à l'alimentation humaine
- Les aliments pour animaux
- Le matériel de reproduction végétative et les semences utilisés aux fins de culture
- Les levures

## A PARTIR DU 1 JANVIER 2022

Nouveaux produits couverts :

- sel marin et autres sels destinés à l'alimentation humaine et aux aliments pour animaux,
- gommes et résines naturelles,
- cire d'abeille,
- huiles essentielles non alimentaire,
- coton, non cardé ni peigné,
- laines, non cardées ni peignées,
- peaux brutes et peaux non traitées,

# RÉGLEMENTATION BIO : NOUVEAUTÉS 2022

## A PARTIR DU 1 JANVIER 2022

Les actuelles Annexes VIII seront retranscrites et mises à jour via des actes d'exécution.

Quelques nouveautés se profilent pour les autres substances :

- Les **arômes** vont voir leurs règles d'utilisation évoluer
- Les **enzymes** utilisées comme additifs devront figurer sur la liste des additifs autorisés ;
- Le **sel** (qui sera donc certifiable en bio) reste autorisé en non bio
- Les **vitamines et minéraux** : l'enrichissement reste interdit mais le cas du baby food sera plus explicitement cité comme exception afin de satisfaire au règlement spécifique.

# RÉGLEMENTATION BIO : NOUVEAUTÉS 2022

## ÉTIQUETAGE : L'ORIGINE « PAYS » ÉTENDUE À L'ORIGINE RÉGIONALE

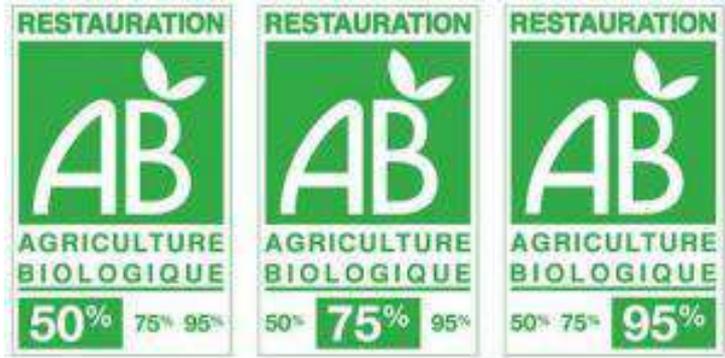
**La possibilité de compléter l'origine UE/non UE avec le nom du pays** lorsque **98%** des ingrédients proviennent d'un même pays se veut plus flexible dans le nouveau règlement :

Cette règle vaudra également pour **la mention de la région**, sans que cette notion de région soit précisément définie par le texte ;

La tolérance pour les ingrédients ne provenant pas de cette origine sera portée à **5%**.



# LA CERTIFICATION BIO EN RESTAURATION COMMERCIALE



Certification sur la **base du pourcentage de bio dans mon approvisionnement** (en valeur d'achat mensuel )



Certification des **plats ou menus bio**

# RÉGLEMENTATION BIO : LA COSMÉTIQUE



Avant de répondre aux cahiers des charges privés bio, conformité au Règlement cosmétique n°1223/2009 :

**« Toute substance ou préparation destinée à être mise en contact avec les diverses parties superficielles du corps humain (épiderme, systèmes pileux et capillaires, ongles, lèvres et organes génitaux externes) ou avec les dents et les muqueuses buccales en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect et/ou de corriger les odeurs corporelles et/ou de les protéger ou de les maintenir en bon état. »**

*Article 1 de la directive 76/768/CE*

# COSMOS : UNE HARMONISATION EUROPÉENNE

Obligatoire depuis le 1 janvier 2017

5 membres fondateurs



# COSMOS ORGANIC : QUELLES GARANTIES ?

- Au moins **95% d'ingrédients naturels** sur tout le produit
- Au moins **95% d'ingrédients bio** parmi ceux qui peuvent être bio, c'est-à-dire les matières d'origine agricole
- Au moins **20% d'ingrédients bio sur tout le produit\*** sur les produits non rincés
- Au moins **10% d'ingrédients bio** sur les produits rincés



**A noter : Différence forte avec Nature & Progrès : Cosmos Organic autorise l'huile de palme et ses dérivés**

*\*En prenant en compte l'eau et les minéraux qui, pour rappel, ne sont pas bio, et représentent généralement 60 à 80% du produit*

# LA COSMÉTIQUE CERTIFIÉE BIO

## COSMÉTIQUE CLASSIQUE

(ingrédients les plus souvent utilisés)

**EAU**

**CORPS GRAS**  
Huiles issues du pétrole (vaseline, paraffine), silicones, huiles végétales oxydées.  
Substances inertes, peu chères, polluantes, qui laissent un film occlusif sur la peau et l'empêchent de respirer.

**ÉMULSIFIANTS TENSIO-ACTIFS**  
Issus de la pétrochimie, ils peuvent être agressifs pour la peau et polluants.

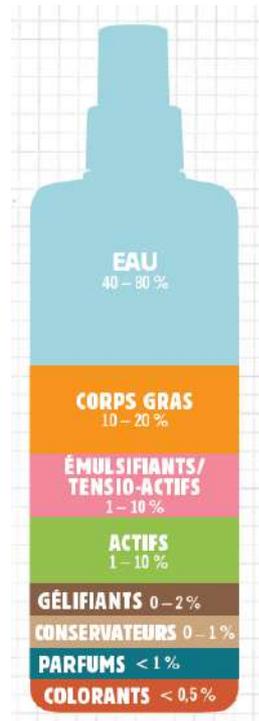
**ACTIFS**  
Filtres UV chimiques, humectants synthétiques. Substances isolées d'origine synthétique, parfois agressives pour la peau.

**GÉLIIFIANTS**  
Polymères d'origine synthétique.

**CONSERVATEURS**  
Formaldéhyde, phénoxyéthanol, formaldéhyde, dérivés chlorés potentiellament irritants et allergènes.

**PARFUMS**  
Origine synthétique.

**COLORANTS**  
Origine synthétique.  
Aux conséquences sur la santé difficilement mesurables.



## COSMÉTIQUE CERTIFIÉE BIO

**EAU**  
ou eaux florales\*

**CORPS GRAS\***  
Huiles et cires végétales (mandarine douce, jojoba, argan...), beurres végétaux (karité, coco...), matières premières végétales aux vertus actives pour l'épiderme.

**ÉMULSIFIANTS TENSIO-ACTIFS**  
Doux et d'origine végétale (extraits d'avoine, cacao, laitine, biobetaine...).

**ACTIFS**  
Extraits végétaux, huiles essentielles, glycérine végétale.  
Des principes actifs naturels qui agissent en synergie.

**DES PLANTES**  
Origine végétale (gommone naturelle, agave).

**CONSERVATEURS**  
Un nombre limité d'ingrédients a été autorisé pour les cosmétiques certifiés bio, certification Ecocert.

**PARFUMS**  
Origine 100 % naturelle (exemple : huiles essentielles).

**DES COULEURS**  
Pigments végétaux ou minéraux.

# ÉTIQUETAGE CLAIR ET TRANSPARENT DES PRODUITS COSMOS

- ✓ La présence des **mentions de certification** (ex : certifié bio par Ecocert, Bureau Veritas ou Cosmécert selon le référentiel COSMOS Organic)
- ✓ La présence des **pourcentages d'origine biologique**
- ✓ L'indication dans **la liste INCI** avec mention des ingrédients issus de l'Agriculture Biologique



# LE CAHIER DES CHARGES COSMOS PRÉVOIT :

- ✓ Un programme de **gestion des emballages**
- ✓ La mise en place d'un **plan de gestion des déchets** pour réduire réutiliser et recycler ses déchets
- ✓ Une **liste de produits de nettoyage** et de désinfection autorisés



# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

## ✓ AIDE À LA CERTIFICATION BIO

Aide au montage des dossiers de demande de certification bio auprès de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

Frais de dossier : 90 € HT

Si adhésion au Cluster Bio : gratuit

## ✓ ORGANISMES CERTIFICATEURS MEMBRES DU RÉSEAU

ALPES  
CONTRÔLES  
Certification

COSME  
CERT

ECOCERT

BUREAU  
VERITAS

Certipaq Bio

afnor  
CERTIFICATION



## ✓ INFOS & VISIO SUR LA RÉGLEMENTATION BIO

Webinars sur les évolutions réglementaires.

Gratuit pour les adhérents



VOTRE INTERLOCUTRICE

MARITHÉ CASTAING

Chargée de développement  
des entreprises

[mcastaing@cluster-bio.com](mailto:mcastaing@cluster-bio.com)





## 2. Les tendances de consommation & le marché bio



## 2.1 Les tendances de consommation

# 9 FRANÇAIS SUR 10 CONSOMMENT DES PRODUITS BIO

Répartition des Français selon leur fréquence de consommation de produits biologiques en 2020\*

Plus d'un Français sur dix consomme des produits bio au quotidien.



**73%**

en ont consommé au moins une fois par mois

dont

**13%**  
tous les jours



**17%** moins d'une fois par mois

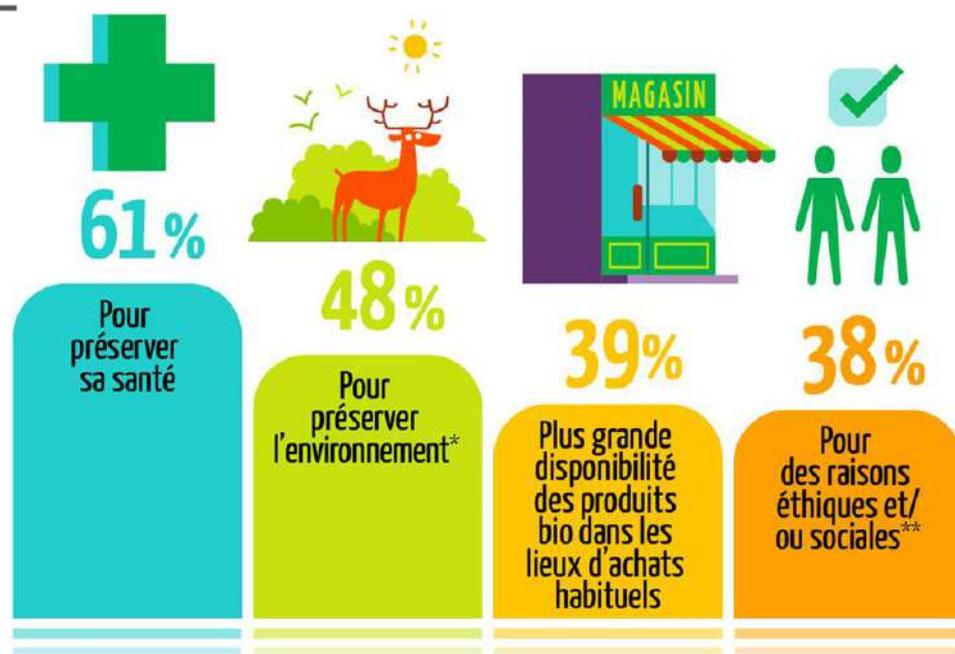
Le taux de non consommateurs est stable depuis trois ans autour de 10%.

**10%**  
jamais



# TOUT LE MONDE A UNE BONNE RAISON DE CONSOMMER BIO

Top 4 des raisons de consommation actuelle de produits biologiques



# UNE FORTE NOTORIÉTÉ DES LOGOS BIO AUPRÈS DES FRANÇAIS QUI SOUHAITENT D'AVANTAGE D'INFORMATIONS



Ils souhaitent davantage d'information sur :



Le contrôle  
des produits  
biologiques



La réglementation  
en agriculture  
biologique



L'impact  
environnemental  
de l'agriculture  
biologique



L'impact  
sur la santé  
de l'agriculture  
biologique



L'origine  
des produits  
biologiques

# LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO RÉSISTE À LA CRISE

Malgré la crise :



**80%**  
des français  
envisagent  
de **maintenir** leur  
consommation future  
de produits bio.



Et **11%**  
des Français  
envisagent  
d'**augmenter** leur  
consommation  
future  
de produits  
bio.

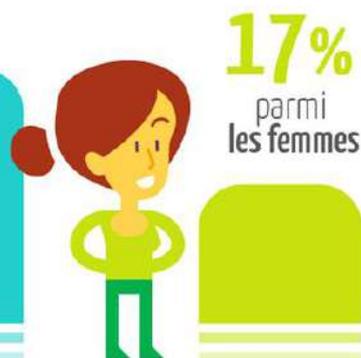


Base total Français (2100)

Source : Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

# LE BIO SÉDUIT 15% DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS OÙ 3 PROFILS SE DISTINGUENT

Catégories surreprésentées parmi les nouveaux consommateurs (moins de 1 an)



Près des 3/4 des nouveaux consommateurs ont commencé à consommer bio avant le 1<sup>er</sup> confinement.

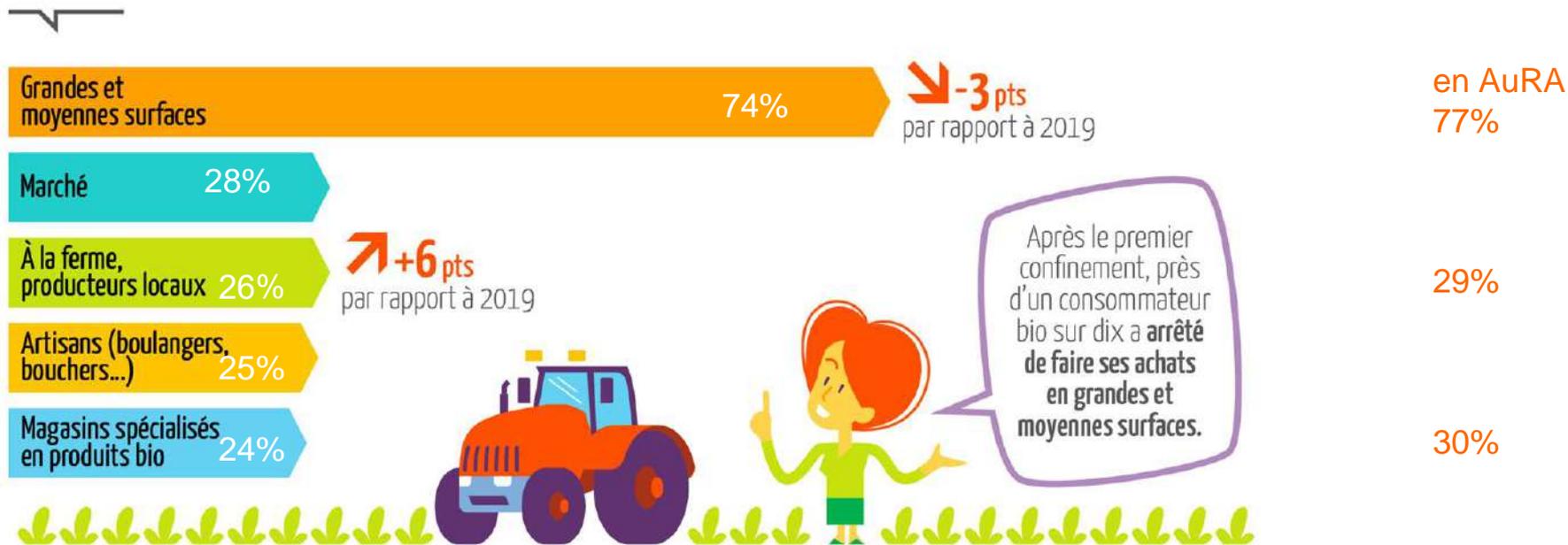


Base des consommateurs bio au moins une fois par mois (1526).

Source : Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

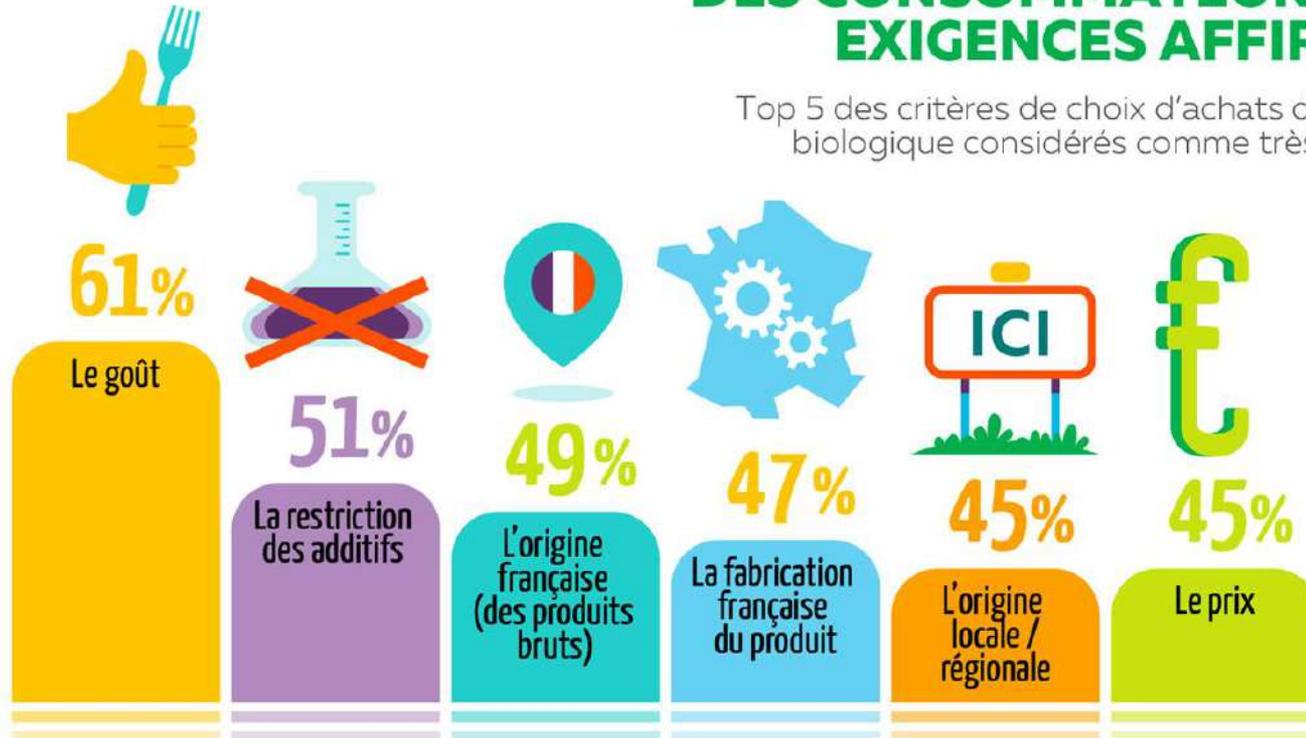
# LES CONSOMMATEURS BIO SÉDUITS PAR LES PRODUCTEURS LOCAUX

Top 5 des principaux lieux d'achat de produits biologiques cités au moins une fois



# DES CONSOMMATEURS AUX EXIGENCES AFFIRMÉES

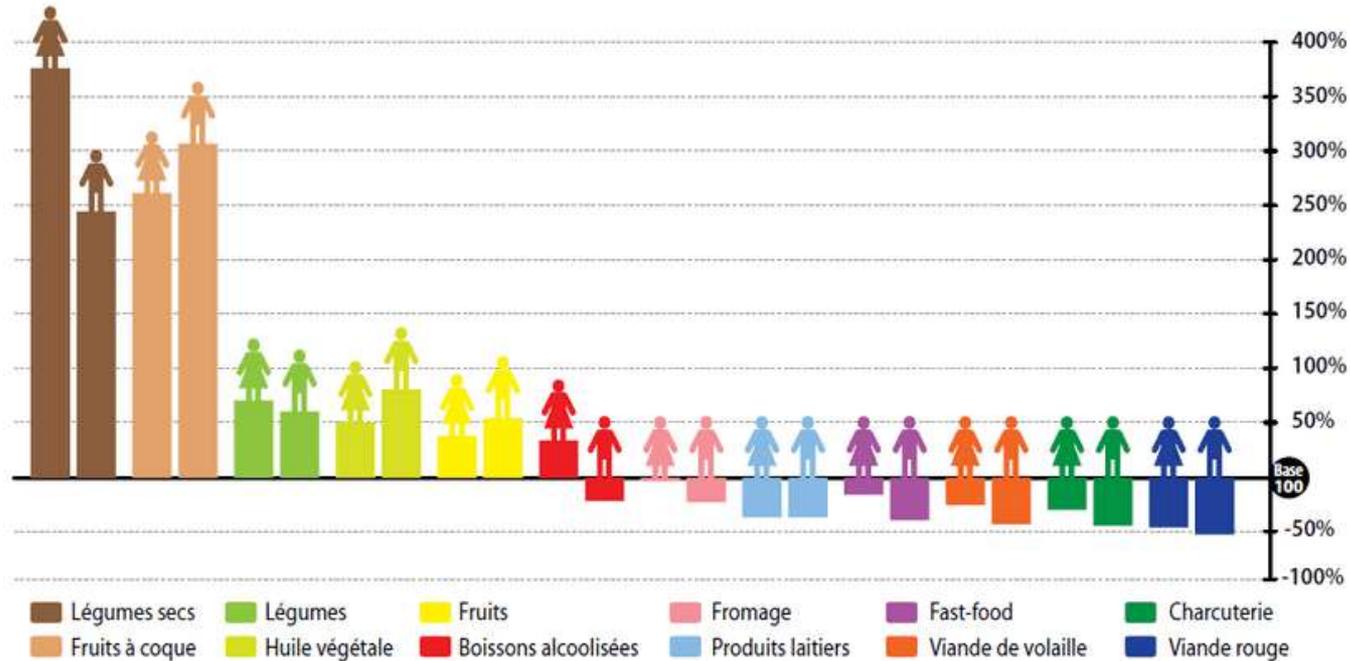
Top 5 des critères de choix d'achats d'un produit biologique considérés comme très important



# COMMENT MANGENT LES CONSOMMATEURS BIO ?

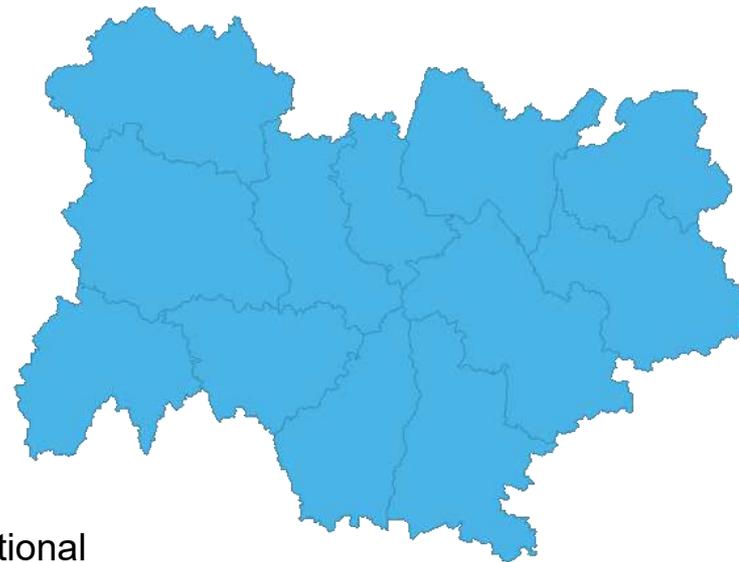
QUAND ON MANGE BIO, ON MANGE VEGETAL

*Différences relatives entre les régimes des consommateurs Bio et Conventionnels selon l'enquête BioNutrinet*



# En Région Auvergne-Rhône-Alpes

Spirit Insight Edition 2020



**Consommateurs + sensibles au vrac** qu'au niveau national

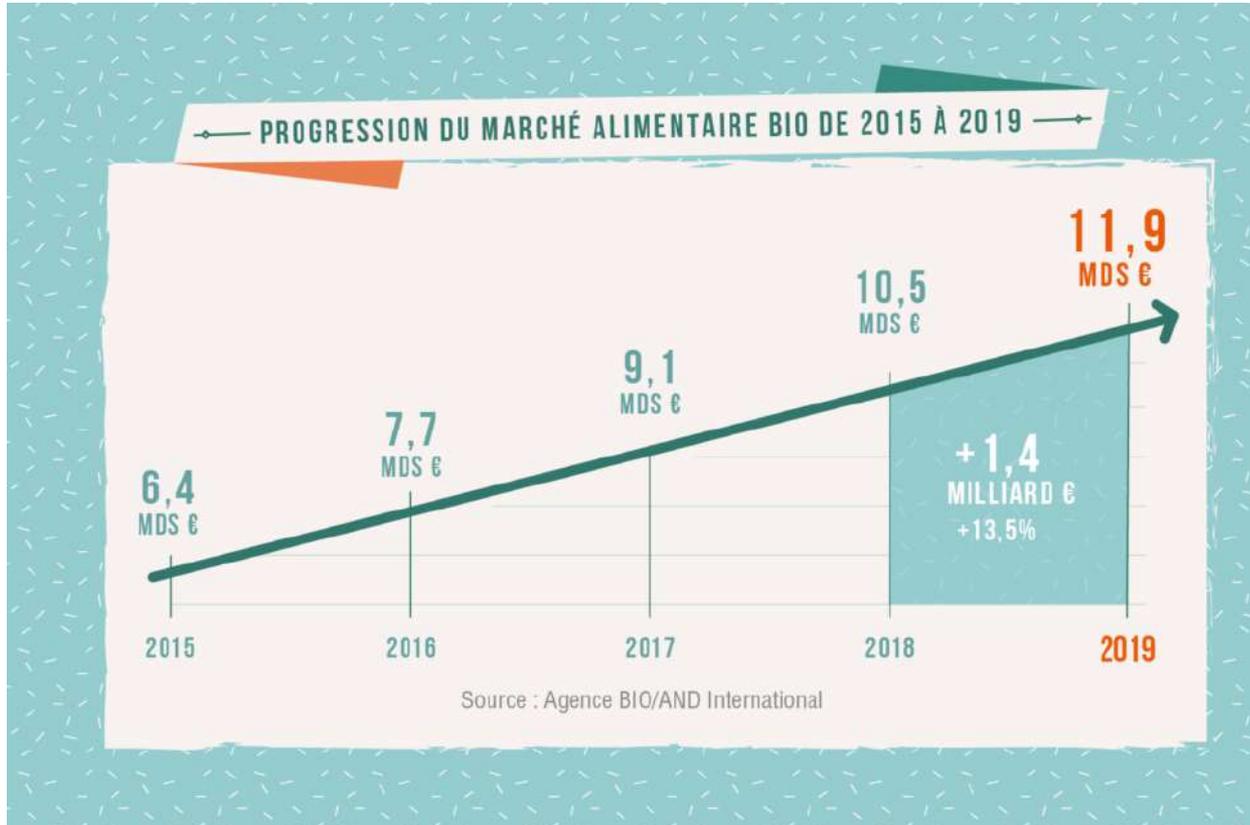
Ils **consomment + dans les magasins spécialisés bio**

Le Bio : aspect **environnemental** ressort un peu plus que le national



## 2.2 Le marché des produits biologiques

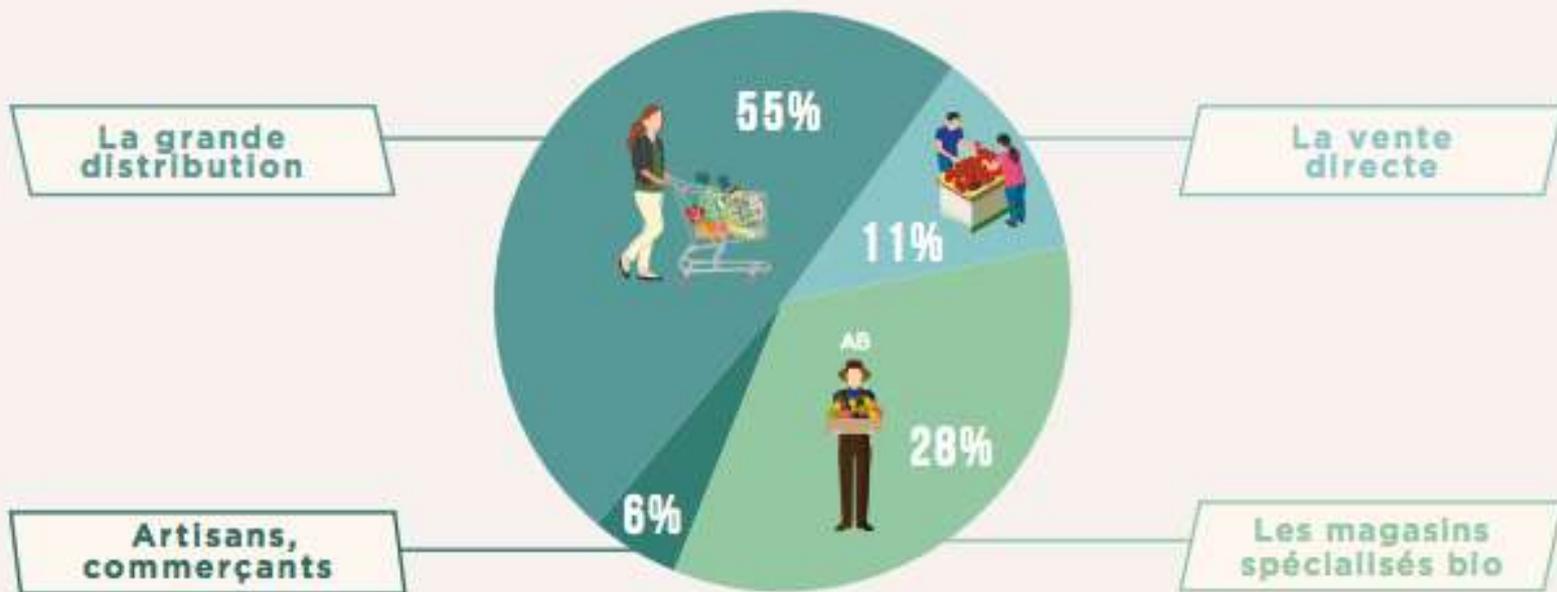
# Le marché alimentaire bio



# LES CIRCUITS DE DISTRIBUTIONS EN BIO

Une croissance différente selon les secteurs

← LA PART DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION DANS LE MARCHÉ BIO →

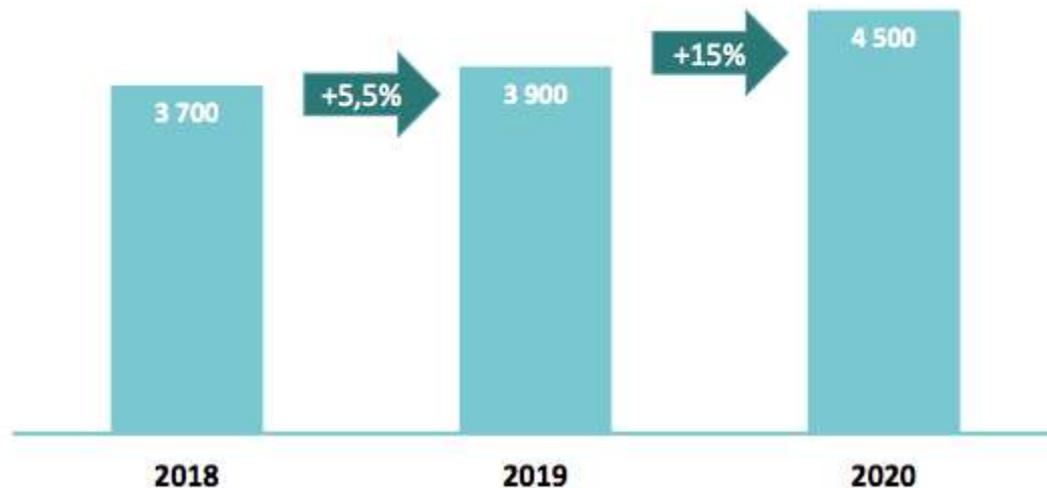


Source : Agence BIO/AND International

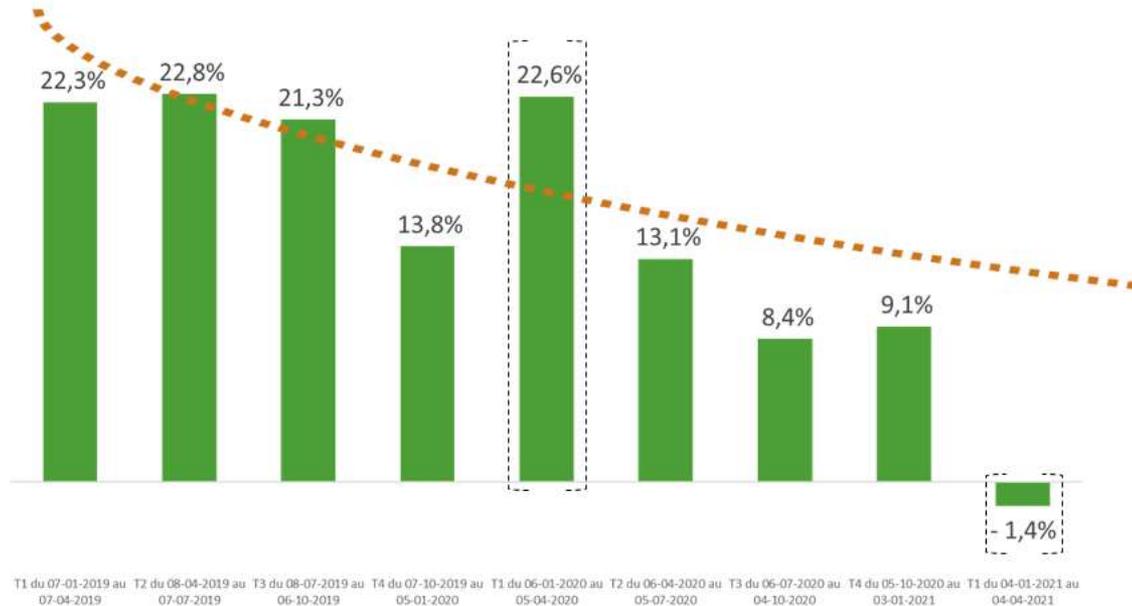
En 2020, les produits bio continuent à connaître des fortes croissance !

→ Avec un léger avantage pour les Magasins Bio

Chiffre d'affaire des Magasins spécialisés Bio – Total magasin

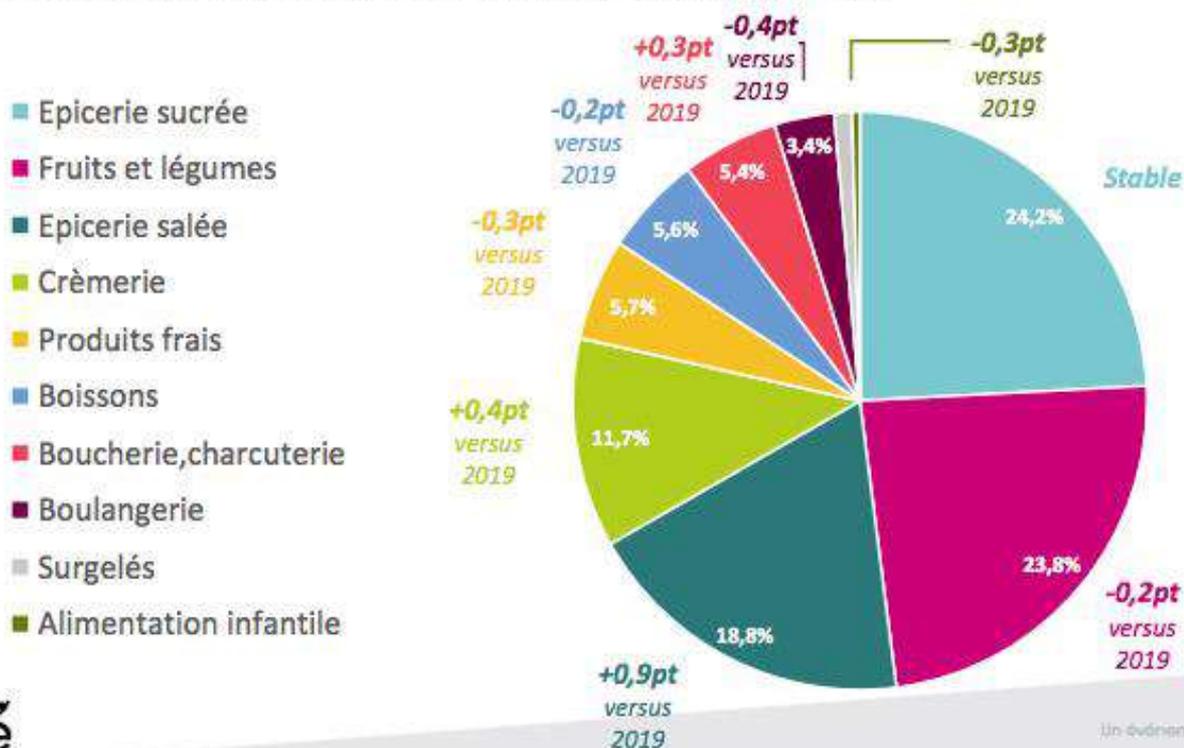


# Une dynamique qui faiblit en grande surface



# Un poids en croissance des catégories du « quotidien » → au détriment des boissons, de l'alimentation infantile ou de la boulangerie.

Poids en valeur des rayons de l'univers ALIMENTAIRE en magasins Bio\* - 2020



# Un panier moyen en augmentation en magasin bio

---

Le panier moyen en  
magasin **Bio** en 2020 est  
de

**42€**

(+6€ versus 2019)



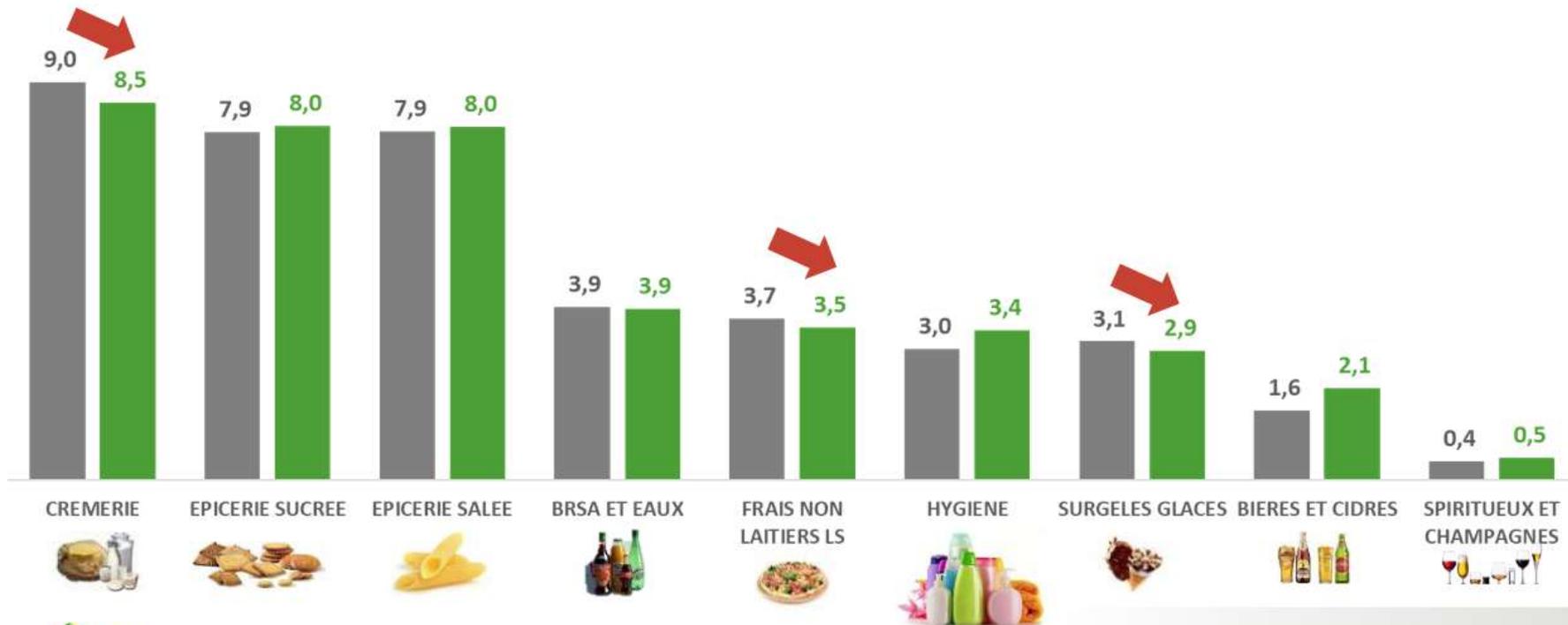
Les consommateurs Bio se  
rendent en moyenne

**27 fois par an en  
magasins bio**

Soit près de 2x/mois (-1 vs 2019)

# Evolution des catégories Bio en grandes surfaces

T1 2021 – Poids CA du Bio sur 100% rayon – Tous Circuits



# Meilleurs lancements bio 2020

## Le top 10 des lancements PGC FLS bio :



**Always & Tampax  
Cotton Protection**

Sortie P11 2019

**1 235 K€**



**Le Petit Marseillais  
Gels douche Bio**

Sortie P5 2020

**899 K€**



**Puget  
Les Récoltes Bio**

Sortie P5 2020

**840 K€**



**Elle & Vire  
Bio**

Sortie P11 2019

**731 K€**



**Nestlé Dessert  
Bio**

Sortie P4 2020

**629 K€**



**Liebig 100%  
Légumes Français Bio**

Sortie P10 2019

**559 K€**



**N.A.E.  
Soins anti âge**

Sortie P10 2019

**445 K€**



**LU  
Bio**

Sortie P4 2020

**398 K€**



**Saint Moret  
Bio**

Sortie P10 2019

**322 K€**



**Benenut Graines  
Plaisir Brut Bio**

Sortie P5 2020

**322 K€**

Données Nielsen ScanTrack™ HMSM - Liste non exhaustive, hors MDD - Données cumulées sur les 3 premières périodes de lancement - NB : seules les innovations 2020 ayant 3 mois d'historique ou plus sont présentes ici - mise à jour août 2020



Lancement entièrement ou partiellement effectué pendant le confinement



## 2.3 Commercialiser ses produits bio

# Quelle est votre cible ? La technique des Personae

En savoir plus : atelier sur le Marketing le vendredi 25 juin -  
Gratuit pour les adhérents

MARIE TREMBLAY

SEGMENT 1



## DÉMOGRAPHIE

- Âge: 29 ans.
- Occupation : étudiante de graphisme.
- Habite à Montréal.

## PSYCHOLOGIE

- Aime la nature et les sports d'hiver et le théâtre.
- Vit le moment présent, ne planifie pas l'avenir.

## COMPORTEMENT

- Elle préfère les produits de qualité, mais elle les achète en promotion.
- Elle passe plusieurs heures par jour sur Instagram et Facebook.

## MOTIVATIONS

- La qualité.
- Les tendances.
- Le prix.

## OBJECTIFS

- Trouver une marque de cosmétiques bio qui utilise des ingrédients naturels et qui offre une grande variété des produits.

## FRUSTRATIONS

- L'impact sur l'environnement.
- Les allergies.
- Il n'y a pas assez de produits bio sur le marché.

# Où commercialiser ses produits ?



# Circuit bio et circuit classique => 2 marques

Grandes surfaces



Circuit bio



# FOCUS LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE BIO

Les ateliers Bio mai 2021

	CA 2020		Nb magasins
	1,6 Md€	<b>+17%</b>	700
	395 M€	<b>+22%</b>	226
	385 M€	<b>+16%</b>	380
	240 M€	<b>+13%</b>	225

# LE RÉFÉRENCIEMENT EN MAGASIN BIO

1) Connaître son environnement de marché : marché saturé ? unité de besoin des magasins

*Ex : marché saturé : bière, savon ...*

Quels sont les points différenciant de votre produit ?

1) Attention cahier des charge plus exigeants (ex biocoop):

*Refus des arômes non bio*

*Refus de certaines origines géographiques des matières premières*

1) Démarche de référencement : référencement local ? national ?

1) Démarchage et commercialisation

# FOCUS Biocoop

## Le référencement local : La démarche

1

- Rencontre avec un magasin
- Explication de votre activité

2

- Test du produit en magasin
- Visite sur site

3

- Validation de la fiche fournisseur
- Rencontre avec les autres magasins



# FOCUS Biocoop



## Référencement en national / « régional »

Proposition du fournisseur transmise :

- Soit sur le site Biocoop
- Soit directement sur l'email [c.chauvin@biocoop.fr](mailto:c.chauvin@biocoop.fr)

Tous les dossiers sont pris en charge ;

**Pré-étude** de chacun (en fonction des spécifications Biocoop, certifications, besoins dans les catégories, tarif cohérent etc....) :

- Pas de point bloquant  transmission du dossier au CATMAN
- Point bloquant  réponse négative au fournisseur

## Comment constituer votre dossier ?

Présentation de votre entreprise et de l'entreprise fabricante

Fiches techniques des produits

Origine géographique des matières premières

Photos individuelles des produits

Prix de Vente Conseillé

Copies des certificats (biologique et autres)

# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

## ✓ RENCONTRES ACHETEURS

Développez votre activité auprès de grandes enseignes grâce aux rencontres acheteurs !

- Distribution locale
- Distribution nationale
- Distribution internationale

## ✓ ENTRAÎNEMENT AUX PITCHS

## ✓ BASE DE DONNÉES MAGASINS



**clusterbio**  
Auvergne-Rhône-Alpes

VOS INTERLOCUTRICES

**FARIDA HADDOU**  
Chargée de relations  
adhérents & développement  
commercial



**MARITHÉ CASTAING**  
Chargée de  
développement des entreprises

## ✓ VISIOS ENSEIGNE

Webinars de présentation des axes stratégiques et besoins des enseignes en vue de référencements

**Gratuit pour les adhérents**



**Visio Enseigne : Le Relais Local**  
Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes



**Visio Enseigne - Coopérative U**  
Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes



**Visio Enseigne - BIOCOOP**  
Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes

# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

## ✓ PRESTATION ACCOMPAGNEMENT COMMERCIAL

Un appui commercial ponctuel ou régulier sur la région Auvergne-Rhône-Alpes

Face à l'explosion du marché et la multiplication des acteurs, il est important d'avoir une parfaite connaissance du réseau bio en région.

### PRESTATION SUR DEVIS

- **Valorisez vos produits au sein du réseau spécialisé bio**
- **Développez votre prospection commerciale**
- Assurez le suivi de vos opérations promotionnelles
- Profitez d'une veille concurrentielle sur le terrain
- Reporting et suivi de vos résultats commerciaux...



**clusterbio**  
Auvergne-Rhône-Alpes

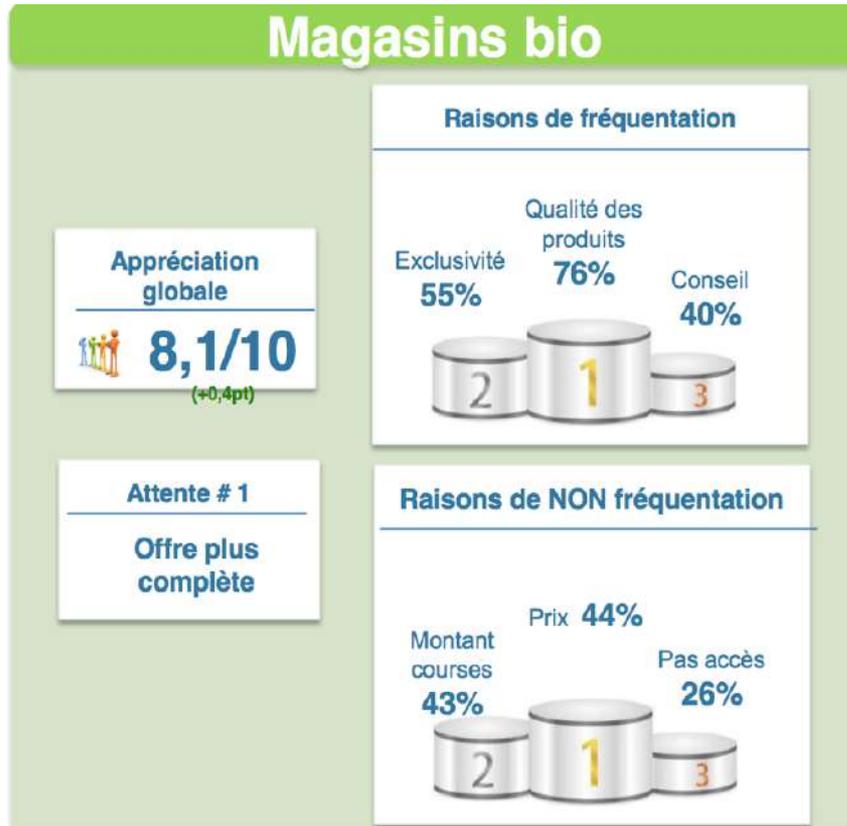
VOTRE INTERLOCUTRICE

**FARIDA HADDOU**

Chargée de relations  
adhérents & développement  
commercial

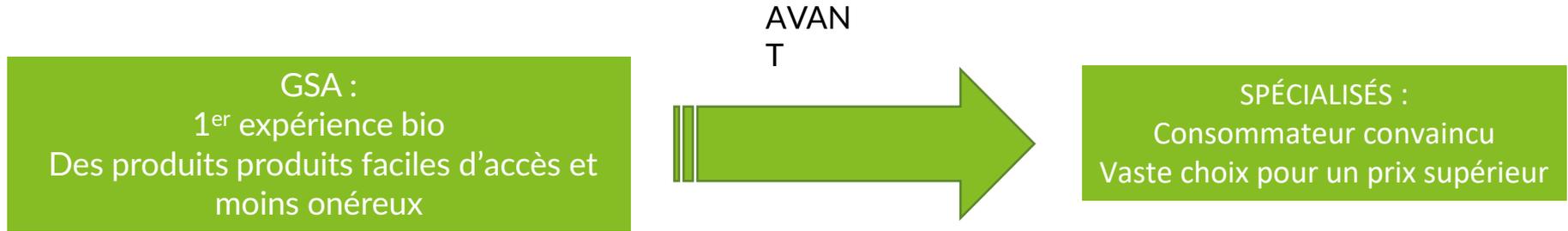


# LA DISTRIBUTION SPÉCIALISÉE EN PHASE AVEC LES ATTENTES DU CONSOMMATEUR

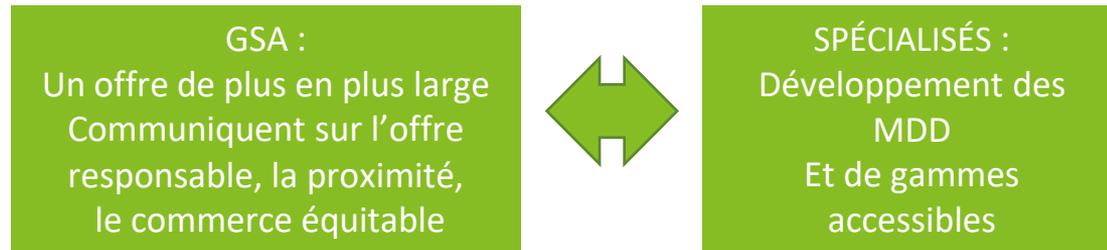


Source : Iri  
shoppers scan 2017

# UNE DÉMOCRATISATION PRÉJUDICIABLE AUX ENSEIGNES BIO ?



ÉVOLUTION : LES STRATÉGIES CONVERGENT  
CONFUSION DES GENRES



# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER



## LA COMMUNAUTÉ BIO AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

**Objectifs :** Proposer des outils et des actions mutualisées de communication grand public pour développer la notoriété des entreprises bio régionales.



### SITE INTERNET

Annuaire des entreprises  
Articles sur le Blog

(rédactrice pro : efficacité et articles de fond pour donner de l'info au lecteur)



### MAGAZINE BIOMAG

Support imprimé, distribué auprès du réseau spécialisé bio de la région (10 000 ex).

+ Diffusion sur le web



8769 likes



2445 abonnés

### RÉSEAUX SOCIAUX

Animation quotidienne sur Facebook et Instagram

Vidéos (format court)  
2 jeux concours/an au minimum

# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER



[www.bioauvergnerhonealpes.fr](http://www.bioauvergnerhonealpes.fr)



VOTRE INTERLOCUTRICE

**CAROLINE GIRARD**  
Chargée de projets  
marketing & international  
[cgirard@cluster-bio.com](mailto:cgirard@cluster-bio.com)



**10:00**

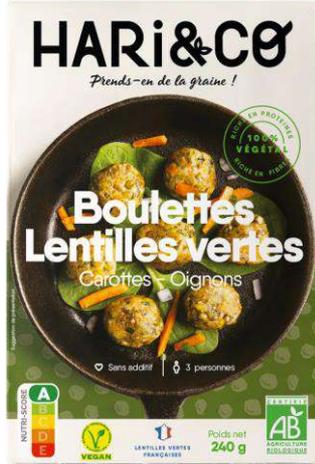


## 2.4 Innovations & tendances dans le bio

# TENDANCE : LES PROTÉINES VÉGÉTALES

+1,4% des dépenses en substituts végétaux

51% des Français annoncent qu'ils ont ou vont baisser leur consommation de viande



Source : Kantar Worldpanel (mars 2020 vs mars 2019) / Sondage d'opinion Harris Interactive en 2017

# TENDANCE : DE L'AGROALIMENTAIRE À LA COSMÉTIQUE

LA NOUVELLE RICHESSE



Soins Visage  
Desaltérant 15j



Soins Visage Bonne  
Mine 15j



Soins Visage  
Détoxifiant 15j



# TENDANCE : LES “RÉGIMES ALTERNATIFS”

Vogue des « régimes » alternatifs : une opportunité

Vegan / Végétariens

Flexitariens

Intolérants



Rapport privilégié avec le marché Bio :

marques et distributeurs

Attractivité de nouveaux

consommateurs

BIO = Porte drapeau des produits sains

Logos	Choose cruelty free	Cruelty free and vegan PETA	Certifié vegan	Vegan society	One Voice	Leaping Bunny	IHTK	Cruelty free PETA
Engagements	 NOT TESTED ON ANIMALS	 crueltyfree andvegan	 CERTIFIED VEGAN VEGAN SOCIETY	 Vegan	 one voice	 Leaping Bunny	 IHTK	 crueltyfree
Produit fini non testé sur les animaux	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ingrédients non testés sur les animaux	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Produits issus d'animaux (lait, miel...)	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Emballage sans matière animale	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓
Valable pour toute la marque	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓
Vente interdite pays avec test obligatoire	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓

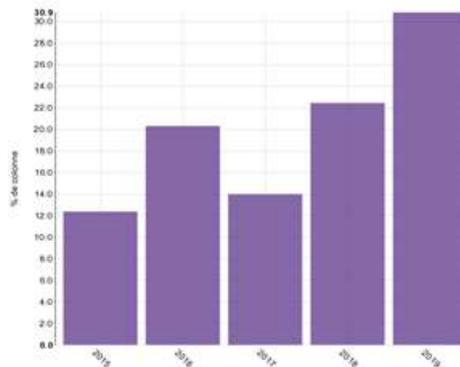
# TENDANCE : LE LOCAL

$\frac{2}{3}$  des Français font le choix de produits responsables.

- 45% les produits locaux ou de leur région (notamment les + de 50 ans)
- 39% le made in France
- 29% le bio (les classes les plus aisées)
- 15% le vrac
- 14% les produits bio et équitables
- 10% juste équitable



Développement des allégations d'origine France dans les PGC bio



Source : \*Sondage OpinionWay pour Max Havelaar, réalisé auprès de plus de 1.000 personnes mi-avril et dévoilé mardi 5 mai



# TENDANCE : L'ÉQUITABLE / LE SOLIDAIRE



# TENDANCE : LE CLEAN LABEL

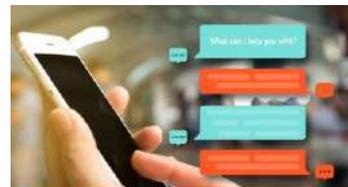
LES CONSOMMATEURS SOUCIEUX DE LEUR SANTÉ



## LES APPLICATIONS POUR COMPRENDRE LA COMPOSITION DES PRODUITS



## DES CHATBOTS DANS TOUS LES DOMAINES, MÊME POUR L'ALIMENTATION



## DES MESSAGES SIMPLIFIÉS



Source : Rapport Food Vision 2019 de l'agence Protéines XTC

# TENDANCE : LA CLEAN BEAUTY

LES CONSOMMATEURS SOUCIEUX DE LEUR SANTÉ

## LES APPLICATIONS POUR COMPRENDRE LA COMPOSITION DES PRODUITS



# TENDANCE : LA NUTRITION

LES CONSOMMATEURS SOUCIEUX DE LEUR SANTÉ

## 33%

des consommateurs disent que le covid-19 les encourage à ajouter des nutriments qui supporte leur système immunitaire dans leur alimentation



**KOMBUCHA / KEFIR / LASSI,  
RICHE EN PROBIOTIQUES**



**LES LEGUMINEUSES ET  
LEUR RICHESSE EN  
PROTÉINES**



**SKYR  
PAUVRE EN CALORIES,  
RICHE EN PROTÉINES**



**LA GERMINATION  
POUR DES VERTUS  
RELAXANTES / ANTI-STRESS**



**LE CAFE VERT  
POUR DES VERTUS  
ÉNERGISANTES**



**LA LACTO-FERMENTATION  
POUR DES VERTUS  
DIGESTIVES**

Base: 1,000 internet users 16+

Source: Lightspeed/Mintel

# TENDANCE : LA PRÉVENTION



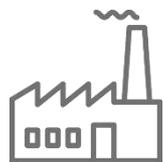
# TENDANCE : LE VRAC

LA DÉMOCRATISATION EN COURS

Plus d'un quart des français achètent déjà en vrac

&

68 % veulent acheter plus de vrac pour réduire les emballages



# TENDANCE : LE VRAC

LA DÉMOCRATISATION EN COURS



# TENDANCE : LES EMBALLAGES

... Par la technologie



... Par la forme



... Par le matériau



... Par le marketing



... Par l'usage



# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

## ✓ VEILLE CONCURRENTIELLE

PRESTATION SUR  
DEVIS



- **Suivi des lancements des concurrents**
- **Analyse des revendications croissantes**, des ingrédients utilisés, des arômes favorisés, etc.
- **Identifier si des produits utilisent des combinaisons d'ingrédients similaires** (veille pour brevet)...

## ✓ PANEL CONSOMMATEURS

PRESTATION SUR DEVIS

- **Faire réagir les consommateurs** à votre nouveau concept
- Valider la perception de votre produit
- **Questionner votre cible** sur leurs attentes spécifiques
- Re-challenger votre gamme sur différents aspects pour améliorer des performances de vente en baisse...



**clusterbio**  
Auvergne-Rhône-Alpes 

VOTRE INTERLOCUTRICE

**LAURIANE LUBERT**  
Chargée de projets  
innovation





### 3. L'approvisionnement & les filières bio

# L'origine des produits bruts est dans le top 3 des critères de choix

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

## Les critères de choix d'achat

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1526

Q37. Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?



# S'APPROVISIONNER - Différents niveaux d'implication

Répondre à vos besoins de sécurisation en matières premières bio

## 1-Trouver des fournisseurs pour sécuriser ses approvisionnements

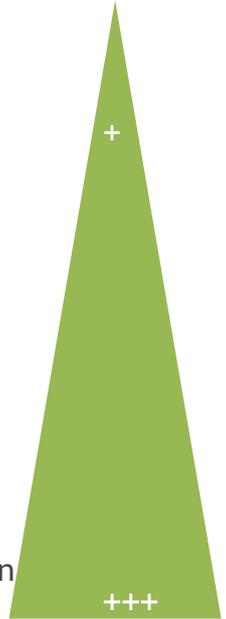
Ex : Identifier les bons contacts : grossistes, transformateurs ; prévoir des plan B pour éviter les ruptures

## 2- Développer une filière déjà existante sur le territoire

Ex : filière châtaigne en Ardèche, filière riz de Camargue, filière tilleul ... Des opérateurs déjà existants

## 3- Relocaliser et développer une filière « émergente »

Ex : la Réglisse bio origine France, le houblon bio en Région, les fraises et les framboises pour la transformation en Région,



IMPLICATION

# S'INFORMER SUR LES FILIÈRES

Trouver des ressources et des informations

-Dynamiques de conversions, note de conjoncture, nombre de producteurs, ...

PRODUIRE BIO



**PRODUIRE BIO**

LA FILIÈRE GRANDES CULTURES BIO

Les grandes cultures biologiques représentent 10 2018. Elles sont produites en grande culture en France, avec une dynamique de conversion forte en particulier depuis 2015. Sous 2.5 millions d'hectares, la filière de grandes cultures bio est en croissance de 20% en termes de surface cultivée.

**LES GRANDES CULTURES BIO : UNE FILIÈRE EN PROGRESSION**

Sur 225 000 surfaces dédiées de grandes cultures (dont 10 2018) en France en 2018, 100 000 sont dédiées à la production de grandes cultures bio. Cette filière est en croissance de 20% en termes de surface cultivée. Elle représente 10% du total des surfaces dédiées à la production de grandes cultures en France.

**UNE ACCELERATION DES CONVERSIONS DEPUIS 2016**

Le nombre de producteurs de grandes cultures bio a augmenté de 20% en 2018 par rapport à 2017. Le nombre de surfaces dédiées à la production de grandes cultures bio a augmenté de 20% en 2018 par rapport à 2017. Le nombre de surfaces dédiées à la production de grandes cultures bio a augmenté de 20% en 2018 par rapport à 2017.



clusterbio Auvergne-Rhône-Alpes

Le filières du bio

Actual / Clusters / Conjoncture / Les filières du bio

Les filières bio

10 faits et documents utiles

**Historique des filières biologiques en Auvergne-Rhône-Alpes**

**Notes de conjoncture et d'actualités sur le secteur biologique**

**Le Plan Bio Régional**

**Le Plan Bio Régional de l'Auvergne-Rhône-Alpes**

Pays actives par filières bio

Fruits, Grandes Cultures, Légumes, Viens

Données économiques sur la filière de grandes cultures biologiques (LTA, GIC, C, E, M, P, F, A, T)

Données économiques sur la filière de céréales biologiques (LTA, GIC, C, E, M, P, F, A, T)

ÉPRIME DE BIEN-ÊTRE DE DONNÉES PAR ESPÈCE SUR LA FILIÈRE DE GRANDES CULTURES BIOLOGIQUES (LTA, GIC, C, E, M, P, F, A, T)

Données économiques sur la filière de légumes et produits agricoles biologiques (LTA, GIC, C, E, M, P, F, A, T)

# S'INFORMER SUR LES FILIÈRES

Trouver des ressources et des informations

-Veille sur l'actualité des filières par les interprofessions



Connaître les difficultés d'approvisionnements existants

-**Note de conjoncture** de l'Agence Bio mis à jour sur le site du Cluster Bio

-**Baromètre de l'approvisionnement** du Synabio et du Cluster Bio





# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

## ✓ VEILLE NATIONALE & INTERNATIONALE

Analyse de la concurrence (composition, valeur nutritionnelle, packaging, allégations, prix, ...) en France et/ou à l'international.

MINTEL

## ✓ LES RESSOURCES DE L'ESPACE MEMBRE



clusterbio  
Auvergne-Rhône-Alpes

## ✓ UNE ÉQUIPE À VOTRE DISPOSITION



VOTRE INTERLOCUTEUR

**BASTIEN BOISSONNIER**  
Chargé de projets filières  
[bboissonnier@cluster-bio.com](mailto:bboissonnier@cluster-bio.com)



# TROUVER DES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS

-Grossistes, transformateurs : le catalogue des adhérents du Cluster Bio



-Grossistes, transformateurs, producteurs : l'annuaire Agence Bio



[annuaire.agencebio.org](http://annuaire.agencebio.org)

# TROUVER DES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS

-Producteurs, coopératives : les chambre d'agriculture et les association groupement de producteurs bio et La Coopération Agricole AuRA



**-Participer aux rencontres filières régionales**

-Filière légumes (Septembre 2021)

-Filière brassicole (18 Octobre 2021)

# NOS SERVICES POUR VOUS ACCOMPAGNER

## ✓ PRESTATION FILIÈRES

### NIVEAU 1 - GRATUIT

#### AIDE AU SOURCING BIO

Appui à la recherche de matières premières bio grâce à notre base de données et notre réseau de partenaires.

### NIVEAU 2 - SUR DEVIS

#### ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ SUR VOS FILIÈRES

- **Recherche de fournisseurs et contacts qualifiés** pour un produit spécifique ou une gamme
- Accompagnement à l'élaboration de **vos critères de choix** en matière de sourcing (origine, mode de production, filière équitable...)
- **Organisation de RDV** spécifiques à votre projet, possibilité d'accompagnement lors de RDV
- ...



**clusterbio**  
Auvergne-Rhône-Alpes 

VOTRE INTERLOCUTEUR

**BASTIEN BOISSONNIER**  
Chargé de projets filières  
[bboissonnier@cluster-bio.com](mailto:bboissonnier@cluster-bio.com)



# STRUCTURER EN CONTRACTUALISANT

- Volumes ?
- Prix d'achat ?
- Durée d'engagement ?
- Commerce équitable ?

- + Confiance
- + Proximité
- + Valeurs & engagements
- + Territoire



# TROUVER DES RESSOURCES FINANCIÈRES

> Fond de Soutien  **La Région**  
Auvergne-Rhône-Alpes

> Fond Avenir Bio 

> AAP Structuration de filières



> Financement participatifs



Incit'financement  
Auvergne-Rhône-Alpes



# TROUVER DES RESSOURCES HUMAINES

## > Prestation Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes



*Réflexion stratégique, état des lieux, veille concurrentielles, pilotage de la structuration de filières*

## > Stage et projet tutoré : *étude de terrain, enquêtes, ...*



### **MFR d'ANNEYRON (Licence ABCD)**

- Licence ABCD
- Projet tutoré



### **ISARA - Ecole d'Ingénieur Agro-alimentaire et Agronomique**

- Stage court
- Projet Tutoré
- Mémoire de fin d'étude

# LA FILIÈRE BIO EN RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

**6 536**  
EXPLOITATIONS BIO

3<sup>ème</sup> région française.  
+ 11,6 % en un an.

10 % des exploitations régionales sont bio.

SURFACES ENGAGÉES EN BIO

**273 700 ha**

3<sup>ème</sup> rang français  
9,5 % de la surface agricole utile de la région engagée en bio.

Agence bio / OC Agreste - Traitements DRAAF AUURA / SRISET



**75**

COOPÉRATIVES CERTIFIÉES BIO

(hors coopératives d'approvisionnement, filiales de coopératives et unions)

18 % des coopératives bio françaises sont situées en Auvergne-Rhône-Alpes.

24 % des coopératives régionales ont une activité certifiée AB.  
+ 31 % de chiffre d'affaires générés par les activités bio des coopératives, unions et filiales de 2015 à 2018.

La Coopération Agricole Auvergne-Rhône-Alpes



**2 139**

TRANSFORMATEURS CERTIFIÉS BIO

1<sup>ère</sup> région française en nombre de transformateurs certifiés bio.

Agence bio / OC Agreste - Traitements DRAAF AUURA / SRISET



**897** DISTRIBUTEURS CERTIFIÉS BIO

2<sup>ème</sup> région française en nombre de distributeurs certifiés bio.

Agence bio / OC Agreste - Traitements DRAAF AUURA / SRISET

**489** magasins biologiques

Boislinière, 2019.

UNE FORTE AUGMENTATION DES DISTRIBUTEURS ET DES TRANSFORMATEURS BIO



Evolution du nombre d'opérateurs de l'aval des filières, certifiés bio, en Auvergne-Rhône-Alpes

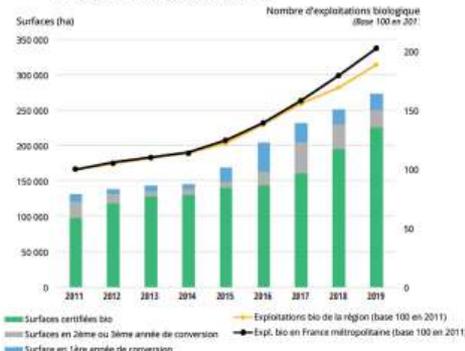


Agence bio / OC Agreste - Traitements DRAAF AUURA / SRISET

DES SURFACES BIO EN DÉVELOPPEMENT



Evolution des surfaces engagées en bio et du nombre d'exploitations bio en Auvergne-Rhône-Alpes



Agence bio / OC Agreste - Traitements DRAAF AUURA / SRISET

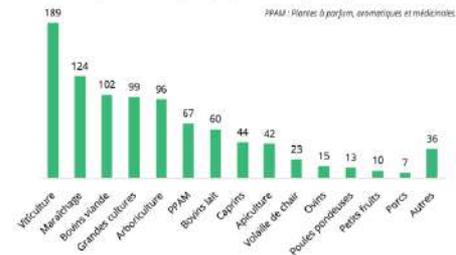
Les surfaces bio ont connu une progression de + 10 % par an en moyenne depuis 2011. Ce taux est de + 11 % en France métropolitaine.

En Auvergne-Rhône-Alpes, 18 % des surfaces engagées en bio sont en cours de conversion vers l'AB. Au niveau national, ce taux est d'environ 25 %. La croissance de l'agriculture biologique en Auvergne-Rhône-Alpes est en proportion moins forte qu'au niveau national, même si la région conserve une forte dynamique de croissance avec + 25 300 ha bio et conversion en un an.

LES NOUVELLES FERMES BIO DE 2019 : UNE DIVERSITÉ DE PRODUCTIONS

Nombre de nouvelles fermes engagées en bio en 2019 en Auvergne-Rhône-Alpes par production principale (estimations)

FRAM - Fleurs à parfum, aromatiques et médicinales.



Édition Régionale de l'agriculture biologique d'Auvergne-Rhône-Alpes (FRAB AuRA)

Plus de chiffres [ici](#) et dans l'espace membre



## 4. Les financements du secteur bio

# SE FINANCER

Les financements bio



## AIDE À LA CERTIFICATION BIO RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

= 70% du coût HT de certification pris en charge

- Être une TPE
- Au moins 15% de matières premières agricoles cultivées en région
- Plafonné à 800€ HT

## FONDS D'INVESTISSEMENT RÉGIONAL BIO

Investissements matériels et structuration filière régionale  
25 000€ < Investissement < 100 000€



## NATIONAL : FONDS AVENIR BIO

Structuration de filières échelle supra-régionale, avec investissements matériels projet collectif plusieurs entreprises

# SE FINANCER

Aides du Cluster Bio

- Aiguiller dans la recherche de financement
- Mettre en relation avec des financeurs
- Relire des dossiers de financement



Le **Club des financeurs** du Cluster Bio peut vous aider à la levée de fonds et à l'investissement à partir de 100 000 €.

- Accompagnement sectoriel du Cluster Bio
- Accompagnement sur l'ingénierie financière d'Incit'financement



**Incit'financement**  
Auvergne-Rhône-Alpes

# SE FINANCER

Les rencontres financement

**25 novembre – Les rencontres financement**

**Matinée /** Au choix 3 ateliers thématiques pour vous informer

**Ex: en 2020 :**

- Quelles sont les attentes des banques pour accompagner les entreprises ?
- Quels sont les dispositifs pour financer les projets d'innovation ?
- Comment se préparer à la levée de fonds (de quelques milliers à quelques centaines de milliers d'euros) ?

**Après-midi /** Au choix des rendez-vous BtoB avec des financeurs – 20 minutes par rdv



# INNOVER

BIO'innov

Début des candidatures  
en juillet

Démarrage du programme  
en novembre



## BIO'innov

Programme régional d'accompagnement  
à l'innovation dans les produits biologiques

**biocoop**  
LA BIO NOUS RASSEMBLE

### UNE AIDE STRATÉGIQUE & OPÉRATIONNELLE

- 8 demi-journées individuelles avec un consultant en stratégie & innovation
- 8 demi-journées collectives avec les 8 lauréats dont :
  - 0,5j Lancement + 0,5j Clôture du programme
  - 2 Journée d'ateliers
  - **1 Rencontre avec le distributeur partenaire**

### DES SERVICES OFFERTS PAR LE CLUSTER BIO

- 2 jours de veille concurrentielle de votre projet (valeur de 700€ HT)
- 1 participation à la journée financement fin 2021
- Conseil des experts du Cluster Bio adaptés aux problématiques

### PLUS DE VISIBILITÉ

- Droit d'utilisation du label « BIO'innov 2020 »
- Communication privilégiée sur le projet via nos réseaux



BIO'innov est un programme d'accompagnement à l'innovation co-financé à 70% par la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Le reste à charge des entreprises est de 2475€ HT.



PAUSE



**RENCONTRE AVEC**  
**UNE JEUNE ENTREPRISE BIO :**  
**LA BOCALERIE**

# TÉMOIGNAGE

---



**MATHIEU AUDOUX**  
**CO-FONDATEUR DE LA BOCALERIE**



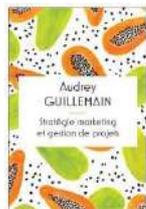
- Présentation de l'entreprise
- Quelles difficultés principales lors de la création ?
- Quels conseils à donner ?
- Est-ce qu'il y a des étapes importantes à bien considérer ?

# PORTEURS DE PROJETS ET JEUNES ENTREPRISES

Votre nom	Votre prénom	Votre entreprise	Projet
BOUSSANT	Camille	JETHICA	Conserverie locale bio
Mostefai	Narriman	pâtisserie cuisine	Pâtisserie et cuisine
Mauduit	Emilie	Eissensa SAS	Cosmétique solide
LENOIR	Pierre	LPI Distribution - LENOIR Pierre	Distributeur Huile d'olive bio
Magraner	Frédéric	non nommée	Conserverie locale lactofermenté
Nivon	Mathys	TOUTPAM	Infusions
MULLER	Christophe	x	Restauration rapide végan bio
ZAMBONI	Aurélie	BBC	Biscuits bio pour enfants
Munsch	Emmanuel	Manu Cocktails	Chocolaterie, confiserie, biscuiterie
JACQUET	Nicolas	Jacquet&Collomb	Brasserie
Alvarez	Serge Louis	LA MAISON DES COSMETIQUES	Cosmétique et maquillage
peyraverney	charlotte	ginginat	Soin des gencives
Isenbart	Jean-Guillaume	Les Pieds sur Terre	Yaourts végétaux
BAKOUÏ	Ibah Clémentine	LENILVERT	Site de vente de marques bio
Chaffanel	Jérémy	Earl le grand champ	Transformateur de noix
Gobert	Maxime	Porteur de projet	Cosmétique bio solide
FERNANDEZ	Eric	Biotifood	Transformateur fruits et légumes
LOGEROT	Julie	en cours	Projet micro-brasserie

# RENCONTRE AVEC LES STRUCTURES D'ACCOMPAGNEMENT & SERVICES

[RE]MARK&NOUS



STUDIO DE CRÉATION  
marie-cécile  
berger  
Design Packaging



FRANCE ACTIVE  
Les entrepreneurs engagés

Initiactive  
Des ressources pour entreprendre 26 07

ALPES  
CONTRÔLES  
Certification



BUREAU  
VERITAS

ctopa CENTRE TECHNIQUE  
AGROALIMENTAIRE

INGRÉBio  
100% ingrédient / 100% BIO / 100% Pro

PAUL  
INSTITUT  
BOCUSE

M MiMOSA

zeste  
par la Nef  
crowdfunding éthique

fabt

biocoop  
LA BIO NOUS RASSEMBLE

CREDIT  
COOPERATIF



AGRICULTURES  
& TERRITOIRES  
CHAMBRE D'AGRICULTURE  
DRÔME

Agribiodrôme  
Les Agriculteurs BIO de la Drôme

# ORGANISATION DES RENCONTRES BTOB

---

1. Consultez votre planning
2. Rendez-vous sur le stand de la structure à l'heure indiquée
3. Respectez le timing : 15 min MAX !

*Si la structure est en distanciel, elle doit vous appeler à l'heure indiquée.  
Si problème, venez-nous voir !*

**14H15 : PREMIER  
RENDEZ-VOUS**

**15 min / RDV**  
*+5 min pour changer*

Quand vous n'avez pas de rendez-vous, n'hésitez pas à voir les stands disponibles !

# MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

REJOIGNEZ-NOUS SUR :



**CLUSTER BIO AUVERGNE-RHÔNE-ALPES**

Ineed - Parc Rovaltain - 1 rue Marc Seguin  
BP 16208 - 26958 Valence Cedex 9

Tél : 04 75 55 80 11

[WWW.CLUSTER-BIO.COM](http://WWW.CLUSTER-BIO.COM)