



ECO  
NOMIE

Dossier



La consommation de produits bio ne cesse d'augmenter en France. En 2018, la valeur des achats de produits alimentaires a ainsi progressé de 15,7 % par rapport à 2017 pour atteindre 9,7 Md€. Les grandes et moyennes surfaces sont le premier circuit de distribution de ces produits, avec un chiffre d'affaires de 4,478 Md€, suivies par les surfaces spécialisées en bio avec un chiffre d'affaires 3,096 Md€. Pour accompagner cette forte demande de produits bio, la conversion des producteurs français doit se poursuivre. Aujourd'hui, 69 % des produits bio consommés dans l'Hexagone sont produits en France. Auvergne-Rhône-Alpes fait partie des leaders aussi bien en amont qu'en aval de la filière. La région a vu naître de nombreuses entreprises de transformation qui sont devenues des références, à l'instar d'Ekibio ou de Bonneterre, mais aussi des distributeurs qui comme Botanic ou L'Eau Vive occupent une place de premier rang. Les entreprises du secteur peuvent compter sur le soutien d'un large réseau d'acteurs pour les accompagner dans leur développement. Mettre au point des innovations produits, faire naître de nouvelles pépites, trouver de nouveaux débouchés... font partie des missions du Cluster Bio. En lien avec les chambres d'agriculture et les groupements d'agriculteurs bio, le Cluster Bio facilite également les échanges avec les producteurs. Ces relations permettent de nouer des partenariats pour sécuriser les approvisionnements et s'entendre sur les prix afin de faire vivre l'ensemble de la filière bio régionale.

Dossier réalisé par Séverine Renard



## L'AGRICULTURE RELÈVE LE DÉFI DU BIO

Pour répondre à la demande de produits bio, la conversion des exploitants agricoles est un vrai enjeu. Un accompagnement technique pour réussir le passage en bio, mais aussi des prix d'achat justes pour absorber les coûts supplémentaires générés sont indispensables.

« L'agriculture bio est l'un des seuls secteurs de l'agro-alimentaire qui affiche une croissance régulière et continue. Les transformateurs et les distributeurs sont de plus en plus demandeurs de produits bio pour satisfaire la clientèle et les attentes sociétales sur la protection de l'environnement sont de plus en plus fortes », analyse Renaud Pradon, coordinateur régional agriculture bio à la Chambre d'agriculture Auvergne-Rhône-Alpes. L'assurance de débouchés pour leurs productions et les préoccupations environnementales amènent de plus en plus d'exploitants à envisager une conversion en bio. Même si l'équation n'est pas si simple. « Le passage en bio peut générer des coûts supplémentaires. Pour l'élevage, l'alimentation est plus cher ; pour



les cultures, le désherbage et la protection contre les parasites est souvent plus difficile et exigent plus de temps et du matériel spécifique », souligne Renaud Pradon.

L'accompagnement des agriculteurs comprend un volet financier, avec des aides de l'Europe, de l'Etat et de la Région, et un volet conseils. Le montant du soutien financier pour la conversion varie en fonction du type de production : 900 €/ha/an en maraîchage et arboriculture, 450 €/ha/an en cultures légumières de plein champ, ou encore 350 €/ha/an en viticulture. « Pour l'aspect technique, le réseau des chambres d'agriculture porte la marque Tech & bio qui privilégie les approches concrètes *via* des démonstrations sur le terrain, des témoignages d'agriculteurs et d'entreprises et des visites d'exploitations », explique le coordinateur régional.

En Auvergne-Rhône-Alpes,

l'agriculture bio comprend une grande diversité de productions. « C'est un avantage pour les entreprises qui trouvent tous les types de produits pour leur approvisionnement, mais ça limite les économies d'échelle », résume Renaud Pradon. Dans les filières bien structurées, les producteurs regroupés en coopérative peuvent mutualiser certains coûts. « Ils obtiennent des tarifs plus avantageux sur les plants ou les intrants et gèrent plus facilement la collecte et la transformation », expose l'expert. Côté commercialisation, deux options possibles : le circuit court avec les marchés, les Amap, la vente directe ; le circuit long avec les transformateurs, la restauration collective, les grandes surfaces... « Les grands distributeurs affichent un positionnement croissant sur le bio et ont une volonté forte de faire du bio local pour répondre aux attentes des consommateurs. Mais le prix proposé par les entreprises aux agriculteurs n'est pas toujours à la hauteur. Il y a un juste prix à payer pour faire vivre et durer les filières bio régionales plutôt que de se tourner vers du bio importé », conclut Renaud Pradon. ■

### UN PLAN RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

**Objectif : augmenter de 30 % le nombre de producteurs en agriculture bio d'ici à 2021 afin de répondre à un marché en forte croissance.**

En novembre 2016, l'assemblée plénière du Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes a voté un plan de développement de l'agriculture bio doté de 13 M€ sur 5 ans. Ce plan ambitieux s'est fixé des axes prioritaires : être une région leader pour la production en agriculture bio, augmenter de 30 % le nombre de producteurs d'ici à 2021, renforcer la compétitivité des exploitations bio afin qu'elles soient viables, rentables et performantes, accompagner les acteurs de l'aval (transformateurs et distributeurs) à conquérir des parts de marché à partir de matières premières régionales tout en sécurisant le revenu des agriculteurs bio.

Pour concrétiser ces ambitions, le programme d'actions repose sur des sessions de formation des agriculteurs, l'organisation de filières courtes et de filières longues, des aides pour les frais de certification et les investissements liés à la conversion, la sensibilisation des agriculteurs conventionnels... La Région s'appuie sur des partenaires, notamment la Chambre régionale d'Agriculture, la Fédération régionale des agro-biologistes, Coop de France, le groupement des agriculteurs biologiques, le Cluster Bio.

#### CHIFFRES CLÉS DU BIO EN AURA EN 2018

- 5 858 exploitations bio (+ 8,9 %), soit le 3<sup>e</sup> rang français.
- 251 776 hectares en bio et en conversion (+ 8,5 %), soit le 3<sup>e</sup> rang français.
- 9 % de la SAU en bio, soit le 5<sup>e</sup> rang français.
- 5 858 producteurs engagés en bio.
- 2 755 opérateurs aval engagés en bio.

(Source : Agence Bio)



## 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...

« 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 8 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 Ecoconception et du pôle de compétitivité Plastipolis. Le grand événement de la filière se déroulera les 25 et 26 mars 2020 avec la 6<sup>e</sup> 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 égale-



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

ment 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 mar-

ché 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. ■

### 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



## LES ENFANTS, À TABLE ! DONNENT LE GOÛT DU BON



Les box contiennent 10 petits pots pour les repas du soir

**La start-up lyonnaise produit des petits pots bio en s'approvisionnant en fruits et légumes auprès d'agriculteurs du Pilat et d'Ampuis.**

Une envie de créer son entreprise et de transmettre certaines valeurs ont conduit Cécilia Pépin à fonder Les enfants, à table ! en mars

2018. « L'idée cheminait depuis plusieurs années et s'est renforcée à la naissance de ma fille. Avec un père restaurateur, engagé très tôt sur le bio et le gaspillage alimentaire, j'étais sensibilisée au bien-manger et au respect de l'environnement », raconte-t-elle. Pour faire découvrir le goût des légumes, et pas uniquement des carottes et des haricots, Cécilia

Pépin choisit de proposer des petits pots frais et bio. Pendant un an, la dirigeante met au point les recettes avec une diététicienne, une naturopathe et une chef spécialiste des basses températures. « Nous avons élaboré une gamme pour répondre aux besoins à des âges différents. Les petits pots sont disponibles à partir de 5-6 mois et jusqu'à 3 ans », explique Cécilia Pépin qui sélectionne également des agriculteurs bio de la région pour l'approvisionnement. Depuis mars dernier, c'est dans un laboratoire de production dans les Coteaux du Lyonnais que les petits pots sont fabriqués. « La société Alice au pays met son matériel à disposition pour me permettre de préparer les petits pots avec des recettes variées toutes les semaines », précise la dirigeante.

Les jeunes parents peuvent commander des box de 5 re-

pas à retirer dans les points relais partenaires. « En fonction de l'âge, les box sont vendues entre 32,40 € et 37,40 €. Nous fonctionnons avec un système de consigne pour les petits pots en verre, la pochette isotherme et le sac de transport », détaille Cécilia Pépin qui a constitué un réseau d'une quinzaine de points relais, essentiellement des crèches et des magasins L'Eau Vive. Dans le cadre du programme Le Lab du Cluster Bio, l'entreprise a pu tester les recettes, mais aussi le dispositif de consigne auprès des clients de Botanic.

Sur son premier exercice, Les enfants, à table ! devraient réaliser environ 90 000 € de chiffre d'affaires. « D'ici 3 ans, j'espère pouvoir disposer de mon propre local de production et enregistrer 400 000 € de chiffre d'affaires », fait savoir l'entrepreneure. ■

### LES CONSOMMATEURS PARTICIPENT AUX INNOVATIONS

**En 2018, le Cluster Bio a mis l'accent sur l'innovation avec Le Lab. Cinq entreprises ont intégré la première promotion : Eki-bio, Les enfants à table, Tartex, Hari&Co, et Sicaba.**

« Le Lab est un programme permettant aux entreprises bio de la région de co-développer leurs produits avec les consommateurs pour mieux répondre à leurs besoins. Les entreprises entrent dans un processus de co-création et d'échanges avec les clients des enseignes Botanic et L'Eau Vive », indique Adrien Petit. Après un peu plus d'un an de réflexion et de travail, les premiers produits de cette expérimentation sont aujourd'hui commercialisés. Ainsi, la start-up lyonnaise Hari&Co a déve-

loppé des « Super Soupes » pour changer du traditionnel sandwich jambon-beurre. Trois repas prêt-à-boire ont été élaborés avec des recettes 100 % végétales et bio. La Sicaba (Société d'Intérêt Collectif Agricole de Bourbon l'Archambault), abattoir agréé pour l'abattage des viandes sous signe officiel de qualité, propose désormais un nouveau produit : « Tendresse d'Agneau Bio », un filet d'agneau fumé façon magret co-créé et validé par les clients de L'Eau Vive. Les enfants, à table ! (lire page suivante) produisent depuis 3 mois des petits pots frais et bio.

Une nouvelle promotion de ce dispositif sera lancée en 2020.



Les « Super Soupes » d'Hari&Co ont reçu le Grand Prix Sirha Innovation 2019