

Sommaire

Filières et métiers	2
Technique et règlementaire	4
Économie et marchés	6
Opportunités de développement	8
Vie des entreprises	10
Agenda	12

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**.

**CADRE LÉGAL
DES PRODUITS
VEGAN**

L'Autriche
5^{ème}
**consommateur
mondial en bio**

**APPELS À
PROJETS :**
*opportunités de
financement*

VIANDE BIO
en progression

LA FILIÈRE BOVINS VIANDES BIO :

Une diversité d'animaux et une segmentation importante des marchés

Selon l'Agence Bio, seulement 4 200 élevages de l'hexagone (5% des vaches allaitantes, selon l'Agence Bio en 2018) sont conduits en AB. Filière peu représentée en AB, cette tendance se retrouve en local. En 2018, notre région AURA détenait 1 021 élevages allaitants certifiés bio ou en conversion. Le nombre de vaches allaitantes certifiées bio ou en conversion est en progression de 9% sur un an, mais ne représente seulement que 4,2% du troupeau allaitant régional.

Le marché de la viande bovine AB se développe fortement avec une progression de 47% des volumes labellisés entre 2014 et 2017. L'offre en GMS (comptant pour la moitié de la viande bovine bio commercialisée) est alimentée principalement par des produits élaborés (haché). Les pièces nobles du troupeau allaitant ont des difficultés à être valorisées en dehors du marché des consommateurs avertis. En effet, 50% des non avertis ne sont pas prêts à payer plus cher ces produits.

L'autonomie alimentaire est un enjeu économique des élevages certifiés bio. En raison des coûts de production plus élevés en bio, l'autonomie alimentaire est fondamentale pour l'équilibre économique. Cet objectif étant plus difficile à atteindre en altitude, le Massif Central et les Alpes sont donc particulièrement sensibles. Ces secteurs concentrent la majeure partie des élevages régionaux allaitants certifiés bio. Par ailleurs, les opérateurs de l'aval attendent des carcasses régulières et une certaine conformation selon le type d'animaux. Par conséquent, l'éleveur doit adapter ses pratiques.

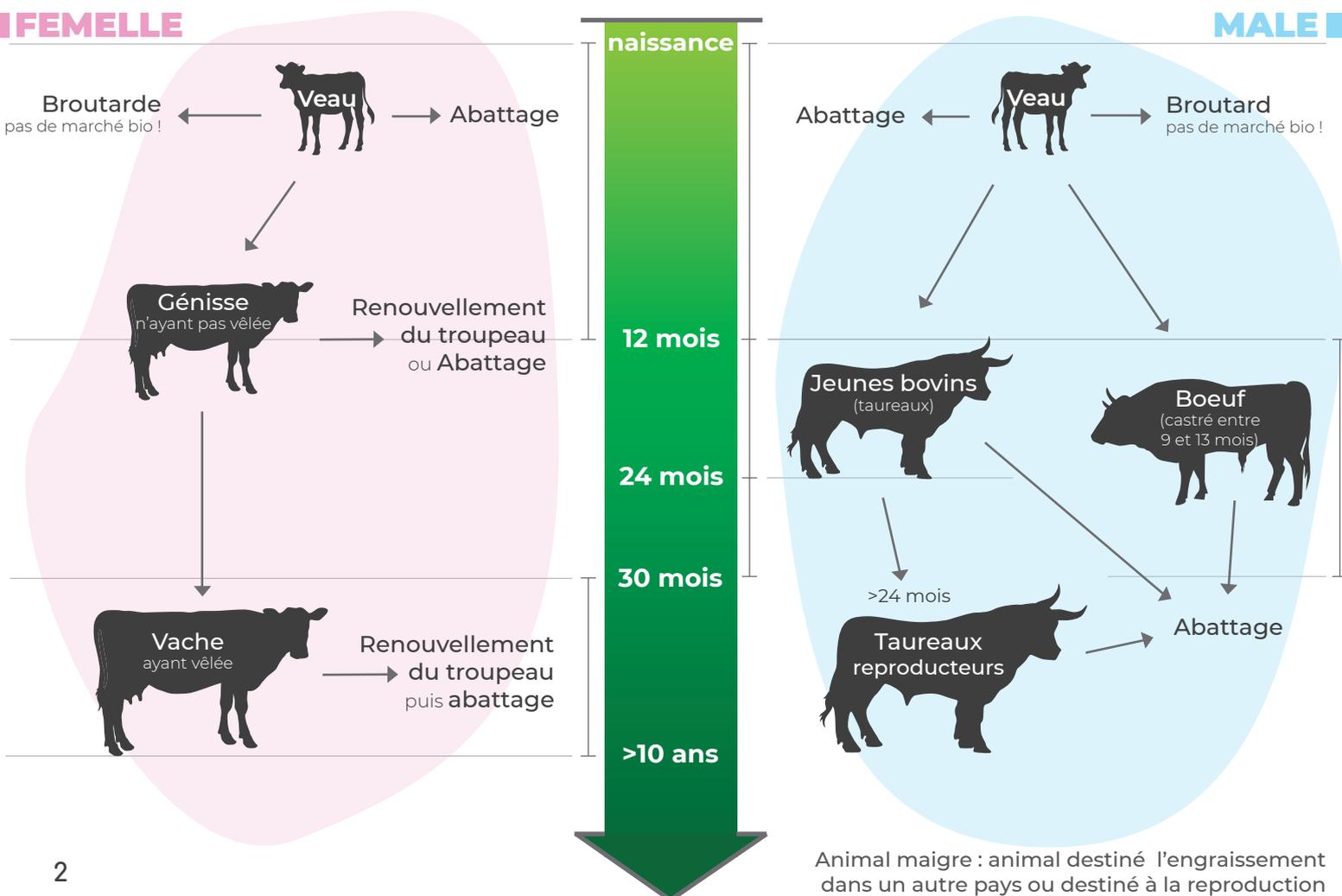
Ainsi, certains éleveurs préféreront finir plus rapidement leurs animaux certifiés bio. Vendus maigres, ils seront plus faciles à valoriser sur des marchés comme l'export. D'autres misent sur la valorisation de l'herbe, pour une meilleure maîtrise de l'économie de l'élevage tout en étant compatible avec la production de jeunes bovins (GMS, RHD et export).

Pour aller plus loin sur la filière allaitante en bio, RDV sur <https://bioviandes.bioetclac.org/>

Thibault PÉCLET

Sources : Agence Bio, 2018 ; CASDAR Proverbial ; laviande.fr

Infographie simplifiée de l'amont agricole FILIÈRE ALLAITANTE BIO



Animal maigre : animal destiné à l'engraissement dans un autre pays ou destiné à la reproduction



INTERVIEW

PRÉSENTEZ-NOUS VOTRE ACTIVITÉ

PODARNO est une conserverie bio, qui fabrique artisanalement des produits issus de producteurs locaux. 3 gammes de produits sont commercialisées en 2020 : les petits pots pour bébé, les légumineuses ou naturel et les soupes. Je mets aussi mon laboratoire à disposition pour les producteurs qui souhaitent transformer leurs propres produits à travers une offre de prestation de service.

La commercialisation se fait uniquement en magasin spécialisé bio et dans les points d'accueil des enfants (micro-crèches et MAM).

COMMENT EST NÉ VOTRE PROJET ?

Étant ingénieur en agriculture et ayant travaillé dans plusieurs entreprises en lien avec l'agriculture biologique depuis une quinzaine d'années, j'ai souhaité me lancer dans les conserves bio à l'occasion de la naissance de ma fille en 2016. S'en est suivi une période de construction du projet qui a duré 18 mois avec notamment l'équipement d'un laboratoire de production et son agrément.

POURQUOI LE CHOIX DE LA BIO ?

La Bio m'est apparu comme une évidence dans un projet de petits pots pour bébés. Le mode de culture des légumes ainsi que le mode d'élevage conviennent parfaitement à ce que l'on peut attendre d'un produit bon pour soi et pour son entourage. Mais contrairement à l'engouement actuel sur ce « créneau », l'agriculture bio n'est pas une fin en soi, c'est un socle sur lequel je me repose pour créer des produits avec un maximum d'attentes sociales et environnementales actuelles et à venir. On peut citer le travail avec des entreprises d'insertion ou encore la mise en place d'un système de consigne.

COMMENT GÉREZ-VOUS VOTRE APPROVISIONNEMENT ?

L'approvisionnement se fait en local exclusivement, durant la première année de fonctionnement, nous avons appris à nous connaître avec les producteurs locaux et à se faire confiance. Je connais leurs exploitations, leurs modes de production. C'est une relation de partenariat avec des femmes et des hommes qui souhaitent que leur travail soit valorisé au mieux et dans de bonnes conditions.



Arnaud FOURNIER
Entreprise PODARNO

par Farida HADDOU

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

Entreprendre est très enrichissant, on se retrouve à devoir réaliser des tâches dans beaucoup de domaines différents. Mais il faut savoir s'entourer et être soutenu par ses proches puisqu'il arrive souvent des périodes de doute, mais en rebondissant, on devient plus fort.

La bio nous donne l'opportunité d'innover, de réaliser quelque chose qui a vraiment du sens pour soi-même et pour la planète.

PRÉVOYEZ-VOUS DES ÉVOLUTIONS ?

PODARNO est en perpétuelle évolution, la première année se finit avec une quarantaine de points de vente et 15 produits différents commercialisés. Les années à venir seront toutes aussi riches avec pleins de nouveaux points de vente et pleins de nouveaux produits. Tout ceci entraînera des évolutions au niveau du personnel et du matériel.

À plus long terme, il est prévu de construire un nouvel atelier plus fonctionnel et plus adapté.



www.podarno.fr
f @Podarno

📍 28 rue de Touraine
03300 CUSSET

LES HUILES ESSENTIELLES :

UNE OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT POUR L'AB AU REGARD DU BILAN DU PLAN ECOPHYTO ?

En Agriculture Biologique, les produits phytosanitaires d'origine naturelle sont autorisés dans le cadre de la protection des cultures. Les produits phytosanitaires de synthèse sont interdits. Le règlement communautaire CE 834/2007 précise que l'utilisation de ces produits doit être justifiée par l'opérateur.

Le plan Ecophyto : réduire et améliorer l'utilisation des produits phytosanitaires

C'est donc dans une logique de réduction globale des produits phytosanitaires et d'optimisation de leurs usages, qu'est né en 2008 à l'initiative du gouvernement, le premier plan Ecophyto. Il vise plus globalement à maintenir une agriculture économiquement performante.

Le 7 janvier dernier a eu lieu le comité d'orientation stratégique et de suivi du plan Ecophyto (deuxième génération). Le constat est sans appel : **la quantité de substances actives vendue en 2018 progresse de 21% par rapport à 2017** et les usages agricoles représentent 74% du total. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette progression : les conditions climatiques favorables aux maladies fongiques et aux insectes et la hausse de la redevance pour pollution diffuse au 1^{er} janvier 2019 ayant pu conduire à des achats anticipés en 2018.

Dans le même temps, fin 2018, 9,5% des exploitations agricoles étaient certifiées bio. Entre autres dispositifs réglementaires, **les moyens alloués par l'État en 2020 pour la conversion vers l'AB devraient augmenter à hauteur de 250 millions d'euros**. L'investissement dans du matériel d'épandage performant pour la viticulture, l'arboriculture et le maraîchage fera l'objet d'un appel à projets d'un montant de 25 millions d'euros. Deux consultations publiques seront également lancées sur le déploiement de solutions de biocontrôle et sur les attendus en matière de conseil aux agriculteurs.

Le saviez-vous ?

Entre 2010 et 2017, les 3 000 fermes DEPHY réparties sur toute la France ont vu la réduction des produits phytosanitaires de 38% en maraîchage, 25% en arboriculture, 17% en viticulture et 14% en polyculture/élevage.

Les huiles essentielles, une opportunité pour la protection des cultures ?

La pharmacopée européenne définit les HE comme des produits odorants, de composition complexe, obtenus à partir d'une matière végétale.

Les HE, du fait de leurs propriétés biocides, sont susceptibles d'intéresser les producteurs pour faire partie des programmes de protection biologique. En revanche, **très peu de produits commercialisés à ce jour sont homologués**.

Pour les plantes qui les synthétisent, les composés constitutifs des HE peuvent être à la fois attractifs pour les pollinisateurs et répulsifs pour les bioagresseurs. Leurs effets sont donc multiples : **fongicides, insecticides, herbicides...** Mais pour pouvoir être utilisée, une HE doit être autorisée en tant que substance active et seules 3 d'entre elles le sont à ce jour :

- La menthe verte, utilisée comme anti-germinatif sur les pommes de terres ;
- Le girofle, pour son effet protecteur vis-à-vis des maladies de conservation des pommes et des poires ;
- L'orange douce, pour ses vertus fongicides.

Des projets en cours pour déployer l'usage des huiles essentielles

L'ITAB a coordonné un projet entre 2013 et 2015 visant à évaluer l'intérêt de 7 HE sur des maladies comme le mildiou de la vigne, de la pomme de terre et de la laitue, ou encore la tavelure du pommier.

Le site <https://ecophytopic.fr/> recense les résultats avec les mots clés « huiles essentielles » dans la barre de recherche.

Les HE peuvent donc sans nul doute compléter la gamme offerte aux agriculteurs certifiés bio pour protéger leurs cultures. Mais au-delà des travaux à déployer pour étudier leurs potentielles actions, c'est bel et bien leur reconnaissance en tant que substance active qui constitue le principal frein à leur commercialisation.

Thibault PÉCLET

Sources : agriculture.gouv.fr ; Réussir Fruits et Légumes, été 2019.



VÉGÉTARIEN, VÉGANE, QUEL CADRE LÉGAL ?

D'après une étude de l'institut Xerfi, les ventes de produits végétariens et véganes ont augmenté de 24% en 2018. Il s'agit d'un chiffre d'affaires comparable à celui du sans gluten. Pour la période 2019-2021, le marché devrait croître de 17% par an.

Un marché dynamique

Les végétariens et les véganes ne pèsent respectivement qu'environ 2% de la population française (1,3 millions de personnes) et 0,5% (340 000 personnes) alors que les flexitariens représentent un tiers de la population, soit près de 23 millions de personnes. À noter que dans les enseignes Bio, la part de flexitariens est souvent plus importante.

Vers une définition européenne des produits « véganes » ?

En droit européen, il n'existe à ce jour **aucune définition pour les termes de « végétarien », « végétalien » ou « végane »**.

En 2018, le député LREM Jean-Baptiste Djebbari proposait un amendement pour interdire l'usage de dénominations comme "steak" et "saucisse" pour la commercialisation des alternatives végétales aux produits carnés. Celui-ci a, après plusieurs mois de débats, été invalidé par le Conseil Constitutionnel. Le sujet n'en est pas moins clos puisque depuis début avril 2019, c'est au niveau de l'Union Européenne dans son ensemble que l'interdiction risque d'être appliquée. L'eurodéputé Eric Andrieu a effectivement émis une proposition allant dans ce sens.

Le gouvernement allemand a lui pris le parti de définir en juin 2016 les conditions d'utilisation de ces allégations.

Les initiatives et labels privés

Face à l'engouement du consommateur pour des produits véganes, plusieurs associations privées proposent des démarches et labellisations, notamment :



Le Label V de l'Union Végétarienne Européenne, soutenu en France par l'Association Végétarienne de France. Ce label existe depuis 1996. Leur V-Label est un symbole agréé et reconnu internationalement pour la labellisation de produits et services véganes et végétariens.

Les critères d'attribution sont proches des définitions publiques allemandes.

Infos : v-label.fr



Le label « Vegan » Society

Ce label existe depuis 1944. Il s'agit du standard international. Produits « végétaliens » et non testés sur les animaux.

Infos : www.vegansociety.com



Le Label E.V.E Vegan

Il s'agit d'un label créé en 2015 par l'organisme certificateur français Expert Végane.

Infos : www.certification-vegan.org/

► Marithé CASTAING

LE MAGAZINE 60 MILLIONS DE CONSOMMATEURS épingle les produits certifiés biologiques sur le marché Bio

Dans un numéro hors-série de 2019, 60 millions de consommateurs publie ses conclusions après avoir passé en revue près de 130 produits certifiés bio. Le verdict est sans appel : tous les produits ne se valent pas et le marché du bio pas cher est l'objet de nombreuses dérives.

Quels sont les enseignements de cet article ?

Produits laitiers, carnés, d'épicerie... un panel complet de produits bio de grande consommation ont été passés en revue. Conclusion pour le magazine : les fruits et légumes sont les seuls produits certifiés bio auxquels on peut faire confiance, avec une mention honorable pour les pommes et les bananes bio.

Les pratiques industrielles épinglées

Le consommateur est en attente de produits bons pour la santé (pour 59% des consommateurs) et respectueux de l'environnement (pour 45% d'entre eux). Ce sont pourtant bel et bien les pratiques commerciales qui font des produits bio, des produits d'exception. En effet, la directrice en chef du magazine considère que la démocratisation du bio entraîne une prise d'assaut par les plus gros opérateurs économiques de l'agroalimentaire et de la distribution. Le bio devient pour eux un argument marketing, une façon de verdier les consciences et une opportunité d'augmenter les prix sans trop d'efforts. Selon l'Agence Bio, 77% des consommateurs achetaient leurs produits bio dans les GMS en 2019.

60 millions de consommateurs définit le label bio comme moins exigeant au niveau environnemental, sans impact significatif sur la santé

En effet, sa directrice en chef 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.

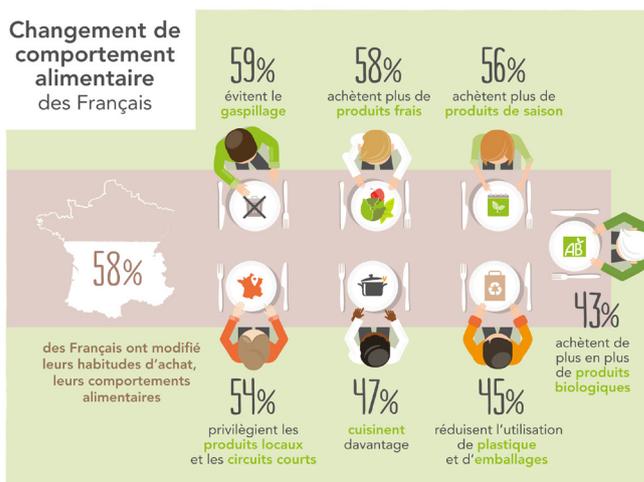


C'est ainsi que l'article de ce hors-série établit une liste de produits certifiés bio, comportant des « aberrations » au regard des valeurs drainées par ce mode de production.

Mais le magazine dresse également des recommandations et essaie de guider les consommateurs à travers 3 solutions :

- Les enseignes de la distribution spécialisée sont plébiscitées, à l'instar de Biocoop encore indépendante. Le magazine s'intéresse ici à la responsabilité sociale des entreprises ;
- Des filières courtes, jugées plus authentiques et proposant des produits de meilleure qualité, sont mises en avant ;
- Des habitudes alimentaires s'inscrivant dans le prolongement des valeurs du bio sont valorisées. Par exemple : la vente en vrac pour limiter les déchets.

Thibault PÉCLET



Sources : Agence Bio, 2019 et 2018 ; lefigaro.fr



L'AUTRICHE : UN FORT POUVOIR D'ACHAT

L'Autriche détient la 5^{ème} position mondiale de la consommation de produits bio par ménages avec 145,11€ par an par ménage. Elle est une des plus élevées au niveau mondial après la Suisse, le Danemark, La Suède et le Luxembourg.

L'économie en Autriche est très développée avec un PIB par habitant de 43 640 €.

Cette donnée, trois fois plus élevée que la moyenne mondiale, fait des Autrichiens un des peuples les plus riches au monde.

Grâce à son pouvoir d'achat parmi les plus hauts de l'UE, le taux de dépense pour les produits alimentaires et les boissons (hors alcool) représente 11,8% du budget total des ménages autrichiens.

Sa situation géographique au cœur de l'Europe permet à l'Autriche d'être un véritable carrefour d'échanges économiques et une porte d'entrée vers les pays de l'Est. En effet, le commerce avec ces pays représente 18,9% de l'ensemble des échanges commerciaux de l'Autriche.

Les tendances sur le secteur Bio

Dans un contexte où près de 67% de l'électricité produite est d'origine renouvelable et environ 26% de la surface agricole utile est certifiée Bio, l'Autriche est depuis plusieurs années, un marché de référence sur ce secteur que ce soit sur le volet de la production et de la consommation.

L'Autriche exporte principalement du lait et des produits laitiers vers ses voisins européens mais aussi vers les États-Unis.

Quelques recommandations pour exporter en Autriche

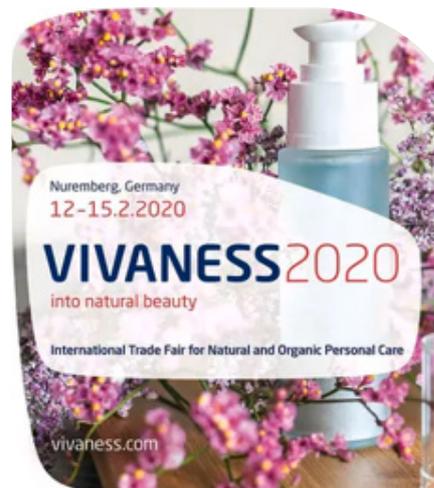
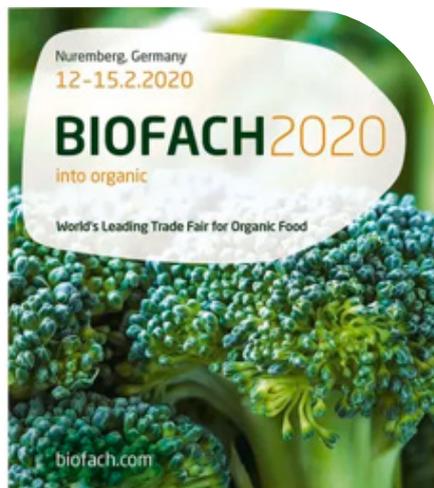
Au-delà des obligations d'étiquetage des produits alimentaires au sein de l'UE, la langue obligatoire d'étiquetage est l'allemand (d'autres langues pouvant également y figurer).

Pour pouvoir séduire et convaincre les acheteurs, n'hésitez pas à faire valoir la qualité et l'authenticité de vos produits. L'innovation et l'adaptation aux tendances de consommation dans votre offre sont également très importantes tout comme l'emballage.

🗨 Caroline GIRARD

Sources: Business France Danemark,
Agence bio.

RETOUR sur les NOUVEAUTÉS REPÉRÉES à BIOFACH & VIVANESS 2020



Chaque année, les professionnels du secteur bio se retrouvent à Nuremberg en Allemagne pour les salons BIOFACH (agroalimentaire) et VIVANESS (cosmétique). En 2020, 47 000 visiteurs de plus de 130 pays ont foulé les allées des salons à la recherche de fournisseurs, partenaires et inspirations...

Le salon BIOFACH

Sur le salon BIOFACH, plus grand salon mondial de l'agriculture et alimentation biologiques, 2020 est sûrement l'année où santé et innovation sont indissociables.

Le procédé de fabrication pour favoriser les bénéfices santé

La **fermentation** continue de séduire les industriels. Les développements de kombucha et de kéfir perdurent avec une valorisation du savoir-faire traditionnel et de leurs bénéfices sur la flore intestinale.

Des recettes enrichies en nutriments et appauvries en sucres et matières grasses

Les snacks sucrés et salés appuient leurs argumentaires sur la teneur en vitamines et en fruits, tandis que la réduction en sucres a atteint la catégorie des glaces. Ces dernières sont également touchées par la vague de « végétalisation » avec des recettes à partir de lait de coco ou intégrant des fruits et légumes, comme l'avocat.

Des ingrédients au service de la nutrition

Les **protéines végétales** sont plus que jamais sur le devant de la scène sous toutes leurs formes : farines, paillettes, graines, boissons, et d'origines différentes : chanvre, chia, avoine...

Les **superfruits** et **superfoods** d'Amérique du Nord et d'Asie poursuivent leur développement : maca, aronia, açai, jackfruit...

Au-delà de la santé humaine, une nouvelle impulsion a été donnée dans le développement des **solutions d'emballages**. Les marques ont présenté des produits emballés de façon plus durable, comme des canettes en carton, des bols à salade à partir de bambou, des pailles en pâtes...

Le salon VIVANESS

Sur le salon VIVANESS, salon international des produits de bien-être naturels et biologiques, les nouveautés se sont axées autour de 4 grandes thématiques :

La cosmétique solide

Le secteur des cosmétiques bio va plus loin dans ses engagements environnementaux. Dans l'objectif de réduire au maximum l'usage de packagings et l'utilisation d'eau, l'offre solide a fleuri avec des savons, des dentifrices et des shampoings sous forme de pastilles ou de poudres.

L'hygiène dentaire

Dans la salle de bain, tous les accessoires deviennent plus durables comme les fils dentaires naturels et vegan, les brosses à dents en bambou et les lingettes démaquillantes lavables.

Le chanvre

Cette plante millénaire fait son retour en fanfare dans de nombreuses et nouvelles gammes. Connue pour son huile nourrissante et sa molécule aux propriétés relaxantes le cannabidiol (ou CBD), le chanvre s'est imposé dans les différentes catégories du soin cosmétique et de l'hygiène.

La cosmétofood

La cosmétique bio s'est souvent inspirée de l'alimentaire pour innover. Ce constat est d'autant plus vrai à présent avec les mentions de « superfood » ou de « food shots », concentrés d'antioxydants, vitamines et acides gras sur les étiquettes.

🗨️ Lauriane LUBERT



DES OPPORTUNITÉS DE FINANCEMENT POUR VOS PROJETS !

Les opportunités détaillées ici n'ont pas vocation à être exhaustives, mais elles peuvent vous permettre de trouver des solutions de cofinancement pour des projets en cours. Le Cluster Bio et La Coopération Agricole Auvergne-Rhône-Alpes se tiennent à votre disposition pour vous apporter de plus amples renseignements et poursuivre ce travail de prospection au bénéfice du développement de vos activités.

Appel à projet :

La transition écologique, ici et ensemble.

Porté par la Fondation de France, cet AAP se clôture le **7 avril 2020**. Il vise à soutenir des collectifs organisés à ancrage local et sans but lucratif. Les projets auront pour objet de concourir à la transition écologique dans son ambition transformatrice et solidaire de la société. Ils devront proposer des solutions concrètes, leur mise en œuvre puis la diffusion des résultats, et viser la participation des citoyens et des parties prenantes du territoire.

3 possibilités de soutien sont proposées :

- Un soutien financier dans la limite de 3 ans maximum pour la mise en œuvre du projet ;
- Un appui via la mise en interaction des porteurs de projets bénéficiaires (obligatoire) ;
- Un dispositif "SOS consultant", facultatif, pour bénéficier de 1 à 3 jours d'appui technique.

Appel à projet :

Actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisés sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Porté par la Commission Européenne, cet AAP se clôture le **15 avril 2020**. Il vise à soutenir des actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisés sur le marché intérieur et dans les pays tiers. L'objectif général des actions d'information et de promotion est de renforcer la compétitivité du secteur agricole de l'Union.

Appel à projet :

Animation régionale des partenariats pour l'innovation et le développement agricole et rural pour l'année 2020.

Porté par le Ministère de l'Agriculture, cet AAP se clôture le **30 avril 2020**. Il vise à renforcer les partenariats entre acteurs du développement agricole en région et à améliorer l'accès des agriculteurs aux résultats issus des projets et programmes de développement agricole et rural. Pour cela, les dossiers sélectionnés doivent répondre à 4 objectifs parmi lesquels :

- Maximiser la valorisation des productions relevant de l'agroécologie et concourant à la multi-performance des exploitations agricoles ;
- Développer des partenariats innovants ;
- Impliquer les agriculteurs, les organismes de conseil et de formation, dès le départ.

La subvention accordée ne peut dépasser 150 000 €, avec un taux maximum d'aide fixé à 80%.

Appel à projet :

Concours d'innovation I-Nov Vague 5.

Porté par l'ADEME, cet AAP se clôture le **12 mai 2020**. Le Concours d'innovation i-Nov est un dispositif de soutien financé par le Programme d'investissements d'avenir visant à soutenir des projets innovants portés par des start-up et PME et conduisant à favoriser l'émergence accélérée d'entreprises leaders dans leur domaine pouvant prétendre notamment à une envergure mondiale. Parmi les thèmes : industrie et agriculture éco-efficientes ; eau et biodiversité. Il permet de cofinancer des projets de recherche, développement et innovation dont les coûts totaux se situent entre 600 k€ et 5 M€ (aidés de 35 à 45% selon votre entreprise).

L'Agence Bio lance son 21^{ème} Fond Avenir Bio !

Deux dates de dépôts sont proposées exceptionnellement, en raison de l'épidémie de COVID-19 : **le 3 juin et le 10 septembre 2020**. Ces deux vagues permettront de s'adapter au mieux aux différentes situations rencontrées par les entreprises, et de répondre à la fois au besoin de certaines d'investir rapidement et à la nécessité pour d'autres de disposer de plus de temps pour monter leur dossier.

Le fonds avenir bio a évolué par rapport aux précédents appels à projets, merci de bien lire le texte de l'appel à projets n°21.

Les demandes d'aide au fonds avenir bio sont plafonnées à 700 000 €.

Les critères de sélection ont été précisés ou modifiés.

La Coopération Agricole ARA et le Cluster Bio se tiennent à votre disposition pour vous renseigner.

Thibault PÉCLET

En raison de l'épidémie de COVID-19, il est possible que les dates limites pour répondre à ces AAP soient modifiées.



Mathilde NGUYEN, chargée de mission Qualité & Marketing Coopérative Jura Mont-Blanc

par Thibault PÉCLET



QUE POUVEZ-VOUS NOUS DIRE SUR JURA MONT-BLANC ?

Notre coopérative est présente sur trois territoires : la Haute-Savoie, la Savoie et le Pays de Gex. Du haut de ses 30 ans, elle s'est développée autour de deux pôles. L'un, agricole, est organisé autour d'activités de collectes de céréales, de stockage, de commercialisation, de fabrication d'aliments pour le bétail et d'approvisionnements. Le second, orienté grand public, se reflète dans les 19 magasins Gamm Vert détenus par la coopérative sur ses territoires.

QUE REPRÉSENTE L'AB DANS VOS ACTIVITÉS ?

La coopérative a commencé à s'investir en AB en 2016 avec une première certification pour la distribution d'aliments vrac et pour le bétail en direct fournisseur et la revente de fourrages. L'engouement autour de l'AB et sa dynamique de progression nous ont donné envie d'aller plus loin en certifiant en 2019 l'un de nos silos.

Dédié uniquement à l'AB, il est constitué de petites cellules, nous permettant ainsi de diversifier notre offre sur les marchés.

À ce jour, une centaine de nos coopérateurs sont certifiés bio (sur près de 2 000 adhérents). Ils sont accompagnés au quotidien par l'un de nos technico-commerciaux, très intéressé par le sujet. Il est progressivement devenu le référent bio sur l'aspect itinéraires culturels pour l'ensemble de nos coopérateurs certifiés bio. De mon côté, je suis chargée, entre autres, d'accompagner le développement de l'AB sur le plan administratif et réglementaire.

POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE VOTRE INVESTISSEMENT DANS LA FILIÈRE BRASSICOLE ?

Cette récente certification du silo s'est accompagnée d'un rapprochement avec Malt'in Pott, une malterie artisanale de Haute-Savoie, créée en 2018. Nous leur avons déjà livré du sarrasin mais notre accord porte essentiellement sur l'orge de brasserie. Notre objectif étant de développer des débouchés pour nos producteurs dans une logique de structuration de filière, c'est tout naturellement que nous nous sommes rapprochés de cette entreprise. En effet, beaucoup de micro-brasseries se sont récemment constituées et la plupart s'investissent en AB. Compte tenu du contexte de l'offre sur cette jeune filière, elles sont amenées à aller chercher loin leurs matières premières, ce qui est globalement contraire aux valeurs de l'AB. **Jura Mont Blanc s'investit donc aux côtés de Malt'in Pott pour proposer un malt bio et local à ces micro-brasseries.**

QUELLE IMAGE AVEZ-VOUS DU DÉVELOPPEMENT DE L'AB ?

L'AB induit une approche filière. Travailler ainsi est très intéressant et nous permet de contribuer au développement de l'agriculture locale, tout en proposant une alternative éco-responsable aux adhérents et agriculteurs qui peuvent nous rejoindre par la suite. **Aujourd'hui, l'AB est incontournable à beaucoup de points de vue.**

En revanche, il faut mobiliser les acteurs, dont les agriculteurs pour se développer en bio. **Le rôle fédérateur de la coopérative est donc plus que jamais mis en avant**, ce qui induit un énorme travail en amont sur le terrain.

Maintenant que le projet Malt'in Pott est lancé, le grand défi est de réussir à mobiliser les troupes et à créer une véritable émulation, tout en allant chercher d'autres partenaires.

POUR ALLER
PLUS LOIN

www.jmontblanc.fr



@coopjuramontblanc



69 route des Agriculteurs
74580 VIRY



Paul-Alexis PIERRE, fondateur et dirigeant Entreprise HACHÉS DE FRANCE

par Bastien BOISSONNIER



POUVEZ-VOUS PRÉSENTER HACHÉS DE FRANCE ET SON CONCEPT ?

Nous sommes une entreprise française et indépendante, attachée à revaloriser la filière viande française à travers les races rustiques, tout en prenant en compte le bien-être animal, la bonne rémunération des agriculteurs et l'information aux consommateurs. Notre concept est de réinventer le "steak haché", souvent dévalorisé, en haché de viandes, plus noble. La viande hachée permet en effet de valoriser des muscles que les français ne connaissent pas ou peu. Grâce à des recettes bouchères qui permettent une bonne valorisation organoleptique des différents muscles, on obtient de la viande hachée d'une bonne qualité gustative.



À QUELS BESOINS LES PRODUITS RÉPONDENT ?

Les consommateurs sont en demande de transparence. Nous pensons qu'il faut un niveau d'informations suffisant pour que le consommateur comprenne ce qu'il mange. Sur nos packagings, on inscrit la dénomination bouchère de la composition musculaire du haché (NDLR : proportions des différents muscles utilisés), et un QR code redirige vers une fiche qui livre des informations de traçabilité.

QUEL RÔLE JOUE HACHÉS DE FRANCE DANS LES FILIÈRES ?

Nous permettons aux filières engagées dans la transition agro-écologique de se développer en ayant la possibilité de valoriser correctement toute leur production. Les agriculteurs peuvent en effet se consacrer pleinement à l'élevage, tout en ayant la garantie de bien valoriser la totalité des muscles. Avec ce concept, on rend accessible une viande de qualité premium à prix raisonnable avec un cahier des charges cohérent et intègre.

+ d'infos : www.hachesdefrance.fr

OÙ EN EST LE DÉVELOPPEMENT ET QUELLES SONT LES PERSPECTIVES ?

La première commercialisation a commencé en janvier 2020 avec l'AOP Maine-Anjou. Nous développons désormais une gamme Agriculture Biologique en Auvergne-Rhône-Alpes. Nous lançons une campagne participative pour une gamme de charcuterie de bœufs. Cet été, nous lancerons la première saucisse fraîche de porcs bio racés rustiques.

POUR ALLER
PLUS LOIN

www.hachesdefrance.fr

AGENDA

En raison des mesures de restriction des activités mises en place contre le COVID-19, l'agenda prévu va être totalement remanié avec l'annulation ou le report des évènements et réunions auxquels nous devons participer.

Néanmoins, à l'heure où nous rédigeons ces lignes, certains rendez-vous semblent être maintenus :

15 AVRIL

Groupe de travail Grandes Cultures bio, organisé par La Coopération Agricole ARA (Réunion téléphonique)

8 JUIN

Commission Bio de La Coopération Agricole - PARIS

11 > 19 JUIN

Congrès Mondial de la Nature - MARSEILLE

16 JUIN

Groupe de travail viandes bio - LIEU À DÉFINIR

17 JUIN

Rendez-vous Tech&Bio Arboriculture - MONTAUBAN

8 & 9 JUILLET

Rendez-vous Tech&Bio Viticulture - LIBOURNE MONTAGNE (33)

21 > 25 SEPTEMBRE

Congrès Mondial de l'AB - RENNES

Besoin de + d'infos ?



Cluster Bio ☎ 04 75 55 80 11

La Coopération Agricole ARA ☎ 06 09 28 92 48



6^{ÈME} CONVENTION D'AFFAIRES INTERNATIONALE
POUR LES PRODUITS BIOLOGIQUES

NOUVELLES DATES 8 ET 9 JUILLET 2020 - VALENCE

COMMENT ANCRER DURABLEMENT LA CROISSANCE DU BIO ?

Magazine "Les échos du BIO" réalisé par



Réalisé avec le soutien
financier de



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