

Compte-rendu

Rencontres professionnelles des acteurs de la filière Bio en Bretagne

Mardi 24 novembre 2015 – 2^{ème} édition

Organisées par Initiative Bio Bretagne (IBB)



Initiative Bio Bretagne (IBB) organisait le 24 novembre dernier, à Rennes (35), la 2^{ème} édition des rencontres professionnelles des acteurs de la filière Bio en Bretagne. Cet événement s'adressait à tous ceux qui contribuent ou souhaitent contribuer au développement des produits Bio et qui participent ainsi au succès et au dynamisme de ce secteur sur le territoire breton. Plus de 80 participants ont répondu présents : rendez-vous d'affaires, expositions de produits et services, atelier et conférence... Retour sur cette journée riche d'échanges et de contenus...

Au programme : Espaces d'exposition pour les adhérents à Initiative Bio Bretagne. Faites découvrir vos produits et services ! | Atelier d'ouverture : Politiques de référencement et d'approvisionnement des distributeurs | Rendez-vous d'affaires, 1^{ère} session | Buffet Bio (Farandole Végétale) | Conférence : Marché Bio à l'échelle nationale et européenne | Rendez-vous d'affaires, 2^{ème} session | Apéro de clôture

► [Pour mémoire... programme détaillé de la journée : contexte, enjeux et intervenants pour l'atelier et la conférence](#)



Atelier d'ouverture

Politiques d'approvisionnement et de référencement des distributeurs

Contexte et enjeux : Dans un marché dual, occupé autant par les généralistes que par les spécialistes, la compréhension de la diversité des politiques de référencement et d'approvisionnement des distributeurs est un enjeu pour les acteurs de la filière, en particulier dans un contexte de rapprochement des grandes enseignes de la distribution pour la mutualisation de leurs achats.

Animé par Goulven Oillic (IBB), avec Michel Dinard (Biocoop Callune - Pontivy et Loudéac), Philippe Delran (BioLinéaires) et Olivier Mevel, Maître de Conférences en Sciences de Gestion et Consultant en stratégie des entreprises agroalimentaires (Université de Bretagne Occidentale).

Concrètement... Témoignage de Michel Dinard, Biocoop Callune (Pontivy et Loudéac)

Biocoop Callune (Pontivy) a fêté ses 25 ans cette année. Le magasin emploie aujourd'hui 20 personnes, auxquelles se rajoutent les 5 salariés du second magasin ouvert à Loudéac. Le chiffre d'affaires avoisine les 4,5 millions d'€, **signe que le développement de la Bio ne se fait pas que dans les grands centres urbains, mais bien partout sur le territoire.**

Le réseau Biocoop dispose de 360 magasins aujourd'hui en France. Les magasins sont approvisionnés par 4 plateformes qui fournissent 80% des produits Bio disponibles en magasins, le reste des approvisionnements se faisant en direct. **70 producteurs locaux fournissent le magasin de Pontivy**, auxquels s'ajoutent une trentaine de producteurs Bio sur la France pour d'autres productions non disponibles localement (vins...).

Le référencement en magasins Biocoop repose sur une **charte de distribution** (respect de la saisonnalité, priorité aux fournisseurs 100% Bio, sans OGM...). Pour le référencement en plateforme, des critères sur le commerce équitable Nord-Sud complètent le cahier des charges. Par ailleurs, une douzaine de groupements de producteurs Bio sont référencés, bientôt une quinzaine.

La croissance du marché du réseau Biocoop est supérieure à celle de la croissance du marché Bio (+15% / an contre 10% / an en moyenne sur l'ensemble du marché Bio). Les prévisions annoncent l'ouverture de 20 à 30 nouveaux magasins en 2016. Biocoop Callune (Pontivy), en plein développement, s'agrandit pour atteindre 660 m². **Une belle réussite pour un magasin Bio dans une ville de 15 000 habitants !**

Repères... Philippe Delran, BioLinéaires

Sur les 2 400 magasins Bio en France, **60% sont des indépendants et 40% sont intégrés à des réseaux organisés**. Dans son ensemble, le réseau spécialisé a gagné des parts de marché depuis 2 ans, au détriment des grandes surfaces alimentaires (GSA). Il réalise 1,7 milliards d'€ de chiffre d'affaires. Les grossistes qui approvisionnent les distributeurs réalisent quant à eux près de 560 millions d'€ de chiffre d'affaires sur les produits Bio vendus au magasin. Les réseaux organisés (Biocoop, La Vie Claire, Bio C'Bon, Les Nouveaux Robinsons...) détiennent environ 60% du marché des magasins spécialisés Bio. Les indépendants sont plus libres dans le référencement de leurs produits, mais induit une gestion plus lourde (nombre de fournisseurs plus important).



La valeur ajoutée de la Bio et son évolution

Le point de vue d'Olivier Mével

Maître de Conférences en Sciences de Gestion et Consultant en stratégie des entreprises agroalimentaires, Université de Bretagne Occidentale

Les distributeurs, et notamment les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) ont 3 métiers : acheteur, logisticien et organisateur des produits sur le linéaire. Pour Olivier Mével, **l'organisation des linéaires est le point essentiel pour provoquer l'acte d'achat**. Un espace dédié au Bio ? Des produits dispersés dans les linéaires ? Ou les deux (double implantation) ?

GSA : plus de marges en Bio

L'enjeu est pourtant de taille... Pour une part importante de leurs références, les GSA ne gagnent pas ou peu d'argent. Avec la Bio, ils font des marges plus intéressantes et supérieures proportionnellement à l'espace effectivement occupé dans les linéaires. De même, concernant les enjeux, la communication des GSA sur leur offre Bio repose sur un "*marketing de promesse*" car elle leur permet de combler "*un besoin de réassurance des consommateurs*".

Mais on observe qu'il est souvent difficile en GSA de donner de réelles informations sur le produit Bio, sur son identité, son origine et sa valeur. Pour les CSP+, forts consommateurs de produits Bio, la "théâtralisation du produit" joue pourtant un rôle important dans l'acte d'achat.

D'autant que le développement de la consommation Bio mord sur d'autres postes de dépenses, à revenu constant. **Les consommateurs Bio "grignotent" des postes de dépenses non alimentaires pour l'achat de produits Bio.** La présentation et l'accompagnement du produit revêtent dans ce contexte une importance capitale pour favoriser les achats de produits Bio, et questionnent les distributeurs sur la place à accorder aux produits Bio si les produits non alimentaires paient le prix du développement de la Bio.

MDD Bio : bon ou mauvais choix ?

Mais pour Olivier Mével, en développant des MDD Bio (Marques De Distributeurs), **les distributeurs se sont coupés des critères recherchés par les consommateurs : traçabilité, territoire, proximité, réassurance, emploi...** Si l'offre de produits Bio devait permettre aux GSA de redonner confiance aux consommateurs, les MDD – impersonnelles et dépourvues d'identité - ont un effet contraire, même si 60% des achats restent motivés par le prix (puis 30% par le rapport qualité / prix). En d'autres termes, **si on est capable de faire des produits Bio pas chers, en quoi sont-ils différents ?** Sont-ils vraiment plus fiables et de meilleure qualité ? A moyen terme, le développement des MDD pourrait rompre le cercle vertueux lié au prix des produits Bio : **un prix plus élevé à la consommation** est aussi synonyme pour les consommateurs de rémunération plus élevée au producteur et de qualité globale (notion de prix psychologique).

Marques régionales, une concurrence pour la Bio ?

Dans ce contexte de confusion, les marques régionales s'imposent de plus en plus et pourraient même concurrencer les produits Bio. Elles redonnent une crédibilité aux distributeurs et du sens à l'acte d'achat et le dépassent : le contenu du caddy ne se résume pas alors à une somme de denrées alimentaires, mais à un acte d'achat connecté à un contexte économique, territorial, social, environnemental... A fortiori, une marque régionale Bio a de grandes chances d'être plébiscitée par les consommateurs.

Enfin, le mythe de la Grande Distribution "Tout sous un même toit" est en train de voler en éclat. La distribution se recompose (le Drive se développe, le Supermarché perd des parts de marchés...). Après la guerre des prix qui a amené différentes fusions (Auchan-Super U, Cora-Carrefour, Intermarché-Casino), **la bataille se jouera dans la diversification et la spécialisation** (lieux d'achat segmentant). D'après Olivier Mével, les GMS vont s'adapter et vont sans doute reconquérir les parts de marché perdues au profit des magasins spécialisés Bio. A l'horizon de 5 ans, le marché Bio français pourrait atteindre les 8 milliards d'€ et les GSA, si le virage actuel est bien négocié, détenir de 52 à 54% des parts du marché Bio.

Quelle stratégie pour les opérateurs Bio ?

Concernant les opérateurs Bio et leur stratégie, Olivier Mével regrette que certains d'entre eux se soient laissés séduire par les MDD Bio, qui vont à l'encontre de leurs intérêts sur le long terme. Il déplore également que la communication mise en place par les acteurs de la filière Bio ne soit **pas assez percutante, innovante, offensive...** Communiquer avec le logo AB ne suffit plus. La concurrence entre les signes de qualité s'est renforcée et **la Bio a des arguments à faire valoir.** Les opérateurs Bio doivent également communiquer **vers les adolescents et les jeunes.** Ce sont eux les prescripteurs et les marques qui les entourent font partie de leur monde. Quoi qu'on en pense, ils grandissent et se construisent avec. Pour convertir des nouveaux consommateurs à la Bio, la confiance dans une marque joue un rôle non négligeable et peut également fidéliser la consommation dans le temps.

Conférence

Marché Bio à l'échelle nationale et européenne

Impacts de la recomposition du paysage des acteurs de la distribution et des évolutions socio-économiques sur la politique des prix aux producteurs et aux fournisseurs

Contexte et enjeux : Le marché Bio est toujours en croissance mais évolue. Il est marqué en France par la **pluralité de ses canaux de distribution**, avec un équilibre entre distribution spécialisée et distribution généraliste.

Toutefois, ces deux canaux connaissent leurs propres évolutions et diversité. Pour les **réseaux spécialisés**, on observe une consolidation des réseaux, diminution du nombre des indépendants, développement des chaînes

spécialisées appartenant à des groupes, arrivée et développement de nouvelles chaînes... Pour les **généralistes**, on observe le rapprochement des grandes enseignes pour leurs politiques d'achat ou la montée en puissance des marques de distributeurs (MDD).

Si l'équilibre entre les acteurs de la distribution est une sécurité pour les filières, quelles peuvent être les conséquences des mouvements en cours pour les producteurs et les transformateurs / préparateurs ? Qui supportera les futures baisses des prix aux consommateurs ? L'expérience de nos homologues européens - où les généralistes dominent et où les prix à la consommation sont plus faibles qu'en France - peut-elle nous éclairer sur les évolutions à venir pour le secteur ? Quelles sont les évolutions économiques, sociétales, socio-démographiques à prendre en compte ? Quelles sont les facteurs internes aux filières à observer ? Comment les acteurs de la Bio peuvent-ils anticiper ces signaux faibles ?

Intervenants

Christian Renault, consultant à AND-International, spécialisé dans le secteur agroalimentaire (à droite)

Depuis 2006, il analyse l'évolution du marché alimentaire Bio pour l'enquête annuelle publiée par l'Agence Bio. A cet effet, il étudie le comportement d'achats des consommateurs et les stratégies des acteurs du marché. Son intervention a permis une contextualisation française et une approche par filière de l'évolution de ce marché.

Burkhard Shaer, Ecozept (à gauche)

Ecozept réalise des études de marché et fournit un conseil dans la mise en marché, principalement sur le marché des produits Bio. Implanté en France et en Allemagne, collaborant à plusieurs projets de recherche européens sur les questions-clés actuelles de l'économie agroalimentaire, du comportement du consommateur et des tendances alimentaires, Burkhard Shaer nous a apporté un éclairage européen sur les tendances et les évolutions constatées en Europe, tant pour les acteurs de la filière que pour les consommateurs.



► [Conférence disponible dans son intégralité en vidéo](#) (vidéo 1h22mn)

Liens en plus...

► [Paroles des participants...](#) Pourquoi participez-vous aux Rencontres professionnelles des acteurs de la filière Bio en Bretagne ? Que vous apportent-elles ? (vidéo 12mn 45)

https://youtu.be/CG_wu19RAmw

► [Ils étaient présents aux Rencontres professionnelles Bio... et vous ?](#)

<http://www.bio-bretagne-ibb.fr/actualite/actualites-nationales/ils-sont-inscrits-aux-rencontres-professionnelles-bio-et-vous>

► [Consulter le catalogue des participants](#) (hors inscriptions de dernière minute – liste exhaustive depuis le lien ci-dessus ou cf. liste ci-après)

<http://www.bio-bretagne-ibb.fr/wp-content/uploads/IBB-CatalogueRencontresProBioBretagne-24112015.pdf>

► [Pour mémoire... programme détaillé de la journée](#) : contexte, enjeux et intervenants pour l'atelier et la conférence

<http://www.bio-bretagne-ibb.fr/wp-content/uploads/IBB-RencontresPro-Programme-24112015-LogoCD35-bd.pdf>

► [Retour sur la 1^{ère} édition, le 24 novembre 2014](#) : 90 structures et entreprises représentées, 120 participants, 300 rendez-vous d'affaires organisés par IBB...

<http://www.bio-bretagne-ibb.fr/actualite/filieres/un-grand-succes-pour-la-1ere-edition-des-rencontres-professionnelles-des-acteurs-de-la-filiere-bio-en-bretagne>

► [Retour en images sur l'édition 2014 !](#) (vidéo 1mn 40)

<https://www.youtube.com/watch?v=cJCDcMrB234>

Ils étaient présents aux rencontres professionnelles Bio... et vous ?

- **A.B. NUTRIMENTS...** Recherche fabricants de produits Bio dédiés aux magasins spécialisés – Représentation de la marque en magasins Bio, référencement en centrale d'achat. Intégration dans le groupement des fabricants bretons
- **AGENCE UNIQUE...** Développement / R&D : Matières premières produites en petite quantité, peu ou pas exploitées, pour développer des recettes à partir de la matière première cultivée et sauvage du Morbihan
- **AGRI BIO CONSEIL S.A.R.L...** Recherche partenariats avec transformateurs locaux et plutôt de petite taille, pour mise aux normes des grains (trilage, séchage, décorticage, stockage et livraison en *bigbag*)
- **AME HASLE...** Grossiste spécialisé depuis 35 ans dans la distribution de produits frais : fruits et légumes (1ère, 4e et 5e gammes en conventionnel et en Bio), produits de la mer, produits carnés et produits élaborés divers... Livraisons vers la grande distribution, la restauration hors domicile collective et commerciale, les spécialistes
- **AND INTERNATIONAL...** Depuis 2006, ce cabinet d'étude analyse l'évolution du marché alimentaire Bio pour l'enquête annuelle publiée par l'Agence Bio (étude du comportement d'achat des consommateurs et des stratégies des acteurs du marché)
- **ANSAMBLE BREIZ RESTAURATION...** Société de restauration collective régionale, présente sur les marchés du scolaire, santé-résidence et entreprise – Recherche à rencontrer des fournisseurs locaux Bio capables de satisfaire leurs exigences (qualitatives et quantitatives) en matière d'offre sur le territoire par segment de clientèle (scolaire, entreprise, médico-sociale...)
- **ANSES...** Laboratoire de Ploufragan-Plouzané spécialisé dans la santé des volailles, du lapin, des porcs et des poissons d'élevage
- **APPLE PIE...** Petit restaurant & salon de thé paysan Bio au centre de Rennes proposant des produits en direct de sa ferme et d'autres paysans locaux
- **ARMOR FRUITS S.A.S...** Distributeur de produits frais : fruits et légumes frais Bio et conventionnels
- **ASSOCIATION MANGER BIO 56...** Association de producteurs Bio, fournisseur de la restauration collective – Une trentaine de producteurs morbihannais adhérents : produits laitiers, pains, légumes, fruits, jus de pomme, limonade...
- **BDI...** Bretagne Développement Innovation (Agence régionale)
- **BIO LINEAIRES...** Proposer aux professionnels nos diverses solutions média afin de conforter ou développer le positionnement des entreprises / marques sur le marché de la distribution spécialisée...
- **BIOBLEUD S.A.R.L...** Fournisseur de pâtes à tarte et de crêpes et galettes à l'échelle nationale des principales chaînes de magasins Bio et des grossistes spécialisés en Bio. Fonds de tarte pour la restauration collective...
- **BIOCOOP CALLUNE...** Magasins Biocoop à Pontivy et Loudéac
- **BIOCOOP LE CHAT BIOTTE...** Magasins Biocoop à Combourg et Dol de Bretagne. Administrateur national Biocoop
- **BOULANGERIE CANEVET...** Pains, pâtisseries, viennoiseries biologiques depuis 1986, à destination des particuliers, magasins spécialisés, collectivités et GMS. Mention Nature et Progrès depuis 1992
- **BRASSERIE BRITT...** Bières Bio non pasteurisées de haute fermentation
- **BREIZH AVOAN...** Transformation artisanale de flocons d'avoine en boisson, spécialité végétale pour la cuisine et desserts végétaux à l'avoine
- **BRETAGNE CENS (Commerce Equitable Nord Sud)...** Association de promotion de produits issus du commerce équitable
- **BRETAGNE VIANDE BIO (BVB)...** Fournit la boucherie artisanale et les rayons boucherie en magasins spécialisés, les salaisonnières et transformateurs
- **BUREAU VERITAS CERTIFICATION FRANCE...** Organisme de certification Bio : 12 000 opérateurs en France
- **CCI SAINT-MALO FOUGERES...** Salon Prorestel – Salon professionnel dédié à la RHD – 7 au 9 mars 2016 – à Saint-Malo (35)
- **CENTRE DE PRODUCTION ALIMENTAIRE DE COETQUIDAN (Ministère de la Défense)...** Activités de production de bases culinaires conditionnées sous-vide et livrées en liaison froide, de pâtisseries fraîches et surgelées, et de produits élaborés tels que les salades traiteur et buffet. Certifié Bio
- **CERECO...** Céréales Bio pour boulangerie, biscuiterie, préparation à base de céréales : flocons de céréales (blé, avoine, seigle, orge, épeautre, sarrasin). Corn flakes (méthode traditionnelle), flakes de céréales (blé, seigle, orge). Et céréales du petit déjeuner (gamme complète) pour Magasins spécialisés Bio et GMS

- **CFPPA LE RHEU...** Formations en Agriculture Biologique
- **CONSERVERIE ER VRO...** Production et vente de plats appertisés à base de légumes Bio bretons
- **COOP DE FRANCE OUEST...** Structure syndicale créée et pilotée par les coopératives agricoles et agroalimentaires
- **CREA NATURE...** Farine et pâte. Spécialisé dans la transformation des céréales anciennes (Petit Epeautre, Grand Epeautre, Sarrasin, Seigle...). Applications pour les farines : biscuiteries, boulangeries. Pour les pâtes : restauration scolaire, restauration commerciale ou d'entreprise
- **DRAAF...** Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
- **E.T.A. LE BOIS JUMEL...** Cherche clients magasins spécialisés pour distribuer confitures, confits, chutneys et confitures de lait / charcuteries et plats cuisinés en conserves
- **EARL DE PENFRAT COZ...** Exploitation grandes cultures en cours de conversion dans le Finistère
- **EARL ENTRE TERRE ET MER – Le Ptit Fermier de Kervihan...** Producteur de lait Bio dans le Morbihan et transformation / vente de produits laitiers Bio fermiers bretons. Laboratoire de 500m² totalement dédié à la transformation du lait. Large gamme : Yaourts, crème dessert, fromage blanc, faisselle, crème, beurres, lait, fromages affinés
- **ECOZEPT...** Ecozept réalise des études de marché et fournit un conseil dans la mise en marché, principalement sur le marché des produits Bio. Implanté en France et en Allemagne, il collabore à plusieurs projets de recherche européens sur les questions-clés actuelles de l'économie agroalimentaire, du comportement du consommateur et des tendances alimentaires
- **EDOU BREIZH...** Fabricant d'aliments biologiques pour le bétail
- **EPISAVEURS BRETAGNE...** Distributeur de produits d'épicerie, de boisson et d'hygiène auprès des professionnels de la Restauration Hors Domicile
- **EVELIA...** Minoterie. Marque Melbio, Large gamme de farines adaptées à tous les usages : Farine de blé moulue sur meule ou sur cylindre pour les métiers de la boulangerie, pâtisserie, biscuiterie, biscotterie. Melbio propose aussi des grains, flocons et dérivés de céréales
- **FAGOTS ET FROMENT – Sarl Le Pain du Rozay...** Pain au levain, pétri à la main et cuit au feu de bois. Pour les Grandes et Moyennes Surfaces et Collectivités
- **FROMAGERIE LA CAPRARIUS S.A.R.L...** Fromage artisanal de chèvre, brebis et vache. Recherche partenaires : Magasins Bio, épiceries fines, restaurants, fromageries
- **GROUPE ANTOINE ST EXUPERY – CETA...** Lycée d'enseignement général et technologique agricole (Rennes)
- **INGREBIO...** Conseil et veille spécialisés en ingrédients Biologiques. Recherche d'ingrédients Bio, de fournisseurs ? Besoin en étude de marché, en analyse de tendances ?
- **KER LEG'...** Légumes 4ème Gamme sous vide à destination des collectivités, grossistes et transformateurs. Découpe et conditionnement
- **KERMENE...** Transformation de viande et salaison. Filiale E.Leclerc
- **KERVERN S.A.R.L...** Fabrication et distribution de viandes et de charcuterie Biologique
- **LAITERIE DE KERGUILLET...** Gamme de produits laitiers Bio. Laits de vache, chèvre et brebis collectés dans le Morbihan. Yaourts, crèmerie, fromage tartinable... Recherche partenaires : investisseurs, managers, distributeurs
- **LAITERIE LE GALL...** Marque Grandeur Nature. Beurre, crème fraîche, lait, desserts, UF, soupes, surgelés, végétaux
- **LES SAULES S.A.R.L...** Poissons fumés Biologiques. Saumon, Truite de Bretagne, Poissons blancs. Fumage et préparation artisanale, tranché main, confectionné en Bretagne. Recherche revendeurs
- **MANGER BIO 35...** Groupement économique de producteurs dédié à l'approvisionnement de la restauration collective en produits locaux issus de l'Agriculture Biologique
- **MINOTERIE PRUNAUT S.A.R.L...** Farines et préparations prêtes à l'emploi Bio. Farines de blé, sarrasin, grand épeautre (France Nature), préparations pour pains (Panilev), préparations pour cookies, brioches, pâtes... (Secrets de Meunière). Farine de froment Bio en Type 55 , 65, 80, 110 et 150. Recherches grossistes, magasins, industries alimentaires
- **ORGÉ...** Fabrication d'une boisson chaude à base de malt d'orge torréfié issu de l'agriculture du Pays de Saint-Brieuc et Biologique

- **P.E. DEVELOPPEMENT COMMERCIAL S.A.R.L...** Organisateur des conventions d'affaires CASD-Bio et formations commerciales destinées aux acteurs de la filière Bio
- **PRINCE DE BRETAGNE...** Légumes frais et pour la transformation (surgélation, conserves...)
- **SCOP LA MAISON DES POSSIBLES – BRETAGNE DURABLE MAGAZINE...** Revue coopérative et média régional dédié au développement durable. Diffusion en kiosques, magasins Bio, cafés-librairies et sur Internet
- **SODEXO...** Société de Restauration Collective. Souhaite rencontrer des fournisseurs et des producteurs de produits Bio pour leurs restaurants
- **TACA D'OLI...** Produits alimentaires artisanaux Biologiques de Sardaigne et d'Emilie-Romagne (Italie). Huile d'olive, pâtes alimentaires artisanales, vinaigres balsamiques de Modène (IGP), miels méditerranéens...
- **TERREAZUR BRETAGNE BASSE NORMANDIE...** Fruits et Légumes Frais Bio pour la restauration commerciale et collective. Recherche producteurs expéditeurs
- **TERRES DE TISANES...** Tisanes Biologiques. Producteur et créateur d'une large gamme de tisanes, saveurs authentiques. Recherche distributeurs : Epicerie Fines / Biologiques, Restaurants, Supermarchés
- **TY OEUF S.A.R.L...** Pâtes fraîches ou longue conservation et œufs
- **UFA – CFPPA...** Centre de formation en Agriculture Biologique. Métiers de la certification, transformation, commerce de conseil (Formation technique ou réglementaire, Licence Professionnelle Agriculture Biologique Conseil et Développement) – Brevet Professionnel Responsable d'Exploitation Agricole Bio – Formation continue – Formation par apprentissage
- **UFAB...** 1^{ère} transformation de céréales et oléoprotéagineux Bio. Collecte céréales et protéagineux Bio, nutrition animale, huile végétale Bio.
- **UBO...** Université de Bretagne Occidentale (Olivier MEVEL : Maître de Conférences en Sciences de Gestion et Consultant en stratégie des entreprises agroalimentaires)
- **VILLE DE RENNES...** Nadège NOISSETTE, Adjointe au Maire

Votre contact à Initiative Bio Bretagne :

Goulven OILLIC

Coordinateur "Filières, Restauration Collective, Etudes et Développement Economique"

Tél. : 02 99 54 03 50 – goulven.oillic@bio-bretagne-ibb.fr

L'utilisation de tout ou partie de ce document est soumise à l'accord de son auteur à Initiative Bio Bretagne :
contact@bio-bretagne-ibb.fr



Avec le soutien de



En partenariat avec



INITIATIVE BIO BRETAGNE

Le réseau de l'Initiative Bio en Bretagne

Animation des filières | Promotion | Recherche-expérimentation

2, Square René Cassin | Immeuble Les Galaxies | 35700 RENNES

Tél : 02 99 54 03 23 | Fax : 02 99 33 98 06

contact@bio-bretagne-ibb.fr

www.bio-bretagne-ibb.fr