



Le point sur..



Colloque

"Produits transformés Bio, défis réglementaires et économiques"

21 avril 2011 - Rennes - Synthèse des échanges

Près de 100 personnes ont participé le 21 avril dernier au colloque "Les produits transformés Bio : défis réglementaires et économiques" organisé par Inter Bio Bretagne, ADRIA Développement et la Chambre de Commerce et d'Industrie Rennes Bretagne à Rennes.

Les participants - directeurs, responsables qualité et R&D, responsables marketing, mais aussi structures d'accompagnement et de conseil - du secteur agroalimentaire de la transformation et de la distribution en gros ont pu se rendre compte tout au long de la journée du dynamisme de la filière Bio en Bretagne et ailleurs, à la fois d'un point de vue économique mais également en ce qui concerne les orientations écologiques des entreprises Bio. Cette journée d'échanges a aussi été l'occasion d'une information sur les tendances actuelles de la consommation (Bio), sur les points clés des cahiers des charges Bio en matière de préparation et de distribution des produits Bio ainsi que sur les nouveaux enjeux liés à la performance écologique des entreprises : affichage environnemental, bilans carbone, analyses de cycle de vie (ACV)...

La journée a été rythmée par 3 moments forts. Dans la matinée, une conférence animée par Antoine Lemaire, rédacteur en chef du magazine Biolinéaires, a abordé les **aspects économiques et stratégiques du marché des produits transformés Bio** : enjeux économiques actuels dans l'approvisionnement et dans la commercialisation des produits Bio.

L'après-midi, les participants ont pu choisir entre deux ateliers : un premier dédié au **règlement européen Bio** et aux spécificités de la fabrication et de la commercialisation des produits alimentaires Bio transformés, et un second sur la **performance environnementale des entreprises** comme futur défi pour la filière Bio, avec un focus sur l'affichage environnemental, le bilan carbone et l'analyse du cycle de vie (ACV).

Aspects économiques et stratégiques du marché des produits transformés Bio

Perspectives du marché Bio en France et dans le Grand-Ouest

Par Elisabeth Mercier, Directrice de l'Agence Bio

Elisabeth Mercier, directrice de l'Agence Bio, est intervenue sur les perspectives du marché Bio en France et dans le Grand Ouest. "Pour 2010, on estime que le marché de la Bio a atteint les 3,3 milliards d'euros, soit un doublement depuis 2005." Les parts de marché des Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) sont en augmentation même si elles n'atteignent pas 50% de valeur des achats.

La diversité des circuits de distribution reste une particularité du marché français. L'évolution des ventes est positive dans tous les secteurs et, pour la première fois, on observe une différenciation de la progression des chiffres d'affaires dans les magasins Bio. En effet, le nombre de magasins ayant des surfaces de vente importantes progresse plus vite que ceux à faible surface. Le nombre de fermetures de magasins est sensiblement égal au nombre d'ouvertures, ce qui s'explique dans certains cas par des choix de localisation de magasins pas assez pertinents.

Au niveau de la consommation, le Baromètre annuel CSA / Agence Bio confirme des tendances de fond : régularité et fidélité des consommateurs Bio, gages

de stabilité pour la filière (43% des consommateurs Bio achètent au moins un produit Bio une fois par mois). 77% des consommateurs déclarent qu'ils vont maintenir leur consommation de produits Bio. Le consommateur est très sensible à l'origine des produits Bio et souhaite consommer davantage de produits frais (80% des consommateurs Bio). Pour autant, les produits transformés prennent leur place avec notamment une augmentation des produits surgelés (complémentaires aux produits frais sur certaines périodes de l'année). La consommation de produits Bio a déjà sa place dans la restauration collective et continue sa progression. Selon Elisabeth Mercier, on s'attend également à un décollage des produits traiteurs et de la restauration rapide du fait des habitudes de consommation, notamment celles des jeunes.

Enfin, selon Elisabeth Mercier, la dynamique de conversion en France (+19% de producteurs Bio en France de 2009 à 2010, +21% de surfaces) doit permettre de solutionner certains problèmes d'approvisionnement.



▼
Elisabeth Mercier
Agence Bio



Charte Bio Rhône-Alpes d'Organics Cluster

Par Nicolas Bertrand, Directeur d'Organics Cluster Rhône-Alpes

Nicolas Bertrand ◀
Organics Cluster
Rhône-Alpes

Organics Cluster Rhône-Alpes opère sur 4 marchés : celui des cosmétiques Bio, de l'alimentaire Bio, des produits d'entretien et des fibres textiles Bio. L'association accompagne les entreprises notamment pour l'exportation et pour développer l'innovation.

Nicolas Bertrand a témoigné de la démarche collective "Charte Bio Rhône-Alpes", portée par 15 entreprises Bio.

Elle a été mise en place pour valoriser les produits et les entreprises Bio de la région et pour répondre à un besoin de promotion des opérateurs Bio.

Des animations collectives sur des points de vente ont ainsi pu être réalisées pour soutenir des entreprises mal identifiées.

Les animations sont concédées à une société d'animation commerciale, et le fait de mutualiser les moyens des entreprises pour ces animations en réduit également le coût.

La charte comporte 5 engagements :

- S'engager à développer l'activité Bio au sein de l'entreprise avec un objectif d'atteindre au moins 20% du chiffre d'affaires en Bio (pour les entreprises qui ne sont pas 100% Bio).
- Privilégier les matières premières agricoles Bio de la région Rhône-Alpes en priorité.
- Développer une démarche globale de respect de l'environnement (emballage, électricité verte...).
- Faire vivre l'économie locale (partenariats amont / aval, gage de l'activité en région...)
- Participer aux actions collectives, communiquer auprès des clients sur la charte et sur la démarche.

L'objectif d'Organics Cluster Rhône-Alpes est d'augmenter le nombre d'entreprises à s'investir dans la charte pour conforter l'identité régionale tout en développant la filière Bio Rhône-Alpes.

Tendances actuelles de la consommation Bio en Europe

Par Burkhard Schaer, Directeur du cabinet conseil Ecozept



▼
Burkhard
Schaer
Ecozept

Burkhard Schaer d'Ecozept, cabinet d'études franco-allemand en alimentaire et en conseil sur la stratégie marketing des entreprises Bio, est intervenu sur les tendances actuelles de la consommation Bio en se basant sur des résultats d'enquêtes menées auprès de magasins Bio et de consommateurs français. Il a confirmé que **la France est le second marché européen après l'Allemagne**. Mais ce marché ne représente en France encore qu'une faible part du panier de consommation (environ 50 € par Français par an), en comparaison d'autres pays les plus consommateurs par habitant (ex : Danemark : 140 € / habitant / an). Cette donnée montre aussi le fort potentiel de la filière Bio à l'avenir. L'étude de consommation laisse apparaître dans la majorité des pays d'Europe qu'une

minorité des consommateurs Bio constitue plus des ¼ de la consommation de produits Bio. Ainsi, 25% des consommateurs Anglais réalisent 75% des dépenses Bio, 15% des Allemands réalisent 70% des dépenses Bio...

L'enjeu est donc de convaincre et de sensibiliser les non consommateurs Bio. Selon Burkhard Schaer, l'offre en produits Bio se polarise sur du haut de gamme et le marché comporte encore trop peu de moyennes gammes Bio pour démocratiser la consommation des produits Bio.

Enfin, la consommation Bio semble avoir passé la crise, sauf en Grande Bretagne. "*Le Bio devient normal*" et souvent, le conventionnel s'inspire des innovations et de la communication développées par la filière Bio.

Selon Burkhard Schaer, **trois challenges sont à relever pour les acteurs de la filière Bio** : structurer la filière, diversifier les produits, tout en sauvegardant l'authenticité et les valeurs de base de l'Agriculture Biologique.

La stratégie des Grandes Surfaces vis-à-vis de la Bio

Par Mathieu Pecqueur, FCD

Mathieu ◀
Pecqueur
FCD



Mathieu Pecqueur, de la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD), a témoigné de la stratégie des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) vis-à-vis de la Bio. La FCD regroupe l'ensemble des GMS, hors Leclerc et Intermarché. Elle a signé une convention avec le Ministère de l'environnement pour **augmenter de 15% par an sur 5 ans le nombre de références en produits Bio en GMS**.

Selon Mathieu Pecqueur, les produits Bio ont **une image forte de respect de l'environnement**. La principale limite pour les GMS est **la sécurisation de leurs approvisionnements**. Elles ont fait appel aux importations à cette fin, pour éviter les ruptures d'approvisionnement. Pour la grande distribution, les fournisseurs doivent prendre des engagements et assurer la commande. L'autre limite exprimée à laquelle les GMS sont confrontées est **le prix**. Le prix est pour elles le premier frein d'achat malgré l'expression des consommateurs sur la qualité ou la saisonnalité.

Selon Mathieu Pecqueur, il convient de **développer une pédagogie pour expliquer les spécificités de la Bio et les liens avec le prix des produits Bio**, mais estime aussi que cela n'est pas du rôle des GMS. Elle s'estime moins crédible pour le faire que les acteurs de la Bio eux-mêmes qui connaissent mieux la qualité des produits Bio, le mode de production Bio, les aspects nutritionnels...

Les GMS ont communiqué sur leurs **Marques de Distributeurs (MDD) Bio** et des volumes importants ont été écoulés par ce biais, permettant ainsi de compresser les prix. Pour Mathieu Pecqueur, la GMS fait moins de marges avec les produits Bio qu'avec les produits conventionnels. La campagne de communication de certains enseignes est revenue dans le débat dans un contexte de forte concurrence entre les GMS. La FCD répond que l'enseigne qui communique sur le prix fait venir plus de consommateurs que celle qui communique sur la qualité. Et quoi qu'il en soit : "*Le prix reste le premier élément de l'acte d'achat du consommateur*".

Atelier 1 : Le règlement européen Bio

Les spécificités dans la fabrication et la commercialisation des produits alimentaires Bio transformés

Avec les interventions de Martine Catheline (Qualité France), Fanny Lardier (INAO), Sandrine Lebois (CRITT) et Pierrick Lefeuvre (A.B. Nutriments)

L'objectif de cet atelier était de bien appréhender et de percevoir les évolutions futures de la réglementation Bio : identifier les spécificités dans la fabrication, le stockage, le conditionnement, l'étiquetage et la commercialisation des produits Bio.

Les intervenants ont apporté des réponses pratiques et techniques aux interrogations des entreprises ayant un projet de création et/ ou d'extension d'activité Bio.

Lors de cet atelier, le devenir de la marque AB a été abordé et certains parlaient de son éventuelle suppression. Selon les informations obtenues auprès du Ministère, il n'est aucunement question de supprimer le logo AB et il n'existe pas de texte réglementaire qui le prévoit. Par contre, les règles d'usage de la marque AB doivent être remises à jour pour y intégrer la possibilité d'associer le logo européen (double étiquetage).

Fanny Lardier - Chargée de mission technique et réglementaire "Agriculture Biologique" à l'INAO - a présenté les dossiers réglementaires Bio actuellement en cours de discussion au niveau européen. Le cahier des charges étant européen, ses évolutions se discutent au sein d'une instance de la Commission européenne appelée CPAB (Comité Permanent Agriculture Biologique, ou SCOF, en anglais). Une délégation française composée de représentants du Ministère de l'Agriculture, de l'INAO et de la Répression des Fraudes y participe.

Sandrine Lebois - Chargée de mission à l'ACTIA / réseau produits biologiques - a ensuite présenté le contenu du "Guide pratique de la transformation des produits Bio" en cours de finalisation. Ce guide national à destination des professionnels de l'agro-alimentaire est coécrit par l'ACTIA, le CRITT agro-alimentaire Poitou-Charentes et le CRITT agro-alimentaire PACA, avec l'appui de l'Agence Bio, du Synabio et de l'ITAB. Sa sortie est prévue pour l'automne 2011.

En complément, **Pierrick Lefeuvre et Adeline Pincemin** - de la société AB Nutriments - sont intervenus sur le thème "*Comment vendre ses produits Bio*". Les deux intervenants ont présenté différentes stratégies commerciales pour approcher les différents circuits de distribution ainsi que des exemples concrets de démarches collaboratives. Une question centrale, selon Pierrick Lefeuvre, est celle de l'externalisation (ou non) de la force de vente d'une entreprise Bio. Les facteurs clés de succès et les limites de cette démarche ont fait l'objet des échanges.



Atelier 2 : Futurs défis pour la filière Bio liés à la performance environnementale des entreprises

Affichage environnemental et Bilan carbone - Analyse du Cycle de Vie (ACV). Focus sur les IAA Bio

Avec les interventions de Olivier Messenger (O2M Conseil), Marianne Rannou (Cafés Coïc), Lucas Le Provost (Triballat-Noyal) et Gérard Le Goff (Céréco).

Cet atelier était destiné aux entreprises qui souhaitent échanger sur les enjeux du développement durable au sein d'une entreprise de transformation et de distribution de produits Bio. Quels projets réglementaires suite aux lois Grenelle de l'Environnement ? Quels impacts sur la perception des produits Bio par rapport aux produits conventionnels ? Quelles adaptations et anticipations possibles ?

Olivier Messenger, directeur du cabinet d'études O2M-Conseil a introduit cet atelier en rappelant le contexte et les principes du *Bilan carbone* et de l'ACV (Analyse du Cycle de Vie). L'augmentation du coût des matières premières a fortement incité les entreprises à étudier leur impact carbone, leur performance énergétique et leur impact environnemental. Il existe aujourd'hui un marché du carbone. Pour l'instant, toutes les activités ne sont pas concernées mais sous une forme ou une autre, une taxe carbone réapparaîtra dans un futur proche.

Le Grenelle de l'environnement prévoit l'obligation pour les structures privées de plus de 500 salariés de réaliser un *Bilan carbone*. La Politique Agricole Commune incite les exploitations agricoles à respecter l'environnement en mettant en place l'éco-conditionnalité des aides agricoles. Pour l'appel à projets du gouvernement concernant l'affichage environnemental des produits de grande consommation, 230 entreprises se sont portées volontaires, et 168 ont été retenues. Par ailleurs, le Plan Performance Énergétique (PPE) du Ministère de l'Agriculture vise à améliorer l'efficacité énergétique globale des exploitations agricoles.

Les objectifs de ces outils mis en place sont d'une part de réduire les coûts, d'améliorer la qualité et la valeur ajoutée des produits, de définir de nouveaux cahiers des charges plus respectueux de l'environnement, et d'autre part de répondre aux exigences grandissantes des consommateurs.

Atteindre ces objectifs est possible via :

- L'ACV d'un produit ou d'une gamme, d'un process ou d'un bâtiment (analyse multi-critères)
- Le *Bilan carbone* (analyse monocritère).

Dans la plupart des cas, la consommation énergétique n'est pas calculée pour chaque produit fabriqué dans l'entreprise, mais de façon globale. L'objectif du *Bilan carbone* est de mesurer les émissions générées pour évaluer les économies possibles à tous les niveaux de la chaîne de valeur, ce qui permet ensuite de réduire les coûts ou d'anticiper sa dépendance énergétique. Il existe différents outils pour évaluer et proposer des solutions (site de l'ADEME, guide des I.A.A pour le bilan carbone disponible en juin 2011).



Par contre, ces démarches présentent des limites car elles demandent du temps et un investissement de la part des entreprises. Par ailleurs, les résultats d'une ACV - par exemple - sont liés aux critères utilisés et aux méthodes de calcul.

Plusieurs opérateurs Bio ont ensuite témoigné des démarches entreprises vis-à-vis de la performance environnementale : **Marianne Rannou, responsable Qualité Cafés Coïc** sur le *Bilan carbone* de l'entreprise ; **Lucas Le Provost, chargé de mission Développement Durable de Triballat-Noyal** et **Gérard Le Goff, directeur de Céréco**, sur l'expérimentation nationale en matière d'affichage environnemental.

Une des questions posées lors de cet atelier a concerné la pertinence des outils existants, tels que les *Bilans carbone*. En effet, ces outils ne semblent pas être capables de mesurer tous les effets bénéfiques de la filière Bio : bénéfiques sur la santé, respect du bien-être animal, biodiversité de la faune et de la flore, par exemple.

On retiendra également que nous avons encore peu de recul sur la méthodologie employée et parfois, des extrapolations sont faites (s'appuyer sur des bases de données étrangères pour calculer le bilan carbone de certaines matières agricoles, par exemple). Finalement, certains critères choisis sont en négociation (choix de critères différenciants et pertinents). Par ailleurs, le critère de la biodiversité est difficilement mesurable ou chiffrable.

L'approche de la performance environnementale se fait à petits pas et nécessite du temps (au moins trois ans). Pour qu'elle fonctionne, cela doit être un véritable projet d'entreprise partagé par les salariés. Ensuite, cela peut-être un outil de communication vers les salariés, les fournisseurs, les clients.

Michael BÖHM

Pour les entreprises intéressés ou déjà actives dans la mise en place de démarches de performance environnementale, Inter Bio Bretagne vous propose de vous associer aux travaux de la Commission interprofessionnelle "Performance environnementale".

Contact :

Michael Böhm
Coordination Réglementation, Etudes et Développement économique
Tél. : 02 99 54 03 27
michael.boehm@interbiobretagne.asso.fr



Dans la continuité de ce colloque, Inter Bio Bretagne se tient à la disposition des entreprises et porteurs de projets souhaitant créer une activité Bio.



Porteurs de projet Aval :
Inter Bio Bretagne vous accompagne

La très forte dynamique de créations d'entreprises Aval et de gammes Bio dans des entreprises préexistantes témoigne de la vitalité de la filière "Agriculture Biologique" bretonne, mais aussi de la nécessité d'un accompagnement spécifique et adapté aux besoins des *nouveaux arrivés*.

L'accompagnement des porteurs de projet Aval et la mise en relation Offre-demande sont des missions assurées par Inter Bio Bretagne tout au long de l'année (plus de 110 demandes formulées au cours de l'année 2009, 116 en 2010...).

Que vous soyez un futur détaillant (fixe ou itinérant), grossiste ou préparateur de produits Bio, Inter Bio Bretagne vous propose la mise en relation avec des partenaires *sur mesure* et un accompagnement dans le montage de votre projet.

Cette offre s'adresse aux entreprises déjà existantes et futures entreprises, qu'elles soient de taille artisanale ou industrielle ainsi qu'aux producteurs-transformateurs.

*En savoir plus sur l'accompagnement par Inter Bio Bretagne des porteurs de projets Aval : www.interbiobretagne.asso.fr
Rubrique "Filières et Marchés" > "Offre, Demande, Projets"*

Liste des entreprises et structures inscrites au colloque

SAVEUR - 2i PACK - A.B. NUTRIMENTS - ACTIA / CRITT PACA - ADRIA - AGENCE BIO - AGROBIO POITOU CHARENTES - APM (Alsaciennes de pâtes ménagères) - APPROBIO - ASSOCIATE PROFESSOR FOOD SCIENCE & ENGINEERING - AXIANE MEUNERIE - BIO CENTRE - BIO LINEAIRES - BISCUITS PANIER - BISCUITS ROC'HELOU - BONDUELLE TRAITEUR INTERNATIONAL - BRETAGNE BIO EQUITE - CAFES COIC - CCIT RENNES BRETAGNE - CERECO - CERTIPAQ - CERTIS - CFPPA DE YVETOT - CFPPA LE RHEU - CHAMBRE D'AGRICULTURE 35 - CHAMBRE REGIONALE D'AGRICULTURE DE BRETAGNE - COMPAGNIE MENEZ DU - COOPERATIVE ISIGNY SAINTE MERE - COTEAUX NANTAIS - CULTIMER FRANCE - DAIRYGOLD FOOD INGREDIENTS SAS - DAUNAT SERVICES - DIETE SPORT FRANCE - EARL KREIZ AR LANN - ECOCERT SAS - ECOZEPT - FCD - FRANCE CULINAIRE / B2F - FRANCE CULINAIRE DEVELOPPEMENT - GIE CECAB - GROUPE STALAVEN - INAO - INARIZ - INGREDIA - INTER BIO NORMANDIE - JEAN HENAFF SAS - JPD - KERVERN SA - SLOWFOOD Convivium Rennes - LAB FRANCE BEBE NUTRITION - LACTALIS - LAITERIE LE GALL - LE GRAND LEJON - LOSTE GRAND SALOIR - LYCEE AGRICOLE DE TULLE NAVES - NUTRIBIO - NUTRIONIX - O2M CONSEIL - OCEANIQUES SA - ORGANICS CLUSTER RA - OVOTEAM SAS - PANAVI - PFT PRODIABIO / IUT PONTIVY - QUALITE FRANCE - SAINT MICHEL SERVICES - SANDERS - SARL DECOUP 35 - SARL NATURE SOURCE - SAS BIOPORC - SOCAVOL - SOCAVOL / FARHOR ROBICHON - TRIBALLAT NOYAL - UFAB - TRISKALIA - VIATIS LABORATOIRE

L'utilisation de tout ou partie de ce document est soumise à l'accord de son auteur à Inter Bio Bretagne : contact@interbiobretagne.asso.fr

Avec le soutien de :



Lauréat sélection nationale des grappes d'entreprises 2010

INTER BIO BRETAGNE

Association interprofessionnelle de la filière Agricole Biologique en Bretagne

33, av. Winston Churchill
BP 71612
35016 RENNES Cedex

Tél. : 02 99 54 03 23 - Fax : 02 99 33 98 06
contact@interbiobretagne.asso.fr

www.interbiobretagne.asso.fr

