



Les Agriculteurs **Bio** de Champagne-Ardenne

LE CHANGEMENT D'ÉCHELLE DE LA BIO

COMMENT
NOUS MOBILISER POUR
UN DÉVELOPPEMENT
ÉQUILIBRÉ DES FILIÈRES
EN RÉGION ?



ACTES DES TABLES RONDES ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE LA FRAB CHAMPAGNE-ARDENNE

28 mars 2017 au lycée agricole de Somme-Vesle (51)



www.biochampagneardenne.org

LE CHANGEMENT D'ÉCHELLE DE LA BIO :

COMMENT NOUS MOBILISER POUR UN DÉVELOPPEMENT ÉQUILIBRÉ DES FILIÈRES EN RÉGION ?

Actes des tables rondes de l'Assemblée Générale de la FRAB Champagne-Ardenne - 28 mars 2017

A l'occasion de son Assemblée Générale, la Fédération Régionale des Agrobiologistes de Champagne-Ardenne a réuni un panel d'opérateurs des filières et de distributeurs autour de deux tables rondes pour échanger sur l'avenir des filières bio en région.



Plus de 110 participants à l'AG FRAB

“ Entre 2015 et 2016, la croissance du marché bio a atteint 20% au niveau national, et ce sont 21 nouvelles fermes bio qui s'installent par jour. En Grand Est, cela se décline par une progression sans précédent de la production, représentant ainsi 100 000 hectares et plus de 2000 fermes. Les producteurs bio ont souhaité mobiliser l'ensemble des partenaires pour que cet important développement s'inscrive au sein de filières structurées, territoriales et équitables pour les producteurs. ”

Sylvie CORPART, Présidente de la FRAB

TABLE RONDE #1

« LES NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE DÉVELOPPEMENT DANS LES FILIÈRES BIO, LE POINT DE VUE D'OPÉRATEURS »



De gauche à droite : Gilles GUILLET, président de CERCABIO; Sylvain PIENNE, producteur d'œufs bio dans la Marne - Filières courte et longue; Claire FAVIER, coordinatrice filières - pôle Mirecourt – UNEBIO; Jean-Paul BOUR, technico commercial, cultures AB VIVESCIA; Cécile RANNOU, responsable AB ACOLYANCE; Thierry REMY, producteur laitier, adhérent BIOLAIT; Vincent LALOUELLE, représentant COCEBI / Union Fermes Bio.

Le constat : des filières locales structurées avec des perspectives de développement

“ Nous suivons le marché de très près et nous constatons que la demande de produits bio est croissante. Il y a des produits sur lesquels il faut être attentif, par exemple avec l'épeautre dont le marché est limité [...], mais le marché est globalement porteur, à l'exemple du blé meunier, sur lequel nous avons des perspectives de croissance jusqu'en 2020. ”

COCEBI

“ La production céréalière augmente par palier tandis que la progression de la consommation est plutôt linéaire. La filière s'est structurée autour d'outils de collecte et de stockage [...] mais aussi autour de partenariats locaux : malterie, meunerie... C'est ce qui donne toute sa dimension à la filière bio de notre territoire. ”

ACOLYANCE

“ Le marché de l'AB est plutôt porteur : alimentaire (par exemple épicerie), marché de l'huile (par exemple soja, tournesol, colza), cosmétique, alimentation animale (par exemple filière volaille)... Il y a une grande diversité de demande qui représente une opportunité pour les agriculteurs de diversifier leurs cultures. ”

VIVESCIA

“ On a la chance d'avoir des opérateurs en Champagne-Ardenne (malterie, meunerie, alimentation animale). Le seul problème est que l'on n'a pas assez de production et qu'il y a un risque d'ouvrir le marché vers l'extérieur. Cet important développement de l'offre et de la demande est donc rassurant et déstabilisant car on voudrait produire et commercialiser sur place mais on craint que l'étranger en vienne à fournir la demande. ”

CERCABIO

“ Sur les circuits courts au niveau de la filière œuf, il y a une demande assez forte en filière courte tout comme en filière longue. La filière longue cherche à multiplier le nombre et la taille des ateliers, il faut donc être vigilant pour que les prix ne chutent pas. L'intérêt de la filière œuf réside aussi dans l'interaction entre productions végétales et animale sur notre territoire. ”

Sylvain PIENNE

Les filières bio, des filières équitables ?

“ Le changement d'échelle de la bio passe par la solidarité et la confiance. Les paysans bio doivent maîtriser leur filière [...] et il faut créer une relation de confiance avec les transformateurs et distributeurs. D'une part en travaillant avec des transformateurs locaux, et d'autre part, côté distribution, en contractualisant de façon pluriannuelle sur des volumes et des prix. Le marché du lait est cyclique et plus la filière est organisée, plus les cycles peuvent être bien vécus. Cela repose sur des producteurs investis localement dans leur filière, décideurs de leurs prix, et solidaires entre eux : dès notre création, notre force a été de mutualiser les risques liés à la collecte, à savoir que les producteurs qui ne sont pas collectés en bio vu leur éloignement géographique reçoivent ainsi un complément financier pour être rémunérés au prix du bio. ”

BIOLAIT

“ Nous fédérons les producteurs dans la filière et créons des partenariats avec des collecteurs, transformateurs et distributeurs. C'est le collectif d'éleveurs qui est important. Ce sont bien les éleveurs présents au niveau des structures régionales, dans des commissions de filières nationales,... qui pilotent leur outil de commercialisation UNEBIO. Décideurs de la stratégie, de l'approvisionnement, du commerce, des grilles de prix, ils sont le maillon essentiel de la filière. On essaye d'être le plus juste pour tout le monde autour de la filière solidaire [...] Et plus on avance, plus on s'oriente vers une régionalisation du développement, avec une vraie dynamique en Grand Est. ”

UNEBIO

Prospective : quel marché à moyen terme ?

“ Dans 5 ans, l'évolution de la consommation s'oriente vers beaucoup plus de végétaux, moins de viande. Pour la coopérative, ça veut dire une meilleure valorisation de la production, le développement des légumes secs, et peut-être de la biodynamie. ”

CERCABIO

“ On va aller surtout vers l'œuf de plein air. Les gens ont tendance à acheter bio. Il y a de l'espoir sur ce marché. C'est aux éleveurs d'aller chercher ces parts de marchés. ”

Sylvain PIENNE

“ Il ne faut pas se contenter du cahier des charges bio, aller plus loin pour toujours plus d'éthique et de qualité. UNEBIO s'engage au quotidien pour répondre à l'attente des consommateurs ... Par rapport à la demande, la production est encore déficitaire sur les monogastriques (porc et volaille). ”

UNEBIO

“ Le marché est très tirant. Ce n'est pas un phénomène de mode. Il faut donc travailler sur l'augmentation du volume. On a démarré des plans d'investissement : séchoir, stockage... ”

VIVESCIA

“ Dans 5 ans, on voit toujours une augmentation importante de la production. [...] Si l'on arrive à franchir les difficultés sans que le marché ne baisse, on pourra être assez serein. Les cultures phares ? Privilégier l'agronomie sans pour autant s'engager que dans des cultures de niches. ”

ACOLYANCE

“ Nous atteindrons bientôt le milliard de litre de lait. La filière est confiante car la consommation progresse bien. Il y aura éventuellement de l'exportation [...] Attention, celle-ci doit être une variable d'ajustement et non un objectif. ”

BIOLAIT

“ Nous sommes confiants, notamment sur le marché du sans gluten. ”

COCEBI

TABLE RONDE #2

«MISE EN ŒUVRE DE FILIÈRES BIO DE PROXIMITÉ ET ÉQUITABLES POUR LES PRODUCTEURS, LE POINT DE VUE DE DISTRIBUTEURS»



Du côté des distributeurs : un marché en croissance et une consommation qui s'ancre durablement sur le territoire

“ Au début, le milieu urbain a été un vivier de consommateur pour notre AMAP [...] aujourd'hui cela évolue : le profil des consommateurs devient plus rural, ils viennent aussi des villages situés à proximité. Le rayon de vente est en train de se rétrécir, car les consommateurs sont plus nombreux. ”

AMAP Prez de chez Nous

“ Les consommateurs veulent du local et régional, de la transparence [...] et une facilité d'accès aux produits bio, ils veulent des magasins de proximité proches de chez eux. Le marché est en train d'évoluer, de passer d'un milieu spécifiquement militant à quelque chose de plus ouvert. ”

NATUREVA

“ En restauration collective, l'offre est encore largement supérieure à la demande mais nous constatons des demandes croissantes des collectivités, nous avons donc des marges de progression importantes. ”

MBCA

“ Aujourd'hui, nous n'avons pas de bio local, mais on constate que la consommation des produits bio s'amplifie. Les consommateurs recherchent du local, ils ont besoin de mettre une image sur un produit [...] Les consommateurs choisissent le bio car ils prennent en compte la santé et l'environnement. ”

Carrefour Market

Bio locale, équitable, de saison... quelle valeurs plébiscitées par les consommateurs ?

“ Notre réseau défend des valeurs : refus des OGM, développement de l'agriculture biologique locale, respect des saisons [...] Nous travaillons aussi sur des créations de filière dans leur globalité, en lien avec des marques (Bio Cohérence, Ensemble...) qui vont plus loin que le cahier des charges européen, car nous trouvons qu'il a été tiré vers le bas par rapport au cahier des charges français. ”

BIOCOOP

“ Notre force est que les agriculteurs sont toujours propriétaires de leurs produits jusqu'au passage en caisse. Cela nécessite une implication des producteurs dans la gestion du magasin, c'est l'intérêt d'un point de vente collectif, les producteurs sont impliqués dans l'économie de leur filière et sont aussi présents lors de la vente [...] c'est ce que viennent chercher les consommateurs. ”

Les sacrés fermiers

“ Nous constatons que les agriculteurs prennent rarement en compte leur temps de travail dans la définition de leur prix de vente [...] nos consommateurs s'intéressent au « prix juste » payé au producteur et veulent leur donner de la visibilité en s'engageant. [...] nous discutons régulièrement des prix, par exemple les adhérents ont revu une grille de prix d'un producteur avec lui car ce dernier devait réaliser des investissements pour faire face à la grippe aviaire. ”

AMAP Prez de chez Nous

Bio et local, quels freins et quelles marges de progression ?

“ On a une démarche différente que les autres distributeurs, un producteur nous donne un prix et ses détails logistiques, et le magasin s'adapte. [...] L'approvisionnement en local reste aussi plus complexe, il y a un manque de structuration d'une filière globale [...] il faut également « éduquer » le consommateur pour lui faire comprendre qu'il doit être acteur de son territoire. ”

NATUREVA

“ C'est aussi à nous de prendre des risques pour pouvoir développer des produits locaux, nous lançons actuellement un objectif de doubler les produits locaux en 5 ans même si cela peut impliquer un prix un peu plus élevé qu'en centrale d'achats. Il faudra s'adapter aux contraintes des producteurs notamment en logistique. ”

BIOCOOP

“ Les cuisines ou la formation du personnel ne sont pas toujours adaptées au bio local. [...] Nous avons ainsi embauché une diététicienne pour adapter nos menus et proposer un service de qualité aux collectivités [...] il manque également un vrai portage politique pour augmenter l'introduction de produits bio en restauration collective. ”

MBCA

“ En 2017, on a multiplié par deux le linéaire de bio, on peut presque parler de « Big Bang du bio ». [...] Pour faire du local, il peut y avoir des freins administratifs à travailler avec un magasin « intégré », car la majorité de nos produits sont référencés, nous avons une marge de manœuvre somme toute réduite sur certains produits. ”

Carrefour Market

La vision du marché local dans 5 ans ?

“ On se rend compte que les consommateurs veulent de plus en plus de produits transformés et là il va falloir que l'on augmente nos capacités pour avoir une gamme plus étoffée [...], que ce soit à l'échelle de chaque ferme ou sous forme d'outils collectifs. Aujourd'hui nous proposons de la fraîche coupe sur les légumes, c'est gagnant-gagnant car cela permet d'écouler des produits déclassés autrement et de répondre à la demande des consommateurs. ”

Les sacrés fermiers

“ Les produits bio actuels qui marchent dans le rayon épicerie : biscuits sucrés, conserves, plats cuisinés... [...] Aujourd'hui nous voulons développer des partenariats avec des producteurs, principalement sur les fruits et légumes, et les produits laitiers également. ”

Carrefour Market

“ Il y aura encore une progression en restauration collective, on voit aussi que cela augmente du côté de la production, en tout cas nous avons de grands espoirs. ”

MBCA

“ Nous sommes optimistes pour la production [...] mais nous sommes aujourd'hui à un tournant : soit la bio reste sur des valeurs [...] soit elle reproduira ce qui s'est fait dans le traditionnel et ça sera catastrophique. ”

NATUREVA

“ En ce qui concerne notre AMAP, nous ne souhaitons pas nous développer outre-mesure pour rester à une échelle humaine, mais plutôt favoriser l'émergence d'autres groupes à proximité. ”

AMAP Prez de chez Nous

“ Nous sommes résolument optimistes, je vois bien le vrac se développer notamment pour réduire les déchets. Nous recherchons aussi un producteur de pain Châlonnais [...] et à développer des légumes secs plus localement. ”

BIOCOOP

Conclusion des travaux

par Pascale GAILLOT,

Présidente de la commission Agriculture et Forêt du Conseil Régional Grand Est

“ Je remercie vivement les producteurs bio pour la responsabilité collective qu'ils ont prise de débattre de ce sujet majeur du changement d'échelle. Nous constatons en effet une véritable dynamique en France et notamment dans le Grand Est. Quand on prévoyait le doublement des surfaces en Champagne-Ardenne, nous tablions sur 3300 hectares par an jusqu'en 2020 alors que l'on triple quasiment le nombre d'hectares ! De fait, nous avons une problématique importante sur les aides bio avec des enveloppes insuffisantes [...] En termes de structuration des filières, il faut avoir une vision prospective pour être capable d'anticiper le marché, mais aussi mieux connaître les coûts de production et les prix de revient des agriculteurs, en associant les différents acteurs en région, chambres d'agriculture, centres de gestion, coopératives... afin d'orienter collectivement les porteurs de projets et les jeunes qui s'installent. [...] Enfin, il convient d'organiser ces filières et d'optimiser la logistique, notamment face aux nouvelles attentes de la GMS (Grandes et Moyennes Surfaces). Il ne faudrait pas, en bio, reproduire les erreurs du passé avec la distribution, certains prix pratiqués me semblent déjà injustifiés tant ils sont bas, d'où l'importance de mieux connaître son prix de revient. [...] ”

En conclusion, je salue la belle dynamique de l'agriculture biologique et espère lever rapidement l'ombre au tableau du dossier des aides bio. Le Conseil Régional souhaite soutenir la structuration des filières qui garantissent une bonne rémunération des producteurs, comme l'ont démontré les intervenants de la matinée.

Merci à toutes et tous. ”



Les Agriculteurs Bio de Champagne-Ardenne

Fédération Régionale des AgroBiologistes de Champagne-Ardenne



Complexe agricole du Mont Bernard
Bâtiment France Luzerne
51000 CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE

03 26 64 96 81

frab@biochampagneardenne.org



www.biochampagneardenne.org



facebook.com/frab.champagneardenne

La FRAB Champagne-Ardenne est membre du réseau



• FNAB •
Fédération Nationale
d'Agriculture BIOLOGIQUE

Ils ont soutenu le développement de l'agriculture biologique en Champagne-Ardenne en 2016 :

