

AGRICULTURE BIOLOGIQUE : UNE RENTREE RICHE EN ACTUALITES

Les produits bio progressent en restauration collective : plan d'actions pour renforcer la dynamique

Selon l'Observatoire national de la Bio en Restauration collective de l'Agence BIO*, 36% des responsables des restaurants collectifs proposent des produits bio à leurs convives, ne serait-ce que de temps en temps. D'ici 2012, ils devraient être rejoints par 35% de nouveaux restaurants.

Le Grenelle Environnement a fixé comme objectif à la restauration collective d'Etat d'acheter au minimum 20% de produits en bio d'ici 2012. Une recommandation dont la moitié des responsables des achats se disent informés.

Cette présence grandissante des produits bio en restauration collective répond aux attentes des Français.

C'est pour renforcer cette dynamique qu'un plan d'actions est mis en œuvre en relation avec le développement de l'offre sur l'ensemble du territoire.



Le grand colloque de la Commission Bio d'Interbev : « Modernité, rentabilité, environnement : produire bio pour voir plus loin, l'exemple de la filière viande »

Dans le cadre du Sommet de l'Elevage, la Commission Bio d'Interbev organise, le 7 octobre à 9h30 à Clermont-Ferrand, le colloque : « Modernité, rentabilité, environnement : produire bio pour voir plus loin, l'exemple de la filière viande ».

Très organisée, la filière viande bio est fortement mobilisée pour dynamiser les viandes bio et les promouvoir auprès des consommateurs. Les actions de la filière concernent également les éleveurs : ils sont régulièrement tenus informés des opportunités offertes par une conversion à l'agriculture biologique.

Au cours du colloque des interventions et des ateliers thématiques permettront aux visiteurs d'approfondir leurs réflexions sur l'efficacité technique et économique des systèmes en bio. Ils pourront aussi poser des questions précises dans les domaines de l'organisation économique, de la certification, de l'alimentation et de la conduite sanitaire des troupeaux en bio.

* Source : Enquête de l'Institut CSA, menée du 18 février 2009 au 6 mars 2009 auprès d'un échantillon représentatif de l'ensemble de la restauration collective hors établissements sociaux, structures collectives de loisirs et communautés religieuses (résultat : 414 entretiens aboutis).

SOMMAIRE

OBSERVATOIRE NATIONAL DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE : 1/3 DE RESTAURANTS COLLECTIFS SERVENT DES PRODUITS BIO AU MOINS OCCASIONNELLEMENT ET 71% DECLARENT AVOIR L'INTENTION DE LE FAIRE D'ICI 2012	p. 3
ZOOM SUR LE GUIDE D'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO	p. 9
RENTREE 2009 : UN NOUVEAU KIT PEDAGOGIQUE A DESTINATION DES ENFANTS « DIS, C'EST QUOI L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE »	p. 13
LANCEMENT DU CONCOURS « LES TROPHEES DE L'EXCELLENCE BIO »	p. 16
SOMMET DE L'ELEVAGE : LA FILIERE ELEVAGE BIO POURSUIT SES ACTIONS D'INFORMATION POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE	p. 18
L'AGENCE BIO A NATEXPO : DU 17 AU 19 OCTOBRE 2009	p. 19
LES PROGRAMMES D'INFORMATION EN SYNERGIE AVEC LES INTERPROFESSIONS	p. 20
EUROPE : LES ACTIONS DE COMMUNICATION MISES EN PLACE AU PLAN EUROPEEN	p. 22
LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS DE LA BIO	p. 23

**OBSERVATOIRE NATIONAL DES PRODUITS BIO EN
RESTAURATION COLLECTIVE :
1/3 DES RESTAURANTS COLLECTIFS
SERVENT DES PRODUITS BIO AU MOINS
OCCASIONNELLEMENT ET 71% DECLARENT AVOIR
L'INTENTION DE LE FAIRE D'ICI 2012**

Pour faciliter le développement de la Bio en restauration collective, l'Agence BIO a lancé en février 2008 l'observatoire national des produits biologiques en restauration collective. Début 2009, une étude approfondie a été confiée au cabinet Gressard en partenariat avec CSA pour mesurer plus précisément le niveau d'introduction des produits biologiques dans le secteur de la restauration collective à caractère social, les différentes voies retenues ainsi que les clés et perspectives de développement.

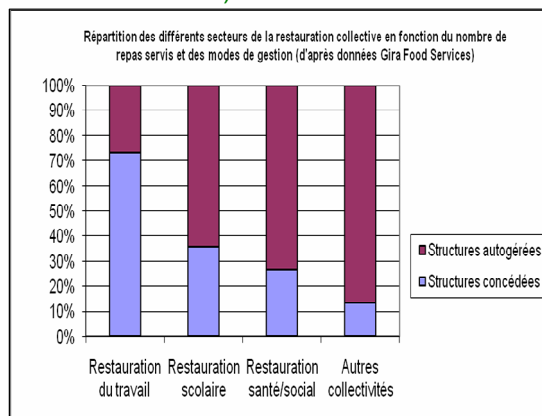
8 millions de repas servis chaque jour en restauration collective¹

15 millions de Français prennent chaque jour un repas hors de leur domicile, dont environ la moitié en restauration collective. Ils consomment en moyenne 48 repas par an en collectivité. Les comportements varient d'une région à l'autre : les habitants d'Île de France et de Bretagne se distinguent en consommant le plus en collectivité, avec respectivement 56 et 54 repas par an et par habitant en moyenne.

L'équivalent de 6 repas/an/habitant est pris en restauration dite d'Etat en France.

En 2007, selon les estimations de Gira Foodservice, 72 700 structures de restauration collective, publiques ou privées, ont distribué **plus de 3 milliards de repas, soit 8 millions de repas chaque jour**, répartis en trois secteurs principaux :

- **l'enseignement** (restauration scolaire et universitaire) : 47% des restaurants et 38% des repas servis,
- **la santé et le social** (restauration hospitalière, maisons de retraite...) : 25% des restaurants et 38% des repas servis,
- **le travail** (restauration d'entreprises et d'administrations) : 16% des restaurants et 15% des repas servis.
- Les autres collectivités (centres de vacances, armées, établissements pénitentiaires...) représentent 12% des



¹ ² L'ensemble des estimations sur la restauration collective en France provient des travaux de base réalisés par Gira Foodservice dans le cadre de l'étude Gressard/CSA/Agence Bio-2009.

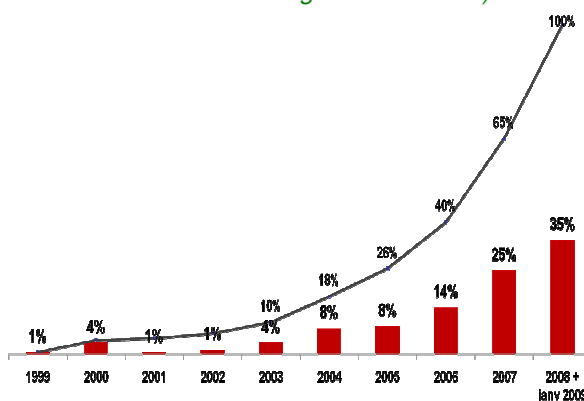
restaurants et 9% des repas servis.

- ✓ Ces secteurs ont totalisé **7 milliards d'euros HT d'achats alimentaires en 2007**, dont 2,7 milliards de produits frais, 2,2 milliards de produits surgelés et 2,1 milliards de produits d'épicerie.
- ✓ En moyenne, 61% des établissements de restauration collective fonctionnent en gestion directe et 39% en gestion concédée à des sociétés spécialisées.

La bio fait son chemin dans les assiettes des restaurants collectifs²

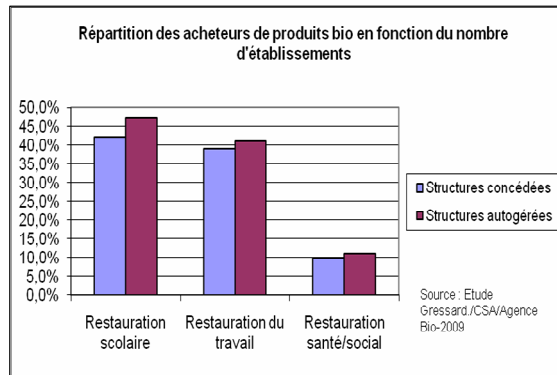
- ✓ L'introduction des produits biologiques a pris un réel essor depuis 2006, accentué par les conclusions du Grenelle Environnement et par la parution de la circulaire Etat exemplaire.
- ✓ Début 2009, les estimations issues de l'étude Gressard/CSA/Agence BIO font apparaître que **36%** des établissements de la restauration collective (soit 26 000 établissements environ) ont déclaré proposer des produits bio ne serait-ce que de temps en temps.
- ✓ Parmi tous les établissements proposant des produits bio début 2009, 35% ont pris cette décision en 2008, 25% en 2007, 14% en 2006 et 26% avant 2006.

Date d'introduction des produits biologiques en restauration collective parmi les établissements en proposant (source : Etude Gressard/CSA/Agence BIO-2009) :



- ✓ L'introduction est plus significative dans le secteur public (41% des établissements) que dans le privé (26% des établissements).
- ✓ Le secteur de l'enseignement est le plus concerné, avec 46% des établissements qui déclarent proposer des produits bio.
- ✓ La part des établissements introduisant des produits bio est globalement la même en gestion directe et en gestion concédée à des sociétés de restauration.

² L'ensemble des données de ce chapitre est issu de l'enquête Gressard/CSA/Agence Bio réalisée du 18 février au 6 mars 2009 auprès de 414 responsables des achats d'établissements de la restauration collective représentatifs de l'ensemble des opérateurs du secteur en France (hors établissements sociaux, structures collectives de loisirs et communautés religieuses).



La Bio en restauration collective : chacun sa formule

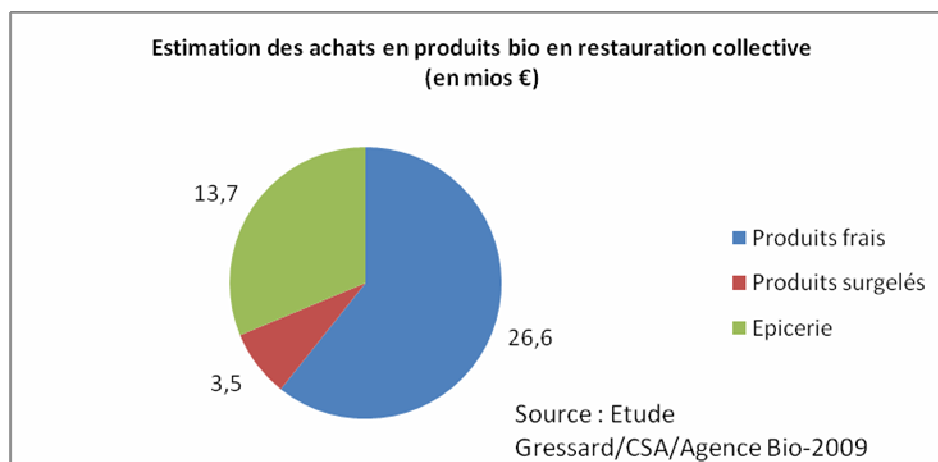
D'après les estimations issues de l'étude Gressard/CSA/Agence BIO, les formules retenues sont variables :

- 50% des établissements introduisent un ou plusieurs ingrédients bio dans des plats/menus,
- 39% proposent des menus bio,
- 11% proposent des plats bio.

44 millions d'euros pour l'achat de produits bio en restauration collective en 2008

Les achats de produits bio en restauration collective ont été estimés à **44 millions d'euros** pour 2008 pour l'ensemble des familles de produits (frais, surgelés, épicerie), ce qui représente :

- 0,6% des achats alimentaires de la restauration collective à caractère social,
- 1,7% du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique.



- Les produits frais issus de l'agriculture biologique représentaient en 2008 0,98% du marché des produits frais de la restauration collective en valeur,
- Les achats en produits bio surgelés : 0,16% des achats de produits surgelés en restauration collective,
- Les achats en produits bio d'épicerie : 0,65% des achats de produits d'épicerie en restauration collective.

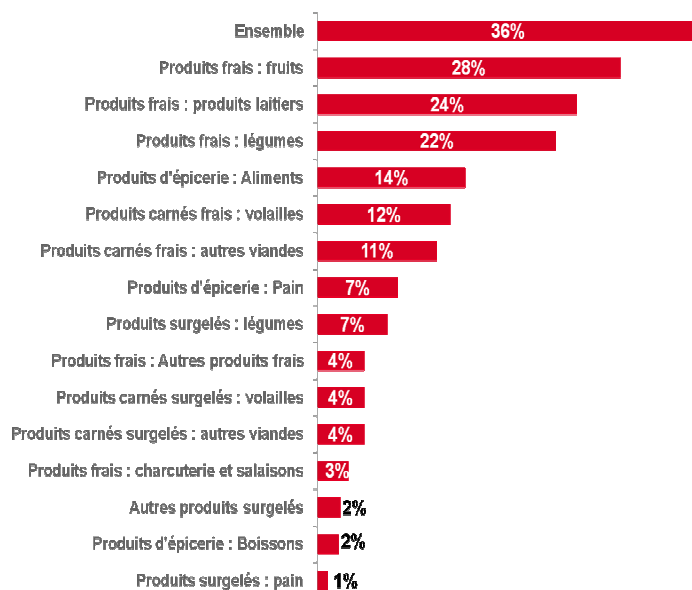
Pommes et yaourts : vedettes bio en restauration collective

En 2008, les produits biologiques les plus introduits en restauration collective étaient, par ordre d'importance :

- fruits : **pomme**, poire, orange, banane, kiwi ;
- produits laitiers : **yaourt**, fromages, desserts lactés ;
- légumes : **carotte**, crudités (radis, concombre, betterave), tomate, salade, pomme de terre, poireaux ;
- épicerie : **riz, pâtes**, biscuits, huile, farine ;
- volaille : **poulet**, dinde ;
- viande : bœuf, porc, agneau ;
- pain.

Cette hiérarchie est respectée dans tous les segments de restauration : public/privé, toute catégorie de convives, mode de gestion, taille, quels que soient les budgets et régions.

Part des restaurants ayant déclaré acheter des produits bio dans l'ensemble des produits ou par catégorie (source : Etude Gressard/CSA/Agence BIO-2009) :



La question des surcoûts

- ✓ 14% des établissements ayant introduit des produits bio ont déclaré n'avoir aucun surcoût.
- ✓ 86% ont déclaré un surcoût, de 23% en moyenne.
- ✓ 60% ont cherché à le réduire, limitant celui-ci à **16% en moyenne**, notamment par :
 - la limitation du gaspillage (67% des gestionnaires interrogés),
 - le remplacement de certains produits par d'autres moins coûteux (60%),
 - l'optimisation des coûts logistiques (44%),
 - la formation du personnel (31%),
 - la réduction des grammages, en respectant les recommandations nutritionnelles (24%).

La Bio : dans 7 restaurants sur 10 dans 3 ans

- ✓ Parmi les établissements qui n'ont pas encore introduit de produits bio, la moitié ont déclaré avoir l'intention de le faire.
- ✓ **71%** des restaurants collectifs ont déclaré avoir l'intention de proposer des produits bio dans leurs repas d'ici 2012, dont **52% de façon certaine**.
- ✓ **53%** des restaurants collectifs ont déclaré être informés de l'engagement du Grenelle Environnement fixant comme objectif 20% des achats en produits bio en restauration collective d'ici 2012.
- ✓ Parmi les établissements ayant déclaré vouloir introduire des produits bio dans leurs assiettes, une majorité souhaite orienter leurs achats vers les produits frais, à l'instar de ceux qui ont ouvert la voie. Leurs priorités se définissent ainsi :
 - 30% souhaitent introduire des fruits,
 - 27% des légumes,
 - 23% de la volaille,
 - 22% des produits laitiers et
 - 21% d'autres viandes.

D'après le baromètre CSA/Agence BIO 2008 « perception et consommation des produits biologiques » :

Un enfant sur quatre a déjà eu un repas avec des produits biologiques,
78% des parents des enfants qui n'en ont jamais eu le souhaiteraient,
42% des Français se disent intéressés par des repas bio au restaurant,
38% des actifs se disent intéressés par des produits bio dans leur restaurant d'entreprise,
32% des actifs se disent intéressés par des produits bio dans les distributeurs automatiques sur leur lieu de travail.

Sur la base de cette expertise, des évaluations des besoins en termes de produits, donc de surfaces et cheptels bio sont effectuées en vue de contribuer à un développement le plus harmonieux possible de l'offre et de la demande.

Tous les professionnels réunis au sein de la commission Filières et Marchés de l'Agence BIO sont associés.

Les résultats des réflexions et expertises seront progressivement complétés et mis en ligne sur le site de l'Agence BIO.

**Pour en savoir plus : www.agencebio.org
rubrique « Bio, mode d'emploi » puis
« La bio en restauration collective »**

ZOOM

SUR LE GUIDE D'INTRODUCTION DES PRODUITS BIO

L'Agence BIO et l'ensemble des partenaires au service des professionnels de la restauration collective, pour une introduction progressive et équilibrée des produits bio dans leurs menus.

En complément des multiples initiatives prises à tous niveaux, l'Agence BIO met d'ores et déjà des outils à disposition par le biais de son site Internet, en particulier :

- un guide d'introduction des produits bio en restauration collective,
- un annuaire des fournisseurs de produits bio spécifiques à ce secteur,
- des outils d'accompagnement pédagogique et des supports de communication, développés notamment avec le soutien de l'Union européenne ;
- des témoignages recueillis notamment à l'occasion des Assises nationales de l'agriculture biologique du 8 octobre 2008.

La palette d'outils sera progressivement élargie et l'ensemble présenté à l'occasion de Natexpo puis du Salon International de l'Agriculture dans le cadre de la **journée spéciale restauration collective le 3 mars 2010**.

D'ici là, de nombreux événements seront consacrés à la restauration collective en particulier les rencontres nationales « Manger mieux, manger Bio » les 8 et 9 décembre 2009 à Valence (cf. www.agencebio.org rubrique « actualités »).

Le Guide d'introduction des produits bio en détail

Point sur la réglementation

Principe de base : pas de tromperie du consommateur

✓ A ce jour, un restaurateur qui introduit des ingrédients ou des produits biologiques dans ses menus et les sert uniquement sur le point de vente ou de fourniture au consommateur final est considéré comme un prestataire de service. Il n'est donc pas dans l'obligation de faire certifier son activité par un organisme agréé, contrairement aux autres opérateurs de la filière (producteurs, préparateurs, importateurs et distributeurs).

Néanmoins, il ne doit pas y avoir tromperie du consommateur sur ce qui est réellement bio dans le plat/ le menu présenté sur la carte et servi.

En effet, le règlement CE 834/2007 concernant le mode de production biologique encadre strictement l'utilisation des termes « bio » et « biologique », et les produits auxquels ils sont attribués.

✓ En cas de contrôle par les services de l'Etat (Directions départementales de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, Directions départementales des affaires sanitaires et sociales, Directions des services

vétérinaires, Directions générales des douanes et droits indirects...), les restaurateurs faisant référence à ces termes doivent être en mesure de fournir tous les justificatifs démontrant que leurs menus sont composés, en tout ou partie, avec des produits et/ou des ingrédients issus de l'agriculture biologique.

C'est pourquoi, avant chaque achat, il est essentiel de s'assurer que les produits sont bien issus de l'agriculture biologique en demandant au fournisseur un certificat en cours de validité les mentionnant. Ce document, ainsi que la facture, l'étiquetage et le bon de livraison comportant le caractère biologique des produits, sont à conserver à titre de preuve.

Une certification volontaire

✓ Certains organismes certificateurs proposent aux chefs qui le désirent une certification volontaire de leur carte, que celle-ci comporte uniquement des produits bio, une partie seulement de plats bio (entrées ou plats ou desserts...), voire uniquement certains ingrédients bio (ex : viande, pain, produits laitiers...). Ils sont alors contrôlés régulièrement, de façon approfondie et inopinée, et bénéficient d'un certificat à leur nom pour les produits concernés sur la base du règlement CE 834/2007. Il est également possible de faire certifier des restaurants scolaires, ou des restaurations de type évènementiel.

Ces opérateurs sont notifiés comme préparateurs auprès de l'Agence BIO, ce qui leur permet de figurer dans la rubrique « restaurants » de l'annuaire professionnel des opérateurs en agriculture biologique en ligne :

<http://annuaire.agencebio.org>

Introduire des produits bio en restauration collective : repères

Choisir les produits et la formule

Plusieurs formules sont possibles :

- des repas totalement bio ;
- des plats biologiques ;
- des ingrédients ou produits bio (ex : viande, pain, fruit, produits laitiers...).

Il est possible d'en proposer tous les jours, régulièrement ou de temps en temps.

Dans tous les cas, il est important de choisir une formule adaptée à l'offre en produits biologiques.

Choisir ses fournisseurs

Les coordonnées de producteurs et entreprises proposant des produits pour la restauration collective sont disponibles sur l'annuaire professionnel de l'Agence BIO :

<http://annuaire.agencebio.org>

Les relais bio régionaux peuvent vous aider à orienter votre choix (cf rubrique « contact » du site www.agencebio.org).

En bio, les possibilités d'approvisionnement sont multiples :

- approvisionnement direct auprès de producteurs, regroupés en plateformes dans certaines régions ;
- achat auprès de sociétés spécialisées ;
- achat auprès de sociétés de restauration collective qui ont introduit des produits bio dans leur gamme pour répondre à la demande des collectivités.

Limiter les surcoûts

En général, les produits issus de l'agriculture biologique sont plus chers qu'en conventionnel. Des méthodes de type extensif, le recours à une main d'œuvre plus importante et les coûts de certification en sont les principales causes.

Quelques mesures simples permettent de limiter nettement ce surcoût :

- privilégier la régularité dans les approvisionnements (économies d'échelle et logistique appropriée) ;
- privilégier les produits de saison ;
- construire ses menus en fonction de l'offre tout en veillant au respect de l'équilibre nutritionnel et de l'équilibre matières ;
- prendre en compte la spécificité de certains produits bio pour calculer les quantités nécessaires.

Proposer des actions pédagogiques et une communication adaptée

Aussi souvent que possible, il est important d'accompagner la démarche d'introduction de produits bio d'actions pédagogiques pour sensibiliser le personnel et les convives aux questions d'environnement, de bien-être animal et de biodiversité en même temps qu'à l'importance d'une alimentation équilibrée dans le cadre d'un projet global cohérent avec le développement durable.

L'Agence BIO propose des supports de communication adaptés, disponibles notamment auprès des relais régionaux (cf www.printempsbio.com).

Des régions se sont également dotées d'outils spécifiques, voire proposent un accompagnement ou de la formation dans le domaine de la bio et de la restauration collective.

Qui contacter ?

Des organismes peuvent accompagner les professionnels dans leur démarche d'introduction de produits bio, notamment pour la recherche de fournisseurs. En voici une liste non exhaustive :

- La FNAB : www.fnab.org ; www.repasbio.org
- Le SYNABIO : www.synabio.com
- Les relais bio régionaux : cf. rubrique « contact » du site www.agencebio.org
- Les chambres d'agriculture : <http://paris.apca.chambagri.fr>
- Des opérateurs spécialisés : <http://annuaire.agencebio.org>

Pour en savoir plus : www.agencebio.org rubrique « Bio, mode d'emploi » puis « La bio en restauration collective »

RENTREE 2009 : UN NOUVEAU KIT PEDAGOGIQUE A DESTINATION DES ENFANTS DANS LES ECOLES « DIS, C'EST QUOI L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE »

Avec la rentrée scolaire 2009, l'Agence BIO propose aux enseignants et aux élèves des classes de CE2, CM1 et CM2 un nouveau kit pédagogique:
« Dis, c'est quoi l'agriculture bio ? ».

Ce kit de sensibilisation à l'agriculture biologique a été créé dans le cadre du programme triennal d'information sur l'agriculture biologique et ses produits, cofinancé par l'Union européenne. Il a pour objectif de faire découvrir aux élèves un mode de culture, d'élevage et de transformation très respectueux de l'environnement, du bien-être animal et de la biodiversité.

6 000 Kits seront diffusés début octobre auprès des établissements scolaires qui en auront fait la demande, suite à l'envoi d'un courrier de présentation adressé aux responsables de 20 000 établissements de l'ensemble des académies en France métropolitaine. Les partenaires de l'Agence BIO en région en recevront également.

Les outils (guide, fiches, posters) seront téléchargeables et imprimables à partir du site Internet de l'Agence BIO.

Un kit conçu par des spécialistes de l'enseignement et de la Bio

Ce kit pédagogique, conçu et rédigé par une équipe d'enseignants, en coopération avec les professionnels de l'agriculture biologique, a pour objectif de s'inscrire dans le cadre des programmes de Sciences et Technologie et de Géographie du cycle 3. Il s'articule autour des notions et concepts du développement durable, l'éducation au développement durable faisant partie intégrante de la formation initiale des élèves.

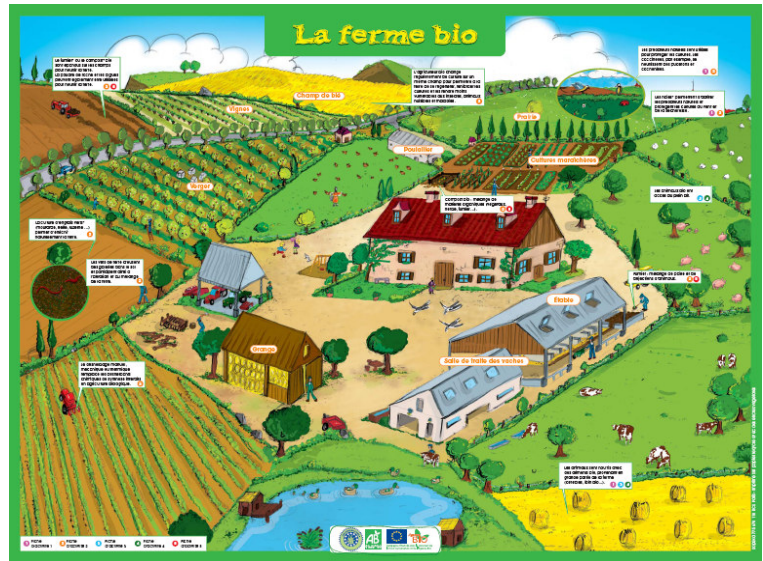
Cet outil pédagogique pourra également être utilisé pour des animations dans les écoles réalisées par les partenaires de l'Agence BIO, notamment en accompagnement des actions en restauration collective.

8 fiches d'activités et 4 posters

Les 8 fiches d'activités pour les élèves et les 4 posters contenus dans le kit pédagogique présentent et expliquent les caractéristiques de l'agriculture biologique par des exemples qui conduiront les élèves à la réflexion, à la mobilisation et à l'enrichissement de leurs connaissances. Les enseignants trouveront également dans le guide d'animation des informations complètes sur l'agriculture biologique, et notamment un lexibio, et une proposition de progression pédagogique.



Un guide d'animation pour l'enseignant



Posters 1 et 2



Poster 3



Poster 4

La ferme bio : un écosystème préservé

Comment nourrir la terre et protéger les cultures dans une ferme bio ?

L'élevage bio : du pré à l'assiette

L'élevage des poules bio

La fabrication du compost dans une ferme bio

Du blé au pain bio

Du lait bio aux yaourts aux fruits bio

Fruits et légumes bio de saison

8 fiches d'activités pour les élèves

Contenu du kit pédagogique :

► **Un guide d'animation pour l'enseignant - 16 pages A4**

Le guide contient une **présentation détaillée de l'agriculture biologique**, des pratiques de culture et d'élevage qui la caractérisent. Un **lexique bio** rappelle des définitions de termes spécifiques, utiles pour l'utilisation des fiches d'activités et des posters.

Il propose également un **déroulement des séances** et une exploitation des différents supports dans le cadre d'une progression pédagogique et présente les objectifs de chaque séance. Il suggère des prolongements pédagogiques en fonction des thèmes.

► **Une série de 8 fiches d'activités pour les élèves - A4 noir et blanc**

Les fiches (à photocopier par l'enseignant) sont destinées au travail des élèves en classe. Elles font suite au cours proposé par l'enseignant et s'intègrent complètement dans le programme scolaire.

Les thèmes des 8 fiches

- La ferme bio, un écosystème préservé
- Comment nourrir la terre et protéger les cultures dans une ferme bio ?
- L'élevage bio : du pré à l'assiette
- L'élevage des poules bio
- La fabrication du compost dans une ferme bio
- Du blé au pain bio
- Du lait aux yaourts à aux fruits bio
- Les fruits et légumes bio de saison

► **Une série de 4 posters couleur – 40cmx60cm**

Les posters présentent les caractéristiques de l'agriculture biologique et de la transformation des produits bio. Exploités collectivement en lien avec les fiches d'activités pour les élèves, ils visent à favoriser la réflexion et les échanges entre les élèves avant le travail individuel.

Les thèmes des 4 posters :

- **Poster 1 et 2** : La ferme bio (*poster en deux parties*)
- **Poster 3** : Du champ à la commercialisation : l'exemple d'un biscuit bio
- **Poster 4** : Les quatre saisons des produits bio

LANCEMENT DU CONCOURS NATIONAL : « LES TROPHEES DE L'EXCELLENCE BIO »



Co-organisé par l'Agence BIO et le Crédit Agricole, le concours « Les Trophées de l'Excellence Bio » a été lancé le 8 septembre 2009, dans le cadre du Salon Tech&Bio, à Loriol-sur-Drôme.

Ce concours récompensera les démarches innovantes d'acteurs et d'entreprises bio exerçant dans les domaines de la production, de la transformation ou de la distribution. La valorisation de projets exemplaires mettra en lumière le caractère innovant et dynamique de l'agriculture biologique. Il permettra de renforcer la mutualisation des savoir-faire.

Les candidats ont jusqu'au 1er décembre pour envoyer leur candidature à l'Agence BIO. La remise des Prix se déroulera au Salon International de l'Agriculture 2010, à l'issue du séminaire international de l'Agence BIO, le 4 mars. Les lauréats seront sélectionnés par un jury composé de représentants des Pouvoirs Publics, du Crédit Agricole et de professionnels de la Bio.

Dossiers de candidatures pour « Les Trophées de l'Excellence Bio » disponibles sur internet www.agencebio.org et www.credit-agricole.fr ou par voie postale auprès de l'Agence BIO, 6 rue Lavoisier, 93100 Montreuil-sous-Bois.

A qui s'adresse ce concours ?

Le concours est ouvert à tous les acteurs **professionnels et entreprises des filières biologiques** certifiés ou en conversion. Ceux-ci peuvent se présenter à titre individuel ou collectif dans le cas de démarches portées par plusieurs acteurs réunis au sein d'une association, d'un CETA, GDA, CUMA, ... et, le cas échéant, en coopération avec une ou plusieurs collectivités locales.

Pour mieux départager les candidats, **deux catégories sont différenciées** :

- producteurs
- transformateurs et distributeurs

Un prix de 5000 € sera décerné au projet le plus innovant dans chacune des deux catégories du concours. Et pour assurer la valorisation des projets et professionnels lauréats, une action d'information sera menée.

Quelles actions peuvent être soutenues ?

Pour illustrer l'excellence dans le domaine de l'agriculture biologique, la démarche doit présenter un ou plusieurs caractères innovants dans au minimum un des domaines technique, social, économique, commercial ou partenarial.

L'impact environnemental, au-delà du respect du cahier des charges de l'agriculture biologique, pourra être pris en compte.

Pourront être considérées comme innovation les activités suivantes:

- la fabrication d'un produit nouveau,
- une nouvelle méthode de production,
- l'ouverture de nouveaux débouchés dans des conditions durables, rémunératrices pour les producteurs et accessibles pour les consommateurs
- l'utilisation de nouvelles matières premières,
- la réalisation d'une nouvelle organisation du travail,
- la mise en œuvre de nouveaux dispositifs partenariaux (associations, collectivités territoriales...)

Les innovations, pour être considérées en tant que telles, devront présenter une utilité avérée pour le développement ou l'amélioration des performances des filières de l'agriculture biologique.

Comment participer ?

Informations, règlement complet et dossiers de candidature téléchargeables à partir des adresses suivantes:

www.agencebio.org ou www.credit-agricole-sa.fr

Dépôt des candidatures d'ici le 1^{er} décembre 2009 auprès de l'Agence BIO

6 rue Lavoisier – 93100 Montreuil-sous-Bois

Fax : 01 48 70 48 45 – contact@agencebio.org

Les dates à ne pas manquer

- **1er décembre 2009** : Date de clôture du dépôt des candidatures
- **Janvier 2010** : Examen des dossiers et présentation orale des dossiers présélectionnés devant le jury
- **4 mars 2010 à 17h** : Remise des prix au Salon International de l'Agriculture 2010, à Paris

SOMMET DE L'ELEVAGE : LA FILIERE ELEVAGE BIO POURSUIT SES ACTIONS D'INFORMATION POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

En synergie avec l'Agence BIO, dans le cadre d'un programme de communication cofinancé par l'Union européenne, la Commission BIO d'Interbev – association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes – poursuit son programme d'information auprès des professionnels sur les possibilités offertes par la conversion à l'agriculture biologique.

En 2008, la France comptait 4 369 élevages bovins, ovins et ou porcins biologiques. Les tonnages abattus en bio ont progressé de 5,6% par rapport à l'année précédente. Pourtant, 20% des consommateurs bio déclarent difficile de se procurer de la viande bio (Source : Agence BIO). La Commission BIO d'Interbev s'implique donc fortement pour encourager la conversion.

La filière viande bio présente au Sommet de l'Elevage, du 7 au 9 octobre à Clermont-Ferrand / Cournon (63)

Après une participation active, en coopération avec l'Agence BIO, au salon européen des techniques agricoles alternatives et bio « Tech&Bio » les 8 et 9 septembre à Loriol-sur-Drôme (26), puis au SPACE, salon professionnel des productions animales, du 15 au 18 septembre, à Rennes (35), des représentants des filières viandes bio seront présents au Sommet de l'Elevage, du 7 au 9 octobre 2009, à Clermont-Ferrand / Cournon (Hall 1, Allée C).

Le 7 octobre, la Commission Bio d'Interbev organise le colloque : « Modernité, rentabilité, environnement : produire bio pour voir plus loin, l'exemple de la filière viande »

Dans le cadre du Sommet de l'Elevage, la Commission Bio d'Interbev organise, le 7 octobre à 9h30, un colloque : « Modernité, rentabilité, environnement : produire bio pour voir plus loin, l'exemple de la filière viande ».

Très organisée, la filière viande bio est fortement mobilisée pour dynamiser les viandes bio et les promouvoir auprès des consommateurs. Les actions de la filière concernent également les éleveurs : ils sont régulièrement tenus informés des opportunités offertes par une conversion à l'agriculture biologique.

Au cours du colloque des interventions et des ateliers thématiques permettront aux visiteurs d'approfondir leurs réflexions sur l'efficacité technique et économique des systèmes en bio. Ils pourront aussi poser des questions précises dans les domaines de l'organisation économique, de la certification, de l'alimentation et de la conduite sanitaire des troupeaux en bio.

Sommet de l'Elevage, Clermont Ferrand / Cournon - Parc des expositions de la Grande Halle d'Auvergne - Espace conférence – Salle 2.

Programme du colloque de la Commission Bio d'Interbev
*« Modernité, rentabilité, environnement : produire bio pour voir plus loin,
l'exemple de la filière viande »*
7 octobre 2009

Programme du colloque

9h30 Accueil

10h - 12h30 Colloque

Accueil par les Présidents d'INTERBEV, de l'Agence BIO et le Conseil régional.
Ouverture de la Conférence par M. le Président de la Commission BIO INTERBEV.

Résultats techniques et économiques des élevages d'ovins et de bovins bio :

MM. Marc BENOIT et Patrick VEYSSET, I.N.R.A. Clermont-Ferrand Theix,
économistes à l'Unité de Recherche sur les Herbivores.

Les témoignages de la conversion et de la conduite de deux exploitations en bio :

M. Jacques SECQUES, *éleveur de bovins bio,*
M. Bertrand ROUAULT, *éleveur d'ovins bio.*

La diversité des circuits de commercialisation des animaux dans des filières biologiques :

M. Guillaume LEJAL, *directeur d'Unébio,*
M. Luc MARY, *directeur de SICABA.*

Conclusion par le représentant du Ministre de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche.

12h30 - 14h Rencontres thématiques autour d'un buffet

Des spécialistes dans les domaines de l'organisation économique, du contrôle et de la certification, du suivi sanitaire des troupeaux, de l'alimentation animale, des performances techniques et économiques des élevages seront là pour répondre à vos questions.

La Commission BIO INTERBEV vous donne rendez-vous sur son stand INTERBEV AUVERGNE, Hall 1, allée C, sur toute la durée du salon.



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS DE
L'UNION EUROPÉENNE



L'AGENCE BIO A NATEXPO 2009 DU 17 AU 19 OCTOBRE 2009 AU PARC DES EXPOSITIONS PARIS NORD VILLEPINTE

Natexpo, salon biennal des professionnels de l'alimentation et du bien-être au naturel fêtera ses 50 ans les 17, 18 et 19 octobre prochain dans le Hall 8 du Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte.

Créé par la Fédération Française de la Diététique (Conseil Nature, Synabio, Synadis et SynadietBIO), Natexpo a pour objectif de permettre aux acteurs du marché des produits bio et du bien-être (producteurs, transformateurs, grossistes, distributeurs, importateurs, exportateurs, magasins spécialisés, RHD,...) de présenter leurs produits et leurs innovations aux prescripteurs (nutritionnistes, diététiciens,...) et acheteurs nationaux et internationaux.

En 2009, Natexpo prévoit d'accueillir plus de 10.000 visiteurs professionnels et rassemblera près de 500 exposants du marché de l'alimentation et du bien-être au naturel, répartis autour de 4 secteurs :

- **Bien se nourrir** : alimentation bio
- **Forme et équilibre** : alimentation diététique, nutrition et compléments alimentaires
- **La beauté au naturel** : cosmétique, hygiène et soin bio ou naturels
- **Le bien-être au quotidien** : produits et équipements écologiques (textiles, éco-habitat, jardinage,...).

Les événements de Natexpo 2009

L'édition 2009 poursuivra l'ouverture internationale et renouvellera le **village des vins** et **l'espace TPE** (Très Petites Entreprises).

Les **Trophées NATEXPO**, créés en 2005, récompenseront les nouveaux produits des exposants dans les 4 catégories correspondant à la sectorisation utilisée pour l'organisation du salon.

Des ateliers techniques seront organisés par les entreprises exposantes.

La participation de l'Agence BIO à Natexpo 2009

Présente en 2005 et 2007, l'Agence BIO renouvelle sa participation à Natexpo en 2009. Cette année, l'Agence BIO accueillera sur son stand d'information situé en A20 les interprofessions partenaires pour un programme de rencontres renforcé.

Durant les trois jours de salon, l'Agence BIO et ses partenaires répondront à toutes les questions des professionnels de la filière. Un dossier complet sur le secteur sera mis à la disposition des professionnels.

Le programme détaillé sera prochainement mis en ligne sur le site Internet de l'Agence BIO www.agencebio.org

Pour tous renseignements : www.natexpo.com

LES PROGRAMMES D'INFORMATION EN SYNERGIE AVEC LES INTERPROFESSIONS

Cinq interprofessions se sont associées à l'Agence BIO pour conduire, en totale synergie, un programme d'information sur 2008-2009-2010, avec le soutien de l'Union européenne.

Les filières participantes :

- **la filière élevage (CNIEL - Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière et INTERBEV - Association Nationale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes)**
- **la filière fruits et légumes (INTERFEL - Interprofession des Fruits et Légumes Frais)**
- **la filière des produits de grandes cultures (INTERCEREALES - interprofession de la filière céréalière et ONIDOL - Organisation Nationale Interprofessionnelle des Graines et Fruits Oléagineux).**



En plus de leur participation active pendant le **Printemps BIO**, chaque interprofession ponctue l'année avec des **actions spécifiques** : actions d'information et de formation auprès des professionnels, actions en points de vente, diffusion d'outils de communication, notamment pour la restauration collective, participation à des salons, actions Internet...

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

- www.agencebio.org,
- www.printempsbio.com,
- www.viandeetproduitslaitiersbio.com
- www.interfelbio.com
- www.passioncereales.fr
- www.prolea.com

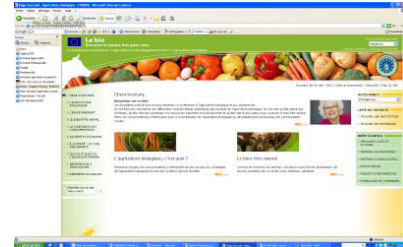


COMMUNICATION : DES POSSIBILITES DE SYNERGIES AVEC LES ACTIONS MISES EN PLACE AU PLAN EUROPEEN

www.organic-farming.europa.eu

La campagne de communication européenne : « Le bio : bon pour la nature, bon pour nous »

Clé de voûte de la campagne européenne: le site internet multilingue consacré à l'agriculture biologique : www.organic-farming.europa.eu.



Ce site Internet contient notamment **une «boîte à outils» électronique** proposant gratuitement des **outils de communication en 22 langues** (dépliants, affiches, cartes postales, outils audiovisuels,...) à l'intention des professionnels de l'ensemble du secteur de l'alimentation et de l'agriculture biologiques ainsi qu'à toutes autres personnes intéressées (enfants, étudiants, enseignants,...).

Le contenu de cette boîte à outils est la propriété de la Commission européenne, mais peut être utilisé librement pour la production de matériels promotionnels sur l'agriculture et l'alimentation biologiques dans l'Union européenne, dans le respect des conditions d'utilisation.

Concours pour un nouveau logo biologique européen

La Direction Générale de l'Agriculture et du Développement rural de la Commission européenne a invité les étudiants en art et en design des 27 Etats membres à participer au concours européen pour la mise au point du nouveau logo biologique de l'UE.

Après une pré-sélection des meilleurs projets par un jury d'experts du secteur de l'agriculture biologique ainsi que par des professionnels du design, ces derniers seront publiés sur le site Internet du concours en tant que candidatures officielles pour le nouveau logo. Tous les citoyens européens seront invités à participer au choix du meilleur logo en votant en ligne pour leur candidat favori.

Le logo gagnant deviendra le nouveau symbole officiel des produits biologiques dans toute l'Union européenne dès Juillet 2010.

Toutes les informations sur le concours sont disponibles sur le site : http://ec.europa.eu/agriculture/organic/logo/index_fr.htm.

LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS DE LA BIO

Sommet de l'élevage (Cournon) :

7-9 octobre 2009

La Commission Bio d'Interbev sera présente sur le stand Interbev Auvergne (Hall 5, Allée C, Stand C67). Dans le cadre du salon, elle organise le colloque « Modernité, rentabilité, environnement : produire bio pour voir plus loin. L'exemple de la filière viande » sera organisé le 7 octobre (Espace conférence – Salle 2).

Miffel (Avignon)

13-15 octobre 2009

Dans ce cadre, une journée bio sera organisée le 14 octobre.

Natexpo (Paris):

17-19 octobre 2009

L'Agence BIO sera présente au Salon Natexpo, Salon professionnel biennal de l'alimentation et du bien-être au naturel (Paris, Parcs des Expositions, Paris-Nord Villepinte)

Millésime Bio (Montpellier) :

25-27 janvier 2010

Biofach (Nuremberg) :

17-20 février 2010

Salon International de l'Agriculture :

27 février au 7 mars

L'Agence BIO sera présente à la 47^{ème} édition du Salon International de l'Agriculture (Paris Porte de Versailles)

Séminaire international de l'agriculture biologique :

4 mars 2010

organisé par l'Agence BIO dans le cadre du Salon International de l'Agriculture.

Remise des prix du concours national

« Les Trophées de l'Excellence Bio » :

4 mars 2010, à 17h

organisé par l'Agence BIO en coopération avec le Crédit Agricole.

La remise des prix se déroulera à l'issue du séminaire international.

Europain (Paris) :

6-10 mars 2010

Printemps BIO :

1^{ère} quinzaine de juin

ADOCOM RP - Service de presse de l'Agence BIO

Tél : 01 48 05 19 00 - Fax : 01 43 55 35 08- Courriel : adocom@adocom.fr

