



# GUIDE DE DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES DE FRUITS ET LÉGUMES BIO





# INTRODUCTION



Laurent Grandin,  
Président  
d'Interfel

« Je me réjouis du formidable travail réalisé par notre Comité Bio dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus soucieux de la qualité de leur alimentation, et où les fruits et légumes bio connaissent une très forte progression. L'accompagnement de cette croissance s'inscrit totalement dans la stratégie de l'interprofession et figure dans les engagements pris par Interfel dans son plan de filière. »

Interfel a créé son Comité Bio au début des années 2000, dont le principal rôle est de soutenir un développement harmonieux de l'offre et de la demande en fruits et légumes bio, sans opposer ni les circuits de distribution, ni les origines, ni les modes de production. Ce guide a pour but de continuer à accompagner les filières de fruits et légumes bio, mais il a aussi pour objectif de développer la consommation des fruits et légumes dans son ensemble. »



---

« Ce guide a pour but de continuer à accompagner les filières de fruits et légumes bio, mais il a aussi pour objectif de développer la consommation des fruits et légumes dans son ensemble. »

---





Bruno Vila,  
co-rapporteur  
amont du Comité  
Bio d'Interfel

« Depuis plusieurs années, la demande en produits bio, et notamment en fruits et légumes, est en forte progression en France. Nous devons donc répondre aux attentes des consommateurs en continuant à développer la production tout en structurant l'offre, et préserver une juste valorisation de nos fruits et légumes bio.

Pour accompagner cette dynamique et orienter les opérateurs, les membres de la filière ont souhaité rassembler dans un guide les connaissances à date sur les filières de fruits et légumes bio en fléchant les endroits où trouver des informations ou des appuis fiables.

Nous avons voulu que ce guide soit à la fois complet, mais également pédagogique et clair.

De plus, nous avons également veillé à ce que ce guide soit le plus proche des interlocuteurs auxquels il s'adresse. C'est pourquoi des témoignages de tous les métiers de la filière ont été intégrés. Nous avons souhaité qu'il soit réaliste, sans taire les difficultés. »

« Nous devons répondre aux attentes des consommateurs en continuant à développer la production tout en structurant l'offre, et préserver une juste valorisation de nos fruits et légumes bio. »

« À travers ce guide, tous les métiers de la filière fruits et légumes prennent la parole et s'adressent à leurs pairs. En cela, cet outil est inédit. »



Marc Duret,  
co-rapporteur  
aval du Comité  
Bio d'Interfel

« Soucieux de la qualité de leur alimentation, les consommateurs expriment des attentes de plus en plus fortes. Pour y répondre, les professionnels de la filière développent, en continu, leur expertise sur les produits afin de délivrer les conseils les plus avisés et les plus pertinents.

A travers ce guide, tous les métiers de la filière fruits et légumes prennent la parole et s'adressent à leurs pairs. En cela, cet outil est inédit.

De plus, il a été co-écrit avec bon nombre d'organisations référentes en agriculture biologique, de façon à créer du lien entre les différents acteurs. Ce travail de co-construction est indispensable pour faire évoluer les filières bio, à la fois sur le plan économique, technique ou encore humain. Nous sommes convaincus qu'il n'y a qu'en travaillant ensemble et sur tous ces aspects, que nous pourrons permettre un développement pérenne des filières. »



# CONTENU DU GUIDE

Comme tous les changements, un passage ou un développement d'activité en bio entraîne des pertes de repères et de nombreuses questions : Comment sont organisées les filières ? Que dit la réglementation ? Qui sont les acteurs ? Quels sont les débouchés ? Comment me former ? Où trouver les informations sur le marché ? Qui peut m'aider d'un point de vue technique ou financier ?



Anticiper ces questions permet de se lancer dans cette période de transition avec plus de sérénité.

Ce guide de développement des filières de fruits et légumes bio a pour objectif de vous accompagner dans l'appréhension de ces questions. Il traitera donc, dans un premier temps, les sujets suivants :

> Le marché des fruits et légumes bio	08
> La réglementation et la certification bio	14
> Les acteurs et organismes référents de l'agriculture biologique	28
> La recherche / expérimentation en fruits et légumes bio et les appuis techniques	44
> Les aides financières	54
> La filière et les relations entre les différents métiers de la filière	74
> Communiquer sur les fruits et légumes bio	82



## Témoignages

Dans une deuxième partie, des fiches métiers détailleront les spécificités propres à chaque maillon de la filière. Elles seront accompagnées de témoignages concrets de femmes et d'hommes qui, sur le terrain, œuvrent au développement des filières de fruits et légumes bio.

<i>Producteur</i>	88
<i>Coopérative</i>	98
<i>Metteur en marché, expéditeur</i>	104
<i>Exportateur</i>	110
<i>Importateur</i>	116
<i>Grossiste</i>	124
<i>Primeur</i>	130
<i>Spécialiste en produits biologiques</i>	136
<i>Acteur de la grande distribution</i>	142
<i>Acteur de la restauration collective</i>	146
<i>Acteur de la restauration commerciale</i>	152
Glossaire	156

# LE MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES BIO



**Le marché du bio connaît un véritable essor dont les fruits et légumes frais bénéficient tout particulièrement. Dans cette période de croissance, l'éclairage des équilibres offre/demande est un véritable enjeu pour un développement harmonieux des filières. Le marché peut être suivi à différents stades de la filière. Des outils sont mis à disposition pour suivre son évolution.**

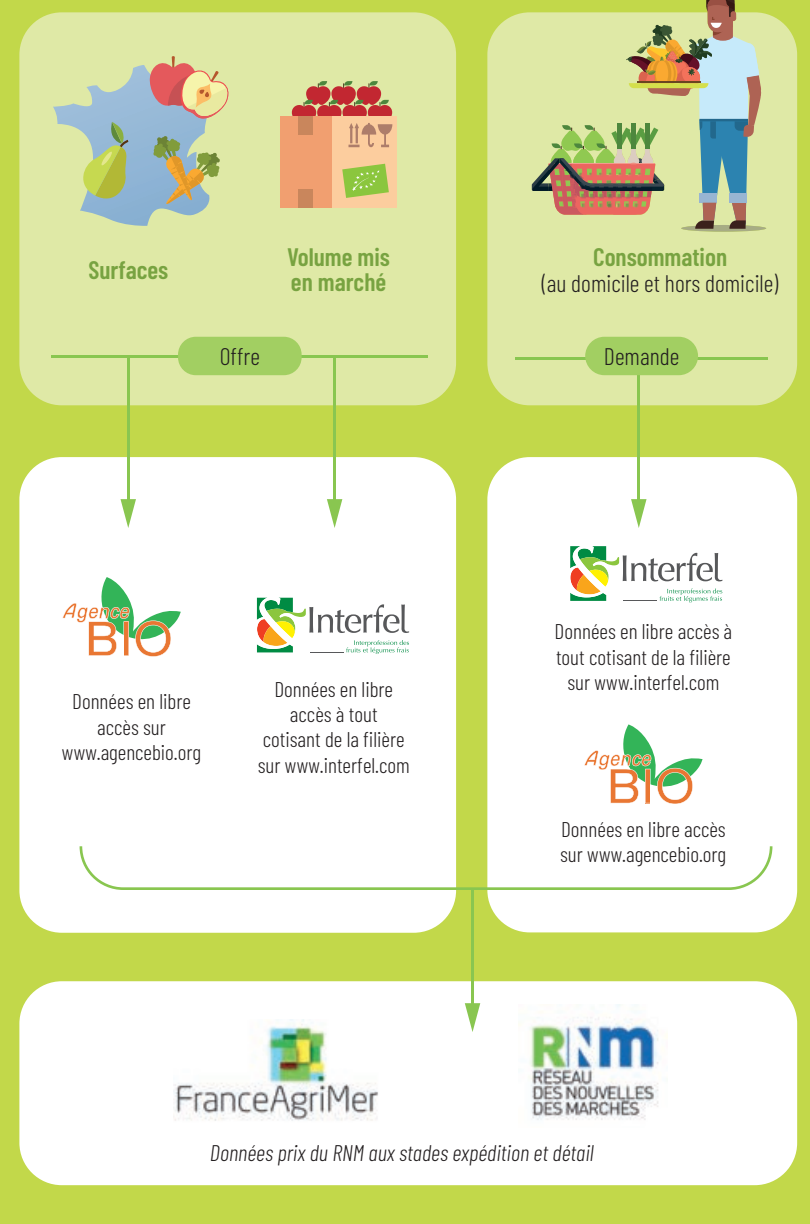
Données en libre accès sur [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)



## Évolution de l'offre

L'Agence BIO publie chaque année, pour chaque filière, l'évolution des surfaces cultivées en agriculture biologique (certifiées et en conversion) en France. Ces données sont élaborées à partir des informations remontées par les organismes certificateurs lors des contrôles. Les surfaces de légumes, dont le cycle cultural est souvent inférieur à l'année, et qui associent souvent plusieurs espèces sur une surface restreinte, sont généralement peu précises à l'espèce. L'Agence BIO publie ainsi des données de surfaces pour l'ensemble du maraîchage mais ne détaille pas l'utilisation de celles-ci par espèce. Pour l'arboriculture, les données sont plus détaillées mais la productivité (stade de développement, densité d'arbres, etc.) n'est pas indiquée.

## OÙ TROUVER LES INFORMATIONS POUR SUIVRE L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE ?



Données en libre accès à tout cotisant de la filière sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com)

Afin de suivre les volumes de fruits et légumes bio mis sur le marché, Interfel a initié une enquête en 2012, qu'elle renouvelle chaque année. Elle permet de quantifier les volumes de fruits et légumes bio commercialisés au stade « première mise en marché ». Elle est menée sur un panel d'environ 200 opérateurs de la filière fruits et légumes, bio ou mixtes.

### Évolution de la demande

Interfel suit, en collaboration avec le CTIFL, la consommation des ménages au domicile grâce au panel Kantar depuis le début des années 2000. Les données Kantar présentées sont issues d'un panel de 12 000 ménages (représentatif de la population française) déclarant leurs achats de fruits et légumes frais pour une consommation à domicile. Toute forme de consommation hors domicile ou non destinée à la consommation familiale n'est pas incluse. (Un ménage est composé d'environ 2,25 personnes en moyenne, source INSEE).

Données en libre accès à tout cotisant de la filière sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com)

À ce jour, quinze références de fruits et légumes bio sont suivies par Interfel au niveau du panel Kantar : carotte, tomate, salade, courgette, oignon, poireau, concombre, melon, chou-fleur, pomme, kiwi, poire, pêche, nectarine, banane.



Tous ces outils d'analyse de la demande sont complémentaires entre eux.

Pour cerner l'ensemble du marché, en plus de la consommation à domicile, Interfel conduit, tous les cinq ans environ, une étude pour mesurer les achats de fruits et légumes frais pour la restauration hors domicile (RHD). C'est la seule source de données concernant ce marché pour la filière. Cette étude est menée par le croisement de deux approches différentes : auprès des gestionnaires d'établissements d'une part (restauration collective et commerciale), et des acteurs de la distribution d'autre part.

Données en libre accès sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com)

À côté de ces outils gérés par Interfel, il existe d'autres moyens d'évaluation du marché comme ceux pilotés par l'Agence BIO :

- Une évaluation du marché alimentaire bio en France est commandée chaque année, basée sur une enquête réalisée, toutes filières bio confondues, auprès d'environ 600 acteurs de transformation et de distribution : détaillants, préparateurs, centrales d'achats de grandes surfaces alimentaires, centrales et grossistes bio et autres grands comptes (représentant 75 % du marché au stade de détail) ; elle s'appuie également sur le panel IRI Symphony concernant les produits gencodés des grandes enseignes généralistes alimentaires et sur la base Biolinéaires concernant la distribution en magasins spécialisés bio. La vente directe est estimée à partir d'une enquête annuelle. Cette évaluation estime aussi les flux internationaux.
- Un baromètre national de perception et consommation des produits biologiques est conduit chaque année pour l'ensemble des filières bio auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 consommateurs de 18 ans et plus.
- Un sondage annuel mesure l'introduction de produits biologiques en restauration collective à caractère social (auprès de 1 000 établissements) et en restauration commerciale (auprès de 1 000 établissements représentatifs du secteur) ainsi que les voies retenues et les clés et perspectives de développement.

Données en libre accès sur [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

## Suivre la demande sur d'autres marchés que le frais

Le marché des fruits et légumes transformés peut avoir une influence sur le marché des fruits et légumes frais. Par ailleurs, il représente des opportunités de développement avec les transformateurs pour les fruits et légumes bio produits en France.

Ces dernières années, on note une forte demande en fruits et légumes pour le secteur de la transformation. Les organisations professionnelles référentes dans le secteur des fruits et légumes transformés (l'AFIDEM, ou encore le Synabio, etc.) peuvent renseigner leurs adhérents sur la dynamique générale du marché ou sur certains sujets précis.

Le Synabio, par exemple, met à disposition un indicateur mensuel de conjoncture qui fait un état des tendances des marchés bio en général et un baromètre trimestriel sur les tensions observées par ses adhérents concernant les matières premières bio. Des alertes sur certains produits sont régulièrement signalées dans cet outil.

L'AFIDEM, quant à elle, peut fournir des informations sur une partie du marché des fruits destinés à la transformation, notamment sur la pomme, la poire, les petits fruits rouges, l'abricot ou encore la prune.

>> Pour en savoir plus sur les outils mis à disposition par les organisations professionnelles référentes du secteur des fruits et légumes transformés : [www.synabio.com](http://www.synabio.com) / [afidem@afidem.net](mailto:afidem@afidem.net)

À noter également que FranceAgriMer publie régulièrement sur son site web, en libre accès, des études qui, même si souvent non spécifiques au secteur bio, renseignent sur l'évolution du marché. On peut notamment citer : « Prospective fruits du futur », « Les acheteurs en rayon fruits et légumes », etc. **Plus d'infos :** [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)



>> Tous ces outils d'analyse de la demande sont complémentaires entre eux. L'approche d'Interfel permet de suivre précisément la place relative des fruits et légumes bio au sein de la filière fruits et légumes. Celle de l'Agence BIO évalue l'évolution du marché des fruits et légumes bio au sein du marché bio (tous produits alimentaires confondus).

>> Pour veiller à la cohérence des évolutions observées, les résultats de ces outils sont systématiquement confrontés. Ces rapprochements permettent de consolider les méthodologies des différentes approches.

## Évolution des cours expédition et des prix au détail

FranceAgriMer, par son Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM), fournit des cotations de prix au stade expédition et réalise des relevés de prix au détail. Les enquêtes au stade expédition sont effectuées par téléphone auprès des entreprises chargées de l'expédition et de la commercialisation des produits agricoles. Pour les fruits et légumes, il s'agit de l'essentiel de la première mise en marché de fruits et légumes en France. Les prix sont définis dans la cotation hors taxe, pour des produits conditionnés, logés départ station d'expédition. Par ailleurs, les agents du RNM réalisent chaque semaine 150 enquêtes en GMS, 30 en hard-discount et 40 en magasin bio, dans le but d'établir des moyennes de prix nationales, au stade détail, pour l'ensemble des produits fruits et légumes, viande, produits laitiers et produits de la mer. Les prix au détail reposent ainsi sur des relevés de prix en points de vente (échantillon représentatif, mis à jour périodiquement par le RNM – tous les 5 ans).

**Données disponibles dès publication pour les abonnés au RNM ou mises à disposition par Interfel, en partie, à travers son observatoire annuel (voir encadré ci-dessous).**

Toutes ces informations sont désormais réunies dans l'Observatoire économique des fruits et légumes bio d'Interfel, réalisé conjointement avec le CTIFL.

Cet outil est né du besoin, partagé par tous les membres du Comité Bio d'Interfel, de suivre, plus précisément, par produit, l'évolution du marché des fruits et légumes bio. Il comporte près d'une quinzaine de fiches produits.

Pour une vision la plus complète possible, des données complémentaires à celles déjà présentées sont intégrées (offre de semences par l'INAO, etc.).

L'Observatoire est disponible en ligne sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com) pour tout professionnel de la filière.



En plus de ces indicateurs réguliers, des enquêtes ponctuelles, plus qualitatives, sont également réalisées. Elles ont pour objectif de mieux connaître le consommateur bio, ses intentions, ses motivations, sa vision du bio, etc.

Pour suivre leur publication : [www.interfel.com](http://www.interfel.com) et [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org).



# LA RÉGLEMENTATION ET LA CERTIFICATION BIO



## LES TEXTES ET LES OUTILS POUR APPRÉHENDER LE CADRE DE LA RÉGLEMENTATION

Les fruits et légumes biologiques, comme tous les fruits et légumes, doivent respecter la réglementation en vigueur pour la production et la commercialisation des fruits et légumes frais (normes de commercialisation, caractère sain, loyal et marchand, règles d'étiquetage, etc.). Les informations concernant la réglementation pour l'ensemble de la gamme fruits et légumes sont disponibles sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com).

Les fruits et légumes bio doivent, en plus, respecter la réglementation spécifique à l'agriculture biologique. Ce mode de production a émergé en Europe dans les années 1920, avec une première reconnaissance officielle en France en 1981. Elle est aujourd'hui réglementée à différents niveaux.

### Au niveau européen

Le **règlement européen actuellement en vigueur** (CE 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007), relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, fixe le cadre et réaffirme les grands principes de l'agriculture biologique : le respect des équilibres

naturels et de la biodiversité, le bien-être animal et une agriculture sans produits chimiques de synthèse ni OGM.

Ce règlement est complété par des **règlements d'application** qui précisent certains points, notamment en ce qui concerne l'étiquetage, le contrôle, les importations, etc.

Ces textes sont disponibles en version anglaise et française dans le Journal officiel de l'Union européenne (JOUE) : [eur-lex-europa.eu](http://eur-lex-europa.eu) (textes consolidés en vigueur). De plus, il est conseillé de se référer au site de la Commission européenne, qui liste tous les textes utiles : [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu) > Rubrique « Alimentation, agriculture et pêche » > « Agriculture biologique ».



Un nouveau règlement relatif à la production biologique entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2021 : UE 848/2018 du Conseil du 30 mai 2018. Il sera complété par un ensemble de règlements d'application.

### Au niveau national

Chaque État membre peut établir des cahiers des charges nationaux pour des produits ou activités qui ne sont pas couverts par les règlements sus-cités.

En France, trois cahiers des charges nationaux sont homologués dans l'attente de règles harmonisées au niveau européen. Le secteur des fruits et légumes est concerné par celui encadrant l'agriculture biologique au niveau de la restauration hors foyer à caractère commercial. Le texte de référence est disponible sur le site de l'INAO : [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr) > Rubrique « Les signes de qualité et d'origine » > « Agriculture biologique ».

Un **guide de lecture** est rédigé par le Comité national de l'agriculture biologique de l'INAO (CNAB) pour les opérateurs, les organismes certificateurs et les structures de développement de l'agriculture biologique. Cet outil, évolutif et régulièrement mis à jour, permet de clarifier la lecture de la réglementation pour une application homogène des textes. Il est complété par :

- un **guide de l'étiquetage** des denrées alimentaires biologiques ;
- un **guide des intrants** qui liste les produits phytosanitaires autorisés pour les productions végétales en agriculture biologique.

Ces différents documents sont disponibles sur le site de l'INAO : [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr)

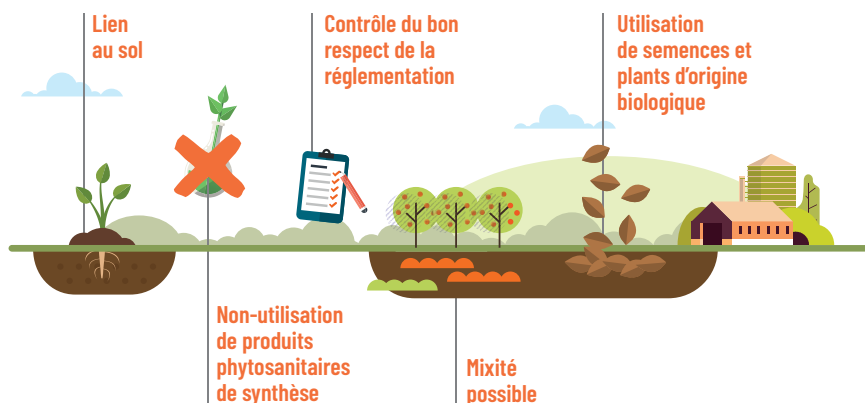
**AVERTISSEMENT : Les informations indiquées dans ce chapitre visent à présenter, de façon synthétique et visuelle, les principaux points-clés de la réglementation et de la certification en agriculture biologique, pour les fruits et légumes frais. Ce présent guide ne se substitue en aucun cas aux textes présentés ci-dessus, qui restent les documents officiels auxquels il convient de se référer.**



## LES GRANDS PRINCIPES DE LA PRODUCTION EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE POUR LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Les principales caractéristiques du mode de production biologique, intéressant particulièrement le secteur des fruits et légumes frais, concernent :

- **Le lien au sol** (excluant les cultures « hors-sol »).
- **La non-utilisation de produits phytosanitaires de synthèse.**
- **Le contrôle** du bon respect de la réglementation par un organisme certificateur.
- **La mixité possible** sur les exploitations (possibilité, pour une exploitation, et selon des conditions particulières, de conduire seulement une partie de ses surfaces en agriculture biologique).
- **L'utilisation de semences et plants d'origine biologique.**



## NOTIFICATION, CERTIFICATION, CONTRÔLES

### La certification

Pour pouvoir commercialiser des produits de l'agriculture biologique, les opérateurs doivent prouver qu'ils respectent la réglementation biologique. Ils sont donc contrôlés par des organismes certificateurs (OC).

Tous les métiers de la filière commercialisant des produits bio, de la production jusqu'à la distribution, sont concernés.

Les organismes certificateurs (OC) sont **des entreprises privées** qui assurent **le contrôle** et **la certification** des opérateurs. Ces OC sont accrédités par le COFRAC (comité français d'accréditation), agréés et eux-mêmes contrôlés par l'autorité française compétente en matière de contrôles : l'INAO. Les organismes certificateurs sont garants du respect de la réglementation en agriculture biologique. Ils éclairent leurs clients en ce qui concerne la réglementation à suivre et son évolution. Tous les OC accrédités et agréés sont référencés sur le site de l'INAO : [www.inao.gov.fr](http://www.inao.gov.fr)

Après avoir procédé au contrôle de l'opérateur et conclu à la conformité de son fonctionnement au regard des règles en vigueur, l'OC délivre un certificat qui précise le type de produits biologiques commercialisés par l'opérateur. La certification porte à la fois sur l'opérateur (son fonctionnement) et les produits que celui-ci produit / transforme / distribue / importe / exporte. Une fois certifié, l'opérateur peut utiliser les logos de l'agriculture biologique (Eurofeuille et logo AB) sur les produits concernés. Les règles encadrant l'utilisation des logos sont précisées un peu plus loin dans ce chapitre et figurent dans le guide d'étiquetage de l'INAO ([www.inao.gov.fr](http://www.inao.gov.fr)).

### La notification

Tous les opérateurs en agriculture biologique doivent réglementairement notifier leur activité et maintenir à jour cette notification. En France, la notification doit se faire auprès de l'Agence BIO.

Cette étape de notification permet la publication d'une liste à jour de tous les opérateurs en agriculture biologique. Cet annuaire officiel, faisant figurer *a minima* la désignation des entreprises et leur adresse, est disponible sur : [annuaire.agencebio.org](http://annuaire.agencebio.org). Il est un outil de traçabilité dans la mesure où il renvoie vers les certificats pour les activités bio de chaque opérateur.

Le schéma de la page suivante présente les étapes successives à respecter pour obtenir la certification en agriculture biologique.

Les contrôles ont lieu à partir du début de la période de conversion et ont pour objectif de vérifier le respect, en continu, de la réglementation par les entreprises. Ils sont garants des bonnes pratiques en agriculture biologique.





### Le contrôle, en continu, du bon respect de la réglementation

Les opérateurs certifiés doivent se soumettre aux contrôles pour conserver leur certification. Ils ont pour objectif de vérifier le respect, en continu, de la réglementation par les entreprises. Ils ont lieu à partir du début de la période de conversion et leur fréquence est encadrée par les textes en vigueur.

En plus de ces contrôles annoncés, la réglementation prévoit des contrôles inopinés. Des contrôles complémentaires peuvent également être programmés.

Au cours d'un contrôle, différents aspects sont examinés de manière synthétique : examen de la partie « documentaire » tenue par l'opérateur, visite du site, traçabilité des intrants et des produits, etc. Des prélèvements pour analyse peuvent également être effectués de manière non systématique, afin de vérifier l'absence de produits interdits (pesticides, OGM, etc.) ; ils sont effectués de manière aléatoire ou en fonction d'une analyse de risque.

### Cas spécifique de la production : la période de conversion

Comme indiqué précédemment, la durée de conversion diffère entre cultures annuelles, semi-pérennes et pérennes. Le schéma ci-dessous présente la durée et les étapes nécessaires avant obtention de la certification pour ces différentes cultures.

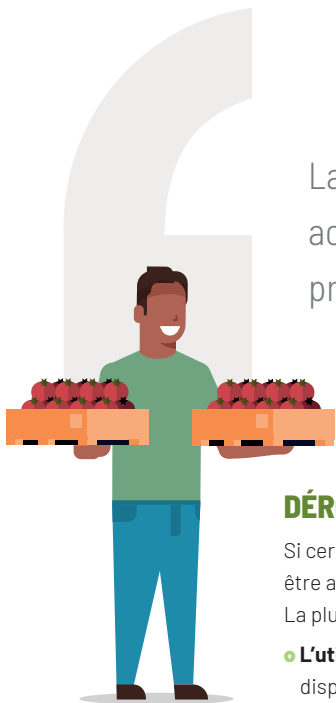
	Date de notification	12 mois	24 mois	36 mois	4 ans
<b>ANNUELLES</b>	Semis 1	Récolte C1 / Semis 2 Vente en conventionnel	Récolte C2 / Semis 3 En conversion	Récolte C3 Bio	Récolte C4 Bio
<b>SEMI-PÉRENNES</b>	Culture en AB	Récolte C1 Vente en conventionnel	Récolte C2 En conversion	Récolte C3 Bio	Récolte C4 Bio
<b>PÉRENNES</b>	Culture en AB	Récolte C1 Vente en conventionnel	Récolte C2 En conversion	Récolte C3 En conversion	Récolte C4 Bio

Il est préférable de s'engager :

- Avant les semis pour les cultures annuelles.
- Avant les récoltes pour les cultures pérennes et semi-pérennes.

Les cultures considérées comme « annuelles », « semi-pérennes » et « pérennes » sont définies dans le guide de lecture de l'INAO.

**Lors de la période de conversion, à partir de la deuxième année, les produits issus des récoltes peuvent, selon des conditions définies par les textes réglementaires, bénéficier de la mention « En conversion vers l'agriculture biologique ».**



La filière fruits et légumes incite les acteurs de l'amont à développer la production de semences et de plants bio.

## DÉROGATIONS

Si certaines des conditions exigées par la réglementation ne peuvent être atteintes, il est possible de demander des **dérogations**.

La plupart du temps, les demandes de dérogations portent sur :

- **L'utilisation de semences et plants non bio** quand ils ne sont pas disponibles en agriculture biologique.
- **L'utilisation de produits phytosanitaires** (en cas d'impasses techniques).

Le site [www.semences-biologiques.org](http://www.semences-biologiques.org) permet de recenser la disponibilité en semences et plants bio ou non bio. Dans le cas où la semence ou le plant souhaité n'est pas disponible en agriculture biologique, il est possible de demander une dérogation auprès des organismes certificateurs à travers cette plateforme. Cette dérogation doit être demandée avant le semis et les semences doivent être non traitées et non OGM.

A l'heure actuelle, la demande en semences et plants bio est souvent plus forte que l'offre, alors que le recours aux dérogations sera de moins en moins possible. La filière fruits et légumes incite donc les acteurs de l'amont à développer la production de semences et de plants bio.

Si un danger ne peut pas être maîtrisé par d'autres moyens raisonnables, certains produits phytopharmaceutiques, répondant à des critères spécifiques, peuvent être autorisés en vue d'un usage limité et contrôlé, pour une période n'excédant pas 120 jours. Ces demandes de dérogations sont portées par des organisations professionnelles (ITAB, syndicats agricoles, etc.) suite à des remontées du terrain et après avoir constaté un réel besoin pour les filières.

## IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS

Dans un contexte où le marché bio présente un déséquilibre entre offre nationale et demande, de nombreuses questions se posent en ce qui concerne les importations bio : les productions bio sont-elles soumises aux mêmes règles de production, transformation et distribution au sein de l'Union européenne ? Et dans les pays tiers ? Quelles sont les équivalences possibles ? Quelles sont les règles à respecter ?, etc.

### Échanges intra-communautaires

Les produits biologiques produits, préparés, distribués au sein de l'Union européenne et respectant le règlement bio peuvent librement circuler au sein de l'Union européenne, à condition qu'ils respectent la réglementation nationale qui s'applique à tous les produits agricoles et alimentaires, biologiques ou non.

### Échanges avec des pays tiers

Les importations de produits biologiques depuis des pays tiers sont autorisées sous certaines conditions, clairement énoncées dans la réglementation européenne (règlement européen n° CE 1235/2008).



Par ailleurs, les principes pour l'importation de produits biologiques sont décrits sur le site de la Commission européenne (ec.europa.eu > Rubrique « Alimentation, agriculture et pêche » > « Agriculture biologique » > « Commerce de produits bio ») ou sur le site de l'Agence BIO (www.agencebio.org > Rubrique « Distributeur » > « Importer des produits bio »).

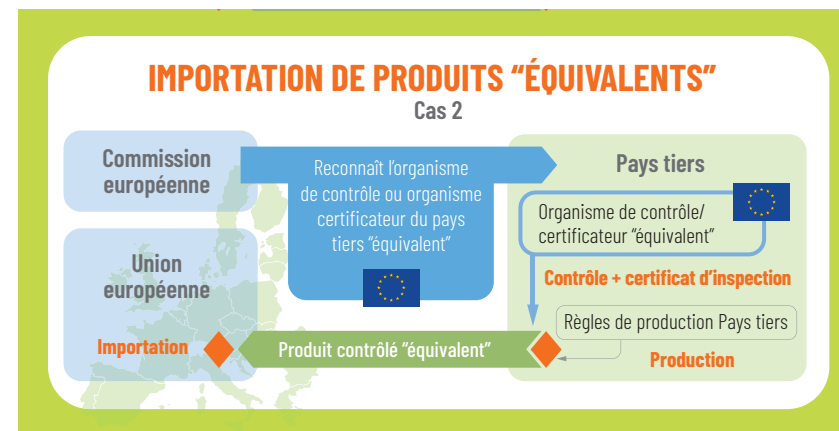
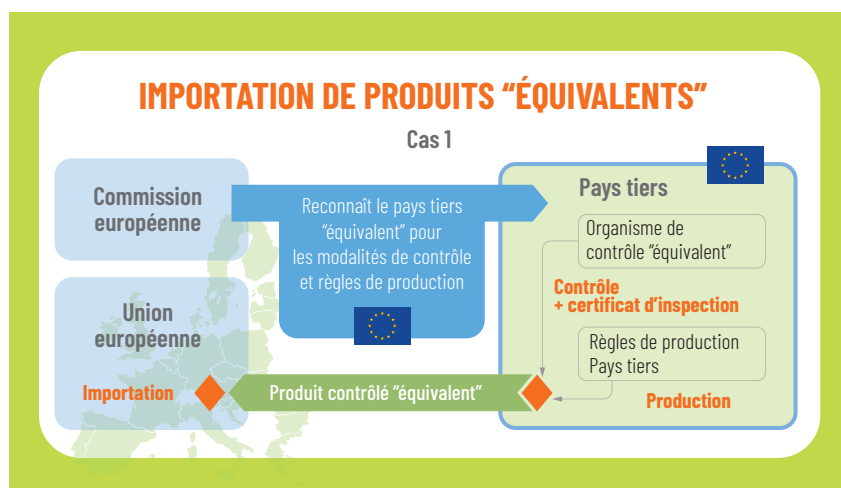
Dans les faits, les importations, en France, de produits biologiques issus de pays tiers concernent **des produits présentant des garanties équivalentes** : les règles en matière de production et de contrôle des produits biologiques importés de pays tiers **doivent être reconnues équivalentes à celles de l'Union européenne**.

Deux cas sont prévus par la réglementation pour établir la reconnaissance d'équivalence.

#### Cas 1 : Pays tiers à réglementation équivalente

L'équivalence du régime est reconnue par la Commission européenne pour certains pays et produits. Cela permet aux opérateurs des pays tiers « équivalent », avec leur certification nationale, d'exporter certains produits vers l'Union européenne sans avoir à obtenir une certification supplémentaire.

La Commission européenne a reconnu l'équivalence des normes et des systèmes de contrôles biologiques d'un certain nombre de pays tiers. Ces équivalences sont déterminées **par catégories de produits** et leurs reconnaissances figurent en annexe III du règlement CE 1235/2008. Cette reconnaissance n'implique pas une réciprocité des conditions d'échanges entre l'UE et le pays tiers bénéficiant d'une équivalence.



#### Cas 2 : Seuls les organismes certificateurs et autorités de contrôle des pays tiers sont reconnus et peuvent établir des équivalences.

Pour les produits importés de pays tiers non reconnus comme « équivalents », la Commission européenne **peut reconnaître les autorités et organismes de contrôle compétents pour effectuer les contrôles et délivrer les certificats dans le pays tiers directement**.

Elle vérifie à la fois l'équivalence des règles de production et de la qualité du système de contrôle mis en place. L'opérateur doit, même s'il est certifié par rapport à sa réglementation nationale, obtenir le certificat d'inspection de l'organisme de contrôle reconnu par l'Union européenne pour exporter vers l'UE. La Commission européenne reconnaît l'équivalence d'un certain nombre d'organismes certificateurs et d'autorités de contrôles (près de 60 travaillant dans plus de 150 pays tiers). Ces reconnaissances sont décrites en annexe des textes réglementaires européens. Ce sont les OC listés à l'annexe IV du RCE 1235/2008 : pour chaque OC est listé le pays tiers où il peut exercer et la catégorie de produits qu'il peut certifier.

A noter qu'une reconnaissance d'équivalence d'un pays tiers ou d'un organisme de contrôle d'un pays tiers peut évoluer en fonction des évolutions réglementaires ou des résultats des audits réalisés par la Commission européenne.

**Le nouveau règlement européen (UE 2018/848), qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2021, prévoit que les produits biologiques « importés » de pays tiers devront impérativement respecter la réglementation européenne et provenir d'un pays tiers ayant signé un accord commercial garantissant la conformité de son système avec celui de l'Union européenne (nouveau règlement), en matière de réglementation et de système de contrôles.**

Pour rappel, les informations indiquées dans ce chapitre visent à présenter, de façon synthétique et visuelle, les principaux points-clés de la réglementation et de la certification en agriculture biologique, pour les fruits et légumes frais. Ce présent guide ne se substitue en aucun cas aux textes présentés au début de ce chapitre, qui restent les documents officiels auxquels il convient de se référer.

## SPÉCIFICITÉS POUR LA COMMERCIALISATION DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La réception des marchandises, leur tri, nettoyage, calibrage, stockage, conditionnement et étiquetage, pour valoriser le produit, sont encadrés par la réglementation. Le schéma ci-dessous présente les principaux points pour lesquels des spécificités, pour les produits biologiques, sont à prendre en compte.

Pour rappel, les opérateurs impliqués dans la commercialisation de produits bio doivent notifier leur activité en agriculture biologique à l'Agence BIO et se soumettre aux contrôles par un organisme certificateur.

A noter, pour rappel, qu'en ce qui concerne la restauration hors foyer à caractère commercial, un cahier des charges national a été établi pour accompagner le développement des produits bio dans ce secteur. Il distingue trois niveaux d'introduction des produits bio dans le restaurant. Ce cahier des charges est consultable sur le site de l'INAO : [www.inao.gov.fr](http://www.inao.gov.fr)



## UTILISATION DU TERME «BIOLOGIQUE» ET DES LOGOS

L'utilisation du terme « biologique » est encadrée par le règlement CE n° 834/2007. Le « Guide d'étiquetage des denrées alimentaires biologiques » de l'INAO précise et illustre l'application de ces règles. [www.inao.gov.fr](http://www.inao.gov.fr)

Concernant l'utilisation des logos liés à l'agriculture biologique, on distingue deux utilisations possibles :

- L'utilisation à des fins de certification : le logo bio européen dit « Eurofeuille » est nécessairement apposé sur des produits certifiés biologiques respectant la réglementation européenne en vigueur. Son utilisation est obligatoire si le produit est préemballé et facultative si le produit est vendu en vrac. Le logo « AB » est, quant à lui, facultatif mais ne peut être apposé que sur un produit agricole ou une denrée alimentaire respectant la réglementation communautaire en vigueur ou le cahier des charges français pour les produits hors champ du règlement communautaire. La demande d'utilisation du logo « AB » à des fins de certification se fait auprès de l'organisme certificateur ayant procédé au contrôle.

**Compte tenu de la notoriété du logo « Certifié AB », les opérateurs font souvent le choix d'apposer les deux logos côte à côte sur leurs produits. C'est l'INAO qui assure globalement la protection et la défense du logo.**

**Identification des lots de produits biologiques à tout moment.**

**Être en mesure de justifier, à tout moment, du caractère biologique des produits commercialisés**

(vérification, conservation et mise à disposition des documents nécessaires).

**Éviter tout mélange ou contamination**

par produits / substances non conformes (y compris lors du nettoyage).

**Distinguer des zones bio et non bio dans les aires de stockage et en points de vente**

(en cas de mixité).

**Assurer la transparence de l'information aux consommateurs, avec un étiquetage juste.**





**Il existe des cas de dispense de certification** pour les opérateurs qui revendent en vrac des produits issus de l'agriculture biologique, si le montant annuel d'achat de ces produits **est inférieur à 10 000 € HT**. Ces opérateurs sont cependant tenus de notifier leur activité auprès de l'Agence BIO. Pour plus de détails et pour les cas particuliers, il est conseillé de consulter l'annexe 9 du guide de lecture de l'INAO.

**L'utilisation des logos identifiant les produits bio est encadrée.** Vous trouverez plus de détails un peu plus loin dans ce chapitre.

- L'utilisation à des fins de communication : la marque « AB » est propriété du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et régie par le code de la propriété intellectuelle en vigueur. Elle ne peut être utilisée à des fins de communication (publicité, films, affiches, etc.) qu'en lien avec une activité ou avec des produits relevant de la réglementation ou des cahiers des charges bio. Dans ce domaine, la gestion de la marque « AB » est assurée par l'Agence BIO. Il faut adresser une demande d'utilisation selon une procédure rappelée sur le site ([www.agencebio.org/vos-outils/utiliser-les-logos](http://www.agencebio.org/vos-outils/utiliser-les-logos)) et obtenir sa validation.

**Les règles d'usage de la marque AB sont consultables sur [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr).**

En ce qui concerne les produits en conversion, l'usage de la mention « produit en conversion vers l'agriculture biologique » pour les fruits et légumes frais (produits non transformés d'origine végétale issus de la production en conversion) est encadré et précisé dans le guide d'étiquetage. L'usage du logo bio européen et de la marque AB est, dans ce cas, interdit.

<p><b>Logo bio européen</b> (obligatoire sur les produits alimentaires pré-emballés d'origine européenne)</p>			<p><b>Logo AB</b> (facultatif)</p>
<p><b>Origine</b> de la matière première agricole (obligatoire).          &gt; <b>UE</b> : Union européenne          &gt; <b>NON-UE</b> : hors Union européenne          &gt; Ou nom du pays lorsqu'au moins 98 % des ingrédients en sont originaires.</p>		<p><b>Code de l'organisme certificateur</b> (obligatoire).          Pour retrouver la liste des organismes certificateurs : <a href="http://www.agencebio.org">www.agencebio.org</a></p>	



**Conditions nécessaires pour l'utilisation du terme « biologique » ou de tout autre terme faisant référence à l'agriculture biologique, et donc nécessaires pour l'utilisation des logos**



**Logo bio européen, aussi appelé « Eurofeuille »**



**Logo AB « Certifié »**

**Numéro de l'OC**

**Produits agricoles non transformés**

1- Le producteur doit avoir notifié son activité auprès de l'Agence BIO et être certifié par un organisme certificateur agréé par l'INAO.  
 2- Les conditions de production fixées par la réglementation biologique doivent être respectées.

- Obligatoire si le produit est préemballé.
- Facultatif si le produit est vendu en vrac.

Facultatif

Obligatoire sur l'étiquette liée au produit (les écriteaux et piques prix ne sont pas concernés).

**Produits biologiques importés**

Les produits agricoles et les denrées alimentaires provenant de pays tiers ne peuvent être commercialisés avec la référence au mode de production biologique qu'à condition qu'ils aient été importés dans le respect des dispositions prévues par la réglementation biologique.

- Obligatoire sur les produits biologiques importés qui subissent une transformation ou un reconditionnement sur le territoire de l'UE.
- Facultatif dans les autres cas.

Facultatif

Obligatoire sur l'étiquette liée au produit (les écriteaux et piques prix ne sont pas concernés).

**En parallèle, il existe des logos privés comme les marques régionales ou les marques Demeter, Bio Cohérence, etc. Ils font l'objet de cahiers des charges privés et peuvent être ajoutés en complément.**

**Pour rappel, pour toute question relative à l'application de la réglementation bio, il convient de se référer aux règlements, aux cahiers des charges et aux différents guides de portée réglementaire (notamment le guide de lecture mis à disposition par l'INAO). Tous ces documents sont disponibles en ligne en libre accès sur [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr).**



# LES ACTEURS ET ORGANISMES RÉFÉRENTS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE



Les filières de fruits et légumes frais regroupent une pluralité d'acteurs agissant, à différents niveaux, de différentes manières : certains fixent le cadre, d'autres apportent des services aux professionnels, d'autres encore les réunissent et les représentent. Cette complémentarité fait la richesse du réseau et permet un accompagnement optimal pour tout opérateur qui souhaite se convertir ou développer son activité en bio.



## Interfel

Créée en 1976, Interfel, l'Interprofession des fruits et légumes frais, rassemble l'ensemble des produits issus de la filière des fruits et légumes frais. Tous les stades représentant les métiers de la filière sont représentés : production, coopération, expédition, importation, introduction, exportation, commerce de gros, distribution (grandes surfaces, commerces spécialisés) et restauration collective.

Depuis 2001, Interfel anime un Comité Bio qui a pour objectif de mettre en place des actions de valorisation des fruits et légumes bio, et, parallèlement, de lever les freins au développement des filières biologiques.

En 2019, Interfel a mis en place des comités régionaux dans quatre régions : Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine, Hauts-de-France et Île-de-France.

En complément et en parallèle des actions menées par Interfel, les organisations membres d'Interfel, présentées ci-contre et impliquées

## Collège amont



**FNPF**  
Fédération nationale  
des producteurs de fruits  
[www.fnppruits.com](http://www.fnppruits.com)



**GEFel**  
Gouvernance  
économique des  
fruits et légumes



**LÉGUMES DE FRANCE**  
Fédération nationale  
des producteurs de légumes  
[www.legumesdefrance.fr](http://www.legumesdefrance.fr)



**CR**  
Coordination rurale  
[www.coordinationrurale.fr](http://www.coordinationrurale.fr)



**FELCOOP**  
Fédération française  
de la coopération fruitière,  
légumière et horticole  
[www.felcoop.fr](http://www.felcoop.fr)



**CONFÉDÉRATION  
PAYSANNE**  
[www.confederationpaysanne.fr](http://www.confederationpaysanne.fr)

## Collège aval



**ANEEFEL**  
Association nationale des  
expéditeurs et exportateurs  
de fruits et légumes  
[www.aneefel.com](http://www.aneefel.com)



**RESTAU'CO**  
Réseau de restauration  
collective en gestion directe  
[www.restauco.fr](http://www.restauco.fr)



**UNCGFL**  
Union nationale du commerce  
de gros en fruits et légumes  
[www.uncgfl.fr](http://www.uncgfl.fr)



**SNRC**  
Syndicat national de  
la restauration collective  
[www.snrc.fr](http://www.snrc.fr)



**SAVEURS COMMERCE**  
Les spécialistes de  
l'alimentation de proximité  
[www.saveurs-commerce.fr](http://www.saveurs-commerce.fr)



**CSIF**  
Chambre syndicale des  
importateurs de fruits  
et légumes frais - [www.csif.eu](http://www.csif.eu)



**FCD**  
Fédération des entreprises  
du commerce et  
de la distribution  
[www.fcd.fr](http://www.fcd.fr)



**SNIFL**  
Syndicat national des importateurs /  
exportateurs de fruits et légumes  
[www.public-saintcharlesinternational.com](http://www.public-saintcharlesinternational.com)

dans le développement de l'agriculture biologique, peuvent renseigner les opérateurs de façon plus spécifique sur un métier. Elles contribuent ainsi directement à l'essor de l'agriculture biologique, aux côtés des autres modes de production. **Plus d'infos : [www.interfel.com](http://www.interfel.com)**



### Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation (MAA)

Ses missions consistent :

- Au développement durable et compétitif des filières agricoles, alimentaires et forestières et des territoires ruraux.
- À garantir la qualité et la sécurité de l'alimentation, la santé animale et végétale.
- À assurer la formation et la recherche agricole.

Pour soutenir le développement de l'agriculture biologique, le MAA intervient de multiples façons :

- Il est un cofinanceur important des aides à la conversion en agriculture biologique inscrites dans la PAC (politique agricole commune).
- Il assure la représentation de la France à la Commission européenne dans les négociations liées aux évolutions de la réglementation européenne sur l'agriculture biologique.
- Il pilote des politiques publiques nationales de soutien à l'agriculture biologique, comme le programme Ambition Bio 2022.
- Il assure la tutelle de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), chargé de la gestion de l'ensemble des signes d'identification de la qualité et de l'origine, et celle de l'Agence BIO, chargée du développement et de la promotion de l'agriculture biologique.
- Il est propriétaire de la marque AB.

Le programme Ambition Bio 2022 rassemble tous les acteurs de l'agriculture biologique (institutionnels, ONG, interprofessions, établissements de recherche, financeurs, etc.) et fixe deux objectifs majeurs : atteindre 15 % de surface agricole française cultivée en bio et introduire 20 % de produits bio dans la restauration collective publique à l'horizon 2022. Pour ce faire, le programme s'appuie sur trois leviers financiers :

- Les aides à la conversion à l'agriculture biologique.
- Le fonds de structuration des filières « Avenir Bio », géré par l'Agence BIO.
- Le crédit d'impôt bio.

Afin d'atteindre ces objectifs, plus de 50 actions ont été définies pour contribuer à développer la production, structurer les filières, développer



la consommation, renforcer la recherche, former les acteurs du bio, adapter la réglementation et impulser une dynamique de conversion dans les Outre-mer.

**Plus d'infos : [agriculture.gouv.fr/le-programme-ambition-bio-2022-presente-l-issue-du-grand-conseil-orientation-de-lagence-bio](http://agriculture.gouv.fr/le-programme-ambition-bio-2022-presente-l-issue-du-grand-conseil-orientation-de-lagence-bio)**

Au niveau local, les services décentralisés du MAA comme les DRAAF (directions régionales du MAA) constituent les relais locaux des politiques de développement de l'agriculture biologique portées par le ministère. Ils relaient les appels à projets du Fonds Avenir Bio, déclinent le programme Ambition Bio en partenariat avec les collectivités territoriales (conseils régionaux, conseils départementaux...), accompagnent ces collectivités dans la construction de « Projets alimentaires territoriaux » et rassemblent les opérateurs économiques pour atteindre les objectifs fixés dans la loi.

**Plus d'infos : [agriculture.gouv.fr](http://agriculture.gouv.fr)**





## L'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité)

L'INAO supervise le contrôle et encadre les signes officiels de qualité et d'origine.

En ce qui concerne l'agriculture biologique, l'INAO assume un rôle d'instance de concertation entre les principaux acteurs concernés, rassemblés au sein du Comité national de l'agriculture biologique (CNAB). Il veille à l'application homogène du règlement européen. L'INAO gère et apprécie la délivrance de dérogations individuelles aux opérateurs prévues par les règlements, en cas de circonstances exceptionnelles. Il agréé les organismes certificateurs (OC) dont il assure le suivi et la bonne exécution des contrôles tout en œuvrant pour garantir un bon niveau d'harmonisation des pratiques entre organismes certificateurs.

Il assure enfin la protection et la défense de la marque AB, intervient en cas de contrefaçon de cette marque (tentative d'usurpation, imitations, etc.) et veille à la bonne application de ses règles d'usage.

**Plus d'infos :** [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr)



## L'Agence BIO

L'Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique est un groupement d'intérêt public français créé en 2001. Elle rassemble des représentants des pouvoirs publics (Ministère de l'Agriculture, Ministère de l'Écologie) et des professionnels : l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture (APCA), la Fédération des coopératives agricoles (Coop de France), la FNAB et le Syndicat national des transformateurs bio (Synabio).

Elle facilite les échanges entre les différentes parties prenantes de l'agriculture biologique, en particulier les organisations publiques, professionnelles et interprofessionnelles, les chercheurs, les circuits de distribution, les organisations de protection de l'environnement et de défense des consommateurs, etc.

L'Agence BIO est la plateforme nationale d'information et d'action pour le développement de l'agriculture biologique française. Elle œuvre pour :

- Faire connaître les évolutions de la production, de la consommation et des attentes des consommateurs en France et dans le monde.
- Renforcer les connaissances du grand public sur l'agriculture biologique et ses produits et contribuer à la formation via des actions éducatives, pédagogiques et citoyennes.
- Contribuer au développement des relations entre producteurs, transformateurs et distributeurs et soutenir les filières bio notamment via l'administration du Fonds Avenir Bio.

Elle gère par ailleurs :

- Les notifications bio des opérateurs.
- La marque AB à des fins de communication.

**Plus d'infos :** [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

## Les organismes certificateurs (OC)

Les organismes certificateurs sont des entreprises privées. Ils sont agréés par les pouvoirs publics français sur la base de critères d'indépendance, d'impartialité, d'efficacité et de compétence. Ils effectuent des audits et des contrôles à tous les stades des filières biologiques pour s'assurer que les règles de production, de transformation et de distribution sont respectées. Leur agrément par l'INAO est également conditionné à une accréditation délivrée par le Comité français d'accréditation (COFRAC).

On dénombre actuellement plus d'une dizaine d'organismes certificateurs pour l'agriculture biologique en France. Ils sont référencés sur les sites web de l'INAO ou de l'Agence BIO : [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr) ou [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org). Ces organismes certificateurs sont, pour la plupart, fédérés au sein de Cebio, l'Association des organismes certificateurs pour la certification d'opérateurs en agrobiologie. Son rôle est de regrouper les organismes certificateurs dans le but d'unifier la réglementation, d'harmoniser et de fédérer les compétences de chacun.

Les organismes certificateurs sont garants du respect de la réglementation de l'agriculture biologique. Ils éclairent leurs clients en ce qui concerne la réglementation à suivre et ses évolutions.

## Le CTIFL

Le Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes - CTIFL - est l'organisme de recherche et de développement au service des métiers de la filière fruits et légumes, de la production à la distribution. Véritable pivot au carrefour de la recherche fondamentale, de la recherche appliquée et de l'innovation, le CTIFL travaille en lien direct avec les professionnels. Il est l'acteur-clé pour les aider à relever les défis de la compétitivité, de l'innovation et de la production durable, et ainsi contribuer à garantir au consommateur la qualité et l'accessibilité des produits qu'il attend. Pour atteindre ses objectifs, le CTIFL mène des programmes d'expérimentation et de recherche, des démarches d'innovation, des veilles économique et réglementaire, dispense des formations et diffuse de l'information auprès des professionnels. Reconnu autorité compétente, le CTIFL est en charge du contrôle et de la certification des matériels de multiplication fruitiers hors





plants de fraisières. Implantés au cœur des principaux bassins français de production de fruits et légumes, les quatre centres du CTIFL constituent, en partenariat ou en association avec les stations régionales d'expérimentation, un réseau unique en Europe.

Le CTIFL en quelques chiffres :

- 25 millions d'euros de budget
- 281 collaborateurs
- 1 800 journées et rencontres d'information
- Une expertise sur plus de 100 espèces végétales
- Plus de 4 millions de plants fruitiers certifiés
- Près de 11 500 analyses.

En 2017, 60 actions de recherche / expérimentation en agriculture biologique ou intéressant l'agriculture biologique ont été menées au CTIFL sur plus de 25 produits différents. Au total, ces actions ont mobilisé 2,8 millions d'euros et 34,5 ETP (équivalents temps plein), dont près de 700 000 euros et 7,9 ETP pour les actions dédiées.

**Plus d'infos :** [www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr)

## L'ITAB

L'ITAB est l'Institut de l'agriculture et de l'alimentation biologiques. Il coordonne la recherche / expérimentation en agriculture biologique en France depuis 1982.

Ses principales missions sont de :

- Recenser les besoins et actions menées en recherche / expérimentation.
- Coordonner les acteurs de la recherche / expérimentation.
- Faciliter le montage de projets collaboratifs.
- Valoriser les résultats de la recherche et les connaissances techniques à travers des guides, des fiches techniques, des publications, etc.

Le siège de l'ITAB est basé à Paris et l'institut déploie deux antennes : l'une à Angers, l'autre à Valence.

**Plus d'infos :** [www.itab.asso.fr](http://www.itab.asso.fr)



**>> Le chapitre « La recherche / expérimentation en fruits et légumes bio et les appuis techniques » détaille les actions déployées par les différents organismes susceptibles de vous aider techniquement dans votre conversion ou développement d'activité en bio : CTIFL, ITAB, APCA, etc.**

## Chambres d'agriculture - APCA et le réseau des chambres d'agriculture

Chambres d'agriculture - APCA est la tête d'un réseau de 103 établissements présents aux différents échelons territoriaux, départemental, régional et en Outre-Mer.

Les chambres d'agriculture sont des organisations « consulaires ». Pilotées par des élus professionnels représentant les principaux acteurs du secteur agricole, rural et forestier, elles ont un statut d'établissement public. Les chambres d'agriculture interviennent sur le terrain auprès des agriculteurs, des salariés agricoles, des forestiers et des collectivités pour toutes les questions d'intérêt agricole. Parmi ces missions, l'État leur confie certaines missions de service public. Les chambres d'agriculture ont également un rôle de représentation de l'agriculture et du monde agricole auprès des pouvoirs publics.

Les missions des chambres d'agriculture - APCA (ci-après APCA) concernent notamment la coordination de l'ensemble des programmes et des actions techniques et économiques inhérents au développement de l'agriculture sous ses différentes formes. Dans ce cadre, l'APCA est significativement investie dans le développement de l'agriculture biologique, domaine d'action stratégique pour le réseau des chambres. Dans ce but, elle anime un réseau national de 400 conseillers bio,



lui-même constitué des réseaux spécialisés de conseillers bio (productions animales et végétales) dont notamment ceux des conseillers dédiés à l'arboriculture et au maraîchage bio. Ce réseau bio, avec l'appui des ressources des chambres d'agriculture (conseillers d'entreprise ou en bâtiments, juristes, etc.), accompagne les producteurs dans leur évolution, changement de pratiques, formation... et tout particulièrement avant, pendant et après leur conversion à l'agriculture biologique. Les chambres d'agriculture mettent en place des essais et s'appuient sur 28 stations expérimentales pour trouver des solutions techniques compatibles avec les principes de l'agriculture biologique, en aidant les agriculteurs à développer leur activité. Plusieurs chambres ont notamment réalisé des guides pour aider à l'installation en maraîchage biologique. Ces guides sont récapitulés dans le chapitre « La recherche / expérimentation en fruits et légumes bio et les appuis techniques » et disponibles sur le site de l'APCA.

Par ailleurs, le salon Tech & Bio, illustration de cet engagement, est né d'une initiative de l'APCA et de la chambre d'agriculture de la Drôme.

**Plus d'infos :** [chambres-agriculture.fr](http://chambres-agriculture.fr)

### Les organisations professionnelles spécialisées en bio

#### Les organisations professionnelles régionales spécialisées en bio

Au cœur de chaque région, on retrouve des organisations professionnelles locales spécialisées en bio. Elles regroupent plusieurs types d'acteurs de l'agriculture biologique engagés collectivement pour développer et promouvoir l'agriculture biologique sur leur territoire. Ces organisations professionnelles ont pour objectif la promotion de l'agriculture biologique et des produits qui en sont issus (notamment auprès du grand public mais aussi des professionnels), le développement de l'offre et de la demande, le développement et l'organisation des différentes filières, l'animation des filières biologiques, l'accompagnement des professionnels, la représentation des professionnels et la recherche / expérimentation en agriculture biologique.

- Bretagne : [www.bio-bretagne-ibb.fr](http://www.bio-bretagne-ibb.fr)
- Centre : [www.bio-centre.org](http://www.bio-centre.org)
- Franche-Comté : [www.interbio-franche-comte.com](http://www.interbio-franche-comte.com)
- Hauts-de-France : [www.aprobio.fr](http://www.aprobio.fr)
- Normandie : [www.bio-normandie.org](http://www.bio-normandie.org)
- Occitanie : [www.interbio-occitanie.com](http://www.interbio-occitanie.com)
- Pays de la Loire : [www.interbio-paysdelaloire.fr](http://www.interbio-paysdelaloire.fr)
- Picardie : [www.bio-picardie.com](http://www.bio-picardie.com)
- Auvergne-Rhône-Alpes : [www.clusterbio.com](http://www.clusterbio.com)



#### Synabio

Le Synabio est une organisation fédératrice des entreprises du bio, transformateurs et distributeurs.

Elle protège leurs intérêts et permet de développer leur influence pour contribuer, dans un esprit de filière, à la construction d'une agriculture biologique cohérente, exigeante et durable.

Le Synabio rassemble aujourd'hui un peu plus de 200 entreprises du bio, transformateurs et distributeurs spécialisés, dont le chiffre d'affaires cumulé est estimé à 4 milliards d'euros. Ces entreprises sont majoritairement des PME : les deux tiers d'entre elles font moins de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel et 35 % des adhérents ont un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions d'euros.

Le Synabio est représentatif du large panel des métiers de l'agroalimentaire et de la distribution bio, de la matière première au produit fini.

**Plus d'infos :** [www.synabio.com](http://www.synabio.com)





### FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique) et son réseau

La FNAB est l'organisation professionnelle des producteurs biologiques français et regroupe plus de 10 000 producteurs bio adhérents. Depuis sa création en 1978, son objectif est d'œuvrer pour un développement cohérent, durable et solidaire du mode de production biologique.

Le réseau FNAB est un réseau de proximité et de compétences. Il se compose d'une fédération nationale et de groupements régionaux et départementaux répartis sur le territoire. Il est constitué de différentes entités suivant le niveau géographique concerné. On retrouve ainsi, au niveau local, les GAB (ou groupements d'agriculteurs biologiques). Ces derniers regroupent les agriculteurs bio en activité ou en conversion pour les accompagner dans leurs projets à différents niveaux (technique, réglementaire, économique, etc.). Les GAB adhèrent ensuite à un GRAB (groupement régional d'agriculteurs biologiques). Ces derniers animent le réseau régional et font le lien avec la FNAB. Ils participent ainsi à la structuration des filières régionales et représentent les producteurs auprès des pouvoirs publics, des instances professionnelles, et coordonnent des actions de développement du bio en région.

Plus d'infos : [www.fnab.org](http://www.fnab.org)



D'autres organisations, spécialisées dans la protection de l'environnement, peuvent également être des leviers importants de développement des filières de fruits et légumes bio.

- Le réseau des parcs naturels régionaux (PNR) : [www.parcs-naturels-regionaux.fr](http://www.parcs-naturels-regionaux.fr)
- Les agences de l'eau : [www.lesagencesdeleau.fr](http://www.lesagencesdeleau.fr)
- ...

### IFOAM : LA FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES MOUVEMENTS DU BIO

L'agriculture biologique est également organisée à un niveau international, notamment avec l'IFOAM. Cette organisation fédère, représente et développe le mouvement bio mondial dans toute sa diversité. A l'heure actuelle, 750 structures sont membres de l'IFOAM, dans 116 pays.



### Schémas récapitulatifs des acteurs et de leurs relations

Pour permettre une meilleure perception du rôle joué par chacun des acteurs et une meilleure compréhension des relations qui existent entre eux, voici différents schémas et tableaux récapitulatifs, déclinés par thématiques :

- Les organismes de référence pour l'élaboration de la réglementation et sa bonne application.
- Les acteurs référents pour la structuration des filières de fruits et légumes bio.
- Les acteurs de la recherche / expérimentation en agriculture biologique et les appuis techniques disponibles.
- Les acteurs référents pour la formation en agriculture biologique.



### Les organismes de formation (réseau FORMABIO)

Le réseau FORMABIO permet d'accompagner les établissements de formation agricole de la direction générale de l'enseignement et de la recherche du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Certains établissements (Vetagro Sup, lycées agricoles, Instituts privés, MFR, centres de formation pour adultes, etc.) proposent des formations spécialisées en agriculture biologique (certificat de spécialisation, licence, etc.) et/ou des formations à orientation bio grâce, au moins, à un atelier de l'exploitation de l'établissement en agriculture biologique, et grâce à des actions d'innovation avec des partenaires du territoire.

Plus d'infos : [reseau-formabio.educagri.fr](http://reseau-formabio.educagri.fr)



## ORGANISMES QUI ÉLABORENT LA RÉGLEMENTATION ET VEILLENT À SA BONNE APPLICATION



### Commission européenne

> Fixe le cadre de la réglementation européenne



### Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation

> Porte la voix de la France à la Commission européenne.  
> Assure la tutelle de l'INAO.



### L'INAO

*Institut national de l'origine et de la qualité*  
> Supervise le contrôle et encadre les signes de qualité.  
> Émet et tient à jour le "Guide de lecture" de la réglementation.



### L'Agence BIO

> Recueille les notifications et publie la liste des opérateurs notifiés bio dans l'annuaire bio.  
> Gère la marque AB à des fins de communication.

### Organismes certificateurs (entités privées)

> Assurent les contrôles et certifient les opérateurs.

## Structuration des filières par métier

### Production



### Mise en marché / exportation

ANEEFEL

### Importation



### Stade de gros



### Circuits de distribution



### Restauration hors domicile



### Transformation



## Structuration des filières par région

Comités régionaux d'Interfel

+ Réseau des chambres d'agriculture

+ Réseau de la FNAB, aux différents niveaux du territoire



L'Agence BIO joue aussi un rôle dans la structuration des filières.



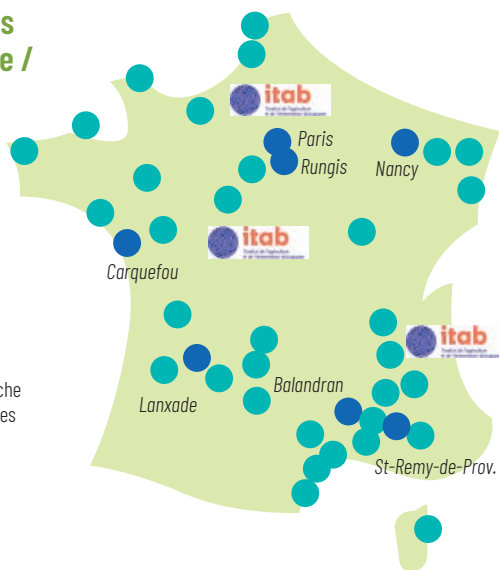
## Acteurs impliqués dans la recherche / expérimentation en fruits et légumes

- CTIFL 
- Stations régionales

- itab 
- + Les structures de recherche fruits et légumes associées

- + INRA 

- + Antenne France du FIBL 



## Les appuis techniques à la disposition des opérateurs de la filière des fruits et légumes

### Spécifiquement aux acteurs de la production



Chambres d'agriculture

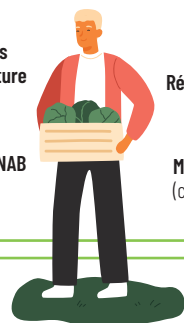


Réseau de la FNAB (GAB, CIVAM...)

Réseau des ADEAR



Metteurs en marché (coopératives, expéditeurs...)



### Pour tous les métiers de la filière :

organisations professionnelles impliquées dans la structuration des filières

## LES FORMATIONS EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE

SITUATION	FORMATIONS POSSIBLES	MÉTIER AUXQUELS CES FORMATIONS OUVRENT
« Je n'ai suivi aucune formation et n'ai aucune expérience professionnelle. »	Formation initiale en agriculture + CS (Certificat de Spécialisation) Conduite de Production en AB et Commercialisation ou autres CS*	Technicien, conseiller, responsable d'exploitation...
	BTSA* (Brevet de Technicien Supérieur Agricole) + BTS technico-commerciaux	Technicien supérieur agricole, métiers de la commercialisation
	BPREA* (Brevet Professionnel de Responsable d'Entreprise Agricole)	Responsable d'entreprise agricole
	Bac Pro* Conduite et Gestion de l'entreprise agricole	
	Diplôme d'ingénieur Agri / Agro, IAA	Ingénieur agricole / Ingénieur agronome
« J'ai déjà une formation en agriculture (mais non spécifique en bio) et/ou de l'expérience professionnelle. Je souhaite renforcer / légitimer mes connaissances en bio. »	VAE (Validation des Acquis d'Expérience)	Dépend du type d'expérience et du type de VAE
	CS Conduite de Production en AB et Commercialisation ou autres CS*	Technicien, conseiller, responsable d'exploitation...
	Licence Pro ABCD (Agriculture Biologique Conseil et Développement)	Conseiller d'entreprise, contrôleur, gérant d'entreprise...
	CQP (Certificat de Qualification Professionnelle) vendeur conseil en produits biologiques	Vendeur conseil en produits bio

Liens référents : [www.reseauformabio.educagri.fr](http://www.reseauformabio.educagri.fr), Rubrique « Formations longues » + Annuaire BIOFIL ([www.biofil.fr](http://www.biofil.fr)), qui répertorie les formations initiales et continues

« Je suis un opérateur de la filière fruits et légumes ou un acteur du secteur bio. Je recherche des formations courtes pour actualiser mes connaissances régulièrement. »

Formations proposées par :

- Le CTIFL
- Les chambres d'agriculture
- Les organisations professionnelles spécialisées en bio : FNAB, CIVAM, GAB, organisations régionales...
- Le réseau MFR (Maisons Familiales Rurales)
- L'IFCAS (Formation du Commerce Alimentaire Spécialisé)
- Autres associations de développement agricole

Pas de réelle reconversion, plutôt un enrichissement du métier initial

Liens référents : [www.reseauformabio.educagri.fr](http://www.reseauformabio.educagri.fr) > rubrique « Formations courtes » + sites web des entités listées ci-dessus

### Légende : Formations spécifiques à l'agriculture biologique

\* Les établissements proposant ces formations peuvent les faire reconnaître à orientation agriculture biologique si elles répondent à des critères précis. Veillez à la présence de cette orientation lors de votre choix.

# LA RECHERCHE / EXPÉRIMENTATION EN FRUITS ET LÉGUMES BIO ET LES APPUIS TECHNIQUES



**L'agriculture biologique est une agriculture qui demande des compétences et des savoir-faire techniques précis. Les professionnels des filières de fruits et légumes bio peuvent être confrontés à de nombreuses questions techniques. Quelles variétés choisir ? Quand semer ? Comment protéger les cultures bio des ravageurs et maladies ? Comment fertiliser en bio ? Quel matériel utiliser ? Quelles sont les dernières innovations et où les trouver ? Comment vendre ma production ? Quelles sont les conditions de stockage en bio ? Quelles sont les précautions à prendre pendant le stockage et le transport ? Comment gérer la distribution ?, etc.**  
**Ce chapitre a pour objectif de mettre en lumière les outils à la disposition des professionnels de la filière en réponse aux problématiques techniques.**

## RECHERCHE / EXPÉRIMENTATION : LES BESOINS DE LA FILIÈRE ET LES ACTEURS IMPLIQUÉS

### Identification des besoins prioritaires

Pour mieux comprendre les problématiques techniques auxquelles sont confrontés les filières de fruits et légumes bio, le CTIFL a mené, en 2017, à la demande du Comité Bio d'Interfel, une étude visant à identifier les domaines à renforcer en matière de recherche / expérimentation pour le développement des fruits et légumes biologiques.

Cette étude a été réalisée en trois temps :

- Identification des besoins en recherche / expérimentation auprès des opérateurs de la filière (de la production à la distribution).
- Recensement des travaux conduits en 2017, après enquête auprès de 101 structures (travaux menés en stations ou chez les producteurs).
- Identification des champs d'exploration à mener et/ou à développer, sur la base des résultats établis au cours des deux premières étapes.

Une synthèse de cette étude est à la disposition des professionnels de la filière sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com) (rubrique « Plateforme numérique »).



### Les principaux acteurs impliqués dans la recherche / expérimentation

Pour répondre aux besoins identifiés, il existe différents organismes qui conduisent directement des travaux de recherche / expérimentation en agriculture biologique :

- Le CTIFL, qui met en œuvre la recherche appliquée et coordonne l'ensemble des expérimentations en fruits et légumes frais.
- L'ITAB, Institut de l'agriculture et de l'alimentation biologiques, dont le périmètre d'action est exclusivement dédié à l'agriculture biologique.
- Les stations d'expérimentation régionales.
- L'INRAE (Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement, nouveau nom de l'INRA).

### Le CTIFL

Le CTIFL (Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes) est un organisme interprofessionnel de recherche appliquée (voir aussi chapitre « Les acteurs et organismes référents de l'agriculture biologique »).

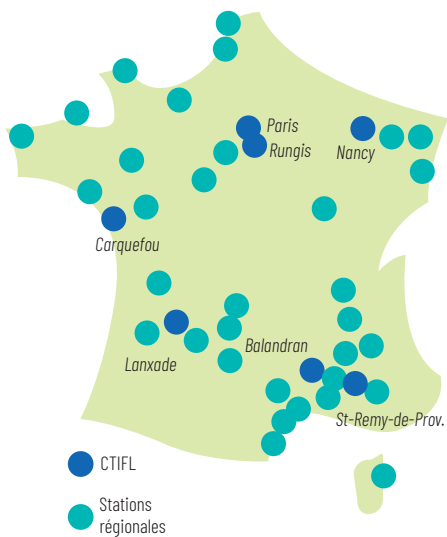
Les actions de recherche, de validation et de diffusion de références techniques sont menées dans tous les centres opérationnels et antennes du CTIFL : Balandran, Carquefou, Lanxade, Saint-Rémy de Provence, Rungis et Nancy.

Chacun d'eux dispose de moyens d'expérimentation permettant des études à plusieurs échelles, depuis la production jusqu'à la remise au consommateur : parcelles plein champ, tunnels, serres, vergers, laboratoires, chambres climatiques, chambres froides et d'affinage, enceinte de simulation point de vente, etc.





Le CTIFL conduit historiquement ses travaux de recherche en associant ses talents à ceux de nombreux partenaires. Cette culture partenariale est une évidence en matière de recherche, elle garantit efficacité et partage des savoirs au service de tous les acteurs de la filière.



### Agriculture biologique : le CTIFL précurseur et acteur

Le CTIFL est l'acteur majeur de l'élaboration de conduites alternatives des cultures de fruits et légumes. Face à la demande croissante de la société civile et des consommateurs, et dans un contexte de multiplication des initiatives (agriculture biologique, zéro résidu de pesticides, bas intrants, etc.), il est du rôle et de la responsabilité du CTIFL d'apporter cadre, rigueur, référence et surtout solutions technico-économiquement viables. La majorité des activités de recherche du CTIFL vise à produire des alternatives durables par la sélection variétale, l'évolution des conduites, l'agriculture de précision, le biocontrôle, la production fruitière intégrée (PFI) et la conservation. Ainsi l'agriculture biologique constitue au CTIFL, depuis 1999, un champ d'action se nourrissant de l'ensemble des

travaux. Ces travaux engagés ainsi que les relations avec les autres acteurs, dont en particulier les ITA (instituts techniques agricoles), placent le CTIFL comme l'acteur technique central des fruits et légumes cultivés en agriculture biologique tant sur des aspects de production que de conservation. Depuis, les thématiques travaillées spécifiquement en bio ou intéressant l'agriculture biologique n'ont cessé de croître. Les travaux, mobilisant les principes de l'agro-écologie et dépassant le cadre de l'agriculture biologique, œuvrent pour trouver des solutions innovantes, s'inscrivant dans la durabilité du système de production. Ils sont une source d'inspiration pour l'ensemble des acteurs de la filière, qu'ils soient déjà diversifiés ou qu'ils souhaitent développer leur mode de production et de commercialisation.

Plus d'infos : [www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr)

### L'ITAB

Expert de l'agriculture et de l'alimentation biologiques, dont les fruits et légumes frais, l'ITAB (Institut de l'agriculture et de l'alimentation biologiques), coordonne la recherche / expérimentation en agriculture biologique en France depuis 1982 avec plusieurs structures associées (notamment, en fruits et légumes : GRAB, Civam Bio 66, IBB).



Les outils développés :

- ABioDoc : cette base de données documentaire en agriculture biologique est un outil de l'ITAB. Elle permet une veille, le traitement et la diffusion d'informations relatives au bio. C'est un appui documentaire pour tous les acteurs de la filière agriculture biologique et pour toute personne s'intéressant à ce domaine. Tous les sujets concernant l'agriculture biologique sont disponibles sur cette base de données : technique, économique, réglementaire pour toute production et toutes filières, ainsi que différents types de documents (articles de revues bio et non bio, ouvrages, fiches techniques, brochures, résultats de recherche et d'expérimentation, audiovisuels, études techniques, économiques, sociologiques, etc.).
- Qui Fait Quoi : connaître et faire connaître la recherche / expérimentation en agriculture biologique. Ce portail collaboratif, mis en place par l'ITAB, permet de consulter les actions menées par les partenaires du réseau et de compléter ce panorama par ses propres travaux.





Il a pour objectifs de :

- Faire connaître ce qui se fait ou s'est fait.
- Mettre en relation les différents acteurs du bio ou intéressés par l'agriculture biologique.
- Capitaliser les acquis pour mieux les diffuser.
- Valoriser les actions de chacun mais aussi celles d'un réseau entier.
- L'ITAB a également publié un guide sur la production de légumes biologiques. Ces trois tomes (généralités, fiches techniques, gestion de l'enherbement) sont en vente sur le site de l'ITAB. Des mises à jour et des nouveaux guides sont régulièrement publiés.
- Par ailleurs, l'ITAB est membre de l'ITAB Lab, un collectif d'acteurs engagés en faveur de la recherche et de l'innovation, de la coordination et de la capitalisation des connaissances en agriculture biologique. Plus d'infos sur : [www.itab-lab.fr](http://www.itab-lab.fr)

**Plus d'infos :** [www.itab.asso.fr](http://www.itab.asso.fr)

Dans le paysage technique actuel, ces organismes contribuent fortement à mettre à la disposition des acteurs des informations techniques en agriculture biologique sous différents formats : revues, publications internet, manifestations, formations, conseils sur le terrain, base de données, etc.



## LES APPUIS TECHNIQUES À LA DISPOSITION DES OPÉRATEURS

D'autres structures sont plus directement chargées d'accompagner les opérateurs dans leur activité, en les aidant à s'approprier les résultats de la recherche / expérimentation et en leur apportant des appuis techniques.

- L'APCA et le réseau des chambres d'agriculture comptent plus de 400 conseillers techniques spécialisés en agriculture biologique sur tout le territoire dans les chambres départementales au niveau régional. Ces conseillers présentent des profils mixtes qui facilitent le transfert entre agriculture conventionnelle et bio. Pour le maraîchage bio, 79 conseillers bio interviennent auprès de producteurs de légumes, et 16 sites expérimentaux sur 28 impliquant les chambres d'agriculture réalisent des recherches en agriculture biologique.
- Le réseau FNAB, qui apporte un support technique sur le terrain, notamment via les GAB et les CIVAM.
- Les ADEAR (associations pour le développement de l'emploi agricole et rural) disposent aussi dans certains départements de moyens d'action sur les thématiques arboriculture et maraîchage. Les ADEAR sont proches des porteurs de projets à l'installation.
- Des conseillers indépendants ou associés à un réseau (CETA, par exemple, plus d'infos sur : [www.grceta.fr](http://www.grceta.fr) / [www.cetadestechiciens.com](http://www.cetadestechiciens.com)). Du fait de leur indépendance, et forts de leurs différentes expériences, ces conseillers ont souvent un regard complet sur les impasses rencontrées.
- Les metteurs en marché (coopératives, expéditeurs, etc.) au contact direct des producteurs, jouent aussi un rôle majeur dans l'accompagnement technique de ces derniers.

Si les organisations citées précédemment concernent essentiellement la production, il faut souligner que toutes les organisations professionnelles spécialisées par métier (identifiées dans le chapitre précédent, « Les acteurs et organismes référents de l'agriculture biologique ») sont, pour chacun des métiers de la filière, de la production jusqu'à la distribution, des entités de référence.

### Chambres d'agriculture – APCA

Chambres d'agriculture - APCA est la tête d'un réseau de 103 établissements présents à différents échelons territoriaux (département et région). Ses missions visent à coordonner l'ensemble des programmes et des actions techniques et économiques inhérents au



développement de l'agriculture sous ses différentes formes. Dans ce cadre, l'APCA est significativement investie dans le développement de l'agriculture biologique ; dans ce but, elle anime un réseau national de conseillers bio, lui-même constitué des réseaux spécialisés de conseillers bio (productions animales et végétales) dont notamment ceux des conseillers arboriculture et maraîchage bio. Ce réseau bio, avec l'appui des ressources des chambres d'agriculture (conseillers d'entreprise ou en bâtiments, juristes, etc.), accompagne les producteurs dans leur évolution, changement de pratiques, formation... et tout particulièrement avant, pendant et après leur conversion à l'agriculture biologique. L'APCA, avec la chambre d'agriculture de la Drôme, a été à l'initiative du salon Tech & Bio.

**Plus d'infos :** [chambres-agriculture.fr](http://chambres-agriculture.fr)

### Le réseau FNAB

Réseau historique du développement de l'agriculture biologique en France, le réseau FNAB met à disposition de nombreuses ressources.

Pour se tenir informé des nouvelles dans le domaine des fruits et légumes bio : [www.produire-bio.fr/filieres/fruits/](http://www.produire-bio.fr/filieres/fruits/) pour les fruits et [www.produire-bio.fr/filieres/legumes/](http://www.produire-bio.fr/filieres/legumes/) pour les légumes.

On y trouve des informations régulièrement actualisées sur l'arboriculture biologique : retours d'expériences de producteurs, expérimentations et actualités de la recherche, zoom sur les dynamiques territoriales, actualités réglementaires, événements, publications, etc.

**NB : Pour acquérir plus de connaissances dans le domaine technique, il peut être intéressant de suivre des formations. Pour identifier les formations existantes en fruits et légumes bio, se reporter au chapitre « Les acteurs et organismes référents en agriculture biologique ».**

### QUEL EST L'ACTEUR LE PLUS APPROPRIÉ POUR RÉPONDRE À MES QUESTIONS ?

Suivant les questions que vous vous posez, certains acteurs sont plus appropriés que d'autres pour vous aider à trouver des réponses. Les schémas des pages suivantes récapitulent les interlocuteurs à privilégier en fonction de vos interrogations.



# AVAL

Transport Stockage Logistique Distribution Commercialisation



Quelles précautions à prendre ?  
Qu'est-ce que l'agréage ?  
Comment gérer le stockage ?...

Comment agencer mon point de vente ?  
Comment gérer la distribution ?...

Conseillers privés indépendants



Réseau de la FNAB (GAB, CIVAM...)



Organisations professionnelles impliquées dans la structuration des filières (notamment celles spécialisées par métier)



## CONSEILS PRATIQUES

En résumé, pour bénéficier au mieux des outils techniques à votre disposition, vous trouverez ci-dessous une liste de conseils pratiques.

### Au quotidien :

- Abonnement et lecture de la presse spécialisée : Biofil, Alteragri, Biolinéaires, Bulletin de santé du végétal, etc.
- Abonnement aux newsletters des entités référentes (CTIFL, etc.).
- Identifier les exploitants agricoles dont l'activité est proche de la sienne et aller à leur rencontre (cf : annuaire officiel de la bio proposé par l'Agence BIO).
- ...



### À l'échelle de quelques mois :

Repérer l'agenda des salons et autres

**RDV de référence :**

- Biofach (Nuremberg)
- Tech & Bio (Drôme)
- Rencontres de l'ITAB
- Journées techniques bio CTIFL
- Salon « La Terre est notre métier »
- Salons spécifiques au secteur fruits et légumes : SIVAL (Angers), MEDFEL (Perpignan), Fruitlogistica (Berlin), Fruit Attraction (Madrid), etc.
- Réunions de pépinières d'entreprises
- Mecafruit
- ...



**BIOFACH**  
into organic



## EN CAS DE PROBLÈME TECHNIQUE (OU IMPASSE TECHNIQUE)

# 1

### IDENTIFIER :

- > Le secteur concerné, la nature du problème.
- > À quel niveau (local, régional, national... ) la réponse peut être apportée.
- > La (les) structure(s) la (les) plus appropriée(s) pour y répondre.

# 2

### PRENDRE CONTACT AVEC LES EXPERTS TECHNIQUES LES PLUS APPROPRIÉS :

CTIFL, ITAB, réseau des chambres d'agriculture, réseau FNAB (GAB, GRAB), CIVAM, stations régionales, conseillers indépendants, etc. (cf : sites web indiqués au sein de ce chapitre).

# LES AIDES FINANCIÈRES



**Il existe une grande diversité de soutiens au développement de l'agriculture biologique, pour tous les acteurs de la filière, de la production aux établissements scolaires en passant par les entreprises de distribution (hors recherche / expérimentation et appuis techniques). Ces aides peuvent être publiques, privées, directes ou obtenues via des appels à projets. Cette fiche a pour objectif de recenser les différentes aides vers lesquelles les professionnels peuvent se tourner pour soutenir leur conversion ou développement d'activité en bio.**



Producteur



Acteurs de la commercialisation (grossistes, metteurs en marché, distributeurs, etc.)



Collectivité et/ou établissement de restauration collective

## RÉCAPITULATIF DES DIFFÉRENTES AIDES FINANCIÈRES DISPONIBLES

TYPE D'AIDE	NOM DE L'AIDE	GESTIONNAIRE	FONDS / FINANCEMENT	PRINCIPAUX BÉNÉFICIAIRES
<b>SOUTIENS PUBLICS</b>				
Aides directes aux producteurs	Aide à la conversion ou au maintien à l'agriculture biologique	Conseils régionaux	FEADER (PAC)	
	Crédit d'impôt en faveur de l'agriculture biologique	État	État	
Aides aux opérateurs des filières	Avenir Bio	Agence BIO	État	
	Soutiens des conseils régionaux	Conseils régionaux	Conseils régionaux ou FEADER	
	Soutiens des conseils départementaux	Conseils départementaux	Conseils départementaux	
	Soutiens des agences de l'eau	Agences de l'eau	Agences de l'eau	
	Dispositifs LEADER	GAL	LEADER (PAC)	
Aides pour les établissements de restauration collective	Appels à projets du PIA	ADEME, Bpifrance, CDC, FranceAgriMer, ANR...	État	
	Programme « Fruits et légumes à l'école »	FranceAgriMer	Union européenne	
<b>AUTRES RESSOURCES</b>				
	Le Club des financeurs animé par l'Agence BIO	Agence BIO		
	L'accès au crédit facilité SIAGI	SIAGI		
	L'offre d'accompagnement des entreprises proposée par la Banque de France	Banque de France		
	Les-aides.fr	Réseau des CCI		

## LES SOUTIENS PUBLICS

### Les aides directes aux producteurs

#### LES AIDES À LA CONVERSION BIO (CAB) ET AU MAINTIEN (MAB)

##### Bénéficiaires

Agriculteur engagé ou souhaitant s'engager en bio.

##### Description

L'aide à la conversion vise à compenser tout ou partie des surcoûts et manques à gagner liés à l'adoption des pratiques de l'agriculture biologique, en comparaison avec l'agriculture conventionnelle. Les montants sont basés sur un calcul différentiel de marge brute entre production conventionnelle et production biologique ainsi que sur le surcoût de la main d'œuvre lié à la mise en œuvre des itinéraires techniques biologiques.

L'aide au maintien vise à encourager les agriculteurs biologiques à maintenir leur exploitation dans ce mode de production après une période de 5 ans.

Ces aides s'insèrent dans le second pilier de la PAC (politique agricole commune), pilier du développement rural. Le fonds européen qui lui est dédié est le FEADER - Fonds européen agricole pour le développement rural. Depuis 2015, ces aides sont gérées par les conseils régionaux (qui sont « autorités de gestion »), dans le cadre des programmes de développement ruraux régionaux (PDRR). Les conditions de ces aides et leur mise en œuvre (plafonnement notamment) varient selon les régions. Dans certaines régions, du fait de la forte dynamique de conversion, le choix a été fait de concentrer les aides directes à l'agriculture biologique sur la conversion.

Montants dans le programme 2015-2020 (en € / ha / an)	CAB	MAB
Marâchage et arboriculture	900	600
Cultures légumières de plein champ	450	250

##### Conditions

Les engagements sont pris pour une durée de 5 ans et définis à la parcelle.

##### Démarches et instruction du dossier

Pour obtenir ces aides, il faut :

- 1) Notifier son activité auprès de l'Agence BIO et s'engager auprès d'un organisme certificateur.
- 2) Prendre connaissance du cahier des charges de la mesure et des modalités retenues dans sa région.

3) Se préparer à déposer une demande d'aide dans le cadre du dossier PAC. Attention, les dates de dépôt varient d'une année sur l'autre. Les demandes pour les aides PAC se font en ligne sur le site telepac ([www2.telepac.agriculture.gouv.fr/telepac/auth/accueil.action](http://www2.telepac.agriculture.gouv.fr/telepac/auth/accueil.action)).

Au même titre que toutes les aides de la PAC, l'exploitation bénéficiant d'aides de la PAC à l'agriculture biologique peut être contrôlée par l'ASP (Agence de services et de paiement). Les contrôles sont annoncés au moins 48h avant la visite.

**>> A noter toutefois : le versement de ces aides peut parfois prendre un certain temps.**

**>> Il est possible que des modifications surviennent au niveau des modalités d'obtention de ces aides.**

## LE CRÉDIT D'IMPÔTS EN FAVEUR DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

### Bénéficiaires

Entreprises agricoles (dont le chiffre d'affaires en bio représente au moins 40 % du chiffre d'affaires total de l'exploitation).

### Description de l'aide

Le crédit d'impôt pour l'agriculture biologique est une aide dédiée aux dépenses de certification en agriculture biologique. Le crédit d'impôt s'applique à l'impôt sur les bénéfices, peu importe le régime d'exploitation. Depuis 2019, le montant du crédit d'impôt s'élève à 3 500 €.

### Conditions

La somme des aides de conversion ou de maintien et le crédit d'impôt ne doit pas dépasser 4 000 €.

Le crédit d'impôt est une aide dite de minimis, c'est-à-dire une aide publique nationale intervenant en supplément des aides européennes. Le service de remplacement, certaines aides faisant suite à des calamités, ou encore le fonds d'allègement des charges, entrent dans ce même régime de minimis. Principale conséquence : ces aides sont plafonnées à 15 000 € sur trois ans.

### Démarches et instruction du dossier

Un formulaire de déclaration est disponible sur le site [impots.gouv.fr](http://impots.gouv.fr). Il permet de déterminer le montant de crédit d'impôt en faveur de l'agriculture biologique imputable sur l'impôt sur les sociétés ou sur l'impôt sur le revenu. Il est à déposer auprès du service des impôts des entreprises avec le relevé de solde n° 2572-SD pour les entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés, ou avec la déclaration de résultats pour les autres entreprises. Si le formulaire est joint à la déclaration de revenus n°2042, il est déposé auprès du service des impôts des particuliers.



Si vous êtes soumis à l'impôt sur le revenu (IR), le crédit d'impôt est imputé à l'impôt de l'année en cours pendant laquelle l'entreprise a respecté les conditions d'attribution de cette aide.

Si vous êtes soumis à l'impôt sur les sociétés (IS), lorsque l'exercice de l'entreprise coïncide avec l'année civile, le crédit d'impôt est imputé sur l'impôt dû par l'entreprise au cours de l'exercice pendant lequel elle a respecté les conditions prévues par le crédit d'impôt. Si la clôture intervient en cours d'année, le crédit sera imputé l'année suivante.

Quelle que soit votre situation, si le crédit d'impôt imputé dépasse le montant de l'impôt dû au titre de l'exercice, l'excédent vous sera restitué.

**D'autres dispositifs, intégrés aux mesures agro-environnementales (MAEC) concernent l'agriculture biologique. L'agence de services et de paiement (ASP) assume la mission d'organisme payeur.**

## Les aides à destination des opérateurs des filières

### LES APPELS À PROJETS « AVENIR BIO »

#### Bénéficiaires

Plusieurs catégories d'entreprises des filières issues de l'agriculture biologique peuvent présenter des projets. Il s'agit des entreprises actives dans la production agricole primaire, et/ou dans la transformation et la commercialisation de produits agricoles implantées en France.

#### Description

Mis en place en 2008 et géré par l'Agence BIO, le fonds Avenir Bio est un fonds de structuration des filières agricoles issues de l'agriculture biologique. Il a pour objectif de déclencher et soutenir des programmes de développement des filières biologiques. Renforcé dans le cadre du programme « Ambition Bio 2022 », il est doté, depuis 2019, d'une enveloppe de 8 millions d'euros par an.

A travers les appels à projets Avenir Bio, le fonds permet d'accompagner financièrement des acteurs économiques présentant des projets impliquant des partenaires à différents stades de la filière, amont et aval, engagés sur plusieurs années.

Il complète des dispositifs d'aides publiques existants détaillés dans cette fiche.

Les projets comportant un volet substantiel pour le développement des filières grandes cultures biologiques (y compris les légumes de plein champ) sont prioritaires. Sont également valorisés :

- la synergie avec les démarches de développement engagées au plan local, régional ou national, notamment via les centres d'expertises technico-économiques et organismes de développement ;

- la complémentarité des aides sollicitées auprès des autres dispositifs de soutien financier existants : les programmes ayant engagé leur démarche en vue d'un co-financement public ou privé seront retenus en priorité ;
- l'engagement éventuel dans une démarche labellisée commerce équitable ;
- le développement de projets de mutualisation interrégionale (notamment sur le plan logistique) des moyens d'introduction de produits bio en restauration collective ;
- les projets engagés dans une démarche de protection de l'environnement : transition énergétique, préservation de la biodiversité et des écosystèmes (une attention particulière sera apportée aux projets impliquant les zones à enjeux eau) ;
- le développement de filières bio dans les départements d'Outre-mer.

#### Démarches et instruction du dossier

En moyenne, deux appels à projets sont lancés chaque année. Toutes les informations sont disponibles sur le site de l'Agence BIO : [www.agencebio.org/vosoutils/financer-son-projet/](http://www.agencebio.org/vosoutils/financer-son-projet/). Pour en savoir plus : [avenirbio@agencebio.org](mailto:avenirbio@agencebio.org)



## LES SOUTIENS DES CONSEILS RÉGIONAUX

### Description

Les conseils régionaux soutiennent souvent le développement des filières biologiques.

La gestion des demandes d'aides peut se faire par appel à projets, cas le plus courant, ou au fil de l'eau. Les soutiens des conseils régionaux s'inscrivent dans deux types de dispositifs :

- Les aides des programmes de développement ruraux (PDR) régionaux, financées par le FEADER (ex : mesure 4, investissements physiques) dont les critères de sélection peuvent favoriser les opérateurs bio ou majorer leurs aides. Les conseils régionaux interviennent sur ces aides à la fois en tant que gestionnaires des crédits européens et en cofinancement sur leurs fonds propres.
- Les soutiens propres à chaque conseil régional, en fonction des orientations choisies. Par exemple, parmi les dispositifs spécifiques au bio : le fonds de soutien régional mis en place par le conseil régional de la région Auvergne-Rhône-Alpes, ou la mesure « Amont Aval » portée au niveau de la région Nouvelle-Aquitaine, ou encore l'appel à initiatives pour le développement de l'agriculture biologique en région Hauts-de-France. D'autres dispositifs sont ouverts à l'ensemble des entreprises agro-alimentaires, comme les dispositifs QUALITAIR et ALIMENTAIR, mis en place par le conseil régional d'Île-de-France, qui visent à accompagner les entreprises du secteur de l'alimentation souhaitant mettre en place des démarches qualité au sens large.

### Démarches et instruction du dossier

Pour plus d'informations, se rapprocher des « correspondants bio » des conseils régionaux.



## LES SOUTIENS DES CONSEILS DÉPARTEMENTAUX

### Description

Les conseils départementaux interviennent également en cofinancement des crédits européens (FEADER) dans le cadre des dispositifs inscrits dans les PDR. A titre d'exemples :

- Le conseil départemental du Lot-et-Garonne apporte une aide financière pour l'installation des agriculteurs, elle est bonifiée pour les producteurs certifiés bio ou en conversion.
- Le conseil départemental du Puy-de-Dôme soutient les investissements matériels des agriculteurs ou groupements d'agriculteurs bio, à hauteur de 30 % du montant des travaux HT.
- Le conseil départemental de l'Orne apporte une aide aux « petits » investissements agricoles, majorée pour les agriculteurs bio.

### Démarches et instruction du dossier

Pour plus d'informations, se rapprocher des conseils départementaux pour connaître les programmes en place.

## LE SOUTIEN DES AGENCES DE L'EAU

### Description

Les agences de l'eau peuvent attribuer des aides à des projets de développement des filières bio réalisés sur des zones à enjeux eau ou zone de captage dans le cadre de la lutte contre les pollutions diffuses. Parmi les exemples concrets soutenus par les agences de l'eau, on peut citer :

- L'agence de l'eau Artois Picardie : elle se distingue en lançant chaque année un appel à projets spécifique au bio. Elle soutient des dépenses d'investissement concourant au développement des filières biologiques et permettant de faire progresser de manière chiffrée les surfaces en agriculture biologique sur les zones à enjeu eau. Elle soutient également des actions basées sur des démarches collectives et localisées sur des territoires situés en zone à enjeu eau et reposant sur de l'animation, du conseil, des formations, des expérimentations ou de la communication.
- L'agence de l'eau Rhin Meuse : elle lance un appel à projets de « soutien aux filières agricoles favorables à la protection de la ressource en eau », visant à encourager le développement des filières sans ou à bas niveau d'intrants, incluant notamment les filières issues de l'agriculture biologique. Cet appel à projets s'adresse aux collectivités (communes, communautés de communes, syndicats, parcs naturels, etc.), aux collectifs d'agriculteurs, aux associations et organismes de développement de l'agriculture ou de la forêt, aux acteurs des filières économiques, etc.

### Démarches et instruction du dossier

Dans la plupart des agences de l'eau, les demandes d'aides sont gérées au fil de l'eau et au cas par cas. Les demandes peuvent être déposées toute l'année. Il peut également y avoir des appels à projets.

Pour plus d'informations, se rapprocher de l'agence de l'eau de son bassin hydrographique : [www.lesagencesdeleau.fr](http://www.lesagencesdeleau.fr)

## LES AIDES LEADER

### Description

Le FEADER (fonds européen agricole pour le développement rural) permet notamment de financer des programmes LEADER (liaisons entre actions de développement de l'économie rurale). C'est un appel à projet visant à soutenir les territoires ruraux pour leur développement local. Ces programmes sont gérés par les GAL (groupes d'action locale).

Un GAL est un ensemble de partenaires socio-économiques privés et publics, chargé d'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie locale de développement sur un territoire éligible au dispositif européen

LEADER. Un GAL peut être porté par différents types de structures : communauté de communes, parc naturel régional (PNR), pôle d'équilibre territorial et rural (PETR), groupement d'intérêt public (GIP), association de développement local, etc.

En fonction des priorités retenues et des objectifs fixés par chacun des GAL, des projets de développement local peuvent être accompagnés et bénéficier d'un financement pour la conversion à l'agriculture biologique, pour son maintien, ou encore pour créer les conditions nécessaires à la réussite de projets de filière, d'amont en aval, jusqu'à la commercialisation des produits.

Les orientations stratégiques sont définies par chacun des 380 GAL du territoire national. Le type de bénéficiaires, les investissements soutenus (matériels, immatériels : formations, études, etc.), ainsi que les taux de soutien, varient donc d'un GAL à l'autre. Certains GAL ont fait le choix d'accompagner spécifiquement le développement de l'agriculture biologique sur leur territoire.

### Conditions

Le cofinancement du projet, via le GAL, par une structure publique (structure nationale, conseil régional, conseil départemental, commune, etc.) est indispensable. Il s'agit là d'apporter une « contrepartie » aux crédits FEADER gérés par les GAL.

Les subventions LEADER, comme les autres financements FEADER dans le cadre des programmes de développement rural, sont calculées sur la base des cofinancements publics obtenus (subventions de l'État, de collectivités ou d'organismes qualifiés de droit public, autofinancement d'un porteur de projet ou qualifié de droit public) pour la réalisation du projet. Le porteur de projet doit apporter un autofinancement minimum de 20 % du montant total éligible du projet. Les cofinanceurs publics doivent participer à hauteur de 16 % minimum. Le montant total des aides publiques (cofinanceurs publics + financement FEADER) représente au maximum 80 % du coût total éligible du projet (le taux d'aide publique maximum peut être limité - le cas échéant - à un pourcentage inférieur suivant les dispositions du régime d'aides d'état applicable. Ne pas hésiter à vérifier auprès du GAL).

### Démarches et instruction du dossier

Afin de connaître les territoires concernés par un GAL, se référer à la carte des GAL : [www.reseaurural.fr](http://www.reseaurural.fr) > rubrique « Territoire LEADER »







## LES APPELS À PROJETS DU PIA (PROGRAMME D'INVESTISSEMENTS D'AVENIR)

### Description

Le Programme d'investissements d'avenir (PIA) a été mis en place en 2010 pour permettre à la France d'accroître sa compétitivité en soutenant l'investissement et l'innovation des entreprises, et en accélérant l'adaptation des secteurs d'activité aux mutations économiques et à la concurrence internationale. Depuis 2018, le PIA est inclus dans le grand plan d'investissement (GPI), et notamment dans son volet agricole.

Les financements sont mis en œuvre par des opérateurs tels que l'Agence nationale de la recherche (ANR), la Banque publique d'investissement (Bpifrance), l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), la Caisse des dépôts et consignations (CDC).

À titre d'illustration, quelques appels à projets du PIA accessibles aux entreprises en agriculture biologique :

- Concours d'innovation, mis en œuvre par Bpifrance, l'Ademe et FranceAgriMer ;
- Projets structurants pour la compétitivité, mis en œuvre par Bpifrance ;
- Accompagnement et transformation des filières, mis en œuvre par Bpifrance ;
- Démonstrateurs de la transition écologique et énergétique, mis en œuvre par l'Ademe ;
- Agriculture et alimentation de demain, mis en œuvre par FranceAgriMer.

Ces appels à projets évoluent régulièrement, toutes les informations sont disponibles sur les sites internet des opérateurs.



## Les aides à destination des établissements de restauration collective

### LE PROGRAMME « FRUITS ET LÉGUMES À L'ÉCOLE »

#### Bénéficiaires

Les organismes qui supportent le coût de la restauration collective dans les établissements scolaires.

#### Description

Ce programme, géré par FranceAgriMer et financé par l'Union européenne, permet aux organismes qui supportent le coût de la restauration collective de distribuer des fruits et légumes aux enfants et aux jeunes afin d'encourager l'adoption d'habitudes alimentaires saines. Depuis la rentrée 2019, le programme a évolué afin d'accompagner l'objectif de la loi EGalim d'atteindre 50 % de produits de qualité et



durables, dont au moins 20 % de produits biologiques pour les repas servis en restauration collective dans tous les établissements chargés d'une mission de service public au 1<sup>er</sup> janvier 2022.

De ce fait, les aides portent désormais sur la distribution pendant le déjeuner dans les cantines scolaires, de fruits et légumes (et de lait et produits laitiers) sous SIQO (signes officiels de qualité et d'origine) dont bio.

En dehors du midi, les distributions lors de la récréation du matin ou lors du goûter ne sont plus éligibles. Une distribution le matin à l'arrivée des enfants est néanmoins possible pour les établissements des zones REP et REP+ (collèges REP et REP+ en métropole, tous les établissements du secondaire en Outre-mer).

#### Conditions

Pour participer au programme, un agrément doit être demandé et sera à renouveler pour chaque année scolaire. Est éligible au programme toute autorité organisatrice de la restauration collective scolaire procédant :

- Soit à l'achat des denrées alimentaires destinées à la préparation de repas
- Soit à l'achat de repas préparés
- Soit ayant concédé à des entreprises privées la préparation de repas.

Ainsi, sont notamment concernés :

- Pour les écoles publiques : les communes, les établissements publics de coopération intercommunale ayant la charge de la restauration scolaire, les caisses des écoles et établissements publics municipaux ;
- Pour les collèges publics : les conseils départementaux, les collèges

de l'éducation nationale, les établissements d'enseignement agricole ayant des classes de 4<sup>e</sup> ou de 3<sup>e</sup> ;

- Pour les lycées publics : les conseils régionaux, les lycées de l'éducation nationale, les établissements d'enseignement agricole ;
- Pour les écoles, collèges et lycées privés : les établissements scolaires privés, leurs organismes de gestion.

Par période, il faut choisir une fréquence de distribution fixe entre deux ou quatre distributions par semaine. Si vous distribuez des fruits et légumes et des produits laitiers, la fréquence choisie devra être la même (deux ou quatre). Par exemple, si deux est choisi, il faudra distribuer : deux fruits/légumes et deux produits laitiers par semaine. Par ailleurs, la taille des portions à distribuer est encadrée (voir sur le site de FranceAgriMer).

Pour les distributions durant le déjeuner, les produits doivent obligatoirement être sous SIQO, dont le bio, et distribués sans aucun sucre, matière grasse, sel ou édulcorant ajouté. Les fruits et légumes éligibles sont :

- Tous les fruits frais (sauf fruits à coque) et les fruits frais achetés découpés et emballés en portions individuelles.
- Tous les légumes frais sauf : pomme de terre et autres féculents.
- Les fournisseurs qui livrent aux établissements scolaires des fruits et légumes dans le cadre du programme doivent impérativement se faire référencer auprès de FranceAgriMer. La demande de référencement doit être faite par le fournisseur. Un formulaire de demande de référencement et le modèle de récapitulatif des livraisons sont disponibles sur le site de FranceAgriMer, ainsi que la liste des fournisseurs déjà référencés : [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr), rubrique dédiée au programme.
- Une mesure éducative doit obligatoirement être mise en œuvre au cours du trimestre scolaire durant lequel sont réalisées les premières distributions de produits. Les mesures éducatives sont définies par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Les demandeurs d'aide sont tenus d'utiliser au moins un des supports disponibles sur le site internet du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation ([agriculture.gouv.fr](http://agriculture.gouv.fr), rubrique dédiée au programme).
- Chaque établissement participant au programme doit procéder à un affichage dans son entrée principale, au format A3. Des modèles d'affiches à télécharger sont disponibles sur le site de FranceAgriMer : [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr), rubrique dédiée au programme.
- Les produits distribués durant le déjeuner dans le cadre du programme doivent être identifiables sur le menu communiqué aux élèves, par la mention « aide UE à destination des écoles » ou bien « subventionné dans le cadre du programme de l'Union européenne à destination des écoles ».



## Démarches et instruction du dossier

La demande d'aide est composée :

- D'un formulaire à remplir en ligne avec notamment le nombre d'élèves bénéficiaires, la fréquence de la distribution choisie et le nombre de distributions de chaque forfait ;
- Des menus de la période à joindre ;
- Du/des récapitulatif(s) de livraison des fournisseurs à joindre.

Liens utiles : [www.franceagrimer.fr/Accompagner/](http://www.franceagrimer.fr/Accompagner/)

[Dispositifs-par-filiere/Lait-et-Fruits-a-l-ecole/Fruits-a-l-ecole](http://www.franceagrimer.fr/Dispositifs-par-filiere/Lait-et-Fruits-a-l-ecole/Fruits-a-l-ecole)

[www.franceagrimer.fr/Dispositifs-par-filiere/Lait-et-Fruits-a-l-ecole](http://www.franceagrimer.fr/Dispositifs-par-filiere/Lait-et-Fruits-a-l-ecole)

## PROGRAMME NATIONAL POUR L'ALIMENTATION (PNA)



Depuis 2014, un appel à projets national est lancé chaque année à l'initiative du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation pour développer des projets fédérateurs, démultipliables ou exemplaires, s'inscrivant dans les objectifs du PNA.

Depuis 2019, le Programme national de l'alimentation et de la nutrition (PNAN), réunit pour la première fois les actions du Programme national pour l'alimentation (PNA3) et du Programme national nutrition santé (PNNS4).

Le PNA3 cible notamment deux leviers essentiels pour accélérer la transition vers une alimentation saine, sûre et durable : la restauration collective et les projets alimentaires territoriaux.

A l'automne 2019, l'appel à projet national, lancé par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, en partenariat avec le ministère des Solidarités et de la Santé et l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) ciblait les deux thématiques suivantes :

- L'émergence de nouveaux projets alimentaires territoriaux (PAT), prenant notamment en compte l'approvisionnement de la restauration collective, la réduction du gaspillage alimentaire et la lutte contre la précarité alimentaire.
- Le développement de projets répondant aux enjeux du PNA concernant la justice sociale, l'éducation alimentaire et l'atteinte des objectifs de la loi EGalim pour la restauration collective. Il devra s'agir de projets d'essaimage, de projets existants ou de mise en œuvre de nouveaux projets pilotes innovants.

Des appels à projets régionaux sont également proposés par les DRAAF.

**Parallèlement aux aides publiques, il existe des aides privées (issues de fondations, de fonds participatifs, d'opérateurs privés, etc.) qui peuvent accompagner les opérateurs dans le développement de leur activité en bio.**

## LES RESSOURCES ET DISPOSITIFS COMPLEMENTAIRES

### Le club des financeurs animé par l'Agence BIO

L'Agence BIO anime également un club des financeurs. Ce club a pour objectif de contribuer au développement de l'agriculture biologique en renforçant les synergies entre acteurs de financement public et privé. Cette dynamique s'inscrit dans le cadre du programme Ambition Bio 2022. Elle vise le développement d'un portage financier approprié aux acteurs du bio en lien avec tous les acteurs financiers, ainsi qu'à sensibiliser les organismes bancaires aux besoins spécifiques des acteurs du bio. Créé en 2015, le club des financeurs est aujourd'hui composé :

- Des structures partenaires de l'Agence BIO : ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, ministère de la Transition écologique et solidaire, FNAB, APCA, Coop de France et Synabio ;
- Des interprofessions : Intercéréales, Onidol, Interfel, Interbev, CNIEL ;
- De l'association des régions de France ;
- Des agences de l'eau ;
- D'organismes bancaires privés : le Crédit Agricole, le Crédit Mutuel, le CIC, la Banque Populaire, le Crédit Coopératif, la Nef et Triodos ;
- De plateformes de financement participatif : Miimosa, Kiss Kiss Bank Bank, Agrilend et Blue Bees ;
- D'autres organismes de financement : Bpifrance, la SIAGI, la Banque de France.



Actuellement, il se réunit en plénière à l'Agence BIO une à deux fois par an. Les membres du club des financeurs participent également aux forums de structuration des filières organisés par l'Agence BIO, lors desquels ils assurent des entretiens personnalisés avec des porteurs de projet bio. Ces entretiens permettent un premier contact, offrant aux porteurs de projet une opportunité de présenter leur projet à divers acteurs de financement et d'échanger sur les outils et possibilités de financement.

### L'accès au crédit facilité SIAGI

La SIAGI est une société de caution mutuelle spécialisée en garantie de crédits aux TPE et exploitations agricoles. La SIAGI peut intervenir à tout moment de la vie de l'entreprise : création, développement, reprise, pour tout type d'investissement (matériel, bâtiment, travaux, foncier, cheptel, parts de société, etc.) et également pour financer la trésorerie. Toutes les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 20 millions d'euros, toutes filières, exploitants agricoles et associations inclus, peuvent bénéficier d'une intervention en garantie de la SIAGI. C'est à la banque du porteur de projet de solliciter les experts de proximité SIAGI, qui peut le faire soit d'elle-même, soit à la demande du porteur de



projet. Le projet est ensuite analysé, et après une rencontre éventuelle sur le terrain, une offre de garantie est proposée. En contrepartie de son engagement, la SIAGI perçoit une participation financière. Elle est à la charge de l'entreprise, exprimée en pourcentage du montant du crédit et payable en une seule fois au moment de l'octroi du prêt par la banque. Elle est dans la pratique souvent intégrée au montant du crédit. En apportant sa garantie aux banques, la SIAGI facilite l'accès au crédit. De plus, elle met en œuvre une garantie sans caution personnelle.

Véritable « assembleur » de garantie, la SIAGI a développé de nombreux partenariats : avec Bpifrance et les conseils régionaux, les banques de la place, ou encore le fonds européen d'investissement (FEI), lui permettant d'intervenir en co-garantie. Elle peut ainsi rehausser la quotité de garantie délivrée ou diminuer le coût de la garantie au bénéfice du porteur de projet.

Des garanties à court terme peuvent être proposées. Cela peut notamment contribuer au financement d'une augmentation du besoin en fonds de roulement lié à la conversion d'une exploitation en agriculture biologique.

Pour plus d'informations : [www.siaga.com](http://www.siaga.com)



### L'offre d'accompagnement des entreprises proposée par la Banque de France

La Banque de France propose un réseau de correspondants TPE ainsi qu'un outil de diagnostic en ligne.

#### LE RÉSEAU DE CORRESPONDANTS TPE

Les correspondants TPE départementaux de la Banque de France accueillent les créateurs ou dirigeants de TPE, analysent la nature de leur besoin et les orientent vers les réseaux professionnels adaptés, quelle que soit leur problématique : création d'entreprise, financement, transmission, développement, gestion, prévention ou traitement des difficultés.

Pour plus d'informations : [entreprises.banquefrance.fr/accompagnement-des-entreprises/mon-correspondant-tpe-dans-chaque-departement/contactezvotre-correspondant-tpe](http://entreprises.banquefrance.fr/accompagnement-des-entreprises/mon-correspondant-tpe-dans-chaque-departement/contactezvotre-correspondant-tpe)

Ce service est gratuit et les correspondants peuvent être contactés via un numéro vert national unique : 0800 08 32 08 ou par e-mail : [TPEnumérodédépartement@banque-france.fr](mailto:TPEnumérodédépartement@banque-france.fr)

### UN OUTIL DE DIAGNOSTIC EN LIGNE

Dans la lignée de ce dispositif, la Banque de France propose aux chefs d'entreprises une nouvelle offre de service en ligne nommée OPALÉ (Outil de positionnement et d'analyse en ligne des entreprises). OPALÉ est proposé aux entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 750 000€. Cet outil d'analyse financière accessible et payable en ligne est composé de deux volets « analyse » et « simulation » :

- Le volet « analyse » (200€ HT) permet au dirigeant de mesurer et de comparer son entreprise avec le secteur d'activité de son choix pour identifier ses points forts et ses pistes d'amélioration. Il peut également cibler géographiquement les entreprises avec lesquelles il se compare (France entière, Île-de-France ou hors Île-de-France) et sélectionner des tranches de chiffre d'affaires.
- Le volet « simulation » (300€ HT) est un outil d'aide à la décision. Le chef d'entreprise peut élaborer des plans de développement à un ou deux ans et mesurer immédiatement les effets des hypothèses envisagées. Un rapport complet est utilisable pour communiquer auprès de ses partenaires ou financeurs.

Plus d'informations par e-mail : [opale@banque-france.fr](mailto:opale@banque-france.fr)



### Les-aides.fr®, le site d'information des CCI (chambres de commerce et d'industrie) sur les aides aux entreprises

Les-aides.fr est devenu au fil des ans le site national de référence en matière d'information sur les aides et soutiens publics aux entreprises. Avec une expérience de plus de 20 ans dans la gestion d'une base de données spécialisée sur les aides et soutiens publics aux entreprises (Semaphore®) et de plus de 10 ans de présence sur le web (les-aides.fr®), le réseau des CCI donne accès à l'information la plus exhaustive sur les aides publiques de soutien à l'économie.

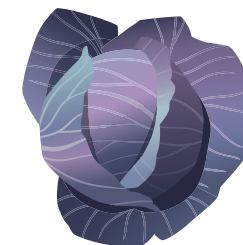
C'est en effet la seule source d'information qui renseigne sur les aides financières, fiscales et sociales d'une part, et d'autre part sur les aides techniques, se présentant sous forme d'apports de connaissances, de savoirs, d'expertises ou de mise à disposition de moyens.

Elle couvre tous les besoins de l'entreprise (création, reprise ou cession d'entreprise, innovation, emploi, formation, développement durable, implantation, international, etc.).

Plus d'informations : [les-aides.fr](http://les-aides.fr)

### LES INTERLOCUTEURS PRIVILÉGIÉS

Plus globalement, pour vous aider à identifier les soutiens qui vous concernent et à réaliser les démarches, vous pouvez vous adresser à la DRAAF ou à l'organisation professionnelle régionale spécialisée en bio de votre région.



# LA FILIÈRE ET LES RELATIONS ENTRE LES DIFFÉRENTS MÉTIERS DE LA FILIÈRE



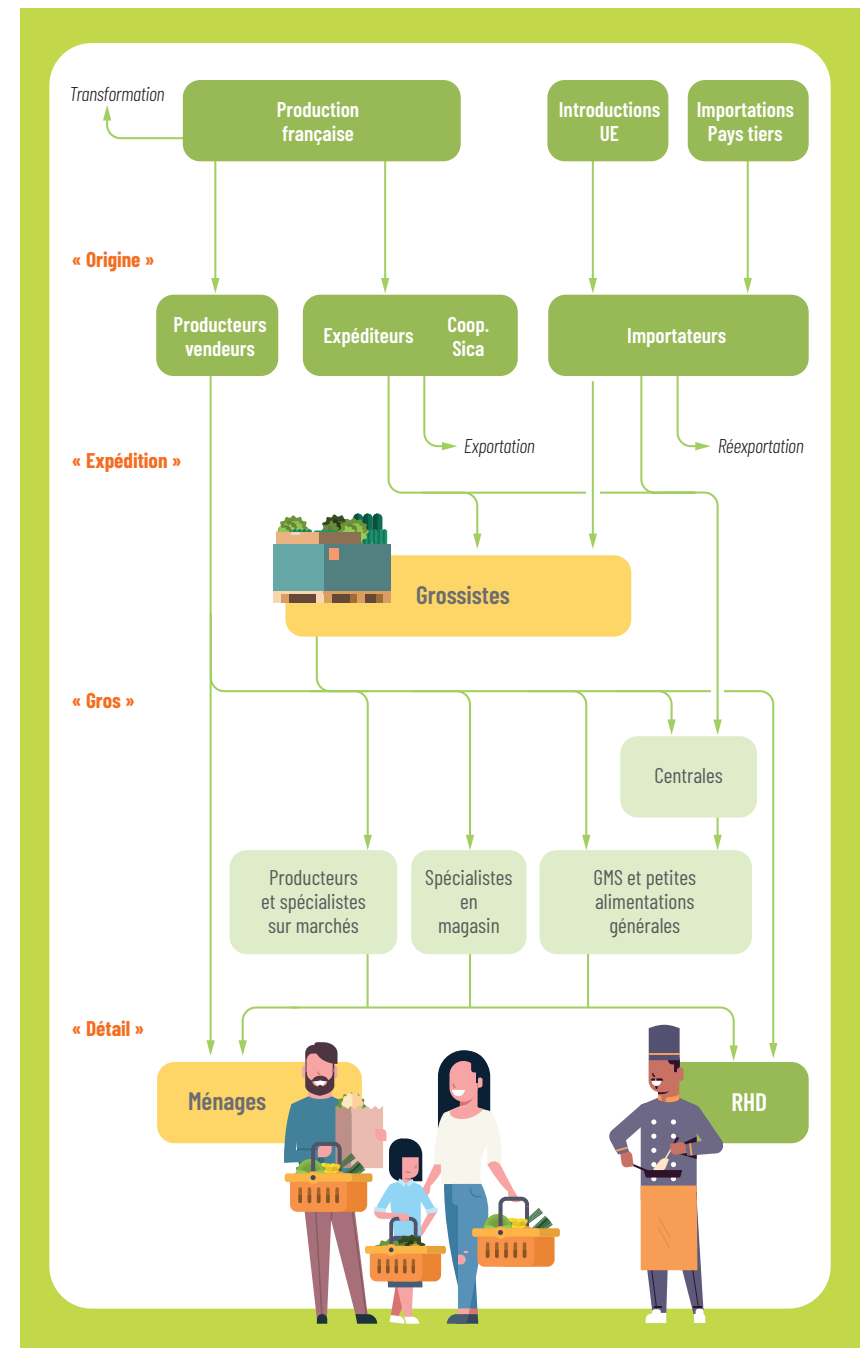
Le secteur de l'agriculture biologique est en plein essor. Les filières des fruits et légumes bio sont particulièrement concernées par cette tendance. Dans ce contexte, il est important de suivre finement l'évolution de l'offre et de la demande.

- À un niveau macro-économique, le chapitre « Le marché des fruits et légumes bio » ainsi que l'Observatoire économique des fruits et légumes bio sont à votre disposition.
- À l'échelle de chaque opérateur, cette période invite à sécuriser ses débouchés et/ou ses approvisionnements pour garantir la pérennité de son activité. Ce chapitre a pour objectif d'accompagner les professionnels dans cette recherche.

## LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES : MÉTIERS, ORGANISATION ET TENDANCES D'ÉVOLUTION

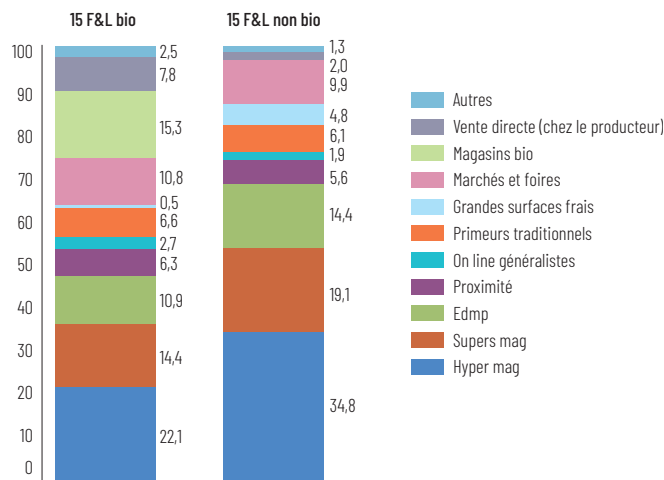
Les fruits et légumes frais sont des produits dont la gestion est délicate. Ce sont, en effet, des produits saisonniers et périssables.

De plus, les bassins de production sont assez spécialisés et parfois éloignés des grands bassins de consommation. Ces contraintes font de ces filières, des filières complexes mettant en jeu différents métiers, complémentaires et parfois concurrents les uns des autres. Pour positionner ces différents métiers et mieux comprendre les interactions entre eux, on peut se référer au diagramme de la distribution de fruits et légumes frais ci-contre, élaboré par le CTIFL.



**Répartition des achats des ménages en volume par circuit de distribution, année 2018 (15 F&L)**

Source Kantar



L'organisation de la filière, en fruits et légumes bio, est relativement comparable à celle des fruits et légumes en général. Les parts de marché des différents circuits de distribution diffèrent toutefois car les circuits spécialisés sont proportionnellement plus représentés que pour l'ensemble de la filière fruits et légumes (par rapport aux circuits généralistes).

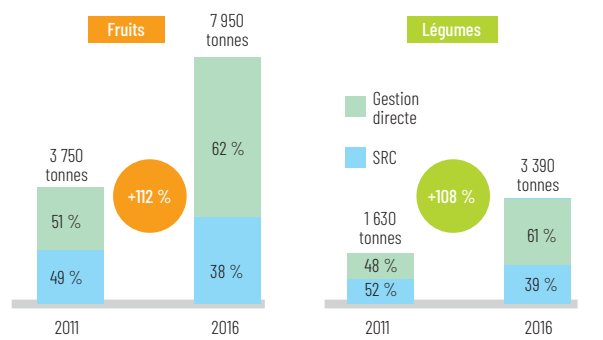
**Plus d'informations sur l'évolution des parts de marché par circuit et sur les enquêtes qualitatives régulièrement conduites par Interfel sur : [www.interfel.com](http://www.interfel.com) > rubrique « Plateforme numérique ».**

Exemple de publication : « Qui est le consommateur de fruits et légumes bio ? » (octobre 2018).

Parallèlement aux circuits de distribution pour la consommation au domicile, le secteur de la restauration collective développe de plus en plus ses achats de fruits et légumes bio.

**Évolution des achats (en volume) des fruits et légumes frais par la restauration collective entre 2011 et 2016**

Source GIRA Foodservice



Entre 2006 et 2016, les achats de ce secteur ont plus que doublé pour atteindre 13 000 tonnes de fruits et légumes frais (dont 4<sup>e</sup> gamme) en 2016.

La part des achats de fruits et légumes bio s'élevait à 4,1 % (contre 1,9 % en 2011) des achats totaux de fruits et légumes en restauration collective.

Si ce chiffre est relativement contenu, il devrait être amené à progresser puisque la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine et durable (dite loi « Alimentation » ou loi « EGAlim ») vise un objectif d'introduction de 20 % de produits biologiques au 1er janvier 2022. Les cuisines centrales, ou encore les légumeries, structures au service de la restauration collective, constituent de vrais leviers de valorisation des fruits et légumes frais en restauration collective.

**« FRUITS ET LÉGUMES FRAIS » ET « FRUITS ET LÉGUMES TRANSFORMÉS » : DEUX FILIÈRES COMPLÉMENTAIRES**

Parallèlement à la filière de distribution des fruits et légumes frais, de nombreux producteurs approvisionnent des usines de transformation sur différents segments de marchés.

- En fruits : compotes, confitures, fruits surgelés, jus de fruits, liqueurs et alcools, et autres utilisations (préparations de fruits, etc.)
- En légumes : conserves et surgelés.

Cette activité s'inscrit totalement dans l'ensemble de la filière fruits et légumes, en particulier par le fait que, pour une partie importante, les fruits et légumes transformés proviennent des vergers et des cultures maraîchères de la filière frais. C'est ce que l'on appelle « double fin » ; cette activité concerne davantage les fruits que les légumes.

La transformation permet la valorisation des écarts de tri (fruits et légumes non conformes à la normalisation pour la vente en frais).

Les producteurs assurent ainsi la commercialisation de la totalité de la production d'un verger ou d'une parcelle, évitant, entre autres, le gaspillage, et les transformateurs utilisent des fruits et légumes dont les qualités sanitaires et nutritionnelles sont identiques aux fruits et légumes vendus pour la consommation en frais.

Les fruits et légumes frais peuvent donc être adressés :

- Au marché du frais (marché intérieur ou export).
- Aux acteurs de la transformation ; la plupart du temps, les productions concernées sont contractualisées, et ce sur des temps relativement longs en ce qui concerne les cultures pérennes.
- Au marché du frais ou du transformé, ce qui est qualifié de « double fin ».

**Les leviers de valorisation des fruits et légumes frais produits sont donc multiples.**



## LES OUTILS MIS À DISPOSITION PAR INTERFEL

### Guide sur les relations contractuelles dans la filière des fruits et légumes frais



Pour accompagner les acteurs de la filière fruits et légumes qui souhaiteraient avoir recours à la contractualisation, Interfel a réalisé un « Guide des relations contractuelles dans la filière fruits et légumes frais ».

Une première version avait été élaborée en mars 2018. Il a été mis à jour en février 2019, après promulgation de la loi « Egalim » et est à la disposition des professionnels de la filière.

Il comporte deux parties :

- 1) Présentation de la diversité des transactions et pratiques commerciales au sein de la filière des fruits et légumes frais
- 2) Éléments devant figurer *a minima* dans un contrat écrit et équilibré entre opérateurs de la filière.

Ce guide a essentiellement pour but de rendre la contractualisation attractive pour les opérateurs de la filière.

En ce qui concerne les fruits et légumes frais bio, les opérateurs souhaiteraient formuler des recommandations complémentaires à celles indiquées dans ce guide, pour la mise en œuvre de la contractualisation.

## RECOMMANDATIONS POUR LA BONNE MISE EN ŒUVRE DE LA CONTRACTUALISATION EN FRUITS ET LÉGUMES BIO

En plus des recommandations générales pour l'ensemble de la filière, énoncées dans le « Guide des relations contractuelles dans la filière des fruits et légumes frais », il est indiqué, pour le secteur des fruits et légumes bio, que :

Dans un contexte où la demande est plus importante que l'offre :

- la contractualisation est généralement **plus facile à mettre en œuvre pour les fruits et légumes bio**
- la contractualisation donne de la visibilité à l'amont et à l'aval de la filière.

>> Ainsi, il est recommandé de se mettre d'accord pour des engagements :

- Sur une durée pluriannuelle pour les fruits et légumes frais (NB : une contractualisation sur une durée plus longue est couramment pratiquée pour les fruits et légumes transformés).
- Sur les volumes (avec indication des périodes de mise à disposition).
- Sur les caractéristiques du produit (notamment types de conditionnement : vrac, préemballé, etc.).
- Sur les prix. Il est conseillé de se référer à un historique de prix pratiqués, ou de s'appuyer sur les outils mis en place par Interfel (Cf : chapitre « Le marché de fruits et légumes bio »).

La mise en place de relations contractuelles pérennes au sein de la filière implique une planification des cultures et donc une mise en relation entre les différents acteurs, notamment pour l'assolement, la rotation des cultures, la mutualisation éventuelle d'outils, etc.

>> Ainsi, il est recommandé aux acteurs de l'amont de se mettre en relation entre eux. Ce peut être par l'intermédiaire des metteurs en marchés, expéditeurs, coopératives, associations d'organisations de producteurs... ou encore à l'initiative d'un acteur de l'aval.

Il est recommandé de privilégier des interlocuteurs commerciaux qui diversifient leurs clients car ceux-ci, économiquement moins dépendants, sont plus sécurisants pour les acteurs de l'amont.





**À L'AMONT :**  
mise en relation avec d'autres interlocuteurs de l'amont et **nécessité de s'organiser** pour assurer la planification, la rotation des cultures, l'assolement, etc.



**À L'AVAL :**  
diversification des débouchés

**= Facteurs-clés de succès pour la mise en place d'une contractualisation :**

- Sur une durée pluriannuelle
- Sur les volumes
- Sur les caractéristiques du produit (notamment types de conditionnement : vrac, préemballé, etc.)
- Sur les prix

### Recommandations pour l'achat public de fruits et légumes frais

Plus spécifiquement pour le secteur de la restauration collective publique, Interfel avait émis, en 2009, avec le CCC (Comité de coordination des collectivités, ancien nom du réseau « Restau'Co »), des recommandations pour l'achat public de fruits et légumes frais. Du fait de l'évolution des outils juridiques pour l'achat public, mais également des attentes sur ce marché, il était devenu nécessaire de les mettre à jour.

En effet, la loi « Alimentation » ou « EGalim », faisant suite aux États généraux de l'alimentation, prévoit l'introduction de **50 % de produits répondant à des caractéristiques spécifiques (sous signes officiels de qualité et d'origine, etc.) dont 20 % de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective** publique à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022.

Les recommandations pour l'achat public de fruits et légumes frais, mises à jour et disponibles sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com) (rubrique « Plateforme numérique »), visent à accompagner les acteurs dans l'atteinte de ces objectifs.

Elles proposent des outils « clés-en-main » pour la passation des marchés publics (modèles de règlement de consultation, de cahiers des clauses administratives particulières, de cahiers des clauses techniques particulières, etc.).

**A noter, pour le développement des fruits et légumes frais bio dans le secteur de la restauration scolaire, l'existence du programme européen « Fruits et légumes à l'école ». Plus d'informations au niveau du chapitre « Les aides financières ».**



# COMMUNIQUER SUR LES FRUITS ET LÉGUMES BIO



En tant qu'acteurs des filières de fruits et légumes bio, vous êtes au contact de clients ou des consommateurs. Il est important de savoir communiquer pour mettre en valeur vos produits. Les leviers mobilisables pour optimiser la valorisation des produits sont divers et variés : apport d'un soin particulier à la tenue du rayon, mise en avant des produits par des outils de promotion hors du lieu de vente... ou encore échanges directs avec vos clients ou consommateurs.

## FAIRE LA PROMOTION DES FRUITS ET LÉGUMES BIO

### Se familiariser avec le secteur de l'agriculture biologique

L'Agence BIO a pour rôle de faire la promotion de l'agriculture biologique pour toutes les catégories de produits alimentaires, parmi lesquelles les fruits et légumes frais. Interfel, l'interprofession des fruits et légumes frais, soutient financièrement les actions déployées par l'Agence BIO pour promouvoir les fruits et légumes frais bio. Pour cela, elle met en place différentes actions. L'Agence BIO organise des conférences de presse trois fois par an : actualités de la bio (baromètre de consommation et de perception de l'agriculture biologique en France) ou chiffres du marché bio, valorisation d'actions de promotion comme les salons, colloques, événements, films courts, concours, etc. Elle organise aussi des

colloques pour les professionnels (comme le Séminaire international de l'agriculture biologique ou encore les Assises de l'agriculture biologique) ou des concours (comme les Trophées de l'Excellence Bio ou encore « les Petits Reporters du Bio » à destination des classes primaire et des ateliers périscolaires) et anime également trois médias sociaux pour sensibiliser les consommateurs à l'agriculture biologique (Facebook, Twitter et Instagram).

Il existe également des événements bio, qui font référence dans le secteur. On peut notamment citer le salon NatExpo ([natexpo.com](http://natexpo.com)) qui prend de l'ampleur et devient annuel, en alternance à Lyon et Paris, Biofach ([www.biofach.de/en](http://www.biofach.de/en)) à Nuremberg, en Allemagne, ou encore le salon « Tech & Bio », organisé tous les deux ans dans la Drôme, à Bourg-lès-Valence.

A noter également que le bio est de plus en plus représenté au niveau des salons spécifiques à la filière fruits et légumes frais : SIVAL (Angers), MEDFEL (Perpignan), Fruit Logistica (Berlin), Fruit Attraction (Madrid), etc.



### QUELS AVANTAGES À SUIVRE CES ACTIONS ?

- >> se tenir au fait des actualités du secteur
- >> étoffer son réseau
- >> prendre connaissance des dernières innovations du secteur
- >> avoir accès aux outils mis à la disposition des professionnels par l'Agence BIO

## Les outils de promotion à la disposition des acteurs

Dans le cadre des programmes de promotion et de communication qu'elle conduit, auxquels participe Interfel, l'Agence BIO peut mettre à disposition des outils de publicité sur le lieu de vente (PLV), par exemple :

- des cartes postales présentant des portraits des acteurs du bio à destination des consommateurs ;
- des affiches pouvant être disposées en points de vente ;
- des plaquettes explicatives ;
- des kits d'animation pour les restaurations scolaires ;
- des outils pour la mise en avant des produits bio en points de vente (stop-rayons, fanions, guirlandes, etc.).

**L'Agence BIO met régulièrement à jour ses outils de communication.**

**Pour découvrir leurs nouveautés : [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)**

**et sur les réseaux sociaux : @agriculturebio / @AgricultureBIO**



Dans le cadre des programmes de communication, des vidéos promotionnelles ont par ailleurs été réalisées et sont disponibles sur YouTube, notamment la série « De la terre à l'assiette ».



A côté de ces outils, communs à tout le secteur de l'agriculture biologique, des leviers existent pour que chaque opérateur optimise sa propre communication.

## Les recommandations ou outils à la disposition des professionnels pour optimiser leur propre promotion des fruits et légumes bio

En fonction de votre métier, des objectifs que vous souhaitez atteindre et du budget que vous souhaitez y consacrer, il existe de nombreux outils pour faire la promotion de vos propres produits :

- Organisation de journées portes ouvertes (visites, dégustations, etc.)
- Organisation de voyages de presse
- Accompagnement à la prise de parole
- Présence sur des salons
- Animation de comptes sur les réseaux sociaux
- Organisation de jeux concours
- Déploiement de campagnes média (radio, TV, supports numériques, etc.)
- Optimisation du point de vente
- Outils de fidélisation des clients
- ...

L'organisation de journées portes ouvertes, qui privilégie le contact direct avec les consommateurs, est particulièrement appréciée. Ce type d'opérations permet de remédier à la distance que ressentent certains consommateurs avec le monde agricole et qu'ils cherchent à combler en se renseignant de plus en plus sur leur alimentation.

Les consommateurs sont de plus en plus curieux et avertis au sujet des produits qu'ils achètent et consomment. Ils s'interrogent notamment sur les modes de production, la traçabilité, l'origine, la qualité, etc.

### PARLER DES FRUITS ET LÉGUMES BIO

Ces dernières années, la consommation de fruits et légumes bio ne fait que progresser. La dernière version du PNNS (Plan National Nutrition Santé), portant sur la période 2019-2023, vise même à ce que pour 100 % de la population, au moins 20 % de la consommation hebdomadaire de fruits et légumes, produits céréaliers et légumineuses soient issus de l'agriculture biologique ».

Dans ce contexte, les consommateurs sont de plus en plus curieux et avertis au sujet des produits qu'ils achètent et consomment. Ils s'interrogent notamment sur les modes de production, la traçabilité, l'origine, la qualité, etc. Parfois, certaines interpellations peuvent être déstabilisantes. Anticiper ces questions en les préparant permet d'apporter une réponse adaptée.

Pour que votre communication soit la plus efficace possible, elle doit être perçue comme :

- **Fiable** : répondez avec justesse et précision à vos clients pour leur montrer qu'ils peuvent avoir confiance en vos pratiques et en vos produits. L'agriculture biologique est encadrée ; ils peuvent avoir confiance. Pour autant, il est vivement recommandé, en termes de posture, de ne pas « idéaliser le bio ».
- **Sincère** : parlez en toute franchise de vos motivations, de vos pratiques au quotidien.

**De plus, dans la mesure où critiquer certaines pratiques agricoles peut jeter le discrédit sur tout un secteur, sans discernement, il est recommandé de ne pas opposer les méthodes de production.**

Veillez à ordonner vos idées et votre raisonnement pour parler clairement de votre activité. Un discours ordonné inspire la confiance. Une réponse claire et honnête à vos interlocuteurs sur la forme servira le fond de votre propos.

Parmi les nombreuses questions auxquelles vous pourriez être confrontés, certaines reviennent assez fréquemment :

- « Le bio est-il plus cher ? »
- « Est-ce qu'il y a différents labels bio ? »
- « Peut-on faire confiance au label bio ? »
- « Le bio peut-il nourrir tout le monde ? »
- « Quelle est votre motivation réelle ? »
- « Peut-on avoir confiance dans les produits bio origine hors France ? »
- « Est-ce que le bio est toujours bio ? »
- ...

Pour vous préparer au mieux à répondre à ces questions, vous trouverez des informations utiles sur le site de l'Agence BIO ([www.agencebio.org/questions-reponses/produit-bio](http://www.agencebio.org/questions-reponses/produit-bio)), mais également des éléments de réponse complets et des conseils pratiques dans la version en ligne de ce guide sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com) (prochainement disponible).



# PRODUCTEUR

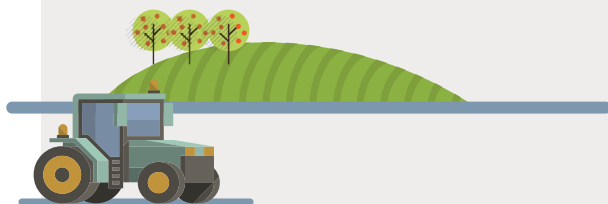


**Les producteurs, maraîchers ou arboriculteurs, sont les premiers maillons dans les filières fruits et légumes. Ce sont eux qui vont sélectionner, semer, cultiver et récolter les fruits et les légumes.**

## PRODUCTEUR : DES SAVOIR-FAIRE MULTIPLES

Les producteurs de fruits, ou arboriculteurs, sélectionnent les variétés les mieux adaptées à leur terroir mais aussi aux goûts des consommateurs. Impliqués depuis de nombreuses années dans la préservation de l'environnement, les professionnels de la filière sont les premiers utilisateurs de techniques de biocontrôle\* en France. Cela se traduit notamment par une observation quotidienne des arbres avant toute intervention dans le verger.

Les arboriculteurs œuvrent tout au long de l'année en respectant les normes très pointues d'une réglementation française particulièrement stricte, afin d'offrir la meilleure qualité gustative et d'assurer une qualité sanitaire irréprochable. Nourrir, protéger et récolter les fruits nécessite donc de nombreuses compétences et beaucoup d'interventions manuelles tout au long de l'année, de sorte que la filière est fortement créatrice d'emplois et reconnue à l'international pour l'excellence de ses savoir-faire.



Les producteurs de légumes, ou maraîchers, cultivent différentes espèces de légumes, réparties sur l'ensemble du territoire. Ils répondent ainsi aux attentes de proximité, de qualité et de goût des consommateurs, grâce à leur savoir-faire qui combine de nombreuses techniques de production et pratiques agronomiques de pointe adaptées aux différents terroirs. Les producteurs de légumes doivent aussi faire face aux aléas climatiques et aux attaques de ravageurs pour protéger leurs récoltes dans le respect de l'environnement et de la biodiversité. Véritables chefs d'entreprise, ils mettent également en œuvre des compétences de gestion des ressources humaines et de commercialisation.

La France est le 4<sup>e</sup> pays producteur de fruits et légumes en Europe après l'Espagne, l'Italie et la Pologne.

La production s'évalue à environ 7,8 millions de tonnes en 2017 (hors maïs et pommes de terre) avec environ 5,8 millions de tonnes à destination du frais (sources : Agreste, CTIFL).

La France produit 1/3 de fruits et 2/3 de légumes (périmètre France métropolitaine). La pomme et la tomate représentent, à elles seules, près d'un tiers des volumes de production.

*(\*) Les produits de biocontrôle utilisent les mécanismes et interactions naturels contre les ennemis des cultures par le recours à des micro/macro organismes, des médiateurs chimiques (phéromones) et des substances naturelles.*



« Je voulais cultiver un produit qui soit un marqueur fort de notre territoire et de notre savoir-faire. Et c'est vraiment le cas du piment des Cévennes, que nous ne trouvons nulle part ailleurs. »



Brigitte Colautti,  
maraîchère bio  
dans les Cévennes

### Quels types de légumes cultivez-vous ?

Je cultive 1,8 ha de piment bio des Cévennes. Le maraîchage, c'est une histoire de famille, puisque mon mari Christian cultive, de son côté, toute la gamme de légumes d'été.

Nous avons déposé la marque « Piment des Cévennes » à l'INPI, l'Institut national de la propriété industrielle, établissement public servant à protéger une marque ou une invention. Le piment est valorisé auprès des restaurateurs d'une part, et d'autre part auprès de métiers de bouche comme des charcutiers ou encore des chocolatiers. On ne le sait pas forcément, mais le piment des Cévennes est utilisé dans de nombreuses compositions culinaires.

### Pourquoi avez-vous décidé de vous spécialiser dans cette production et avez-vous choisi de la conduire en bio ?

Je voulais cultiver un produit qui soit un marqueur fort de notre territoire et de notre savoir-faire. Et c'est vraiment le cas du piment des Cévennes, que nous ne trouvons nulle part ailleurs. Nous avons développé l'agriculture bio pour répondre aux attentes des consommateurs d'une part. D'autre part, étant agriculteurs, nous avons un rapport à la terre important et l'agriculture biologique est pour nous le moyen de respecter la nature et le fonctionnement des écosystèmes.



### Avez-vous rencontré des contraintes particulières au développement de votre production en bio ?

Les principaux enjeux sont techniques. Nous devons anticiper les éventuels ravageurs et trouver des solutions en amont. Une fois que la maladie ou le ravageur est là, c'est trop tard.

Il y a également la question de la valorisation de notre travail. Nous devons veiller à ce que les prix de vente couvrent les charges engagées et nous rémunèrent convenablement.

### Que pensez-vous du développement du bio ?

Nous devons faire attention à être clair pour le consommateur. De plus en plus de clients ne savent plus à quel label se fier. Pour remédier à cela, nous organisons des journées « portes ouvertes ». Les consommateurs viennent sur l'exploitation et nous leur expliquons notre démarche, notre façon de travailler. Cela permet de répondre directement à leurs questions.

### Comment s'est passé votre certification ?

Le rôle des organismes certificateurs est d'accompagner les producteurs pendant la conversion et d'assurer les contrôles, pendant et après la conversion. Ils vérifient que nous sommes bien en règle une fois par an et peuvent également faire des contrôles inopinés. A chaque contrôle, ils vérifient à la fois la partie documentaire et l'ensemble de l'exploitation (plantations, bâtiments, armoires, etc.).

### Comment vous êtes-vous formée à l'agriculture biologique ?

*J'ai profité de l'expérience de mon mari qui était installé en maraîchage bio depuis plusieurs années. Il est dans le métier depuis qu'il est âgé de 6 ans ; à l'époque, il aidait son grand-père. L'expérience du terrain fait beaucoup.*

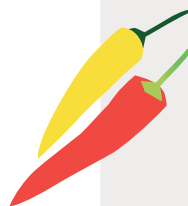
*Et puis je communique avec mes collègues. On se rencontre, on échange sur nos pratiques et nos problèmes.*

### Que diriez-vous si on vous demande ce que le bio implique au quotidien ?

*Le bio implique forcément beaucoup de travail manuel ; il faut du temps et de la maîtrise avant de s'y retrouver, au niveau du prix de vente.*

*En revanche, c'est une vraie satisfaction de sentir que nous travaillons dans le respect de la nature et que nous œuvrons pour répondre aux attentes des consommateurs.*

« C'est une vraie satisfaction de sentir que nous travaillons dans le respect de la nature et que nous œuvrons pour répondre aux attentes des consommateurs. »



## Témoignage

« J'ai retrouvé de la dignité à faire mon travail. J'ai une certaine satisfaction à préserver le modèle de la nature, la vie du sol et de continuer à apprendre au quotidien. »



Pascal Clavier,  
arboriculteur bio  
dans le Cher

### Pourriez-vous décrire votre exploitation ?

*Je suis arboriculteur au nord de Bourges, associé avec mon épouse. Nous cultivons des pommes dont une partie en bio depuis 2007. Nos exploitations comportent trois parties : 15 ha en bio, 20 ha dédiés à un metteur en marché qui s'adresse surtout aux GMS (grandes et moyennes surfaces) et à l'export, et enfin 20 ha en agriculture raisonnée pour de la consommation locale, ce que j'appelle la pomme « émotions ».*

### Pourquoi avez-vous décidé de passer en bio ?

*L'appel de la nature et de la durabilité ! Je ne retrouvais plus l'expression du terroir dans mes productions. J'avais l'impression que mes plantes devenaient de plus en plus « fainéantes », comme addictes aux produits de synthèse. De plus, les consommateurs étaient demandeurs d'autre chose.*

### Quels bénéfices retirez-vous du travail en bio ?

*Plus de naturalité ! Pour moi, le bio, c'est chercher à cultiver l'équilibre parfait, en établissant un mode symbiotique entre tous les éléments du vivant (arbres, plantes, bactéries, champignons, etc.).*

*Le fait de travailler en bio nous amène à des réflexes différents de ceux appris jadis à l'école. En bio, il faut changer de paradigme, on travaille principalement sur la causalité des choses. C'est un autre mode de*

« Il y a également plus d'unité et d'échanges entre les producteurs. L'ambiance entre agriculteurs bio est chaleureuse : on se donne des conseils, on s'entraide. »

*pensée et d'action. On se pose quotidiennement des questions en amont des soucis. On n'a plus le « confort » de l'agriculture conventionnelle qui applique à une problématique donnée une solution clé-en-main. Anticiper, retravailler la pluralité, l'écosystème au sens large... les dynamiques naturelles rythment le quotidien.*

### **C'est-à-dire ?**

*Avant, j'analysais le sol comme une « grande commode », avec plein de tiroirs, que je veillais à remplir et à équilibrer les uns avec les autres. Je regardais régulièrement s'il y avait tous les éléments (azote, phosphore, potassium, etc.). Et quand il en manquait un, j'apportais le complément. Aujourd'hui, je m'appuie beaucoup plus sur le côté vivant du sol et sa capacité à reconstituer naturellement sa performance nutritive.*

### **Y a-t-il aussi un côté moins technique à vos motivations à cultiver des pommes bio ?**

*Oui, bien sûr. Je ne retrouvais pas les éléments de terroir de mon enfance. Le travail du sol vivant m'a remis sur le chemin de la réflexion et du savoir. Le mixage géologique fait que tel ou tel fruit s'exprime différemment ; selon la parcelle d'où ils viennent et leur origine minérale, les fruits n'ont pas le même goût. J'en ai parlé autour de moi et avec des agronomes spécialistes, nous avons travaillé sur la vie et le fonctionnement du sol : les bactéries, les mycorhizes, l'enrichissement en humus, le captage du CO<sub>2</sub>, la qualité de l'eau, etc.*

*Pendant plusieurs années, je me suis demandé quel était le sens de mes nouveaux investissements. Et puis, petit à petit, des consommateurs*

*sont venus me voir en m'indiquant que mes pommes n'avaient plus le même goût. Cela m'a conforté dans mes choix et m'a donné envie de continuer sur ce chemin vertueux.*

### **Il y a donc une reconnaissance personnelle grâce au bio ?**

*Oui ! Tout d'abord de la part des consommateurs, qui deviennent de plus en plus des « consommateurs » et qui apprécient des bons fruits sains et naturels.*

*Mais également au niveau des acteurs de la filière. Désormais, je ne suis plus seulement qu'un numéro de palette à Rungis. J'ai ainsi retrouvé de la dignité à faire mon travail. J'ai une certaine satisfaction à préserver le modèle de la nature, la vie du sol et de continuer à apprendre au quotidien.*

*Il y a également plus d'unité et d'échanges entre les producteurs. L'ambiance entre agriculteurs bio est chaleureuse : on se donne des conseils, on s'entraide. La complicité et la confiance se développent. La communauté bio est très sympa : bénévolat, engagement, solidarité et bienveillance animent souvent ce collectif.*

### **Avez-vous rencontré des contraintes particulières au développement de votre production en bio ?**

*Il n'y a pas de solutions toutes trouvées une fois face au problème, ce qui n'est pas très rassurant. Nous devons donc anticiper sans cesse. Des moyens supplémentaires devraient être affectés à la recherche et à l'expérimentation, pour sortir de certaines impasses techniques et assurer la pérennité de l'œuvre.*

*Nous devons également produire des fruits bio de haut niveau qualitatif, rémunérés à leur juste valeur. Je n'aimerais pas que ce côté vertueux disparaisse sur l'autel des marges à tout prix, privant les bonnes volontés de valeurs ajoutées, indispensables à leur existence.*

### **Comment s'est passée votre conversion ?**

*La période de conversion est délicate pour différentes raisons. Nous n'avons plus le « confort de la chimie ». A partir de là, les problèmes commencent... mais de nouvelles solutions arrivent !*

*C'est une période un peu ingrate car nous ne valorisons pas notre production comme si elle était déjà bio. En conversion, nous ne sommes plus en conventionnel mais nous ne sommes pas encore en bio alors on se sent un peu seul.*





### Comment vous êtes-vous formé à l'agriculture biologique ?

*Je passe beaucoup de temps à faire mes recherches. C'est très intéressant même s'il faut apprendre à faire le tri dans toutes les informations disponibles. Je n'en finis jamais d'apprendre et c'est aussi ce qui me plaît.*

### Où trouvez-vous vos informations ?

*Internet regorge de sources d'information. On y trouve notamment des vidéos sur YouTube qui vulgarisent bien l'agriculture biologique. Il y a également des stations d'expérimentation proches de chez moi, dont les travaux répondent particulièrement bien à mes problématiques.*

*Par ailleurs, les GAB et les chambres d'agriculture organisent des journées de formation sur des thèmes spécifiques. Ces journées sont l'occasion d'échanger avec les autres producteurs et les techniciens. Il y a une grande solidarité entre producteurs, avec comme une sorte de parrainage, informel, qui se met en place rapidement et... gracieusement ! Nous partageons ensemble à la fois nos problèmes et nos solutions.*

### Qu'est-ce que le bio implique au quotidien ?

*De la rigueur et du travail ! Les contrôles sont en effet nombreux et pertinents, de la part des organismes certificateurs mais également*

« Il y a une grande solidarité entre producteurs, avec comme une sorte de parrainage, informel, qui se met en place rapidement et... gracieusement ! Nous partageons ensemble à la fois nos problèmes et nos solutions. »

*des associations de consommateurs qui suspectent parfois de ne pas être un vrai bio et qui viennent vérifier les pratiques et faire des analyses des produits. C'est un peu troublant, mais ma conscience professionnelle me pousse à faire toujours mieux. Je suis donc tout à fait ouvert à la transparence. C'est vraiment important pour le crédit du label. On doit construire une relation de confiance forte avec tous les partenaires.*

### Quelles sont vos perspectives ?

*A long terme, j'aimerais passer en 100 % bio mais je ne le ferai que si je me sens sécurisé économiquement. A court terme, je cherche donc à développer mes marchés, à trouver de nouveaux partenaires. Après avoir tenté plusieurs expériences, j'avance maintenant plus prudemment, en fonction de mes capacités. Je réfléchis également aux démarches RSE et à la certification HVE (haute valeur environnementale), mais ces démarches demandent du temps et des moyens que je n'ai pas pour l'instant. J'essaie de mettre en place des actions vertueuses au quotidien, comme la valorisation des déchets par exemple, ou encore augmenter naturellement le taux d'humus. Pour améliorer mes méthodes de production, je travaille avec des spécialistes de l'agronomie et de l'agro-écologie. Je souhaite qu'il y ait plus de « matière grise » sur nos exploitations, pour mettre plus de réflexion dans ce qu'on élabore, pour être plus légitimes et bien valoriser le beau métier qu'on a entre les mains.*



# COOPÉRATIVE

**Véritables organisations économiques, les coopératives agricoles sont constituées à l'initiative des agriculteurs dans un but de mutualisation des moyens de production, de transformation et de commercialisation de leurs productions.**

Les coopératives fonctionnent selon des principes fondamentaux :

### Le principe de « double qualité » des coopérateurs

Une coopérative agricole est une société de personnes dont l'objet est de répondre aux besoins de ses associés.

Le capital social est détenu par les agriculteurs qui sont également fournisseurs de leur production et utilisateurs des services apportés par la coopérative.

### La coopérative est le « prolongement de l'exploitation agricole »

La coopérative a pour objet le développement de l'activité de ses membres agriculteurs : elle collecte, stocke, transforme et/ou commercialise leurs produits.

### Principe de l'ancrage territorial

L'action économique de la coopérative s'inscrit dans la circonscription territoriale pour laquelle elle est agréée. Une coopérative ne peut être délocalisée.

Par son projet et son statut, une coopérative est durablement ancrée sur un territoire géographique donné.

### Le principe de l'a-capitalisme

La répartition des résultats de la coopérative privilégie le long terme et se partage entre les coopérateurs et leur coopérative.

La coopérative n'a donc pas pour but de maximiser un profit immédiat mais de valoriser l'activité des coopérateurs sur le long terme.

### Gestion démocratique et équité

En assemblée générale, les coopérateurs votent selon le principe « un homme-une voix » ; tous les coopérateurs participent de façon égale à la gestion de la coopérative. Ils élisent leurs représentants au conseil d'administration parmi leurs pairs. Celui-ci définit et oriente la stratégie de la coopérative.



## Témoignage

« Grâce à quatre stations d'apport et de conditionnement réparties sur le département, 20 000 tonnes de fruits et légumes, dont 20 % en bio sont produites et distribuées chaque année, au niveau de la coopérative. »



Christian Soler

fait partie d'une coopérative

située en Occitanie,

à côté de Perpignan.

### Comment décririez-vous votre coopérative ?

Elle a été créée en 1945 et rassemble 250 arboriculteurs et maraîchers à travers tout le département des Pyrénées-Orientales. C'est le premier département producteur de pêches, nectarines et salades d'hiver, le second pour l'artichaut et la tomate et le cinquième pour l'abricot grâce à son climat méditerranéen, favorable à la production. Grâce à quatre stations d'apport et de conditionnement réparties sur le département, 20 000 tonnes de fruits et légumes, dont 20 % en bio sont produites et distribuées chaque année, au niveau de la coopérative. Une cinquantaine de producteurs sont en bio. Au total, 60 salariés travaillent sur les différents sites de la coopérative pour son bon fonctionnement.

### Vous êtes aussi producteur... Dans quels types de productions vous êtes-vous spécialisé ?

En effet, je suis arboriculteur. Dans mes vergers, je cultive des pêches, des abricots, des figues. Je suis en bio depuis 2000 et en biodynamie depuis 2012.

### **La coopérative regroupe également des maraîchers. Que produisent-ils ?**

*Les maraîchers de notre coopérative produisent toute la gamme classique de légumes comme des salades, des artichauts, des céleris, des pommes de terre, des épinards, des choux-fleurs, des courges butternuts.*

### **Pourquoi avez-vous décidé de développer le bio ?**

*Les conditions climatiques des Pyrénées-Orientales sont très favorables au bio. Il y a beaucoup de vent de terre, qui assèche le sol, ce qui permet de limiter le développement des champignons. Je me suis donc tourné vers le bio.*

*Et bien sûr, c'était en accord avec mes convictions personnelles.*

### **Quelles démarches avez-vous suivies pour obtenir la certification ?**

*Au niveau de mon exploitation, nous avons décidé de passer en bio en 2000. Nous avons pris contact avec un organisme certificateur et, après trois ans de conversion pour les vergers et deux ans pour les potagers, nous avons obtenu la certification.*

*En plus des démarches de conversion au niveau de mon outil de production, j'ai dû m'assurer que la coopérative puisse commercialiser mes produits bio dans le respect de la réglementation. La coopérative est donc elle aussi certifiée en bio.*

### **Justement, comment décririez-vous la relation que vous entretenez avec votre organisme certificateur, tant au niveau de la production que de la coopérative ?**

*Tout se passe bien ! Il est surtout là pour faire des contrôles et certifier nos productions. Je suis favorable à des contrôles stricts en bio. Plus*

« Plus c'est contrôlé, mieux c'est. Cela permet de garantir une bonne qualité de l'agriculture biologique et de maintenir la confiance dans le label. »



*c'est contrôlé, mieux c'est. Cela permet de garantir une bonne qualité de l'agriculture biologique et de maintenir la confiance dans le label.*

*La coopérative fait, elle aussi, l'objet de contrôles de la part des organismes certificateurs. Ils vérifient, entre autres, la traçabilité, les tonnages des produits à l'entrée et à la sortie de la coopérative, les suivis des lots, la séparation des marchandises, etc.*

### **Vous avez parlé des conditions climatiques favorables au développement du bio dans votre région. Avez-vous, malgré cela, rencontré des difficultés (techniques ou autres) au développement de l'agriculture biologique au sein de votre coopérative ?**

*Bien sûr, nous avons rencontré des difficultés techniques à la production. Ce n'est pas si simple de produire en bio ! Il a fallu appréhender plus finement la vie du sol et faire face aux maladies avec une palette de solutions techniques limitée. Cela n'a pas toujours été facile mais cette approche est cruciale en agriculture biologique. Pour pallier ces difficultés techniques, nous nous sommes formés avec la chambre d'agriculture et le CIVAM bio et nous avons fait quelques expérimentations ; grâce à ces apports, nous avons fait évoluer nos pratiques.*

*Mais avec le recul, je dirais que la principale difficulté a surtout été d'ordre psychologique. Les producteurs conventionnels étaient sceptiques et*

« A l'heure où nous observons un fort développement du bio, l'appartenance à une structure mixte est un réel atout pour un opérateur qui souhaiterait développer son activité en bio, car il est entouré. »



*réticents à l'idée de passer en bio. A l'époque, l'image du bio n'était pas très favorable. Les premiers producteurs bio passaient pour des épicuriens, attachés à la terre mais un peu insouciant. Ils étaient vus comme des gens peu rigoureux, pour qui la compétitivité technico-économique n'était pas déterminante. En réalité, c'est l'inverse ! Les solutions techniques sont très limitées en bio. En conséquence, produire bio demande de l'humilité, de l'observation et de la précision. Ce n'est pas seulement de l'agriculture, c'est de l'agronomie ! Il a fallu expliquer l'approche technique que nous devons déployer pour produire en bio. Et montrer à quel point c'était un métier exigeant.*

*Depuis plusieurs années, avec le développement du marché bio, de plus en plus de producteurs ont fait le choix de la conversion ; là, beaucoup ont pris conscience du savoir-faire requis pour produire en bio. C'est seulement à ce moment-là que le regard sur nous, « pionniers de l'agriculture biologique » a changé. Notre savoir-faire a été reconnu et de plus en plus d'acteurs nous ont rejoints.*

**Quand vous dites « rejoindre », vous voulez dire que des producteurs conventionnels, qui faisaient déjà partie de la coopérative, ont développé une activité en bio, c'est bien cela ?**

*Oui, c'est cela ! Et c'est vraiment un des avantages d'une structure mixte comme notre coopérative. Les liens sont forts entre la production bio et la production conventionnelle, nous travaillons ensemble. Certains producteurs dits conventionnels mettent en place des pratiques alternatives inspirées de l'agriculture biologique. Des interactions vertueuses se mettent en place pour faire évoluer les pratiques en arboriculture et en maraîchage, de manière globale.*

*A l'heure où nous observons un fort développement du bio, l'appartenance à une structure mixte est un réel atout pour un opérateur qui souhaiterait développer son activité en bio, car il est entouré. La coopérative, qui réunit*

*des producteurs aux sensibilités variées, joue un rôle de « passerelle » entre les différents modes de production : conventionnel, bio, HVE, ou toute autre démarche de progrès.*

*A un moment où la production n'a jamais été autant incitée à faire évoluer ses pratiques, ce lieu d'échanges est essentiel.*

**Avec le recul, quels bénéfices vous a apporté l'agriculture biologique ?**

*Du challenge, à la fois technique et humain ! C'est une approche différente de l'agriculture. J'ai buté sur des impasses. Cela m'a obligé à chercher de nouvelles solutions. Et quand nous les trouvions, quel bonheur et quelle satisfaction ! Cela m'a apporté des pleurs et des joies, des échecs et des réussites.*

*Et puis, nous en avons un peu parlé... Je suis heureux que le regard sur notre métier ait évolué et que nous soyons désormais considérés comme des agriculteurs experts dans notre domaine.*

**Comment envisagez-vous l'avenir ?**

*A l'échelle de mon exploitation, tout d'abord, je voudrais améliorer encore davantage les performances technico-économiques de mes méthodes de production. Je souhaite également développer la biodynamie, qui est, selon moi, une approche agronomique encore plus poussée.*

*Au niveau de la coopérative, je pense que cette structure doit avoir un rôle moteur dans le développement du bio, notamment par l'accompagnement des producteurs et par les partages d'expertises entre acteurs. La coopérative est un lieu où nous pouvons avoir un vrai dialogue et de vrais échanges ; nous n'en sommes peut-être pas conscients tous les jours mais c'est une chance de disposer d'un tel outil !*

*Enfin, il me semble important de poursuivre mes engagements dans les syndicats et les organisations professionnelles. C'est, au sein de ces instances, que nous pouvons, ensemble, faire progresser les filières, l'agriculture biologique et l'alimentation, en général. Le tout en permettant aux producteurs de vivre de leur travail.*



# METTEUR EN MARCHÉ, EXPÉDITEUR

La mise en marché constitue un point de passage obligé de la production vers les zones de consommation. Les entreprises, expéditeurs et coopératives, garantissent la mise sur le marché et l'acheminement des produits dans les meilleures conditions pour assurer une qualité et une fraîcheur optimales. Pour être commercialisés auprès de la distribution de gros et de détail en France et à l'étranger, les fruits et légumes passent par plusieurs étapes au sein des stations : réception des marchandises, tri, nettoyage, calibrage, stockage, conditionnement et étiquetage, pour valoriser le produit.

Les fonctions principales des metteurs en marché et expéditeurs sont de planifier et de suivre les productions, de collecter les produits, d'assurer leur qualité, de les mettre en valeur et enfin de les expédier de la station vers les zones de consommation.

L'expéditeur joue le rôle d'interface entre les producteurs et les distributeurs : il est en contact étroit avec le producteur notamment sur le calendrier de récolte ainsi que sur le prix de revient, en anticipant les périodes éventuellement sensibles. Il doit également anticiper les attentes des distributeurs, en qualité comme en volume, et entretenir avec eux, tout comme avec les producteurs, une relation de confiance.



## Témoignage

« Nous approvisionnons en fruits et légumes bio les magasins spécialisés bio, les circuits généralistes comme la grande distribution ainsi que la restauration collective et quelques industriels. »



**Grégoire Dupont**  
est président d'une entreprise  
spécialisée dans le conditionnement  
et la mise en marché de produits bio.

### En quoi consiste votre activité ?

Notre entreprise, créée en 1997, est une plateforme logistique et commerciale, mais nous assurons aussi la majeure partie de la mise en culture et de la mise en marché des productions des agriculteurs avec qui nous sommes engagés. Elle est basée à Arras et approvisionne en fruits et légumes bio tous les circuits de distribution des Hauts-de-France, mais aussi d'autres régions.

### Vous approvisionnez aussi bien la grande distribution que les magasins spécialisés ?

En effet. Nous approvisionnons en fruits et légumes bio les magasins spécialisés bio, les circuits généralistes comme la grande distribution ainsi que la restauration collective et quelques industriels.

### Observez-vous des spécificités propres à chaque circuit de distribution ?

Tout à fait. Il y a des attentes différentes, en fonction des clients à qui l'on s'adresse. Au niveau des circuits généralistes, par exemple, nous devons leur permettre de distinguer facilement les produits bio des



autres produits conventionnels du rayon ; c'est pourquoi, nous devons en général les conditionner. Par ailleurs, ces circuits sont souvent en recherche de produits « markettés », c'est-à-dire emballés à la marque du distributeur donnant ainsi un effet de gamme homogène au rayon de produits biologiques.

Les magasins spécialisés bio avec qui nous travaillons sont à la recherche de nouveaux produits pour étendre leur gamme, diversifier leurs étals, éveiller la curiosité de leurs clients, souvent assez connaisseurs en matière de fruits et légumes. Ils trouvent chez nous une belle largeur de gamme et la meilleure qualité gustative.

Quand ces produits ne sont pas disponibles localement, nous nous approvisionnons sur d'autres zones. A côté de notre activité de « mettre en marché », nous jouons donc également le rôle d'un grossiste, pour certains produits, c'est notamment le cas pour les agrumes.

Notre métier, finalement, c'est de planifier les mises en culture avec les producteurs puis de valoriser et vendre leurs productions sur les différents circuits de consommation.

« Depuis cette année, nous avons mis en place une démarche pour accompagner les producteurs en conversion. »

### **Y a-t-il des produits dans lesquels vous vous êtes spécialisé ?**

*Nous commercialisons principalement des légumes, cultivés en Hauts-de-France, comme des oignons, des carottes, des pommes de terre, des champignons, des endives, des courgettes, des choux-fleurs, des poireaux, des choux blancs, des salades, des brocolis et des légumes anciens comme des panais, des topinambours, des radis noirs ou encore des rutabagas. Nous commercialisons également des fruits : pommes, oranges, pêches, nectarines, abricots et des kiwis que nous collectons chez nos partenaires dans les régions de production.*

### **Comment vous approvisionnez-vous en fruits et légumes bio ?**

*En ce qui concerne les produits métropolitains, nous nous fournissons essentiellement chez des producteurs régionaux des Hauts-de-France. Nous établissons des contrats de 3 à 5 ans avec eux. Nous avons deux agents de plaine, ingénieurs agronomes, qui font de la prospection et accompagnent les producteurs avec qui il y a contractualisation. Ils leur apportent un conseil technique pour les prévisions, les assolements et sont présents aux moments sensibles (emblavements, semis, etc.). Depuis cette année, nous avons mis en place une démarche pour accompagner les producteurs en conversion.*

*Pour les produits qui ne sont pas cultivés dans les Hauts-de-France, comme les oranges ou les kiwis, nous achetons de gré à gré soit chez des producteurs directement, soit auprès de coopératives qui réalisent globalement le même travail que nous avec leurs producteurs.*

« Au début, nous étions pris pour des fous. Depuis quelques années, la filière est enfin prise au sérieux. »



### **Concrètement, en quoi consiste cette démarche d'accompagnement à la conversion ?**

*Pour accompagner et soutenir la conversion à l'agriculture biologique, nous avons fait le choix d'acheter des produits en conversion. Nous apportons également une aide technique à ces producteurs et sommes à la recherche de nouveaux marchés pour valoriser ces produits. L'aide technique est assez vaste, de la définition de l'assolement (plus large en bio qu'en conventionnel), à l'accompagnement vers la certification, en passant par le choix des variétés adaptées au terroir, le matériel agricole, l'analyse des difficultés en cours de production, ou le retour d'expériences de producteurs plus anciens.*

### **Votre entreprise est spécialisée, depuis sa création, dans la commercialisation de produits bio. Pourquoi avez-vous souhaité développer ce mode de production ?**

*Il y a plusieurs raisons. D'abord, le goût des produits est essentiel pour moi, goût que je retrouve dans les fruits et légumes bio. Ensuite, le respect de l'environnement et des terres cultivées est important. La non-utilisation des produits phytosanitaires de synthèse permet de préserver la structure et la vie du sol, riche et fondamentale au bon fonctionnement des écosystèmes. Enfin, le respect des différents acteurs est marqué en agriculture biologique et très appréciable au quotidien.*

### **Quelles difficultés avez-vous rencontrées ?**

*Le premier enjeu est de s'adapter aux aléas conjoncturels. Les fruits et légumes sont très sensibles à la météo et d'une année à l'autre, les produits, le niveau de production et les périodes de disponibilité varient de façon significative.*

*Ensuite, il y a un manque de connaissances et de formations techniques. Il faudrait donner plus de moyens à la recherche. Il y a quelques experts, par exemple au sein des chambres d'agriculture, mais encore trop peu. Nous organisons des réunions entre producteurs lors des bilans de campagne ce qui nous permet de partager nos connaissances. Mais ce ne sont pas des formations à proprement parler.*

*Enfin, au début de notre installation, nous étions pris pour des fous. Les producteurs, et les acteurs du bio en général, étaient vus comme des gens peu rigoureux, attachés à la terre, mais pas en recherche d'efficacité technique. Depuis quelques années, la filière est enfin prise au sérieux. Des expérimentations sont menées pour gagner en connaissances agronomiques et ainsi en compétitivité.*

### **Avez-vous des craintes quant au développement de l'agriculture biologique ?**

*L'agriculture biologique se développe fortement depuis quelques années. De plus en plus de producteurs se convertissent, certains plus par opportunisme que par réelle conviction. Je pense que nous devons être vigilants par rapport à un risque de « massification » du bio, afin de ne pas en dénaturer l'esprit.*

### **Quelles sont les perspectives pour votre structure ?**

*Nous souhaitons agrandir la station et être un acteur majeur du développement du bio dans les Hauts-de-France. Nous voulons également être un pôle logistique et commercial de référence pour la région. Produire des fruits et légumes bio, c'est un métier très technique et les agriculteurs doivent être totalement disponibles pour s'occuper de leur assolement. Nous voulons apporter notre expertise pour permettre aux producteurs de se concentrer sur la production et non sur la commercialisation, et leur permettre de vivre de leur métier.*



# EXPORTATEUR

Un exportateur centralise des produits, les conditionne pour les expédier ensuite à travers le monde. Il doit donc respecter des règles précises concernant le tri, le stockage, le conditionnement et le transport des marchandises. Ces règles sont applicables dans l'Union européenne et sont les mêmes que pour les opérateurs distribuant les fruits et légumes en France. Les fruits et légumes sont des produits fragiles, des mesures spéciales doivent être prises pour éviter de les abîmer.

Les règles des pays tiers peuvent être très différentes d'un pays à l'autre et sont particulièrement exigeantes.



## Témoignage

« Exporter est un métier spécifique, différent de la production. Nous avons donc fait appel à un spécialiste. »



Jean-Noël Carles  
est producteur  
de pommes  
dans le Vaucluse



Daniel Corbel,  
dirigeant d'une entreprise  
spécialisée dans l'exportation  
de fruits et légumes frais

La pomme Juliet® est un exemple de produit bio français exporté dans le monde entier. Cette « success story » résulte de la collaboration entre producteurs mais aussi pépiniéristes, techniciens et exportateurs. Arboriculteur, Jean-Noël Carles est un des pères de Juliet®. Il en parle avec Daniel Corbel, dirigeant d'une entreprise spécialisée dans l'exportation de fruits et légumes frais.

### Jean-Noël Carles, vous êtes producteur de pommes. Pourriez-vous décrire votre activité ?

**Jean-Noël Carles :** Je suis arboriculteur dans le Vaucluse, entre Avignon et Carpentras, et plus particulièrement de pommes bio, notamment de pommes Juliet® depuis 2001.

Tous les producteurs de Juliet®, en France, sont regroupés en une association intitulée « les Amis de Juliet® » ; j'y adhère, comme tous mes confrères. Elle regroupe 117 producteurs en France, dans la vallée du Rhône, la Provence, l'Occitanie, la Nouvelle-Aquitaine, les Deux-Sèvres et jusque dans le Val de Loire, représentant une production de 12 500 tonnes à ce jour environ. Les pommes sont centralisées dans 12 stations de conditionnement, dans les bassins de production, au plus près des producteurs, d'où elles sont conditionnées et exportées.



### **Au moment où vous avez développé cette pomme, vous aviez déjà pour projet de l'adresser à l'exportation ?**

**Jean-Noël Carles :** En effet, dès le début, nous sommes partis avec un objectif de développement du verger en tenant compte des opportunités à l'export car nous savions que le marché intérieur atteindrait ses limites. De plus, nous étions conscients que cette pomme, par ses propriétés, avait un réel potentiel sur d'autres marchés. Nous nous sommes donc tournés assez vite vers l'exportation. Mais exporter est un métier spécifique, différent de la production. Nous avons donc fait appel à un spécialiste.

### **Daniel Corbel, vous êtes président d'une entreprise spécialisée dans l'exportation de fruits et légumes frais. En quoi consiste votre activité ?**

**Daniel Corbel :** Notre entreprise commercialise 50 000 tonnes de produits chaque année, en France, mais aussi en Europe et dans le monde entier. La pomme Juliet® représente 6 500 tonnes par an.

### **Vers où exportez-vous et quelles sont les spécificités de ces destinations ?**

**Daniel Corbel :** Nous exportons surtout sur des longues distances, principalement sur le marché asiatique. Ce sont des marchés « à protocoles » donc il faut que le marché, l'exportateur et la station soient agréés. Toute la filière est concernée. Des zones géographiques doivent être respectées. Elles sont différentes suivant les destinations d'exportation. Par exemple, seulement 10 départements français sont agréés pour l'export en Chine.

### **Exportez-vous d'autres produits bio que Juliet® ?**

**Daniel Corbel :** Non, sur les longues distances, nous n'exportons que la pomme Juliet® en bio. Elle présente une peau épaisse et dégage peu d'éthylène. C'est la seule pomme qui supporte les 35 à 40 jours de transport en bateau vers l'Asie.

Au-delà de ces propriétés naturelles, si Juliet® rencontre un si grand succès en Asie, c'est parce qu'elle correspond aux attentes de ces marchés. Grâce à sa couleur, son goût sucré et sa faible acidité, elle est très appréciée ! Et puis, en étant produite en France, elle dispose d'un atout de taille. La « french touch » est toujours une belle marque de fabrique. Et le fait qu'elle soit bio, c'est également un plus.

« Il faut regarder l'évolution des attentes des consommateurs. Ils semblent de plus en plus soucieux de leur alimentation. Nous l'avions identifié assez vite ; c'est également pour cela que nous avons choisi de développer notre activité en bio. »

### **Pourquoi avez-vous développé l'export de produits bio ?**

**Jean-Noël Carles :** Côté production, nous sentions que nous avions atteint les limites de l'agriculture raisonnée, il nous fallait aller plus loin. Nous avons découvert cette variété qui s'y prêtait bien. Au début, nous étions 4 ou 5 producteurs et petit à petit, d'autres nous ont rejoints. La totalité de mon exploitation a été convertie dans les 8 ans qui ont suivi le démarrage, comme une grande partie des producteurs qui arrivent au bio par Juliet®.

**Daniel Corbel :** Il faut également regarder l'évolution des attentes des consommateurs. Ils semblent de plus en plus soucieux de leur alimentation. Nous l'avions identifié assez vite ; c'est également pour cela que nous avons choisi de développer notre activité en bio. Après, il faut aussi être conscients que si Juliet® connaît un tel succès, c'est, certes, parce qu'elle est bio et qu'elle est appréciée pour ses qualités organoleptiques, mais également parce qu'elle bénéficie d'un bel accompagnement marketing. Une véritable marque, avec une mascotte emblématique, a été créée autour de cette pomme. En achetant une pomme Juliet®, le consommateur cherche aussi à se projeter dans l'univers promis par la marque.

### Justement, à côté de la pomme Juliet® vendue à l'état frais, existe-t-il d'autres produits commercialisés sous la marque Juliet®?

Nous commercialisons environ 65 % de la production à l'état frais et 35 % à destination de la transformation, sous forme de jus ou de compotes par exemple. Nous essayons de vendre nos pommes prioritairement sur le marché du frais. Le débouché transformé est surtout là pour valoriser les écarts de tri et limiter ainsi au maximum les pertes alimentaires. La transformation est assurée par des producteurs adhérents à l'association « les Amis de Juliet® », ayant une unité de production sur leur exploitation.

### Avez-vous rencontré des difficultés ? Si oui, lesquelles ?

**Jean-Noël Carles :** Juliet® n'est pas une pomme facile à produire ! C'est une production délicate. En conséquence, il faut veiller à la fois au type de sol sur lequel on va planter et aux porte-greffes à utiliser, etc. Il faut trouver des moyens de lutte contre les bio-agresseurs tout en respectant le cahier des charges de l'agriculture biologique. C'est un vrai challenge ! D'ailleurs, il y aurait probablement plus de concurrence si c'était facile.

Et puis, il faut bien avoir en tête qu'en arboriculture, quand nous plantons un arbre, entre le moment où on planifie un verger et le moment où nous avons les premières belles récoltes, il s'écoule au moins 5 ans ! C'est donc un engagement sur la durée et un vrai travail d'anticipation pour mettre en cohérence la production et la commercialisation. Les pépiniéristes, les producteurs et notre metteur en marché travaillent tous ensemble, rassemblés autour de l'association « les Amis de Juliet® ».

**Daniel Corbel :** Côté export, il y a également des contraintes. Il faut s'adapter aux exigences des différents pays, qui sont variables d'un pays à l'autre.

### Côté réglementation, vous dites qu'elle est exigeante. C'est-à-dire ?

**Daniel Corbel :** Pour exporter, il faut tout d'abord que le marché visé soit « ouvert » aux importations françaises et, quand il l'est, il faut que nos marchandises respectent la réglementation locale. Parfois, les critères exigés par les marchés extérieurs peuvent être très différents de ce qui est exigé en France. Pour nous, qui distribuons sur tous les types de marchés, ces contraintes se superposent. A l'export, les exigences complémentaires ne portent pas tant sur la qualité en elle-même, mais plutôt sur les aspects phytosanitaires.

Ainsi, pour exporter, nous devons prouver que l'ensemble de la filière est agréé et conforme aux exigences du pays vers lequel nous exportons : les régions de production doivent être agréées par les pays vers lesquels nous exportons, tout comme les stations de conditionnement et les entreprises d'exportation. Chaque maillon des chaînes de production et d'exportation fait l'objet d'exigences particulières. Toutes les stations de conditionnement ont un cahier des charges commun et font l'objet de contrôles réguliers de la part des pays importateurs.

Des inspecteurs des pays vers lesquels nous exportons viennent visiter les installations françaises et vérifier la conformité avec leurs réglementations propres.

### Avez-vous suivi des formations particulières au bio ?

**Jean-Noël Carles :** Tous les producteurs sont suivis par un réseau de techniciens, qui font des visites régulières des vergers, et un technicien référent qui est à l'origine des premières plantations. Cela permet d'échanger sur les difficultés rencontrées par les différents producteurs pour avancer en technicité. Cela permet également d'avoir une homogénéité de qualité entre tous les vergers.

Cet échange se fait également avec l'entreprise qui exporte Juliet®. Elle est aussi productrice et possède sa propre station de conditionnement. Elle connaît donc bien toutes les contraintes de la production.

### Comment voyez-vous l'avenir de la pomme Juliet® ?

**Daniel Corbel :** Avec Juliet®, nous sommes un peu en avance. Juliet® est une pomme qui plaît aux consommateurs et correspond à leurs attentes. Le marché du bio est en plein développement et nous sommes de plus en plus présents dans les réseaux de primeurs, spécialisés en bio ou non. Juliet® commence à rentrer dans la gamme « pomme » des circuits de distribution généralistes, pour l'instant peu positionnés en bio, notamment grâce au marketing qui l'entoure.

**Jean-Noël Carles :** Nous devrions doubler nos surfaces d'ici 4 ans et des améliorations techniques sont à mettre en place pour maintenir la viabilité économique de notre verger.

# IMPORTATEUR

Un importateur est chargé d'acheminer et de commercialiser en France des produits provenant d'autres pays. Il doit respecter la réglementation française et européenne en matière de transport, de stockage, de conditionnement, d'étiquetage, etc.

Les importateurs permettent aux consommateurs d'accéder à une grande diversité de produits qui ne sont pas ou peu cultivés en France. Environ 5,7 millions de tonnes de fruits et légumes sont ainsi importés chaque année (Sources : CTIFL, Insee, Douanes, SSP).

Deux familles de métiers cohabitent :

- Les introducteurs, lorsque les produits viennent de l'Union européenne.
- Les importateurs, lorsqu'il s'agit de marchandises issues de pays tiers.

La fonction d'importateur est, en elle-même, constituée de différents métiers : commerce international, transport et logistique, hygiène et qualité, préparation des produits (conservation, affinage, conditionnement).



## Témoignage

« En France comme en Espagne, nous fédérons les producteurs avec qui nous travaillons dans des associations de producteurs pour planifier les productions, faciliter les rotations, contractualiser, structurer la filière et donner à l'amont une vraie force commerciale pour une meilleure valorisation des produits. »



**Emmanuel Eichner,**  
directeur adjoint d'une entreprise  
d'importation, à Perpignan

**Emmanuel Eichner est directeur adjoint d'une entreprise qui importe des produits bio depuis l'Union européenne et certains pays tiers. Celle-ci est basée à Saint-Charles International, à Perpignan, première plateforme européenne de commercialisation, de transport et logistique en fruits et légumes.**

### En quoi consiste votre activité d'importateur ?

Avant d'être « importateur », nous sommes metteurs en marché de produits bio. Nous commercialisons donc des produits bio de toutes origines : France, Union européenne et pays tiers.

En ce qui concerne l'importation, nous travaillons sur deux axes. D'un côté, l'introduction, c'est-à-dire l'importation de produits provenant de l'Union européenne, et de l'autre, le grand import, pour les produits en provenance de pays tiers, hors UE. Il y a des différences réglementaires importantes entre ces deux axes.

En résumé, nous nous occupons d'approvisionner le marché français en fruits et légumes bio non disponibles ou en quantités insuffisantes en France.

En tant qu'importateur, nous jouons un rôle de structuration des filières. En France comme en Espagne, nous fédérons les producteurs avec qui

*nous travaillons dans des associations de producteurs pour planifier les productions, faciliter les rotations, contractualiser, structurer la filière et donner à l'amont une vraie force commerciale pour une meilleure valorisation des produits.*

### **De quels pays proviennent vos fruits et légumes ?**

*Au global, nos approvisionnements en fruits et légumes proviennent de France à hauteur de 30 % principalement de la région Occitanie. Le grand import concerne 10 % de nos produits et l'introduction 60 %.*

*Concernant l'introduction, pour détailler plus précisément, nos produits proviennent principalement d'Espagne, d'Italie, de Grèce et un peu du Portugal.*

*Au niveau du grand import, nous nous approvisionnons essentiellement en Argentine, au Pérou, en Turquie, en Tunisie, au Mexique et dans certains pays d'Afrique comme le Ghana, le Sénégal ou la Côte d'Ivoire.*

### **Quels sont vos principaux clients ?**

#### **Quels sont les principaux circuits de distribution que vous approvisionnez ?**

*Nous avons la particularité de fournir tous les segments, à savoir les magasins spécialisés bio, la grande distribution, les grossistes (notamment pour la restauration hors domicile) et également les industriels (à des fins de transformation).*

### **Lorsque vous avez développé cette activité d'importation, quelles étaient vos principales motivations ?**

*Lors de la création de notre structure dans les années 1980, l'objectif était d'approvisionner le marché français en produits bio. Nous ne commercialisons que des produits certifiés bio. C'est ce qui définit notre structure.*

*Or, au moment où nous avons développé cette activité, en 1984, il n'y avait pas assez de production bio sur le territoire français pour satisfaire la demande. C'est pourquoi nous nous sommes tournés vers les produits bio espagnols et italiens pour proposer en France des fruits et légumes bio.*

*Depuis, la consommation a évolué et l'offre française s'est étoffée.*

*Mais aujourd'hui, elle reste inférieure à la demande, d'où l'importance, selon nous, de maintenir cette activité, car c'est avant tout la consommation qui définit notre stratégie d'approvisionnement.*



### **Si l'offre continue son développement et que les importations se poursuivent, n'y a-t-il pas un risque de surproduction ?**

*Nous veillons à ne jamais mettre en concurrence les bassins entre eux. C'est la force du secteur bio et c'est la ligne de conduite que nous nous donnons, au niveau de notre structure. Quand l'offre, sur un produit donné, est disponible en France, nous ne planifions pas de productions avec les partenaires espagnols et italiens. Comme nous nous approvisionnons également en France, nous avons une bonne connaissance de l'évolution des disponibilités et, en regard, de la demande. C'est grâce à cela que nous arrivons à organiser nos approvisionnements au mieux : la bonne origine au bon moment. Alors certes, les périodes de transition entre les différents bassins peuvent parfois être un peu délicates à gérer, mais nous essayons d'y faire face.*

### **Le bio se développe fortement en France depuis quelques années. Comment évolue la consommation dans les pays où vous vous approvisionnez ? N'y a-t-il pas un risque, au niveau de ces pays, que l'offre vienne à manquer, si les producteurs privilégient le marché local ?**

*En Italie comme en Espagne, la demande est moins forte qu'en France ou dans les pays du nord de l'Europe. Quelques magasins spécialisés commencent à se développer dans certaines grandes villes comme Barcelone mais l'offre reste supérieure à la demande dans ces pays-là.*



« Nous considérons que l'humain doit être au cœur de toutes nos démarches, qu'elles soient environnementales ou sociétales mais également dans les partenariats que nous mettons en place. »



### **Avez-vous rencontré ou rencontrez-vous des freins au développement de votre activité ?**

*Nous ne bénéficions pas d'une bonne image dans les médias. Il y a d'ailleurs, quelque chose de paradoxal dans leur perception. Les produits comme la tomate ou l'aubergine sont fortement décriés quand ils viennent d'Espagne alors que les agrumes comme le citron ou l'orange le sont rarement. Pourtant, tous ces produits respectent le même cahier des charges, celui de l'Union européenne. Nous ne comprenons pas cette différence de traitement. Il y a quelque chose d'irrationnel dans ce raisonnement.*

*En conséquence, nous observons une tendance de plus en plus forte à la « préférence nationale ». C'est tout particulièrement le cas au niveau des circuits de vente au détail (grande distribution, primeurs et magasins spécialisés bio) car ceux-ci ont l'obligation d'indiquer l'origine des produits.*

*Mais encore une fois, cette tendance n'est pas un frein à notre activité car aujourd'hui, l'offre est très inférieure à la demande.*

### **Vous importez des fruits et légumes depuis plusieurs pays différents. Comment contrôlez-vous les importations ?**

*En ce qui concerne l'activité d'introduction, c'est-à-dire les produits en provenance de l'Union européenne, nous ne parlons pas de « contrôles »,*

*parce que nous ne sommes pas en charge de ces aspects. Nos fournisseurs sont certifiés agriculture biologique sur la base du règlement européen et les contrôles sont effectués, sur place, par les autorités compétentes de chaque pays. De notre côté, il s'agit davantage d'un audit sur une dimension éthique. Nous allons nous assurer que le côté « humain » est respecté et nous veillons au bon respect de la « philosophie bio » de l'exploitation, c'est-à-dire : « Est-ce que ces pratiques permettent aux acteurs de vivre dignement de leur métier ? » Nous sommes également attentifs aux mesures prises au niveau environnemental (plantations de haies, rotation des cultures, etc.). Ce sont des aspects « bio+ » auxquels nous sommes très attachés.*

*Avec le développement du bio, le risque serait de perdre ce côté éthique de l'agriculture biologique, qui est important pour nous. Nous considérons que l'humain doit être au cœur de toutes nos démarches, qu'elles soient environnementales ou sociétales mais également dans les partenariats que nous mettons en place.*

### **L'importation de fruits et légumes bio demande des compétences particulières. Comment formez-vous vos équipes pour assurer le bon déroulement des importations ?**

*Nous formons, en interne, les responsables qualité et responsables d'agrèage ainsi que les équipes d'acheteurs aux différents aspects de l'importation de fruits et légumes bio. Ce sont des produits fragiles : savoir-faire et technicité sont nécessaires pour qu'ils soient transportés dans de bonnes conditions, respectant la réglementation et permettant d'obtenir un produit de qualité à la livraison. Nous avons donc une bonne maîtrise des aspects « qualité » et réglementaires.*

*De plus, il arrive, quand il y a des mises à jour de la réglementation, par exemple, que la DGCCRF propose des interventions ou des sessions d'information ; nous incitons alors fortement nos équipes à les suivre, pour un entretien régulier de leur niveau d'expertise.*

### **Concernant le grand import, quelles sont les obligations spécifiques à ce type d'importation ?**

*Contrairement à l'introduction qui est régie par le système de libre-échange, le grand import est soumis au système douanier.*

*Nous importons d'Argentine, du Pérou, de la Turquie, de la Tunisie, du Ghana, de la Côte d'Ivoire, du Sénégal, et nous avons des projets avec d'autres pays.*

« Nous privilégions le plus possible le transport maritime pour être en cohérence avec le bilan carbone des produits importés. »

*Tout d'abord, il faut s'assurer auprès du producteur que la liasse documentaire est complète. Celle-ci doit comporter les certificats phytosanitaires, les certificats agriculture biologique, les bons de livraison, etc. Nous passons ensuite par un logisticien, qui va organiser le transport, puis par un transitaire, qui réceptionne les marchandises. Nous faisons ensuite de nouveau appel à un logisticien pour l'acheminement vers nos entrepôts. Les contrôles se font chez les transitaires. Mais ils ne sont pas systématiques. Grâce à un système d'alerte, certains couples produit/origine sont davantage contrôlés que d'autres.*

*L'étape de dédouanement, elle, est incontournable et se fait systématiquement. On parle de « libération des marchandises » ; elle est obligatoire pour pouvoir les commercialiser.*

### **Quel mode de transport privilégiez-vous pour acheminer vos marchandises en grand import ?**

*La grande majorité des transports se fait par bateau. Pour quelques produits très fragiles et ayant une faible durée de conservation, nous utilisons l'avion. Mais nous privilégions le plus possible le transport maritime pour être en cohérence avec le bilan carbone des produits importés.*

### **Des bateaux arrivent donc tous les jours en France ?**

*En théorie oui. En pratique, il est préférable de faire arriver les bateaux en début de semaine. En effet, si l'arrivée se fait le vendredi, l'éventuelle*

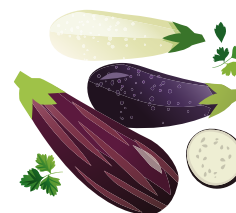
*analyse des échantillons n'a lieu que le lundi, les résultats sont envoyés le mardi donc la commercialisation n'est possible que le jeudi. Cela peut poser problème pour des produits périssables.*

### **Comment voyez-vous l'avenir du bio dans l'import ?**

*Nos perspectives se situent à différents niveaux.*

*D'un côté, nous cherchons à développer de nouveaux produits, quitte à travailler avec de nouveaux pays. Le consommateur bio est de nature curieuse et les opportunités sont bien présentes pour les fruits exotiques par exemple. En local, nous jouons également avec une touche d'exotisme, notamment avec le nashi, fruit japonais à mi-chemin entre la pomme et la poire. Le développement de ce produit commence, dans les vergers d'Occitanie, mais le niveau de production est encore confidentiel.*

*D'un autre côté, nous cherchons également à développer les exigences de notre cahier des charges, notamment sur les aspects humains et environnementaux. Comme indiqué précédemment, nous n'utilisons plus l'avion sauf pour les produits pour lesquels il est inévitable, comme le litchi ou la mangue sauvage. Nous privilégions également les produits de l'Union européenne s'ils sont cultivables sur le sol européen.*



# GROSSISTE

Les grossistes distribuent 40 % des fruits et légumes frais en France. Grossistes sur marché ou grossistes à service complet, ils ont pour mission de trouver et distribuer quotidiennement des produits extrêmement fragiles, variés, frais, adaptés à la diversité de leur clientèle (primeurs, grande distribution, restauration hors domicile, etc.).

Respectant les procédures de traçabilité et de préservation des fruits et légumes dans des conditions de conservation et d'hygiène optimales, les grossistes sont des experts du sourcing et de la logistique de proximité des produits frais.



## Témoignage

« Avec le développement du bio, c'est comme si nous avons été amenés à réinventer notre métier ! »



**Eric Peloux**  
est grossiste sur carreau  
au marché de gros de Lyon-Corbas

### En quoi consiste votre activité ?

Grossiste depuis 3 générations, nous commercialisons 20 000 tonnes de fruits et légumes. Les produits arrivent sur notre carreau de vente où nos clients viennent physiquement s'approvisionner. Notre structure compte 25 salariés, répartis sur deux sites (le marché de gros de Lyon-Corbas et le marché Saint-Charles à Perpignan), permettant ainsi d'offrir une offre de qualité à nos clients.

Après 70 ans d'existence en conventionnel, nous avons décidé, en 2015, de développer une activité bio. Aujourd'hui, sur les 20 000 tonnes annuelles que nous commercialisons, 2 500 sont bio.

### Comment vous approvisionnez-vous ?

Les produits viennent majoritairement de France, voire de la région. Nous avons la chance d'être implantés dans de grands bassins de production, tant pour les fruits que pour les légumes.

La demande en produits locaux est très forte et les clients « locavores » de plus en plus nombreux.

### A quels types de clients vous adressez-vous particulièrement ?

Nous nous adressons principalement à la distribution bio spécialisée en local. C'est notre cœur de clientèle. C'est aussi au niveau de ce circuit de distribution que les consommateurs les plus avertis et les plus exigeants

s'adressent. Les magasins spécialisés bio sont donc, pour nous, des clients passionnants, qui nous invitent à nous remettre en question et à faire évoluer nos pratiques.

Nous travaillons aussi avec des détaillants, des restaurateurs et des demi-grossistes.

Nous avons également un partenariat avec « le relais local », jeune société que nous hébergeons à Corbas et qui propose des produits d'épicerie issus exclusivement de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Cette offre d'épicerie locale complète notre gamme de fruits et légumes locaux à destination des magasins spécialisés de la région.

### **Vendez-vous des produits en conversion ?**

Aujourd'hui, je ne peux pas dire que la mention « en conversion » fasse sens pour nos clients, qui recherchent majoritairement des produits certifiés. Nous ne parvenons pas réellement à valoriser ces mentions pour l'instant. Mais les choses évoluent – et elles évoluent vite ! J'ai bon espoir d'y parvenir dans quelques années, et ceci pour une juste rémunération des efforts consentis par nos producteurs qui choisissent cette voie.

### **Pourquoi avoir développé le bio dans votre activité ?**

Quand nous avons fait le choix de nous engager, c'était d'abord par conviction. A ce moment-là, nos clients historiques n'étaient pas encore très demandeurs. Puis progressivement, la démarche bio a été entendue et comprise par les clients. Et depuis quelques années, nous observons de leur part une vraie prise de conscience.

Mais c'est aussi la filière fruits et légumes toute entière qui s'engage désormais dans cette voie !

Dans ce contexte, le bio connaît chez nous, comme partout, un très fort développement !

### **Avez-vous rencontré des contraintes ou des difficultés particulières au développement du bio dans votre entreprise ?**

Le développement du bio demande quelques adaptations qu'il faut prendre en compte. Tout d'abord, vendre des produits bio demande de réorganiser son entrepôt. Le manque de place est parfois un facteur limitant mais, avec de la méthode et de l'organisation, il est possible de faire une place aux produits bio.



Ensuite, il y a également des procédures complémentaires à prendre en compte pour respecter la réglementation en matière de traçabilité et séparation des produits. Du côté de notre activité de grossiste, il a fallu nous organiser dans ce sens mais étant donné que nous sommes déjà engagés, depuis quelques années, dans la démarche d'autocontrôle qualité FeL PARTENARIAT\* et le référentiel de bonnes pratiques FeL EXCELLENCE\*\*, particulièrement exigeants, l'obtention de la certification en bio n'a pas été un souci.

Enfin, on entend parfois qu'il peut y avoir des risques liés à la disponibilité des fruits et légumes bio. Ce risque est de moins en moins important car l'offre s'étend.

### **Vous dites que la certification n'a pas été un souci. Comment s'est-elle passée ?**

Il s'est écoulé un an entre le moment où nous avons l'intention de développer le bio et le moment de la certification. Les contrôles sont axés d'une part sur la partie documentaire, d'autre part sur la partie logistique, notamment par l'inspection de l'entrepôt. Si toutes les zones sont bien séparées dans l'entrepôt, les échanges au cours du contrôle sont fluides.



### **Avez-vous suivi des formations particulières à l'agriculture biologique ?**

*Pour les démarches au niveau desquelles je suis déjà engagé, les équipes sont formées à la traçabilité, à l'agrèage et aux aspects hygiène (HACCP). Le plus important, c'est que les flux physiques soient bien mis en parallèle avec les flux informatiques.*

### **Quels bénéfices vous a apporté le développement du bio ?**

*Pour nous, passer en bio a été une démarche passionnante !*

*Nous avons démarré par un ou deux colis. Puis, progressivement, la demande s'est développée. Il a alors fallu que nous adaptions nos approvisionnements à la demande, en constante évolution. C'est précisément le défi qu'ont eu à relever mes prédécesseurs lors du développement du métier de grossiste quelques générations plus tôt. En fait, avec le développement du bio, c'est comme si nous avions été amenés à réinventer notre métier !*

*Et bien sûr, il y a la satisfaction de travailler en accord avec nos convictions personnelles.*

*Le bio, c'est aussi l'occasion de rencontrer de belles valeurs humaines et de la bienveillance dans les échanges. Nous cherchons, au maximum, à fidéliser nos fournisseurs pour construire des partenariats pérennes. Cette bienveillance, nous la retrouvons aussi bien souvent chez nos clients bio.*

### **En parlant de relation avec vos clients, comment leur parlez-vous du bio ?**

*Les clients à la recherche de produits bio posent des questions souvent pointues sur les produits. Ils sont réellement en attente d'informations, ce qui valorise d'autant plus notre rôle de métier dit « intermédiaire ». À travers la recherche de produits bio, l'identification de l'origine et la recherche de produits locaux sont des enjeux importants, qui nous permettent d'engager des échanges intéressants et complets avec nos clients. Et pour eux, il y a une vraie opportunité pour se distinguer de leurs concurrents.*

### **Comment voyez-vous l'avenir du bio dans votre entreprise ?**

*La demande est de plus en plus importante, certes, mais le risque que l'offre dépasse la demande sur le marché de gros est bien réel, de mon point de vue. Aussi, nous serons particulièrement attentifs à l'évolution*

*des marchés et à l'équilibre offre / demande. Pour cela, la qualité de dialogue que nous entretenons, tant avec nos fournisseurs qu'avec nos clients, est primordiale.*

*Après, il y a, selon moi, une incohérence majeure entre les principes fondamentaux du bio et le fait de commercialiser les fruits et légumes bio sous film plastique, pour les produits destinés aux circuits de distribution généralistes. C'est, à mon sens, un des défis majeurs de la filière bio. Elle va devoir, rapidement, trouver des solutions innovantes et respectueuses de l'environnement pour commercialiser des produits tout en respectant les règles de sécurité alimentaires.*

*Enfin, dans la mesure où les attentes sociétales et environnementales sont de plus en plus fortes, je resterai en veille sur l'évolution de l'offre et sur les démarches qui pourront, potentiellement, répondre à la demande. En attendant, le bio est un levier important pour sensibiliser les consommateurs au respect de la planète.*



**\*FeL PARTENARIAT : Plus d'infos sur [felpartenariat.eu](http://felpartenariat.eu)**

**\*\*FeL'Excellence est un référentiel de respect des bonnes pratiques spécifique aux grossistes en fruits et légumes sur marché, volontaire et mis en place par les professionnels.**

**C'est une démarche de progrès continue, fruit d'une collaboration étroite avec leurs partenaires amont et aval, qui permet aux entreprises de valoriser leur professionnalisme.**

**Plus d'infos sur : [www.uncgfl.fr/demarches-qualite-uncgfl/fel-excellence](http://www.uncgfl.fr/demarches-qualite-uncgfl/fel-excellence)**

# PRIMEUR

## Un métier proche des consommateurs

Au plus proche des consommateurs, le primeur propose une offre de fruits et légumes à taille humaine, accompagnée de conseils et de services.

Il sélectionne et achète ses produits chez les grossistes ou directement auprès des producteurs. C'est parce qu'il étudie, sélectionne et goûte lui-même les fruits et légumes qu'il propose, que le primeur est à même d'offrir des produits de qualité, mûrs à point et au goût de ses clients.

Au quotidien, il délivre de précieux conseils sur la cuisson, la préparation et la conservation des fruits et légumes. Et pour satisfaire la quête de nouveauté de certains, il peut dénicher des fruits et légumes exotiques, rares, des variétés anciennes ou nouvelles, etc.

## Trois positionnements majeurs

Il existe aujourd'hui trois principaux types de points de vente, pour les magasins de détail spécialisés en fruits et légumes :

- le marché
- le magasin spécialisé
- le multi-spécialiste.

Les surfaces de vente peuvent varier de 40 à plus de 600 m<sup>2</sup>. Avec une diversification de son offre en produits frais (crèmerie, épicerie, boucherie), le multi-spécialiste répond aux besoins actuels des consommateurs.



## Témoignage

« Nous parlons de nos méthodes, de notre quotidien, de nos convictions. »



Passionnée par le bio,  
Christiane Délicourt  
est primeur  
dans le Morbihan.

## En quoi consiste votre activité ?

Depuis 8 ans, je travaille avec mon mari, qui est maraîcher depuis 35 ans. Il a été certifié en agriculture biologique en 1990. Nous vendons aux halles de Merville à Lorient ainsi que sur trois marchés de plein vent : Lanester, Lorient et Larmor-Plage. Je travaille avec mon mari et nous avons deux salariés, nos deux enfants. À la ferme maraîchère, nous avons un apprenti et un salarié à mi-temps.

## Diriez-vous que « c'est une affaire de famille », en somme ?

Oui exactement. Nous sommes une petite structure, à taille humaine, ce qui permet d'avoir une belle qualité de vie, de prendre des décisions collégiales et de travailler consciencieusement. Nous produisons en privilégiant la qualité et le goût des fruits et légumes. C'est cela aussi, pour nous, l'esprit bio.

## Vous parlez d'esprit bio. De quoi s'agit-il pour vous ?

L'esprit bio, c'est bien sûr choisir des produits de bonne qualité, bons pour la santé et pour l'environnement. Mais, selon moi, cela ne s'arrête pas aux produits que nous mangeons. Nous achetons nos produits ménagers en bio, nous trions les déchets et faisons du compost. Nous avons également travaillé sur les emballages. Nous avons cessé de donner des sacs en plastique, en prévenant en amont les clients pour les sensibiliser, et nous les incitons à réutiliser les sacs en papier. Pour les jus, nous avons un système de consigne avec des bouteilles en verre. Et quand nous organisons des événements, nous utilisons de la vaisselle « verte » éco-conçue ou des vrais couverts.



### Quelles sont les spécificités de votre offre ?

*Nous produisons et offrons une gamme très variée : salades, jeunes pousses, plantes aromatiques, légumes primeurs, ainsi que tomates, aubergines, concombres, melons et variétés anciennes.*

*Nous proposons également des offres spéciales : corbeilles, plateaux, fraîche découpe, etc. Celles-ci nous sont demandées dans le cadre d'événements d'entreprises ou de mariages, par exemple. De plus, nous sommes référencés par le Palais des Congrès de Lorient pour des événements.*

### Vous commercialisez donc les produits de l'exploitation gérée par votre mari. Comment complétez-vous vos approvisionnements ?

*Nous nous fournissons chez des maraîchers à proximité, assez nombreux sur le territoire, mais également chez trois grossistes à Nantes et un à Rennes, chacun ayant sa spécialité.*

### Commercialisez-vous des produits en conversion ?

*Oui, cela nous arrive parfois. Nous l'affichons alors sur notre étal. D'après les grossistes, le niveau de conversion est important. Les producteurs prennent en moyenne quatre ou cinq ans de réflexion avant de se lancer et c'est notre manière de les soutenir, ils le méritent.*

« Les consommateurs ne savent pas toujours exactement ce que recouvre le label bio. C'est à nous de leur expliquer et de les accompagner dans l'acte d'achat. »

### Comment vous organisez-vous concrètement au quotidien pour le stockage ?

*En ce qui concerne les salades et les herbes aromatiques, les colis viennent directement de chez nous et, pour le reste, nous utilisons un réfrigérateur. Nous avons choisi de faire des livraisons en quantité moindre mais plus fréquentes pour éviter de stocker et ainsi toujours avoir des produits d'une fraîcheur optimale.*

### Comment parlez-vous du bio aux consommateurs ?

*Les consommateurs ne savent pas toujours exactement ce que recouvre le label bio. C'est à nous de leur expliquer et de les accompagner dans l'acte d'achat. Il y a plusieurs catégories de consommateurs : les 100 % convaincus par le bio et ceux qui ont besoin de comprendre pourquoi c'est meilleur.*

*Beaucoup de consommateurs ignorent que l'agriculture biologique est une démarche complète : c'est, certes, ne pas utiliser des produits phytosanitaires de synthèse, mais c'est également nourrir la terre, respecter les saisonnalités et les rotations de culture. Les messages commencent à passer petit à petit.*

### Comment valorisez-vous vos produits ?

*Nous parlons de nos méthodes, de notre quotidien, de nos convictions. Les clients savent que chez nous, c'est du plein champ, des produits qui se sont développés en pleine terre, avec peu d'irrigation, etc. Quand nous parlons de nos produits, les clients les préfèrent aux autres.*

### Avez-vous suivi des formations spéciales ?

*Un CAP Primeur existe depuis un an mais nous sommes assez autodidactes et privilégions les formations spécifiques : réalisation de corbeilles, fraîche découpe, préparation de desserts 100 % fruits. Nos enfants*



« Nous travaillons en accord avec nos convictions. C'est important pour notre équilibre de vie, pour notre épanouissement personnel. »

*sont allés à Paris pour suivre une formation sur les desserts innovants et nous faisons partie d'un groupe de primeurs sur internet, passionnés des fruits et légumes.*

*Par ailleurs, nous participons régulièrement à des congrès réservés aux métiers du détail spécialisé. Ces rendez-vous permettent de partager nos pratiques et d'échanger des conseils avec nos confrères.*

### **Votre structure est certifiée pour la vente de fruits et légumes bio. Quels types de contrôles cela implique-t-il ?**

*Il y a des contrôles tous les ans. L'un d'entre eux est prévu à l'avance et, parfois, des contrôles inopinés ont également lieu. Lors des contrôles prévus, le contrôleur regarde tout ce qu'il y a vendre, les factures, les étiquettes, la traçabilité et fait éventuellement des prélèvements. Ce contrôle dure entre 2h et 2h30. Pour les contrôles inopinés, l'organisme de contrôle appelle la veille. Le contrôleur fait le tour de l'entreprise en 30 minutes généralement.*

*Après les contrôles, si tout est conforme à la réglementation, un certificat nous est délivré ; nous pouvons l'afficher dans le magasin.*

### **Le bio apporte donc quelques contraintes et des contrôles supplémentaires. Quels bénéfices retirez-vous de votre activité en bio ?**

*Le plaisir de varier et d'étoffer notre étal chaque semaine et la satisfaction d'avoir vu le regard des gens changer sur le bio ; nous ressentons beaucoup plus d'ouverture et d'intérêt aujourd'hui. De plus, nous travaillons en accord avec nos convictions. C'est important pour notre équilibre de vie, pour notre épanouissement personnel. Nous essayons de faire passer les bénéfices de la planète et des personnes avant le reste.*



### **Quels sont vos projets pour l'avenir ?**

*Nous voulons, tout d'abord, restructurer notre étal de fruits et légumes. En effet, en plus de proposer une offre de fruits et légumes attractive et claire, nous aimerions développer des corbeilles de fruits, des plateaux apéritifs, des desserts, et également les fruits secs.*

*De plus, nous souhaitons étoffer notre partie « services ». En effet, nous aimerions proposer des confitures ainsi que des jus, des soupes, etc. Pour cela, nous avons un atelier, certifié lui aussi. Je trouve cet aspect « transformation » ou « prêt à l'emploi » très intéressant. Si nous arrivons à mettre en place ce projet et à le développer, nous pourrions embaucher un pâtissier pour travailler sur la partie transformation sucrée.*



# SPÉCIALISTE EN PRODUITS BIOLOGIQUES

## Expertise et conseil

Un magasin spécialisé en produits bio se caractérise par la qualité spécifique des produits qu'il commercialise – qu'il s'agisse de fruits et légumes, céréales ou compléments alimentaires. Il a une connaissance accrue des techniques de production et de la filière des produits biologiques, maîtrisant aussi parfaitement les obligations réglementaires spécifiques à leur commercialisation.

Il est l'expert qui sait conseiller et répondre à une clientèle de plus en plus avertie et exigeante. De la valorisation des produits locaux au recours aux emballages recyclables, en passant par la lutte contre le gaspillage alimentaire, chaque aspect de son commerce respecte son sens de l'éthique.

Il développe d'ailleurs souvent son expertise dans un domaine qui l'intéresse – naturopathie, aromathérapie ou encore cosmétique – afin d'apporter à ses clients une expérience complète de bien-être.

## Diversité de l'offre

D'une surface moyenne de 200 m<sup>2</sup> pouvant aller jusqu'à 1 000 m<sup>2</sup>, les magasins bio proposent aujourd'hui l'intégralité des familles de produits alimentaires. Certains sont regroupés en réseau sous une même enseigne et sont approvisionnés par une centrale d'achat.



## Témoignage

« Nous avons créé un vrai tissu économique autour de nos points de vente. »



Romuald Garnier est gérant de deux magasins spécialisés bio dans le Finistère Sud, à Douarnenez et Audierne.

### **Vous avez ouvert deux magasins de produits bio en Bretagne. Quelle est leur taille ? Combien de collaborateurs employez-vous ?**

En effet, j'ai ouvert deux magasins bio en 3 ans dans le Finistère Sud. Le premier a été ouvert en avril 2016 à Douarnenez. Il compte 300 m<sup>2</sup> dont 212 m<sup>2</sup> d'espace de vente et emploie 6 collaborateurs. Le second est à Audierne, au sud de Douarnenez. Ouvert en mai 2019, il compte 500 m<sup>2</sup> dont 280 m<sup>2</sup> d'espace de vente et emploie également 6 collaborateurs.

### **Quelle a été votre motivation pour ouvrir ces points de vente ?**

Monter mon entreprise, c'était pour moi le moyen de travailler pour un projet en adéquation avec mes valeurs. En tant que sportif, je me suis d'abord intéressé aux côtés nutritionnels et diététiques de l'alimentation. J'ai travaillé, pendant plusieurs années, dans un magasin de sport. Puis, petit à petit, je me suis penché sur les aspects écologiques et environnementaux.

J'ai alors souhaité croiser mon expérience de vente avec mes autres centres d'intérêt, c'est-à-dire la nutrition et l'environnement ; et je retrouve tous ces aspects dans les produits bio. L'ouverture de magasins bio était donc une suite assez logique dans mon parcours !

Il fallait également que ce projet professionnel soit cohérent avec un projet de vie et qu'il soit ancré dans le territoire.

### **Justement, à propos de territoire, quels sont les acteurs avec qui vous travaillez ? Où vous fournissez-vous ?**

*Nous avons créé un vrai tissu économique autour de nos points de vente. D'abord avec les producteurs puisque nous travaillons avec une cinquantaine de producteurs locaux, dont une petite dizaine en maraîchage. Nos maraîchers sont à moins de 15 km du magasin et les producteurs avec qui nous travaillons en direct sont à moins de 150 km. De plus, nous employons une douzaine de personnes dans les deux magasins, ce qui permet de créer de l'emploi pour les habitants de la région. Nous avons donc un véritable ancrage territorial et c'est ce que je souhaitais.*

### **Comment sont encadrées vos relations avec vos fournisseurs ?**

*Au début, nous allions voir les producteurs qui pourraient potentiellement travailler avec nous et puis, petit à petit, ce sont les producteurs qui sont venus nous voir. A Douarnenez, les fermes avec lesquelles nous travaillons sont suffisamment grosses pour nous approvisionner. A Audierne, ce sont plutôt des micro-fermes. Nous échangeons avec les producteurs et nous prenons les contraintes des plus petits (production, quantités, etc.), puis nous complétons ensuite nos approvisionnements avec de plus gros fournisseurs. Les prix ne sont pas négociés, ce sont ceux du producteur.*



« Au début, nous allions voir les producteurs qui pourraient potentiellement travailler avec nous et puis, petit à petit, ce sont les producteurs qui sont venus nous voir. »



### **Pour la certification, quelles démarches devez-vous conduire ?**

*Nous rencontrons notre organisme certificateur deux fois par an, pour un contrôle annuel et pour un contrôle inopiné. Nous avons également des contrôles de la part du réseau auquel nous adhérons.*

*Par ailleurs, nous menons des contrôles chez nos producteurs et nos fournisseurs : ce sont des moments plutôt bien vécus par nos producteurs car cela permet un échange avec eux. Ils partagent avec nous leurs difficultés (techniques, ou autres) mais également leurs réflexions sur des sujets plus généraux : transmission de l'exploitation, évolution de leur activité, vision de l'agriculture biologique à long terme, etc. Ces rendez-vous sont importants, ils nous obligent à sortir de notre quotidien et aboutissent, la plupart du temps, à de beaux échanges !*

### **Avez-vous rencontré des difficultés particulières ?**

*La seule réelle difficulté, c'est de trouver de la main d'œuvre qualifiée et formée à nos métiers. C'est vrai, à la fois à l'amont, dans les exploitations, car l'agriculture biologique requiert davantage de main d'œuvre que d'autres modes de production. Mais c'est également le cas en ce qui concerne nos métiers, en points de vente. La mise en vente de produits fragiles, comme les fruits et légumes, requiert du soin et de la technicité. C'est un savoir-faire spécifique, qui s'apprend par la pratique.*

*Dans ce contexte, la formation est aussi un réel enjeu. Il n'existe actuellement pas de formation pour nos formats de magasins, ni en formation initiale, ni en formation continue.*

*Les deux magasins que je gère sont sociétaires d'un réseau de magasins bio. Avec celui-ci, nous réfléchissons à la mise en place de modules de formation.*

### Quel a été l'accueil de la population vis-à-vis de l'ouverture de vos magasins ?

*Il y a eu un très bon accueil de la population.*

*Quand nous nous sommes implantés à Douarnenez, il y avait déjà deux magasins bio. Mon objectif était vraiment de démocratiser le bio et en cela, notre positionnement était complémentaire au leur. Mon installation a fini par profiter à chacun des trois magasins.*

*À Audierne, nous nous sommes installés sur une ancienne friche commerciale qui n'était plus exploitée depuis 2011, située sur un axe très passant. Nous avons construit un beau bâtiment en bois, qui rapidement a plu aux gens.*

« Nous aimerions créer une ferme pédagogique sur le terrain derrière le magasin pour expliquer au grand public le concept de l'agriculture biologique. »

### Avez-vous beaucoup de questions de vos clients ?

*Nous n'avons pas forcément d'interrogations sauf quand certains sujets sensibles font l'actualité. Nous avons eu quelques questions sur l'eau car nous ne vendons plus d'eau en bouteilles en plastique depuis un an. Il y a de plus en plus de questions sur l'emballage, les gens ont du mal à comprendre les contraintes des industriels. Nous privilégions le vrac au maximum mais le vrac implique une organisation différente de nos points de vente en matière d'hygiène, de traçabilité, de nettoyage, etc.*

### Comment voyez-vous l'avenir de vos magasins ? Quelles sont vos perspectives ?

*Nous nous demandons plutôt comment nous pourrions poursuivre notre développement. Par exemple, nous imaginons la mise en place d'un laboratoire pour produire une soupe locale et ainsi diversifier notre offre sous le prisme du territoire.*

*De plus, nous aimerions créer une ferme pédagogique sur le terrain derrière le magasin pour l'approvisionner en hyper-court et expliquer au grand public le concept de l'agriculture biologique.*

*Par ailleurs, le bio, c'est une démarche globale. Je suis persuadé qu'il faut aller plus loin, tant dans les aspects santé et bien-être qu'éducatifs, sociaux et environnementaux. Nous proposons des cours de yoga, des ateliers de naturopathie, de massages, et travaillons à la mise en place de cours de philosophie pour les enfants, ainsi qu'un jardin partagé dans la future ferme derrière le magasin.*

### Vous avez insisté plusieurs fois sur l'importance de l'ancrage territorial de vos magasins. Concrètement, comment se manifeste-t-il ?

*Nous sommes en Bretagne. Le lien avec l'eau, de l'océan aux rivières, est important dans notre région et nous voulions le prendre en compte dans nos actions. Nous participons à des opérations de nettoyage des plages avec des associations locales et nous collaborons également avec une association de pêcheurs qui œuvre pour le respect et la protection des milieux aquatiques.*

*Enfin, nous voulons sensibiliser les enfants aux problématiques environnementales en montant des partenariats avec le collège ou l'école de surf. Ce sont eux les futurs acteurs de l'environnement !*

*Nous sommes pourvoyeur de lien social. Nous avons cette responsabilité-là, c'est aussi cela l'esprit bio.*



# ACTEUR DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Le terme de « grande distribution » regroupe les hypers, les supermarchés, mais aussi les magasins de proximité des enseignes et les drives. Ces magasins permettent aux consommateurs d'acheter une grande diversité de produits au même endroit. La grande distribution alimentaire est au cœur de quatre problématiques majeures des Français : le pouvoir d'achat, la santé, l'emploi et la ville. L'enjeu prioritaire est de préserver le commerce physique tout en faisant évoluer le nouveau modèle omnicanal plébiscité par les consommateurs.

Depuis 2018, les ventes de produits bio en GMS ont progressé de 21,7 % en valeur. Le bio représente 4,3 % des ventes de produits de grande consommation en frais libre-service mais a contribué à hauteur de 49,1 % à la croissance du marché en 2018. Les GMS sont des acteurs majeurs de ce développement et représentent près de la moitié des ventes en valeur. 79 % des consommateurs achètent principalement des produits bio en GMS.

Aujourd'hui, les marques de distributeurs s'orientent de plus en plus vers des produits de différenciation, tels que les produits bio, par exemple.



## Témoignage

« Aujourd'hui, la dynamique de marché est telle que nous sommes dans une démarche de fidélisation de nos fournisseurs. Avec certains d'entre eux, c'est une histoire qui date de plus de vingt ans ! »



Julie Mahmoud,  
responsable  
des achats de fruits  
et légumes bio pour  
une enseigne de  
grande distribution

### En quoi consiste votre métier ?

En tant que distributeurs généralistes, nous proposons à la fois une offre conventionnelle et une offre bio. Je suis en charge de tous les achats de fruits et légumes bio pour l'enseigne chez qui je travaille. Les stratégies d'achat peuvent être différentes pour d'autres groupes ; en ce qui concerne le groupe pour lequel je travaille, les achats de fruits et légumes bio sont réalisés par une équipe dédiée.

Concrètement, mon métier consiste à rechercher des fournisseurs, à négocier avec eux les volumes et les prix des fruits et des légumes frais bio que nous achetons, puis à gérer les approvisionnements des plateformes, lesquelles fourniront ensuite les magasins.

### Vous êtes donc en charge des achats de fruits et légumes bio pour l'ensemble de la France ?

En effet. Au niveau de notre groupe, tous les achats de fruits et légumes bio sont centralisés. Cela nous permet, pour les produits bio, soumis à une réglementation particulière, d'en garantir le respect.

Parallèlement à cette stratégie de centralisation des achats, nous nous attachons à améliorer l'ancrage territorial de nos approvisionnements, y compris pour les produits bio. C'est d'ailleurs, pour beaucoup de consommateurs, ce qui fait sens dans l'achat de produits bio. Nous avons ainsi créé des filières régionales pour approvisionner, de la manière la plus locale possible, les différentes plateformes : carotte de Camargue, poire des Hauts-de-France, pomme d'Alsace, courges de Normandie, etc. Ainsi, nous rapprochons au maximum les lieux de production des consommateurs.



**Vous avez expliqué en quoi l'organisation des achats concourait au respect de la réglementation. Avez-vous pris d'autres mesures ? Comment garantissez-vous à vos consommateurs que les fruits et légumes sont bien issus de l'agriculture biologique ?**

En ce qui concerne notre enseigne, il y a un double contrôle.

D'un côté, nous sommes soumis au contrôle annuel obligatoire pour tout opérateur qui commercialise des produits bio. Concrètement, cela consiste en un audit, assez conséquent, effectué chaque année par un organisme certificateur. Toute la partie administrative est contrôlée au siège pendant plusieurs jours : documentation, factures, volumes achetés et vendus, etc. Les entrepôts sont également visités. Parfois, il y a prélèvement d'échantillons pour analyse.

D'un autre côté, nous effectuons des contrôles réguliers chez nos fournisseurs via un organisme certificateur pour garantir à nos clients des produits de qualité et le bon respect de la réglementation.

Nous avons aussi un plan de contrôle multi-résidus : nous prélevons tout au long de l'année des produits pour analyse sur nos entrepôts.

**Justement, à propos de la relation que vous entretenez avec vos fournisseurs, s'agit-il d'engagements sur la durée ?**

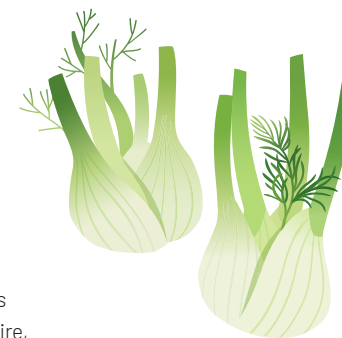
Oui ! La plupart du temps, nous nous engageons pour une durée de trois ans, de manière à donner aux producteurs le plus de visibilité possible. Cet engagement porte à la fois sur les volumes et sur les prix ; nous nous basons sur les prix pratiqués les trois années précédentes. Après, s'il le faut, pour une raison ou une autre, les contrats peuvent être renégociés tous les ans. Aujourd'hui, la dynamique de marché est telle que nous sommes dans une démarche de fidélisation de nos fournisseurs. Avec certains d'entre eux, c'est une histoire qui dure depuis plus de vingt ans !

**Vous indiquez que le marché connaît un fort développement. Ressentez-vous, malgré tout, des freins, chez vos fournisseurs, au développement des filières de fruits et légumes bio ? Si oui, quelles mesures mettez-vous en place pour les sécuriser ?**

En effet. Parmi les principaux freins que nous rencontrons chez eux, on peut citer la période de conversion. Les cultures sont déjà conduites en agriculture biologique et les rendements sont moindres mais, faute

de certification durant la phase de conversion, les produits ne peuvent pas être valorisés au même niveau que ceux bénéficiant du label bio. Au niveau de mon enseigne, nous avons décidé d'acheter les produits à partir de la deuxième année de conversion et de les proposer à nos clients.

Les producteurs qui se convertissent en agriculture biologique sont aussi inquiets par rapport aux produits issus de la rotation des cultures. En effet, il est nécessaire, pour la gestion de la fertilité du sol en agriculture biologique, d'avoir un plus grand nombre de rotations et donc de cultiver un plus grand nombre d'espèces. Les producteurs veulent avoir la garantie de pouvoir aussi valoriser ces produits-là aussi. C'est pourquoi, au niveau de notre enseigne, nous nous engageons à leur acheter une gamme large et à les proposer aux consommateurs.



**Quels sont, selon vous, les défis à relever pour permettre le développement des fruits et légumes frais bio en grande distribution ?**

Au niveau du point de vente, nous proposons, pour l'instant, beaucoup de produits pré-emballés car c'est le moyen le plus efficace dont nous disposons pour séparer les produits bio des produits conventionnels. Mais nous cherchons, de plus en plus, des alternatives à l'utilisation du plastique. Nous sommes, par exemple, en train de repenser l'agencement de nos points de vente, de manière à avoir des rayons de fruits et légumes exclusivement bio. Ainsi, les points de vente de grande distribution devraient progressivement évoluer pour se rapprocher des magasins spécialisés.

Parallèlement à la question des emballages, nous souhaitons réellement être un acteur du développement du bio. Nous voulons développer les ventes de produits de qualité, qui répondent aux attentes sociétales et environnementales des consommateurs et qui permettent aux producteurs de bien vivre de leur activité.

# ACTEUR DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

La restauration collective garantit l'accès pour tous ses convives à un repas complet, grâce notamment à son système unique de prix social, maintenu volontairement bas, et qui lui permet de nourrir de façon habituelle les usagers et personnels d'un établissement, que ce soit dans les milieux de l'enseignement, du secteur hospitalier, médico-social, de l'entreprise ou de l'administration. 10 millions de convives sont ainsi servis chaque jour avec un repas adapté à leur particularité.

Il existe deux modes de gestion des restaurants de collectivité :

- En gestion directe ou régie directe : la collectivité publique ou privée gère la production du repas en interne avec son personnel, des achats à la distribution du repas.
- En gestion concédée, la collectivité confie à une société de restauration collective la préparation et le service des repas selon un cahier des charges très précis ; cette dernière est donc un prestataire de services (sauf pour la délégation de service public, où la société de restauration collective assure l'exploitation-même du service). L'entreprise de restauration collective doit donc prendre en compte une double exigence dans son activité : répondre aux attentes du client et satisfaire les convives qui consomment les repas au quotidien.

Dans les deux cas, la production du repas peut avoir lieu sur site ou dans une cuisine centrale qui livre ensuite les repas sur le lieu de consommation.

La loi Agriculture et Alimentation (« Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable »), issue des États généraux de l'alimentation de 2017, prévoit l'introduction de **50 % de produits de qualité et durables**

**(dont 20 % de produits bio ou en conversion) dans la restauration collective** au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2022. Pour s'approvisionner en produits bio et locaux, les collectivités devront solliciter et mettre en concurrence des fournisseurs. Ces derniers devront mettre en œuvre leurs compétences de sélection de produits (sourcing), adaptés à la demande qui peut être différente suivant le type de collectivité. Il en ira de même s'agissant de leurs compétences logistiques pour gérer l'approvisionnement et la livraison, dans le respect des règles de sécurité sanitaire et des conditions imposées par les collectivités.

Pour précision, il n'est pas nécessaire d'être certifié pour préparer des repas avec des produits bio dans la restauration collective. En effet, la restauration collective à caractère social n'est pas couverte par la réglementation bio. Introduire des produits bio ne fait pas l'objet de notification à l'Agence BIO ni de certification bio. Des démarches privées de certification existent néanmoins.



« Au départ, c'était une volonté politique, pour donner du sens à ce que nous voulions mettre dans l'assiette de nos jeunes convives. Mais le développement du bio est de plus en plus fort, tant du côté des hommes et femmes politiques que des consommateurs. »



Dominique Maupin,  
directeur d'une cuisine centrale  
intercommunale dans la région de Rouen

### En quoi consiste votre activité ?

À la cuisine centrale, nous préparons environ 7 300 repas par jour, puis nous les distribuons aux écoles primaires et maternelles des villes de Rouen et Bois-Guillaume. Nous nous adressons donc surtout à de jeunes convives. Notre spécificité, c'est que 96 à 97 % de nos plats sont faits maison.

### Depuis quand proposez-vous à vos convives des produits bio et à quel niveau ?

Nous avons commencé à introduire des produits bio dans nos approvisionnements en 2011. Actuellement, en fruits et légumes frais, le bio représente environ 24,5 % des achats en valeur. Ce chiffre est proche de ceux de la viande et des produits laitiers, respectivement de 26 % et 30 %. En ce qui concerne le pain, nos approvisionnements sont à 100 % en bio.

Ainsi, pour l'ensemble de nos achats alimentaires, en valeur, le bio représente une part de 30 %.

### Pourquoi avez-vous fait le choix de développer le bio dans votre cuisine ?

Au départ, c'était une volonté politique, pour donner du sens à ce que nous voulions mettre dans l'assiette de nos jeunes convives. Mais le développement du bio est de plus en plus fort, tant du côté des hommes et femmes politiques que des consommateurs. De plus en plus de citoyens veulent manger bio.

### Où vous approvisionnez-vous ?

Généralement, nous nous approvisionnons soit directement chez les producteurs via des associations locales, soit par des distributeurs spécialisés en fruits et légumes frais. En bio, nous privilégions prioritairement les produits locaux puis nous complétons les approvisionnements avec des produits nationaux.

### Développer la part des produits bio dans vos approvisionnements, cela demande quelques adaptations à vos habitudes. Avez-vous rencontré des contraintes particulières ?

Du côté de l'approvisionnement, le principal enjeu est de sensibiliser les producteurs à nos besoins, en ce qui concerne le calibrage des fruits et légumes. En effet, nous utilisons des machines comme des éplucheurs à concombres pour être plus efficaces dans notre travail au quotidien. Il est donc indispensable que le calibrage des produits soit homogène. Cela implique donc d'échanger très régulièrement avec les producteurs : nous expliquons nos besoins et ils essaient de s'y adapter au mieux.

L'autre enjeu majeur pour une cuisine centrale de notre taille, c'est de nous assurer que les produits commandés soient disponibles en quantités suffisantes. Nous avons besoin de fournisseurs fiables, tant par rapport aux disponibilités en volumes que par rapport à la qualité des services proposés (respect des horaires de livraison, etc.). Cela implique, là encore, une bonne connaissance des pratiques de nos fournisseurs.

### Et en cuisine, avez-vous observé des changements particuliers ?

Si l'on considère la mise en œuvre, les produits bio sont cuisinés comme les produits conventionnels. Toutefois, nous avons réellement souhaité

impliquer les équipes de cuisine lorsque nous avons développé le bio dans nos approvisionnements, pour qu'ils intègrent le sens de cette démarche. Les cuisiniers sont au contact direct des convives ; il nous semblait vraiment important qu'ils soient à même de répondre à leurs éventuelles questions.

### **Y a-t-il des obligations spécifiques à l'utilisation de produits bio ?**

Il nous faut, bien sûr, séparer les marchandises bio des autres produits mais, comme nous préparons les plats le lendemain de la réception des produits, nous n'avons que très peu de stockage. Avec le recul, je dirais que s'approvisionner en produits bio et les cuisiner, ce n'est pas spécialement contraignant. Au contraire, c'est plutôt une démarche qui fédère les équipes et crée une belle énergie !

### **La loi EGalim prévoit l'introduction de 20 % de produits bio en restauration collective d'ici le 1<sup>er</sup> janvier 2022. Que pensez-vous de cette mesure et de ses conséquences ?**

Actuellement, les produits bio représentent 30 % de nos approvisionnements. Nous sommes donc déjà dans le cadre de la loi. Il nous reste toutefois des marges de progression significatives sur certaines catégories de produits, notamment en fruits et légumes. Et à ce niveau-là, nous avons un vrai point de vigilance quant à l'évolution du marché. Aujourd'hui, on sait que la demande en produits bio est supérieure à l'offre. Mais avec cette loi, n'y a-t-il pas un risque que ce déséquilibre s'accroisse ou que l'on perde la proximité avec nos producteurs ?

### **À ce propos, le fait de développer le bio dans vos approvisionnements entraîne-t-il un surcoût ? Si oui, comment parvenez-vous à l'appréhender ?**

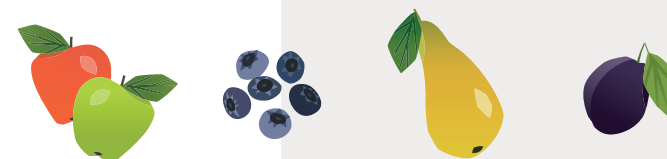
Introduire des produits bio entraîne effectivement un surcoût. Ce surcoût nous l'appréhendons par la lutte contre le gaspillage alimentaire. En proposant des repas avec des légumes de saison, essentiellement voire uniquement par des achats de proximité, et, en cuisinant la totalité de nos achats de fruits et légumes. Tout cela fait que notre coût de revient du repas n'a pas évolué depuis l'introduction des produits bio.

### **Quelles sont les perspectives pour vous dans les années à venir ?**

Nous menons régulièrement des actions pédagogiques concrètes au niveau des convives. Nous sommes, par exemple, engagés dans la démarche « Mon restau responsable », portée par le réseau Restau'Co et la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme. Par ailleurs, nous participons régulièrement à des événements comme la « Semaine du développement durable ».

Pour faire connaître nos actions, nous travaillons en lien étroit avec les municipalités. Le site internet de la ville de Rouen met en ligne des informations concernant nos démarches, permettant ainsi d'informer les parents d'élèves. Nous affichons également ces informations sur nos menus. Des professionnels viennent régulièrement visiter notre cuisine et nous souhaitons organiser des portes ouvertes pour les parents d'élèves afin de les rencontrer et de leur montrer ce que mangent leurs enfants.

De plus, nous sommes à l'écoute des décideurs politiques et de leurs volontés pour mettre en place ensemble des démarches toujours plus vertueuses. Pour une communication ajustée et fiable sur nos actions, le dialogue avec les acteurs de la collectivité est essentiel. Nous mettons en place de belles démarches, il est important de les faire connaître à nos convives.



# ACTEUR DE LA RESTAURATION COMMERCIALE

La restauration commerciale regroupe tous les établissements de restauration, de type traditionnel, avec service à table ou en libre-service, et de type rapide, sur place ou à emporter.

Pour rappel, un cahier des charges national pour la restauration hors foyer à caractère commercial en agriculture biologique a été établi pour accompagner le développement des produits bio dans les restaurants et apporter les garanties souhaitées par les consommateurs. Ce cahier des charges est consultable sur le site de l'INAO : [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr)

Des précisions sont apportées dans le chapitre « La réglementation et la certification bio ».



## Témoignage

« Certains convives ignorent certainement que la majorité de mes produits sont bio. Pour d'autres, le fait que les produits soient bio, c'est un vrai plus, la « cerise (bio !) sur le gâteau » ! »



**Nathalie Lonquetaud,**  
gérante du restaurant L'Arty Show à Cognac.  
La majorité des produits qu'elle cuisine est bio.

### Comment décrieriez-vous votre restaurant ?

L'Arty Show est situé dans le centre-ville de Cognac à côté du marché, et nous servons, ma collaboratrice et moi, 40 couverts par jour, uniquement le midi, en semaine. C'est un menu unique, il n'y a pas de carte. Ma cuisine est une cuisine traditionnelle mais créative. Tout est fait sur place, à partir de produits frais et mes produits sont, soit bio et locaux, soit locaux.

### Pourquoi avez-vous voulu cuisiner des produits bio ?

Avant, j'étais maraîchère en agriculture biologique. Le bio, c'est un mode de vie. J'essaie d'être écolo au quotidien, j'ai eu des toilettes sèches chez moi, etc. Proposer une cuisine avec des produits bio dans mon restaurant, c'était la suite logique.

### Pour vous, utiliser des produits bio dans la cuisine de votre restaurant, c'était naturel. Mais qu'en est-il des clients ? Était-ce aussi une demande de leur part ?

En effet, je cuisine bio par conviction. Et mon restaurant est le seul restaurant bio de Cognac. Mais les gens viennent chez nous d'abord pour la cuisine. Certains convives ignorent certainement que la majorité de mes produits sont bio. Pour d'autres, le fait que les produits soient bio, c'est un vrai plus, la « cerise (bio !) sur le gâteau » !

« En bio, nous avons souvent des produits qui sortent de l'ordinaire, comme des variétés anciennes par exemple. »

### Quels sont leurs retours, particulièrement sur le bio ?

*Mes convives sont assez curieux mais toutes les questions ne portent pas sur le bio. Généralement, ils nous questionnent sur les légumes qu'ils ne connaissent pas. En bio, nous avons souvent des produits qui sortent de l'ordinaire, comme des variétés anciennes par exemple. J'essaie de leur expliquer au mieux.*

### Comment les convives vous trouvent-ils ? Faites-vous de la communication autour de votre restaurant ?

*Je suis présente sur les réseaux sociaux et j'anime un site web. Par ailleurs, je suis référencée sur le site de l'office de tourisme de Cognac et présente dans des guides de tourisme. Idéalement, j'aimerais développer cet aspect-là mais je préfère me consacrer à la cuisine. Le bouche-à-oreilles fonctionne très bien aussi.*

### Où achetez-vous vos fruits et légumes bio ?

*En tant qu'ancienne maraîchère, je m'appuie essentiellement sur mon réseau. En légumes, j'ai cinq fournisseurs réguliers, six l'été. Je les connais, on se rencontre, on s'appelle, ce qui demande beaucoup de temps et d'énergie mais cela me permet d'avoir des produits de qualité et de savoir exactement d'où ils proviennent et comment ils ont été cultivés. Je travaille également avec un grossiste à service complet local. Globalement, je n'ai pas de problèmes d'approvisionnement.*

*Je travaille aussi avec un ESAT (travailleurs en situation de handicap). C'est aussi dans l'esprit bio d'aider les autres. Parfois, certains produits présentent quelques défauts visuels. La cuisine permet de les valoriser malgré tout. J'adapte mes recettes en fonction des arrivages, c'est l'avantage de travailler dans une petite structure et de ne pas avoir de carte. Et de ce fait, je n'ai quasiment pas de pertes.*



### Avez-vous suivi des formations particulières ?

*Non. Je cuisinais déjà beaucoup avant et... le terrain se charge de nous former ! J'ai beaucoup appris avec l'expérience et, au fur et à mesure, j'ai gagné en assurance et en compétences. La collaboration avec d'autres personnes permet de mettre en commun différentes compétences ; de là naît une complémentarité des savoir-faire.*

### Comment envisagez-vous la suite pour votre restaurant ? Quelles sont vos perspectives ?

*Nous ne cherchons pas spécialement à nous agrandir. Notre taille actuelle nous convient. L'ambiance est familiale ; c'est, je crois, ce que mes clients recherchent. Nous voulons quand même développer la vente à emporter pour toucher une autre typologie de convives et nous sommes à la recherche d'alternatives au plastique pour les emballages de la vente à emporter.*



<b>AB</b>	Agriculture biologique
<b>ADEAR</b>	Association pour le développement de l'emploi agricole et rural
<b>ADEME</b>	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
<b>AFIDEM</b>	Association française interprofessionnelle des fruits et légumes à destinations multiples
<b>Agence BIO</b>	Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique
<b>AMM</b>	Autorisation de mise sur le marché
<b>ANEEFEL</b>	Association nationale des expéditeurs et exportateurs de fruits et légumes
<b>ANR</b>	Agence nationale pour la recherche
<b>APCA</b>	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
<b>ASP</b>	Agence de services et de paiement
<b>Bpifrance</b>	Banque publique d'investissement
<b>BPREA</b>	Brevet professionnel de responsable d'exploitation agricole
<b>BTSA</b>	Brevet de technicien supérieur agricole
<b>CAB</b>	Aide à la conversion à l'agriculture biologique
<b>CASDAR</b>	Compte d'affectation spécial « développement agricole et rural »
<b>CCI</b>	Chambre de commerce et d'industrie

<b>CDC</b>	Caisse des dépôts et consignations
<b>Cebio</b>	Association des organismes certificateurs pour la certification d'opérateurs en agrobiologie
<b>CETA</b>	Centre d'études techniques agricoles
<b>CIVAM</b>	Centres d'initiatives pour valoriser l'agriculture et le milieu rural
<b>CNAB</b>	Comité national d'agriculture biologique
<b>CNIEL</b>	Centre national interprofessionnel de l'économie laitière
<b>COFRAC</b>	Comité français de l'accréditation
<b>Coop de France</b>	Fédération unitaire de la coopération agricole
<b>CP</b>	Confédération paysanne
<b>CR</b>	Coordination rurale
<b>CS</b>	Certificat de spécialisation
<b>CSIF</b>	Chambre syndicale des importateurs français de fruits et légumes frais
<b>CTIFL</b>	Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes
<b>DGCCRF</b>	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
<b>DRAAF</b>	Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt
<b>EGalim</b>	États généraux de l'alimentation dont est issue la loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous
<b>FCD</b>	Fédération du commerce et de la distribution
<b>FEADER</b>	Fonds européen agricole pour le développement rural
<b>Felcoop</b>	Fédération française de la coopération fruitière, légumière et horticole
<b>FIBL</b>	Institut de recherche de l'agriculture biologique (Suisse, Allemagne, Autriche, France, Europe)
<b>FNAB</b>	Fédération nationale des producteurs biologiques
<b>FNPF</b>	Fédération nationale des producteurs de fruits
<b>Formabio</b>	Réseau de l'agriculture biologique dans l'enseignement agricole
<b>FranceAgriMer</b>	Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer
<b>GAB</b>	Groupement d'agriculteurs biologiques
<b>GAEC</b>	Groupement agricole d'exploitation en commun
<b>GAL</b>	Groupes d'action locale
<b>GEFeL</b>	Gouvernance économique des fruits et légumes

<b>GIP</b>	Groupement d'intérêt public
<b>GMS</b>	Grandes et moyennes surfaces
<b>GPI</b>	Grand plan d'investissement
<b>GRAB</b>	Groupement régional d'agriculteurs biologiques
<b>GRCETA</b>	Groupement régional des centres d'études techniques agricoles
<b>HACCP</b>	Hazard analysis critical control point
<b>HVE</b>	Haute valeur environnementale
<b>IFOAM</b>	Fédération internationale des mouvements de la bio
<b>INAO</b>	Institut national de l'origine et de la qualité
<b>INRAE (fusion INRA et IRSTEA)</b>	Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement
<b>Interbev</b>	Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes
<b>Interbio</b>	Appellation des associations bio à caractère interprofessionnel dans certaines régions
<b>Intercéréales</b>	Interprofession des céréales
<b>Interfel</b>	Interprofession des fruits et légumes frais
<b>IR</b>	Impôt sur le revenu
<b>IS</b>	Impôt sur les sociétés
<b>ITAB</b>	Institut technique de l'agriculture biologique
<b>LEADER</b>	Liaisons entre actions de développement de l'économie rurale
<b>LEGTA</b>	Lycée d'enseignement général, technologique agricole
<b>Légumes de France</b>	Fédération nationale des producteurs de légumes
<b>MAA</b>	Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
<b>MAB</b>	Aide au maintien de l'agriculture biologique
<b>MAEC</b>	Mesures agro-environnementales et climatiques
<b>OC</b>	Organismes certificateurs
<b>OGM</b>	Organisme génétiquement modifié
<b>ONG</b>	Organisations non gouvernementales
<b>Terres Univia</b>	Interprofession des huiles et protéines végétales
<b>PAC</b>	Politique agricole commune
<b>PAT</b>	Projet alimentaire territorial
<b>PDR</b>	Programmes de développement ruraux
<b>PDRR</b>	Programmes de développement rural régionaux
<b>PETR</b>	Pôle d'équilibre territorial et rural

<b>PGC-FLS</b>	Produits de grande consommation - Frais libre service
<b>PIA</b>	Programme d'investissements d'avenir
<b>PLV</b>	Promotion sur lieu de vente
<b>PME</b>	Petites et moyennes entreprises
<b>PNA</b>	Plan national d'alimentation
<b>PNAN</b>	Plan national d'alimentation et de nutrition
<b>PNNS</b>	Plan national nutrition santé
<b>PNR</b>	Parc naturel régional
<b>REP / REP+</b>	Réseaux d'éducation prioritaire
<b>Restau'Co</b>	Réseau interprofessionnel de la restauration collective, anciennement CCC, comité de coordination des collectivités
<b>RHD</b>	Restauration hors domicile
<b>RMT</b>	Réseau mixte technologique
<b>RNM</b>	Réseau des nouvelles des marchés
<b>SAGE</b>	Schéma d'aménagement et de gestion des eaux
<b>Saveurs Commerce</b>	Fédération nationale des commerces alimentaires spécialisés de proximité
<b>SDAGE</b>	Schémas directeurs d'aménagement et de gestion des eaux
<b>SGPI</b>	Secrétariat général pour l'investissement
<b>SIAGI</b>	Société de caution mutuelle pour les petites entreprises
<b>SIQO</b>	Signes officiels de la qualité et de l'origine
<b>SIVAL</b>	Salon des productions végétales
<b>SNIFL</b>	Syndicat national des importateurs / exportateurs de fruits et légumes
<b>SNRC</b>	Syndicat national de la restauration collective
<b>SRC</b>	Société de restauration collective
<b>Synabio</b>	Réseau entreprises bio agroalimentaires / syndicat national des transformateurs et distributeurs de produits naturels et de culture biologique
<b>TPE</b>	Très petites entreprises
<b>UNCGFL</b>	Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes
<b>VAE</b>	Validation des acquis d'expérience





**La version PDF de ce présent guide est disponible  
en libre accès sur [www.interfel.com](http://www.interfel.com)**

Par ailleurs, une version en ligne  
sera développée prochainement.

Elle permettra :

Une actualisation  
en continu  
du contenu de  
ce guide.

Un  
enrichissement  
des  
informations.

L'accès à de nouveaux  
témoignages de  
professionnels  
engagés en bio.

**Pour suivre les nouvelles mises en ligne,  
connectez-vous régulièrement sur : [www.interfel.com](http://www.interfel.com)**



**ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS**

Interfel - Maison des fruits et légumes - 97-103 boulevard Pereire, 75017 Paris

Tél. : 01 49 49 15 15 - Fax : 01 49 49 15 16 - [www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com) - [www.interfel.com](http://www.interfel.com)

Service Économie et Compétitivité Filière, Direction Accords, Économie et Affaires Publiques.

Coordination du projet : Isabelle Jusserand, en collaboration **avec les membres du Comité Bio d'Interfel.**

Avec Olivier de Carné, Olivier Ayaçguer, Gabrielle Scherrer, Pauline de Jerphanion.

Et : Julie Portier. Relecture : Julie Froucht

Création graphique : Christophe Zemmer, Sur Un Nuage - Crédits photos : Shutterstock, DR. - Impression : Promoprint

# GUIDE DE DÉVELOPPEMENT DES FILIÈRES DE FRUITS ET LÉGUMES BIO



## *Association interprofessionnelle des fruits et légumes frais*

Interfel - Maison des fruits et légumes  
97-103 Bd Pereire - 75017 PARIS - France

Tél : 01 49 49 15 15

Fax : 01 49 49 15 16

Mél : [infos@interfel.com](mailto:infos@interfel.com)

[www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com)

[www.interfel.com](http://www.interfel.com)

