

**CONCOURS EXTERNE DE CONTRÔLEUR
DES FINANCES PUBLIQUES DE DEUXIÈME CLASSE**

ANNÉE 2021

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N° 1

Durée : 3 heures – Coefficient : 4

**Réponse à des questions et /ou cas pratique
à partir d'un dossier composé de documents à caractère économique et financier**

Toute note inférieure à 5/20 est éliminatoire.

Recommandations importantes

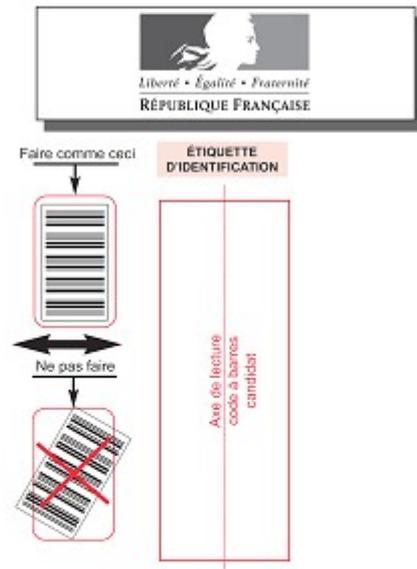
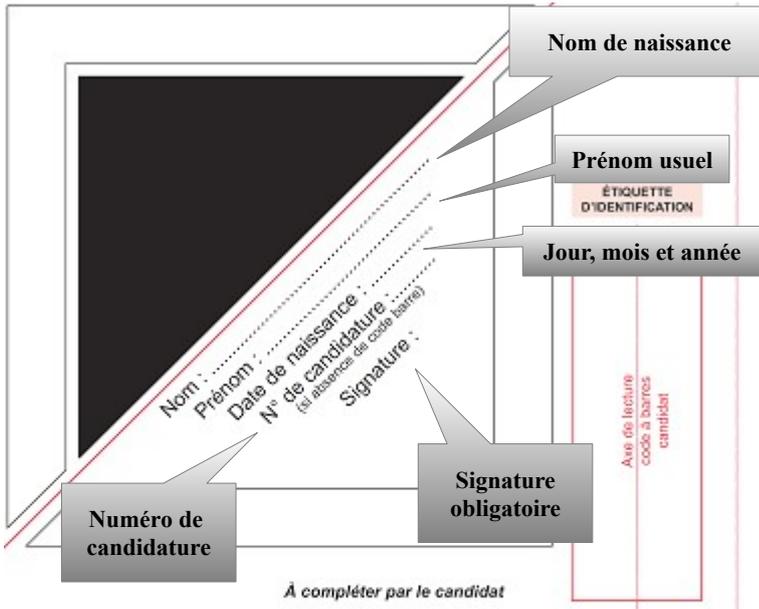
Le candidat trouvera au verso la manière de servir la copie dédiée.

Sous peine d'annulation, en dehors du volet rabattable d'en-tête, les copies doivent être totalement anonymes et ne comporter aucun élément d'identification tels que nom, prénom, signature, paraphe, localisation, initiale, numéro ou toute autre indication, même fictive, étrangère au traitement du sujet.

Sur les copies, les candidats devront écrire et souligner si nécessaire au stylo bille, plume ou feutre de couleur noire ou bleue uniquement. De même, l'utilisation de crayon surligneur est interdite.

Il devra obligatoirement se conformer aux directives données.

Le candidat complétera l'intérieur du volet rabattable des informations demandées et se conformera aux instructions données



Ne rabattre le cache qu'en présence d'un membre de la commission de surveillance

Concours externe - interne - professionnel - ou examen professionnel ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Rayer les mentions inutiles

Externe

Pour l'emploi de : **Contrôleur des Finances publiques**

Épreuve n° : **1**

Matière : **101 – Analyse de dossier**

Date : **3 0 1 1 2 0 2 0**

Nombre d'intercalaires supplémentaires :

Préciser éventuellement le nombre d'intercalaires supplémentaires

RÉSERVÉ À L'ADMINISTRATION

À L'ATTENTION DU CORRECTEUR

Pour remplir ce document :

Utilisez un stylo ou une pointe feutre de couleur **NOIRE** ou **BLEUE**.



Pour porter votre note, cochez les gélules correspondantes.

Reportez la note dans les zones **NOTE / 20** et dans le cadre **A**

En cas d'erreur de codification dans le report des notes cochez la case **erreur** et reportez la note dans le cadre **B**.

À L'ATTENTION DU CANDIDAT

En dehors de la zone d'identification rabattable, les copies doivent être totalement anonymes et ne comporter aucun élément d'identification tel que nom, prénom, signature, paraphe, localisation, initiale, numéro, ou toute autre indication même fictive étrangère au traitement du sujet.

Il est demandé aux candidats d'écrire et de souligner si nécessaire au stylo bille, plume ou feutre, de couleur noire ou bleue uniquement. Une autre couleur pourrait être considérée comme un signe distinctif par le jury, auquel cas la note de zéro serait attribuée. De même, l'utilisation de crayon surligneur est interdite.

Les étiquettes d'identification codes à barres, destinées à permettre à l'administration d'identifier votre copie, ne doivent être détachées et collées dans les deux cadres prévus à cet effet qu'en présence d'un membre de la commission de surveillance.

Suivre les instructions données pour les étiquettes d'identification

Cadre A réservé à la notation				Cadre B réservé à la notation rectificative			
20	19	18		20	19	18	
17	16	15		17	16	15	
14	13	12		14	13	12	
11	10	09		11	10	09	
08	07	06		08	07	06	
05	04	03		05	04	03	
02	01	00		02	01	00	
Décimales				Décimales			
,00	,25	,50	,75	,00	,25	,50	,75
							Erreur

NOTE / 20
| | | |

NOTE / 20
| | | |

EN AUCUN CAS, LE CANDIDAT NE FERMERA LE VOLET RABATTABLE AVANT D'Y AVOIR ÉTÉ AUTORISÉ PAR LA COMMISSION DE SURVEILLANCE



FINANCES PUBLIQUES

SUJET

ANALYSE DE DOSSIER

Les candidates et les candidats peuvent avoir à leur disposition sur la table de concours le matériel d'écriture, une règle, un correcteur et des surligneurs.

À partir des documents joints, vous traiterez les questions suivantes relatives au marché des produits biologiques.

Question 1

Après avoir défini brièvement les caractéristiques réglementaires des produits biologiques en terme de production et de labellisation, vous préciserez les rôles de l'Agence Bio et de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de Répression des Fraudes (DGCCRF) dans le cadre de la filière agriculture biologique.

Question 2

Vous préciserez les facteurs de production, de consommation, et de distribution du marché biologique en France, ainsi que les motivations des consommateurs français de produits biologiques.

Question 3

Vous exposerez, de façon structurée, les principaux freins et les enjeux économiques et environnementaux de l'agriculture biologique française.

Liste des documents

- Document n° 1 Extrait « Deux Français sur trois consomment bio au moins une fois par mois » – Site Le Figaro.fr – 31 octobre 2019 (1 page)
- Document n° 2 Extrait de la fiche pratique de la DGCCRF – Site economie.gouv.fr – Juillet 2018 (1 page)
- Document n° 3 « Un nouveau label bio, local et équitable bientôt testé ? » – Site Le Figaro.fr – 20 juin 2018 (1 page)
- Document n° 4 « Le boom du Bio » – Site economie.gouv.fr (2 pages)
- Document n° 5 Extrait du dossier de presse de l'Agence Bio « Le bio sera-t-il le moteur de la tendance sociétale du « consommer moins mais mieux » ? Consommation, engagements et attentes des Français » – Site agencebio.org – Février 2020 (1 page)
- Document n° 6 « Philosophie ou gourmandise : pourquoi les Français achètent du Bio » – Site Les Echos.fr – 26 février 2020 (2 pages)
- Document n° 7 « L'agriculture biologique française pousse bien » – Site Libération.fr – 4 juin 2019 (2 pages)
- Document n° 8 « Agriculture biologique française : un ancrage dans les territoires et une croissance soutenue – Site du ministère de l'agriculture et de l'alimentation – 23 février 2020 (2 pages)
- Document n° 9 « Les cinq freins au bio » – Site Les Echos.fr – 3 janvier 2020 (3 pages)
- Document n° 10 « Comment la filière bio doit évoluer pour faire face à la demande » – Site Challenges.fr – 12 décembre 2017 (2 pages)
- Document n° 11 « Enjeux et objectifs du nouveau plan Bio » – Extrait du dossier Concertations régionales pour le programme « AMBITION BIO 2017 » Région Provence-Alpes-Côtes d'Azur – Site agriculture.gouv.fr (3 pages)

Le fonds documentaire comporte 20 pages.

Extrait « Deux Français sur trois consomment bio au moins une fois par mois » – Site Le Figaro.fr – 31 octobre 2019

La consommation régulière d'aliments biologiques progresse dans l'Hexagone, avec près de 71 % des Français qui consomment au moins un produit biologique par mois, selon le baromètre de l'Agence bio.

Les produits alimentaires bio s'invitent chaque année un peu plus dans les assiettes des Français. Un salon leur est même dédié, baptisé Marjolaine, qui se tient du 2 au 11 novembre à Paris.

En 2018, le marché des produits alimentaires biologiques représentait 9,3 milliards d'euros, en croissance de 13 % sur un an. Selon le baromètre annuel de l'Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique (Agence Bio) publié en février dernier, 71 % des Français consomment au moins un produit biologique par mois. « La consommation bio s'installe en France. Ce n'est plus un phénomène de mode, c'est un phénomène de société. », souligne le directeur de l'Agence bio, Florent Guhl, lors de la présentation des résultats du baromètre.

Les Français consomment bio pour préserver leur santé

En 2018, ce sont près de neuf Français sur dix qui affirment avoir consommé des produits alimentaires bio. Tandis qu'un tiers des Français consomment des produits bio au moins une fois par mois, seul 12 % des sondés en consomment quotidiennement. Les fruits et légumes, ainsi que les produits laitiers et les œufs restent les trois catégories de produits alimentaires bio les plus consommées. Parmi les adeptes du bio, 69 % affirment en consommer afin de préserver leur santé, et les produits d'origine française sont également privilégiés.

Plus de transparence sur la réglementation des produits BIO

À l'instar des années précédentes, les prix des produits bio représentent le premier frein cité par l'ensemble des Français, et 84 % des sondés estiment qu'une alimentation bio n'est pas abordable. Néanmoins, la majorité des plus jeunes se disent également prêts à mettre la main au portefeuille pour consommer bio. Pour 47 % des 18-24 ans, il est normal de déboursier plus d'argent pour consommer bio au quotidien, alors que 60 % des Français âgés de plus de 35 ans estiment qu'il est anormal de payer plus cher.

Dans l'ensemble, les Français savent bien identifier un produit bio. Mais si 97 % des sondés disent reconnaître le logo AB, seul un consommateur sur deux est capable d'identifier la feuille étoilée verte du logo européen. Par ailleurs, les Français souhaitent plus de transparence concernant les procédés de contrôle et la réglementation des produits bio. Tandis que pour 51 % des sondés, le manque d'informations sur l'origine des produits bio est un problème, 63 % estiment que la réglementation en agriculture bio ainsi que le contrôle des produits restent flous.

Les jeunes se convertissent au bio pour des raisons éthiques

Les jeunes consommateurs, issus de la génération Z, sont les plus demandeurs de produits alimentaires biologiques, et se convertissent à cette alimentation notamment pour des raisons éthiques et sociales. « Les agriculteurs le savent, une nouvelle génération bio est en train d'émerger. Ils n'ont jamais été aussi nombreux à passer au bio », souligne l'Agence bio. Toujours selon l'étude, 27 % des 18-24 ans sont adeptes du bio depuis moins d'un an, contre 17 % de l'ensemble des consommateurs bio. La question du bien être animal se trouve au cœur des préoccupations des jeunes consommateurs, et explique pour 37 % d'entre eux leurs motivations d'achat de produits bio. Sur l'ensemble des autres générations, l'étude souligne que seuls 28 % des Français consomment bio pour des questions de bien-être animal.

(...)

Extrait de la fiche pratique de la DGCCRF – Site economie.gouv.fr – Juillet 2018

L'agriculture biologique constitue un mode de production qui a recours à des pratiques agricoles et d'élevage, soucieuses du respect des équilibres naturels. Ces produits sont soumis à des exigences réglementaires strictes et à des contrôles fréquents. (...)

Elle se définit comme un système de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production recourant à des substances et des produits naturels.

Les exigences réglementaires qui garantissent la qualité biologique des produits sont donc très nombreuses. Une des missions de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de répression des Fraudes (DGCCRF) est de contrôler le respect de ces exigences et d'éviter les fraudes. Cette mission est d'autant plus importante que la consommation de produits issus de l'agriculture biologique connaît une croissance historique.

Quels sont les produits qui peuvent être biologiques ?

L'agriculture biologique ne concerne pas tous les produits. Ainsi, seuls peuvent être issus du mode de production biologique :

- **les produits agricoles non transformés** comme par exemple les céréales, les légumes, les fruits, les fleurs d'ornement, le coton, le lait, les œufs, les animaux ;
- **les produits agricoles transformés destinés à l'alimentation humaine**, tels le pain, les fromages, les plats cuisinés ;
- **les aliments destinés aux animaux**. Par exemple, les tourteaux de soja ;
- **les semences et matériels de reproduction végétative.**

(...)

Quelles obligations pour les opérateurs du bio ?

Tous les opérateurs (producteurs, transformateurs, grossistes, importateurs, etc.) doivent notifier leur activité à l'Agence BIO qui tient à jour un annuaire des professionnels du bio destiné essentiellement aux organismes et autorités de contrôle.

Par ailleurs, tous ces opérateurs doivent passer un contrat avec un organisme certificateur agréé par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), actuellement au nombre de 9, qui contrôlera leur activité.

A quelles conditions un produit peut-il être biologique ?

L'agriculture biologique vise à établir un système de gestion durable de l'agriculture, notamment à travers une amélioration de la qualité du sol, de l'eau, des végétaux et des animaux, un développement de la biodiversité, etc.

Ainsi, il n'est pas permis de recourir aux pesticides et engrais chimiques de synthèse dans le cadre de la production biologique.

Les OGM et produits obtenus à partir d'OGM ou par des OGM sont interdits en production comme en transformation.

Des conditions d'élevage sont également imposées aux agriculteurs afin de garantir le bien-être des animaux (parcours extérieurs, espace suffisant dans les bâtiments agricoles, etc.).

Par ailleurs, les produits transformés ne peuvent contenir que des additifs et auxiliaires technologiques limitativement énumérés.

Des dispositions sont également prévues pour éviter les contaminations : obligation d'une production séparée dans le temps et l'espace pour les productions mixtes (biologique et conventionnelle), espaces dédiés au stockage des produits biologiques, etc.

Les règles d'étiquetage

Seuls les produits contenant au moins 95 % d'ingrédients agricoles certifiés biologiques peuvent comporter les termes « biologique » ou « bio » dans leur dénomination de vente, comme par exemple « purée biologique » ou « compote bio ».

(...)

« Un nouveau label bio, local et équitable bientôt testé ? » – Site Le Figaro.fr – 20 juin 2018

C'est en tout cas une des recommandations du Conseil économique social et environnemental. Un rapport préconise d'expérimenter un nouveau logo attribué aux produits cultivés localement, sans pesticide et de façon équitable.

Un label unique, fiable, compréhensible pourrait être un bon moyen d'aider les Français à mieux orienter leurs achats alimentaires. Aujourd'hui, entre le célèbre logo AB (Agriculture biologique), les cousins AOP et AOC (Appellation d'origine protégée/contrôlée), le label rouge, le STG (Spécialité traditionnelle garantie) ou encore l'IGP (indication géographique protégée), les consommateurs sont parfois perdus par cette jungle des logos. Or les Français sont de plus en plus attentifs à leur alimentation et une grande majorité, 71 %, privilégie les produits locaux, selon le cabinet Natural Marketing Institute. Pour répondre à cette demande, le Conseil économique social et environnemental (CESE) recommande de lancer une expérimentation distinguant les produits agricoles à la fois bio, locaux et équitables.

« Les Français étaient les premiers créateurs en Europe des signes officiels de qualité, dès 1935 avec la première AOC viticole, celle des Côtes du Rhône », explique Dominique Marmier, co-rapporteur du projet au CESE, « donc pourquoi pas lancer une expérimentation en France, qui pourrait à terme s'étendre ? »

Le CESE formule ainsi 18 propositions pour améliorer les cinq signes officiels garantissant l'origine géographique et/ou les modes de production de produits alimentaires. Parmi ces préconisations, le CESE propose d'expérimenter en France la création d'un nouveau sigle, « agriculture biologique locale et équitable ». Le rapport indique que ce nouveau logo reprendra « les caractéristiques agronomiques actuelles de l'agriculture biologique et en y ajoutant des critères de proximité entre les lieux de production, de transformation et de commercialisation, l'analyse du cycle de vie, la haute valeur environnementale et la RSE ».

Par ailleurs, le rapport propose, non pas de supprimer les autres logos « mais de les regrouper dans un même cartouche standardisé pour mieux les distinguer des autres mentions ».

Une harmonisation vers le haut

Le rapport préconise en outre d'harmoniser tous les cahiers des charges par produit et « vers le haut », pour améliorer leur lisibilité. Celui du beurre d'Isigny AOP, qui date de 2017, impose ainsi des contraintes sur les races de vaches laitières, les conditions d'alimentation et d'élevage, quand celui du beurre de Charentes-Poitou AOP, remis à jour en 2016, « ne comporte aucun engagement sur ces aspects pourtant importants », souligne le rapport. Idem pour les huîtres : les cahiers des charges valorisent essentiellement les conditions d'affinage en « claires » mais ne parlent ni de la provenance, ni de son origine (naturelle, triploïde, diploïde issue d'écloserie).

Au total, la France compte quelque 1 100 produits sous signe de qualité représentant un chiffre d'affaires total de 30 milliards d'euros, soit plus d'un tiers de la valeur de la production agricole, selon le rapport. En Europe, début 2018, environ 1 400 produits alimentaires, hors vins et spiritueux, étaient enregistrés en AOP, IGP ou STG par 26 pays de l'UE, 21 % d'entre eux italiens et 18 % français.

Par ailleurs, selon les recommandations du Cese, le label européen du bio, représenté par une feuille verte, resterait présent, et le label historique français AB serait recentré sur l'agriculture biologique de proximité. Pour le bio non européen, le rapport préconise que le futur système européen de labellisation, en cours de réforme, « ne soit pas basé sur des équivalences entre pays, mais sur l'application d'un principe de conformité » assorti de contrôles. « Ceci est d'autant plus important que les Français consomment pour 8,7 milliards de produits bio par an, et ne produisent que pour 4 milliards d'euros, il y a donc beaucoup de produits importés », souligne Dominique Marmier.

L'avis du CESE est uniquement consultatif, mais il pourrait être repris car la loi alimentation est examinée en ce moment au Sénat.

« Le boom du Bio » – Site economie.gouv.fr

Le marché du bio est en pleine expansion. Répondant aux attentes des Français en matière de qualité et de traçabilité, ces produits séduisent une clientèle toujours plus large et s'installent peu à peu dans nos habitudes alimentaires. Chargée du contrôle de la filière, la DGCCRF s'assure chaque année auprès des professionnels que tout est mis en œuvre pour garantir aux consommateurs l'accès à des produits sûrs, de qualité... et véritablement bio.

Selon les données de l'Agence BIO (Agence pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique)¹, le marché français des produits biologiques a connu une croissance historique de 20 % au premier semestre 2016 (par rapport au premier semestre 2015), avec un total des ventes atteignant 6,9 milliards d'euros. Est-ce un effet de la crise qui secoue l'agriculture, obligeant nombre d'exploitants à se reconvertir vers une filière plus porteuse ? Faut-il y voir la conséquence d'une prise de conscience des enjeux écologiques et sanitaires que représente, pour les agriculteurs comme pour les consommateurs, le passage à des pratiques plus attentives à l'environnement ? Une chose est sûre : des champs à nos assiettes, en passant par les magasins, le bio est véritablement entré dans le quotidien des Français.

Le bel appétit des consommateurs pour le bio

Preuve de cet engouement, le pourcentage de personnes consommant des produits bio au moins une fois par mois a doublé en quinze ans, passant de 37 % à 65 %. Plus de 8 Français sur 10 (82 %) achètent aujourd'hui des aliments bio, dont 55 % de manière régulière (ils n'étaient que 33 % en 2003).

Pourquoi un tel succès ? Bien que l'objectif du mode de production biologique soit la préservation de l'environnement et le respect du bien-être animal, les raisons invoquées tiennent tout autant au goût et à la qualité des produits achetés (56 % des personnes interrogées par l'Agence BIO) qu'à la santé (63 %), la protection de l'environnement représentant 58 % des motivations d'achat.

En cohérence avec la progression de la demande, la production bio poursuit son développement : la France compte aujourd'hui 42 000 opérateurs exerçant des activités bio, contre 18 000 en 2007. Les grandes surfaces bio sont également en plein essor : + 17 % par rapport à 2014. Plus de 1,3 million d'hectares de sol français sont désormais cultivés selon ce mode de production, soit 4,9 % du territoire agricole (contre 2 % fin 2007).

Un secteur très contrôlé

Si les Français plébiscitent le bio, malgré des prix de vente moyens souvent plus élevés que ceux des produits concurrents conventionnels, c'est aussi parce que leur production est entourée de nombreuses exigences réglementaires qui garantissent leur qualité biologique. Tous les opérateurs (producteurs, transformateurs, grossistes, importateurs, etc.) doivent notifier leur activité à l'Agence BIO et passer un contrat avec un organisme certificateur qui contrôle leur activité au moins une fois par an.

¹L'Agence Bio est un groupement d'intérêt public qui réunit les ministères chargés de l'agriculture et de l'environnement, l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture et plusieurs fédérations professionnelles.

Particulièrement attentive à la croissance de ce marché propice aux fraudes, la DGCCRF opère des vérifications régulières concernant la présence de résidus de pesticides dans les produits biologiques, le respect des règles relatives à la production biologique par les opérateurs (notamment l'obligation de faire certifier leur activité) et la loyauté des mentions affichées sur les produits (« bio », « biologique » et termes assimilés) qui ne doivent pas induire le consommateur en erreur.

Dans le cadre de son enquête annuelle sur la filière agriculture biologique, plus de 2 300 actions de contrôle ont ainsi été menées en 2015 auprès de 1 008 établissements, choisis à partir d'un ciblage des produits, secteurs et opérateurs contrôlés fondé sur l'analyse de risques. Le taux d'anomalies se rapportant au non-respect de la réglementation relative à l'agriculture biologique (défaut d'adhésion au système de contrôle, absence des mentions obligatoires, usage non conforme du logo AB et/ou du logo communautaire, utilisation de pesticides interdits) s'élève à 14,2 % (14,3 % en 2014, 12,4 % en 2013).

En ce qui concerne la présence de résidus de pesticides, les 230 prélèvements analysés ont mis en évidence neuf produits non conformes, soit un taux de non-conformité de 4 %, en très légère baisse par rapport aux années précédentes (4,7 % en 2014, 4 % en 2013).

La vente en ligne et la panification : deux secteurs à surveiller

Toutes réglementations confondues, l'amont de la filière (production et transformation) représente 37 % des établissements en anomalie et le commerce de détail, 32 %.

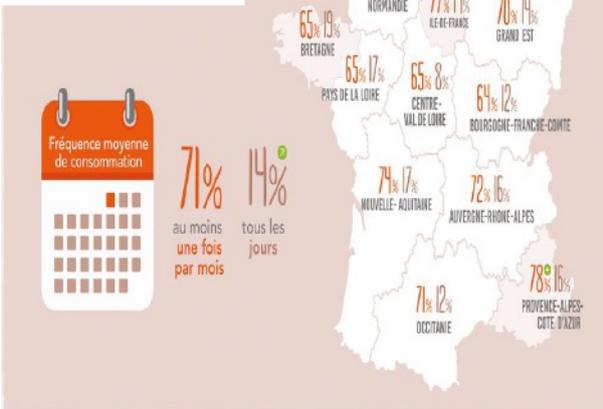
La vente en ligne enregistre pour sa part un taux d'anomalies de 67 %, en hausse de 20 points par rapport à l'année précédente. Les secteurs des services (restauration) et du commerce de détail non alimentaire arrivent en deuxième position avec un taux d'anomalie de 35 %. À surveiller également : le secteur de la panification (minoteries et boulangeries) où les manquements constatés ont été particulièrement nombreux (absences de notification ou de certification, présentation trompeuse de produits, défauts de traçabilité, dénominations mensongères, etc.).

L'enquête a donné lieu à 28 procès-verbaux, 410 avertissements et 32 mesures de police administrative. À noter que seule une partie de ces suites concerne des manquements à la réglementation relative à l'agriculture biologique. Il n'y a donc pas de quoi détourner une clientèle acquise à ce mode de production. On estime, en effet, que le marché des aliments bio devrait peser près de 8 milliards d'euros en 2018 en France, soit 4,2 % du marché alimentaire total (contre 2,5 % en 2013).

Extrait du dossier de presse de l'Agence Bio « Le bio sera-t-il le moteur de la tendance sociétale du « consommer moins mais mieux » ? Consommation, engagements et attentes des Français » – Site agencebio.org – Février 2020

Les Français et le BIO

Des Français consommateurs de bio avec de légères différences régionales



Les principaux freins à la consommation de produits biologiques



« Philosophie ou gourmandise : pourquoi les Français achètent du Bio » – Site Les Echos.fr – 26 février 2020

Le réflexe d'achat s'est installé pour les aliments et progresse pour les produits ménagers ou le textile. Mais des interrogations émergent sur la présence d'emballages plastiques ou la qualité de l'information donnée.

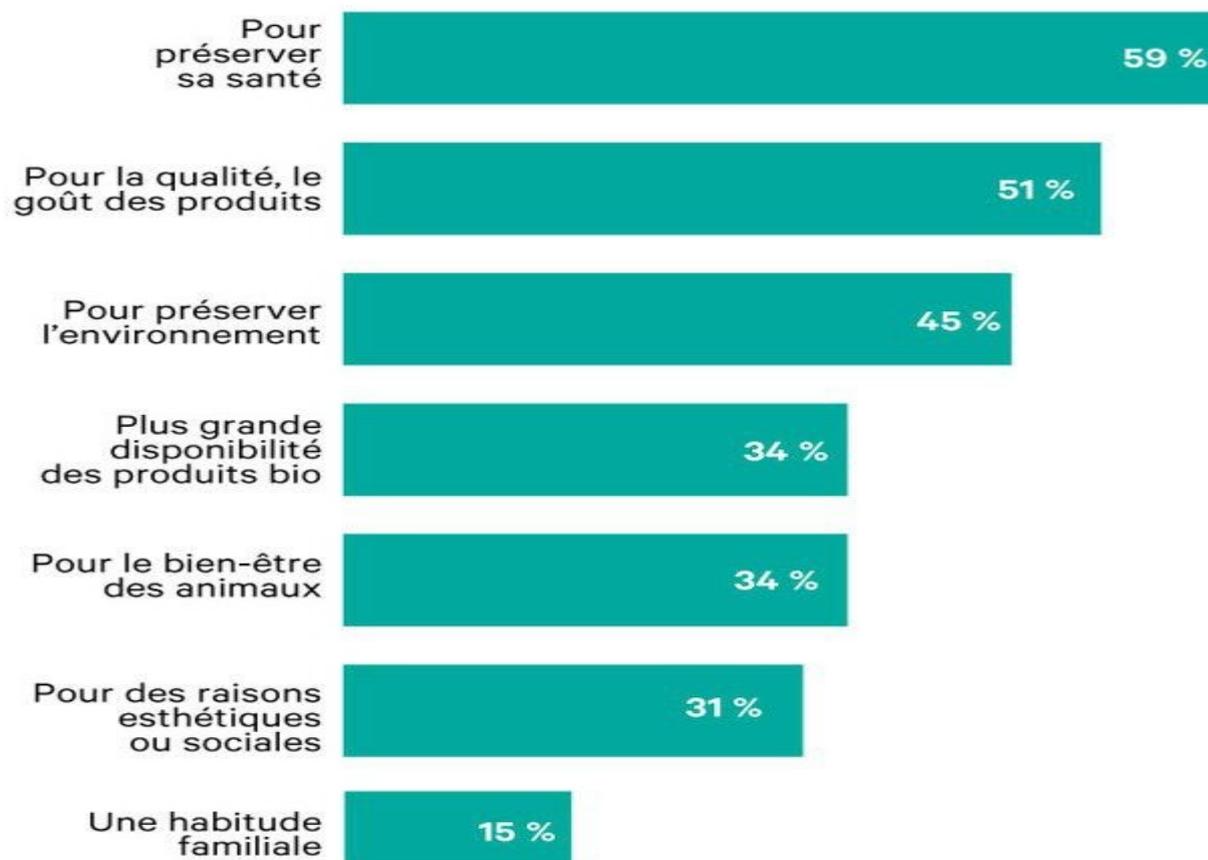
La consommation des aliments bio fait désormais partie du quotidien. 71 % des Français en mangent au moins une fois par mois, un niveau stable depuis deux ans, indique l'étude Spirit Insight pour l'Agence Bio que celle-ci vient de publier. Mais la présence est encore plus forte chez les jeunes générations.

La première motivation des consommateurs, c'est de préserver leur santé. Six personnes sur dix mettent cet argument en avant, les plus de 65 ans y étant encore plus sensibles. Le goût est presque aussi important. Tandis que la préservation de l'environnement arrive en troisième position. Le bien-être animal fait, quant à lui, une percée. Il constitue une raison d'acheter bio pour 34 % des Français contre seulement 28 % l'an dernier.

Les principales raisons de la consommation de produits bio

« Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques »

Base consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1.420



« LES ÉCHOS » / SOURCE : ÉTUDE SPIRIT INSIGHT POUR L'AGENCE BIO (2020)

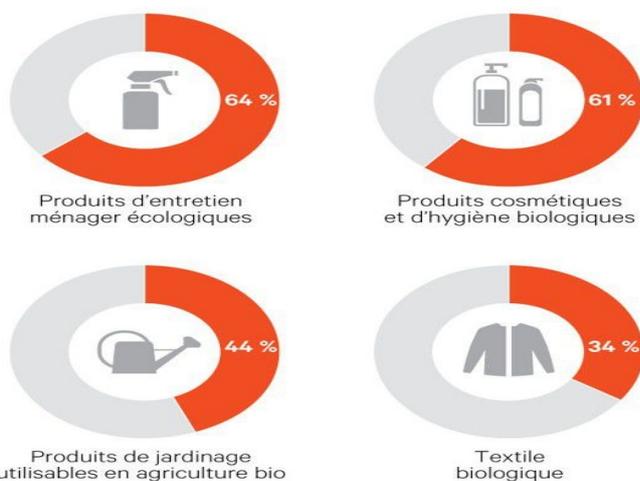
Une palette de profils

Les foyers consommateurs affichent trois profils principaux, selon une étude de Kantar. Près de trois personnes sur dix y voient une philosophie de vie et se fournissent en priorité en magasins bio et diététiques, 27 % trouvent dans ces produits d'abord une réponse à l'envie de bien manger et 15 % d'entre elles font ce type d'achats sans réelle conviction.

Si la consommation progresse, des freins subsistent. Au premier rang figure le sentiment que les prix sont trop élevés, souligne l'étude Spirit Insight pour l'Agence Bio. Les tarifs restent le principal obstacle pour 6 personnes sur 10. Les Français expriment aussi des doutes sur le fait que les produits soient totalement bio.

Les achats de produits bio non alimentaires des Français En 2019

« Au cours de l'année passée, avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté des produits biologiques, autres que des produits alimentaires ? »
Base total Français : 2.000



« LES ÉCHOS » / SOURCE : ÉTUDE SPIRIT INSIGHT POUR L'AGENCE BIO (2020)

Le problème plastique

La présence d'emballages plastiques est vue comme une véritable hérésie par 22 % des acheteurs d'aliments portant l'estampille et gêne 50 % d'autres. Ils sont d'ailleurs plus nombreux qu'avant à indiquer privilégier des produits n'en utilisant pas. Dans une moindre mesure, une partie des personnes interrogées juge que l'offre ne correspond pas aux besoins. La confiance dans l'information fournie sur les produits bio tend, en outre, à baisser, notamment à cause du « greenwashing ».

En 2019, 78 % des Français ont acheté un produit bio non alimentaire. Si les produits ménagers occupent la première place avec 64 % de gens en ayant glissé dans leur panier, ce sont les cosmétiques et références d'hygiène bio qui progressent le plus. Ils gagnent 16 points en deux ans pour atteindre 61 %. Le textile est aussi dynamique. Une personne sur trois s'en est procuré.



Des légumes issus de l'agriculture biologique en vente sur un marché.

En France, l'agriculture biologique a connu en 2018 une « année record », selon l'Agence bio. Elle représente désormais 9,5 % des exploitations du pays, 7,5 % de la surface agricole, 14 % des emplois agricoles et 5 % des achats alimentaires des Français.

Du jamais vu. Si l'agriculture biologique française progresse depuis plusieurs années, elle a connu en 2018 une « *année record* », selon les chiffres de l'Agence bio publiés ce mardi. Avec 5 000 exploitations supplémentaires l'an dernier, note cet organisme public, la France compte désormais 41 600 fermes (soit près de 9,5 % du total) engagées en bio, un mode de production essentiellement caractérisé par l'absence d'engrais et de pesticides pétrochimiques, mais idéalement aussi respectueux de l'environnement et de la biodiversité au sens large, valorisant le lien social, avec une juste rémunération pour l'agriculteur. À l'inverse, seules 3 % des exploitations engagées en bio en 2017 ont abandonné cette voie en 2018.

Le « *cap symbolique* » des deux millions d'hectares cultivés en bio a été franchi en 2018, ce qui correspond à 7,5 % de la surface agricole utile du pays, contre 6,5 % en 2017. « *La production bio française a doublé en cinq ans : c'est la plus forte progression jamais enregistrée* », se félicite l'Agence bio. Dont le directeur, Florent Guhl, estime cette envolée « *en ligne avec l'objectif de parvenir à 15 % de la surface agricole en bio fin 2022* ». La France se situe désormais à la troisième place européenne des surfaces cultivées en bio, derrière l'Espagne et l'Italie.

Comme les années précédentes, près de 60 % des fermes et des surfaces en bio se situent dans quatre régions : Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Auvergne Rhône-Alpes et Pays de la Loire. La hausse des surfaces conduites en bio se maintient ou se renforce dans toutes les régions. En Corse et Centre-Val de Loire, la progression dépasse + 20 %. En Île-de-France, elle franchit même les + 40 %. Dans les territoires d'outre-mer, l'essor est très marqué en Guadeloupe (+ 36 %) et à la Réunion (+ 21 %). Mais c'est la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui consacre le plus de ses surfaces agricoles au bio (25,6 %).

Céréales, vin et fruits et légumes

L'essor du bio « made in France » en 2018 est principalement à mettre au crédit du fort taux de conversion des grandes cultures (céréales, oléagineux, protéagineux et légumes secs). Celles-ci

rattrapent leur retard, avec un bond « *sans précédent* » de 31 % de leur surface en bio par rapport à 2017. Frisant les 514 000 hectares, ces grandes cultures en bio représentent désormais 4,3 % du total des grandes cultures en France, contre seulement 1 % en 2013.

Les vignes bio se sont elles aussi fortement étendues (+ 20 % en un an), pour couvrir 94 020 hectares en 2018, soit 12 % du vignoble. Même franc succès pour les fruits et légumes biologiques, qui ont respectivement vu leurs surfaces progresser de 20 % et 24 % en 2018. Dans l'arboriculture fruitière, les surfaces de fruits à noyau ont progressé de « *façon spectaculaire : + 40 % notamment les prunes pour la transformation et les pêches* ».

La conversion des élevages est elle aussi en plein essor. Les effectifs de poules pondeuses bio ont progressé de 31,3 % entre 2017 et 2018, pour représenter 13,3 % du total du cheptel. Même belle progression pour les truies (+ 20 %), les brebis (+ 20 %), les vaches laitières (+ 14 %) ou les chèvres (+ 15 %). Même si le cheptel de truies en bio, en particulier, reste très restreint, ne représentant que 1,3 % du cheptel total.

Création d'emplois

L'essor spectaculaire du bio concerne aussi les entreprises de transformation de produits bio, « *véritable tissu de PME et de TPE au cœur des territoires*», dont le nombre a augmenté de 12 % en un an et de 49 % en cinq ans, souligne l'Agence bio. Même progression pour les entreprises certifiées pour la distribution de produits bio (+ 41 % en un an) et pour l'importation (+ 30 %). Résultat, le secteur crée des emplois. En 2018, il comptait 155 347 emplois directs à temps plein, soit 18 714 de plus qu'en 2017 (+ 14 %). Depuis 2012, le nombre d'emplois a quasiment doublé. Et le bio concerne désormais 14,3 % des emplois agricoles.

Autre conséquence de cette envolée du bio français : elle permet de contenir les importations, dont la part relative stagne. Comme en 2017, 69 % des produits bio consommés en France sont produits dans le pays. Autrement dit, seule 31 % de la consommation totale de bio était importée en 2018, et même 18 % si l'on exclut les denrées difficilement produites dans l'hexagone, telles que les bananes, le sucre, le café ou l'huile d'olive. Les exportations, elles, se développent, « *même si le produit majeur, le vin bio français, n'a pas connu de progression forte suite à une mauvaise vendange en 2017* », explique l'Agence bio.

Hypers et vente directe

Côté consommation, l'appétit grandissant des consommateurs français se confirme. Le marché du bio a progressé de 15 % en 2018, pour atteindre 9,7 milliards d'euros, soit près de 5 % des achats alimentaires des Français. Il concerne essentiellement les produits d'épicerie, les fruits et légumes, la crèmerie et les boissons alcoolisées. Le poids de la grande distribution se renforce nettement. Elle enregistre désormais 49 % des achats de produits bio des ménages. Une part de marché qui, dicit l'Agence bio, « *résulte du développement, depuis 2017, des linéaires et des gammes bio en marque de distributeur comme en marque nationale* ». Une tendance qui fait craindre à certains des pratiques menaçant la philosophie de « la » bio au sens des pionniers, telles que la production sous serres chauffées, objet actuellement d'un vif débat. Mais face à cela, la vente directe conserve 12 % de parts de marché en 2018 (+ 12,8 %). Et le circuit des artisans et commerçants se porte bien aussi (+ 10,3 %), grâce à « *l'engagement de nombreux boulangers artisanaux* ». De quoi espérer une démocratisation ne rimant pas avec industrialisation.

« Agriculture biologique française : un ancrage dans les territoires et une croissance soutenue – Site du ministère de l’agriculture et de l’alimentation – 23 février 2020

Le Comité national de l'agriculture biologique (CNAB) de l'INAO, l'Institut national de l'origine et de la qualité, s'est réuni ce jeudi 11 juillet 2019. C'est l'occasion de se replonger dans les excellents résultats de la filière bio française pour l'année 2018, chiffres dévoilés par l'Agence Bio le 4 juin dernier.

En France, l'agriculture biologique confirme son dynamisme pour l'année 2018 principalement du côté de la production. Augmentation des terres engagées en bio et de la consommation de produits bio mais également création de nouveaux emplois : la filière enregistre la plus importante croissance depuis six ans. Explications.

Avec une multiplication par deux en cinq ans, la production bio française enregistre sa plus forte progression.

5 000 exploitations supplémentaires ont été certifiées agriculture biologique en 2018. Au total, 41 600 exploitations sont engagées en bio dans toute la France, ce qui représente près de 9,5 % des exploitations. La SAU (surface agricole utile) bio atteint 2 millions d'hectares en 2018, soit 7,5 % de la SAU. Ce qui représente une augmentation de 17 % des terres cultivées en bio par rapport à 2017.

La conversion des élevages est en plein essor, répondant à la forte demande des consommateurs. En 2018, les effectifs de poules pondeuses bio représentent 13,3 % du cheptel national total.

L'Occitanie, l'Auvergne-Rhône-Alpes et la Nouvelle-Aquitaine sont les trois premières régions qui comptent le plus de producteurs engagés en bio en 2018.

Une consommation toujours en hausse

Côté consommation, le marché biologique français continue de se démocratiser. Près de 5 % de la consommation alimentaire des ménages français sont des produits issus de l'agriculture biologique. En 2018, le marché a progressé de 15 % et a atteint 9,7 milliards d'euros.

La consommation de produits bio se développe dans toutes les familles de produits. 69 % des produits bio consommés en France sont produits dans l'hexagone.



Le poids de la grande distribution se renforce dans la vente de produits bio en 2018, pour atteindre 49 % de parts de marché. Les magasins spécialisés bio représentent 34 % des ventes, et la vente directe, 12 %.

La part de produits bio dans la restauration collective enregistre une hausse de 27 % par rapport à 2017, ce qui s'explique notamment par le vote de la loi EGalim.

Ainsi, le marché bio français arrive en seconde place dans l'Union européenne avec 9,7 milliards d'euros.

Le secteur bio représente 14 % de l'emploi agricole, soit une croissance annuelle moyenne de 10,3 % depuis 2012

- 100 300 emplois directs dans les exploitations ;
- 19 900 emplois directs pour la transformation ;
- 32 490 emplois directs pour la distribution ;
- 2 250 emplois directs dans les activités de service.



« Les cinq freins au bio » – Site Les Echos.fr – 3 janvier 2020

Le regard perdu sur son cépage bio de la région lyonnaise, Bérengère Mogé Perras repense aux onze hectares de vigne qu'elle a dû restructurer en espaçant les plants de deux mètres. Les rendements ont baissé et il a fallu engager une personne supplémentaire. « *On a augmenté un peu les prix, mais ça reste abordable* », indique-t-elle, concédant qu'elle se dégage difficilement un salaire. « *Mais on ne peut pas appliquer de tarifs trop élevés pour le consommateur* ». Depuis quelques années, le marché du bio connaît une forte croissance, constituant désormais 5 % des achats alimentaires des Français. Chiffre spectaculaire pour certains, trop modeste pour d'autres. Revue des cinq obstacles qui freinent, encore aujourd'hui, son essor.

Une production coûteuse

Un produit bio est en moyenne deux fois plus cher qu'un autre. Pour le porc, multipliez par quatre. C'est le prix d'un bétail élevé plus longtemps, sur plus d'espace et nourri avec des aliments bio, coûtant « *pratiquement 600 euros la tonne contre 200 euros en conventionnel* », chiffre Etienne Gangneron, éleveur bio depuis 1998 et vice-président de la FNSEA. Dominique Gaillard est, lui, arboriculteur bio dans les Yvelines. En ce jour d'automne, il reçoit sa visite de contrôle annuelle. Dans la chambre froide, il montre deux caisses de poires d'une même variété mais venant de vergers différents, l'un avoisinant un champ non bio. « *Il faut savoir tracer l'origine, ce qui ajoute un peu de travail* », glisse celui qui a également investi dans trois machines pour désherber, bannir le Roundup - le fameux herbicide de Monsanto - et pulvériser de l'argile sur la plante. Montant de la facture : plus de 25 000 euros. Ajoutez l'éclaircissage à la main quand, avant, une seule pulvérisation de produit suffisait. Le moindre rendement - 11 tonnes par hectare pour la poire bio contre 18 tonnes pour la conventionnelle - est compensé par une légère hausse des prix.

Mais le bio n'est pas beaucoup plus coûteux si le consommateur mange mieux. Certains établissements, comme le collège Pierre-Fanlac de Belvès en Dordogne, réussissent déjà à proposer un repas entièrement bio, avec un surcoût de... 10 centimes. La recette : moins de viande et de gaspillage, et la formation des cuisiniers à de nouvelles techniques. En novembre 2018, seuls 4,5 % des produits servis en restauration collective étaient bio, quand la loi française fixe un objectif de 20 % en 2022. Pour accélérer le mouvement, Jean-Louis Rastoin, professeur émérite à SupAgro et membre de l'Académie d'agriculture de France, préconise de baisser la TVA sur l'alimentation durable.

Une distribution peu efficace

Le bio entraîne des surcoûts logistiques. Comme les rendements sont plus faibles, les points de production sont plus nombreux, ce qui implique plus de trajets jusqu'au supermarché. « *Plus ça va se démocratiser, plus il y aura des économies d'échelle, surtout en logistique* », assure Hugues Beyler, chargé des questions agricoles à la Fédération du commerce et de la distribution (FCD), qui représente une trentaine d'enseignes. Les grandes surfaces, où ont lieu plus de 80 % des achats en bio, sont régulièrement attaquées pour leurs marges plus élevées en bio, ce que dément la FCD. Si baisse des prix il y a, elle peut être répercutée sur le producteur, pense-t-elle. « *C'est un risque pour la filière des oeufs* », rétorque le président de l'Agence Bio, Florent Guhl, qui redoute que les éleveurs reviennent à la production conventionnelle, plus rémunératrice.

Des ressources aléatoires

La conversion au bio nécessite plusieurs années de préparation, à la fois psychologique et financière. « *Il ne faut pas passer au bio en comptant sur les subventions* », signale Bérengère Mogé Perras, qui attend encore ses aides pour l'année 2015, suite à un incident informatique de l'État français. Difficile d'estimer combien d'exploitants ont renoncé à se convertir ou ont arrêté le bio pendant la phase délicate de la transition, durant laquelle les produits ne peuvent être vendus au prix du label. Reste l'aide d'associations locales ou celui de la grande distribution, qui peut se proposer d'acheter la production à un prix intermédiaire. Autre déception pour beaucoup : depuis 2018, l'État a stoppé son aide au maintien, qui est désormais au choix des régions. « *Il y a de nombreux échecs parmi les maraîchers, car beaucoup doivent commencer par une petite surface. Alors quand ils ne connaissent pas le milieu et que la récolte est mauvaise, ils arrêtent* », observe Etienne Gangneron. Plus exposés aux aléas de la nature, les exploitants manquent de visibilité, confirme Sophie Danlos, directrice de l'association Fermes d'avenir : « *C'est difficile de leur dire 'si vous appliquez telle recette, vous aurez tel rendement et tel niveau de revenu', car les conditions varient d'une parcelle à l'autre.* » L'exploitant doit donc diversifier ses cultures pour ne pas dépendre d'un seul produit et tester les variétés les plus résistantes. Mais la recherche scientifique a encore beaucoup de chemin à faire, estiment nombre d'observateurs. Quant aux efforts réalisés par les entreprises agrochimiques pour développer des biopesticides (champignons et bactéries), Etienne Gangneron les juge inopérantes : « *Les trois premières années, des commerciaux viennent vous vendre de la poudre de perlimpinpin, mais il n'y a pas grand-chose de très efficace.* » Ce que concède le directeur des affaires agricoles de Bayer, Rémy Courbon : « *Les produits de biocontrôle sont rarement simples d'utilisation, car les conditions varient d'une parcelle à l'autre.* » Et l'Agence Bio reste aussi sceptique sur la viabilité écologique et économique des biopesticides et des OGM en développement : « *Cela instaure une dépendance à l'industrie agrochimique* », signale Florent Guhl, qui mentionne aussi l'impact environnemental incertain. Les produits sont agréés, répond Bayer, qui préfère d'ailleurs le terme « biocontrôle » à « biopesticides » faisant peur au consommateur. C'est là l'autre grand frein au bio : la méfiance du client.

Un bio pas toujours « vert »

En Europe, les surfaces cultivées en bio ont doublé en l'espace de dix ans. En France, presque 10 % des exploitations sont désormais bio. Mais 57 % des fruits restent importés et le tiers depuis un pays extérieur à l'Union européenne, ce qui contrevient à l'esprit environnemental du bio. Au Canada, la proportion de produits bio importés grimpe à 80 % en 2017. Les Etats-Unis, premier importateur mondial de ces produits, s'approvisionnent auprès de plus d'une centaine de pays... Concernant les produits non exotiques, qui pourraient théoriquement être cultivés en France, c'est la capacité technique qui pose question. Dominique Gaillard vend ainsi des fraises non bio car hors-sol, à cause d'un champignon qu'il ne peut éliminer qu'à l'aide d'un gaz destructeur de la couche d'ozone.

L'autre solution est de faire de la rotation de culture pour empêcher le champignon de s'installer, mais cela demande une grande surface. Chaque culture pose ses propres défis : pour être le plus autonome possible comme le veut le bio, une grande exploitation céréalière doit, par exemple, introduire un élevage dont les déjections remplacent les intrants chimiques. Ce qui suppose des infrastructures et d'apprendre le métier d'éleveur - quand l'exploitant agricole en France dépasse généralement la cinquantaine et pratique les mêmes gestes depuis des décennies.

L'opacité des labels

« *Je ne suis pas bio !* » lance fièrement Alain Brumont de son accent ensoleillé. Fier, car pour ce viticulteur du Gers, le bio autorise l'utilisation de cuivre et de soufre, ce que lui refuse. Comme il utilise des molécules de synthèse « *qui n'entrent pas dans le raisin* », il se voit fermer les portes du label. Mais se vante d'utiliser de l'eau de source et non du robinet ainsi que du fumier qu'il fait venir des Pyrénées. L'addition : des bouteilles à 50 euros, qui portent fièrement le label « non bio ». Le logo AB souffre ainsi d'un manque de crédibilité. Surtout quand son propre développement nuit aux valeurs initiales de l'écologique et du local. Dans son plan Ambition bio 2022, l'État encourage par exemple à développer le vin bio... en l'exportant à l'étranger. La demande en fruits a également entraîné des formes de bio « intensif », désormais encadré en France : il n'est plus possible de vendre des produits d'été avant le 1^{er} mai et de chauffer les serres au fioul... Mais une nouvelle star des rayons est arrivée : l'œuf bio, plébiscité par un tiers des acheteurs. Le nombre de cheptels a suivi la demande, quitte à ressembler davantage à des usines à oeufs qu'à de charmantes fermes bucoliques. La densité de 6 poules par mètre carré à l'intérieur des locaux est respectée, mais il y a bien un risque de ternir l'image du bio. Surtout quand le consommateur est de plus en plus regardant sur la traçabilité des produits. La mention « origine UE » n'est autorisée, elle, que pour des produits dont au moins 97 % du poids provient d'ingrédients originaires de l'UE. Quant aux produits non alimentaires, il n'y a toujours pas de règle commune. Les labels que l'on trouve ont chacun leurs critères, dont certains autorisent la présence de produits déconseillés par l'Agence nationale de sécurité du médicament. Avec d'autres membres de l'Académie d'agriculture de France, le professeur de SupAgro appelle à créer un nouveau label et à sensibiliser les écoliers avec des cours pratiques sur l'alimentation. Pour lui, la balle se trouve du côté des politiques, où l'inertie est importante. « *En France, on souffre de l'organisation des ministères en silos : d'un côté celui de l'Agriculture, de l'autre celui de la Santé, alors qu'il faudrait un vrai pilotage transversal.* » Reste le poids des lobbys : « *Les firmes agrochimiques craignent de perdre un marché. Certaines s'adaptent lentement, en passant de pesticides de synthèse à base de pétrole à des biopesticides. Mais avant d'infléchir leurs stratégies en faveur d'une agriculture durable, elles s'emploient à amortir leurs investissements passés.* » Le biocontrôle demande en effet d'investir dans toute la chaîne de valeur, de la R&D aux machines de fermentation en passant par le marketing. Conséquence : Bayer continue d'investir dans des produits conventionnels. Mais, précise Benoît Hartmann, responsable R&D des produits de biocontrôle du groupe, « *avec le meilleur ratio possible entre performance et préservation de l'écosystème* ». Bref, le 100 % bio n'est pas pour demain.

« Comment la filière bio doit évoluer pour faire face à la demande » – Site Challenges.fr – 12 décembre 2017

Troisième marché mondial du bio, la France dispose d'une filière en pleine expansion et dont les entreprises se portent bien. Mais ce secteur va tout de même devoir entamer sa mue pour répondre à la consommation toujours croissante selon la Coface. Au point de devoir revenir sur quelques-uns de ses principes?

De la fourche à la fourchette, le secteur du bio se porte bien en France. Croissance à deux chiffres depuis 2014, troisième marché mondial derrière les États-Unis et l'Allemagne, chiffre d'affaires qui devrait atteindre 8 milliards d'euros en 2017 selon les estimations de la Coface... les faits parlent d'eux-mêmes. D'autant que les entreprises bio sont solides. « Une hausse de 10 % de la part du bio dans une filière conduirait à une baisse de 11 % des défaillances d'entreprises de cette filière » selon Bruno de Moura Fernandes, économiste de cette société d'assurance-crédit et co-auteur, avec Sarah N'Sonde, d'une étude sur la filière du bio en France. Les filières comme la vigne ou les fruits, qui ont une part importante de bio, ont ainsi vu leur nombre de défaillances baisser en moyenne entre 2012 et 2016.

Ce marché du bio est porté par une demande toujours plus forte : 69 % des Français en ont consommé au moins une fois par an en 2016 selon les chiffres de l'Agence Bio et la part de ceux en consommant quotidiennement ou chaque semaine n'a pas cessé d'augmenter depuis 2012. Une consommation forte, un marché florissant, alors pourquoi donc la Coface estime-t-elle que « la mutation du secteur bio semble inévitable »?

La réponse est simple : l'offre française peine à répondre à cette demande. Malgré la hausse des surfaces engagées en agriculture biologique, avec un pic de conversion après la mise en place d'aides par les pouvoirs publics notamment, la part des surfaces bio reste faible en comparaison des autres pays européens. Et pour répondre à la demande française, 29 % des produits bio sont désormais importés. Une importation qui pourrait encore progresser si la filière bio n'évolue pas.

4 facteurs de mutation

« Si le secteur du bio va bien, il doit faire face à des défis » estime Bruno de Moura Fernandes qui pointe quatre facteurs de mutation. Et tout d'abord, la capacité à innover : l'utilisation de nouvelles technologies comme des capteurs (utilisé pour connaître par exemple le taux d'hydratation des plantes) qui permettrait de « compenser certaines vulnérabilités » du bio. La Coface rappelle que les rendements des surfaces en bio sont inférieurs d'environ 20 % aux autres. Deuxième point important selon l'assureur-crédit : la capacité à augmenter les rendements d'échelle : « il y a un besoin d'accroître la taille de la production malgré les craintes des producteurs d'une industrialisation des surfaces » indique notamment l'économiste de la Coface.

Le financement de la filière fait aussi partie des enjeux de mutation du bio : le poids des aides publiques est encore important, bien que l'arrêt des aides au maintien était discuté ces dernières semaines, mais « un financement par le marché nécessite une filière mature » explique Bruno de Moura Fernandes. Les deux hypothèses pour compenser la perte des financements publics seraient d'augmenter les rendements ou d'augmenter les prix. Mais combien les consommateurs seraient-ils prêts à payer en plus ?

Enfin, la structure de la distribution a aussi son importance dans le développement de la filière bio. La grande distribution, très puissante en France, détient 45 % des parts de marché du bio contre 30 % pour la distribution spécialisée. Va-t-on vers un équilibre ou vers une concentration de la grande distribution ? Difficile à dire. « Le risque, ce serait une dépendance vis-à-vis de la grande distribution mais la grande distribution permet aussi de démocratiser le bio » auprès des consommateurs décrit l'économiste de la Coface.

Autant de défis qui attendent la filière et qu'il ne sera pas forcément aisé de concilier avec les principes liés au bio. La Coface qui estime d'ailleurs qu'une « mutation de la filière (...) sera tantôt interprétée comme une adaptation tantôt comme un renoncement à ses principes originels », proximité, faible empreinte carbone, répartition de la valeur entre autres. Une évolution pas si simple.

« Enjeux et objectifs du nouveau plan Bio » – Extrait du dossier Concertations régionales pour le programme « AMBITION BIO 2017 » Région Provence-Alpes-Côtes d’Azur – Site agriculture.gouv.fr

I – ENJEUX ET OBJECTIFS DU PROGRAMME « AMBITION BIO 2017 »

L’agriculture biologique et les produits qui en sont issus représentent un secteur économique porteur et dynamique. Elle a une place légitime au sein de l’agriculture et l’agroalimentaire français, qui sont un moteur de croissance et un atout du redressement productif. Ce mode de production respectueux de l’environnement contribue à la préservation de la qualité de l’eau, au maintien de la fertilité des sols, au développement de la biodiversité, autant d’enjeux majeurs pour l’agriculture d’aujourd’hui. Les fondements de l’agriculture biologique sont traduits en des règles rigoureuses relatives au mode de production et aux contrôles assurant des garanties tant aux consommateurs qu’à l’ensemble des opérateurs de la filière. L’agriculture biologique est une source d’innovation technique et organisationnelle sur le plan de la production agricole, de la transformation et de l’organisation économique. Ces avancées en termes de méthodes alternatives bénéficient à l’ensemble du secteur agricole et agroalimentaire. Elle est facteur de compétitivité.

C’est également un secteur créateur d’emplois, qui sont de plus ancrés sur l’ensemble du territoire. Les exploitations bio génèrent en moyenne plus d’emplois par exploitation que l’ensemble du secteur agricole (de l’ordre de 50 %) et représentent 5 % du temps de travail agricole en 2010. Reflet de la diversité de l’agriculture française, l’agriculture biologique contribue à l’aménagement des territoires et elle offre des perspectives concrètes pour renforcer les liens sociaux entre les agriculteurs et les acteurs de l’agroalimentaire d’une part, et les citoyens et les consommateurs d’autre part.

Selon les données de l’Agence BIO, à la fin de l’année 2011, on comptait plus de 35 000 opérateurs ayant une activité biologique, dont plus de 23 000 exploitations bio (soit 4,6 % des exploitations françaises) valorisant plus de 3,5 % de la SAU française (975000ha), et 12 000 transformateurs et distributeurs. La valeur totale du marché des produits biologiques est estimée à 4 milliards d’euros. Le développement de l’agriculture biologique en France s’amplifie au cours des dernières années : le nombre de producteurs a augmenté de 12 % en 2011 par rapport à 2010, et de 74 % par rapport à 2008. Les surfaces exploitées selon le mode de production biologique ont augmenté de 14 % en 2011. Les surfaces en conversion, représentant 28 % des surfaces bio totales, se sont maintenues en 2011 après une hausse de 80 % en 2010. La barre symbolique d’un million d’hectares de terres en mode biologique a été atteinte au cours du premier semestre 2012.

Néanmoins, le développement de l’agriculture biologique doit également faire face à certains freins potentiels : ralentissement potentiel de la croissance de la demande en produits issus de l’agriculture biologique en conséquence d’un phénomène général non lié à l’agriculture biologique, compétition sur les prix avec les produits issus de l’agriculture conventionnelle, concurrence potentielle entre produits bio et produits locaux, difficultés techniques et économiques rencontrées les premières années par les nouveaux agriculteurs qui se convertissent, ralentissement du rythme des conversions...Par ailleurs, le développement de la production biologique reste contrasté selon les filières et les régions.

L’objectif stratégique de ce programme « Ambition bio 2017 » est de donner un élan supplémentaire au développement de ce secteur. Un premier objectif opérationnel est fixé dans la feuille de route gouvernementale pour la transition écologique ressortant de la conférence environnementale : doubler d’ici fin 2017 par rapport à fin 2012 le pourcentage de surface agricole

utile en agriculture biologique. D'autres objectifs opérationnels, quantitatifs et qualitatifs, seront définis. Ce programme contribuera également au développement du transfert de connaissances et des méthodes de l'agriculture biologique vers les autres modèles de production. En ce sens, elle participe à l'orientation vers de nouveaux modèles de production conciliant efficacité économique et environnementale.

Pour développer ce secteur, le programme « Ambition bio 2017 » devra répondre notamment aux enjeux suivants :

Prendre en compte la diversité :

- des systèmes de production
- des filières
- des produits
- des régions
- des systèmes de distribution

Assurer la cohérence :

- des soutiens publics
- de l'appui technique
- de la recherche-développement

Renforcer et développer les partenariats et développer un esprit d'ouverture :

- entre acteurs publics
- entre acteurs publics et privés
- entre les acteurs des filières
- au niveau interministériel
- entre agriculture biologique et autres modèles de production
- entre acteurs au niveau territorial, y compris en termes de relations sociales.

II – REGARD SYNTHETIQUE SUR L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE AUJOURD'HUI DANS VOTRE REGION

Quelle est votre analyse de la dynamique de développement de l'agriculture biologique dans votre région au cours des dernières années ? Quels sont les facteurs qui ont permis cette dynamique ? Quels sont les principaux freins au développement de l'agriculture biologique dans votre région ?

En 2011, 13 % de la SAU de PACA est en bio. 5 des 6 départements de la région sont classés dans les 10 premiers concernant le taux de SAU Bio.

En particulier, 15 % du vignoble régional est conduit en bio mais le taux d'accroissement des surfaces fléchit de + 25 % en 2010 à + 17 % en 2011.

La dynamique de développement de l'AB s'appuie sur des évolutions nationales, à savoir :

- Une attente sociétale sur préservation de l'environnement
- La sensibilisation des agriculteurs à l'impact des produits phytosanitaires sur leur santé
- Une politique de soutien à l'agriculture bio (soutiens à la conversion)

Se sont ajoutés en PACA un certain nombre de facteurs favorables :

- Les conditions pedo-climatiques sont plus favorables à la production bio en climat méditerranéen, par exemple en viticulture

- Les principales productions de PACA concernent des filières ayant connu au début des années 2000, des situations économiques défavorables qui ont amené les exploitants à changer de mode de production
- La plupart des productions sont commercialisables en circuit court
- La vente directe en circuit court est très développée en région PACA, avec un important bassin de population, une clientèle sensibilisée et ayant un bon pouvoir d'achat
- En fruits et légumes, la présence de deux gros opérateurs spécialisés en bio d'importance nationale, ouvre vers d'autres régions et vers l'export
- La cohérence des réseaux d'appui et l'efficacité de Bio de Provence ont fortement contribué au développement de l'AB.

Au-delà du manque de visibilité à moyen terme sur les aides, le fléchissement s'explique par le fait qu'une partie de la production viticole bio ne trouve pas preneur en vente bio, et est orientée vers le marché du vin conventionnel. La crise viticole du début des années 2000 étant passée, la pression économique à la conversion au bio est moindre.

Frein au développement :

- La situation économique globale donne moins de certitude de débouchés pour un produit plus cher; l'investissement devient plus difficile
- Le manque de visibilité sur les aides à moyen terme
- La moindre demande en particulier en restauration collective (beaucoup de collectivités demandent des produits locaux de qualité, pas forcément AB)
- La concurrence imbattable sur le blé dur de l'Italie du sud
- Les freins techniques sur des productions méditerranéennes, mineures à l'échelle nationale par exemple : utilisation de l'argile dans la lutte contre la mouche de l'olivier
- Sur l'arboriculture, des méthodes ou produits sont autorisés dans d'autres pays d'Europe mais pas en France
- Le manque d'organisation collective pose problème pour changer d'échelle en circuit long, mais également en circuits-court en direction de la restauration collective.

