



Etude ULCA 2020

Entre l'agriculture BIO et l'agriculture régionale, quelles conclusions tirer face à l'urgence climatique ?

Synthèse des conseils à donner aux producteurs et à leurs organisations



4 novembre 2020

Etude réalisée par les techniciens de la chambre d'agriculture de l'Ain, de la chambre d'agriculture Savoie-Mont-Blanc, de Prométerre, d'AgriGenève et de la chambre valaisanne d'agriculture.

Table des matières

Introduction.....	3
Résultats d'études récentes sur les habitudes d'achat alimentaire	4
Sources d'information	4
Evolution dans les habitudes d'achat.....	4
Critères d'achat déterminants ou importants.....	6
Evaluation des produits bio.....	8
Achats des produits bio	9
Sensibilité au prix et à une offre homogène	12
Comportement à l'avenir et effet du (semi-) confinement dû à la Covid	13
Synthèse des principaux résultats.....	14
Enseignements à tirer pour les producteurs de l'arc lémanique et leurs organisations	15
Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande ?.....	15
Quels conseils donner aux producteurs au regard des conditions de production actuelle et futures (réchauffement climatique) ?.....	16
Dans quel secteur de produits bio les producteurs devraient-ils se lancer?	17
Synthèse des interviews des experts bio	19
Conclusion	20
Annexes	21

Rédaction

Prométerre : Geneviève Favre

AgriGenève : Fabien Wegmüller

Chambre valaisanne d'agriculture : Nelly Claezman-Dussex

Chambre Savoie/Mont-Blanc : Claire Bon

Chambre de l'Ain : Claire Baguet

Introduction

La demande des consommateurs est de plus en plus orientée vers les produits bio et le nombre d'exploitations bio est en constante augmentation dans les régions de l'arc lémanique. L'étude 2019, mandatée dans le cadre de l'Union lémanique des chambres d'agriculture (ULCA) a permis de lister une trentaine de questions actuelles autour de la production, de la distribution et de la consommation des produits bio afin de mieux identifier les enjeux de ce mode de production pour les producteurs. En parallèle de cette évolution du bio, le réchauffement climatique et ses conséquences sur la production alimentaire interpelle la profession.

Les cinq chambres d'agriculture de l'ULCA ont décidé de concentrer les travaux 2020 sur la question : « Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande et des conditions de production actuelles et futures ? »

L'évaluation de la demande a été réalisée par une revue de la littérature et par une enquête spécifique au territoire suisse de l'ULCA. Les chambres suisses ont mandaté en avril 2020 un institut de sondage pour avoir des données récentes sur les habitudes d'achat. Les chambres françaises ont analysé le rapport 2020 de l'Agence Bio. Ce travail a permis de répondre à quatre questions soulevées en 2019, à savoir :

- Quelle est la demande en produits bio ?
- Comment le consommateur va-t-il réagir si le bio devient la norme?
- Est-il prêt à y mettre le prix ?
- Sera-t-il satisfait d'une offre homogène au regard de la diversité des profils?

Un élément nouveau en 2020, la pandémie liée au coronavirus, a bouleversé les habitudes d'achat et de consommation. Le comité de l'ULCA a souhaité, dans sa séance de juin, intégrer ce paramètre dans les résultats des travaux 2020.

Les techniciens proposent donc dans ce rapport une synthèse des conseils à donner aux producteurs. Ces conseils se fondent d'une part sur l'analyse d'études et d'enquêtes sur la demande du consommateur et d'autre part sur les dires d'« experts » du bio pour les thèmes qui traitent de l'impact du changement climatique et des perspectives en matière de production et d'évolution du mode de production bio.

Résultats d'études récentes sur les habitudes d'achat alimentaire

Sources d'information

Les résultats ci-dessous se basent sur les enquêtes ou études suivantes :

- Edition 2020 du baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France – Etude Spirit Inside pour l'Agence Bio ; 2000 Français interrogés, avec un échantillon représentatif de la population nationale ;
- « Etude sur le marché bio », mai 2020, MIS-Trend, étude mandatée par Prométerre, AgriGenève et la chambre valaisanne d'agriculture; 817 répondants issus des cantons de Genève, Vaud et Valais ;
- « Le bio en chiffres » 2019, BioSuisse ;
- « Trinkwasser-und Pestizidinitiative » Leitfaden Fokusgruppen, gfs bern, étude mandatée par l'Union suisse des paysans. Enquête téléphonique réalisée auprès de 1000 personnes suisses entre le 5 et le 17 août 2019.

Evolution dans les habitudes d'achat

L'étude sur le marché bio de mai 2020 et l'édition 2020 du baromètre de l'Agence bio en France montrent clairement une évolution dans les habitudes d'achat des produits alimentaires dans les deux pays. Les deux enquêtes montrent qu'au cours des trois dernières années, 60% des personnes affirment avoir changé leurs habitudes d'achat. Ce changement concerne surtout les moins de 34 ans. Les plus de 50 ans sont habituellement plus réfractaires aux changements mais commencent peu à peu à modifier leurs habitudes d'achat.

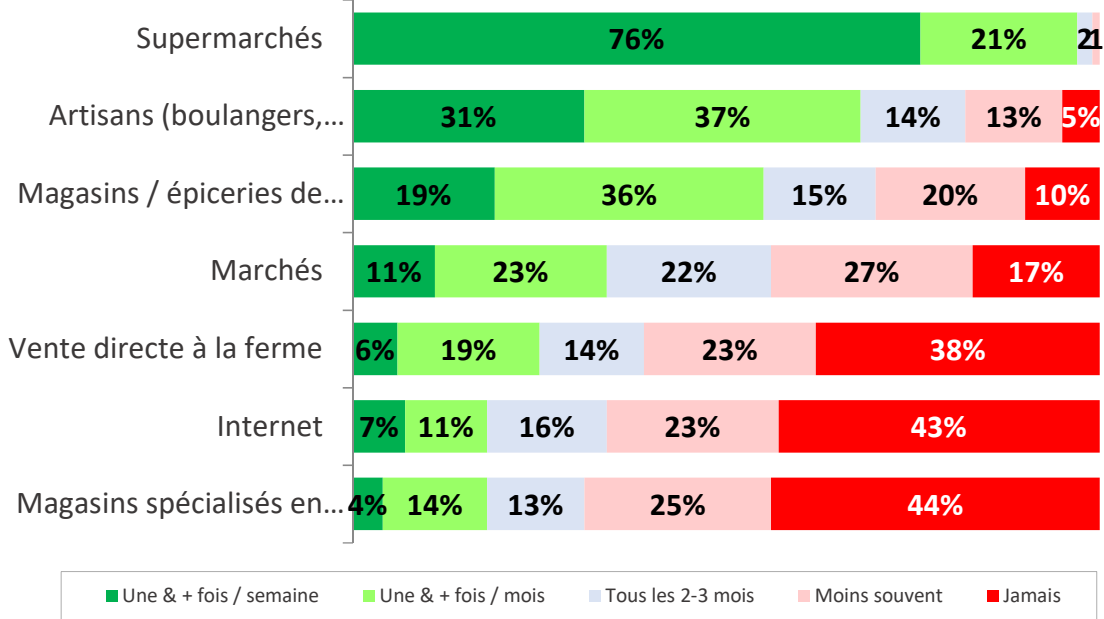
Les changements portent surtout sur la réduction du gaspillage, l'achat de plus de produits locaux ou de saison, la diminution des emballages plastiques et l'achat de davantage de produits bio (48% des sondés suisses). Concernant l'achat de produits bio, la tendance est la même en France, où 43% des personnes interrogées affirment acheter plus de produits bio. La « conversion » au bio est récente car 30% des sondés suisses achètent depuis moins de 2 ans des produits bio de façon régulière.

Dans les considérants, les plus jeunes (moins de 34 ans) sont davantage orientés sur les enjeux environnementaux et l'éthique, les plus âgés (65 ans et +) davantage orientés sur les produits de saison et locaux.

A noter que 80% des Suisses disent toutefois privilégier les produits locaux par rapport à du bio importé.

Concernant les lieux d'achat alimentaires, 76% des sondés vont une à plusieurs fois par semaine dans les supermarchés qui restent les lieux d'achat privilégiés. Les épiceries de quartiers et les marchés arrivent seulement par la suite. On constate aussi un essor de l'achat en ligne : 7% achètent une à plusieurs fois par semaine sur internet

Q3: Quels types de magasins fréquentez-vous et à quelle fréquence ?

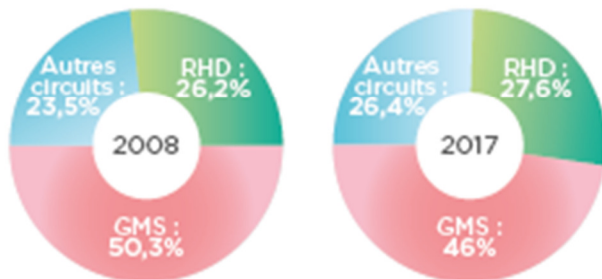


Source : étude suisse MIS Trend, mai 2020

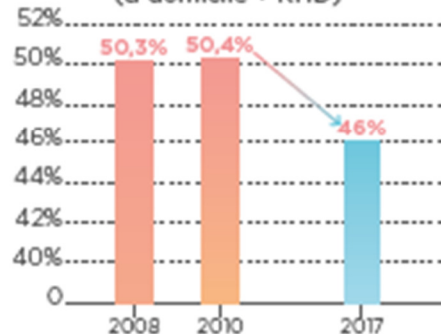
Ces chiffres concernent l'achat des ménages pour la consommation à domicile.

Il est toutefois utile de rappeler la part croissante de consommation hors domicile. En France, plus d'un quart de la consommation alimentaire se fait dans la restauration hors domicile. Il est donc important de prendre en compte également les attentes face à la production des restaurateurs privés et des cuisiniers de la restauration collective, en plus du consommateur privé qui va faire ses courses pour son ménage.

La consommation alimentaire hors domicile se développe de plus en plus : la part de marché des hypers et supers est désormais inférieure à 50%.



Part de marché des hypermarchés, supermarchés et SDPM dans les dépenses alimentaires totales des Français (à domicile + RHD)



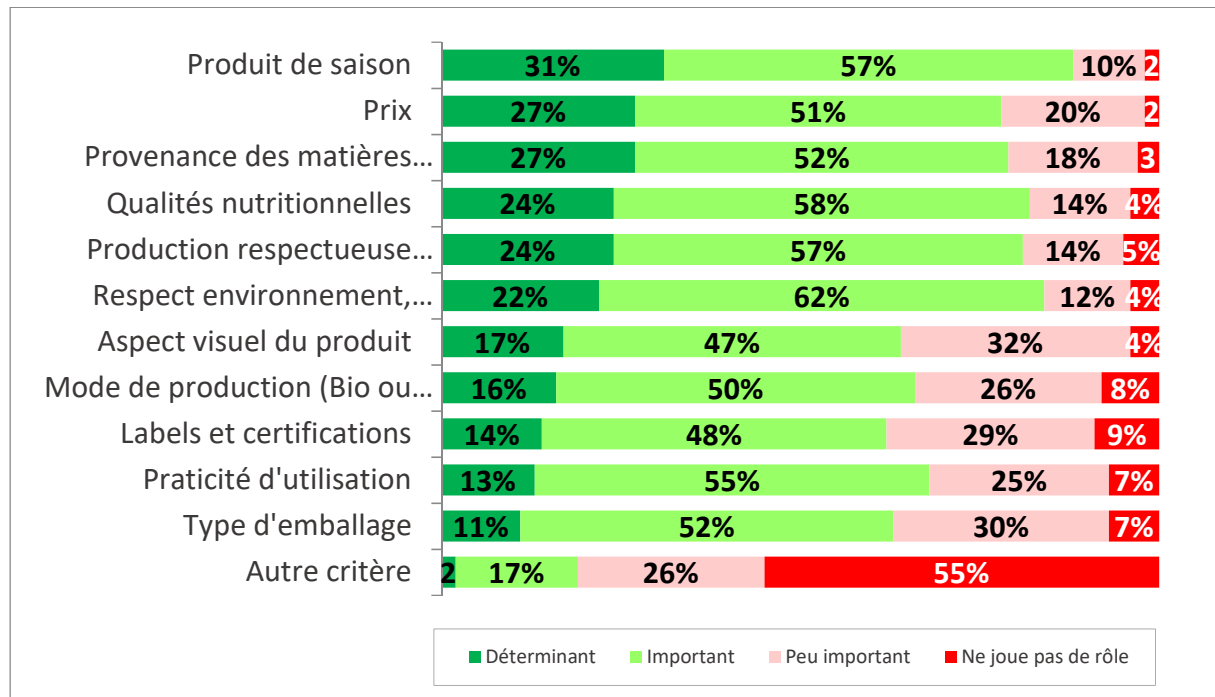
Traitement FCD via données INSEE.

Source : France – Fédération du commerce et de la distribution - 2019

Critères d'achat déterminants ou importants

Le prix et la provenance semblent être les critères d'achat les plus importants, côté suisse et français.

Concernant le prix, 78% des Suisses trouvent que le prix est déterminant ou important. Toutefois, ce n'est que pour 27% des sondés qu'il s'agit du premier critère. Ce résultat corrobore celui de l'enquête de l'Union suisse des paysans qui montre que 21% seulement jugent le prix comme critère important lors de l'achat, alors que 62% disent faire attention en premier lieu à la provenance du produit.



Source : étude suisse MIS Trend, mai 2020

Les Informations Jugées les plus Importantes



Source : OpinionWay pour FoodCamp, 2018.

La qualité devient un critère majeur. Néanmoins, la sensibilité des consommateurs au pouvoir d'achat fait que le prix demeure le critère dominant.

Source : Fédération française du commerce et de la distribution - 2019

Les résultats sont similaires de part et d'autre de la frontière. 84% des Suisses trouvent que le respect de l'environnement est déterminant ou important comme critère de choix et 81% jugent qu'une production respectueuse des animaux est déterminante ou importante. En France, selon un sondage mené par l'ONG CIWF France (Compassion In World Farming) avec l'Ifop (institut d'études opinion et marketing) en 2019, 87 % des Français se disent opposés aux élevages d'animaux en cage et 85 % sont prêts à manger moins souvent de la viande au profit d'une viande plus chère, issue d'élevages plus respectueux du bien-être animal. Ceci montre que ces critères deviennent aussi importants à l'achat pour les Français même si les Suisses y sont peut-être plus attachés.

Commentaires des techniciens :

On constate que sur l'arc lémanique, les habitudes d'achat évoluent vers :

- la recherche d'une alimentation plus durable (produits biologiques plébiscités, moins d'emballages pour les aliments, développement du commerce équitable et local) ;
- un besoin de sécurité et une recherche d'authenticité (produits issus de notre patrimoine culturel, ayant trait à notre enfance) ;
- une recherche de transparence (recherche d'informations sur le produit et les modes de production)
- une diminution de la consommation en protéines animales ;
- une recherche de proximité (géographique et relationnelle).

Les critères « respect de l'environnement » et « production respectueuse des animaux » sont reconnaissables sur les produits à travers les labels et certifications (voire via la provenance si le consommateur sait que le minimum légal (par exemples les règles PER en Suisse) prend déjà en compte ces éléments). Or seuls 62% des sondés suisses jugent les labels comme critère important lors de leur acte d'achat et il ne s'agit du premier critère d'importance dans l'acte d'achat que pour 4% des sondés. Les bonnes intentions ne se traduisent donc pas toujours dans l'acte d'achat.

Evaluation des produits bio

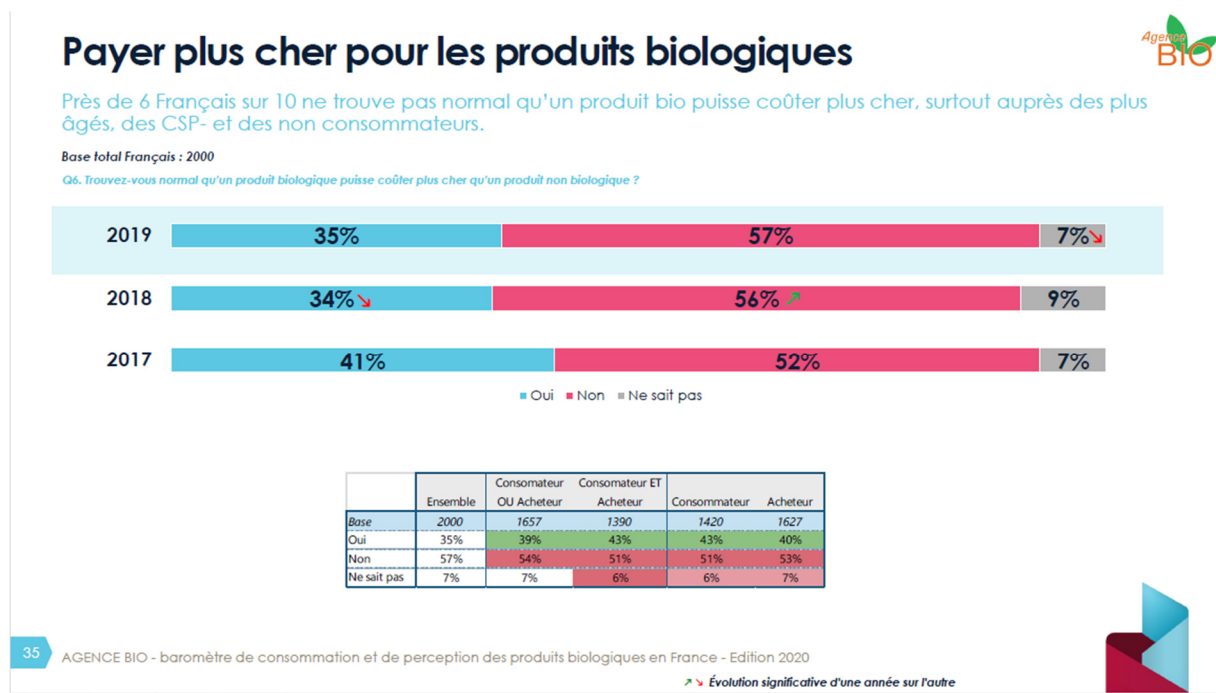
Que ce soit en France ou en Suisse, on retrouve ce lien fort entre produit bio et préservation ou respect de l'environnement, ainsi qu'un lien fort entre produit bio et bénéfice pour la santé humaine.

87% des français sont d'accord avec le fait que l'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement et favorise la biodiversité. La perception des produits biologiques est très positive (caractère plus naturel, bénéfiques pour la santé).

Pour la Suisse, 85% des sondés trouvent que les produits bio contribuent à préserver l'environnement. 77% pensent qu'ils sont meilleurs pour la santé. 65% pensent que les produits bio contribuent à protéger le bien-être animal.

77% des sondés suisses par contre trouvent que les produits bio sont trop chers. Mais 60% comprennent qu'un produit bio puisse être plus cher qu'un non-bio.

En France, cette différence de prix n'est pas comprise : 57% ne comprennent pas pourquoi c'est plus cher.



Source : Agence BIO, édition 2020

Les connaissances sur la signification d'un mode de production bio sont lacunaires. En Suisse, 58% pensent que les produits poussent sans engrais et 67 % pensent que les produits ne reçoivent aucun traitement contre les maladies. 49% sont par contre conscients que bio n'est pas garant d'un meilleur revenu pour les agriculteurs. Par contre 34% pensent que le bio est gage de meilleure rémunération des producteurs.

Pour 83% des Français, la présence du logo AB (agriculture biologique) est très ou plutôt importante dans les critères d'achat mais plus de la moitié déclarent ne pas avoir assez d'information concernant la réglementation en agriculture biologique et les contrôles.

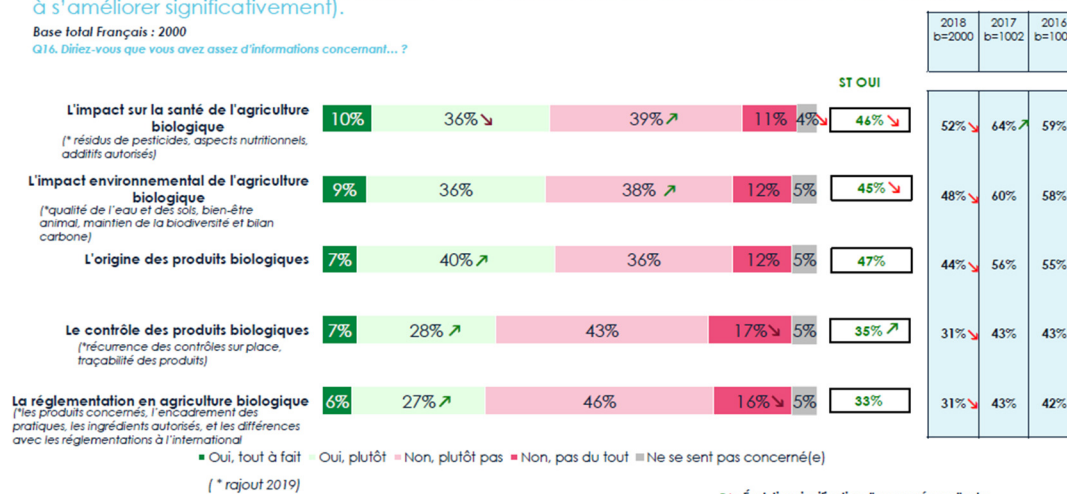
Information détaillée du public



Plus de la moitié des Français déclarent ne pas avoir assez d'informations et tout particulièrement concernant la réglementation en agriculture biologique et le contrôle des produits bio (même si cette dernière dimension tend à s'améliorer significativement).

Base total Français : 2000

Q16. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?



53

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020



Source : Agence BIO, édition 2020

Achats des produits bio

41% des sondés suisses tiennent compte de la notion de « bio » dans leur acte d'achat. 9% en tiennent compte systématiquement et 33% régulièrement. Seuls 16% n'en tiennent jamais compte.

74% des sondés suisses en achètent au moins une fois par mois. **43% en achète une à plusieurs fois par semaine. Cela corrobore les résultats « Bio suisse 2019 », où un Suisse sur deux déclare consommer tous les jours ou plusieurs fois par semaine des produits bio.**

On retrouve des tendances similaires en France : 9 français sur 10 consomment des produits biologiques dont 71% au moins une fois par mois.

Les produits biologiques sont donc inscrits dans le quotidien des français et des suisses.

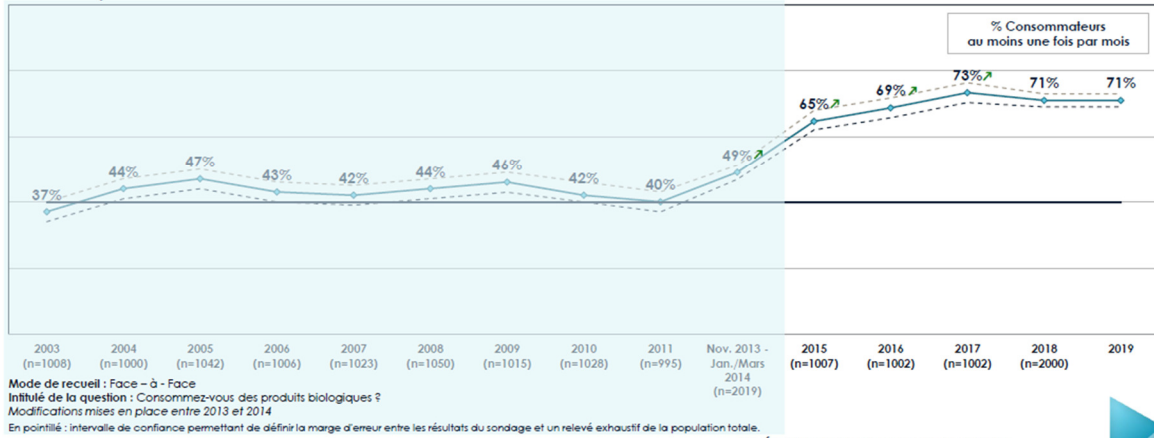
Si on regarde les consommateurs réguliers, on constate une surreprésentation des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) et les 25-34 ans. A noter aussi que l'achat de produits bio hors alimentaire est en progression.

Evolution de la part de consommateurs de produits biologiques



Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Base total Français : 2000



11 AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

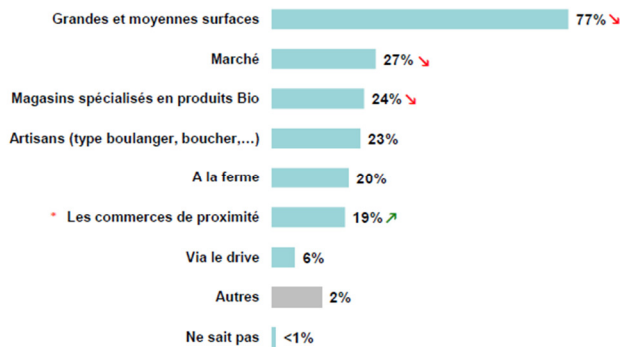
Source : Agence BIO, édition 2020

91% des Suisses les achètent dans les supermarchés. En France 71% des sondés les achètent dans les grandes surfaces. A noter qu'en France, l'achat de produits bio chez les artisans (bouchers et boulangers) s'est bien développé alors qu'en Suisse, l'on trouve très rarement du pain ou de la viande bio chez le boulanger ou le boucher, alors que 67% des sondés suisses affirment fréquenter ces lieux au moins une fois par mois (31% toutes les semaines).

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1420

Q36. Où achetez-vous principalement ce(s) produit(s) biologique(s) ?

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :



	2018 b=1417	2017 b=733	2016 b=688	2015 b=651
81%	79%	78%	81%	
31%	32%	28%	33%	
31%	30%	31%	29%	
26%	26%	26%	21%	
22%	19%	18%	23%	
/	/	/	/	
7%	9%	8%	5%	
15%	15%	15%	12%	
2%	<1%	5%	2%	

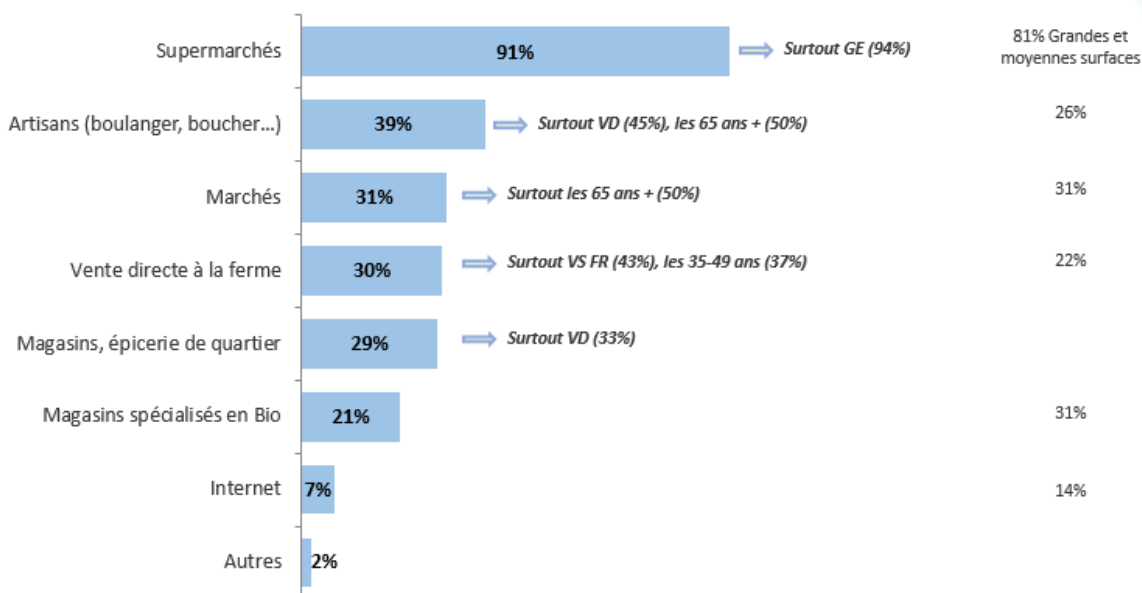
AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

Source : Agence BIO, édition 2020

Lieu d'achat des produits Bio

48

Pour comparaison:
Baromètre de consommation et de perception des produits
Biologiques en France 2018 / Agence Bio (b:1'417 conso mensuels)



Q21: Où achetez-vous ces produits Bio ?
Base totale : 798 répondants qui achètent des produits Bio

M. I. S
 TREND
 © Mai 2020

Source : étude suisse MIS Trend, mai 2020

Commentaires des techniciens

Si l'on constate une forte augmentation de la consommation des produits bio, la majorité sont aujourd'hui achetés en supermarchés. L'étude ULCA 2019 a montré les marges que prennent les grands distributeurs sur les produits bio. 34% des sondés suisses pensent que le fait d'acheter bio garantit une meilleure rémunération des producteurs. Pourtant, la répartition équitable de la valeur ajoutée le long de la filière reste un combat quotidien pour les agriculteurs et leurs organisations. Un autre élément indique que l'acte d'achat ne favorise pas dans tous les cas les agriculteurs bio et locaux: nous n'avons pas trouvé d'études ni de statistiques montrant la part de produits importés dans la part des produits bio achetés par les ménages.

Dans les grandes surfaces, que ce soit en France ou en Suisse, les produits bio proviennent parfois de l'importation. La Suisse ne diffuse pas de statistiques des importations réalisées dans l'UE, mais l'on sait que le sucre et une bonne partie des céréales proviennent d'Allemagne. Les grandes surfaces jouent sur l'argument « élaboré ou transformé en Suisse/France » et sur l'aspect graphique des emballages (couleur verte) sans mettre en avant la provenance de la matière première ce qui peut brouiller le consommateur.

Sensibilité au prix et à une offre homogène

Ce chapitre vise à répondre à la question « comment le consommateur va-t-il réagir si le bio devient la norme? ». Est-il prêt à y mettre le prix et sera-t-il satisfait d'une offre homogène? Elle intéresse en particulier les Suisses, en vue des prochaines votations sur les initiatives « Pour une Suisse libre de pesticides de synthèse » et « Eau propre ».

Vu que le prix reste le critère d'achat numéro 1, si le prix du bio reste au niveau 2020, niveau que 71% des consommateurs trouvent trop cher, l'on peut en déduire que les consommateurs vont s'orienter sur des produits moins chers. Si la totalité des produits indigènes est bio, les produits moins chers seront des produits importés.

Les enquêtes ne donnent pas d'informations sur la sensibilité à une offre homogène, c'est-à-dire si cela posera un problème si on ne trouve à l'avenir que des aliments suisses/français produits selon le mode de production bio. Vu que seuls 16% n'achètent jamais bio, l'on peut en déduire que cela ne posera pas de problèmes pour les consommateurs.

Commentaire des techniciens

- Si le bio devient la norme, cela posera un problème de disponibilité de produits car comme il faut plus de surfaces pour produire en bio et que les rendements peuvent être plus faibles, les quantités de denrées produites localement (tout mode de production confondu) seront moindres qu'actuellement. Certaines productions, encore trop risquées techniquement, seraient abandonnées. Le taux d'auto-approvisionnement et la palette des produits indigènes seront réduits et cela pourrait poser un problème éthique ou écologique au consommateur car 80% des suisses disent privilégier les produits locaux aux produits bio importés.
- Le comportement du consommateur diffère en vente directe et en supermarché. Pour beaucoup, en vente directe, c'est un achat plaisir, alors que dans la grande distribution, ce sont des achats de nécessité (produits de base) qui sont effectués. Les producteurs peuvent jouer sur cette différence à condition de mettre l'accent sur l'accueil du client (prendre du temps pour informer, créer une ambiance agréable dans le magasin, etc.). Dans les grandes surfaces et dans l'empressement de faire ses courses, la réaction du client est souvent binaire (bio ou non-bio) d'autant plus que certaines grandes surfaces mettent très en évidence le logo Bio sur le produit (taille, graphisme, couleur), comme le montre la photo de couverture du rapport. Développer des points de vente, où l'on retrouve autant des produits plaisir que des produits de consommation de base (pâtes, riz, légumes) peut être une solution pour les producteurs.
- Que se passera-t-il si le bio devient standard ? En Suisse, les producteurs vont probablement s'orienter vers d'autres labels encore plus restrictifs (ex biodynamie) pour se distinguer et maintenir des prix. En France, il y aura probablement une segmentation croissante parmi les produits. Les aspects nutritionnels, tels que le « sans lactose » ou « sans gluten » prennent de l'importance. Le label HVE¹ (haute valeur environnementale) se développe. On trouve par exemple du pain HVE dans les grandes surfaces. Certains produits affichent également leur neutralité carbone. La réaction des transformateurs et des grands distributeurs par rapport à ces « nouveaux » labels sera à observer car ce sont eux qui ont les parts de marché et les moyens d'allouer un budget communication pour orienter les choix du consommateur. Que vont-ils mettre en avant? Le mode de production, la

¹ La Haute valeur environnementale (HVE) garantit que les pratiques agricoles utilisées sur l'ensemble d'une exploitation préservent l'écosystème naturel et réduisent au minimum la pression sur l'environnement (sol, eau, air, paysage...). Il s'agit d'une mention valorisante, prévue par le code rural et celui de la pêche maritime, au même titre que « produit de montagne » ou encore « produit à la ferme ».

provenance, les aspects nutritionnels (taux de matières grasses, de sel, absence de lactose, de gluten, etc.), la neutralité carbone, l'impact environnemental ou un mélange de tous ces critères ?

Comportement à l'avenir et effet du (semi-) confinement dû à la Covid

La tendance bio va-t-elle perdurer ? Voici les résultats de l'enquête suisse :

- 43% des sondés se disent prêts à augmenter leur budget pour acheter plus bio ou suisse ;
- 40% seraient prêts à privilégier un produit bio par rapport à un non bio, même s'il est plus cher ;
- 29% pensent augmenter la quantité de produits bio achetée ces prochaines années ;
- Par contre, quand il est question de modifier ses lieux d'achats, seuls 27% sont affirmatifs ;
- Côté Français, 70% projettent de maintenir leur consommation de produits biologiques dans les 6 prochains mois.

Entre intentions et actes réels, il y a souvent un fossé. L'année 2020 fut un test grandeur nature. En effet, la période de (semi-) confinement due à la Covid 19 a changé les habitudes d'achat en faveur de l'achat local. Les consommateurs se sont massivement tournés vers les marchés à la ferme et les offres de vente en ligne et de livraison à domicile. Cette tendance a-t-elle perduré dans les mois qui suivirent ?

Les chambres d'agriculture ont enquêté entre le 15 et le 30 septembre 2020 auprès de producteurs qui sont depuis plusieurs années installés en vente directe. Les résultats sont très variables d'une exploitation à l'autre². De manière générale, les ventes qui avaient augmenté durant le confinement ont baissé avec le déconfinement mais avec des proportions variables en fonction de l'offre proposée et de la situation du point de vente. Les prestataires situés dans les régions touristiques ont pu profiter du fait que les gens voyageaient moins loin durant l'été alors que les prestataires proches de la frontière côté Suisse ont vu leurs ventes chuter drastiquement du jour au lendemain, lors de l'ouverture de cette dernière. Les prestataires proposant une large palette de produits ont eu plus de facilité à fidéliser leur clientèle (entre 5 à 10% des nouveaux clients sont restés fidèles en septembre). Selon certains producteurs vaudois et valaisans, une prise de conscience de l'importance du local a été réalisée, dans les jeunes générations notamment. Les modes de paiements ont également évolué et perduré en faveur du paiement numérique (utilisation de l'application Twint par exemple).

Plusieurs études traitant de l'effet du confinement sur les habitudes d'achat et de consommation ont été publiées cet été.

- L'Office fédéral de l'agriculture a établi un rapport spécial « mois d'avril » ainsi qu'une analyse de la vente des produits bio durant la période Covid
<https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/markt/marktbeobachtung.html>
- Le canton de Genève a mené une enquête (Enquête COVID – OCAN, Juin-juillet 2020)
- La chambre de l'Ain également (Enquête « Vente et consommation des produits fermiers pendant et après le confinement », réalisée du 20 juillet au 25 août 2020)

Ces enquêtes confirment les tendances citées ci-dessus.

² Les résultats individuels sont disponibles auprès des techniciens des chambres.

Synthèse des principaux résultats

Les résultats sont très similaires de chaque côté de la frontière donc les affirmations ci-dessous valent pour les deux pays, à quelques différences de pourcentage près.

1. Au cours des trois dernières années, 60% des personnes affirment avoir changé leurs habitudes d'achat. Surtout les moins de 34 ans.
2. La modification concerne l'achat de davantage de produits bio (48% des sondés suisses). La tendance est la même en France, où 43% affirment acheter plus de produits bio.
3. 80% des Suisses disent privilégier les produits locaux par rapport à du bio importé.
4. Le prix et la provenance semblent être les critères les plus importants, côté suisse et français.
5. 77% des sondés par contre trouvent que les produits bio sont trop chers. Si à l'avenir les produits indigènes sont tous bio et que leur prix reste au niveau 2020, l'on peut en déduire que les consommateurs vont s'orienter sur des produits importés.
6. 60% des sondés suisses comprennent qu'un produit bio puisse être plus cher qu'un non-bio.
7. En France, cette différence de prix n'est pas comprise et c'est l'inverse. 57% ne comprennent pas pourquoi c'est plus cher.
8. Les connaissances sur la signification d'un mode de production bio sont lacunaires.
9. Plus de la moitié des français déclarent ne pas avoir assez d'information concernant la réglementation en agriculture biologique et les contrôles.
10. 41% des sondés suisses achètent des produits bio systématiquement (9%) ou principalement (33%);
11. 43% des sondés suisses en achètent une à plusieurs fois par semaine. Cela corrobore les résultats de Bio suisse 2019, où un Suisse sur deux déclare consommer tous les jours ou plusieurs fois par semaine des produits bio.
12. 91% les achètent dans les supermarchés. En France 71% des sondés les achètent dans les grandes surfaces.
13. Quand il est question de modifier ses lieux d'achats (dans l'optique de pouvoir acheter bio), seuls 27% des suisses sont affirmatifs.

Enseignements à tirer pour les producteurs de l'arc lémanique et leurs organisations

Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande ?

L'on voit que les consommateurs sont prêts à acheter bio mais pas à n'importe quel prix. Se convertir techniquement au bio n'est donc pas suffisant. Il faut avant tout réfléchir à un modèle commercial qui permet de capter la valeur ajoutée issue de la vente des produits.

Pour cela, il faut distinguer deux situations : le producteur qui fait de la vente directe de celui qui vend sa production à un grossiste. Le premier aura a priori plus de facilité pour tirer de la valeur ajoutée car il a le contact direct avec le consommateur et peut mettre en avant la provenance, expliquer la formation du prix et les modes de production. Il peut aussi créer une ambiance qui lui correspond, recréer le loisir et le plaisir dans l'acte d'achat. Mais tout cela a un coût et il faut bien calculer la rentabilité d'une telle démarche.

Le chiffre d'affaires issu de la vente directe de produits bio ne représentant que 5,2% du chiffre d'affaire total réalisé sur la vente de produits bio, la question de la rémunération des producteurs engagés dans les filières longues est d'actualité. Des modèles type « c'est qui le patron », « lait équitable » ou encore « Bio Weide Beef » sont développés des deux côtés de la frontière mais restent encore marginaux par rapport à la grande majorité des produits agricoles vendus dans les grandes surfaces.

Ci-dessous sont listés quelques conseils par rapport aux résultats des études précédemment présentées. Ces conseils sont déjà en partie diffusés dans les diverses prestations de conseil en commercialisation des chambres d'agriculture et ne s'appliquent pas uniquement aux produits bio.

Evolution dans les habitudes d'achat	Conseils aux producteurs
Les consommateurs évitent le gaspillage et diminuent l'utilisation des emballages plastiques	Pour les producteurs qui sont en contact direct avec le consommateur : <ul style="list-style-type: none">• Oser proposer des produits non normés et en vrac• Réfléchir à un emballage écologique
Les consommateurs disent acheter plus de produits locaux et de saison	Pour les producteurs qui sont en contact direct avec le consommateur : <ul style="list-style-type: none">• Informer sur la saisonnalité des produits et expliquer les implications de cultiver des produits hors saison (serres chauffées, transports depuis l'étranger, etc.)• Pour les organisations de producteurs : Se manifester auprès de la grande distribution pour faire ressortir

	<p>clairement la provenance en plus du mode de production. Entamer des démarches type « c'est qui le patron ».</p>
<p>Les moins de 35 ans sont sensibles au bio. Les consommateurs disent acheter davantage de produits bio et 29% pensent encore augmenter leur consommation. Les producteurs en vente directe doivent de plus en plus se justifier et répondre à la question « pourquoi vous n'êtes pas en bio ? ».</p>	<p>L'analyse d'un éventuel passage au bio doit se faire au cas par cas, en fonction des possibilités de vente et des canaux de vente existants. Ensuite en fonction des contraintes techniques et des investissements nécessaires.</p> <p>Le sondage suisse a montré que 80% des gens préfèrent, à prix égal, acheter un produit local plutôt que du bio importé. Prendre le temps d'informer et communiquer sur les méthodes de production, la formation des prix et la provenance des produits.</p>
<p>L'achat dans les supermarchés reste majoritaire</p>	<p>Proposer une palette de produits assez large pour que le consommateur n'ait pas à faire 5 magasins de producteurs différents pour trouver les produits qu'il recherche.</p>
<p>Le prix vient en 1^{ère} voire 2^{ème} position</p> <p>Le prix bio est trop cher pour 70% des consommateurs</p>	<p>Expliquer la formation du prix, avec des démarches type « c'est qui le patron ».</p> <p>Organisations agricoles : développer des calculateurs qui modélisent le prix obtenu en fonction du cahier des charges suivi. Cela existe déjà en France.</p>

Quels conseils donner aux producteurs au regard des conditions de production actuelle et futures (réchauffement climatique) ?

Pour répondre à cette question, les techniciens ont réalisé 5 interviews d'experts³ techniques en agriculture biologique : Jean-Yves Clavien, président de BioValais, Gérald Huber, conseiller chez Prométerre, Sacha Riondel, secrétaire de BIO-Genève, Claire Baguet, conseillère dans l'Ain et Marie-Jo Dumas, conseillère à la chambre Savoie Mont-Blanc.

Il ressort que la production bio permet en général une plus grande diversité au sein des exploitations (plus de cultures différentes, rotations plus longues...), une recherche de plus d'autonomie dans une majorité de situations ce qui fait que les systèmes sont souvent plus résilients. Elle permet d'envisager

³ Disponibles dans les annexes

une adaptation plus facile de ces exploitations au réchauffement climatique car elles ont déjà eu cette démarche d'adaptation dans leur itinéraire technique.

On peut relever des points positifs de l'agriculture bio pour atténuer les effets du changement climatique : capacité des sols à retenir l'eau, érosion limitée, etc. Ces avantages se retrouvent aussi dans d'autres modes de production qui ménagent le sol, donc il est difficile de mettre en avant un mode de production. Par contre, ce qui est sûr, c'est que l'agriculture biologique devient plus technique et que les défis sont de taille. Le réchauffement climatique a par exemple un impact sur les parasites ou ravageurs présents sur les cultures. Pour certains, leur aire de présence est déplacée vers nos régions (exemple de différentes espèces de punaises, dont la punaise diabolique et Nezara), pour d'autres, déjà présents chez nous, les conditions climatiques amplifient leur nombre et leur impact (cas des altises).

Mais le changement climatique amène tout de même des questions sur la sécurisation de la ressource fourragère pour les élevages et sur les ressources en eau (les restrictions d'usage de l'eau se multipliant). La réflexion sur l'adaptation des exploitations et des productions au changement climatique va prendre plus d'ampleur aujourd'hui, avec des situations assez différentes et donc des réponses diverses selon les secteurs de production et leurs localisations.

Dans quel secteur de produits bio les producteurs devraient-ils se lancer?

L'on pourrait répondre à cette question en calculant à quel pourcentage la production bio en 2019 couvre la demande. Il faudrait pour cela quantifier la demande. Comme l'on ne sait pas quelle est la part des produits suisses (ou français pour la France) dans la part de produits bio achetés, il est difficile de quantifier la demande en produits bio et suisses.

Du côté de l'offre, nous avons des chiffres⁴ sur la surface cultivée en produits bruts (hectares de céréales, d'oléagineux, etc.), sur les récoltes des années précédentes, par contre aucun chiffre sur les produits transformés (farine, huile). Bio Suisse publie chaque trimestre une table sur le degré d'auto-provisionnement et sur les tendances du marché, mais uniquement pour les grandes cultures⁵.

Quoi qu'il en soit, il semblerait que dans les circuits courts (vente directe) tous les produits sont demandés et donc qu'il y a encore des marges de progression pour toutes les productions, en particulier les fruits, les légumes et les œufs.

Les statistiques des organisations bio montrent l'évolution des produits achetés. En 2019, les produits bio suivants sont achetés : œufs, fruits et légumes, viande, volaille, huile, pain, produits laitiers. Ces derniers sont plus souvent achetés en bio en France qu'en Suisse, probablement du fait de la disponibilité des produits. Ce sont des produits bruts qui sont le plus consommés en bio, les produits dérivés de ces productions (exemple jus de fruits, conserves ou plats préparés (4^{ème} gamme)) ne sont pas régulièrement achetés en bio. Cela probablement par manque de disponibilité de ces produits sur le marché.

⁴ Schémas en annexe

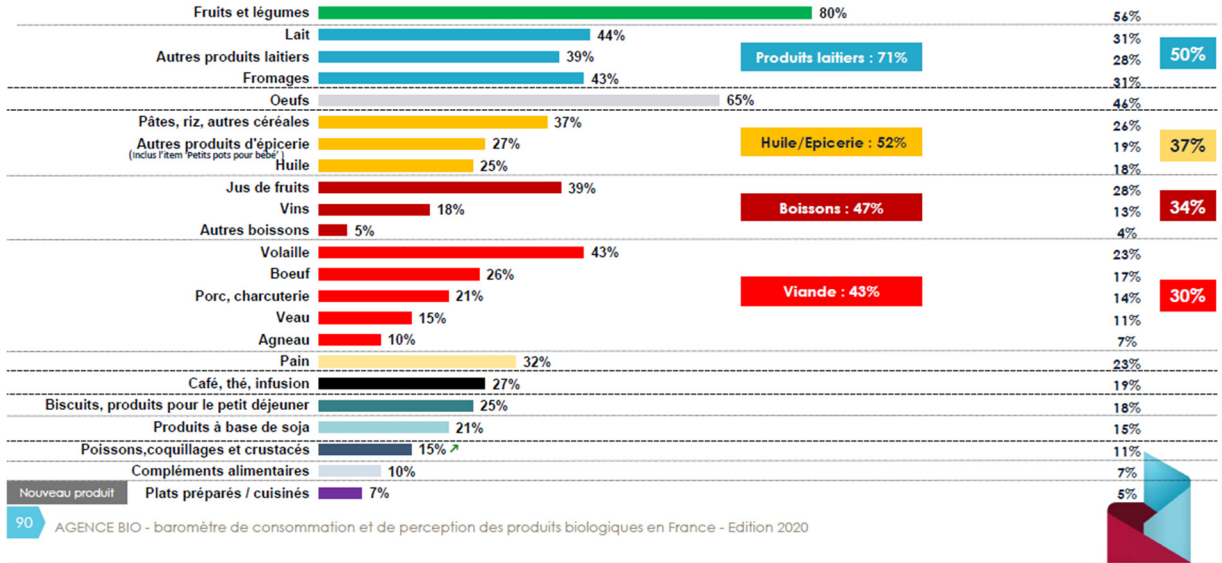
⁵ Table en annexe

Familles de produits biologiques consommés

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1420

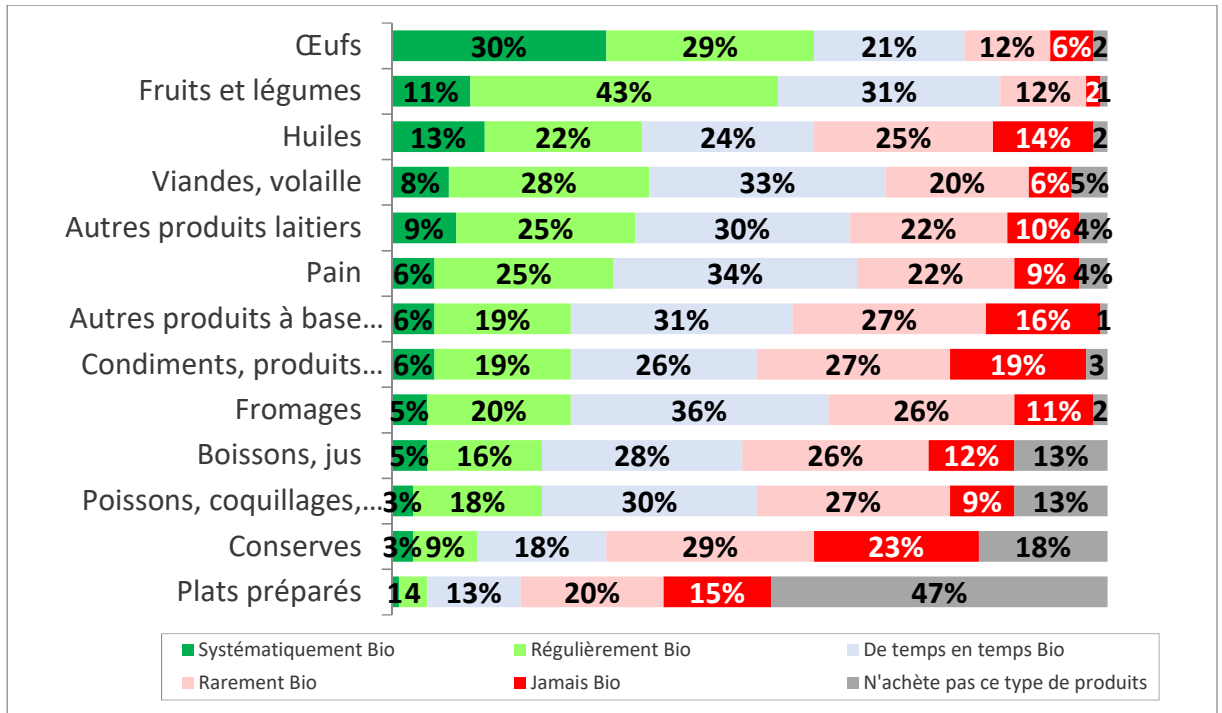
Q28. Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Base total Français : 2000



Source : Agence BIO, édition 2020

En Suisse, les tendances sont similaires, comme le montre le tableau ci-dessous.



Source : enquête MIS-Trend, avril 2020

Afin de répondre à la question « dans quel secteur de produits bio les producteurs devraient-ils se lancer? » nous avons complété les réponses issues des statistiques ou des enquêtes liées à la demande par des interviews auprès d'experts techniques du bio. Les compte-rendus individuels des interviews se trouvent en annexe.

Synthèse des interviews des experts bio

Les productions qui ont du succès actuellement (en 2020) auprès des agriculteurs bio sont les grandes cultures (en particulier maïs grain, blé fourrager et panifiable, soja, colza, tournesol), le maraîchage, les plantes fourragères (luzernes et prairies temporaires), la vigne et les produits d'alpage. Ce succès s'explique par des défis techniques plus ou moins maîtrisés, par un soutien lié aux paiements directs (soutien à l'hectare pour les grandes cultures en Suisse), et dans certains cas par une plus-value sur le marché.

Les produits qui sont encore difficiles à cultiver en bio sont la betterave sucrière, les grandes cultures « spéciales » type pois chiches, lentilles, sorgho, millet (rendement aléatoire) ainsi que les fruits à noyau (lutte contre les maladies). La production de porc ou de volaille bio est aussi limitée car les investissements nécessaires pour un passage en bio sont parfois conséquents. La présence d'autres labels de qualité (volaille de Bresse AOP par ex) permettant déjà d'assurer une valeur ajoutée au producteur restreint le nombre de candidats en bio.

Du point de vue du marché, la vente en circuits courts semble profiter à tous les produits. Dans les circuits longs, des productions comme la viande bovine bio sont parfois difficiles à écouler. Les grands distributeurs ont leurs propres labels (pas forcément bio), le différentiel de prix producteur entre de la viande bio et non bio n'est pas toujours important, la tendance est à consommer moins de viande. Le lait de vache bio semble être bien valorisé en France alors qu'en Suisse certaines régions manquent de transformateurs de lait bio.

Les atouts du mode de production bio par rapport aux défis du changement climatique ne diffèrent pas des atouts des autres modes de production ménageant le sol. Par contre, l'on observe que les agriculteurs qui se reconvertissent en bio doivent repenser tout leur système et donc intègrent ce paramètre « réchauffement climatique » dans leurs réflexions. Ils ont dès lors peut-être un temps d'avance sur les non bios. La question du manque d'eau (ou plutôt de la concurrence pour son utilisation) et l'obligation pour les producteurs bio suisses d'avoir du fourrage 100% suisse dès 2022, amènent de nouveaux défis. Il faudra adapter les troupeaux à la production de fourrage sur la ferme ou prévoir l'achat de fourrages.

Conclusion

La demande de produits bio connaît une croissance continue depuis de nombreuses années et **ne représente aujourd'hui encore que 6 % du marché alimentaire (10% des ventes alimentaires en Suisse)**. On peut donc penser que la marge de progrès est encore forte. Les exigences des consommateurs en matière de mode de production, respect de l'environnement, respect des animaux, proximité, sont certainement des tendances de fond qui vont perdurer. En France, la question se pose de savoir si l'agriculture biologique ou la certification HVE pourraient devenir la norme pour toutes les productions (la certification HVE n'exclue pas l'utilisation des produits chimiques).

En France, on peut noter aussi **la loi EgAlim** (50% de produits durables et de qualité dont 20% de produits bio dans les cantines d'ici le 1^{er} janvier 2022) qui représente **une vraie opportunité**. Avant on était à 6% de bio dans les cantines, maintenant on a un nouvel objectif de 20%. Grâce aux cantines, ça va créer un dynamisme et le bio va devenir plus commun : les gens continueront probablement à manger bio chez eux en rentrant le soir.

Le développement de l'agriculture bio doit aussi se faire de manière à maintenir des prix rémunérateurs à chaque niveau de la chaîne et en particulier pour les producteurs. La majorité des opérateurs bio aujourd'hui veillent à cela. Si les prix des produits bio chutaient au niveau du non bio, la quasi-totalité des exploitations bio ne seraient plus rentables

D'autre part, certains modes de production sont souvent cités dans les discussions et recueillent l'intérêt des consommateurs qui voient une solution pour une production de proximité et « propre » car sans pesticides chimiques : production en ville, sur les toits, en containers, dans des bâtiments désaffectés, aquaponie... Si ces productions se développent, il faudra que l'agriculture bio se démarque nettement en mettant en avant son lien au sol et l'intérêt de ce lien au sol et du respect des cycles naturels. En 2050, c'est peut-être un système de ce type qu'on peut imaginer avec une agriculture liée au sol très qualitative et une agriculture hors sol.

Annexes

Résultats des enquêtes d'experts en agriculture biologique

ULCA – étude bio 2020 – questions aux experts 45 à 60 min

Retour des départements de l'Ain et des Savoie : Claire BAGUET et Marie-Jo DUMAS

Concerne les questions 1 et 2 de l'étude

1. **Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande et des conditions de production actuelles et futures (urgence climatique) ? (Technique)**
2. **A quel pourcentage la production bio en 2019 couvre-t-elle la demande ? Dans quel secteur de produits les producteurs devraient-ils se lancer ? (Marché)**

D'un point de vue agronomique (technique) :

La SAU BIO est en augmentation dans toutes les régions :

- **Quelles sont les cultures qui connaissent un grand succès auprès des producteurs BIO ? et pourquoi ce succès ? (Cultures fourragères)**
- **Anticipez-vous un frein, un seuil à leur développement ? (Climat, seuil de bétail, réglementation fourrage local, ...)**
- **Quels produits sont encore difficiles à cultiver en bio, faute de solutions techniques satisfaisantes actuellement ? Y aurait-il un intérêt pour leur développement ?**

Dans l'Ain et en Haute-Savoie, le **nombre de producteurs et la surface en bio continuent à augmenter régulièrement chaque année :**

Claire BAGUET – Ain :

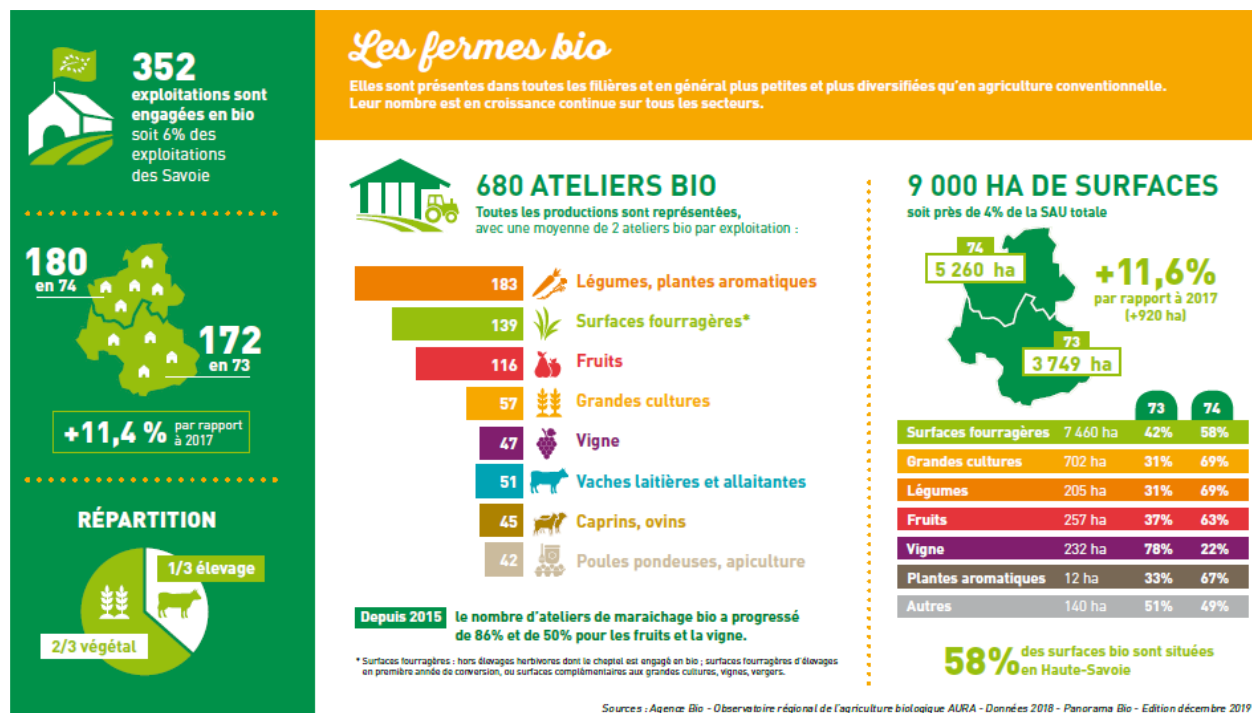
Il y a aujourd'hui **plus de 300 producteurs engagés (certifiés et conversion).**

Pratiquement toutes les productions présentes en conventionnel sont représentées en bio. Les productions les plus développées sont : **grandes cultures (céréales, oléo protéagineux), lait de vache, maraichage, bovins viande et viticulture.**

Les productions les moins présentes sont :

- Les **fruits** (mais le département de l'Ain comprend très peu de producteurs de fruits de manière générale, et les principaux sont maintenant en bio).
- Les **volailles** alors que le département compte beaucoup de production en conventionnel. Le « déficit » de production bio peut s'expliquer par la présence forte d'autres signes de qualité (AOP volaille de Bresse, label...), l'incompatibilité entre bio et cahier des charges AOP volaille de Bresse, l'absence de démarche des filières (type label ou autres) sur la mise en place d'une gamme bio et donc l'absence de demande de la part des abattoirs.
- La **production porcine**. Les élevages de porcs en place sont très difficiles voire impossibles à convertir en bio car les modes de production sont trop éloignés entre bio et conventionnel. Et en filière longue, le principal groupement de producteurs présent n'a pas axé son développement bio dans le département. Les seuls élevages sont de petite taille et orientés vers la vente directe.

Marie-Jo DUMAS – Haute-Savoie :



Il y a **180 exploitations engagées dans le bio** : la répartition est **1/3 animal et 2/3 végétal**. Le bio se développe plutôt dans le **maraîchage** et dans les filières où il n'y a pas de valorisation par l'AOP-IGP (sauf le vin qui est un contre-exemple). Sur les Savoie, il y a toujours eu d'une certaine façon une volonté de ne pas brouiller les AOP-IGP avec le bio. Pour le maraîchage, il y a beaucoup de création de structures plutôt petites, sur les départements. Sur les installations, il y a un fort dynamisme autour du bio surtout de la part des jeunes générations, c'est de plus en plus fréquent de la part des porteurs de projet (35% des porteurs de projet reçus au Point Accueil Installation en 2018 ont un projet bio). Conversions d'exploitation : elles représentent 2/3 des nouveaux engagés en bio en moyenne contre 1/3 pour les installations.

Il est intéressant de noter **qu'on a beaucoup plus de distributeurs et de transformateurs en bio que de producteurs sur les Savoie** : on est au 22^e rang sur le nombre d'opérateurs aval alors qu'on est le 85^e département sur la production bio : on a donc peu de producteurs et plutôt des structures en aval bien présentes. Une bonne partie de ces structures correspondent par exemple à des boulangeries : les céréales viennent alors en majorité d'autres départements. Les meuniers développent les céréales régionales mais la céréale pour l'alimentation humaine chez nous est souvent concurrencée par l'alimentation animale.

Le changement climatique projette un climat plus aride, tempétueux pour l'avenir.

- Estimez-vous que la production Bio présente des avantages plus à même de faire face à ce changement qu'une autre forme d'agriculture ? Si oui pourquoi ?
- Quelle alerte vous semble importante d'annoncer aux producteurs Bio au regard de ce changement climatique ?

- **Quels types de cultures et de mode de productions sont à promouvoir pour anticiper ce changement climatique ?**

Claire BAGUET – Ain :

L'avantage de la production bio est **sa plus grande diversité en général au sein des exploitations** (plus de cultures différentes, rotations plus longues...) et sa **recherche de plus d'autonomie** dans une majorité de situations. Ce qui fait que **les systèmes sont souvent plus résilients**.

Mais le changement climatique amène tout de même des questions sur différents points :

- **Sécurisation de la ressource fourragère pour les élevages.** Les printemps et étés secs entraînent une moindre production des prairies et des cultures fourragères d'été (type maïs), ainsi qu'une consommation de stock en substitution de pâturage. Les éleveurs doivent donc s'assurer une surface suffisante, envisager des ressources nouvelles (par ex foin ou ensilage de méteil plutôt que récolte de céréales en grain), ou contractualiser avec des céréaliers (luzerne, maïs...).
- **Ressource en eau.** Les restrictions d'usage de l'eau se multiplient au cours des dernières années et donc l'irrigation des cultures est concernée. Certains secteurs du département ont aujourd'hui de bons potentiels de production en culture irriguée. Si celle-ci doit être fortement diminuée voire supprimée, il faudrait revoir en profondeur les systèmes de production, envisager certains changements de cultures, mais la rentabilité risque d'être impactée. Le problème de l'eau est également crucial pour la production de légumes. Même avec la recherche de variétés plus « sobres », il ne semble pas aujourd'hui envisageable de cultiver des légumes sans eau.

La réflexion sur l'adaptation des exploitations et des productions au changement climatique va prendre plus d'ampleur aujourd'hui, avec des situations assez différentes et donc des réponses diverses selon les secteurs du département et les productions.

Marie-Jo DUMAS – Haute-Savoie :

Aujourd'hui on considère qu'il ne faut pas aller en bio quand les producteurs ne sont pas assez techniques : il faut déjà qu'ils aient une bonne réflexion avant de se lancer dans le bio. Si le producteur est trop intensif il faut qu'il soit prêt à perdre en volume, par exemple pour le lait il faut accepter de perdre du volume de lait.

Comme les intrants sont très chers, les exploitations bio **ont une stratégie économe et autonome** : ils engagent des réflexions sur leur système ils en sont obligés. Ils réfléchissent sur leur charge car ils sont obligés, chose que font rarement les autres exploitants. En travaillant ses risques différemment c'est intéressant pour le changement climatique : **c'est une question de résilience** pour faire face à des épisodes extrêmes répartis dans le temps.

Il y a aussi le manque d'eau : il faut apprendre à faire sans eau pour l'agriculture. L'agriculture bio est obligée de mettre en place des systèmes en limitant les adventices sur les cultures, limitant les chutes en rendement. Quand une maladie arrive sur une monoculture (c'est-à-dire une même culture intensive au même endroit), elle se propage. En bio, ça permet d'apporter moins de fertilisants. **On a**

un système plus résilient : on ne met pas tous les œufs dans le même panier en tamponnant avec différentes productions.

Le bio est une ressource technique intéressante car il y a eu des expérimentations bien avant les autres, il y a aussi le réseau BASE qui fait du sans labour etc... C'est un autre versant de l'amélioration agronomique mais c'est intéressant. En bio on ne pourrait pas ne pas labourer mais ça peut se faire une année sur 3. **C'est de la créativité, il faut être souple au niveau système et c'est ce que permet l'agriculture bio.**

D'un point de vue économique sur le marché suisse/français :

La demande en produit Bio augmente chaque année.

- **Quels produits sont en quantités insuffisantes sur le marché par rapport à la demande des consommateurs ? Y aurait-il un potentiel de développement avec les producteurs et les filières locales ?**
- **Pour quels produits l'offre locale est-elle déjà supérieure à la demande ? Quels en sont les causes et y a-t-il une répercussion sur le prix au producteur ?**
- **Quels produits ne sont pas rentables à produire en Bio localement, car leur production est trop onéreuse par rapport au prix de vente ?**
- **Quels produits actuellement importés pourraient être produits en Suisse/en France ? Quelles sont les réglementations et les tendances à l'égard de ces importations ?**
- **Quels conseils ou orientation donneriez-vous aux producteurs face à l'offre et la demande en matière de produits Bio ?**

Claire BAGUET - Ain :

Au niveau local, il y a une combinaison entre :

- **Des productions en vente directe, pour lesquelles le raisonnement local est pertinent.** Pour celles-ci, nous n'avons pas de retour de saturation du marché sur certains produits. Au contraire, la demande est présente et l'offre souvent insuffisante (en particulier légumes, produits laitiers, farines et produits céréaliers, fruits...);
- **Des productions ayant un débouché en filière longue,** collectées localement pour une transformation locale ou non. Les opérateurs de ces filières (grandes cultures, lait de vache) **sont demandeurs de plus de production ;**
- **Des produits bios mis sur le marché dans le département,** issus d'une production nationale voire de matières premières importées. Dans ce cas, **les centres de décision par rapport à l'approvisionnement peuvent être loin de nous,** avec peu de retours sur leur demande.

Dans la plupart des cas, la bonne coordination entre les opérateurs d'aval et les producteurs permet de bien ajuster les productions aux besoins de la filière, surtout pour les « petites productions » (par ex seigle, épeautre, sarrasin...).

En viande bovine, la situation peut être plus délicate, pas forcément à cause de la saturation du marché, mais en raison d'un différentiel de prix bio/conventionnel variable au cours de l'année, et parfois peu important, surtout pour des bêtes de bonne qualité. La valeur ajoutée de la bio peut donc être réduite, ou en tout cas incertaine.

La rentabilité d'un système bio est à étudier au cas par cas. **Nous ne pouvons pas dire que pour telle ou telle production, l'agriculteur est sûr à 100% d'avoir une rentabilité supérieure au conventionnel.**

Cela dépend de nombreux facteurs, en particulier le système en place et les évolutions nécessaires à la conversion bio plus ou moins importantes, la capacité à maintenir ou non le volume de production, la technicité du producteur, la nécessité d'investissement ou non, les débouchés visés, la santé financière de l'entreprise, etc...

Donc ce qu'on peut conseiller aux producteurs s'interrogeant sur une conversion bio :

- S'interroger sur ses motivations, ses objectifs, sa perception de la production bio ;
- Étudier le marché pour ses productions, prendre contact avec les opérateurs des filières pour connaître leur demande, faire une étude de marché pour la vente directe... ;
- Étudier les impacts techniques et économiques d'une conversion bio à l'échelle de son exploitation ;
- Identifier les besoins financiers, trésorerie, formation, changements techniques, pour mettre en œuvre la conversion ;
- Prendre sa décision à partir de l'ensemble de ces éléments.

Marie-Jo DUMAS – Haute-Savoie :

En termes d'objectifs, on a aujourd'hui **la loi EgAlim** (50% de produits durables et de qualité dont 20% de produits bio dans les cantines d'ici le 1^{er} janvier 2022): **on a donc une vraie opportunité**. Avant on était à 6% de bio dans les cantines, maintenant on a un nouvel objectif de 20%. Grâce aux cantines, ça va créer un dynamisme et le bio va devenir plus commun : les gens continueront à manger bio chez eux en rentrant le soir.

La demande est forte : elle se situe par exemple **sur les marchés** (caprins, maraichers, fruits) : les producteurs qui ne sont pas bio doivent de plus en plus souvent se justifier: « quelles sont vos pratiques ? » « Pourquoi vous ne passez pas en bio ? ». Mais ceci nécessite pour eux d'augmenter les prix. Il y a eu une étude sur le bénéfice économique du bio dans les exploitations : il est présent sauf pour le bovin viande.

La grande distribution demande aussi du bio maintenant et il est intéressant de souligner la très forte croissance des **magasins spécialisés**.

Du point de vue de la certification :

- **Quelles sont les plus-values pour les producteurs d'être certifié Bio ?**
- **Quelle certification conseillez-vous (Suisse uniquement) ?**
 - **Bio confédération**
 - **Bio Bourgeon**
 - **Demeter**
 - **Autre**
- **Quels sont les avantages et inconvénients de ces certifications par rapport au marché et au type de produits ?**
- **Qui définit les cahiers des charges de ces labels et quelles méthodes de contrôles sont employées ? Y voyez-vous des améliorations à apporter ?**
- **Quelles sont les débouchés économiques pour ces labels ? Pensez-vous que dans l'avenir d'autres labels Bio vont émerger ?**

Claire BAGUET – Ain :

La plus-value de la certification est variable, comme expliqué ci-dessus. Parfois, un producteur en vente directe qui passe en bio va peu modifier **ses prix de vente**. Par contre, la certification amène une **garantie** (le respect d'un cahier des charges), permet d'accéder à **certains débouchés** (magasins bio spécialisés par exemple) ou de **se démarquer d'autres producteurs**.

Même en vente directe, les consommateurs deviennent de plus en plus demandeurs d'une certification bio.

La réglementation bio est définie au niveau européen, avec un système de contrôle bien établi assurant une bonne fiabilité du système.

Du point de vue de la stratégie commerciale (distribution, prix, communication) :

- **Quelle clientèle viser avec le Bio ?**
- **Quels sont les canaux de vente à privilégier selon vous et à quelle échelle (locale, régionale...)?**
 - **Grande Distribution**
 - **Magasins spécialisés**
 - **Vente directe**
 - **Restauration Hors Domicile (cantines > loi EgAlim en France)**
 - **Autre**
- **Comment conseillez-vous au producteur de fixer son prix en bio ? (prix de revient, du marché, concurrence)**
- **Pensez-vous à des recommandations sur la communication (produits, magasin) ?**

Tous les canaux de commercialisation peuvent être intéressants, cela dépend de la production, de ce qui est déjà en place sur la ferme, des souhaits et compétences des agriculteurs... **Cette réponse est vraiment à individualiser.**

La fixation du prix, que l'on soit en bio ou en conventionnel, doit suivre les mêmes règles, en tout cas quand l'agriculteur est lui-même décideur (donc circuit court). A calculer sur la base de son prix de revient, et ajuster éventuellement en fonction du secteur, de la concurrence, du circuit, des volumes... mais toujours avec l'objectif de rentabilité.

Questions de conclusion :

Vos projections pour 2050, selon vous :

- **Quelles seront les cultures Bio les plus présentes sur le territoire en 2050 ?**
- **Comment l'offre et la demande organiseront le marché Bio en 2050 ?**
- **Est-ce envisageable que la production bio devienne la norme en Suisse/en France ?**
- **Est-ce un souhait ou une contrainte pour les producteurs Bio actuels ? (Perte de l'exclusivité, chute des prix, plus d'importations, ...)**

Claire BAGUET – Ain :

Difficile de se projeter en 2050...

La demande de produits bio connaît une croissance continue depuis de nombreuses années et **ne représente aujourd'hui encore que 6 % du marché alimentaire**. On peut donc penser que la marge de progrès est encore forte. Les exigences des consommateurs en matière de mode de production,

respect de l'environnement, respect des animaux, proximité, sont certainement des tendances de fond qui vont perdurer.

Je ne vois pas l'agriculture biologique devenir la norme de production en France dans les prochaines années. **Aujourd'hui, la certification HVE est plutôt celle prônée et pourrait devenir la base pour toutes les productions. Elle n'exclut pas l'utilisation des produits chimiques.**

D'autre part, certains modes de production sont souvent cités dans les discussions et recueillent l'intérêt des consommateurs qui voient une solution pour une production de proximité et « propre » car sans pesticides chimiques : production en ville, sur les toits, en containers, dans des bâtiments désaffectés, aquaponie... Si ces productions se développent, il faudra que l'agriculture bio se démarque nettement en mettant en avant son lien au sol et l'intérêt de ce lien au sol et du respect des cycles naturels.

Enfin, **le développement de l'agriculture bio doit se faire de manière à maintenir des prix rémunérateurs à chaque niveau de la chaîne et en particulier pour les producteurs.** La majorité des opérateurs bio aujourd'hui veillent à cela. Si les prix des produits bio chutaient au niveau du conventionnel, la quasi-totalité des exploitations bio ne seraient plus rentables.

Marie-Jo DUMAS - Haute-Savoie :

En 2050 **c'est le consommateur qui dira ce qu'il veut.** Oui je pense que le bio va devenir une norme, tous les secteurs de grande production française n'ont pas forcément d'image de qualité comme les produits sous appellation et aujourd'hui c'est ce que recherchent les consommateurs : il faut se différencier. Nous on a les produits AOP, IGP etc... Mais l'INAO souhaite maintenant ajouter des garanties environnementales : on demande d'intégrer des critères environnementaux dans les filières. Ceci montre qu'il y a des attentes, une demande et le bio peut répondre à ces exigences.

A l'avenir, il y aura aussi la question de l'agriculture urbaine : maintenant on a des fermes hors sol sans produit chimique et ça produit aussi. On aura une alimentation sans pesticide ou en tout cas pas avec les mêmes que maintenant. Il y aura quand même toujours une question de prix car il faudra que tout le monde puisse payer cette alimentation. On peut imaginer pour l'avenir un système agriculture hors sol/au sol avec :

- Une agriculture liée au sol sera hyper qualitative
- Une agriculture hors sol

Sur les Savoie, on a une image de nature, on a de très bons sols, la question est de savoir : qu'est-ce qu'on en fait ? Comme ça évolue ? On sera toujours en déficit de production par rapport au nombre qu'on est (plus d'un million sur les 2 Savoie). Le consommateur aura le dernier mot chez nous : il a du pouvoir d'achat, il vient plutôt des villes. Aujourd'hui, d'un point de vue environnemental, les gens comprennent le bio mais est-ce qu'ils comprennent ce qu'il y a derrière les produits sous appellation ? Les AOP et le Bio peuvent donc très bien cohabiter comme le montre l'exemple du vin aujourd'hui.

Vaud

Personne interviewée : Gérald Huber, conseiller bio chez Prométerre

Concerne les questions 1 et 2 de l'étude

3. **Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande et des conditions de production actuelles et futures (urgence climatique) ? (Technique)**
4. **A quel pourcentage la production bio en 2019 couvre-t-elle la demande ? Dans quel secteur de produits les producteurs devraient-ils se lancer ? (Marché)**

D'un point de vue agronomique (technique) :

La SAU BIO est en augmentation dans toutes les régions :

- Quelles sont les cultures qui connaissent un grand succès auprès des producteurs BIO ? et pourquoi ce succès ? (Cultures fourragères) **maïs grain, blé fourrager et panifiable, soja, colza, tournesol. Prairie temporaire : luzerne. Betterave, si projet technique aboutit.**
- Anticipez-vous un frein, un seuil à leur développement ? (Climat, seuil de bétail, réglementation fourrage local, ...) **100% de fourrages bio Bourgeon Suisse en 2022, soit adaptation des troupeaux à la production de fourrage sur la ferme soit achat de fourrages. Globalement, il risque d'y avoir une augmentation de la demande sur les fourrages grossiers.**
- Quels produits sont encore difficiles à cultiver en bio, faute de solutions techniques satisfaisantes actuellement ? **le rendement des grandes cultures spéciales est très aléatoire, cela ne rend donc pas leur production attractive, sachant que la demande filière longue reste assez limitée.** Y aurait-il un intérêt pour leur développement ? **oui au niveau agronomique, cela permettrait de diversifier les assolements. Il faudrait développer des aliments à destination humaine à partir de la luzerne, il me semble qu'il y avait un projet FAO qui avait évoqué des idées dans ce sens.**

Le changement climatique projette un climat plus aride, tempétueux pour l'avenir.

- Estimez-vous que la production Bio présente des avantages plus à même de faire face à ce changement qu'une autre forme d'agriculture ? Si oui pourquoi ? **oui par sa diversité et l'approche agronomique qui est lié à chercher le rendement optimum et non maximum.**
- Quelle alerte vous semble importante d'annoncer aux producteurs Bio au regard de ce changement climatique ? **diversifiez-vous.**
- Quels types de cultures et de mode de productions sont à promouvoir pour anticiper ce changement climatique ? **cultures C4 : millet, maïs, sorgho,... et la luzerne. Les cultures d'hiver restent intéressantes puisqu'elles sont en place lorsque le sec peut arriver.**

D'un point de vue économique sur le marché suisse :

La demande en produit Bio augmente chaque année.

- Quels produits sont en quantités insuffisantes sur le marché par rapport à la demande des consommateurs ? Y aurait-il un potentiel de développement avec les producteurs et les filières locales ?
- Pour quels produits l'offre locales est-elle déjà supérieure à la demande ? Quels en sont les causes et y a-t-il une répercussion sur le prix au producteur ?

- Quels produits ne sont pas rentables à cultiver en Bio localement, car leur production est trop onéreuse par rapport au prix de vente ? **grandes cultures spéciales pour la filière longue.**
- Quels produits actuellement importés pourraient être produits en Suisse ? Quelles sont les réglementations et les tendances à l'égard de ces importations ?
- Quels conseils ou orientation donneriez-vous aux producteurs face à l'offre et la demande en matière de produits Bio ? **se diversifier et limiter les frais structurels.**

Du point de vue de la certification :

- Quelles sont les plus-values pour les producteurs d'être certifié Bio ? **C'est global, marché, économique, vision de la société,...**
- Quelle certification conseillez-vous ?
 - **Bio Bourgeon**
 - **Demeter**
- Quels sont les avantages et inconvénients de ces certifications par rapport au marché et au type de produits ?
- Quelle clientèle viser avec le Bio ?
- Qui définit les cahiers des charges de ces labels et quelles méthodes de contrôles sont employées ? **contrôle par organisme de certification mandaté par Bio Suisse.** Y voyez-vous des améliorations à apporter ? **+ de contrôle car il faut assurer la crédibilité auprès des consommateurs.**
- Quelles sont les débouchés économiques pour ces labels ? Pensez-vous que dans l'avenir d'autres labels Bio vont émerger ?

Du point de vue de la distribution :

- Quels sont les canaux de vente privilégié ?
 - **Magasins spécialisés**
 - **Vente directe**
 - **Circuits courts**
- Les quels présentent un plus grand intérêt pour les producteurs ?
- Quels conseils apporteriez-vous aux producteurs Bio pour l'écoulement de leurs produits ?

Questions de conclusion :

Vos projections pour 2050, selon votre avis :

- Quels seront les cultures Bio les plus présentes sur le territoire en 2050 ?
- Comment l'offre et la demande organisera le marché Bio en 2050 ?
- Est-ce envisageable que la production bio devienne la norme en Suisse ?
- Est-ce un souhait ou une contrainte pour les producteurs Bio actuels ? (Perte de l'exclusivité, chute des prix, plus d'importations, ...)

La réponse à ces questions est la suivante : il faudra s'assurer du maintien de la valeur ajoutée du bio auprès du producteur et pour ce faire, mettre en place toutes les stratégies nécessaires : évolution du cahier des charges bio, contrat cadre en offre et demande, valorisation bio et locale...

Concerne les questions 1 et 2 de l'étude

5. **Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande et des conditions de production actuelles et futures (urgence climatique) ? (Technique)**
6. **A quel pourcentage la production bio en 2019 couvre-t-elle la demande ? Dans quel secteur de produits les producteurs devraient-ils se lancer ? (Marché)**

D'un point de vue agronomique (technique) :

La SAU BIO est en augmentation dans toutes les régions :

- Quelles sont les cultures qui connaissent un grand succès auprès des producteurs BIO et pourquoi ce succès ?
 - Viticulture principalement dans la recherche de nouveaux marchés aussi bien pour les grands que les petits domaines. Situation difficile actuellement pour la viticulture en générale, le bio et la biodynamie permettent de se démarquer.
 - Maraichage marche bien pour les très grosses (grande distribution) et les toutes petites exploitations (paniers contractuels, vente directe à la ferme) mais les exploitations de taille moyenne ont disparu ou disparaissent. En maraichage les paiements directs sont moins intéressants.
 - Potentiel de développement pour les fruits et surtout pour les petits fruits. Ces cultures sont plus compliquées à maîtriser en bio.
 - Grandes cultures céréales planifiables et fourragères (soja). Il manque de l'information sur le marché du bio auprès des producteurs PER pour inciter leur développement. Les grandes cultures sont intéressantes car la subvention se calcule à la surface.
- Anticipez-vous un frein, un seuil à leur développement ? (Climat, seuil de bétail, réglementation fourrage local, ...)
 - Manque d'information pour inciter les producteurs à se lancer dans le bio (technique, prix, paiements directs, formation). Globalement mauvaise connaissance du marché et autres infos sur le bio
 - Le climat aura la même incidence sur le bio que le non bio. La question porte sur les sols et l'eau.
 - Manque de matière organique, peu de bétail à Genève.
- Quels produits sont encore difficiles à cultiver en bio, faute de solutions techniques satisfaisantes actuellement ? Y aurait-il un intérêt pour leur développement ?
 - Il serait bien de développer la betterave sucrière bio en résolvant les freins agronomiques.
 - A Genève très difficile de cultiver du colza en bio, trop de pression de ravageur, mais la culture fonctionne mieux dans d'autres région de suisse.
 - Abricots et autre cultures fruitière encore parfois difficiles.

Le changement climatique projette un climat plus aride, tempétueux pour l'avenir.

- Estimez-vous que la production bio présente des avantages plus à même de faire face à ce changement qu'une autre forme d'agriculture ? Si oui pourquoi ?
- Les producteurs étant plus sensibles auront peut-être anticipé le problème mais la question ne porte pas sur l'aspect agronomique.
 - Quelle alerte vous semble importante d'annoncer aux producteurs bio au regard de ce changement climatique ?
- Comme pour l'agriculture conventionnelle. La capacité de rétention de l'eau dans les sols sera un enjeu d'avenir. Manque de précipitation plus fréquent. Couvrir les sols pour éviter l'érosion lors des périodes de précipitation extrême. Possibilité de réguler la température des parcelles en intégrant des systèmes agroforestiers tout en stockant du carbone atmosphérique.
- Quels types de cultures et de modes de production sont à promouvoir pour anticiper ce changement climatique ? Il faudra probablement promouvoir des systèmes agroforestiers. La luzerne afin de disposer d'une base fourragère moins sensible aux changements climatiques. Le problème réside dans l'intérêt de cette culture dans le cadre des paiements directs vu qu'elle est considérée comme une prairie temporaire avec peu de rémunération associée. C'est toutefois une solution uniquement pour les quelques éleveurs qu'il reste. En bio il y a la possibilité de vendre de la luzerne de qualité dans toute la suisse.

D'un point de vue économique sur le marché suisse/français :

La demande en produit bio augmente chaque année.

- Quels produits sont en quantités insuffisantes sur le marché par rapport à la demande des consommateurs ? Y aurait-il un potentiel de développement avec les producteurs et les filières locales ?
Fruits (à Genève) et petits fruits / œufs. La question de la distribution est essentielle.
- Pour quels produits l'offre locale est-elle déjà supérieure à la demande ? Quels en sont les causes et y a-t-il une répercussion sur le prix au producteur ?
Blé planifiable pour Genève. Mais le marché est à l'échelle suisse, la réponse à la question reste donc difficile à estimer.
- Quels produits ne sont pas rentables à produire en bio localement car leur production est trop onéreuse par rapport au prix de vente ?
Cela dépend beaucoup des savoir-faire des agriculteurs, des types de sols et des différentes primes aux culture
- Quels produits actuellement importés pourraient être produits en Suisse/en France ? Quelles sont les réglementations et les tendances à l'égard de ces importations ?
Le bio dispose globalement des mêmes lois d'importation que l'agriculture conventionnelle en ce qui concerne la distribution. Toutefois, le bourgeon BioSuisse a un règlement strict concernant les importations et empêche certaines importations d'outremer par exemple. Il y a un point chaud dans les négociations avec les distributeurs concernant les céréales. Si le produit a trop de matière importée, il ne peut pas bénéficier du bourgeon BioSuisse. Raison pour laquelle beaucoup de pains de la grande distribution sont bio et non BioSuisse.
- Quels conseils ou orientation donneriez-vous aux producteurs face à l'offre et la demande en matière de produits bio ?
- Diversification des modèles de distribution
- Plusieurs productions mais pas trop.

Du point de vue de la certification :

- Quelles sont les plus-values pour les producteurs d'être certifié bio ?
Prix de vente, image et gratification du travail, distinction.
- Quelle certification conseillez-vous (Suisse uniquement) ?
 - Bio confédération **c'est une loi**
 - Bio Bourgeon **c'est le marché de la grande distribution pour de nombreuses filières. Appartenance à un label privé appartenant aux producteurs. Faire partie d'un mouvement.**
 - Demeter **marché de niche, très intéressant dans la viticulture particulièrement.**
 - Autre
- Quels sont les avantages et inconvénients de ces certifications par rapport au marché et au type de produits ?
Une labélisation bourgeons est nécessaire dans de nombreuses filières si on ne fait pas de vente directe.
- Qui définit les cahiers des charges de ces labels et quelles méthodes de contrôles sont employées ? Y voyez-vous des améliorations à apporter ?
Le cahier des charges de BioSuisse est dynamique et évolue en fonction du souhait des producteur détenteurs du label. L'Obio évolue beaucoup en fonction des règlements du bio européen.
- Quelles sont les débouchés économiques pour ces labels ? Pensez-vous que dans l'avenir d'autres labels bio vont émerger ?
Il y en a déjà plusieurs autres, label de la Migros, Manor, etc.

Du point de vue de la stratégie commerciale (distribution, prix, communication) :

- Quelle clientèle viser avec le bio ? **Bio suisse fait de la promotion à tout niveau**
- Quels sont les canaux de vente à privilégier selon vous et à quelle échelle (locale, régionale...) ?
 - Grande Distribution **ok**
 - Magasins spécialisés
 - Vente directe **ok**
 - Restauration Hors Domicile (cantines > loi EgAlim en France) **ok**
 - Autre
- Comment conseillez-vous au producteur de fixer son prix en bio ? (prix de revient, du marché, concurrence) **Il existe des commissions spécifiques pour définir les prix dans certains secteurs. Pour la vente directe il y a des indicateurs réguliers à consulter sur internet pour fixer les prix de ses marchandises**
- Pensez-vous à des recommandations sur la communication (produits, magasin) ?

Questions de conclusion :

Vos projections pour 2050, selon vous :

- Quelles seront les cultures bio les plus présentes sur le territoire en 2050 ?
Pas trop de changement par rapport à aujourd'hui avec des technique culturales qui auront bien évolués. Systèmes agroforestiers très présent et l'agriculture bio de conservation sera majoritaire.

- Comment l'offre et la demande organiseront le marché bio en 2050 ?
Dépend de l'évolution de la recherche et du politique. Il y aura certainement plus d'offre bio que maintenant.
- Est-ce envisageable que la production bio devienne la norme en Suisse/en France ?
Pas à court terme, quoique suivant les votes sur les initiatives phytosanitaires.
- Est-ce un souhait ou une contrainte pour les producteurs bio actuels ? (perte de l'exclusivité, chute des prix, plus d'importations, ...)
Il y a deux cas de figure d'agriculteurs. Les convaincus pour qui ça serait ok et ceux qui recherchent le marché que ça inquiète. Aujourd'hui le bio n'est plus assorti à la politique, c'est un mode de production. La distinction entre les formes d'agriculture se joue plus aujourd'hui entre les grandes exploitations agricoles d'une agriculture paysanne organisée en petite structure.

Union Lémanique des Chambres d'Agriculture – étude bio 2020 – questions aux experts

VALAIS

Contexte : Il apparaît important pour les chambres d'agriculture de réaliser une étude plus approfondie sur la production BIO et les tendances « BIOsophile » des consommateurs. Ceci afin d'être en mesure d'informer tant les agriculteurs que les consommateurs des avantages et inconvénients d'une agriculture BIO et non BIO dans un contexte d'urgence climatique.

L'étude de l'année 2019 a amorcé ces réflexions à travers une revue de littérature de la documentation réalisée sur le BIO. La démarche a recensé les informations autour de 3 axes d'investigation, à savoir : les productions BIO, la distribution des produits BIO et la consommation des produits BIO. La revue de littérature a permis de mettre en exergue tout un panel de questions en lien avec le BIO. Parmi ces dernières, l'ULCA souhaite approfondir les investigations sur 2020, voire 2021, en traitant un certain nombre de questions.

Dans ce cadre elle a décidé de mener des entretiens avec des experts du domaine, à savoir les présidents des associations bio des cantons de Vd, Ge, Vs, et des personnes de l'Agence Bio en France.

Personne interrogée : Jean-Yves Clavien, président de Biovalais

Questions générales de l'étude

- 7. Quels conseils donner aux producteurs au regard de la demande et des conditions de production actuelles et futures (urgence climatique) ? (Technique)**
- 8. A quel pourcentage la production bio en 2019 couvre-t-elle la demande ? Dans quel secteur de produits les producteurs devraient-ils se lancer ? (Marché)**

Questions détaillées

D'un point de vue agronomique (technique) :

La SAU BIO est en augmentation dans toutes les régions :

- Quelles sont les cultures qui connaissent un grand succès auprès des producteurs BIO ? et pourquoi ce succès ? **alpages, grandes cultures : faciles à cultiver en bio. La vigne est en cours de développement, elle se prête bien au bio et il y a une demande pour du vin bio. Le bio pourrait peut-être permettre au secteur maraîcher de se redévelopper en Valais, il y a de la place sur le marché pour les légumes.**
- Anticipez-vous un frein, un seuil à leur développement ? (Climat, seuil de bétail, réglementation fourrage local, ...) **l'extensivité permet d'éviter une surproduction**
- Quels produits sont encore difficiles à cultiver en bio, faute de solutions techniques satisfaisantes actuellement ? Y aurait-il un intérêt pour leur développement ? **abricots et autres fruits à noyau : pas de solution technique contre la moniliose actuellement, très compliqué. Il y a de la place sur le marché.**

Le changement climatique projette un climat plus aride, tempétueux pour l'avenir.

- Estimez-vous que la production Bio présente des avantages plus à même de faire face à ce changement qu'une autre forme d'agriculture ? Si oui pourquoi ? *la question des sols est très importante. Avec un sol vivant les plantes se défendent mieux contre les pathogènes. La couverture du sol permet la protection contre l'érosion et l'immagasinement de CO2 ce qui a une influence positive sur le climat.*
- Quelle alerte vous semble importante d'annoncer aux producteurs Bio au regard de ce changement climatique ? *il ne faut pas planter n'importe quelle culture n'importe où, tout n'est pas adapté. Bien réfléchir aux conditions avant de démarrer une nouvelle culture. Les maladies et parasites importés d'autres pays sont un problème, les solutions techniques quand elles existent sont souvent très coûteuses (ex : filets de protection).*
- Quels types de cultures et de mode de productions sont à promouvoir pour anticiper ce changement climatique ? -

D'un point de vue économique sur le marché suisse/français :

La demande en produit Bio augmente chaque année.

- Quels produits sont en quantités insuffisantes sur le marché par rapport à la demande des consommateurs ? Y aurait-il un potentiel de développement avec les producteurs et les filières locales ? *fruits à noyau, légumes, œufs, pommes à cidre et fruits/légumes pour l'industrie (ex : pommes pour la compote, purées de fruits pour les glaces, etc). Ce qui freine le plus le développement : les marges prises par les grands distributeurs en particulier Coop.*
- Pour quels produits l'offre locale est-elle déjà supérieure à la demande ? Quels en sont les causes et y a-t-il une répercussion sur le prix au producteur ? *la viande de bœuf et le lait sont peu porteurs en bio. Il n'y a pas de volonté des distributeurs de valoriser la viande bio, ils ont leurs propres labels. De plus la consommation de viande est en baisse.*
- Quels produits ne sont pas rentables à produire en Bio localement, car leur production est trop onéreuse par rapport au prix de vente ? *les petits fruits et de manière plus générale les cultures qui nécessitent vraiment beaucoup de main d'œuvre.*
- Quels produits actuellement importés pourraient être produits en Suisse/en France ? Quelles sont les réglementations et les tendances à l'égard de ces importations ? *les produits pour l'industrie (ex pommes à cidre) mais la question du prix est également un paramètre important, les produits importés sont moins chers et donc favorisés par l'industrie.*
- Quels conseils ou orientation donneriez-vous aux producteurs face à l'offre et la demande en matière de produits Bio ? *en premier le producteur doit penser à ce qu'il aime faire, sait faire, ensuite voir quelles sont ses structures, l'historique des cultures, les installations nécessaires. Il doit étudier les débouchés et les canaux de vente. Il faut mettre en place une stratégie, pas se lancer tête baissée.*

Du point de vue de la certification :

- Quelles sont les plus-values pour les producteurs d'être certifié Bio ? *la santé, l'image de soi et l'image qu'on donne, le prix des produits*
- Quelle certification conseillez-vous (Suisse uniquement) ? *Bio Bourgeon car c'est le seul label vraiment connu en Suisse.*
 - Bio confédération
 - Bio Bourgeon :

- Demeter
- Autre
- Quels sont les avantages et inconvénients de ces certifications par rapport au marché et au type de produits ? [Le label Demeter a une clientèle différente, les produits sont vendus dans des magasins spécialisés.](#)
- Qui définit les cahiers des charges de ces labels et quelles méthodes de contrôles sont employées ? Y voyez-vous des améliorations à apporter ? [pour le cahier des charges de Bio Suisse c'est l'assemblée des délégués qui définit les exigences. Les contrôles sont faits par Bio inspecta. Il serait bien que les informations soient mieux centralisées pour savoir qui est certifié, et les structures plus légères. Les producteurs ont parfois de la peine à obtenir des réponses rapides.](#)
- Quelles sont les débouchés économiques pour ces labels ? Pensez-vous que dans l'avenir d'autres labels Bio vont émerger ? [il y a plusieurs labels mais le cahier des charges est le même pour Bio Bourgeon, Migros, Aldi, Lidl, Manor. Pas de problème à l'émergence de nouveaux labels tant que le cahier des charges reste le même.](#)

Du point de vue de la stratégie commerciale (distribution, prix, communication) :

- Quelle clientèle viser avec le Bio ? [actuellement les « bobos » à cause du prix des produits. Il y a un socle de 10% de consommateurs bio « dans l'âme ». Il faudrait que le prix des produits à la vente baisse d'1/3, sans que le prix au producteur change, pour pouvoir vraiment élargir la clientèle](#)
- Quels sont les canaux de vente à privilégier selon vous et à quelle échelle (locale, régionale...) ? [ça dépend de la stratégie de l'agriculteur, il n'y a pas de canal meilleur ou moins bon. Ce qui est important c'est que les producteurs s'entre-aident pour diversifier leur gamme.](#)
 - Grande Distribution
 - Magasins spécialisés
 - Vente directe
 - Restauration Hors Domicile (cantines > loi EgAlim en France)
 - Autre
- Comment conseillez-vous au producteur de fixer son prix en bio ? (prix de revient, du marché, concurrence) [Il est très important de défendre les prix et la valeur des produits. Se baser sur les prix indicatifs et les product managers de Bio Suisse. Etre plus solidaires entre producteurs et ne pas brader les prix pour écouler de la marchandise](#)
- Pensez-vous à des recommandations sur la communication (produits, magasin) ? [local, de saison et bio](#)

Questions de conclusion :

Vos projections pour 2050, selon vous :

- Quelles seront les cultures Bio les plus présentes sur le territoire en 2050 ? [toutes les cultures végétales seront bio](#)
- Comment l'offre et la demande organiseront le marché Bio en 2050 ? -
- Est-ce envisageable que la production bio devienne la norme en Suisse/en France ? [oui](#)

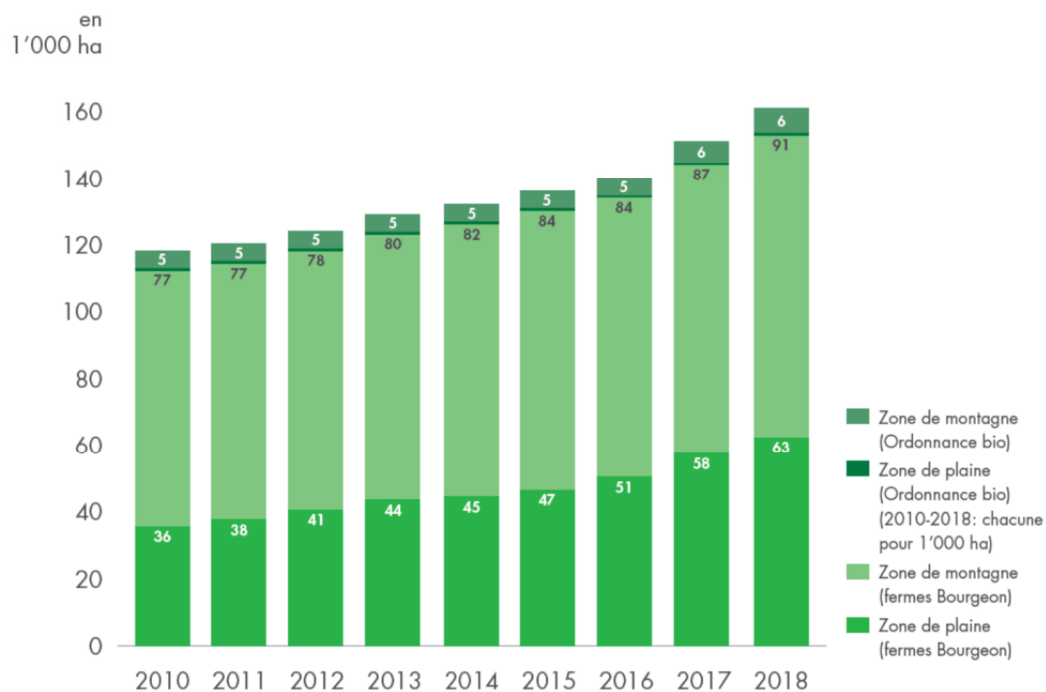
- Est-ce un souhait ou une contrainte pour les producteurs Bio actuels ? (Perte de l'exclusivité, chute des prix, plus d'importations, ...) c'est souhaitable pour la santé des producteurs et des consommateurs. Pour les prix il y a un gros risque si tout est bio.

Souhais :

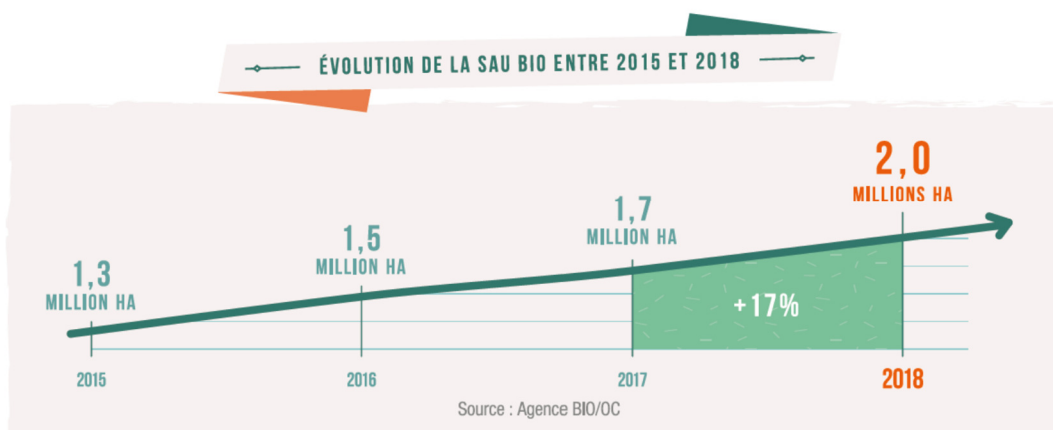
- Que les producteurs s'organisent mieux
- Alléger les structures
- Plus axer la recherche agronomique sur le bio
- Axer la formation des agriculteurs sur l'entrepreneuriat
- Encourager les agriculteurs à se rencontrer, faire du réseautage, partager leurs expériences et ainsi diminuer la solitude

Support de discussion

- La SAU BIO suisse représente 160'000 ha avec une évolution de + 18% de 2015 à 2018



- La SAU BIO française représente 2 millions d'ha avec une évolution de + 17% de 2017 à 2018.

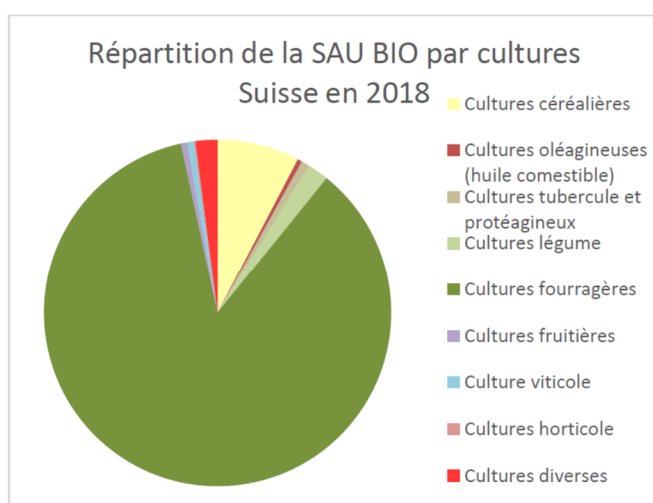


Cultures à passer en revue

- Grandes cultures
- Betteraves
- Pommes de terre
- Cultures fourragères
- Herbage
- Légumes
- Fruits
- Viticulture
- Plantes aromatiques et médicinales
- Plantons, semences
- Produits de l'élevage : viande, produits laitiers, œufs, poissons, apiculture

SAU Suisse Surface de SAU en (ha)	2018		Part de la production BIO	Progression de la SAU BIO de 2010 à 2018
	Biologique	Conventionnelle		
SAU - total	160 992	883 984	15.4%	49 477
Cultures céréalières	12 316	131 096	8.6%	7 064
Cultures oléagineuses (huile comestible)	685	27 516	2.4%	433
Cultures tubercule et protéagineux	1 191	30 295	3.8%	595
Cultures légume	3 212	11 148	22.4%	1 817
Cultures fourragères	138 137	644 828	17.6%	37 217
Cultures fruitières	913	7 293	11.1%	341
Culture viticole *	1 063	12 399	7.9%	625
Cultures horticole	202	2 445	7.6%	47
Cultures diverses	3 272	16 964	16.2%	1 339

* La statistique fédérale suisse prend en compte les surfaces agricoles lorsque ces dernières font plus de 3000m2 pour les cultures viticoles. En comparaison avec la statistique vitivinicole de l'OFAG nous observons un décalage de 1'250 ha entre les 13'462 ha de l'OFS et les 14'712 ha de l'OFAG. Malheureusement, parmi ces 1'250 ha supplémentaires la proportion des surfaces Bio et non-Bio n'a pas été distinguée. Ces surfaces ne peuvent, par conséquent, pas être intégrées au tableau ci-dessus.



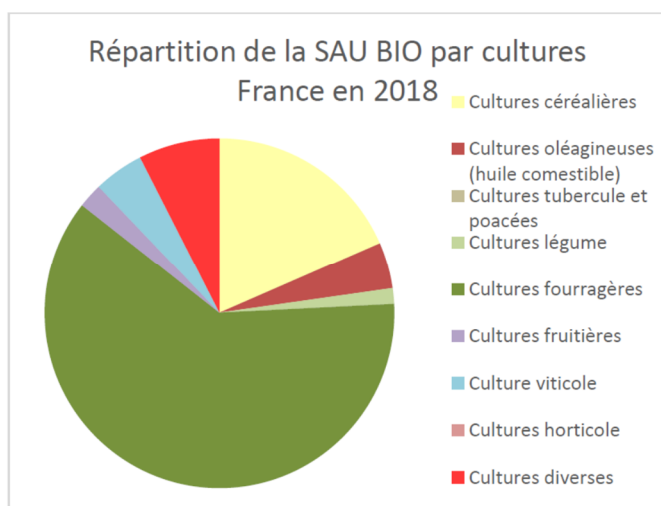
Les cultures fourragères représentent 85% de la SAU BIO en Suisse et ont augmenté de près de 40% depuis 2010.

Les cultures céréalières représentent 7.7% de la SAU BIO Suisse et ont augmenté de plus de 130% depuis 2010.

Le solde des **autres cultures** représente 7 % de la SAU BIO suisse. Leur augmentation varie de 30% pour l'horticulture jusqu'à 170% pour les oléagineuses (huiles comestibles) depuis 2010.

SAU France

Surface de SAU en (ha)	Biologique		Conventionnelle	Part de la production BIO	Progression de la SAU BIO depuis 2010 à 2018
	2 035 024	24 926 935	7.5%		
SAU - total				7.5%	917 770
Cultures céréalières	375 676	8 677 743		4.1%	233 423
Cultures oléagineuses (huile comestible)	87 356	2 269 392		3.7%	60 651
Cultures tubercule et poacées	-	-		-	-
Cultures légume	29 583	392 713		7.0%	15 688
Cultures fourragères	1 249 547	11 239 000		10.0%	610 962
Cultures fruitières	46 246	152 761		23.2%	23 388
Culture viticole	94 020	698 523		11.9%	32 965
Cultures horticole	-	-		-	-
Cultures diverses	152 595	1 496 804		9.3%	-59 307



Les cultures fourragères représentent 61% de la SAU BIO en France.

Les cultures fruitières sont le secteur de production avec la plus grande part en culture BIO, soit 23% de la SAU fruitière française. Par contre, elles ne représentent que 2,3% de la SAU BIO.

Ce sont les **surfaces de céréales et oléagineux** qui ont le plus progressé dans cette période, avec quasiment un triplement.