

LES CAHIERS DE L'ORAB
n°11 / 2022



Les entreprises bio des Hauts-de-France

face aux consommateurs

fiche n°1

Mobiliser autour du juste prix de l'alimentation ←

fiche n°2

Rendre les produits bio accessibles financièrement ←

fiche n°3

Donner de la visibilité à l'offre régionale ←

fiche n°4

Communiquer sur les garanties du label bio ←

////// Répondre aux attentes des consommateurs //////////

L'étude de la consommation bio en Hauts-de-France, réalisée pour la 1ère fois fin 2020, a permis de mettre en lumière plusieurs leviers de développement en région dont les acteurs de la filière régionale, accompagnés par les structures d'accompagnement en région, doivent se saisir individuellement et collectivement pour encourager le développement équilibré de l'offre et de la demande.

Cette étude montre que fin 2020, 60% des habitants des Hauts-de-France consomment bio une fois par semaine au moins, et 22% tous les jours ou presque. Parmi les consommateurs quotidiens les catégories socioprofessionnelles supérieures sont sur-représentées, mais aussi des 18-24 ans, qui sont respectivement 88% et 31% à consommer bio au moins occasionnellement.

Ils sont seulement 12% à consommer bio de manière opportuniste, contre 34% au niveau national, dont l'acte d'achat bio peut être déterminé en fonction de l'offre dans les rayons. Toutefois, les produits bio ne représentent qu'une minorité des achats pour 52% des consommateurs bio.

La principale motivation concerne l'impact sur la santé de l'alimentation bio (44% des répondants), suivie d'une volonté de transition vers une alimentation plus « naturelle » (bio, locale, de saison...).

Le premier obstacle à la consommation de produits bio, cité par 9/10 consommateurs bio, est le **prix de vente**. Celui-ci n'est pas accessible pour 45% des répondants. Le frein est également psychologique pour 45% d'entre eux, qui ne souhaitent pas voir augmenter leur budget alimentaire.

Un quart des habitants des Hauts-de-France, , principalement des ouvriers et inactifs ne consomment jamais de produits bio, contre 11% au niveau national. **Le prix est cité par 2/3 d'entre eux comme le principal frein au changement.** 30% d'entre eux émettent également des doutes sur la fiabilité de la certification.

9 habitants sur 10 souhaitent davantage d'informations sur les produits biologiques, qu'il s'agisse de leur origine (69%), des modalités de contrôle (42%) ou de leur impact sur l'environnement (43%) et la santé (37%).

Les habitants des Hauts-de-France déclarent accorder une grande importance à la provenance de leur alimentation : **9/10 attachent de l'importance au local**, notamment pour la consommation de fruits et légumes, et plus particulièrement encore les consommateurs bio : pour 44% il s'agit d'un gage de goût et de qualité, 40% déclarent faire instinctivement confiance aux producteurs locaux, 36% souhaitent soutenir l'économie et l'emploi locaux.

////////////////////////////////////



Mobiliser autour du juste prix de l'alimentation

Frein

45% des consommateurs bio ne souhaitent pas voir augmenter leur budget alimentaire.

Constat

En fonction des modes de distribution l'alimentation peut représenter un surcoût sur le budget alimentaire des ménages.

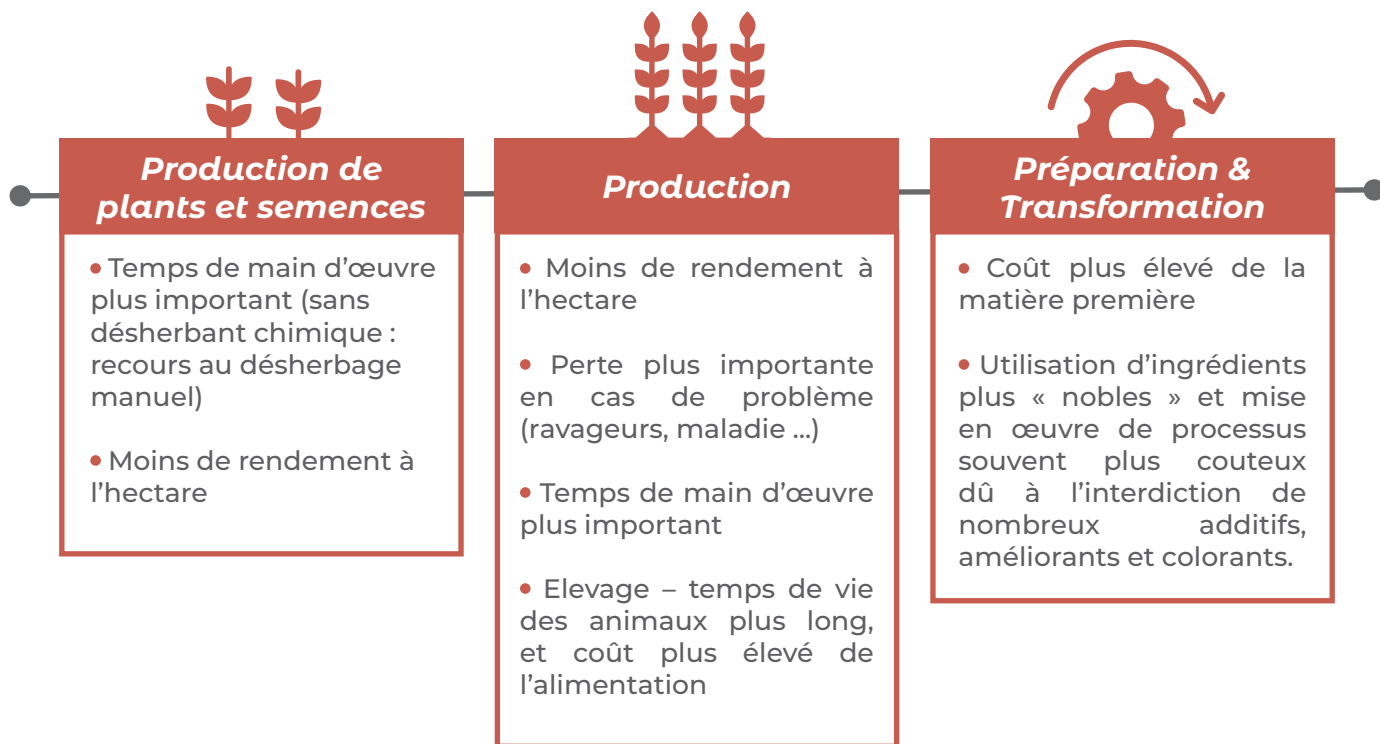
Enjeu

Défendre auprès du consommateur le juste prix d'achat d'une alimentation de qualité.

Réponses

Communiquer sur la répartition des surcoûts : Le surcoût des produits bio s'explique par des rendements moins élevés et un recours à davantage de main-d'œuvre, directement induits par le renoncement aux produits de synthèse, sur lesquels la filière bio se doit de faire de la pédagogie auprès des consommateurs.

Schéma des surcoûts de la filière biologique :



GLOBAL : affecte tous les maillons de la filière

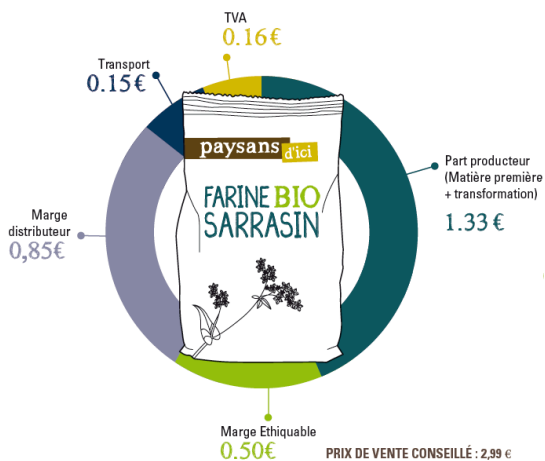
- Coût de la certification à chaque maillon de la filière
- Amortissement moindre dû aux volumes (le secteur reste de « petite taille », donc moins d'économie d'échelle (logistique, livraison, emballage, achat de gros ...))

Le coût de traitement des externalités négatives de l'agriculture non bio (traitement de l'eau, du sol, de l'air...) n'est pas répercuté sur le prix d'achat des produits mais pris en charge par la communauté à travers nos impôts, qui pèsent sur le pouvoir d'achat des Français.

• Communiquer sur la construction des prix

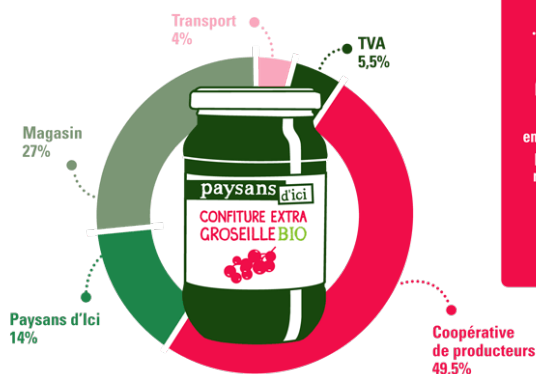
La filière bio est, historiquement, particulièrement vigilante à encourager des prix rémunérateurs, associés à des engagements commerciaux pluri-annuels et une relation commerciale transparente, auxquels les consommateurs peuvent être sensibles. Les opérateurs économiques de la filière doivent se saisir de ce levier pour communiquer sur leurs engagements collectifs auprès des consommateurs :

Ex. d'outils de communication sur la répartition de la valeur ajoutée au sein des filières :



44% du prix de vente revient aux producteurs

RÉMUNÉRATION DES PRODUCTEURS UNE MEILLEURE RÉPARTITION DANS LA FILIÈRE



Source : www.ethiquable.coop



Labels	Cahier des charges	Conditions d'obtention	Contact
 BioPartenaire	<p>Le label bio et équitable signifie que le produit contient au moins 50% d'ingrédients équitables issus d'un ou plusieurs Biopartenariats : des chaînes d'engagements réciproques, durables et équitables entre producteurs, transformateurs et distributeurs.</p>	<p>Les étapes pour être labellisé Biopartenaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnostic des pratiques : l'équipe Biopartenaire vous accompagne pour faire un état des lieux de votre démarche équitable, de vos filières, vos produits mais aussi des démarches RSE de l'entreprise. • Dossier d'éligibilité • Audit de contrôle • Labélisation des produits 	<p><u>Oona Bijasson</u> : oona@biopartenaire.com</p>
 Fair for Life	<p>La certification Fair for Life garantit un prix d'achat équitable supérieur au prix du marché, un mécanisme de protection pour les producteurs en cas de crise, des conditions de travail décentes et sûres tout au long de la filière, le renforcement de l'autonomie des producteurs et des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement qui encourage la transition vers l'Agriculture Biologique. Les produits Fair for Life ont au moins 80% des matières premières qui les composent issues du commerce équitable.</p>	<p>C'est la labellisation par un organisme certificateur indépendant comme Ecocert, qui permet d'afficher le logo Fair for Life sur les produits. Lorsque 80% des matières premières qui compose le produit sont issues du commerce équitable.</p>	<p><u>Laurent Lefebvre</u> : 61laurent.lefebvre@ecocert.com</p>
 Agri-Ethique France	<p>Le Label Agri-Ethique est construit autour de 3 volets : le volet économique (contrats pluriannuels, prix rémunérateurs, et partenariats). Le volet environnemental et sociétal, (création d'un fond collectif et cahier des charges environnemental). Et le volet sensibilisation (transmission des valeurs et transparence vis-à-vis des consommateurs).</p>	<p>Le label Agri-Éthique est géré par une SA filiale de la CAVAC, une coopérative agricole. Un comité de contrôle, composé de représentants des collèges producteurs, groupements de producteurs et entreprises de différentes filières et de l'organismes de certification, est chargé de prendre les décisions concernant les points de non-conformité et d'assurer l'impartialité des décisions de labellisation.</p>	<p><u>Barthélémy de Gove</u> : b.de-gove@agriethique.fr</p>



Bio Equitable
en France

Les produits labélisés Bio équitable en France ont soit :

- 50% des matières premières labélisés bio équitable en France
- 30% bio équitable en France + 30% commerce équitable
- 20% bio équitable en France + 50% commerce équitable

L'utilisation du label de commerce équitable est conditionnée par :

- L'adhésion à l'Association
- La conformité de chaque acteur engagé de la chaîne d'approvisionnement
- La conformité de la relation entre les acteurs engagés d'une même chaîne d'approvisionnement
- La conformité de la composition du produit labellisé

contact@bio-equitable-en-france.fr

Pour plus d'information : [contactez pia.levaille@aprobio.fr](mailto:pia.levaille@aprobio.fr)

Action collective

Ensemble, construisons des filières bio régionales exemplaires, basées sur le dialogue entre acteurs, la transparence et la répartition de la valeur ajoutée :

Composées de tous les représentants d'une filière régionale, les commissions filières bio animées dans plusieurs régions par les Interbio visent différents objectifs :

- Relancer la création de valeur et en assurer l'équitable répartition
- Permettre aux agriculteurs de vivre dignement de leur travail par des prix rémunérateurs
- Accompagner la transformation des modèles de production afin de répondre davantage aux attentes et aux besoins des consommateurs
- Promouvoir les choix de consommation privilégiant une alimentation saine, sûre, et durable

Tout au long de l'année les membres de la commission se réunissent pour :

- Analyser la construction de la chaîne de valeur pour des matières premières et des produits finis choisis
- Proposer un schéma équilibré de la chaîne de valeur tout en répondant à la demande des états généraux de l'alimentation en tenant compte des indicateurs de prix
- Rajouter de la transparence sur le prix commercialisé
- Construire un outil réutilisable et adaptable à chaque opérateur

Les commissions filières représentent ainsi un moyen d'obtenir une réelle traçabilité des prix sur toute la chaîne de valeur, qui peut ensuite être mise en avant auprès des consommateurs afin de répondre à certaines de leurs interrogations concernant ces prix.

En région Hauts-de-France, plusieurs commissions bio se réunissent chaque année :

Thématique	Animateur
Filière Brassicole	A PRO BIO pia.levaille@aprobio.fr
Filière Sucre	Bio en Hauts-de-France e.coudray@bio-hdf.fr
Filière Pain	A PRO BIO pia.levaille@aprobio.fr
Filière Viande	Asso Viandes Bio contact@viandesbiodici.org
Distributeurs	A PRO BIO pia.levaille@aprobio.fr
Restauration collective	A PRO BIO marie.bouchez@aprobio.fr

Pour aller plus loin, les partenaires du Plan Bio Hauts-de-France, A PRO BIO, Bio en Hauts-de-France, la Chambre d'Agriculture et la Coopération Agricole, initieront à partir de 2022 deux nouvelles Commissions dédiées à renforcer le dialogue amont/aval au sein de filières bio emblématiques en Hauts-de-France : les filières lait et grandes cultures. Ces commissions représentent un réel atout pour le développement partenarial et structuré des filières bio en Hauts-de-France.

Vous souhaitez vous impliquer ou impulser le lancement de nouvelles commissions bio en région ? Contactez-nous : pia.levaille@aprobio.fr

2 dispositifs de financement public s'adressent spécifiquement aux acteurs de la bio souhaitant monter des projets de développement et structuration de filières :

- **Le Fond Avenir Bio** : accessible aux projets collectifs de structuration des filières situés en France, regroupant plusieurs acteurs d'une filière.

Pour plus d'informations : <https://www.agencebio.org/vos-outils/fonds-avenir-bio/>

- **L'appel à initiative pour le développement de la bio en région Hauts-de-France** : accessible aux projets de structuration de filières existantes ou de création, de développement de nouvelles filières ; ou de projet de développement territorial.

Pour plus d'informations : <https://draaf.hauts-de-france.agriculture.gouv.fr/la-cinquieme-edition-de-l-appel-a-initiatives-pour-le-developpement-de-l-a3649.html>

Vous souhaitez déposer un dossier ? A PRO BIO peut vous accompagner dans la définition de votre projet et le dépôt de votre demande.

L'ensemble des dispositifs de financement à l'attention des opérateurs bio sont recensés dans le Catalogue des Financeurs de la Bio (www.aprobio.fr/catalogue-des-financeurs-bio/) et présentés chaque année à l'occasion du Forum des Financeurs de la Bio en Hauts-de-France

Contact : pia.levaille@aprobio.fr

Zoom sur la loi Egalim 2

Egalim 2 introduit de nouveaux dispositifs de régulation et de transparence au profil d'une meilleure rémunération des agriculteurs français, afin de rééquilibrer les relations commerciales entre les différents maillons de la chaîne alimentaire et agro-alimentaire.

Ce qui change avec cette loi :

- **Contrats de vente écrits et pluriannuels**

La loi Egalim 2 généralise les contrats de vente écrits et pluriannuels (sur 3 ans minimum) de produits agricoles entre un producteur et son premier acheteur. L'objectif est de faciliter la construction d'un prix plus protecteur de la rémunération de l'agriculteur par la conclusion d'un document écrit, traçable et vérifiable prenant en compte différents indicateurs tels que les coûts de production dans la détermination du prix.

- **Clause de révision automatique des prix**

Une clause de révision automatique des prix doit être instaurée, en fonction de l'évolution de celui des matières premières agricoles. Elle expérimente également un « tunnel de prix » pour la filière bovine avec des bornes minimales et maximales à l'intérieur desquelles peuvent varier les prix convenus pour tenir compte des prix de production.

- **Transparence dans les Conditions Générales de Vente**

Concernant les contrats entre l'industriel et le distributeur, les principaux changements concernent l'obligation de transparence dans les CGV sur le prix de la matière première agricole achetée par le premier maillon de la chaîne. Ce prix de la matière devient non négociable.

- **Non-discrimination tarifaire et pénalités logistiques**

Les pénalités logistiques sont encadrées et le principe de non-discrimination tarifaire a été introduit dans la loi. Elle prévoit l'interdiction d'obtenir des prix, des délais de paiement, des conditions/modalités de vente ou d'achat discriminatoires et non justifiés par des contreparties réelles.



Rendre les produits bio accessibles financièrement

Frein

45% des consommateurs bio ne disposent pas du pouvoir d'achat suffisant pour se procurer des produits bio.

Constat

48% des Français déclarent ne pas être en capacité financière de se nourrir comme ils le souhaiteraient.

Enjeu

Assurer le développement de la consommation de produits bio en réduisant leur poids dans le budget alimentaire.

Réponses

Outiller les consommateurs

Outiller les consommateurs

Pour faire face au surcoût que représente a priori la consommation bio, les acteurs de la filière doivent se mobiliser pour accompagner les habitants engagés dans leur transition alimentaire, en les outillant de manière à réduire l'impact de leur alimentation sur leur pouvoir d'achat.

Toute l'année, des temps d'accompagnement sont proposés aux habitants et structures relais des Hauts-de-France pour les accompagner dans leurs démarches de transition alimentaire en leur apprenant à : limiter le gaspillage, consommer moins de protéines animales et moins de produits transformés, cuisiner des produits bruts, manger de saison... et ainsi à se faire plaisir tout en consommant sain et équilibré sans devoir choisir.

Pour aller plus loin

A PRO BIO propose depuis 2022, en partenariat avec la MRES, des Défis Famille sur les territoires, proposant à jusqu'à 300 foyers volontaires de se mobiliser pour modifier leurs habitudes alimentaires. Ils effectuent un suivi précis de leur consommation et participent à une série d'ateliers thématiques animés par des professionnels de l'alimentation.

Le savez-vous ? L'étude de la filière Vrac des Hauts-de-France publiée fin 2021 montre que certains produits bio vendus en Vrac sont en moyenne 24% moins chers à l'achat que leurs équivalents emballés¹

Soutenir les initiatives en faveur de l'accessibilité sociale de l'alimentation bio

Si certaines mesures en faveur de l'accessibilité ne semblent pas à la portée d'acteurs locaux (TVA réduite, sécurité sociale de l'alimentation...), les collectivités locales bénéficient de plusieurs leviers financiers pour rendre les produits bio plus accessibles :

- Des aides à la conversion et au maintien de la production bio, permettant de diminuer le prix de vente des productions locales.
- Dispositif européen Fruits et Lait à l'Ecole par France Agrimer : Dispositif d'aide aux cantines pour promouvoir la distribution de fruits et légumes frais, et du lait et produits laitiers en particulier sous signe officiel d'identification de la qualité (SIQO), notamment ceux issus de l'agriculture biologique dans les cantines des écoles maternelles aux lycées.

¹A PRO BIO, Etat des lieux de la filière vrac bio Hauts-de-France, 2021. Plan BIO / <https://www.aprobio.fr/wp-content/uploads/2021/12/Etude-filiere-VRAC-VF.pdf>

Le savez-vous ? La restauration collective constitue un formidable levier de démocratisation de la bio, permettant à toutes les familles de bénéficier d'une alimentation de qualité à moindre coût. Encouragées par la loi Egalim, qui impose 20% de produits bio à la cantine, de nombreuses collectivités des Hauts-de-France sont d'ores et déjà engagées dans d'ambitieux projets d'introduction de produits bio en restauration collective. Pour ce faire, les collectivités sont accompagnées par les partenaires du Plan Bio Hauts-de-France. Les 44 communes bénéficient déjà du label Territoire Bio Engagé, qui atteste d'un taux de 22% de produits bio, soulignent cette dynamique régionale.

Zoom sur deux communes labélisées TBE



- La commune **Hames-Boucres avec 94,8% de produits bio en 2021**
- La commune **Loison-sous-Lens avec 51,5% de produits bio dont 23% de produits bio et locaux**

Vous souhaitez être accompagné dans vos démarches en faveur de la bio en restauration collective ? Rejoignez la commission restauration collective animée par A PRO BIO et la Chambre d'Agriculture, ou contactez-nous pour un accompagnement individualisé : marie.bouchez@aprobio.fr

De nombreuses initiatives sont également portées actuellement à l'échelle locale dans notre région par les entreprises, associations et/ou les collectivités, qui auraient vocation à se démocratiser en s'essaimant dans toute la région, en zone urbaine comme rurale.

Projet	Descriptif	Contact
<p>P.A.N.I.E.R.S Pour l'Accès à une Nourriture Inclusive, Écologique, Régionale et Solidaire</p>	Dispositif qui propose de lever les freins à l'alimentation durable en distribuant des paniers de produits bio et locaux à moindre prix aux personnes en situation de précarité alimentaire.	contact@bio-hdf.fr
<p>SuperQuinquin</p>	Supermarché coopératif et solidaire géré par ses membres. Il a été créé comme une alternative à la grande distribution classique, proposant des produits de qualité à des prix accessibles.	www.superquinquin.fr 09 72 60 18 06
<p>Épiceries Solidaires</p>	Similaire à un magasin d'alimentation générale type supérette, il apporte une aide à un public connaissant des difficultés budgétaires. En mettant à disposition de ses adhérents des denrées alimentaires, des produits d'hygiène, d'entretien ou encore des cosmétiques et des vêtements dont les prix représentent une très faible part de ceux pratiqués dans les magasins traditionnels, l'épicerie a pour mission de donner un « coup de pouce » aux personnes dans le besoin.	Exemple : Ass Developp Epicerie Solidaire Anzin à Anzin dans le Nord

Too Good to go	L'application permet aux utilisateurs d'acheter des Paniers Surprise composés de produits invendus à petits prix. Cela permet la réduction du gaspillage alimentaire et d'avoir des produits de qualités à des prix accessibles.	www.toogootogo.fr
Vrac en Hauts-de-France	Association permettant des groupements d'achats de produits vrac de qualité, pour favoriser l'accès des habitants des quartiers populaires à une alimentation durable.	sandrine-hdf @vrac-asso.org 06.75.31.94.72
Chèques alimentaires bio	Expérimentation portée sur le territoire de Douaisis Agglo en vue d'un test à partir de 2023.	A PRO BIO : marie. bouchez@aprobio.fr

Zoom sur les Projets Alimentaires Territoriaux

La Région compte 25 PAT émergents et en action en 2022, des territoires engagés en faveur de la transition du système alimentaire vers plus de durabilité.

Trois axes sont explorés :

- Développer les systèmes alimentaires durables territorialisés : Aider les territoires à mieux percevoir les enjeux et leurs capacités d'action (développement de méthode et accompagnement).
- Favoriser l'économie de coopération : Stimuler les passerelles entre le territoire et les entreprises et la création de solutions collectives innovantes.
- Faciliter l'appropriation de l'alimentation durable : Identifier les méthodes d'éducation à l'alimentation qui favorisent l'initiative citoyenne.

Entreprises, Citoyens, Communes... Vous souhaitez vous inscrire dans cette dynamique collective, y contribuer, développer de nouveaux projets ? Contactez votre territoire pour initier la dynamique ou inscrire vos projets dans les feuilles de route des PAT !



Légende

Territoire labellisé PAT

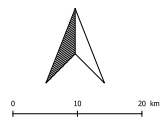
- PAT émergent - Labellisé niveau 1
- PAT en action - Labellisé niveau 2

Autres dynamiques

- Stratégie agricole ou/et Réflexion sur l'alimentation
- Accompagnement de territoires vers une dynamique de PAT

Abbréviation administrative

- PREFECTURES
- Limites départementales
- PNR Pôle d'équilibre territorial et rural
- CC Communauté de Communes
- CA Communauté d'Agglomération
- CU Communauté Urbaine
- PNR Parc Naturel Régional



Zoom sur l'association Meloko



Meloko est une association qui a pour but de développer un nouveau mode de consommation et d'alimentation local, équitable, écologique et solidaire avec deux objectifs :

- Proposer une offre globale de produits (hygiène, entretien, alimentaire, ...) responsables (locaux, agriculture à taille humaine, bio, ...)
- Rendre cette offre accessible à tous les consommateurs.

Méloko a une plateforme en ligne qui regroupe des producteurs et artisans locaux, dans le but de faciliter la vente de leurs produits. Les partenaires y gèrent leurs produits en toute liberté : prix, disponibilité ... Méloko complète l'offre de produits locaux avec les produits de première nécessité en respectant sa charte qualité. Méloko s'occupe de collecter les produits, de rassembler les commandes et de les distribuer en point relais ou à domicile.

La mission de Méloko est de rendre ces produits accessibles.



Donner de la visibilité à l'offre régionale

Frein

62% des habitants des Hauts-de-France souhaiteraient davantage d'informations sur l'origine des produits bio disponibles en rayon

74% des consommateurs bio privilégient l'offre locale

Constat

Faciliter l'accès à l'information pour encourager l'acte d'achat bio local

Enjeu

La visibilité de l'offre locale peut se traduire à la fois dans les rayons, sur les produits, et à travers des actions de promotion individuelles et collectives.

Réponses

Le packaging

Le packaging



CERTIFIÉ PAR FR-BIO-XX
AGRICULTURE HAUTS-DE-FRANCE

La nouvelle réglementation bio permet de mettre en avant l'origine régionale sur l'emballage des produits : possible si plus de 95% des matières premières composant le produit sont issus de la région.

Une autre alternative, plébiscitée par 78% des consommateurs bio, concerne l'affichage sur les produits d'une marque bio régionale, telle qu'il en existe dans certaines régions.

Plusieurs marques bio régionales, portées localement par les Interbio, se sont ainsi développées ces dernières années. En plus de garantir le cahier des charges de la bio ces marques s'inscrivent dans une démarche de soutien à l'économie locale et de mise en avant d'un terroir :



LE BIO D'OCCITANIE

Les avantages

- Donner de la visibilité à une communauté d'entreprises engagées
- S'engager auprès des consommateurs sur un cahier des charges garant de l'origine locale des matières premières
- Communiquer sur cet engagement à travers le packaging

Les contraintes

- Assurer la notoriété de la marque auprès des consommateurs et des distributeurs
- Gestion et animation d'une marque collective
- Démarches de certification supplémentaires

Pour plus d'information sur les marques bio régionales développées en régions :
pia.leveille@aprobio.fr

La région Hauts-de-France ne dispose pas à ce jour de marque régionale propre aux produits certifiés bio. Toutefois, les Chambres d'Agriculture développent, animent et promeuvent depuis plusieurs années différentes marques, qui disposent aujourd'hui d'une notoriété certaine auprès des consommateurs, permettant de mettre en avant l'origine locale des produits commercialisés : Saveur en'Or (produits bruts et transformés), et Terroir Hauts-de-France (produits de la ferme), dont bénéficient déjà plusieurs entreprises certifiées bio des Hauts-de-France.



Les avantages

- Bénéficier de la notoriété de marques bien implantées en Hauts-de-France (1000 produits certifiés)
- Profiter d'actions de promotion collectives
- Donner de la visibilité à la diversité de l'offre bio régionale

Les contraintes

- Démarches de certification supplémentaires

Pour plus d'informations sur ces marques et les modalités pour bénéficier de ces certifications :



Saveur en'Or :
contact@saveursenor.com



Terroir Hauts-de-France :
terroirs@terroirshautsdefrance.com

Développer la Publicité sur le Lieu de Vente

En rayon, sur les étals comme sur les sites marchands, la mention de l'origine locale contribue à déclencher l'acte d'achat, en complément de l'origine locale sur le packaging.

De nombreuses initiatives sont observées en ce sens en région, toutefois force est de constater que les consommateurs peinent encore trop souvent à identifier les produits bio locaux, alors que de nombreux outils peuvent être mobilisés en ce sens sur les lieux de vente :

- Affichage des étiquettes des lots de fruits et légumes
- Affichette mettant en avant les producteurs
- Etiquette indiquant la mention locale
- Espace dédié aux produits locaux
- Panneaux présentant la démarche d'approvisionnement locale, carte des producteurs



La bonne idée

Des outils collectifs peuvent être créés et mis à disposition des fournisseurs et distributeurs bio de la région : vous souhaitez impulser la création de nouveaux outils collectifs ?
Contactez pia.veille@aprobio.fr

Développer les outils de promotion

....> Auprès des distributeurs

Les consommateurs bio se tournent toujours plus vers les circuits-courts et la vente directe, mais également vers le e-commerce, les marques distributeurs, ou encore les produits distribués en enseigne low-cost.

Les consommateurs bio sont majoritairement des consommateurs occasionnels, et susceptibles donc de consommer davantage à l'opportunité s'ils sont exposés à l'offre bio. Afin de développer la visibilité des produits bio régionaux auprès des consommateurs, il semble important de multiplier les occasions de concrétiser l'acte d'achat en assurant leur présence au sein des différents rayons et réseaux de distribution : réseaux spécialisés, circuits-courts, sites marchands, GMS, épicerie, mais également en restauration hors domicile : restauration collective, restaurants, snacks...

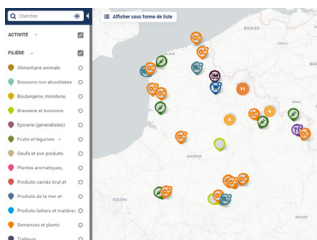
De nombreux outils et services sont développés en Hauts-de-France pour favoriser la mise en relation des fournisseurs et des distributeurs de produits bio :



• **Les webinaires BtoB** : organisés plusieurs fois par an, ils donnent de la visibilité à la politique de référencement des produits bio des enseignes de distribution auprès des fournisseurs et favorisent la mise en relation directe. **Contact** : pia.veille@aprobio.fr



• **Le Salon Food Connection Spéciale Bio** : organisé pour la 1^{ère} fois en 2021, ce salon a accueilli 52 exposants de produits bio régionaux et une centaine d'acheteurs.
Contact : pia.veille@aprobio.fr



• L'annuaire des fournisseurs bio régionaux : disponible sur le **site A PRO BIO**, il recense et cartographie l'offre régionale produit par produit. Vous souhaitez y faire apparaître votre offre : contact@aprobio.fr



• **Le salon Egalim** : organisé pour la 1ère fois en 2021 en visioconférence, cette rencontre offre/demande a permis de valoriser les fournisseurs de produits bio régionaux auprès des acheteurs de la restauration collective publique. **Contact** : marie.bouchez@aprobio.fr



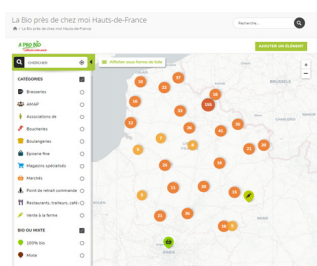
• **Les salons offre/demande** : organisés sur les territoires, ces salons ont vocation à favoriser la rencontre entre les fournisseurs et les acheteurs de la restauration collective. **Contact** : marie.bouchez@aprobio.fr



• **L'annuaire des fournisseurs bio régionaux de la restauration collective** : il recense l'offre régionale à l'attention de la restauration collective. Vous souhaitez y voir apparaître votre offre ou le consulter? marie.bouchez@aprobio.fr



• **Espace Hauts-de-France sur le salon Natexpo** : chaque année une quinzaine d'entreprises participe au plus important salon dédié à la filière bio, à Paris ou à Lyon, sous pavillon Hauts-de-France. L'occasion de faire réseau et de donner à voir la diversité de l'offre bio régionale. **Contact** : pia.levaille@aprobio.fr



• **L'annuaire des points de vente bio** : disponible sur le site www.aprobio.fr, il permet d'identifier en un coup d'œil les points de vente bio près de chez soi. Vous souhaitez y faire apparaître votre point de vente ? contact@aprobio.fr



• **Ouacheterlocal.fr** : le site permet aux visiteurs d'identifier les producteurs bio proposant de la vente directe en région.



• **Relais de communication** : partagez vos actualités, offres, supports de présentation sur le web à travers nos réseaux sociaux et newsletter grand public. La communauté A PRO BIO sur les réseaux sociaux en juillet 2022 était de 4500 abonnés. **Plus d'informations** : contact@aprobio.fr



- **Portes-ouvertes** : chaque année, les réseaux bio des Hauts-de-France animent les événements nationaux de promotion de la Bio, à l'occasion desquels les professionnels sont invités à organiser des portes-ouvertes à l'attention du grand public
Le Printemps Bio, en mai-juin / **Contact** : contact@aprobio.fr
Bio local c'est l'idéal, en septembre / **Contact** : t.durand@bio-hdf.fr

NATURABIO



- **Espace régional sur les salons grand public** : chaque année les entreprises bio des Hauts-de-France sont invitées à exposer au sein du village bio régional proposé à l'occasion de Naturabio, le plus grand salon bio en Hauts-de-France, ou ponctuellement sur des espaces collectifs proposés au sein de salons grand public tels que Terres en Fête, le plus grand salon agricole au nord de Paris.

Pour aller plus loin

Vous souhaitez bénéficier de nouveaux outils ou dispositifs collectifs pour développer vos référencement et la visibilité de vos produits auprès des consommateurs régionaux ? Mobilisez vos réseaux pour construire ensemble des projets impactant !

Contactez pia.levaille@aprobio.fr



Communiquer sur les garanties du label bio

Frein

9/10 habitants souhaitent davantage de garanties sur le label bio, et notamment son impact réel sur l'environnement (43%), ses modalités de contrôle (42%) ou encore son impact sur la santé (37%).

Enjeu

Rassurer sur la plus-value du label bio par rapport aux autres modes de production.

Réponses

Des outils d'information au service des acteurs de la filière.

Campagnes de communication nationales

Afin de renforcer l'adhésion des consommateurs aux garanties offertes par le label bio, la filière a identifié le besoin de développer la communication institutionnelle sur ce thème : en 2022, l'Agence Bio et ses partenaires mobilisent 1 million d'euros pour diffuser la campagne nationale **#BioRéflexe**



En savoir + : www.agencebio.org/2022/05/24/campagne-nationale

Ces supports ont vocation à être partagés auprès de leurs réseaux par l'ensemble des acteurs de la filière.

En complément, A PRO BIO et Bio en Hauts-de-France renforcent en 2023 leur stratégie de Promotion du label en Hauts-de-France en lançant la 1^{ère} campagne de communication digitale sur le label en région qui, à travers des vidéos humoristiques et un site d'information permettront de diffuser auprès des consommateurs les valeurs et garanties portées par le label.



Chaque année, A PRO BIO et Bio en Hauts-de-France organisent en Hauts-de-France 2 événements nationaux : le Printemps Bio et Bio local c'est l'idéal. L'occasion pendant un mois de communiquer sur le terrain et dans la presse sur le label et la filière.

Vous souhaitez profiter de ces événements pour ouvrir vos portes au public ?

Contactez-nous : contact@aprobio.fr

Le savez-vous ?

Pour soutenir la filière dans un contexte de stagnation des ventes, A PRO BIO et Bio en Hauts-de-France ont créé et diffusé début 2022 un visuel à l'usage de tous, à vocation virale, rappelant les plus-values du label bio. A relayer massivement dans vos réseaux :

Plus de 1900 producteurs, transformateurs et commerçants bio en Hauts-de-France

SOUTENONS-LES !

- BIODIVERSITÉ
- CLIMAT
- PRÉSERVATION DE L'AIR, DE L'EAU, ET DES SOLS
- 7000 EMPLOIS DANS NOS FERMES
- BIEN-ÊTRE ANIMAL
- SANTÉ

A PRO BIO Cultivons notre avenir

BIO EN HAUTS-DE-FRANCE

DÉCOUVREZ ICI les points de vente bio des Hauts-de-France

En savoir + : www.aprobio.fr/la-bio-pres-de-chez-moi-hauts-de-france

Outils de sensibilisation

A l'échelle nationale comme régionale, de nombreux outils d'information sur les plus-values du label bio sont à la disposition des acteurs économiques, invités à les relayer dans leurs réseaux :

- **Le kit idées reçues** : à destination des consommateurs il aborde de manière ludique les différentes interrogations exprimées par les consommateurs sur les garanties apportées par le label. Le kit est téléchargeable dans son intégralité sur www.aprobio.fr/kit-label-bio

KIT PÉDAGOGIQUE " LABEL BIO : HALTE AUX IDÉES REÇUES "

Découvrez notre kit dans son intégralité sur www.aprobio.fr

A PRO BIO Cultivons notre avenir

BIO EN HAUTS-DE-FRANCE

EH HERCULE, Y'A PAS DE BIO DANS MA RÉGION !

DARLING ! PAS BESOIN D'ÊTRE DÉTECTIVE POUR TROUVER LES BONNES ADRESSES BIO

EH JACK, LA BIO NOUS MÈNE EN BATEAU AVEC L'ENVIRONNEMENT ?

ROSE, JE PEUX T'ASSURER QUELLE FAIT TOUT POUR LE PROTÉGER !

EH MAILYS, ACHETER BIO, C'EST MANGER QU'DES GRANES ?

T'ES SÉRIEUX ?! DANS LA BIO, Y'A TROP LE CHOIX !

EH MARTY, MANGER BIO C'EST REVENIR AU MOYEN-ÂGE !

MAIS ENFIN DOC, LA BIO C'EST LE RETOUR VERS LE FUTUR !

EH MAX, LA BIO ÇA CHANGE RIEN POUR MA SANTÉ !

TU RIGOLÉS ? REGARDE-MOI, JE SUIS BIO ET DANS UNE FORME COMPLEXE !

EH PAULO, LA BIO C'EST UNE GROSSE BLAQUE ?

MINUTE BRO ! MEME SI JE FAIS LE RIGOLO, JE SAIS QU'ON NE PLAISANTE PAS AVEC LA BIO !

EH VICTOR, LA BIO C'EST TROP CHER !

FLASH INFO: LA VÉRITÉ SUR LES PRIX DE LA BIO !

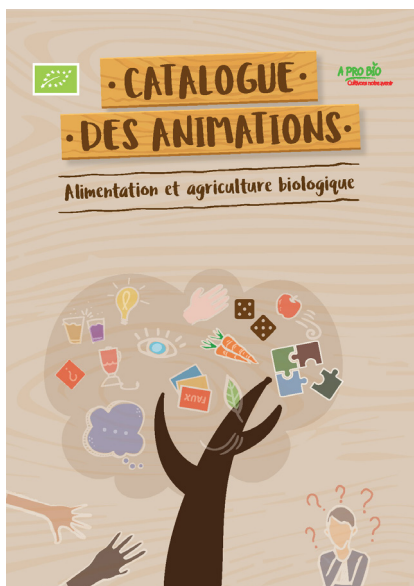
• **Les plaquettes bio et santé** : à destination des consommateurs, elles abordent les bénéfices d'une alimentation bio sur la santé humaine et le lien entre alimentation et perturbateurs endocriniens.

Ces outils sont disponibles ici :

www.aprobio.fr/wp-content/uploads/2022/06/APB-Flyer-Bio-Sante.pdf

Le savez-vous ?

A PRO BIO anime un Escape Game sur les perturbateurs endocriniens, un outil ludique et pédagogique à déployer auprès de vos équipes ou de vos clients :



Vous souhaitez bénéficier d'une animation ?
Contactez mathilde.zielinski@aprobio.fr

Montée en compétence des acteurs bio

Vous souhaitez former vos équipes de vente aux enjeux de l'agriculture biologique ?
 Différents temps de formation sont proposés tout au long de l'année :
Contactez pia.levaille@aprobio.fr

46% des consommateurs bio déclarent privilégier les produits bio locaux, 36% donnent leur préférence aux produits locaux non bio.

Ainsi, **78% d'entre eux expriment être intéressés par une marque ou label permettant d'identifier les produits bio des Hauts-de-France.**

51% des consommateurs bio s'approvisionnent principalement en grandes et moyennes surfaces. **Ils sont 95% (87% des habitants) à souhaiter trouver davantage de produits bio dans leurs points de vente**, en tête desquels les hyper et supermarchés (57%).

84% des consommateurs bio aimeraient accéder à davantage de produits bio hors domicile, au restaurant en particulier (pour 47% d'entre eux).

Enfin, concernant la visibilité de l'offre, l'étude met en lumière un déficit de notoriété du label européen (reconnu par 57% des consommateurs bio). Les fiches-pratiques présentées dans les pages suivantes ont vocation à apporter aux opérateurs bio des réponses opérationnelles permettant de répondre aux enjeux de développement identifiés à travers cette étude :

→ Mobiliser autour du juste prix de l'alimentation

→ Rendre les produits bio accessibles financièrement

→ Donner de la visibilité à l'offre régionale

→ Communiquer sur les garanties du label bio



A PRO BIO est une association à caractère interprofessionnel engagée au service de l'ensemble des acteurs de la filière biologique de la région Hauts-de-France. Créée en 1994, elle fédère l'ensemble des professionnels et acteurs de l'Agriculture Biologique du territoire : producteurs, transformateurs, distributeurs, associations, centres de formation... Interlocutrice privilégiée sur le sujet de la bio régionale, l'association œuvre pour permettre à tous l'accès à une alimentation de qualité.

Mentions légales

Édition : 2021

Étude réalisée par : A PRO BIO

Remerciements:

A toutes les personnes ayant participé à la rédaction de cette étude **Pia Leveille, Léa Nora, Claire Coulaud, et Diane Mazuel**, pour la collecte de données, l'analyse et la rédaction, et **Adrien Dutoit** pour le graphisme et la mise en page.

Retour sur les résultats de l'étude consommateurs 2021

77% de la population des Hauts-de-France consomment du bio au moins une fois par mois



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

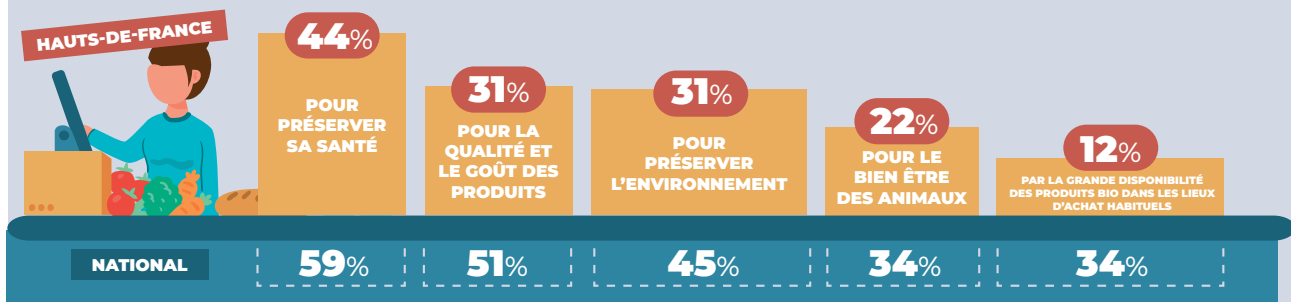
Vous achetez la majorité de vos produits alimentaires biologiques en... ? (une seule réponse possible)



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Les principales raisons de consommation actuelle de produits biologiques

(Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous consommez des produits alimentaires bio ?)



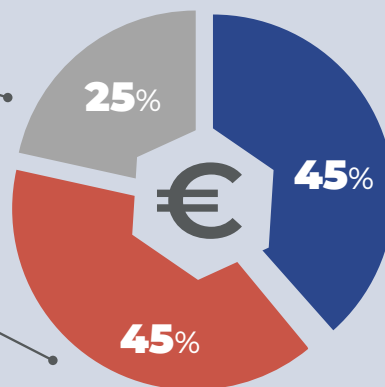
A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Principaux freins à l'achat de produits biologiques

Je ne souhaite pas augmenter mon budget alimentaire

Je ne peux pas augmenter mon budget alimentaire

Je ne suis pas prêt à mettre un tel prix



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

[f](#) aprobionord [in](#) association-a-pro-bio [@](#) aprobionord [v](#) A PRO BIO Association

A PRO BIO | 4 rue Dormagen | 59350 Saint-André-Lez-Lille | Tél : 03 20 31 57 97 | contact@aprobio.fr | www.aprobio.fr