

I. Bio : à qui va profiter le nouvel or vert?

Vous nous invitez à faire notre marché en bio ! C'est dans l'air du temps et cette tendance se développe à vitesse grand V.

C'est devenu la grande mode et qui dit mode dit aussi ruée vers l'or « vert ».

Des chiffres pour illustrer ce propos. C'est un marché qui croît de 17 % en un an à plus de 8 milliards d'euros, qui dit mieux ? Vous pouvez comprendre pourquoi Industriels et distributeurs se ruent sur l'or vert.

Et le bio continue à gagner du terrain en France en 2017, avec un total de 36.664 exploitants, soit 13,5% de plus qu'en 2016, selon des chiffres communiqués par l'Agence pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique. L'agriculture bio est devenue un moteur prospère de l'économie. La France devient bio et elle le sera d'autant plus que la décision du gouvernement, d'instaurer 50 % de menus bio dans les cantines scolaires, les hôpitaux et les maisons de retraite, va accélérer la tendance.

Quels sont les moteurs de cet engouement pour les produits bios ?

Le directeur de l'Agence Bio (l'administration se sent obligé d'encadrer ce développement) indique que le moteur du développement se trouve dans la confiance que nous avons dans les produits bios. D'ici deux ans les experts pensent que les 10 milliards d'euros seront atteints.

Un autre facteur entre en ligne de compte. Cette envie de manger bio est renforcée par la succession des scandales sanitaires souvent mal résolus. Œufs contaminés au fipronil qui se retrouvent dans les rayons, lait infantile de Lactalis contaminé à la salmonelle et vendu comme si de rien n'était par la quasi-totalité des enseignes... Acheter bio limiterait les risques. La présidente de la FNSEA met aussi en avant la défiance des Français vis-à-vis du glyphosate. La doctrine du syndicat des exploitants agricoles reste officiellement productiviste mais l'idée de produire, d'acheter et consommer bio fait son chemin. Les agriculteurs, et ils nous le font savoir, sont inquiets pour leur avenir. Le bio les libèrerait des aléas des cours mondiaux des matières premières et leur permettant de bénéficier d'aides à la conversion.

Mars 2018 Serge AVEILLAN

II. Bio : à qui va profiter le nouvel or vert?

Nous avons laissé les agriculteurs tentés par le bio et les consommateurs amateurs de bio ! Qu'en est-il actuellement ?

La conversion prend du temps et de l'argent. Sachez par exemple qu'avec seulement 8 % des fermes françaises et 11 % des emplois agricoles, le bio est encore très minoritaire. Une montée en puissance rapide est nécessaire. " Pour l'heure, seules 5,6 % des surfaces agricoles ont été " converties «. Si le gouvernement espère arriver à 8 % dans les deux ans, cela ne suffira pas à éviter les pénuries déjà visibles dans plusieurs produits tels le lait, les œufs ou encore la viande. Bien malin qui peut se fournir en viande de porc bio française aujourd'hui. Soucieux de répondre aux attentes des consommateurs, des industriels comme Herta (groupe Nestlé) s'approvisionnent à l'étranger.

Vous voulez dire que beaucoup de produits bios sont importés ?

Sans exagérer le phénomène, la France importe 30 % de son alimentation bio. C'est assez logique pour les fruits exotiques ou le sucre, mais l'offre doit se densifier dans presque toutes les régions françaises autres que l'Occitanie, la Nouvelle Aquitaine et Paca. " Il faudra aussi dépasser les inquiétudes de ceux qui s'étonnent que l'on veuille convertir notre agriculture à un modèle dont les rendements sont 20% inférieurs et dont les prix risquent de se faire rattraper à moyen terme par ceux de concurrents moins exigeants en termes de qualité et de main-d'œuvre.

Après la production nous avons la distribution. Que se passe-t-il à ce sujet ?

Le bio a ouvert l'appétit de la grande distribution. Les conséquences de ce phénomène sont spectaculaires. Le paysage agricole français se modifie pour répondre à la demande mais les enseignes de la grande distribution s'en mêlent aussi.

La bataille fait encore rage sur les prix bas mais le champ s'élargit. La concurrence sur le bio s'exerce de plus en plus. Elles ont besoin de capter cette clientèle susceptible de payer plus cher et d'augmenter les profits. Cela ne fait pas l'affaire des magasins spécialisés qui, jusque-là, bénéficiaient seuls de la folie bio. Ils risquent de devoir bientôt se contenter des restes. Les transformateurs vont devoir, pour répondre aux exigences de la grande distribution,

Idem pour les transformateurs, qui forment une myriade de PME spécialisées réalisant 10 à 40 millions d'euros de chiffre d'affaires. Toutes vont devoir se professionnaliser pour résister à la montée en puissance d'une poignée d'acteurs historiques qui chacun réalisent déjà plusieurs centaines de millions d'euros de ventes. Eux-mêmes sont sous le regard envieux des géants de l'agroalimentaire, les Nestlé, Pepsico, Mondelez Danone rêvent de mettre la main sur des marques vedettes, capables de leur offrir une croissance inespérée sur des marchés qu'ils croyaient mûrs.

Mars 2018 Serge AVEILLAN