

PRENEZ EN MAIN LA BIO



Des outils pour
vous accompagner

prenezenmainlabio.eu



ÉDITO



En 2021, la France est devenue leader européen en agriculture biologique, avec 2,8 millions d'hectares de surface agricole qui y sont consacrés. Elle se place en tête du podium européen pour la production laitière bio, et au 3^{ème} rang pour ce qui est des fruits et légumes bio.

Nous pouvons, collectivement, être fiers de ce palmarès, qui récompense des années d'efforts pour encourager le développement de ces modes de production porteurs de bénéfices à la fois économiques, environnementaux et sociaux.

Mais alors que la production de fruits et légumes et de produits laitiers bio poursuit sa dynamique, la consommation, elle, s'essouffle, dans un contexte inédit d'inflation et de baisse du pouvoir d'achat des Français.

Face à ce constat, le Cniel et Interfel alertent sur les conséquences de la destruction de valeur de la filière bio et se mobilisent à travers un programme européen pour soutenir la demande, essentielle à l'équilibre du marché.

Car promouvoir l'agriculture biologique, c'est soutenir un modèle agricole vertueux pour les hommes et la planète, soutenir la transition alimentaire et contribuer à la souveraineté alimentaire de l'Europe ! ”

Yves Sauvaget,
Président de la Commission bio du Cniel

Bruno Vila et Emmanuel Eichner,
Comité bio Interfel

SOMMAIRE

Partie 1 – La bio en Europe en 2022 : quelques repères 4

1. La bio en bref.....	4
1.1 Qu'est-ce que la bio ?.....	4
1.2 Logo européen et marque AB : des repères et garanties pour le consommateur	5
1.3 Chiffres clés de la bio.....	6
1.3.1 Dans l'Union européenne	6
1.3.2 En France.....	6
2. Les dernières tendances de la bio en France	7
2.1 Une production toujours dynamique.....	7
2.2 Une consommation en recul.....	7
2.3 Les Français et la bio.....	8
2.3.1 Une place croissante dans les choix d'une alimentation saine et consciente.....	8
2.3.2 Un besoin d'informations partiellement satisfait	8
2.3.3 Des attentes fortes envers la restauration hors-domicile (RHD).....	8
3. Zoom sur la restauration collective	9

Partie 2 – La bio dans les secteurs des produits laitiers et des fruits et légumes frais : des enjeux communs10

1. La filière laitière bio en 2021	10
2. La filière des fruits et légumes frais bio en 2021.....	10

Partie 3 – « Prenez en main la bio ! » : une campagne commune pour soutenir la bio11

1. Face à l'urgence, les filières se mobilisent	11
2. La campagne « Prenez en main la bio ! »	11

À propos12

À propos de « Prenez en main la bio ! »	12
À propos du Cniel.....	12
À propos d'Interfel.....	12

PARTIE 1

LA BIO EN EUROPE EN 2022 : QUELQUES REPÈRES

LA BIO EN BREF

1.1 Qu'est-ce que la bio ?¹

Encadrée par une réglementation européenne depuis 1991², l'agriculture biologique désigne des modes de production dont les grands principes sont la gestion durable de l'agriculture, le respect des équilibres naturels et de la biodiversité et la promotion des produits de qualité. Les pratiques de culture, d'élevage et de transformation biologiques excluent donc l'usage de produits chimiques de synthèse, des OGM et limitent les intrants.

Produisant une grande variété de denrées alimentaires, elle répond à la demande des consommateurs pour des biens issus de procédés qui préservent notamment la qualité des sols, la biodiversité, la qualité de l'air et de l'eau.

L'agriculture biologique est également une importante source d'emplois qui rassemble des producteurs engagés au quotidien pour la préservation de l'environnement et des ressources naturelles, pour le bien des générations futures.

Elle participe ainsi à la transition écologique et alimentaire en créant de la valeur ajoutée pour la vie économique et sociale des territoires.

→ Qu'est-ce qu'un produit laitier bio ?

Un produit laitier bio, c'est d'abord un élevage qui respecte les règles strictes de l'agriculture biologique : les vaches sont élevées au pâturage et ont une **alimentation 100 % bio et sans OGM** provenant presque toujours de la ferme elle-même.

Les producteurs n'utilisent **ni pesticides, ni engrais de synthèses**, ils préservent ainsi les ressources naturelles et la biodiversité.

Pour soigner les vaches, les thérapies naturelles (médecine douce, homéopathie, phytothérapie...) sont privilégiées aux traitements **allopathiques de synthèse** (antibiotique et/ou antiparasitaire).

Une fois collecté, le lait bio est transformé en **différents produits laitiers bio** : lait de consommation, yaourts, fromages frais, fromages affinés, beurre, crème fraîche et crèmes dessert.³

→ Qu'est-ce qu'un fruit ou un légume frais bio ?

Les principales caractéristiques du mode de production biologique des fruits et légumes frais concernent :

- Le lien au sol (excluant les cultures « hors-sol ») ;
- La non-utilisation de produits phytosanitaires de synthèse ;
- Et l'utilisation de semences et plants d'origine biologique.

Les pratiques agricoles dont sont issus les fruits et légumes frais bio préservent l'environnement et sont porteuses de nombreux bénéfices pour :

- Le **climat**, avec l'utilisation d'engrais organiques qui permet d'**atténuer les émissions de gaz à effets de serre** ;
- La **biodiversité**, en participant à la préservation des écosystèmes tels que la pollinisation ou la régulation des bioagresseurs avec l'utilisation du biocontrôle ;
- La **qualité des sols**, du fait de l'utilisation d'engrais organiques et de l'interdiction des pesticides de synthèse mais aussi du recours privilégié aux techniques de biocontrôle et aux rotations ;
- Et enfin, la **qualité de l'eau**, car la fertilisation organique des sols et la non-utilisation des pesticides de synthèse participent à la préservation qualitative de la ressource en eau.⁴

¹ Sources : Agence Bio et Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire

² règlement CEE 2092/91 du 24 juin 1991, remplacé en 2007 par le règlement européen n° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 (Journal officiel de l'UE -L189 du 20 juillet 2007), complété par le Règlement européen n° 889/2008 du 5 septembre 2008

³ Source : www.prenezenmainlabio.eu

⁴ Source : Guide de développement des filières de fruits et légumes bio, Interfel

1.2 Logo européen et marque AB : des repères et garanties pour le consommateur

L'agriculture biologique est soumise à une **réglementation européenne stricte** appliquée par tous les États membres.

Tous les opérateurs de la filière bio (production, transformation, stockage et distribution) sont **contrôlés au moins une fois par an** par des organismes certificateurs agréés par les pouvoirs publics français qui répondent à des critères d'indépendance et d'impartialité.

En France, le logo européen et la marque AB garantissent au consommateur que les produits sont conformes à la réglementation européenne en matière d'agriculture biologique.



LE LOGO EUROPÉEN

Également appelé « Eurofeuille », le logo européen permet aux consommateurs de repérer les produits qui respectent le règlement relatif à la production biologique de l'Union européenne. Ce logo est devenu obligatoire depuis le 1^{er} juillet 2010 sur les étiquetages des produits alimentaires préemballés dans l'Union européenne. Il est accompagné d'une mention précisant l'origine des matières premières ainsi que du numéro de l'organisme certificateur. Des logos nationaux et privés peuvent être utilisés en complément.

LA MARQUE AB

Propriété du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire et utilisée à des fins de certification, la marque AB permet, comme le logo bio européen, d'identifier des produits 100 % bio ou contenant au moins 95 % de produits agricoles bio dans le cas des produits transformés. Elle peut être utilisée facultativement, en complément du logo européen. Les conditions d'usage de cette marque sont contrôlées par l'Agence Bio, groupement d'intérêt public sous tutelle du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.



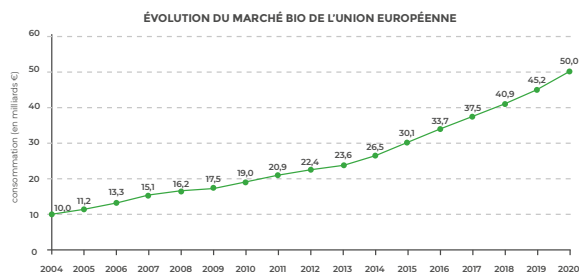
1.3 Chiffres clés de la bio



DANS L'UNION EUROPÉENNE

Portée par une conscience accrue des liens entre alimentation et santé, conjointement à un intérêt plus marqué des consommateurs européens pour le développement durable, la croissance du marché bio européen s'est sensiblement accélérée depuis quelques années.

Les surfaces cultivées en bio dans l'Union européenne ont plus que **triplé entre 2000 et 2020**. Au cours de la période 2012-2020, la croissance a été particulièrement forte, voyant la part de l'agriculture biologique dans l'UE **passer de 5,7 % à 9,2 %**.



Source : Agence BIO d'après différentes sources européennes

La bio dans l'Union européenne (chiffres 2020)

→ **14,9 millions d'hectares cultivés**
selon le mode biologique
(y compris les surfaces en conversion)

→ **9,2 %** de la surface agricole totale de l'Union européenne

→ Près de **350 000 producteurs bio**

→ Taille du marché bio : **44,8 milliards d'euros**

Source : Enquête du FiBL



EN FRANCE

Figurant parmi les **premiers producteurs et marchés européens**, la France présente un secteur bio qui a **doublé en 5 ans**, aussi bien en termes de surface agricole que de ventes.

En 20 ans, les surfaces cultivées en bio en France ont été multipliées par 7, dépassant 2,7 millions d'hectares en 2021. La France est ainsi le pays européen détenant la plus grande SAU bio (Surface Agricole Utile), devant l'Espagne et l'Italie.

Au cours de la dernière décennie, l'agriculture bio apparaissait comme attractive grâce à des prix stables, à une production rentable et à un marché français en forte croissance.

Le marché bio français a dépassé 13,2 milliards € en 2021. Il a été multiplié par treize en vingt ans. Entre 2012 et 2020, le développement de la consommation de produits bio s'est accéléré en valeur, celle-ci ayant quasiment triplé au cours de cette période.

La bio en France (chiffres 2021)

→ **2,78 millions d'hectares** cultivés en bio soit 10,3 % de la surface agricole utile française

→ **58 413 fermes** engagées en bio, soit 13,4 % des fermes

→ Plus de **200 000 emplois**, soit 18 % de l'emploi agricole⁴

→ **1^{er} producteur** européen de **lait bio**

→ **3^{ème} producteur** européen de **fruits et légumes frais bio**

→ **13,2 milliards d'euros** de chiffre d'affaires

→ **Part de marché des produits bio** (hors RHD) dans la consommation : **plus de 6,6 %**

Source : L'Agence Bio, Les Chiffres 2021 du secteur bio

⁴ Une ferme bio emploie 30 % de main d'œuvre de plus qu'une ferme non bio (Les chiffres 2021 du secteur bio, L'Agence Bio)

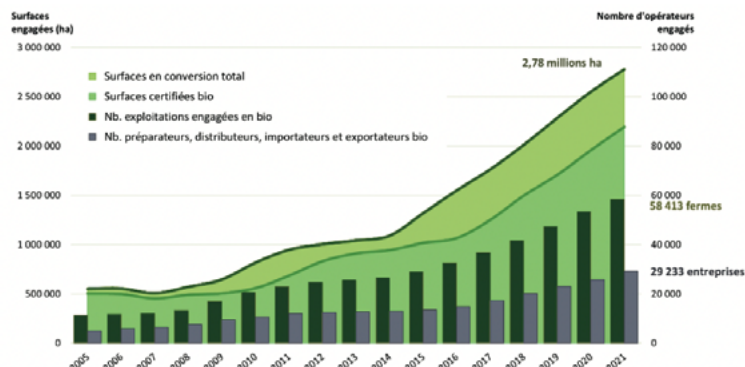
LES DERNIÈRES TENDANCES DE LA BIO EN FRANCE

2.1 Une production toujours dynamique

La production de bio est toujours en forte augmentation en France en 2021.

L'Agence Bio recense près de 2,8 millions d'hectares cultivés selon le mode de production biologique, soit une hausse de 9 % depuis 2020. Les terres certifiées (pouvant produire bio) atteignent quant à elles 2,2 millions d'hectares, soit une augmentation de 12 % par rapport à 2020.

ÉVOLUTION DES SURFACES, DES FERMES ET DES ENTREPRISES ENGAGÉES EN BIO



Source : Agence Bio/OC

2.2 Une consommation en recul

L'année 2021 a été marquée par un bouleversement de toute la consommation alimentaire des ménages. En février dernier, l'INSEE annonçait un recul de celle-ci de -2,28 %, soit une baisse de 4,5 milliards sur un marché de 195 milliards.

Le marché du bio n'est pas épargné. En 2021, il enregistrait une baisse de 68 millions d'euros (soit 0,5 %) en incluant les achats de la restauration et une baisse de 1,34 %, hors restauration (172 millions d'euros). Le nombre de nouveaux consommateurs de produits bio ralentit lui aussi légèrement : on comptait 11 % de nouveaux consommateurs en 2021 contre 15 % en 2020.

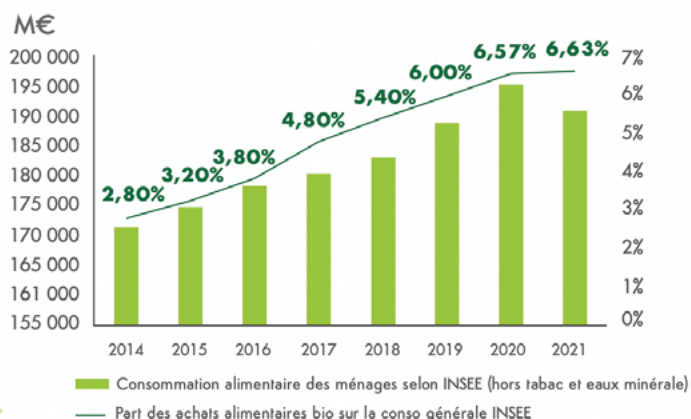
Après une décennie de croissance exceptionnelle et une hausse significative de la consommation de produits bio en 2020, ce ralentissement inédit de la demande pousse les acteurs de la filière bio à accroître leur vigilance

afin d'éviter l'accentuation d'un déséquilibre entre offre et demande de produits bio qui mettrait en péril leur activité.

Ces inquiétudes sont renforcées par l'inflation générale qui sévit en France comme dans de nombreux pays en Europe et à travers le monde, en raison d'une hausse accélérée des prix de l'énergie et de l'alimentation.

Un contexte qui voit les charges des agriculteurs augmenter, en même temps que le pouvoir d'achat des ménages français baisser, risquant d'orienter la consommation de ces derniers vers des produits premiers prix ou des marques distributeurs, souvent au dépend des produits biologiques.

CONSOMMATION ALIMENTAIRE BIO DES MÉNAGES



Source : Agence Bio, Les Chiffres 2021 du secteur bio

2.3 Les Français et la bio ^{5 6}

2.3.1 UNE PLACE CROISSANTE DANS LES CHOIX D'UNE ALIMENTATION Saine ET CONSCIENTE

D'après le Baromètre Agence Bio/ CSA, **plus des trois quarts des Français (76 %) consomment aujourd'hui des produits bio au moins une fois par mois et 15 % d'entre eux en consomment tous les jours**. Les plus jeunes (moins de 35 ans) en consomment plus fréquemment que les autres : 20 % des 18-24 ans en consomment tous les jours et 59 % des 25-34 ans en consomment au moins une fois par semaine.

Comme dans d'autres pays de l'Union européenne, la santé, l'origine des produits et leur impact sur l'environnement sont devenus des critères de choix plus importants qu'auparavant pour les achats alimentaires. Faire le choix du bio apparaît comme un bon moyen de conjuguer l'exigence individuelle de mieux-être et la dimension collective de sauvegarde de la planète.

Dans l'esprit des Français, l'agriculture biologique et les produits biologiques sont perçus très positivement et évoquent des valeurs de naturalité, de préservation de l'environnement et de la nature, et d'entretien de la biodiversité. Ceux qui les choisissent mettent également en avant leurs **qualités nutritionnelles** et **gustatives**.

2.3.2 UN BESOIN D'INFORMATIONS PARTIELLEMENT SATISFAIT

Reconnus respectivement par 95 % et 58 % des Français, le logo AB et le logo européen sont perçus par les deux tiers des Français comme labellisant des produits de qualité et contribuent à donner davantage confiance dans le produit⁶.

Cependant, seul **un Français sur deux s'estime suffisamment informé sur ce que ces labels garantissent** et notamment sur la réglementation de l'agriculture biologique et les contrôles des produits qui en sont issus.

Les principales caractéristiques attribuées aux produits biologiques par les Français :

- L'agriculture biologique **contribue à préserver l'environnement** (87 % d'accord)
- Les produits biologiques sont plus **naturels** (84 % d'accord)
- L'agriculture biologique **favorise la biodiversité** (83 % d'accord)
- Les produits biologiques sont **bons pour la santé** (82 % d'accord)
- Les produits biologiques **préservent les qualités nutritionnelles des aliments** (75 %) et **leur goût** (65 %)

Source : Baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France, CSA pour l'Agence Bio, janvier 2022

2.3.3 DES ATTENTES FORTES ENVERS LA RESTAURATION HORS-DOMICILE (RHD)

Enfin, la même étude souligne que les attentes des Français en ce qui concerne la proposition de produits bio en dehors du domicile demeurent fortes.

Ainsi, **82 % des Français espèrent trouver du bio dans les lieux de restauration scolaire**, 75 % se disent intéressés par le développement du bio sur leur lieu de travail et 74 % au restaurant.

Zoom sur la restauration collective :



⁵ L'Agriculture bio dans l'Union européenne, Edition 2021, L'Agence Bio

⁶ Baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France, CSA pour l'Agence Bio, janvier 2022

ZOOM

SUR LA RESTAURATION COLLECTIVE

PRENEZ
EN MAIN
LA BIO**Produits laitiers et fruits et légumes bio en restauration collective : renouer avec les objectifs EGAlim malgré l'inflation**

Avec 80 000 cantines intégrant des produits biologiques à leurs repas – produits laitiers et fruits et légumes frais en tête –, la restauration collective constitue un relais de croissance majeur pour le développement du bio. Dans un contexte d'inflation et de recul global du bio, alors que les objectifs EGAlim de 20 % de bio dans les achats alimentaires de la restauration collective au 1^{er} janvier 2022 sont loin d'être atteints, comment le secteur et les collectivités peuvent-ils se mobiliser pour augmenter la part de produits bio dans les menus ? Le point avec Sylvie Dauriat, Présidente de Restau'Co, réseau interprofessionnel de la restauration collective.

Quelle place occupent actuellement les produits laitiers et fruits et légumes bio dans la restauration collective ?

Tout d'abord, il est important de préciser que, suite à la loi EGAlim, le bio a connu une réelle progression dans les cantines et représente aujourd'hui 6,6 % des achats du secteur. Parmi les produits biologiques achetés, les produits laitiers et les fruits et légumes frais se trouvent en tête, aussi bien en volume qu'en valeur (32 % pour les produits laitiers et 28 % pour les fruits et légumes frais).

On constate néanmoins une grande variabilité entre les différents secteurs de la restauration collective sur l'intégration des produits biologiques dans les repas. L'enseignement fait aujourd'hui figure de bon élève et consacre 13 % de ses achats alimentaires au bio – principalement sur les fruits, légumes crus, yaourts et fromages blancs.

En revanche, la santé et le médico-social sont à la traîne : avec 1 % d'achats alimentaires biologiques en moyenne, le secteur a encore d'importantes marges de progression. Ce retard peut s'expliquer par des volumes de repas plus importants et des budgets particulièrement contraints.

Comment le contexte sanitaire, géopolitique et environnemental actuel impacte-t-il le bio en restauration collective ?

L'inflation, qui frappe de plein fouet la restauration collective et ses fournisseurs depuis un an et demi, a fortement ralenti la bonne dynamique dans laquelle s'était inscrit le secteur avec la loi EGAlim.

Les établissements doivent composer avec des enveloppes restreintes et peu de marges de manœuvre sur leurs achats alimentaires. Suite à la pandémie, au dérèglement climatique et à la guerre en Ukraine, beaucoup ont fait le choix de réduire, voire d'arrêter complètement leurs achats de produits issus de l'agriculture biologique.

Face à ce constat, on voit certains fournisseurs se détourner de la restauration collective depuis quelques mois, ce qui augmente la difficulté pour les établissements d'accéder à des produits biologiques.

“ Nous espérons que ce recul du bio dans la restauration collective est temporaire mais nous souhaitons alerter sur les conséquences malheureusement durables qu'il peut avoir sur la filière biologique et sur les producteurs. ”

Par leurs achats, les cuisines de collectivité peuvent soutenir des installations d'agriculteurs ou le développement de la production bio et veiller à la juste rémunération de la production.

Aujourd'hui, quels sont les enjeux et leviers du développement de l'approvisionnement en produits biologiques pour les collectivités et les établissements publics ?

Le développement du bio en restauration collective répond à des motivations différentes selon les territoires et les convives accueillis – enfants ou personnes âgées, par exemple. Ses enjeux sont aussi bien sanitaires que nutritionnels, environnementaux, territoriaux et économiques. Promouvoir l'alimentation biologique, c'est en effet agir pour protéger les sols, l'eau et les ressources naturelles, ou encore soutenir les producteurs et agriculteurs bio dans le développement de leur activité.

Pour fournir aux Français des produits de qualité et permettre la structuration des filières agricoles territoriales, il est important de continuer à sensibiliser les établissements de restauration collective aux enjeux du bio et d'accompagner les équipes dans le changement de leurs pratiques, en matière de produits proposés aux convives, mais également de gaspillages alimentaire et énergétique.

Des actions de formation peuvent par exemple permettre aux acteurs de réduire certains de leurs coûts, et donc d'avoir plus de marge pour acheter de meilleurs produits. La clé réside cependant avant tout dans les budgets alloués par l'Etat et les collectivités à la restauration collective. De ce soutien dépend la possibilité pour ce secteur de soutenir le développement de la bio en France.

PARTIE 2

LA BIO DANS LES SECTEURS DES PRODUITS LAITIERS ET DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS : DES ENJEUX COMMUNS

En 2021, les produits laitiers et les fruits et légumes sont les deux familles de produits les plus consommées en bio par les Français.

En termes de production, la France est le 1^{er} producteur européen de lait bio (devant l'Allemagne, le Danemark, l'Autriche et l'Italie) et le 3^{ème} producteur de fruits et légumes bio (derrière l'Espagne et l'Italie pour les fruits, et l'Italie et la Pologne pour les légumes).⁷



1. La filière laitière bio en 2021

La collecte de lait bio s'est établie à **1,24 milliard de litres en 2021, en hausse de +11 % par rapport à 2020** (FranceAgriMer). Cependant, la tendance est à la stabilisation ces derniers mois, dans un contexte de ralentissement global de la production laitière, notamment lié à la flambée du prix de l'aliment acheté (céréales et concentrés protéiques). Entre janvier et juillet 2022, elle n'a augmenté que de +3 % par rapport à l'an dernier sur la même période.

Quant à la consommation, après avoir observé un effet positif du confinement en 2020, **les ventes de produits laitiers bio en GMS s'essouffent depuis le début de l'année 2021** sur presque toutes les catégories de produits, enregistrant sur l'ensemble de l'année une baisse de -7,7 % sur le lait, -10,1 % sur le beurre ou encore -11,2 % sur la crème.⁸

La GMS représentant selon les catégories de produits laitiers bio 80 à 95 % des achats des ménages, ces indicateurs suscitent des **inquiétudes vis-à-vis d'un maintien de la demande dans les années à venir**, à des niveaux suffisants pour absorber la dynamique de conversion toujours en cours et les pics de collecte saisonniers.

La filière laitière bio en 2021

LA COLLECTE DE LAIT DE VACHE BIO

→ **4 174 éleveurs** bio

→ **9 %** des fermes laitières

→ **1,23 milliard de litres** de lait bio collecté (+10,9 %)

→ **5,2 %** du lait de vache collecté

LA FABRICATION DE PRODUITS LAITIERS BIO

→ **236 établissements** de transformation

→ **350 millions** de litres de lait

→ **88 800 tonnes** de produits laitiers frais

→ **18 700 tonnes** de beurre bio

→ **32 700 tonnes** de fromages bio

Sources : SSP, FranceAgriMer

La filière fruits et légumes frais bio en 2021

→ **13 600 producteurs** de légumes bio

→ **14 200 producteurs** de fruits bio

→ **+ 11 %** de producteurs de fruits & légumes bio

→ **72 000 hectares** dont **43 000 ha** de fruits bio et **29 000 ha** de légumes bio



2. La filière des fruits et légumes frais bio en 2021

Que ce soit pour les fruits ou les légumes, les surfaces cultivées en bio n'ont cessé de progresser ces dernières années.

En 2021, selon l'Agence Bio, la France comptait **14 200 producteurs de fruits bio et 13 600 producteurs de légumes bio**, un chiffre en hausse de 11 % par rapport à 2020. Les surfaces consacrées aux fruits et légumes bio, surfaces en conversion comprises, représentaient respectivement **42 697 ha (+12 %/2020) et 29 404 hectares (stable/2020)**.

En 2020, le marché français des fruits et légumes bio avait été évalué à près de **2,1 milliards €**, soit une hausse de 12 % par rapport à 2019. Par contraste, l'année 2021 est marquée par un **recul des achats en volume (près de -11 % par rapport à 2020) et en valeur**, la vente de fruits et légumes bio atteignant cette année **2,02 milliards €**, soit une **baisse de -4 %**.⁹

Source : Agence bio, observatoire de la production bio

⁷ Source : «Agence Bio»

⁸ Sources : Panel IRI, Gira Foodservice, Agence Bio, Cniel

⁹ Sources : Agence Bio, Les Chiffres 2021 du bio, 2022

PARTIE 3

« PRENEZ EN MAIN LA BIO ! » UNE CAMPAGNE COMMUNE POUR SOUTENIR LA BIO

1. Face à l'urgence, les filières se mobilisent

Face à un recul inédit de la demande en 2021, tendance qui tend à se poursuivre en 2022, les filières du lait et des fruits et légumes bio françaises se mobilisent, soutenues par l'Union européenne.

Créatrice d'emplois, essentielle à la transition environnementale de la France mais aussi à sa souveraineté alimentaire, l'agriculture biologique, pour poursuivre son développement, nécessite qu'elle offre et demande croissent ensemble. La situation actuelle, qui voit un tassement de la demande, souligne l'importance de conforter les débouchés de la bio sur ses différents circuits de distribution (GMS, détail, RHD, international...).

Par ailleurs, si les dernières études d'opinion démontrent que l'intérêt des Français pour la bio est intact et qu'ils sont même de moins en moins nombreux à y renoncer à cause du prix (-3 points), ces derniers s'estiment encore insuffisamment informés sur les caractéristiques et les garanties offertes par la bio, alors que les allégations liées à l'origine et aux vertus écologiques des produits se multiplient dans les linéaires.

Enfin, la bio dispose encore d'une marge de progression très importante dans la restauration hors-domicile. Si la loi EGAlim fixe un objectif de 20 % de produits bio dans les cantines, la bio y progresse lentement (6,6 % des achats en 2021). Dans la restauration commerciale, ce sont moins de 1,7 % des achats qui sont réalisés en bio.

→ **Face à ces différents constats, il est urgent de relancer la consommation bio en France !**

Pour cela, le Cniel et Interfel pensent qu'il faut plus que jamais expliquer ce qu'est la bio et informer largement sur ses garanties et bienfaits.

Il est également nécessaire de mobiliser les acteurs de la filière et de la restauration collective pour atteindre les objectifs de la loi Egalim.

2. La campagne « Prenez en main la bio ! »

Le Cniel et Interfel s'associent pour promouvoir les produits laitiers bio et les fruits et légumes frais bio dans le cadre du programme co-financé par l'Union européenne : « Prenez en main la bio ».

L'objectif de cette campagne de communication est double :

- Sensibiliser, former et informer les professionnels aux spécificités et valeurs de l'agriculture biologique européenne.
- Accompagner le développement de l'offre et de la consommation de produits biologiques européens en restauration collective pour atteindre les objectifs de la loi EGAlim.

Pour cela, tout au long de la campagne, les filières développeront de nombreux outils, supports de communication pour promouvoir la bio et proposeront plusieurs moments d'échanges lors de salons professionnels.

Toutes les informations sur la campagne sont partagées sur un site dédié :

prenezenmainlabio.eu

**PRENEZ
EN MAIN
LA BIO**

À PROPOS



À propos de « Prenez en main la bio ! »

Lancée en 2022, « Prenez en main la bio ! » est une campagne co-financée par l'Union Européenne qui associe le Cniel et Interfel pour promouvoir les produits laitiers bio et les fruits et légumes frais bio.

Pour en savoir plus : www.prenezenmainlabio.eu



À propos du Cniel

Créé en 1974, le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel) est l'association qui regroupe les organisations représentant les producteurs de lait de vache, les entreprises laitières privées, les coopératives laitières et les acteurs du commerce, de la distribution et de la restauration collective. Le Cniel incarne la volonté commune de ses membres de coopérer pour construire une filière laitière structurée, performante et durable, ancrée dans les territoires et ouverte sur la société et le monde d'aujourd'hui et de demain.

Pour en savoir plus : www.franceterredelait.fr

Contact presse :

Marylène Bezamat | +33 (6) 03 99 62 07 | mbezamat@cniel.com



À propos d'Interfel

Interfel est une interprofession créée en 1976 qui rassemble l'ensemble des métiers de la filière fruits et légumes frais française : production, coopération, expédition, importation, exportation, commerce de gros et distribution (grandes surfaces, commerces spécialisés et restauration collective). Organisme de droit et d'initiative privés, Interfel est reconnue association interprofessionnelle nationale agricole par le droit rural français, ainsi que par l'Union européenne depuis le 21 novembre 1996 dans le cadre de l'Organisation commune de marché (OCM) unique.

**Pour en savoir plus : www.interfel.com
www.lesfruitsetlegumesfrais.com**

Contact presse :

Victoire Genest | +33 (1) 49 49 15 20 / +33 (6) 15 52 15 08
v.genest@interfel.com