



Jeudi 14 mai 2020

DOSSIER DE PRESSE

La Bio, modèle de production sûr et résilient au cœur de nos territoires, plébiscité pendant le confinement. Et après ?

LES VENTES DE PRODUITS BIO EN MAGASIN TOUJOURS EN HAUSSE PENDANT LE CONFINEMENT

Le 16 mars, dès l'annonce du confinement, se sont dessinées deux principales catégories de consommateurs. Ceux qui, angoissés par la perspective de manquer, se sont rués dans les supermarchés et leurs drives et ceux qui n'ont pas cédé à la panique alimentaire, conservant leurs habitudes et pour certains profitant de cette période pour améliorer leur consommation alimentaire.

On aurait pu craindre que les consommateurs français se détournent des produits bio à la faveur des achats de produits « essentiels ». Pourtant, ce n'est pas le constat de la société de [mesure et analyse Nielsen au travers de son observatoire publié début avril](#). Elle confirme le dynamisme du marché bio par rapport au conventionnel.

Nous pouvons même observer une hausse significative des achats bio dès la prise de conscience de la pandémie et de l'évolution des mesures prises en France.

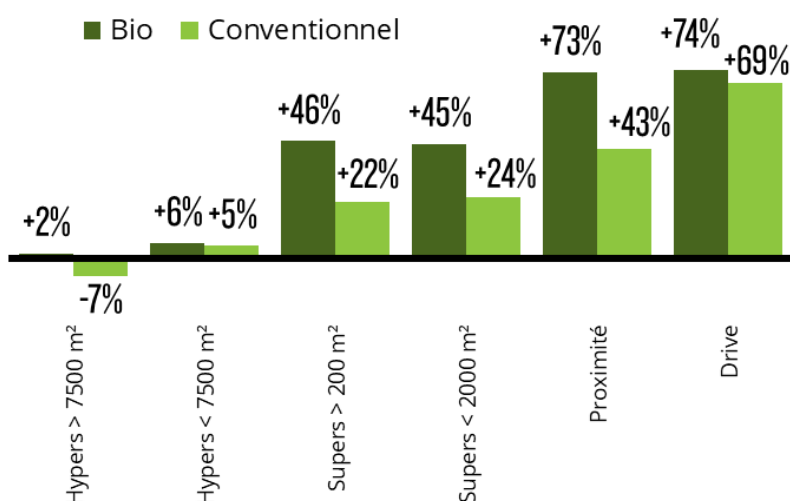
Cette tendance a bénéficié à tous les circuits de distribution mais particulièrement aux supermarchés, magasins de proximité et drives, ces derniers ayant connu des records d'inscription de nouveaux clients. Les magasins bio spécialisés ont également connu un engouement très marqué comme l'explique Alexandre Fantuz, Directeur Marketing de Biotopia, "La valeur du panier moyen a augmenté de 48 %, passant d'environ 40 € à 59 € depuis la mi-mars".

LES FRANÇAIS ONT REVU LEUR CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Certains français auront donc mis à profit le temps du confinement pour prendre soin d'eux et faire évoluer leurs habitudes alimentaires. En commençant par prendre le temps de cuisiner ! D'ailleurs, le boom des recettes vidéo à la télévision et via les médias sociaux en témoigne.

CONFINEMENT : LE DYNAMISME DU BIO SE POURSUIT DANS TOUS LES CIRCUITS

Evolution des ventes valeur (%), semaines 12 et 13 2020



Source : Nielsen ScanTrack.
Copyright © 2020 The Nielsen Company

L'augmentation du nombre de repas pris à la maison multiplié par le nombre de membres dans la famille a pesé fortement sur les achats de produits frais, bruts et peu transformés ; les produits bio ont suscité un intérêt nutritionnel, santé et environnemental grandissant dans ce contexte de doute sanitaire.

Selon [l'étude de consommation OpinionWay](#) réalisée pour [Max Havelaar en avril](#), 69 % des personnes interrogées font le lien entre nos modes de production et de consommation et la crise sanitaire, illustrant l'urgence de changer nos modes de consommation pour des produits plus « responsables ».

Consommer responsable c'est s'intéresser à l'origine et à la qualité des achats, privilégier les produits bio locaux, choisir d'acheter auprès des commerces de proximité, réduire le poids des emballages, s'approvisionner directement auprès des producteurs (à la ferme, en Amap)...

LES FRANÇAIS ONT MAINTENU LEUR ENGAGEMENT AUX AGRICULTEURS

Depuis quelques années, les consommateurs français manifestent de plus en plus d'intérêt et d'empathie envers la condition agricole. Attentifs à la qualité de leur alimentation et à l'impact de la production sur l'environnement, ils estiment que les pratiques agricoles doivent évoluer mais, tout autant, considèrent que les agriculteurs sont les premières victimes et doivent être accompagnés avec bienveillance, nous révèle un sondage Odoxa pour FranceInfo et Le Figaro. L'étude de consommation OpinionWay réalisée pour Max Havelaar révèle que 59% des interrogés estiment que les agriculteurs ne sont pas suffisamment soutenus par les pouvoirs publics et les collectivités et 69% considèrent leur rémunération insuffisante. Le [sondage Odoxa pour France Info et Le Figaro réalisé en février](#), confirme ces propos : 88% des français ont une opinion très positive des agriculteurs, les qualifiant d'utiles, courageux et passionnés.

L'augmentation de la consommation locale pendant le confinement a en partie été stimulée par l'appel du gouvernement à soutenir les agriculteurs en difficulté du fait de la perte de certains de leurs débouchés, toutefois, la prise de conscience de la nécessité d'acheter des produits bio, de saison et locaux est une réalité bien ancrée.

CONFINEMENT EN CENTRE-VAL DE LOIRE : INITIATIVES ET ADAPTATIONS ONT ÉTÉ LES MAÎTRES MOTS DU RÉSEAU BIO CENTRE-VAL DE LOIRE ET DES AGRICULTEURS BIO

Que ce soit les structures du réseau Bio régional ou les producteurs bio, durant cette période, tous ont fait preuve de réactivité et de créativité.

Le réseau Bio Centre-Val de Loire a mobilisé toutes ses structures, départementales et régionale, pour publier sur son site internet et par e-mailing des notes de situation à destination des professionnels, dans l'objectif de leur apporter le maximum d'informations de conjonctures et de liens utiles pour faire face en cette période exceptionnelle. Les salariés du réseau sont restés à l'écoute des agriculteurs, industriels transformateurs et distributeurs, afin de recueillir les difficultés vécues sur le terrain et remonter ces informations jusqu'au gouvernement par le biais des organisations nationales (Synabio et Fnab). La carte des acteurs économiques de la bio, consultable sur le site internet Bio Centre (www.bio-centre.org) depuis 3 ans a trouvé tout son intérêt pendant cette phase de confinement afin d'identifier facilement les producteurs disponibles à proximité avec leurs conditions de vente et d'ouverture.



Pour soutenir les consommateurs bio, le réseau Bio Centre-Val de Loire a mis en place depuis de nombreuses années une carte de localisation "[La bio proche de vous](#)" sur son site internet.

Des initiatives ont été prises dans toute la région par les acteurs économiques avec, parfois, l'accompagnement des salariés du réseau Bio Centre-Val de Loire. Nous vous partageons 4 exemples de la capacité dont ont fait preuve les acteurs de la filière bio régionale pour s'adapter à la situation du confinement.

En Indre-et-Loire, le GABBTO (Groupement des agriculteurs biologiques et biodynamiques de Touraine) sollicité par deux de ses adhérents en grande difficulté face à l'arrêt des débouchés habituels a réagi, avec le soutien de l'association ATABLE et d'InPACT37, en un temps record.

"Dès le début du confinement, nous avons très vite mis en place des moyens pour connaître les difficultés de nos adhérents, explique Romain Fredon, chargé de mission grandes cultures au GABBTO. Lorsque nous avons su les problèmes de commercialisation de Val Bio Centre et de la ferme de la Rabinière, nous avons mis en place notre plateforme de vente en ligne en recourant aux services de panierlocal.org et en organisant la logistique pour livrer quatre lieux de Tours. Cela s'est fait très vite. La solidarité des tourangeaux a été réelle, ils n'ont pas hésité à acheter un peu plus de fromage que d'habitude. Au terme de cette vente en ligne, les producteurs ont pu se réorganiser, trouver

de nouvelles solutions de ventes. Néanmoins cette initiative, réalisée dans l'urgence, n'est pas vaine, nous disposons maintenant d'un outil remobilisable à tout moment. Le confinement a révélé, selon nous, un véritable appétit pour les produits issus de l'économie locale et en particulier pour les produits bio. »

Le réseau Bio a su mobiliser ses partenaires, comme l'association ATABLE, pour conjuguer les compétences de chacun afin que la réalisation de cette opération soit une vraie réussite au service de nos agriculteurs.



Dans le Cher, la ferme laitière de Villemenard d'Isabelle Meunier a enregistré 50% de nouveaux clients !



Cette ferme de Vignoux-sur-Barangeon, passée en bio en 2017, regroupe une soixantaine de vaches laitières (Prim'Holstein, Montbéliardes et Jersiaises) et propose à la vente lait cru, fromage blanc, crème fraîche, yaourts et crèmes dessert essentiellement en vente directe.

"Avant le confinement, témoigne Isabelle, notre clientèle était plutôt locale avec un grand nombre d'habitues de longue date. Nos clients ne passaient pas commande car nous ouvrons le magasin de la ferme tous les après-midis, donc ils achetaient en fonction de la production du matin."

Depuis le début de la crise sanitaire et surtout du confinement, le nombre de commandes a véritablement bondi, obligeant l'éleveuse à fermer le magasin quelques jours au tout début, pour lui permettre de créer une nouvelle organisation. *"La communication a été bien relayée via notre page Facebook, par le GABB18, BioBerry et les structures partenaires, d'où une belle augmentation de la clientèle !" Et avec trois enfants à la maison, une bonne organisation était de rigueur !*

Les clients de la ferme ont aussi apprécié de pouvoir acheter sur place d'autres produits bio des fermes voisines comme du fromage de chèvre, des légumes et des plants potagers, de la charcuterie... *"Du coup nous avons proposé une offre bio plus large durant cette période de confinement, souligne Isabelle, et vu le succès nous souhaitons agrandir notre local de vente en pariant sur la pérennité de la clientèle."*

En pratique : les commandes sont à passer avant le mercredi pour un retrait en fin de semaine soit par courriel soit par la messagerie de la page Facebook.

Facebook : [Ferme de Villemenard](#) - courriel : fermedevillemenard@gmail.com

La résilience des producteurs du GDAB de l'Indre : une réactivité hors pair !

A la ferme de Beaumont, située à Déols, Florence Bodin élève 125 chèvres sur environ 70 ha. Ici, toute la production est transformée, majoritairement en Valençay mais aussi en bûches et petits ronds cendrés. Les fromages sont vendus directement sur les marchés de Châteauroux et Déols, au magasin de la ferme et dans un restaurant local. Habituellement, dans leur petit magasin, ils proposaient déjà quelques produits de fermes amies voisines (lentilles, œufs, miel...) pour une clientèle majoritairement locale et régulière. L'arrêt des marchés a été très brutal mais la résilience des producteurs bio est bien connue !

"Quand on a su que les marchés fermaient, on a tout de suite appelé les collègues bio du coin pour regrouper la vente de nos produits sur notre ferme. C'est fou, mais pourtant on a réussi à poser les bases en une seule journée", nous raconte Florence.

Ainsi, l'offre s'est étoffée avec les produits laitiers (élevage bovin) du GAEC La Chaume au Gendre, le pain et produits de la boulangerie de Pascal Barbin, La Tartine Berrichonne, et les légumes de Jean-Charles Chauveau. Le nouveau système mis en place a, pendant quelques semaines, proposé des paniers complets à prix fixe, commandés en début de semaine et que les clients venaient chercher à la ferme. Les jours de vente à la ferme ont été conservés (vendredi matin et après-midi, samedi matin), permettant aux collègues producteurs de déposer leur marchandise le jeudi soir pour la vente les deux jours suivants, assurée par Florence.

"Au début on proposait la livraison mais ça nous prenait trop de temps ! Alors on s'est recentré sur la ferme pour ne pas s'épuiser et tenir ce nouveau rythme dans la longueur", ajoute Florence.

"La clientèle a évolué pendant cette période, poursuit-elle, une partie de nos clients plutôt âgés n'est plus venue mais nous avons servi beaucoup de nouveaux consommateurs de Châteauroux, des habitués des marchés qui ne trouvaient plus leurs produits et aussi des locaux qui ne nous connaissaient pas avant. Au final, je dirais qu'ils représentent quasiment 50 % sur le total de nos clients. Et les 2/3 nous ont découvert pendant le confinement !"

Pour l'avenir, le petit groupe de producteurs reste prudent avant de modifier cette organisation. *"Nous préférons continuer ainsi tant que la situation n'est pas "saine" pour tous et nous reprendrons sur les marchés dès que possible, en conservant la vente de nos produits et des produits de nos collègues sur notre ferme !"* conclut Florence.

Vous pouvez retrouver toute l'actualité de la ferme sur leur page Facebook [Ferme de Beaumont](#), les contacter via la messagerie ou par téléphone 06 38 87 45 05.



En Eure-et-Loir un couple de maraîchers bio du GABEL a su affronter cette période complexe



Sophie et Laurent Ducrocq, se sont installés en 2012 sur 8 ha de légumes diversifiés et engrais verts à Pierres. Ils obtiennent la certification bio dès 2015 et emploient 1 personne à 80%. Ils reçoivent aussi régulièrement des stagiaires. Les ventes sont assurées par la vente directe à la boutique, deux fois par semaine, et via six Amap en région parisienne toutes situées dans un périmètre d'1h de la ferme. En complément des légumes de la ferme nous proposons des fruits et quelques produits d'épicerie au magasin. *"Chez nous les gens viennent et se servent, notre clientèle est majoritairement locale et régulière, plus quelques parisiens les week-ends"*, précise Sophie.

Mais dès le début du confinement, la mise en place des règles sanitaires a fortement mobilisé le couple pour que les garanties soient maximales. Et cette nouvelle organisation n'est pas de tout repos !

"Nous avons rapidement mis en place un système de drive et modifié l'accueil à la boutique en limitant le nombre de personnes en même temps avec un sens unique de passage, en installant un film barrière à la caisse et en mettant des gants à disposition des clients, nous explique Sophie.

Seulement tout ça nous a pris beaucoup d'énergie en plus du temps déjà très conséquent, surtout en cette saison, passée aux cultures. Ce qui nous motive physiquement et moralement c'est que le drive a bien marché et les clients du magasin se sont sentis en confiance."

Mettre en place un système de drive augmente forcément la charge de travail car il demande un temps de gestion et de préparation des commandes non négligeable. Pourtant, les consommateurs adhèrent et en redemandent, et encore plus durant le confinement : la clientèle de la ferme a augmenté d'environ 70% durant les semaines de confinement.

"On est passé de 110 à 190 clients semaine ! C'est une forte augmentation. Et comme ce sont surtout des gens du coin qui nous ont trouvé sur internet nous restons confiants sur la possibilité de les fidéliser", nous dit Sophie.

Mais le couple n'est pas certain de conserver le système de drive, c'est beaucoup de travail et de stress en plus. Ils se laissent néanmoins encore du temps, pour voir si la demande se maintient ou non, avant de confirmer cette décision.

En attendant, vous pouvez toujours passer commande sur leur site internet et vous pouvez suivre l'actualité de la ferme sur Facebook.

site : www.aupotagergourmand.fr - Facebook [Au Potager Gourmand](https://www.facebook.com/AuPotagerGourmand) - tél. 06 88 00 36 36



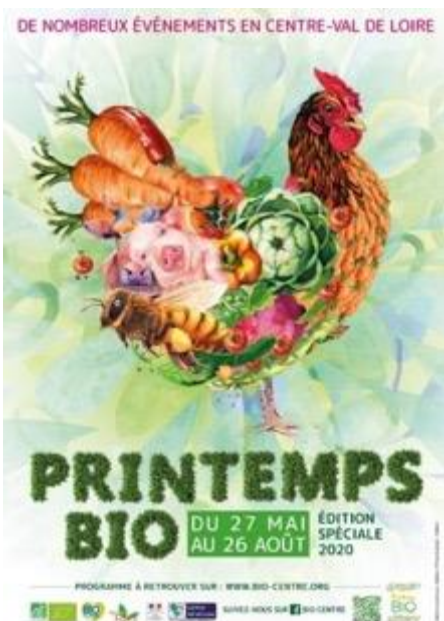
FIN DU CONFINEMENT : ON GARDE NOS HABITUDES ?

Les consommateurs sondés par Opinion Way l'affirment clairement : ils ont l'intention de poursuivre leurs achats alimentaires responsables. 8 personnes interrogées sur 10 ont l'intention après le confinement de privilégier des achats alimentaires responsables permettant une juste rémunération des agriculteurs, des conditions de travail dignes pour les travailleurs agricoles, une meilleure qualité nutritionnelle et le respect de l'environnement.

Et, 88% des français sondés par Odoxa, pensent que l'avenir de l'agriculture française doit se construire sur de petites exploitations qui privilégient la qualité des produits plutôt que sur des grandes exploitations qui privilégient la quantité pour rester compétitives.

A NOTER DANS VOS AGENDAS :

L'ÉDITION SPÉCIALE 2020 DU PRINTEMPS BIO EN CENTRE-VAL DE LOIRE



Au regard de toutes les incertitudes et les contraintes exceptionnelles connues cette année, le réseau Bio Centre-Val de Loire a mis en place une édition spéciale du Printemps Bio (événement organisé par l'Agence Bio et coordonné en région). La campagne se déroulera sur une plus longue période qu'habituellement, du 27 mai au 26 août, pour permettre aux différentes structures de pouvoir proposer des animations et des rendez-vous avec le public. Ainsi les consommateurs auront tout le loisir de retrouver mais aussi de découvrir les acteurs bio régionaux.

Les premiers éléments du programme seront bientôt disponibles et nous inscrirons les événements de l'été d'ici mi-juin. Toutes les informations seront à consulter sur le [site internet](#) et la [page Facebook de Bio Centre](#).

"Cette année 2020 n'est comparable à aucune autre, nous dit Laure Amouriq nous avons commencé à préparer une campagne classique à la fin de l'année 2019, et nous avons dû nous adapter pour que cet événement "grand-public" garde son sens en cette période du "chacun-reste-chez-soi". Mais nous nous devons de mettre en avant nos producteurs, artisans et magasins bio locaux, qui ont su s'adapter et redoubler d'efforts pour continuer à fournir des produits

de qualités dans des conditions complètement chamboulées. Et nous souhaitons que ce printemps qui durera jusqu'à fin août soit l'occasion pour tous les consommateurs de la région d'ancrer les habitudes prises, mais aussi de découvrir la diversité des produits bio proposés sur notre territoire."

À propos du réseau Bio Centre-Val de Loire

Le réseau Bio Centre-Val de Loire c'est la synergie de 8 structures au service de la filière bio régionale. Il est ancré au territoire à travers 7 structures départementales rattachées à la tête de réseau : Bio Centre.

Dans la volonté d'agir concrètement pour l'évolution des pratiques agricoles et de défendre leurs valeurs, les agriculteurs bio se fédèrent au sein des Groupements d'agriculteurs bio départementaux (GAB) et de la structure de promotion BioBerry. Ces 7 organisations sont représentées par le Groupement régional des agriculteurs bio (GRAB) au sein de la structure régionale aux côtés des préparateurs, des distributeurs, des consommateurs et des institutionnels avec l'ambition commune de construire harmonieusement la filière bio régionale.

À propos de Bio Centre

Bio Centre est la structure d'échanges et de concertation des acteurs de l'ensemble de la filière biologique de la région Centre-Val de Loire, du producteur au consommateur.

Elle a pour objet d'organiser et de développer la filière biologique en région Centre-Val de Loire. Elle se donne pour rôle :

- la structuration des différentes filières professionnelles
- la représentation des producteurs biologiques de la région et le développement de la production
- l'accompagnement des opérateurs de l'aval dans leurs projets
- la communication, et la promotion des produits biologiques régionaux en restauration collective, auprès du grand public et des professionnels
- la sensibilisation des partenaires institutionnels
- la défense des intérêts de la filière.

Contacts presse

Laure Amouriq, chargée de mission alimentation & RHD - alimentation@bio-centre.org - 06 12 47 81 38

Jean-François Vincent, président de Bio Centre - chaume@wanadoo.fr - 06 19 90 46 30

Nathalie Fernandes, assistante de communication - nathalie.fernandes@bio-centre.org - 07 86 61 75 16