



Filières biologiques

Etat des lieux par filières de production en région Centre

1. La filière grandes cultures

▪ *Marché*

Depuis 2006, la production de céréales est devenue largement déficitaire par rapport aux besoins conduisant à des importations importantes. Cette inadéquation entre l'offre et la demande provoque une envolée des prix à la production. Les prix payés aux producteurs restent actuellement élevés.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

Dans un contexte national de stagnation des surfaces céréalières, les surfaces en agriculture biologique ont augmenté de 2% en 2007.

Les trois premières céréales collectées en mode biologique sont le blé tendre, le maïs et le triticale, représentant au total près de 80% de la collecte en céréales.

▪ *Situation régionale*

La production régionale, relativement diffuse sur toute la région, est **compétitive et bien structurée autour d'un organisme stockeur majeur**, la SICA Agralys Bio (41), et de 2 organismes stockeurs extrarégionaux, THIVAT (03) et BIOCER (27).

Au niveau de la filière, les faiblesses sont essentiellement liées à l'absence d'opérateurs régionaux en aval :

- Absence de valeur ajoutée du fait d'un **marché « alimentation humaine » sous-développé** (seulement 35% de la collecte régionale contre 50% à l'échelle nationale) et d'un **marché « alimentation animale » peu dynamique** en lien avec le plafonnement des filières monogastriques régionales.
- **Manque de maîtrise des marchés et de véritable filière régionale**: 75% des volumes collectés sont commercialisés à l'extérieur de la région, les opérateurs régionaux importants de première transformation s'approvisionnent hors région et il existe très peu de seconde transformation.

▪ *Enjeux et opportunités*

- **Développer la production régionale** en céréales, oléagineux et protéagineux bio:
 - soutien de l'installation et conversion pour augmenter les surfaces,
 - améliorer les itinéraires techniques et la qualité des produits,
 - produire des références technico-économiques,
 - renforcer les échanges entre producteurs bio et les transferts de compétences entre producteurs bio et conventionnels.
- **Optimiser la valeur ajoutée par le biais de filières « alimentation humaine » régionales** en deux temps :
 - à court terme, créer des filières régionales en renforçant les liens commerciaux entre l'amont et l'aval régional (meunerie – huilerie – productions spécialisées),
 - et à moyen terme, inciter à un développement volontariste de ces filières « alimentation humaine ».
- **Développer les débouchés locaux d'alimentation animale** : soutien des filières monogastriques et partenariats extrarégionaux.

2. La filière fruits et légumes

▪ *Marché*

Les fruits et légumes sont les **produits bio les plus consommés** en France (16% du marché alimentaire bio). Ils sont **principalement achetés en magasins spécialisés et en vente directe** (marché et à la ferme).

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

L'année 2007 a été marquée par :

- une forte augmentation des surfaces en légumes frais (7 433 ha ; + 32% par rapport à 2006),
- une baisse des surfaces en légumes secs (phénomène attendu, lié aux rotations des cultures), qui représentent cependant 13,6% des surfaces nationales en légumes secs,
- une progression des surfaces fruitières de 5% par rapport à 2006 (9 649 ha en 2007), dans un contexte de baisse de la production nationale de fruits (- 1,3%).

▪ *Situation régionale*

Une production régionale localisée, avec un bassin de production important réparti entre les départements 41 et 45 pour les légumes.

La région Centre compte environ :

- 43 exploitations sur 156 ha en fruits, dont 19 arboriculteurs et 24 maraîchers (fraises),
- 105 exploitations sur 510 ha en légumes, dont 50% de maraîchers et 50% de producteurs en légumes de pleins champs.

a) La production maraîchère

En région Centre, la production de légumes est importante. Elle est toutefois **inférieure aux débouchés en hausse** (magasins, ventes par paniers, marchés,...), et l'évolution des surfaces est très faible (+ 1% en légumes).

Les circuits courts demeurent le débouché majoritaire (+ 50%). La proximité du marché francilien et des bassins de consommation régionaux (Montargis, Orléans, Tours), est une opportunité majeure.

Près de 55% des exploitants ont plus de 50 ans sur les exploitations légumières (41% au niveau national). Toutefois, on assiste à une recrudescence de projets d'installation en maraîchage. Un accompagnement de ces projets reste à construire.

b) La production de légumes de plein champ

Les principales productions de la région sont la betterave rouge (66 ha), la pomme de terre (60 ha), l'oignon (35 ha), le maïs doux (45 ha), le poireau (30 ha), la courge (40 ha),... La filière légumes de plein champ est liée de manière forte à la filière céréalière. Ce sont des **filières structurées autour d'opérateurs locaux** (ALLAIRE SA pour la betterave rouge, SARL DE LA MOTTE pour l'oignon, LIGEA pour la pomme de terre,...). **Les perspectives de développement sont importantes.**

c) La production fruitière

En région Centre, les principales productions arboricoles sont les pommes (plus de 120 ha), suivies des poires (8 ha), des cerises (4 ha) et des prunes (4 ha). Sont également produits des kiwis et des pêches.

Ces productions sont essentiellement vendues en circuits courts. Les autres débouchés sont les Paniers du Val de Loire (Val Bio Centre), les Coteaux Nantais et les marchés de gros.

La principale difficulté de cette filière est l'éparpillement des producteurs sur le territoire, le manque de capacité de stockage des produits.

▪ *Enjeux et opportunités*

- **Soutenir l'installation et la conversion** : encadrement technique, références technico-économiques, accès au foncier, structuration des filières courtes et longues.
- **Soutenir le développement d'opérateurs aval régionaux** (artisans, entreprises de transformation,...) : appui technique, connaissance des circuits bio, contractualisation.
- **Aide à l'investissement matériel pour les maraîchers** (serres notamment) permettant d'augmenter la production et d'améliorer la qualité des produits.
- **Poursuivre le développement de la production contractualisée en légumes de plein champ.**

3. La filière viticole

▪ *Marché*

Les vins bio représentent 12% du marché des aliments bio après les fruits et légumes, les produits laitiers et les œufs, le pain et la farine, mais devant les viandes et volailles, et l'épicerie.

Le marché national est centré sur les magasins spécialisés et la vente directe, quant au marché d'exportation, il reste porteur.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

L'année 2007 a été marquée par une **forte augmentation des surfaces en vignes** qui ont atteint les 22 000 ha (+ 20% par rapport à 2006).

▪ *Situation régionale*

La production viticole est concentrée en Indre-et-Loire et en Loir-et-Cher, avec un bassin dans la continuité du bassin Val de Loire. Les viticulteurs ont des exploitations de petites tailles et sont indépendants.

La vente directe représente une part importante des débouchés. Il existe un interlocuteur principal pour la vente aux Grandes et Moyennes Surfaces (Biovidis).

Les faiblesses de cette filière sont liées à l'individualisme marqué des producteurs et un repli sur la seule vente directe. Cependant, sous l'impulsion des structures bio régionales, un partenariat se développe depuis 3 ans entre les viticulteurs de la région Centre et des Pays de la Loire. Il s'agit jusqu'à présent de la création d'un pôle viticole Bio au salon des Vins de Loire qui se déroule à Angers. Ce stand collectif implique une cinquantaine de vigneron des 2 régions, et connaît un succès croissant.

▪ *Enjeux et opportunités*

- **Contribuer au développement de l'image des vins du Val de Loire** dans leur ensemble.
- **Soutenir les démarches collectives de commercialisation et de communication** : développer notamment le partenariat avec les Pays de la Loire.
- Préparer l'arrivée du nouveau règlement européen portant sur la vinification bio (prévu pour entrer en vigueur en 2009).
- **Développer l'appui technique**, notamment en matière de lutte contre les maladies.

4. La filière animale

a) Bovins viande

▪ *Marché*

Le **marché est en croissance**. Le potentiel de consommation est porteur, et les opérateurs aval sont demandeurs en viande bovine bio.

En région Centre, la distribution est actuellement tournée vers la Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) et peu développée vers les boucheries et les industries agro-alimentaires (IAA), mais les **perspectives de développement en découpe vers les boucheries et les magasins spécialisés bio** sont importantes.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

Le cheptel bovin a très légèrement baissé, mais une meilleure valorisation des cheptels existants est observée en raison d'un effort de structuration des filières. Il représente 1,5% du cheptel national.

▪ *Situation régionale*

En région Centre, on recense 1800 vaches allaitantes sur 46 exploitations. La production est essentiellement concentrée dans le **Sud de la région**.

On estime que **65% des volumes sont écoulés en filière longue**. La structuration est principalement construite autour de 2 opérateurs extrarégionaux, UNEBIO (débouché le plus important, majoritairement tourné vers la GMS) et SICABA (vente en boucherie, magasins spécialisés, industries agro-alimentaires et restauration collective).

Les filières courtes représentent 15 à 20% des volumes et sont en développement. Mais des problèmes d'outils d'abattage (certification AB) et de conditionnement se posent pour le circuit court.

- *Enjeux et opportunités*

A court terme :

- **Optimiser la logistique sur les filières extrarégionales**, avec notamment une réflexion à mener sur la mise en place de stratégies d'approvisionnement par bassin pour limiter les coûts de ramassage.
- **Encourager et soutenir la production de viande bovine bio :**
 - par la sécurisation des débouchés, via la contractualisation avec les opérateurs aval, et des prix, via la mise en place d'une caisse de sécurisation,
 - par l'aide à l'investissement bonifiée en bio,
 - par le développement d'un appui technico-sanitaire spécifique bio.

A moyen et long terme :

- **Développer le marché des artisans bouchers et de la restauration hors domicile** avec des outils locaux.
- **Rationaliser les outils pour les filières courtes** (notamment aide à la certification des abattoirs, et à l'équipement des producteurs en circuits courts pour mieux répondre à la demande).

b) Vaches laitières

- *Marché*

En France, la collecte de lait bio se stabilise à 219 millions de litres en 2006. La part du bio dans la collecte augmente, mais elle ne représente en 2006 que 1% du total. Une partie de la collecte bio est toutefois déclassée en lait conventionnel, mais ce déclassement est en repli depuis 2006.

Le principal débouché de la collecte laitière biologique est le lait conditionné. À 103 millions de litres, sa production 2006 n'a jamais été aussi élevée. Elle représente 2,8 % du total des laits conditionnés.

Côté consommation, les produits laitiers font partis des produits bio les plus consommés, juste après les fruits et légumes.

- *Production – France (Chiffres Agence Bio 2008)*

En France, les trois principales régions productrices de lait biologique sont les Pays de la Loire, la Bretagne et la Basse-Normandie qui représentent 50% de la production nationale bio. Le nombre de vaches laitières a très légèrement baissé en 2007 par rapport à 2006 (- 1%). Elles représentent 1,5% du cheptel national.

- *Situation régionale*

La région Centre compte 14 exploitations biologiques possédant des vaches laitières, pour un cheptel total 557 vaches laitières biologiques en 2007. **Les éleveurs et cheptel sont principalement présents sur l'Ouest et le Sud-ouest de la région** (Indre, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher). La production régionale de lait de vache bio est estimée à environ 4,2 millions de litres.

Entre 2002 et 2006, on constate une tendance à la baisse du nombre d'exploitations et du cheptel en région, liée notamment à la crise laitière biologique. La hausse enregistrée en 2007 (+ 8% par rapport à 2006) provient de la hausse du nombre de vaches laitières en Indre.

Les éleveurs laitiers bio pratiquant la transformation à la ferme et la vente directe sont peu nombreux.

- *Enjeux et opportunités de la filière bovine bio*

- **Augmenter le nombre d'éleveurs bio** pour faciliter l'organisation d'une collecte bio sur l'ensemble de la région centre, en s'appuyant plus spécifiquement sur l'**accompagnement des conversions d'exploitations laitières conventionnelles**.
- **Acquérir des références technico-économiques** en production laitière biologique et **développer l'appui technique spécifique bio**, pour pouvoir conseiller et orienter les porteurs de projets.
- **Favoriser le développement d'unités de transformation en bio.**
- **Favoriser l'implication des transformateurs régionaux dans la collecte bio régionale.**

c) Ovins

▪ *Marché*

Le marché des ovins est **actuellement surtout centré sur les GMS**. Les déclassements en conventionnel sont exceptionnels.

Le marché est en croissance régulière que ce soit en GMS ou dans les boucheries traditionnelles. En effet, la consommation d'agneaux bio a redémarré malgré un contexte de marché conventionnel plutôt à la baisse.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

Le nombre de brebis biologiques n'a pas varié en 2007, bien que l'on observe une diminution du cheptel de brebis viande (- 6%) et une augmentation du nombre de brebis lait (+ 11%). Les ovins bio représentaient en 2007, 2,2% du cheptel ovin national.

▪ *Situation régionale*

La région Centre est un **bassin de production moyen** et se place au 10^{ème} rang national : on recense 3 800 brebis mères pour 33 exploitations. La production régionale est située dans le Cher et le Loir-et-Cher.

▪ *Enjeux et opportunités*

- **Développer un appui technico-sanitaire spécifique bio.**
- **Maintenir la filière dans une stratégie globale de paniers produits carnés.** Il existe en effet un potentiel de marché en **complément de gamme porc et bovin** en découpe pour les boucheries, les magasins bio, voir les moyennes surfaces indépendantes et la vente directe organisée.

d) Porcins

▪ *Marché*

Le **marché national est centré sur les GMS**, qui commercialisent l'essentiel des volumes. Le marché est en **développement**, notamment sur le marché du jambon.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

L'élevage porcine biologique a connu une forte augmentation en 2007 avec une hausse de 17% du nombre de truies reproductrices certifiées, dans un contexte de baisse de la production porcine nationale (- 4% des effectifs). La production reste néanmoins très inférieure à la demande malgré un marché porteur.

▪ *Situation régionale*

La région Centre est l'**une des trois grandes zones de production**, avec la Bretagne et les Pays de la Loire. On recense 350 truies reproductrices pour 13 exploitations. Globalement, ces élevages ont une bonne technicité.

Actuellement, la **production est largement inférieure aux débouchés, qui sont en hausse**. Le surcoût de ramassage est réel, comme dans les autres espèces, car les éleveurs sont atomisés sur le territoire régional.

A la différence des bovins et ovins, **tous les animaux sont achetés en bio aux producteurs**, mais la valorisation de l'ensemble de la carcasse pourrait être améliorée (valorisation bio surtout sur les longes et jambons).

▪ *Enjeux et opportunités*

- **Renforcer Orléans Viandes et sa politique commerciale, notamment vers les boucheries traditionnelles**, dans le cadre de la structuration existante. Il existe en effet un potentiel de développement important des volumes commercialisés, mais également un potentiel de valorisation de l'ensemble de la carcasse.
- **Assurer l'accompagnement du développement de la production**, notamment l'installation d'atelier porc chez les céréaliers bio, en lien avec le développement prévu des ventes de viandes de porc (+ 100% annoncé par Orléans Viandes sur 2008-2012).
- **Garantir des débouchés locaux pour les grandes cultures (aliment).**

e) Volailles de chair

▪ *Marché*

Le marché national est **centré sur la grande distribution** ; on observe un déficit de distribution de la volaille de chair bio dans les boucheries-rôtisseries et supérettes. Le marché de la volaille bio se cantonne essentiellement au PAC (prêt à cuire). Le principal frein au développement de la volaille de chair bio est que son image est peu démarquée de la volaille label rouge.

Un des atouts sur la région Centre est la proximité du bassin de consommation francilien. Le marché local est également loin d'être saturé.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

En France, la production de volaille de chair bio est fortement concentrée, avec 4 régions représentant plus de 70% de la production de poulets de chair (Pays de la Loire, Poitou-charentes, Aquitaine, Auvergne). La situation de la production nationale de volaille est délicate, avec une perte de cheptel conséquente depuis 2001 (plus de 6 millions de têtes en 2001 contre 4,5 millions en 2006). Cependant, le nombre de poulets de chair a augmenté de 1% en 2007 par rapport à 2006. Les poulets biologiques représentaient 4% de la production nationale en 2007.

▪ *Situation régionale*

La région Centre a suivi la tendance nationale. En effet, l'augmentation des coûts de production, la forte pression sur les prix à l'aval et le mauvais positionnement commercial du poulet bio trop proche du poulet de label, ont conduit au démantèlement progressif de la filière longue, avec le désengagement de nombreux éleveurs et abatteurs.

La région Centre est désormais une **petite région productrice de volailles de chair**, la 12^{ème} région française en 2006 avec 10 éleveurs et 19 381 poulets de chair.

Les élevages sont fortement atomisés et peu compétitifs. Cependant, on observe des équipements d'élevage modernes et une bonne technicité régionale. La proximité de l'usine d'aliment Agralys est un atout.

Avec les difficultés économiques et l'arrêt de la filière longue en région Centre, la majorité des éleveurs se sont tournés vers la vente directe. Un GIE « Volaille bio du Centre » regroupant 3 éleveurs issus de la filière longue s'est néanmoins constitué début 2006, avec un circuit de vente dirigée vers les magasins spécialisés et la restauration collective.

▪ *Enjeux et opportunités*

- **Accompagner le GIE « Volaille bio du Centre »** dans son développement.
- **Trouver un abattoir** de remplacement en région Centre (abattoir actuel dans la Nièvre).
- **Aide à l'investissement** dans des bâtiments (mobiles) de petite taille (< 50m²) pour produire de petites bandes (500 volailles) mieux adaptées à la taille du marché bio.
- **Valorisation des ailes et des cuisses issues de la découpe** (demande forte sur les filets).

f) Œufs

▪ *Marché*

Les **volumes** sont **réalisés en GMS**, avec des marges distributeurs importantes. Le marché œufs bio est un marché porteur avec un taux de pénétration du marché conventionnel de 4 à 5%. Ceci s'explique par le fait que le produit est suffisamment bon marché pour accepter des surcoûts bio.

▪ *Production – France (Chiffres Agence Bio 2007)*

Le cheptel français de poules pondeuses est en croissance, avec 1,6 millions de têtes en 2006. En 2007, comme les volailles de chair, le nombre de poules pondeuses a augmenté de 1% par rapport à 2006, et représentaient 4% de la production nationale.

▪ *Situation régionale*

Deux filières organisées sont présentes en région Centre : la filière Agralys Aliment (fourniture d'aliments et de poussins) avec le Vieux Château (conditionnement et commercialisation), et la filière Etienne Jullien.

La première commercialise sous la marque Mâtine vers les plates-formes et les GMS de la région parisienne. L'activité bio est un complément de gamme pour ces deux opérateurs, qui représente toutefois 13 millions d'œufs (chiffre 2005), soit 74% de la production régionale. Cette filière rassemble environ 10 éleveurs du Loiret, Loir-et-Cher et de l'Eure-et-Loir, soit un cheptel d'environ 50.000 poules pondeuses.

La filière Etienne Jullien (4 millions d'œufs ; chiffre 2005) commercialise sous les marques « Bio Dunois » et « Bio Nid d'Antan » auprès de grossistes pour magasins spécialisés, plate-forme magasins spécialisés ou magasins spécialisés en direct. Elle organise la fourniture d'aliments et de poussins pour 3 autres éleveurs de l'Eure-et-Loir et du Loir-et-Cher, soit un cheptel d'environ 15 000 poules pondeuses, et se charge ensuite de la commercialisation.

- *Enjeux et opportunités*

- **Diversifier les débouchés d'Agralys/mâtines (monoclient)** et initier des ponts entre les deux opérateurs pour diversifier les marchés.
- Renforcer la filière via une **valorisation des réformes.**