PROPOS RECUEILLIS PAR
JEAN-FRANÇOIS BLOCH-BERTHIÉ,
CTIFL



Directeur de l'Agence Bio

FLORENT GUHL

« Nous sommes à un moment clé de l'agriculture biologique »

Nommé il y a un an en tant que directeur de l'Agence Bio, pouvez-vous nous rappeler les principales missions de l'organisme et dresser un premier bilan des orientations et des actions menées ?

L'Agence Bio est un groupement d'intérêt public rassemblant pouvoirs publics avec les ministères en charge de l'Agriculture et de l'Environnement, et représentants des professionnels de la bio avec la FNAB (Fédération nationale d'agriculture biologique), APCA (Assemblée permanente des chambres d'agriculture), Coop de France et le Synabio (Syndicat des entreprises de la bio). Il s'agit d'une plateforme d'information et d'actions pour le développement de l'agriculture biologique. Elle est en relation avec tous les partenaires ayant vocation à contribuer au développement de l'agriculture biologique : organisations publiques, professionnelles et interprofessionnelles, chercheurs, circuits de distribution, organisations de protection de l'environnement et de défense des consommateurs...
Lieu de concertation, de partage et de mutualisation entre tous les acteurs de l'agriculture biologique, l'Agence Bio a pour missions d'informer sur l'agriculture biologique et ses produits, de faire connaître l'évolution de la production et de la consommation ainsi que de soutenir le développement du secteur par la structuration de filières issues de l'agriculture biologique.
Dès mon arrivée en juillet 2016, et dans cette période de changement d'échelle de la bio, j'ai lancé les assises de la bio. Cela s'est traduit par une rencontre d'un grand nombre d'acteurs concernés par ce développement le 14 novembre 2016 à Paris où le ministre en charge de l'Agriculture, Stéphane Le Foll, est intervenu pour présenter un premier bilan du plan Ambition 2017 et surtout demander à l'ensemble des professionnels et des décideurs publics de préparer la suite de ce plan et du développement de l'agriculture biologique. La mobilisation des membres du conseil d'administration de l'Agence Bio mais aussi les interprofessions et les élus locaux est au rendez-vous et c'est important car nous sommes à un moment clé de l'agriculture biologique.

Quelle place occupent les fruits et légumes frais bio dans la production et la consommation en France ? Quelles sont, selon vous, les évolutions qui se profilent pour les années à venir ?

En 2016, la ferme France cultive selon le mode biologique 17 % de ses surfaces fruitières (y compris fruits destinés à la transformation) et 8 % de ses surfaces légumières (y compris pommes de terre). Parmi les 33580 hectares de surfaces fruitières bio cultivés sur 8225 exploitations, 25015 hectares sont au terme de leur période de conversion et peuvent commercialiser leur production en bio et 8565 ha sont en cours de conversion. Les légumes frais cultivés selon le mode biologique concernent 7425 exploitations et 20254 ha dont 18728 ha sont certifiés bio et 1526 ha sont en conversion. Les deux secteurs ont connu des évolutions similaires avec des progressions du nombre d'exploitations et des surfaces consacrées à la bio variant entre 6 % et 8 % entre 2015 et 2016, et 23 % et 35 % entre 2012 et 2016.
La consommation des ménages de fruits et légumes frais bio a connu une évolution en valeur de + 33 % entre 2015 et 2016 et + 80 % depuis 2012, plus

BIO EXPRESS

JUIN 2016
Directeur de l'Agence Bio

2015-2016
Adjoint au chef de service développement des filières et de l'emploi au ministère de l'Agriculture

2013-2015
Adjoint au sous-directeur du développement rural et du cheval au ministère de l'Agriculture

2007-2012
Secrétariat général du ministère de l'Agriculture chargé du plan de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

2004-2007
Responsable du volet amélioration des rendements des réseaux d'eau potable du SAGE Nappes Profondes (DDAF Gironde)

1998-2003
Ingénieur-chercheur en modélisation des réseaux (IRSTEA)

1999
Thèse sur la gestion optimale de réseaux d'eau potable

forte en fruits qu'en légumes. Elle est estimée à environ 1,3 milliard d'euros soit près de 6,5 % de la consommation de fruits et légumes (base Insee 2015), avec 673 millions d'euros pour les fruits frais et 626 millions d'euros pour les légumes frais. L'évolution des prix et l'évolution de la composition du panier contribuent à cette progression avant tout due à une augmentation des volumes consommés.
Dans un secteur bio où le consommateur accorde une place forte aux fruits et légumes frais, de saison et locaux, avec une plus-value liée à une garantie de qualité reconnue par les consommateurs (83 % des Français font confiance aux produits bio), tout concorde pour que la production de fruits et légumes nationale s'engage et s'organise plus fortement dans la bio dans les années à venir. Des défis technico-économiques restent à relever, par exemple des alternatives au cuivre contre les maladies cryptogamiques sont à trouver sous peine de réduire la fertilité des sols, l'enjeu de la sélection variétale orientée vers la résistance aux agresseurs demande de repenser les critères de choix, mais les changements de système, de stratégie, prégnants pour la Bio s'imposeront de façon croissante à l'ensemble de la production.

> *« 83 % des Français font confiance aux produits bio »*

L'offre de fruits et légumes bio en restauration hors domicile est l'un des nombreux enjeux sociétaux du moment. Quelles réflexions vous inspirent cette thématique ?

En effet la demande pour plus de produits bio en restauration hors domicile est forte : 80 % des Français en voudraient plus au restaurant (y compris restaurant d'entreprise), plus de 70 % en maison de retraite et établissements de santé, 9 parents sur 10 en voudraient plus dans les écoles. Concernant les fruits et légumes, les enjeux sanitaires sont forts avec seulement 4 % des Français déclarant consommer 5 portions de fruits et légumes par jour (FranceAgriMer/CSA 2016). Outre la mobilisation des décideurs publics, l'organisation de l'approvisionnement, la modification de la gestion des cuisines avec des légumeries et du personnel disponible, une meilleure gestion des équilibres alimentaires et la réduction du gaspillage sont autant de clefs pour le développement de la consommation de fruits et légumes bio hors domicile tout en limitant les dépenses supplémentaires, sans concession sur le goût. Pour la restauration commerciale, une meilleure visibilité de la certification bio est un axe de progrès en cours d'exploration. Pour la restauration scolaire, l'enjeu éducation est fort, et les programmes soutenus par la Commission européenne pour la distribution de fruits et légumes à l'école ne négligent ni la pédagogie ni la place des produits bio. Aussi, l'Agence Bio propose des kits pédagogiques et des kits pour la restauration scolaire.

Logo français versus logo européen, le débat sur l'harmonisation des critères d'attribution et cahier des charges du label bio est en cours de discussions. Quel regard portez-vous sur ce dossier dont les répercussions tant pour le stade amont qu'aval n'échappent à personne ? Qu'en est-il également de la demande des professionnels de la filière fruits et légumes frais du passage du principe de réciprocité à celui de conformité concernant les pays tiers ?

La production biologique de fruits et légumes en France est régie par la réglementation européenne qui s'applique pour toute l'Union européenne. Si des différences de lectures, des dérogations nationales existent, la réécriture de la réglementation vise à les réduire.
Le passage de la réciprocité à la conformité ne fait pas vraiment débat à Bruxelles et ne changera pas la donne sur les accords d'équivalence déjà existants. Nous continuerons à imposer aux pommes bio étasuniennes l'absence de traitement aux antibiotiques. À moins de changer radicalement le panier bio des Français, la possibilité de se passer d'importations notamment pour la banane semble irréaliste. Par contre, l'extension des aménagements pour les produits exotiques aux régions ultrapériphériques est une bonne nouvelle pour le développement de la Bio dans les régions d'outre-mer.
Des points de débats méritent plus d'attention comme celui concernant le lien au sol auquel les consommateurs français sont très attachés, pourraient induire des pertes de confiance délétères pour le marché, sans compter les distorsions de la concurrence potentielles au sein même de l'UE. ■