

Olive :
une récolte anticipée est conseillée.

PAGE 14



PRUNES



Les américano-japonaises.

PAGE 11

DIONYSUD

4, 5 et 6 novembre
à Béziers.

PAGE 13

SOJA BIO

Un marché
demandeur.

PAGE 17

AGROÉCOLOGIE

Une ferme
expérimentale.

PAGE 10

du côté de...

Aude

Challenge
Blé dur.

PAGES 4,
5 ET 6

Gard

Prix stables pour
l'Aid-El-Kébir.

PAGE 9

Hérault

Les agriculteurs
débattent du PADH.

PAGE 7

REUSSIR

Paysan

du Midi

N° 3519 - VENDREDI 3 OCTOBRE 2014 - HEBDO RÉGIONAL D'INFORMATIONS AGRICOLES ET RURALES - 3,00 € - ISSN 1148-7488

BIO ET LOCAL

Une semaine de sensibilisation



Sud et Bio s'inscrit dans la campagne de communication nationale, "Manger bio et local, c'est l'idéal !", pour avancer sur ses objectifs d'amélioration du référencement et de promotion des produits bio régionaux. L'association interprofessionnelle régionale est allée à la rencontre des consommateurs au magasin Bio & Sens à Juvignac pour leur présenter le nouvel étiquetage spécifique "Produits bio du Languedoc-Roussillon - Sud de France".

PAGE 3

APICULTURE

Bilan de campagne

Jugée catastrophique par de nombreux acteurs de la filière au plan national, la saison apicole 2014 est commentée de manière plus nuancée chez les opérateurs du Sud de la France. Le climat est montré du doigt.



PAGE 24

→ Le dessin de la semaine



Lire page 15.

Damien Alary, président de la Région

Damien Alary a été élu lundi matin président de la Région Languedoc-Roussillon avec 42 voix sur 67.

Les membres de l'assemblée régionale ont également désigné les 15 vice-présidents et 4 questeurs. Parmi les vice-présidents, Henry Garino sera en charge de la viticulture et de l'agriculture. Sophie Pantel de la ruralité, de l'élevage et de la montagne. Claude Zemmour de l'eau, de la prévention des risques, et d'Aqua Domitia. Hélène Giral du développement économique et de l'économie sociale et solidaire. Frédéric Lopez de l'aménagement du territoire. Joëlle Barbier devient chef de cabinet. Elle était chef de cabinet à l'Agglo de Montpellier sous la présidence de Jean-Pierre Moure. Le directeur de cabinet n'est pas encore nommé.

Après la séance, Damien Alary et les élus régionaux ont déposé une gerbe devant la plaque commémorative en hommage à Christian Bourquin, en présence de sa famille et de ses proches.

Bio et local → Dans le cadre de son action pour améliorer le référencement et la promotion des produits bio régionaux, l'interprofession Sud et Bio s'est investie dans une campagne de communication nationale.

Une semaine pour sensibiliser les consommateurs

Le rendez-vous était donné le samedi 27 septembre, au magasin Bio & Sens, à Juvignac (Hérault) avec Bénédicte Firmin de Sud et Bio, l'association interprofessionnelle du Languedoc-Roussillon qui rassemble tous les opérateurs bio de la région (agriculteurs, transformateurs et distributeurs) et dont la mission est de développer des filières bio et solidaires. A l'entrée du magasin, depuis un petit stand, l'animatrice consacre sa journée à aller à la rencontre des clients du magasin venus faire leur course. Face à un public déjà a priori conquis par le bio, son objectif est de les sensibiliser aux produits issus de la région.

L'animation est en lien avec une manifestation d'envergure nationale lancée par le réseau FNAB (Fédération nationale de l'agriculture biologique). Pendant une semaine, entre le 20 et 28 septembre, une campagne portée par le slogan "Manger bio et local, c'est idéal" vise à faire découvrir les atouts du bio et la diversité des circuits courts aux consommateurs. Pour ce faire, à Juvignac, Bénédicte Firmin propose aux clients de participer à un jeu-concours dans lequel ils doivent identifier, dans les rayons du magasin, trois produits bio fabriqués par des entreprises régionales. Logiquement, le gagnant remporte un panier garni de produits bio locaux !



A ce jour, les étiquettes mentionnant l'origine régionale des produits ont été mises en place par Sud et Bio dans 80 des 131 magasins bio du Languedoc-Roussillon. D'ici à la fin de l'année, la barre des 100 magasins équipés devrait être franchie.

Étiquetage spécifique

La tâche des clients est facilitée par un système d'étiquetage spécifique qui a été mis en place dans les rayons. Les produits régionaux sont différenciés des autres grâce à deux types d'étiquettes : "Produits Bio du Languedoc-Roussillon - Sud de France" ou "Entreprise du Languedoc-Roussillon". Ces étiquettes ont vu le jour en 2013 suite à un diagnostic réalisé dans douze magasins bio de la

région par l'interprofession Sud et Bio. Ce travail s'intégrait dans le contrat de filière "Agir pour la Bio" signé en février 2012 entre l'interprofession, l'Etat et le Conseil régional. Il avait notamment révélé une demande pressante des distributeurs qui manquaient d'outils de communication permettant de valoriser les produits bio régionaux. Que ce soit l'animation du jour ou les étiquettes mises à disposition par Sud et Bio dans son magasin depuis 2013, Robert Papaix, le gérant de Bio & Sens est enthousiaste : "les actions de communication autour des produits bio et locaux sont très pertinentes". Et pour cause, "cette information répond à une demande des consommateurs".

Un atout en fruits et légumes

Pour lui, c'est un argument qualitatif. "Ici, ce n'est pas le prix qui est déterminant dans les critères d'achat des consommateurs. C'est la qualité". Et en matière de fruits et légumes, une des dimensions de la qualité est la fraîcheur. Résultat : "Je préfère m'approvisionner directement auprès de producteurs locaux pour avoir une salade déterrée il y a moins de douze heures que recourir à

d'autres circuits de commercialisation qui font intervenir des intermédiaires et des heures de transport supplémentaires", explique-t-il. Le consommateur a le même réflexe et en matière de fruits et légumes, le critère d'origine locale a toute son importance. "L'intérêt des clients pour les produits locaux fait qu'aujourd'hui nous envisageons de créer un emplacement spécifique pour les fruits et légumes bio locaux", confie le gérant. Ce réflexe a une contrepartie : "pour le consommateur, la production locale se résume parfois aux fruits et légumes", note-t-il. Pour les produits transformés, "c'est plus compliqué", ajoute-t-il. Et Bénédicte Firmin de noter qu'"il existe une certaine méconnaissance des marques et des entreprises bio régionales".

Et les autres produits ?

De manière générale, les consommateurs bio sont-ils moins sensibles aux marques et signatures d'entreprises ? Peut-être que la garantie qualitative qu'offrent ces mentions - notamment en grande distribution - n'a pas la même importance dans les circuits de commercialisation fréquentés par les férus du bio. Peut-être aussi que c'est là, l'une des conséquences du fait qu'"il existe une grande diversité de fournisseurs dans l'univers bio et qu'ils ne sont pas tous présents dans un magasin donné. Résultat : le consommateur n'est pas forcément fidèle à une marque donnée", explique Robert Papaix. Quoiqu'il en soit, il existe un véritable enjeu pour les entreprises locales de sensibiliser les consommateurs à cette question. Et cela semble fonctionner. Après avoir échangé avec des clients, Bénédicte Firmin raconte les avoir vu "prendre un produit et le reposer" pour se saisir de son équivalent local. Preuve que le chantier n'est pas mince : certains magasins ont découverts l'identité locale de certains de leurs fournisseurs lors de la mise en place des étiquettes créées par Sud et Bio. Et même, si le gérant d'un magasin connaît l'origine de ces produits, ce n'est pas forcément le cas du personnel qui met en rayon. Ainsi, "il faut également sensibiliser ce personnel sur ce sujet", explique Bénédicte Firmin. Afin de répondre à leurs interrogations et de prévenir une mauvaise utilisation des étiquettes, "une charte d'utilisation a été rédigée, le gérant d'un magasin la met à la disposition de ses salariés", précise-t-elle.

Marie Corbel



"Valoriser les produits bio et locaux" : Robert Papaix ne le fait pas qu'à travers son commerce puisqu'il a aussi ouvert un restaurant attaché au magasin qui est "à 100 % certifié Ecocert", explique-t-il.

Une guide des opérateurs bio régionaux

Sud et Bio a édité un guide à destination des professionnels de la filière qui recense les opérateurs bio du Languedoc-Roussillon adhérents à l'interprofession.

Ce document est l'une des réponses au diagnostic réalisé en 2013 dans les magasins bio. "Parmi les attentes identifiées figuraient le recensement de ces opérateurs, notamment des fournisseurs, dans un seul et même endroit", explique Bénédicte Firmin.

Cette action s'inscrit également dans le contrat de filière "Agir pour la Bio" auquel participe la Région et l'Etat.