



# Contrat d'Objectifs et de Performance (COP)

## 2024-2028

Ministère de l'Agriculture  
et de la Souveraineté Alimentaire  
& l'Agence BIO







# Contrat d'Objectifs et de Performance (COP)

## 2024-2028

Établi entre le Ministère de l'Agriculture  
et de la Souveraineté Alimentaire  
et l'Agence BIO

Le Ministre de l'Agriculture  
et de la Souveraineté alimentaire

Le Président du Conseil  
d'administration de l'Agence BIO

Marc Fesneau

Jean Verdier

Signé en 2 exemplaires originaux le

*28 février 2024*

# Sommaire



<b>Contextualisation</b>	6
<b>L'Agence BIO</b>	8
<b>Mission #1 Informer</b>	10
<b>Objectif #1 - Informer les citoyens pour qu'ils fassent des choix éclairés</b>	12
Renforcer la connaissance du bio	
Valoriser les atouts du bio et le positionner dans la transition agroécologique et alimentaire	
Expliquer comment manger bio à budget maîtrisé	
<b>Objectif #2 - Faire entrer le bio à l'école</b>	14
À l'école primaire	
Dans les formations aux métiers de bouche: CAP Cuisine, BTS, bac pro...	
Dans les lycées agricoles	
<b>Mission #2 Analyser</b>	16
<b>Objectif #1 - Renforcer la position centrale de l'Observatoire National pour l'Agriculture Biologique (ONAB) dans la collecte, l'analyse et le partage de l'information</b>	18
Renforcer la connaissance collective des filières bio grâce à une cartographie des données	
Outils et animer les réseaux autour de l'analyse et de la donnée	
Participer à la collecte des données au niveau européen	
Gérer le Système d'Information Bio	

Objectif #2 - <b>Mieux comprendre le marché et les consommateurs</b>	22
Objectifs #3 - <b>Connaître l'amont agricole et les filières bio</b>	23
<b>Mission #3 Financer</b>	
Objectif #1 - <b>Renforcer la notoriété du Fonds Avenir Bio</b>	26
Objectifs #2 - <b>Adapter et améliorer le Fonds Avenir Bio</b>	27
<b>Piloter - Vie et rôle de l'Agence</b>	
Objectif #1 - <b>Élargir et consolider les partenariats</b>	30
Objectif #2 - <b>Renforcer la sécurisation de la gestion administrative et financière de l'Agence BIO</b>	31
Objectif #3 - <b>Développer une gestion des ressources humaines permettant de maintenir et développer les compétences des salariés et administrateurs</b>	32
Objectif #4 - <b>Revoir l'organisation des instances de l'Agence BIO</b>	33
<b>Glossaire</b>	34

# Contextualisation

**En 2022, l'agriculture biologique représente une surface de 2,88 millions d'hectares, avec 10,7% de la surface agricole utile. 60 483 exploitations sont engagées en agriculture biologique, soit 14 % des exploitations françaises.** La France se maintient ainsi à la première place européenne en matière de surface agricole bio et se place à la troisième place mondiale.

Néanmoins, le secteur de l'agriculture biologique est actuellement confronté à des difficultés dans un contexte géopolitique et économique mondial bouleversé et un marché alimentaire globalement en berne (-5% en janvier 2022 par rapport à 2021<sup>1</sup>). La part du bio dans le panier des Français s'établit ainsi à **6 % en 2022, contre 6,4% en 2021** et la confiance envers le bio diminue.

L'alimentation et l'agriculture biologiques constituent une réponse aux enjeux climatiques, environnementaux, économiques et sociétaux d'aujourd'hui et de demain en contribuant notamment à l'innovation dans toutes les filières. L'agriculture biologique a un rôle central à jouer dans la planification et la transition écologiques, notamment concernant la biodiversité, la stratégie bas carbone ou encore la protection de l'eau.

La Planification Écologique a vocation à relever les défis majeurs de la transition écologique et à concrétiser les objectifs de la France au niveau international et européen d'atteinte la neutralité carbone à l'horizon 2050 et, dans l'intervalle, de réduire de 55% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030.

**L'alimentation biologique et l'objectif de 18% de surfaces en agriculture biologique d'ici 2027 font pleinement partie de ce chantier et c'est pourquoi l'État renforce les moyens alloués à l'Agence BIO.**

Les actions de l'Agence BIO en matière de communication et de structuration des filières, s'appuient sur la connaissance des marchés et des filières et sont essentielles pour la consolidation et le développement du label bio.



Objectif de  
**18%**  
de surfaces  
en agriculture  
biologique  
d'ici 2027

Objectif de la  
loi EGAlim  
**20%**  
de bio en  
restauration  
collective  
publique

<sup>1</sup> Source INSEE

**Le renforcement de la communication constitue un des leviers majeurs pour soutenir et relancer la demande de produits bio à domicile, en restauration collective et commerciale.** L'Agence BIO est un acteur central pour faire connaître la bio, ses engagements et ses vertus. Cela permet de motiver le consentement à payer de l'ensemble des foyers, cantines, restaurants. Soutenir la consommation permet de sécuriser et de développer les fermes et unités de transformation bio.

En 2024, dans le cadre de la Planification Écologique, 5M€ par an et pour 3 ans ont été alloués à l'Agence BIO pour déployer, sous l'égide de l'État, une campagne de communication construite avec l'ensemble des acteurs, et en particulier les interprofessions.

Afin de consolider les filières agroalimentaires biologiques françaises en parallèle, le budget annuel du Fonds Avenir Bio dont la gestion est déléguée à l'Agence par l'État, bénéficie également d'un financement supplémentaire de 5 M€ à compter de 2024 et pour 3 ans au titre de la Planification Écologique.



## Un Contrat d'Objectifs et de Performance (COP)

L'Agence BIO, dont les missions sont l'information, la connaissance du secteur et le financement de la structuration des filières est positionnée comme un acteur central pour répondre aux enjeux conjoncturels et structurels de l'agriculture biologique. Son Contrat d'Objectifs et de Performance (COP) traduit cette ambition.

Il fixe les orientations stratégiques du groupement d'intérêt public Agence BIO sur 5 ans avec 4 missions :

3 missions d'intérêt général :

- Informer
- Analyser
- Financer

1 mission concernant le rôle de l'Agence BIO dans l'écosystème et son fonctionnement interne :

- Piloter

Il s'articule avec le **Programme Ambition BIO** établi pour la même période, avec la **lettre de mission** de la durée du mandat de la direction et la **lettre d'objectifs** annuelle notifiée à la direction de l'établissement et signée du ministre.

Sa cohérence avec les enjeux du secteur bio sera suivie tout au long de l'exécution du contrat d'objectifs et de performance, afin le cas échéant d'adapter son contenu.

# L'Agence BIO

**Groupe d'intérêt Public (GIP) créé en 2001 par les ministères chargés de l'agriculture et de l'écologie**, aux côtés de quatre familles professionnelles (Chambres d'agriculture France, Fédération w d'Agriculture Biologique, Coopération agricole, Synabio), l'Agence BIO a vocation à **rassembler l'ensemble des partenaires**, publics et professionnels, à la fois généralistes et spécialistes du bio, en vue **de contribuer au développement de l'agriculture biologique**. Par décision de son assemblée générale en 2022, le GIP Agence BIO a été prorogé pour une durée indéterminée, ce qui illustre son importance pour l'État autour de trois missions d'intérêt général : **informer, analyser, financer**.

Le Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire (MASA) apporte la principale contribution financière à l'Agence : outre une subvention pour charges de service public, sont également versés des crédits alloués au Fonds Avenir Bio et à la communication. À ses côtés, le Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires apporte également sa contribution par le Commissariat Général au Développement Durable (CGDD).

Ces financements publics sont complétés par les cotisations des familles membres du GIP, et les apports des interprofessions.

L'Agence bénéficie également de cofinancements ponctuels sur des projets variés, par exemple le projet CartoBio financé par Ecophyto, ou encore Cuisinons plus bio pour développer le bio auprès de la restauration, financé par des programmes de l'Union Européenne de promotion.



## Un lieu de dialogue et de concertation

L'Agence BIO, véritable fabrique de consensus, lieu d'échange et de concertation au service de l'intérêt collectif des filières et des opérateurs du bio, est une instance qui permet de concilier **toutes les visions du bio**.

**Elle est un lieu d'expression et de dialogue de l'ensemble de ces acteurs et doit contribuer à les fédérer autour d'actions communes.**

Afin d'associer un plus grand nombre d'acteurs de la bio aux échanges, la gouvernance de l'Agence BIO a été élargie en mai 2022 passant de 4 à 7 le nombre de

familles professionnelles la composant. La Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD), le Synadis Bio et les associations régionales loi 1901 à caractère interprofessionnels (Interbio) sont membres de l'Agence BIO et représentés au sein de son conseil d'administration.





## 3 missions d'intérêt général

■ **Informier et promouvoir l'agriculture biologique** auprès des citoyens, qu'ils soient consommateurs, professionnels, élus ou institutionnels

■ **Améliorer la connaissance du secteur**, en collectant les données en provenance de tous les opérateurs des filières alimentaires biologiques et du consommateur, en analysant et diffusant l'information

■ **Financer la structuration de filières bio françaises** avec le Fonds Avenir Bio

## 2 missions historiques

■ **La gestion du dispositif des notifications des opérateurs**, par délégation du Ministère de l'Agriculture et la Souveraineté Alimentaire, obligatoire en application de la réglementation européenne relative à l'agriculture biologique. Cette mission permet à l'Agence BIO de recueillir en temps réel les données relatives à l'évolution du nombre d'exploitants bio

■ **La gestion et la promotion de la marque AB**, à des fins de communication

Pour mettre en œuvre au mieux ses missions, l'Agence BIO renforce ses liens avec un plus grand nombre d'acteurs et  **fédère les opérateurs spécialistes ou généralistes**, et échange avec eux dans un climat de **réciprocité** autour des actions à conduire pour connaître le marché, les consommateurs et mieux informer sur le bio.





## Mission #1

# Informers

**Dans un contexte de crise structurelle et conjoncturelle, la communication constitue un axe stratégique majeur de consolidation et de développement de l'agriculture biologique.**

La communication sur les produits bio rappelant aux consommateurs les garanties associées au mode de production constitue un levier stratégique pour renforcer la confiance, relancer la demande des ménages français en produits bio, ainsi que de la restauration commerciale et collective et ainsi ouvrir des perspectives pour les agriculteurs bio de demain.

L'Agence BIO est un acteur central de cet axe stratégique. Elle contribue par son action à favoriser la consommation de produits bio pour ouvrir des débouchés aux 18% de surfaces en bio en 2027. Grâce aux crédits alloués par la Planification Écologique, l'Agence BIO, historiquement dotée d'un budget de communication autour de 0,5M€, voit ce budget porté à 8M€ pour l'année 2024 et à 5M€ en 2025 et 2026, plaçant sa mission d'information au cœur de son action.

**L'Agence BIO déploie son action d'information autour de 2 objectifs principaux:**

- **Communiquer sur le bio** pour stimuler la consommation de produits biologiques à domicile, en restauration collective et commerciale. Elle rassemble les éléments scientifiques relatifs aux externalités positives de l'agriculture biologique et positionne l'agriculture biologique dans la **transition agroécologique et alimentaire;**
- **Développer la présence du bio** dans les programmes scolaires et les formations professionnelles.

## Objectif #1

# Informer les citoyens pour qu'ils fassent des choix éclairés



Afin de développer la demande de produits bio, l'Agence BIO œuvre auprès de trois cibles: le grand public, la restauration collective et la restauration commerciale.

**La consommation de produits biologique à domicile qui concerne 38 millions de foyers ne représente que 6% dans la consommation des foyers français.**

L'Agence BIO, par des campagnes de communication grand public poursuit comme objectif d'augmenter la part de produits bio consommés par les ménages : la part de bio dans le panier des consommateurs représente 6% en France et atteint, à titre de comparaison, entre 9 à 12% en Autriche, Allemagne, Suède et Danemark.

La promotion de la consommation de produits bio dans la restauration collective, soit 80 000 cantines, constitue également un axe de progrès. En 2023, la part de bio s'élève à 7% des achats du secteur alors que la loi EGalim fixe un minimum de 20%. L'Agence BIO promeut l'intégration de produits bio en restauration collective en s'appuyant sur l'identification et la mise en avant de binômes de collectivités et de chefs qui respectent ou dépassent l'objectif de 20% de produits bio, et en participant à des événements dédiés (Salon Restau'co, Salon des Maires et Collectivités Locales...).

Enfin, la restauration commerciale, qui représente 170 000 restaurants en France dans tout type d'établissements (fast-food, restaurants étoilés, bistrot, pizzerias, glaciers...) n'achète que 1% de ses denrées en bio et ne représente que 3% des débouchés du marché bio. Elle constitue également un levier de développement de la consommation, de création de valeur et un axe de communication important. La cible de la restauration commerciale étant plus sensible aux

recommandations de pairs, l'Agence BIO s'appuiera sur un réseau de chefs engagés pour diffuser les informations relatives à la certification en agriculture biologique ainsi que des bonnes pratiques. La participation à des événements sectoriels, la mise en place de partenariats avec des acteurs comme Euro-Toques ou Ecotable soutiendront la promotion du bio en restauration commerciale.

Pour ce faire, l'Agence BIO conçoit, met en œuvre et fédère l'ensemble des acteurs de la bio autour de campagnes de communication. Dans le cadre de la campagne #BIO RÉFLEXE et des crédits supplémentaires qui lui sont alloués, elle travaillera avec les organisations interprofessionnelles à la construction de la campagne et à son pilotage. Elle s'appuiera également sur les crédits obtenus dans le cadre du programme européen et articulera une communication cohérente et unifiée à destination de toutes les cibles, quel que soit les financements à la source, pour que le grand public et les professionnels aient des messages unifiés, et que la communication institutionnelle de l'Agence soit en synergie avec la communication collective qu'elle construit via #BIO RÉFLEXE.

Fort de son expérience en matière de communication et des retombées positives des campagnes grand public «#BIO RÉFLEXE», l'Agence met en œuvre des stratégies de communication et des messages clés adaptés aux différentes cibles permettant d'augmenter la compréhension des garanties associées à la certification portant sur l'agriculture biologique.

## Renforcer la connaissance du bio

**L'Agence BIO informe les citoyens en leur explicitant les garanties de l'agriculture biologique. Elle rappelle que la production biologique est encadrée par des règles européennes et que le respect de ces règles est contrôlé.**

Elle précise les exigences et les garanties de l'agriculture biologique, qui sont prévues par le règlement européen (UE) 2018/848. Elle rend accessible au grand public les atouts du mode de production biologique encadré par des règles définies. Leur respect est garanti par des contrôles effectués par des organismes indépendants agréés chaque année par l'État.

L'Agence BIO valorise les spécificités de l'agriculture biologique qui est un label public, signe officiel de qualité (SIQO) par rapport à des labels privés et des allégations marketing afin de permettre aux citoyens de faire des choix éclairés en tant que consommateur.

La participation de l'Agence BIO au Comité National de l'Agriculture Biologique (CNAB) de l'INAO et à ses commissions techniques lui permet de cerner les finesses et enjeux réglementaires pour mieux les expliquer.

Sa participation aux commissions bio des organisations interprofessionnelles lui permet d'ajuster ses actions de communication à destination du grand public en prenant mieux en compte les enjeux économiques des filières.

Pour répondre à cet objectif, outre des campagnes de communication, l'Agence BIO édite des supports tels que des infographies pédagogiques, élaborés en collaboration avec les ministères de tutelle, l'INAO, le CEBIO, les familles professionnelles, les interprofessions nationales, les instituts de recherches, les syndicats professionnels.

Forte de ces contenus, l'Agence BIO est l'interlocuteur de référence sur le bio pour les médias.

Indicateur :

**Nombre de retombées presse**



## Valoriser les atouts du bio et le positionner dans la transition agroécologique et alimentaire

**L'Agence BIO rassemble, met en avant et rend accessible les résultats des études scientifiques sur les externalités positives de la bio pour les diffuser auprès du grand public et positionner l'agriculture et l'alimentation biologiques dans la transition agroécologique et alimentaire.**

Elle s'appuie pour cela sur les publications scientifiques produites par l'INRAE, l'ACTA, l'ITAB, l'Inserm, le CNRS pour valoriser les bénéfices de l'agriculture sur la santé, l'environnement, la préservation de la ressource en eau, la biodiversité et l'attractivité du métier agricole.

L'Agence BIO traduit ces éléments dans des contenus variés et adaptés à tout public et en assure la diffusion.



Indicateur :

**Nombre de communication sur des sujets scientifiques**

## Expliquer comment manger bio à budget maîtrisé

L'Agence explique comment manger plus de bio à budget alimentaire maîtrisé en donnant des clefs pratiques. Pour ce faire, elle s'appuie entre autres sur les éléments de langage qu'elle partage avec l'ADEME.

Ces messages sont déployés toute l'année par l'Agence BIO, auprès du grand public mais aussi des professionnels et institutionnels.

Pour diffuser ces messages, l'Agence BIO participe également à des événements, notamment le Salon International de l'Agriculture, Printemps Bio et Journées Nationales d'Agriculture, les événements en propre de l'Agence BIO, et la Journée Européenne du Bio le 23 septembre.

Elle est également l'interlocuteur privilégié des médias pour évoquer l'alimentation biologique et investit les réseaux sociaux.



Indicateur:

**Nombre de contacts sur les réseaux sociaux**

### Objectif #2

## Faire entrer le bio à l'école

Afin de renforcer la connaissance du bio et d'ancrer la consommation de bio dans les habitudes, l'Agence BIO développe des actions de connaissance et sensibilisation à l'école primaire et favorise l'intégration de la bio dans les formations professionnelles des métiers de bouche.

### À l'école primaire

L'Agence BIO contribue à créer des liens dans l'enseignement primaire. Afin de renforcer son efficacité, elle cible son action sur une classe d'âge donnée (CE2-CM2) en créant des outils (kits prêts à l'emploi tels que *serious game* ou documents téléchargeables) pour les enseignants en mettant en avant 3 axes:

- L'agriculture et la production alimentaire biologiques ;
- L'alimentation biologique ;
- La cuisine biologique: avec des ateliers pratiques<sup>1</sup>.

Pour ce faire, elle actualise, édite et diffuse des kits pédagogiques, en explorant les collaborations potentielles avec Santé Publique France, l'Éducation Nationale et l'ADEME.



Indicateur:

**Nombre de téléchargements de kits pédagogiques**

<sup>1</sup> Conformément à l'avis 36 du Conseil National de l'Alimentation du 26 mars 2002.



## Dans les formations aux métiers de bouche : CAP Cuisine, BTS, bac pro...

**Contribuant au premier guide de cuisine durable, l'Agence BIO a pour mission de contribuer à renforcer la place de la bio dans les formations.** Pour ce faire, elle crée et diffuse des outils tels que des kits pédagogiques dans les lycées professionnels, CAP ou BTS Cuisine. Cela implique des actions de sensibilisation des formateurs du CAP Cuisine, ainsi que de participer à la refonte des référentiels du CAP à horizon 2026 afin d'y intégrer pleinement le bio.

Pour cela il faut aussi mettre en avant les solutions économiques qui permettent d'intégrer du bio sans dégradation des marges, que ce soit en restauration commerciale ou collective.

Ses actions peuvent s'appuyer sur différents partenariats avec les syndicats et associations professionnelles,

tels qu' Euro-Toques, Ecotable, UMIH, GHR, et par l'animation d'un réseau de chefs ambassadeurs du bio, comme ceux constitués dans le cadre du programme [cuisinonsplusbio.fr](http://cuisinonsplusbio.fr) démarré en 2023.

Indicateur :

**Introduction du bio  
dans les manuels et  
dans les formations**



## Dans les lycées agricoles

**Dans le cadre d'un partenariat avec la Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche (DGER), l'Agence BIO prendra une part active aux opérations portes ouvertes du programme « Apprendre à produire autrement » au printemps et lors de la rentrée en lycées agricoles.**

Indicateur :

**Nombre d'actions conjointes  
avec la DGER**







**Mission #2**

# Analyser

**L'Agence BIO communique en s'appuyant sur la connaissance qu'elle produit, agrège, analyse et partage.**

L'Observatoire de l'Agence BIO publie les données du secteur pour l'ensemble des acteurs, du champ à l'assiette, en s'appuyant sur un travail d'analyse et d'agrégation de multiples sources.

**Cette mission s'articule de la façon suivante :**

- **Renforcer la position centrale de l'Observatoire National pour l'Agriculture Biologique (ONAB) dans la collecte, l'analyse et le partage des données ;**
- **Suivre et analyser la consommation de produits biologiques ;**
- **Caractériser les exploitations agricoles et suivre le développement des filières bio (amont et aval).**

**Objectif #1**

# Renforcer la position centrale de l'Observatoire National pour l'Agriculture Biologique (ONAB) dans la collecte, l'analyse et le partage de la connaissance

En s'appuyant sur les outils valorisant les données collectées et sur son expertise du secteur, l'Observatoire produit régulièrement des analyses, ce qui positionne l'Agence BIO comme un acteur central de la connaissance du secteur biologique.

**Si elle n'a pas vocation à produire toutes les données, l'Agence doit contribuer à centraliser et partager la connaissance.** Ainsi, l'Agence BIO anime autour de la donnée, l'écosystème des fournisseurs et des utilisateurs de l'information du secteur bio (ses membres, les interprofessions, les instituts techniques et de recherche, les organismes certificateurs, les relais régionaux de l'observatoire et le comité de coordination des études incluant FranceAgriMer, l'INAO, l'ODEADOM, le MASA, le MTE, les Agences de l'eau).



## Renforcer la connaissance collective des filières bio grâce à une cartographie des données

L'Agence BIO se dote d'une cartographie des données que l'Observatoire National de l'Agriculture Biologique fera vivre avec ses partenaires.

La cartographie des données est pensée comme un référencement des données qui ont été identifiées avec les filières, les familles professionnelles, les services publics, les observatoires, comme particulièrement nécessaires pour éclairer les dynamiques du secteur biologique. **Le travail de recensement conduit en 2023 doit se poursuivre sur la durée du COP et permettre, quand la cartographie sera fonctionnelle:**

- **D'identifier** collectivement les données clés de chaque filière et leur périodicité ;
- **De rendre accessible** et partager les données existantes et en améliorer la qualité ;
- **De mobiliser** des partenaires ou des prestataires pour obtenir ou construire les données manquantes.

Indicateur:

Mise à jour annuelle de la cartographie



## Outiller et animer les réseaux autour de l'analyse et de la donnée

L'ONAB et le pôle Système d'Information bio (SI bio) de l'Agence BIO, développent en lien avec les fournisseurs (OC) et les utilisateurs de données, des tableaux de bord de suivi des principaux indicateurs (nombre d'engagements, activités et produits certifiés et une fois par an compilation de l'ensemble des données de surfaces et de cheptels contrôlés dans l'année).

**Certains tableaux de données agrégées sont publics ([www.agencebio.org/databio](http://www.agencebio.org/databio)), d'autres sont soumis à un accès sécurisé et permettent de mettre à disposition des partenaires et des relais une information détaillée.**

Les difficultés inédites du secteur biologique depuis 2021 rendent plus que jamais nécessaire un éclairage fin et régulier sur les tendances d'indicateurs clés relatifs à la production, les filières et le marché des produits bio. Il s'agit pour la période du présent Contrat d'Objectifs et de Performance de trouver la meilleure temporalité de diffusion de données, en particulier pour informer le ministère chargé de l'agriculture, d'articuler les éléments de conjoncture, de marché, et de production pour offrir au secteur la visibilité nécessaire.

L'Agence BIO est une structure nationale qui ne dispose pas de représentations territoriales, mais qui s'appuie sur un réseau de relais: Observatoires Régionaux de l'Agriculture Biologique (ORAB), et se coordonne avec un grand nombre de partenaires: Organismes Certificateurs (OC), INAO, ASP, interprofessions, instituts techniques et de recherches...

**L'Agence BIO développe les outils pour donner accès aux données et fonctionnalités de son Système d'Information** et anime des groupes de contributeurs ou d'utilisateurs des données.

Ces partenariats sont précieux pour développer et maintenir des services pertinents et doivent se poursuivre. Par ailleurs, elle anime le réseau des ORAB autour de l'analyse et des études menées aussi bien au niveau national que territorial.



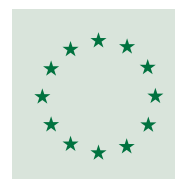
Indicateur:

**Organisation de 2 réunions avec les ORAB par an et de 3 réunions d'utilisateurs/contributeurs au SI par an**

## Participer à la collecte des données au niveau européen

**L'Agence BIO rapporte au Service de la Statistique et de la Prospective (SSP) les données et indicateurs alimentant les transmissions à la Commission européenne (Eurostat).** Elle intervient par ailleurs en appui du SSP dans le groupe d'experts chargé de concevoir les guides méthodologiques qui accompagneront les actes d'exécution du règlement Statistics on Agricultural Inputs and Outputs (SAIO). Le cadre de cette collaboration entre le SSP et l'Agence BIO sera formalisé à travers une convention visant notamment à garantir l'articulation et la cohérence des données et des méthodes de recueil.

Par ailleurs, l'Agence BIO mobilisera son réseau européen pour approfondir sa connaissance des structures et dynamiques des marchés des pays voisins.



Indicateur:

**Signature de la convention avec le SSP**

**Réunion d'un groupe de travail annuel pour le parangonnage européen**

## L'enjeu du Système d'Information bio

Les citoyens ont besoin d'être bien informés pour comprendre les enjeux de l'agriculture biologique. L'équipe du Système d'Information de l'Agence BIO a pour mission de mettre à disposition de tous des cartes, des annuaires, des graphiques, construits en exploitant l'ensemble des données collectées auprès des organismes de contrôles des entreprises bio.

### Le Système d'Information bio de l'Agence BIO a pour objectifs de :

- **Collecter** les données nécessaires à la réalisation des missions de l'Agence BIO ;
- **Consolider** les données et veiller à leur qualité ;
- **Diffuser** les données à travers la mise en œuvre d'outils d'analyse du secteur bio.

### Pour cela, le pôle Système d'Information bio de l'Agence BIO développe et maintient un ensemble d'outils :

- **Le Portail de notification** permettant aux opérateurs et déclarer leurs activités bio et de collecter les données des organismes certificateurs ;
- **L'Annuaire pour tout professionnel** ou **particulier** à la recherche de produits et fournisseurs bio ;
- **Databio pour les acteurs du secteur**, les chargés d'études, journalistes mais aussi les curieux ;
- **CartoBio** pour tous ceux qui ont besoin d'une vision territoriale des productions bio ;
- **L'espace professionnel de CartoBio** permettant de collecter les parcelles bio des agriculteurs et de faciliter le déroulement de leur audit et de l'instruction PAC.

Pour compléter les données de son système d'information et d'améliorer en permanence la qualité des données et l'accessibilité des outils, l'Agence BIO mettra en œuvre sa feuille de route du système d'information, en cohérence avec la feuille de route ministérielle « sécurité des systèmes d'information ».

L'Agence BIO participera également à la mise en œuvre des feuilles de route ministérielles « Numérique et Données » et « numérique de France Nation Verte ». Une mobilisation active est attendue de sa part sur les démarches interministérielles initiées par la direction interministérielle du numérique et animées en relais par le service du numérique (Dites-le-nous une fois, accessibilité, mise en qualité des 250 démarches essentielles...).

## Objectif #2

# Mieux comprendre le marché et les consommateurs bio

Afin de consolider et développer le marché de produits biologiques français, de garantir des débouchés aux productions nationales et pour mieux soutenir les filières de façon transversale, il est indispensable :

■ **D'augmenter la fréquence du suivi du marché bio** dans les différents circuits, notamment dans celui de la restauration hors domicile ;

■ En lien avec la constitution de tableaux de bord partagés, et une note de conjoncture trimestrielle, **l'analyse du marché devrait être conduite à une fréquence plus élevée que sur la période antérieure**, avec une analyse des circuits à mi-année, en mutualisant la production d'études avec FAM ;

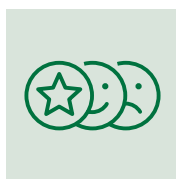
■ **De suivre les tendances dans les pays UE et dans le monde ;**

■ **De disposer de comparaisons internationales** pour éclairer les acteurs publics ou privés sur les marchés

et dispositifs de soutien : les carnets Europe et Monde publiés par l'Agence BIO pourront donner lieu à des échanges spécifiques à une fréquence au moins annuelle ;

■ **D'approfondir la connaissance des leviers de consommation bio** pour mieux la stimuler à travers des études et la constitution d'un groupe d'experts dédiés ;

■ **D'assurer la continuité du baromètre consommateur de l'Agence BIO**, un outil précieux pour le secteur qui doit donner lieu à des travaux d'approfondissement, notamment en lien avec la recherche et les membres de l'Agence BIO.



## Indicateurs:

Réalisation de deux évaluations de marché par an

Production d'un baromètre consommateur une fois par an

Nombre de diffusions annuelles des tableaux de bords et des notes de conjoncture trimestrielle

## Objectif #3

# Connaître l'amont agricole et les filières bio

En collectant de nouvelles données ou en partageant les données des interprofessions et des familles de l'Agence BIO, celle-ci se mettra en capacité d'améliorer la connaissance de toute la chaîne de valeur du secteur biologique :

## en amont:

- **Mieux caractériser** les producteurs bio notamment à travers la conduite régulière d'un baromètre du moral des productrices et des producteurs bio
- **Disposer d'une granularité plus fine des informations culturelles et de cheptel**



## en aval:

- **Améliorer la connaissance des entreprises engagées** et de leurs outils de transformation, notamment les capacités et besoins d'outils de stockage et de première transformation afin de mieux aiguiller les investissements
- **Engager des partenariats pour améliorer la connaissance des prix notamment de détail**

Indicateurs :

**Produire un baromètre du moral des producteurs**

**Réaliser une cartographie des outils de transformation d'ici 2026**

L'Observatoire National de l'Agriculture Biologique identifiera avec le conseil d'administration de l'Agence BIO et ses partenaires, notamment les interprofessions, les études complémentaires nécessaires à la bonne connaissance des filières bio dans la limite des capacités de son plan de charge. Elle échangera également annuellement avec le ministère chargé de l'agriculture sur le contenu de son programme de travail.





## Mission #3

# Financer

**Développer une alimentation bio nécessite de structurer les filières du secteur. L'équipe du Fonds Avenir Bio de l'Agence BIO accompagne financièrement les projets collectifs des entreprises en mobilisant un fonds public doté en 2024 de 18 millions d'euros.**

Depuis 15 ans, le Fonds Avenir Bio permet de développer et consolider les filières allant de la production à la transformation et la distribution de produits bio; de renforcer leur structuration dans le temps et leur résilience en cas de crise de marché. Les moyens du Fonds Avenir Bio sont en augmentation constante depuis sa création en 2008. Ils sont considérablement renforcés, avec 5 M€ supplémentaires par an pendant 3 ans dans le cadre de la Planification Écologique. La montée en puissance du Fonds Avenir Bio nécessite de le faire évoluer régulièrement afin d'accompagner les filières au plus près de leurs besoins.

Pour ce COP, la stratégie s'articule autour de deux priorités qui visent à **augmenter la visibilité du FAB** au lendemain de ses 15 ans et à **adapter le Fonds Avenir Bio à l'aune de la situation du marché et de l'importance des moyens qui lui sont alloués et l'améliorer.**

## Objectif #1

# Renforcer la notoriété du Fonds Avenir Bio

Pour continuer à constituer un levier opérationnel de la transition agrologique et alimentaire, le Fonds Avenir Bio est l'outil spécifique des filières biologiques. Aussi le travail de communication sur ce Fonds doit se poursuivre et se renforcer par :

- **La visibilité donnée aux projets soutenus :** promouvoir le Fonds Avenir Bio en faisant de chaque porteur de projet un potentiel relais de communication ;
- **La présentation et la promotion du Fonds auprès d'acteurs ;** élus, chambres consulaires, groupements d'entreprises... ou sa promotion via l'achat de page de publicité dans les journaux lus par les dirigeants de coopératives ou de petites et moyennes entreprises.



Indicateurs:

**Création d'un kit lauréat du FAB pour les porteurs de projets et nombre d'utilisation**

**Nombre d'interventions annuelles de présentation du FAB**

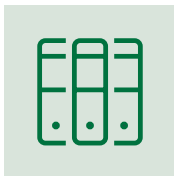
## Objectif #2

# Adapter et améliorer le Fonds Avenir Bio

Le Fonds Avenir Bio doit évoluer pour que ses critères d'attribution, ses modalités de gestion, et de sélection soient adaptés aux besoins des filières biologiques et tiennent compte de l'évolution de la conjoncture.

**Sa montée en puissance doit s'accompagner d'une réflexion sur son fonctionnement afin que les crédits alloués servent au mieux la filière bio et permettent de poursuivre les objectifs de développement de la bio. Cette réflexion sera engagée par une révision des critères dès l'année 2024.**

La période 2024-2029 doit permettre de construire un système d'évaluation ex-post des projets soutenus, mais aussi de pouvoir faire évoluer les critères pour les adapter au mieux au besoin de consolidation des actifs industriels existants et de l'amont des filières dans le cadre fixé par la réglementation européenne sur les régimes d'aide d'État. Il conviendra également de veiller à l'amélioration continue du fonctionnement du FAB.



Indicateurs:

Pourcentage de dossiers évalués ex-post dans un objectif de 100% des dossiers antérieurs à 2021 évalués d'ici la fin du COP

Rédaction d'un nouvel AAP adapté au contexte

## Pour ce faire il est nécessaire :

- **De prévoir une révision des critères** tous les deux ans à partir de la première évaluation ex-post des projets, en associant toutes les parties prenantes du comité Avenir Bio élargi ;
- **De mobiliser les Interprofessions et les Interbios** pour identifier les besoins en amont des appels à projets, sur la base de la cartographie des équipements par exemple et accompagner les porteurs de projet ;
- **D'évaluer les process d'instruction et de suivi des dossiers ;**
- **De créer des synergies avec les autres guichets**, notamment FranceAgriMer pour l'émergence de projets. Il conviendra également durant la durée du COP d'étudier si des pistes de synergie supplémentaires peuvent être identifiées afin de renforcer l'efficacité des réponses apportées aux besoins des filières de l'agriculture biologique ;
- **D'animer et élargir le club des financeurs.**

Indicateurs:

Mise en place d'un règlement intérieur régissant les comités

Mise en place d'une note de procédure régissant l'instruction des dossiers



# Piloter - Vie et rôle de l'Agence

**Ce chapitre concerne tant la gouvernance et la vie de l'Agence que ses interactions avec ses partenaires pour mener à bien sa mission de concertation. Il étaye les procédures pour gagner en efficacité et sécuriser la gestion administrative et financière.**

Objectif #1

# Élargir et consolider les partenariats



Faire de l'agriculture et de l'alimentation biologiques des piliers de la transition agroécologique suppose de créer et renforcer des partenariats avec des structures publiques (ADEME, Agences de l'eau, Santé publique France...) notamment dans le cadre de projets communs qui mettent en valeur la place du bio dans la santé, l'éducation, l'économie.

## L'Agence BIO resserrera les liens également avec les interprofessions :

■ **Au quotidien** dans le cadre des relations conventionnelles que l'Agence BIO a avec les interprofessions.

■ **L'Agence BIO échangera avec les interprofessions** volontaires pour rejoindre sa gouvernance afin de préparer leur intégration.

En vue de construire des convergences et complémentarités d'actions avec tous les acteurs de terrain, l'Agence BIO se rapprochera des structures présentes dans les régions qui ne sont pas dotées d'Interbio afin de leur apporter le cas échéant un appui : Bourgogne Franche-Comté, Normandie, Île-de-France, Grand-Est, PACA.

**Afin de faire connaître plus largement l'agriculture biologique, mais aussi l'Agence BIO et ses missions, l'Agence BIO travaillera à élargir les partenariats métiers avec les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Chambres des Métiers et de l'Artisanat, les Centres de Formation et d'Apprentissage (CFA) qui sont des relais naturels auprès des petites entreprises et commerçants, mais aussi pour l'enseignement du bio dans les métiers de bouche.**

Afin de gérer les risques ponctuels réputationnels autour du logo AB/ Eurofeuille, l'Agence BIO activera une cellule de crise en réunissant l'ensemble des parties prenantes pour un partage d'information et l'élaboration éventuelle d'actions communes.

Dans une logique d'efficacité et d'amélioration de la qualité de leur gestion administrative, la période du COP 2024-2028 sera mise à profit pour étudier le déploiement d'autres pistes de convergence sur les fonctions supports entre établissements, en veillant à ce que les spécificités de chaque établissement et leurs besoins soient pris en compte. Un groupe de travail, associant les quatre opérateurs concernés (FranceAgriMer, ODEADOM, INAO, Agence BIO) et le ministère en charge de l'agriculture, assurera cette réflexion, qui portera de façon non exhaustive sur les pistes suivantes :

■ **Un rapprochement des services RH** de proximité sur les sites partagés avec d'autres opérateurs ou services de l'État ;

■ **Une mutualisation accrue des compétences** achat avec les autres opérateurs de l'Arborial ;

■ **Une meilleure connexion** des outils informatiques et une mutualisation sur les SI ;

■ **Une mutualisation du référent déontologue.**

**L'Agence BIO participera par ailleurs à la finalisation du programme relatif au pôle agricole à Maisons-Alfort et veillera à l'accompagnement de ses salariés.**

Indicateurs :

Nombre d'actions menées en partenariat avec les autres ministères

Nombre d'actions menées avec : FAM, ODEADOM, INAO, interprofessions

## Objectif #2

# Renforcer la sécurisation de la gestion administrative et financière de l'Agence BIO

L'Agence BIO est une petite équipe pluridisciplinaire, dont le fonctionnement doit être suffisamment agile pour s'adapter à un contexte évolutif, mais aussi répondre aux enjeux de maîtrise des risques et de sécurisation des procédures.

**L'Agence BIO dispose, grâce à l'appui de la tutelle, d'une équipe support renforcée de 3 personnes en 2024.**

L'Agence BIO développera une stratégie de maîtrise des risques englobant à la fois les risques budgétaires, comptables et métiers.

Cette stratégie s'appuiera sur une nouvelle organisation, plus robuste s'appuyant sur des chefs de pôle ou de projet et formalisée par un organigramme nominatif fonctionnel mis à jour aussi souvent que nécessaire en fonction de l'évolution du contexte.

L'Agence s'assurera de la mise en œuvre des dispositifs de maîtrise des risques au regard des enjeux et sécuriser à la chaîne d'exécution financière. Elle visera une gestion administrative et financière performante.

L'Agence BIO veillera à la poursuite de ses objectifs de maîtrise des dépenses d'une part et de performance environnementale d'autre part (réduction de l'empreinte carbone) notamment en matière de déplacements en favorisant le recours aux nouvelles mobilités, ainsi qu'aux clauses environnementales dès que possible dans ses marchés publics.

Dans le cadre de l'exécution des crédits de la planification écologique, l'Agence BIO tiendra une comptabilité des autorisations d'engagement et mettra en place des restitutions relatives à la consommation des crédits.

Enfin, l'Agence BIO se dotera d'outils de gestion renforcés et d'indicateurs permettant de rendre compte aux financeurs de son niveau d'efficacité.

Indicateurs :

Création et mise à jour d'un organigramme fonctionnel

Mise en œuvre d'une démarche de performance environnementale



## Objectif #3

# Développer une gestion des ressources humaines permettant de maintenir et développer les compétences des salariés et administrateurs

L'Agence BIO gère quasi exclusivement des salariés de droit privé, mais lorsque cela est possible elle se saisit des outils déployés en interministériel.

**À ce titre, elle se dotera d'un haut niveau d'ambition dans les domaines de l'égalité et de la diversité, et veillera à un traitement salarial équitable par rapport aux agents des services de la mission Agriculture, Alimentation, Forêt et Affaires Rurales (AAFAR).**

L'Agence BIO développera ainsi une stratégie RH de fidélisation des salariés, auxquels elle fournira un accès à des formations visant à développer leurs compétences.

De plus, la pérennisation du télétravail, que le renforcement des moyens de l'Agence BIO nécessitent que tous les salariés gagnent en autonomie et en capacité de coordination : il convient de donner à tous une vision claire des priorités et des attributions de chacun, et de former des managers de pôles et/ou de projets. Il est également nécessaire qu'ils soient acculturés à l'environnement administratif dans lequel ils évoluent.

L'efficacité de l'action de l'Agence BIO dépend aussi de la capacité des administrateurs de se saisir de tous les sujets. Ils doivent pour cela disposer du niveau d'information suffisant sur les missions et activités de l'Agence BIO, mais également sur son environnement réglementaire et aussi budgétaire. Aussi chaque administrateur devra bénéficier d'une mise à niveau de ses connaissances sur les missions et l'environnement administratif de l'Agence BIO.

Par ailleurs, des réunions plus régulières seront organisées en dehors des conseils d'administration entre les familles professionnelles représentées au sein du bureau et les représentants du ministère chargé de l'agriculture.



Indicateurs :

**Nombre de jours de formation suivis par les salariés**

**Formation relative au fonctionnement de l'Agence BIO pour chaque administrateur au moins une fois**



## Objectif #4

# Revoir l'organisation des instances de l'Agence BIO

L'Agence BIO doit clarifier les rôles et missions de ses instances afin de les mobiliser au mieux pour construire, suivre et évaluer ses orientations stratégiques. Par conséquent, les compétences de l'Assemblée Générale devront être évaluées en vue de leur révision. En tout état de cause, l'Assemblée Générale de l'Agence BIO veillera à la mise en œuvre du contrat d'objectifs et de performance.

**Le règlement intérieur actera cette révision et prévoira au moins une réunion annuelle des présidents de commissions avec les administrateurs de l'Agence BIO. Il pourra intégrer également la mise en place d'un bureau constitué des familles professionnelles (Présidents et vice-présidents).**

Le conseil d'administration de l'Agence BIO peut appuyer ses décisions sur des propositions des commissions de l'Agence BIO ou leur adresser des demandes.

Dotée de 5 commissions sur la durée du précédent COP, l'Agence BIO engagera une réflexion visant à revoir sa comitologie pour assurer une meilleure transversalité autour de ses missions principales.



Indicateurs:

Mettre en œuvre une feuille de route annuelle liée au COP

Organisation d'une Assemblée Générale par an dédiée au suivi du COP

Révision du règlement intérieur

# Glossaire

**AAFAR (mission)** - Agriculture, Alimentation, Forêt et Affaires Rurales

**ADEME** - Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

**ASP** - Agence de Services et de Paiement

**CEBIO** - Association des organismes certificateurs pour la certification d'opérateurs en agriculture biologique

**CGDD** - Commissariat Général au Développement Durable

**CGF** - Confédération des Grossistes de France

**CNCC** - Conseil National des Centres Commerciaux

**CNRS** - Centre National de la Recherche Scientifique

**COP** - Contrat d'Objectifs et de Performance

**DGER** - Direction Générale de l'Enseignement et de la Recherche

**EGALIM (loi)** - Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable

**FAM** - FranceAgriMer

**FCA** - Fédération du Commerce Associé

**FCD** - Fédération du Commerce et de la Distribution

**FEVD** - Fédération de E-commerce et Vente à Distance

**GHR** - Groupement des Hôtelleries & Restaurations de France

**GIP** - Groupement d'Intérêt Public

**INSERM** - Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale

**INAO** - Institut National de l'Origine et de la Qualité

**INRAE** - Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement

**ITAB** - Institut de l'agriculture et de l'alimentation biologiques

**MASA** - Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire

**MTECT** - Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires

**OC** - Organisme certificateur

**ODEADOM** - Office de Développement de l'Économie Agricole des Départements d'Outre-Mer

**ORAB** - Observatoire Régional de l'Agriculture Biologique

**PAC** - Politique Agricole Commune

**Restau'Co** - Réseau interprofessionnel de la restauration collective

**SAIO** - Statistics on Agricultural Inputs and Outputs

**SI** - Système d'Information

**SSP** - Service de la Statistique et de la Prospective

**SIQO** - Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine

**SYNABIO** - Syndicat des entreprises bio agroalimentaires

**UMIH** - Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie



## Contactez-nous

[www.agencebio.org/contact](http://www.agencebio.org/contact)

Retrouvez-nous sur:



@agencebio



@agence\_bio



@agriculturebio



@Agence BIO