

# TECH & BIO 2015



LE MEILLEUR DES DÉMONSTRATIONS  
EN EUROPE

THE BEST OF ALL DEMONSTRATIONS  
IN EUROPE

## ATELIER BIO ET TERRITOIRES

23 & 24 SEPTEMBRE 2015

**tech & bio**

Avec le soutien de



Une initiative Chambres d'Agriculture



**Val de Drôme**  
Communauté de Communes



# La Communauté de Communes du Val de Drôme

**Hugues Vernier**  
hvernier@val-de-drome.com

**Salon Tech & Bio**  
**23 et 24 septembre 2015**

# LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DU VAL DE DRÔME



Val de Drôme  
Communauté de Communes

→ 30 ans d'intercommunalité

## SOLIDARITÉ, DÉVELOPPEMENT, ENVIRONNEMENT



Dir SAGE de France



Dir CTE Gestion de l'Eau



Dir Territoire Agriculture Environnement

# LE DÉVELOPPEMENT LOCAL TERRITORIAL

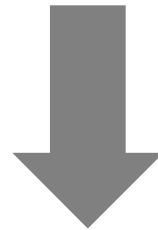
**AGRICULTURE**

**HABITAT**

**ECONOMIE**

**SOCIAL**

**TOURISME**



**Liens et cohérences**

# AGRICULTURE UNE APPROCHE GLOBALE

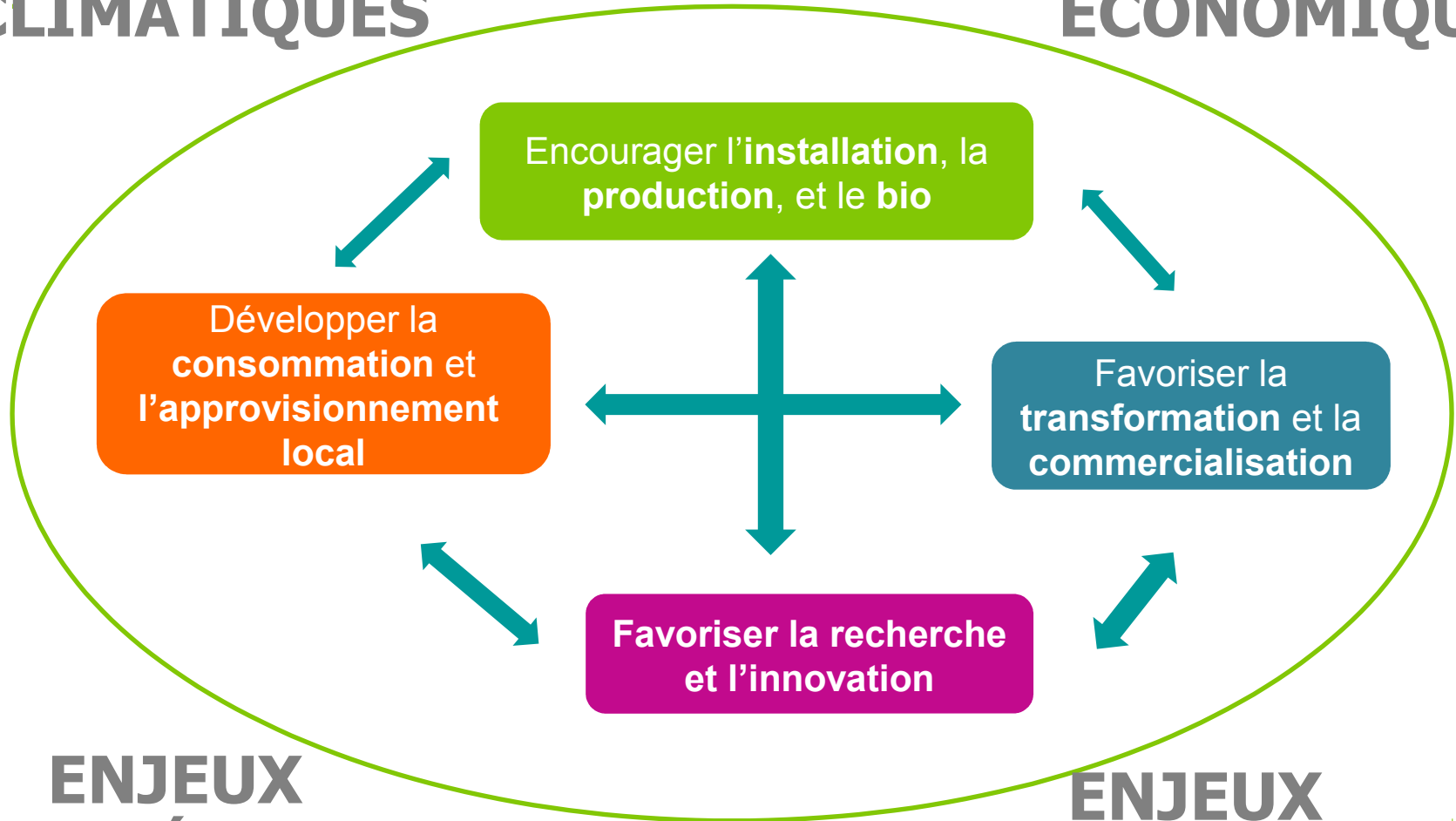


Val de Drôme  
Communauté de Communes

ENJEUX  
CLIMATIQUES

ENJEUX  
SOCIAUX

ENJEUX  
ÉCONOMIQUES



ENJEUX  
ÉNERGÉTIQUES

ENJEUX  
ENVIRONNEMENTAUX

# ENCOURAGER LA PRODUCTION, LES CONVERSIONS, L'INSTALLATION EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE ET LA FORMATION DE GROUPE



**Commission locale d'installation**

**Pépinière d'installation**

**Fonds d'intervention foncier**









# DEVELOPPER LA CONSOMMATION ET L'APPROVISIONNEMENT LOCAL

**Sensibilisation des consommateurs**

**Soutien aux cantines  
« ça bouge dans ma cantine ! »**

**Guide un Tour à la Ferme**







# FAVORISER LA TRANSFORMATION ET LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS



**Soutien aux opérateurs AVAL**

**Mise en place de plateforme  
logistique Offre/Demande**

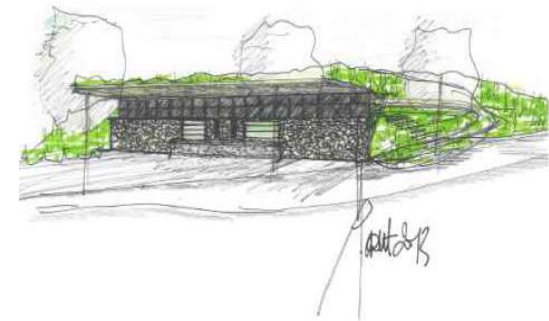
**Création d'ateliers de  
transformation**

**Construction d'un Pôle Bio : zone  
dédiée au Bio**



**TROUPEOU.FR**

VIANDES ET PRODUITS FERMERS PAYS DE LA DRÔME









# FAVORISER LA RECHERCHE ET L'INNOVATION POUR UN TERRITOIRE ECOLE



**Soutien à la permaculture**

**Pollinisateur**

**Programme huiles essentielles**

**Génodique**

**Partenariats recherche (INRA,  
FIBL...)**





# DEVENIR TERRITOIRE RURAL DE RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

éco-construction

économies d'énergies

énergies renouvelables

gestion des déchets

« éco-parcs » d'activités

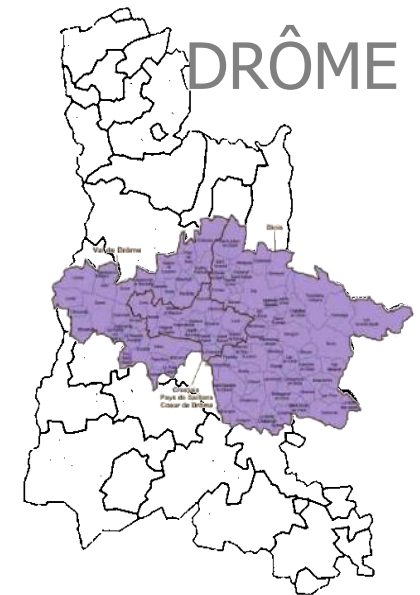
agriculture biologique

agroécologie

agriculture durable



# LE PROJET BIOVALLÉE



102 communes  
50 000 habitants

## **3 communautés de communes :**

- Communauté de Communes du Val de Drôme
- Communauté de Communes du Crestois et du Pays de Saillans
- Communauté de Communes du Diois

# BIOVALLÉE

## LES OBJECTIFS AGRICOLES

- Atteindre **50 % de la SAU certifiée AB**
- Diminuer de **50 % les intrants chimiques** dans l'agriculture conventionnelle
- Introduire **80 % de produits bio et/ou locaux** dans la restauration collective

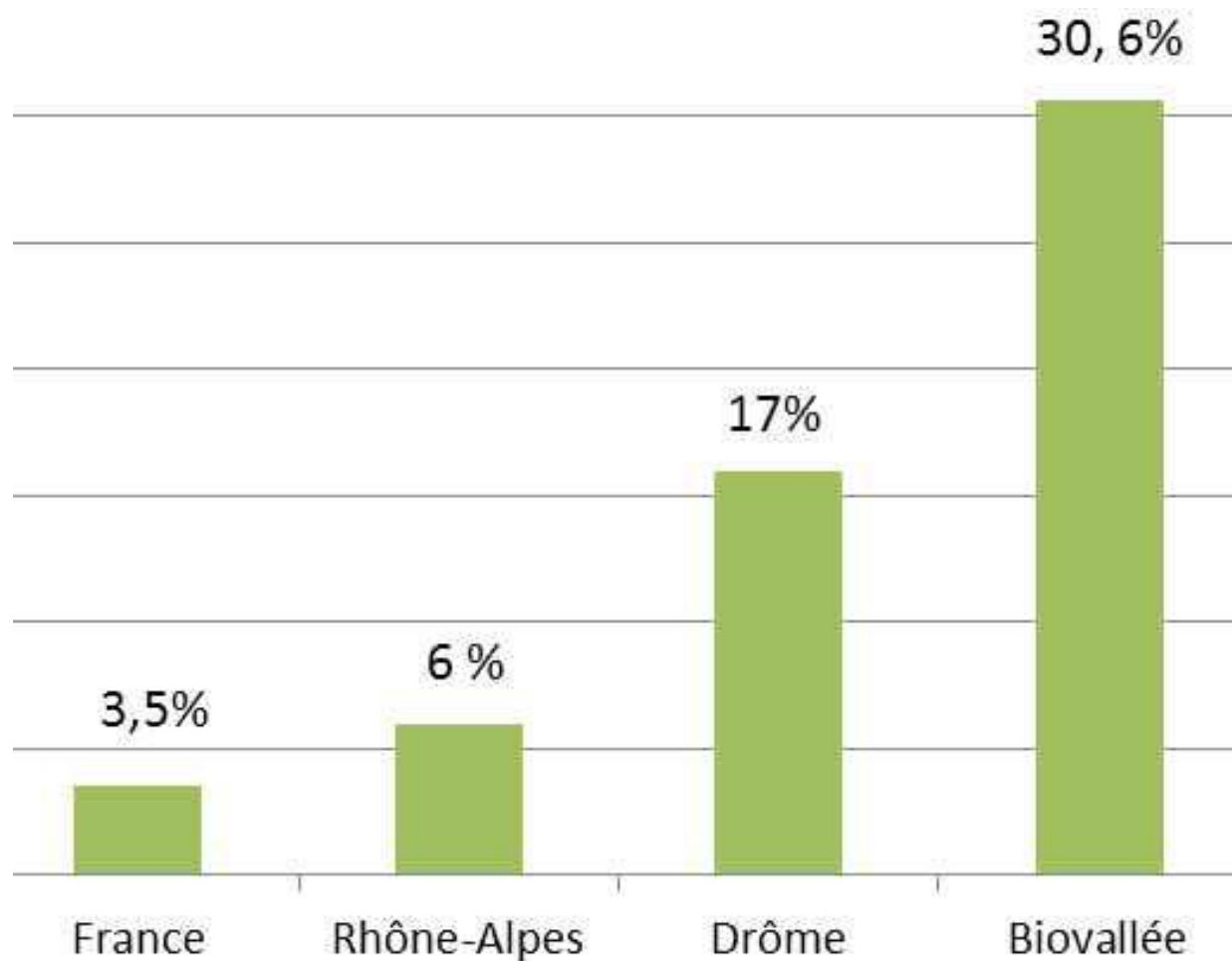


# UN TERRITOIRE LEADER EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE



**% de la SAU (surface agricole utile) certifiée bio + conversion**

Données 2012





# QUELLE AGRICULTURE POUR DEMAIN ?



# EN ACTION ... POUR L'APPROVISIONNEMENT ET LA PRODUCTION LOCALE !



**Soutien aux  
plateformes de  
circuits courts**



**Soutien aux productions locales :  
valorisation du brézème, soutien  
aux fêtes locales, promotions  
aux produits locaux : ails,  
abricots...**



**Conception d'un guide  
« Un Tour à la  
Ferme » regroupant  
les producteurs locaux**



**Aide à la création :  
points de vente  
collectifs, atelier de  
transformation**



**Développement  
de la filière  
Chanvre**



**Acquisition de matériel de  
substitution aux produits  
chimiques pour les agriculteurs  
conventionnels**

# EN ACTION ... POUR LA CONSOMMATION LOCALE !

**Accompagnement des cantines scolaires**

**Formation des cuisiniers**

**Sensibilisation dans les écoles pour une cuisine  
bio et locale**

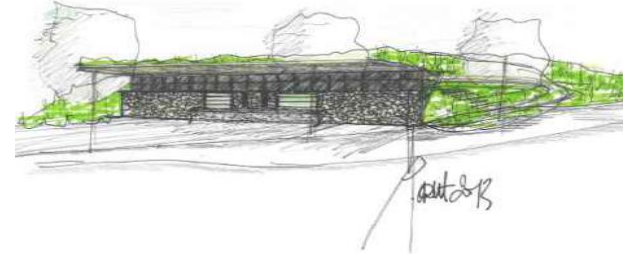




# EN ACTION ... POUR L'INSTALLATION !



**Achat de terres agricoles pour permettre l'installation de jeunes agriculteurs**



**Création d'une zone dédiée au Bio : le Pôle Bio**



**Création de la première PIAF en Rhône-Alpes : permettre aux agriculteurs de débiter leur carrière sereinement pendant trois ans**

# EN ACTION... POUR DYNAMISER ET INNOVER LE TERRITOIRE !



**Organisation du 1<sup>er</sup> forum Agricole et Agroalimentaire en 2014**



**Soutien au développement des CUMA**

**Utilisation de l'Aromathérapie en élevage caprin**



**Des partenariats avec la recherche**













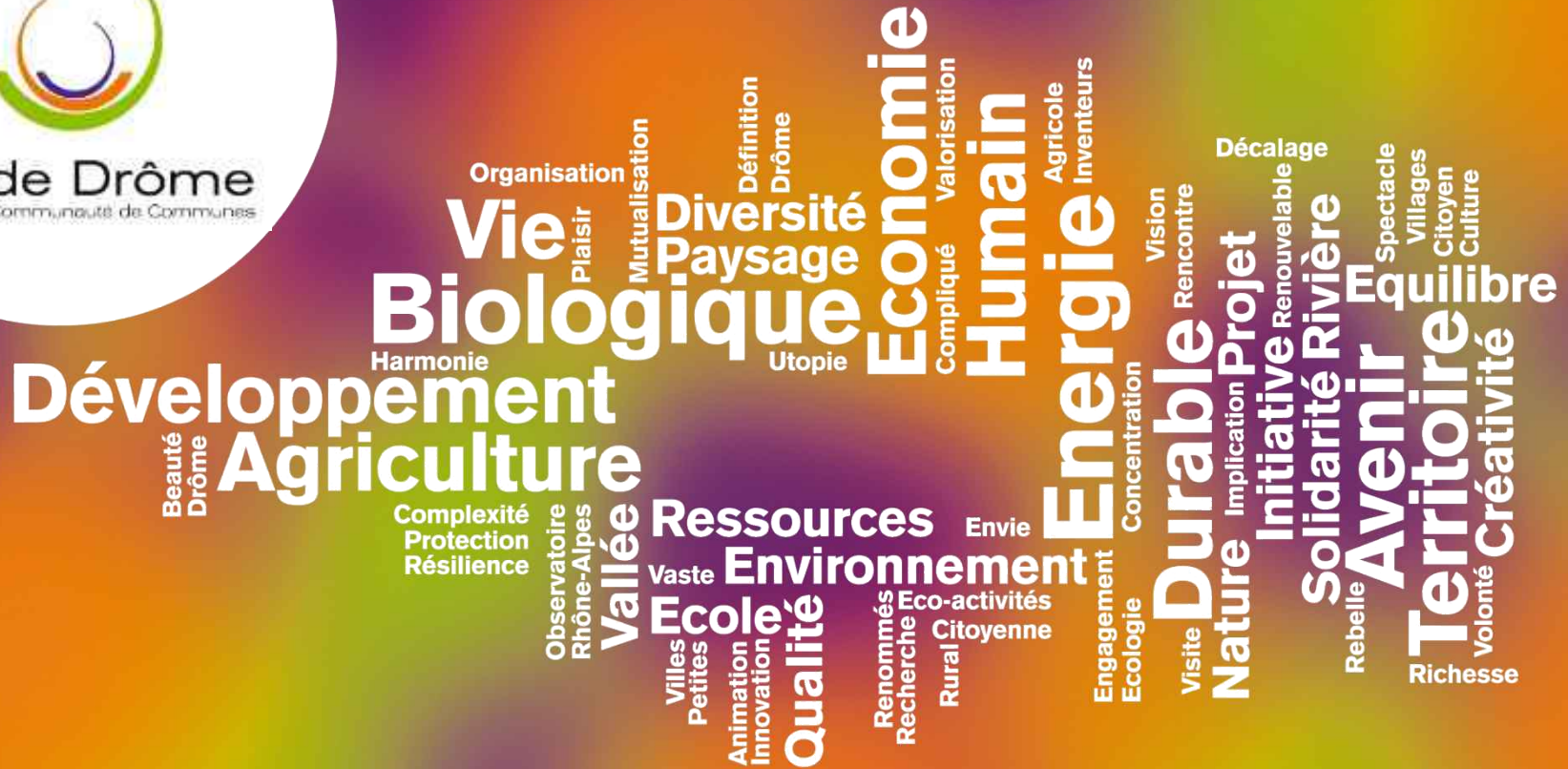




# TECH & BIO - ON ÉTAIT PRÉSENT EN 2013 !







**MERCI DE VOTRE ATTENTION !**



# Développement du Bio en Suisse Cas particulier du canton des Grisons

Dominique Barjolle ([dominique.barjolle@fibl.org](mailto:dominique.barjolle@fibl.org))





## › FiBL

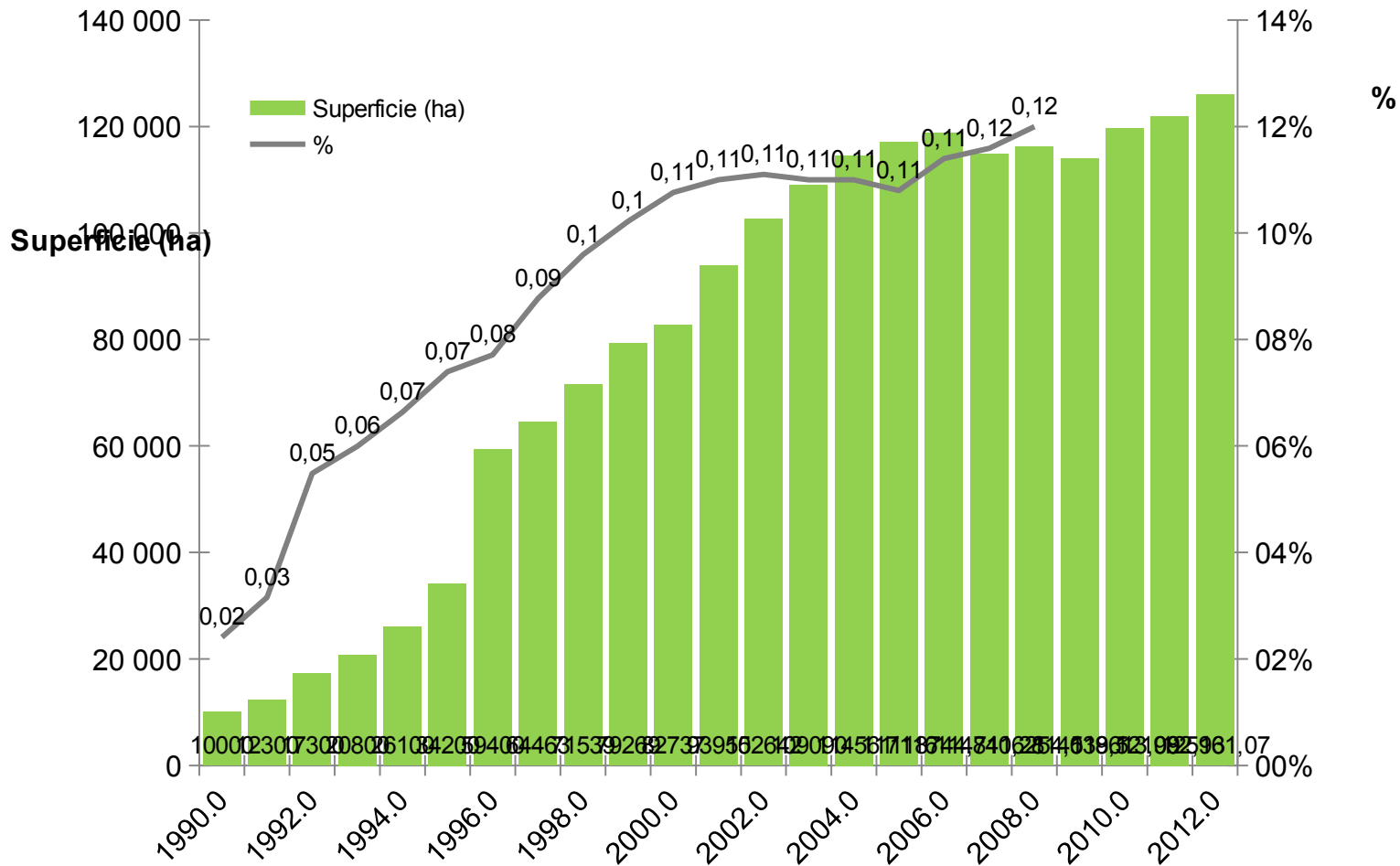
- › Fondation privée, fondée en 1973.
- › 160 collaborateurs.
- › Recherche dans plus de 200 entreprises biologiques suisses.





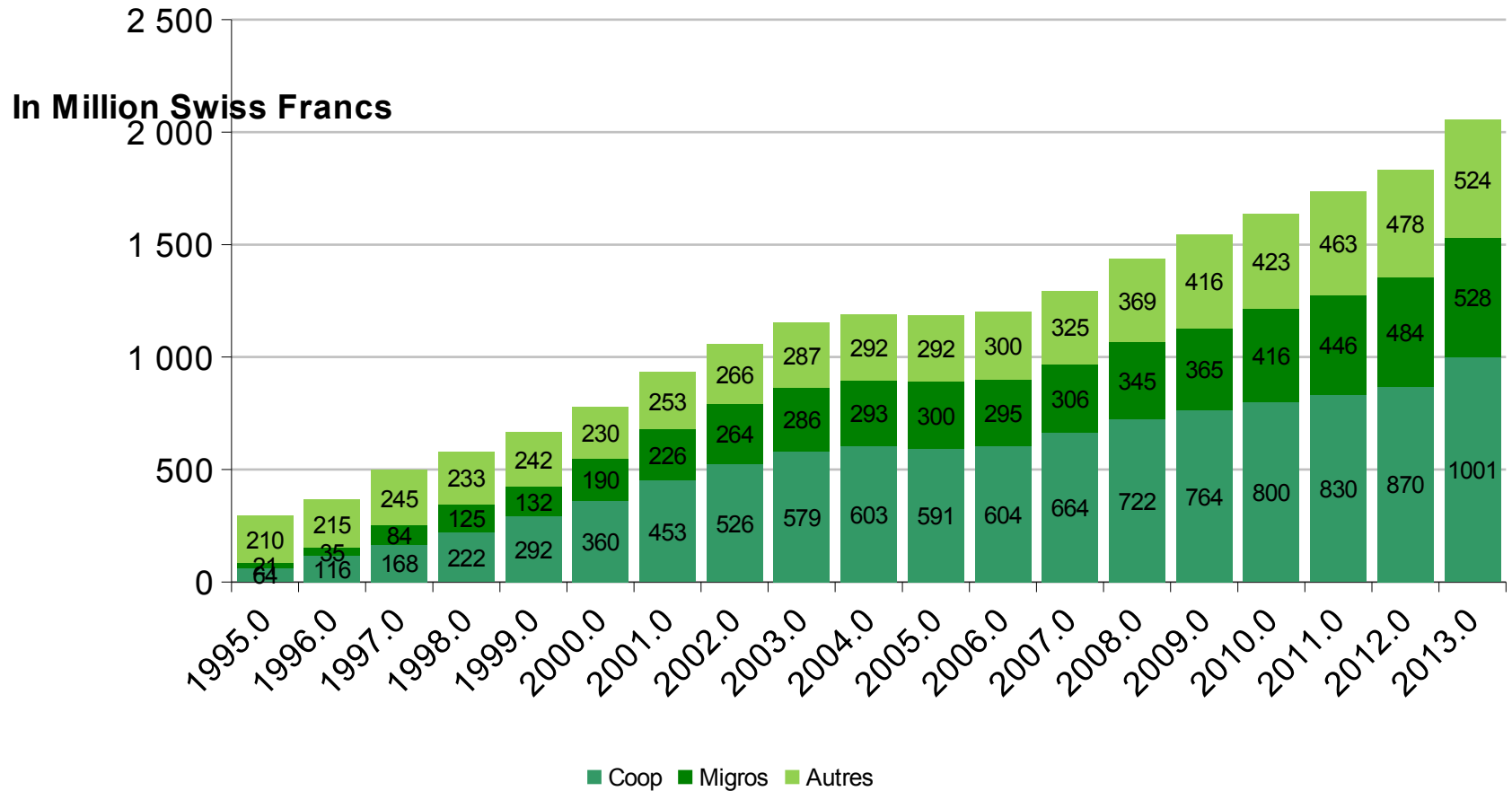
# Contexte du BIO en Suisse

# Suisse: Croissance de l'agriculture biologique 1990-2012



Source: Bio Suisse to 1996; 1997-2006: BfS; 2007-2012: FiBL

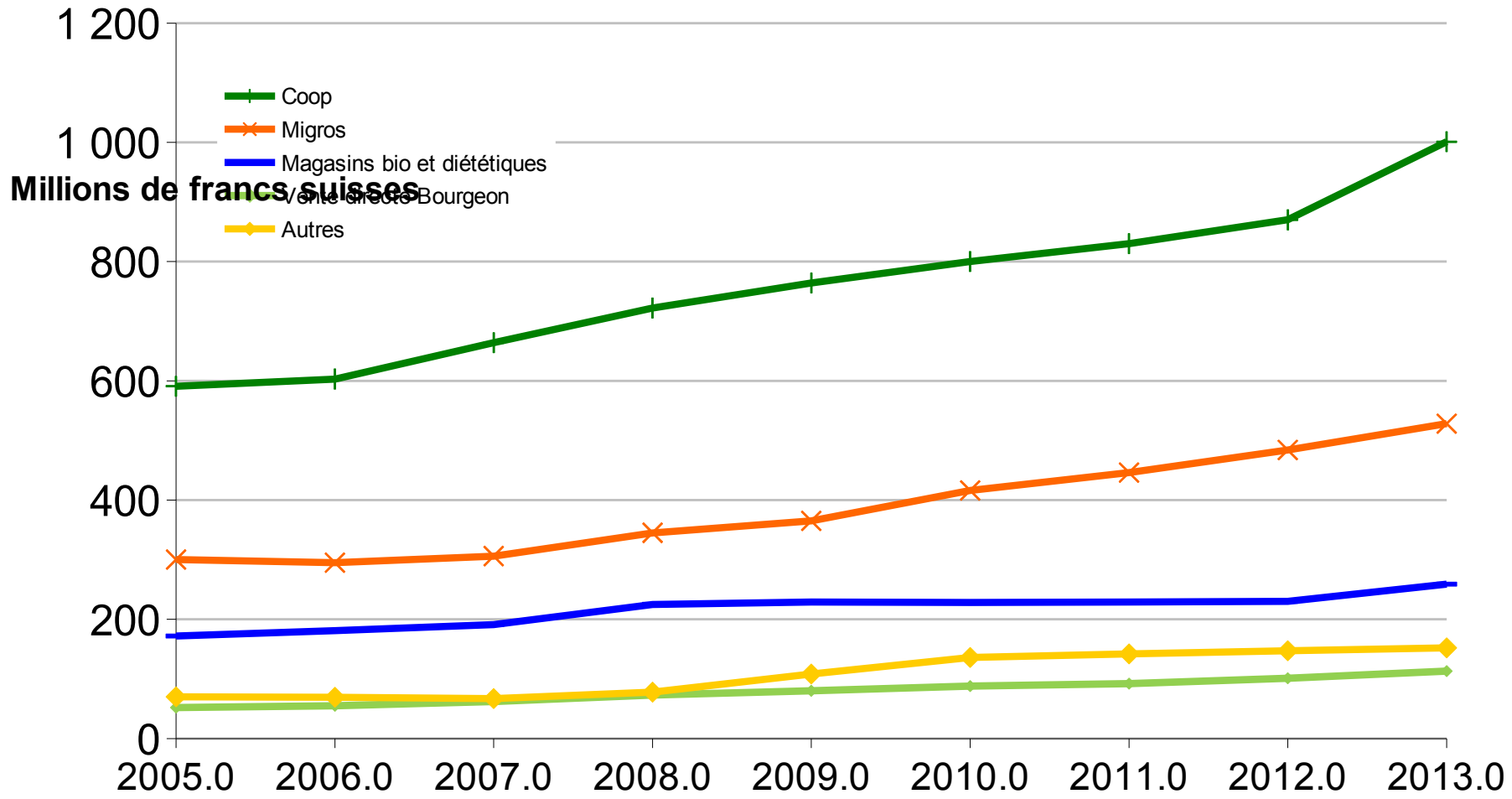
# Suisse: Croissance du marché des produits biologiques, 1995-2013



Source: Bio Suisse, [www.biosuisse.ch](http://www.biosuisse.ch)



# Marché suisse des produits biologiques selon les canaux de distribution, 2005-2013



# La place du bio en Suisse : Pourcent d'exploitations bio par canton (2013)

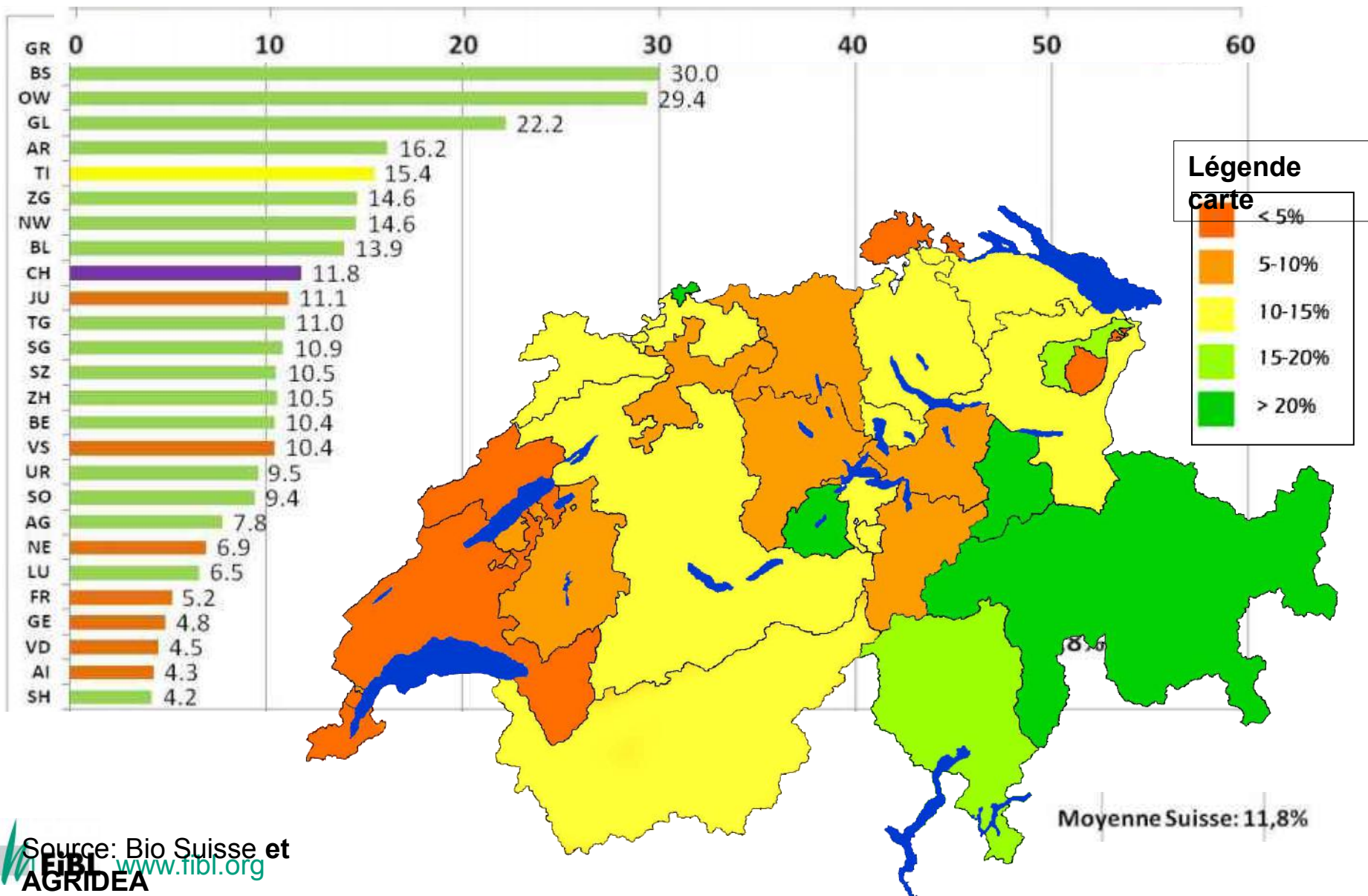




Photo [www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch)

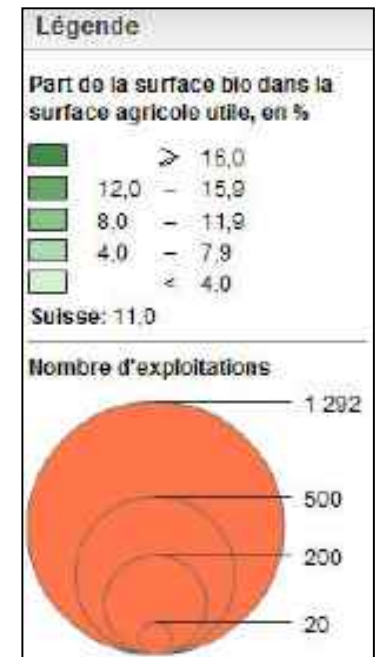
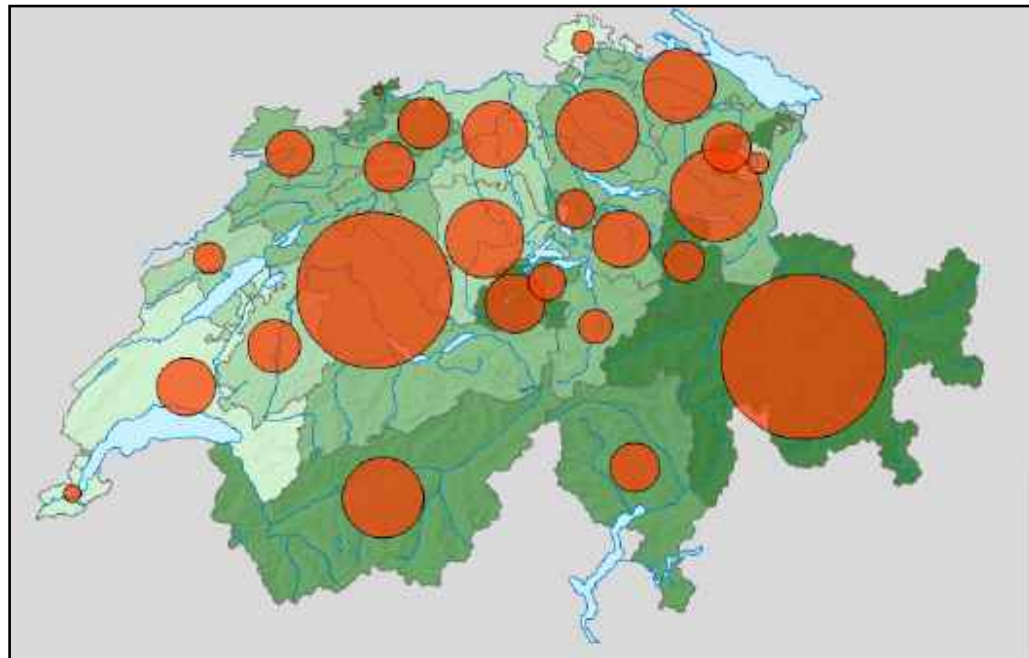
# Cas particulier du développement de l'agriculture BIO dans les Grisons

Emilia Schmitt, Loredana Sorg, Dominique Barjolle  
XXV ESRS Congress, Florence Italy, 30th July 2013



# Canton des Grisons

- Plus grand canton de Suisse en hectares
- Région Alpine, en très grande majorité en montagne
- 54% d'exploitations BIO en 2012, plus haut % de Suisse
- En Suisse, 10% des exploitations sont en BIO



# L'adoption du BIO suit une logique de changement, et d'adoption d'une innovation

- › **Rogers (1983), Valente (1996), Granovetter (1973 et après) ont démontré que l'adoption d'une innovation augmente avec**
  - › **le contact direct et personnel** entre la personne qui pourrait adopter l'innovation  
Et **des collègues ou des gens de confiance** qui ont adopté l'innovation ou en font la promotion active.



# Agriculture BIO dans le canton des Grisons



 **Plantahof**

# Développement du BIO depuis 1980 en Suisse

## Suisse

- 1980: Fondation de Bio-Suisse et du logo "Bourgeon"**
- 1992: Réforme de la politique agricole et introduction des paiements directs**
- 1993: Coop Naturaplan**
- 1995: Migros Bio**
- 1998: Base légale suisse de définition de l'agriculture biologique et de son contrôle**
- 2006: stagnation des surfaces en BIO**

## Canton des Grisons

- 1976 - 83 pionniers isolés démarrent le BIO**
- 1990: 1 conseiller agricole se passionne pour le BIO (perspective de libéralisation du marché du fromage)**
- 1991: Introduction d'un soutien financier direct aux exploitations en conversion**
- 1992.93: Conversion massive des fromageries au BIO - COOP achète des fromages BIO des Grisons de manière significative**
- 1994: Fondation de BioGrischun**
- 2000: Enseignement de l'agriculture BIO à l'Ecole d'agriculture**
- 2006: stagnation des surfaces en BIO (verrous techniques plus importants pour la plaine)**

# Réseau des acteurs qui ont joué un rôle significatif dans le canton des Grisons

## Identification de 68 acteurs

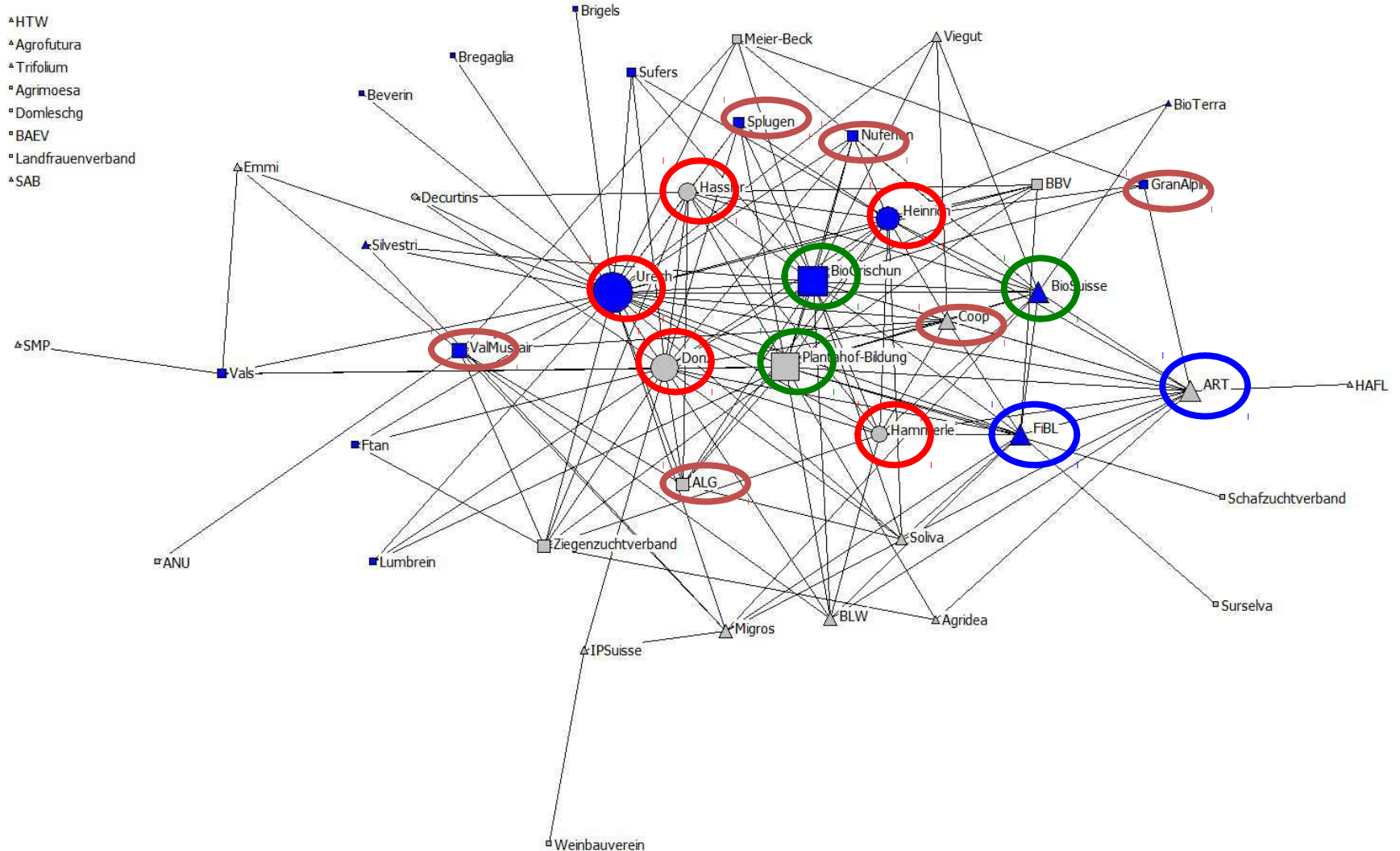
- › **6 personnes individuelles**
- › **3 services publics au niveau national ou cantonal**
- › **8 instituts de recherche (dont FiBL) et d'enseignement**
- › **6 structures d'appui technique, de contrôle et d'inspection**
- › **19 organisations agricoles**
- › **9 acteurs du secteur privé**
- › **17 coopératives**



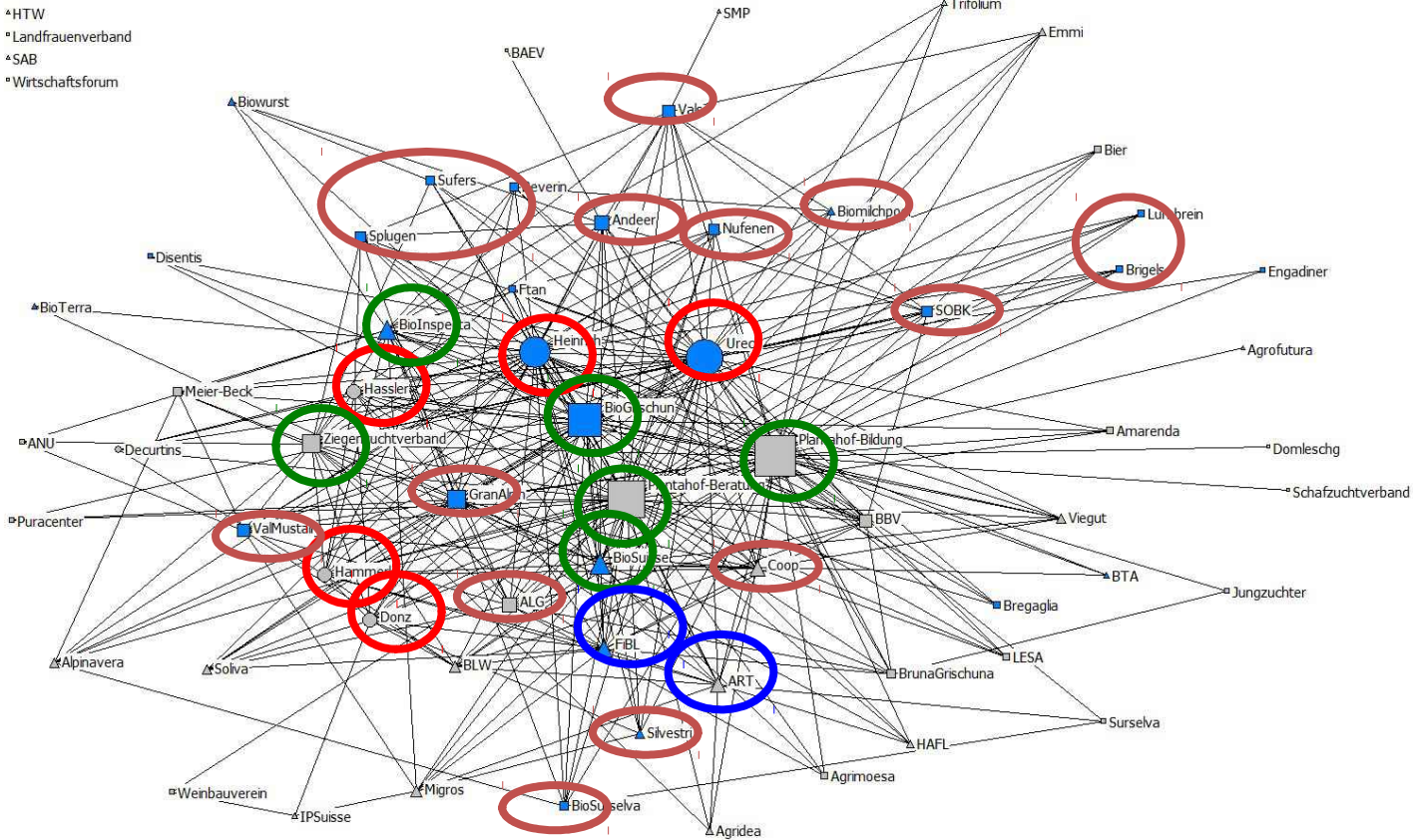
# Resultats – acteurs centraux

| Collaboration 91-95         | Degree | Information 91-95    | OutDegree | InDegree |
|-----------------------------|--------|----------------------|-----------|----------|
| Urech – conseiller agricole | 30     | Urech                | 32        | 16       |
| BioGrischun                 | 21     | BioGrischun          | 24        | 24       |
| Donz – chef SAGR            | 20     | Donz                 | 17        | 9        |
| Plantahof                   | 19     | BioSuisse            | 16        | 14       |
| Heinrich – politicien CN    | 17     | FiBL                 | 16        | 12       |
| BioSuisse                   | 14     | Hammerle             | 16        | 9        |
| ART                         | 13     | ART                  | 14        | 14       |
| FiBL                        | 13     | Heinrich             | 13        | 17       |
| Hassler - politicien        | 12     | Plantahof            | 13        | 14       |
| Coop                        | 11     | Hassler              | 12        | 11       |
| Hammerle – politicien CN    | 11     | Coop                 | 10        | 8        |
| ValMustair                  | 9      | ALG                  | 9         | 8        |
| ALG                         | 8      | BBV                  | 7         | 9        |
| Ziegenzuchtverband          | 8      | BLW                  | 7         | 6        |
| BLW                         | 7      | Nufenen - fromagerie | 6         | 6        |

# Collaboration 1991-1995



# Collaboration 1996-2010







# Resultats

- › Des **personnalités** ont joué un rôle important, et ils ont occupé la position centrale dans le réseau dans les années 90
  - › leaders d'opinion et “innovateurs” (Valente 1996)
- › La **recherche** a permis de soutenir les pionniers en trouvant les réponses techniques adaptées dans le territoire
- › les **institutions locales** et des **soutiens publics** ont pris le relai (Biogrischun, Service de l'agriculture du canton des Grisons)
  - › L'école d'agriculture et le service de conseil local ont pris la position la plus centrale dans le réseau
  - › La création de nouvelles organisations dédiées contribuent à un réseau plus dense dans les années 2000
- › **Les acteurs du secteur privé ou coopératif** ont un effet d'incitation économique

# Autres éléments clefs intéressants dans le processus de conversion

- › Les **fromageries** ont été des acteurs clefs de la conversion, parce que la décision de produire BIO a provoqué des vagues de conversions par vallées entières
- › Un grand distributeur, **COOP**, a joué un rôle très important en assurant la prise en charge des fromages BIO à un prix très intéressant dans un partenariat commercial stable
- › 3 autres facteurs ont été favorables :
  1. Le verrou technique est relativement facile à lever pour la production de lait en montagne - La recherche a pu répondre aux questions les plus importantes – La conversion au BIO ne représente pas un changement très important (=incrémental)
  2. Le **conseil agricole** a été réactif, et a pu diffuser des conseils ciblés et adaptés
  3. Les agriculteurs ont une bonne ouverture pour l'innovation en général, et pour s'adapter au marché



# Conclusions

## › Social

- › La configuration des réseaux d'acteurs est importante, sa densité conditionne la fréquence des contacts personnels avec les acteurs clefs de la conversion.
- › Favorable d'avoir une diversité d'acteurs parmi les pionniers pour une diffusion importante (massive) de l'innovation

## › Economique

- › Une rentabilité est nécessaire pour que la conversion reste stable dans le temps. Les grands distributeurs sont un élément déclencheur de l'engagement des acteurs intermédiaires de la filière.

## › Technique

- › Le réseau de proximité et la recherche/vulgarisation ont été des facteurs importants pour lever les verrous techniques
- › En Suisse, les autorités publiques sont un acteur central très important d'activation du réseau professionnel (école d'agriculture, service de conseil, service de gestion administrative de l'agriculture).

## › Politique

- › Le soutien politique a été un **facteur accélérateur important**, mais pas déclencheur.

# Importance des contacts directs avec les exploitants agricoles



# Questions



# Transition des filières et territoires vers la bio et maintien des valeurs

Résultats des cas d'étude du projet européen  
'HealthyGrowth'

Susanne von Münchhausen, Michaela Haack, HNE Eberswalde/Allemagne  
Claire Lamine, INRA Avignon

The authors acknowledge the financial support for this project provided by transnational funding bodies, being partners of the FP7 ERA-net project, CORE Organic II.

# Notre intervention



1. Project 'HealthyGrowth'
2. Cas d'étude et le rôle du territoire
  - Exploitations bio, groupes de producteurs et entreprises transformatrices (4)
  - Transitions territoriales vers l'AB (3) - Claire Lamine
3. Recommandations et discussion

# Valeurs ,extra‘ des produits alimentaires bio



- La production et transformation conventionnelles n’entraînent qu’une faible création de valeur.
- Pour introduire, maintenir et communiquer des qualités ‘extra’ ou supplémentaires du produit et de la filière, il faut une stratégie bien adaptée.

*„De la région/du terroir“, “type traditionnel”, „pâturage de montagne“,  
“bio”, „commerce équitable“, „naturelle“*



Photo: S.v. Münchhausen



# La valeur du terroir d'origine représente un ,extra'

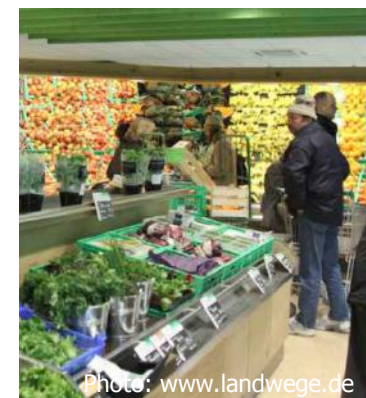


Pas de valeurs ,extra' –  
pas de prix supérieurs



Comment organiser et  
communiquer le 'extra'?

Magasin à la ferme:  
la meilleure façon de  
relier le consommateur  
avec le producteur!



# L'idée du projet HealthyGrowth



- Quand les fermes ou entreprises biologiques grandissent, elles tendent à perdre leurs valeurs 'extra', par exemple les attributs de qualité liées à la régionalité.
- HealthyGrowth étudie des cas qui représentent des opportunités de conservation des valeurs durant l'expansion.
- Quelles sont les défis?  
Comment résoudre les problèmes qui se posent souvent?
- Y-a-t-il des opportunités pour soutenir un développement 'sain' des entreprises et de la formation des filières organiques gagnantes?

# Analyse des cas d'étude du projet 'HealthyGrowth'



10 pays  
19 études de cas

dont

- 5 groupements de producteurs
- 6 entreprises familiales (production et transformation)
- 5 entreprises et initiatives de commercialisation
- 3 initiatives de transitions territoriales



# Quelques énoncés...



“Notre label ‘Regional!’ est réservé au produit grandi ou élevé ici – pas de compromis!”

“Nous produisons un yaourt traditionnel. Le lait vient des fermes de montagne. Les clients aiment l’idée de conserver tout ça... les prairies de montagne, les petits agriculteurs et les recettes traditionnelles.”

“Même pour l’importateur américain la récolte des herbes sauvages dans les villages perdus prend une valeur particulière.”

“Notre domaine fournit des clients à Berlin. On nous connaît et on nous aime car le paysage est parfait pour la détente. C’est une destination naturelle idéale pour une excursion.”



# Cas 1: Filière intégrée - Regional!



‘Landwege’ est une coopérative bio de producteurs-consommateurs dans la ville de Luebeck au Nord d’Allemagne

- 500 clients des supermarchés ‘Landwege’ en ville et 30 fermiers partenaires sont unis sous le toit de la coopérative
- Les produits de la proximité ont le label Régional!
- Les filières sont complètement intégrées :  
céréales – boulangerie; fruits et légumes de la saison;  
vache/brebis - lait et fromage; bovin/porc/mouton - viande et saucissons
- Rôle du territoire : identité centrale  
*„Des produits biologiques de tout près“*
- Défis : communication extensif interne à cause du mode de gouvernance; liaison difficile avec les organisations différentes de la filière (bouchers non-membres, l’office vétérinaire ...); limite de production locale (saisonnalité, qualité homogène etc.)
- Subventions: aucun support par des programmes publiques



## Cas 2: Laiterie – Lait de montagne



‘Panika’ laiterie, entreprise indépendante fournie par la coopérative de producteurs de la région Tolmin à ouest de la Slovénie

- Identité : „*Des montagnes de la manière traditionnel*“
  - Maintenir les paysans de montage (revenu, emploi, 130 fermes) et conserver le patrimoine du paysage de montagne
  - Offre des produits laitiers de type artisanal
- 
- Rôle du territoire : opportunité pour se différencier sur un marché des produits laitiers concurrentiel
  - Défis : disparition de la petite paysannerie; négociations de prix avec le commerce de détail - position difficile dans la filière
  - Subventions : investissement (programme EU)



# Cas 3: Moulin bio avec boulangerie et biscuiterie



**‘Bohlsener Mühle’**, moulin indépendante avec fabrication de produits de boulangerie; fourni par 3 associations de producteurs

- Identité : *„La puissance du grain entier“*
  - La région d’origine des céréales s’est étendue avec le développement de l’entreprise (Nord de l’Allemagne et sud du Danemark)
  - Qualités supérieures et contrôlées du blé, épeautre, orge etc.; différenciée par Bioland et Demeter
- 
- Rôle du territoire dépend de la filière : importante pour boulangers bio (farine) et pain frais; moins pour les ventes des biscuits; en échange, l’importance de la responsabilité locale augmente!
  - Défis : négociation de prix avec les producteurs et le commerce de détail - position difficile dans la filière
  - Subventions : investissement (programme EU)

# Cas 4: Coopérative – marque pour produits des Alpes autrichiennes



‘**Bioalpin**’ est une coopérative qui s’occupe du management de la marque ‘BioVomBerg’ (Bio de la montagne)

- Identité : „*Le meilleur de la montagne*“
  - Offre de 200 produits différents des Alpes (fromage, yaourt, produits de la boulangerie, produits de viande); commercialisation pour les membres
  - Coopération avec l’entreprise de commerce de détail ‘Mpreis’ et autres en Autriche et Allemagne
- 
- Rôle du territoire : produits des Alpes marqué avec le label
  - Défis : marketing mix – développement des produits, placement aux marchés, négociation des prix, maintenance de la qualité, communication des valeurs ‘extra’ aux entreprises de commerce
  - Subventions : aucun support par des programmes publiques

# Conclusions



- La notion de la *régionalité* est différente dans les cas étudiés.
- L'intégration territoriale joue toujours un rôle stratégique. La région peut être...
  - la qualité clé de la filière d'une valeur 'extra',
  - une des caractéristiques au sein de la stratégie de différenciation des produits, ou
  - ...importante pour le 'Image' de l'entreprise ou de l'initiative AB.
- L'achat de produits du territoire entraîne des difficultés. Les bords du territoire souvent limitent la croissance des entreprises transformatrices et des filières bio.



# Recommandations : exploitations, groupes de producteurs, entreprises



- L'inclusion de la valeur '*régionalité*' suppose des processus précis pour l'élaboration des stratégies, afin que les aspects de la régionalité soient clairs.
- Pour la réalisation : de bonnes stratégies et un management efficace de l'entreprise et des filières sont nécessaires.
- Il est important d'éviter des incohérences au niveau des stratégies et du management.
- Pendant la croissance : quelques entreprises doivent effectués des adaptations de l'interprétation du rôle du territoire.
- Pour la réalisation des stratégies un support professionnel/externe est souvent important : le coaching du management, l'éducation et la formation spécifique du personnel, l'organisation du processus stratégique, la médiation des conflits internes etc.



Transitions territoriales vers l'AB  
3 cas d'étude  
français, autrichien et italien,  
Projet 'HealthyGrowth'

Claire Lamine , INRA Ecodéveloppement

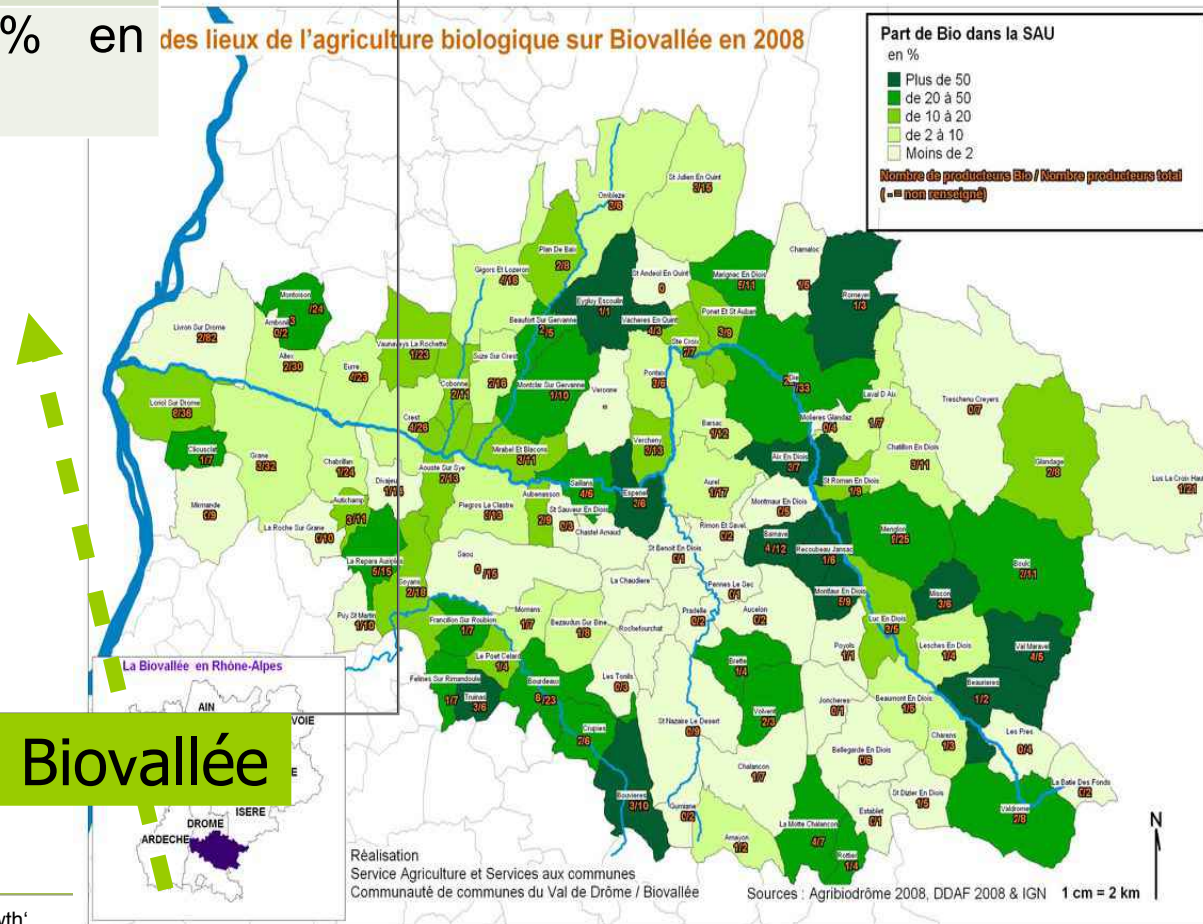


|                    |                            |
|--------------------|----------------------------|
| <b>surface</b>     | <b>2200 km<sup>2</sup></b> |
| Population         | 54.000                     |
| Densité population | ca. 25/km <sup>2</sup>     |
| Taille moy expl    | 58 ha (fortes différences) |
| Municipalités      | 102                        |
| Districts          | 2                          |
| % expl bios        | 30% (vs 20% en 2008/09)    |

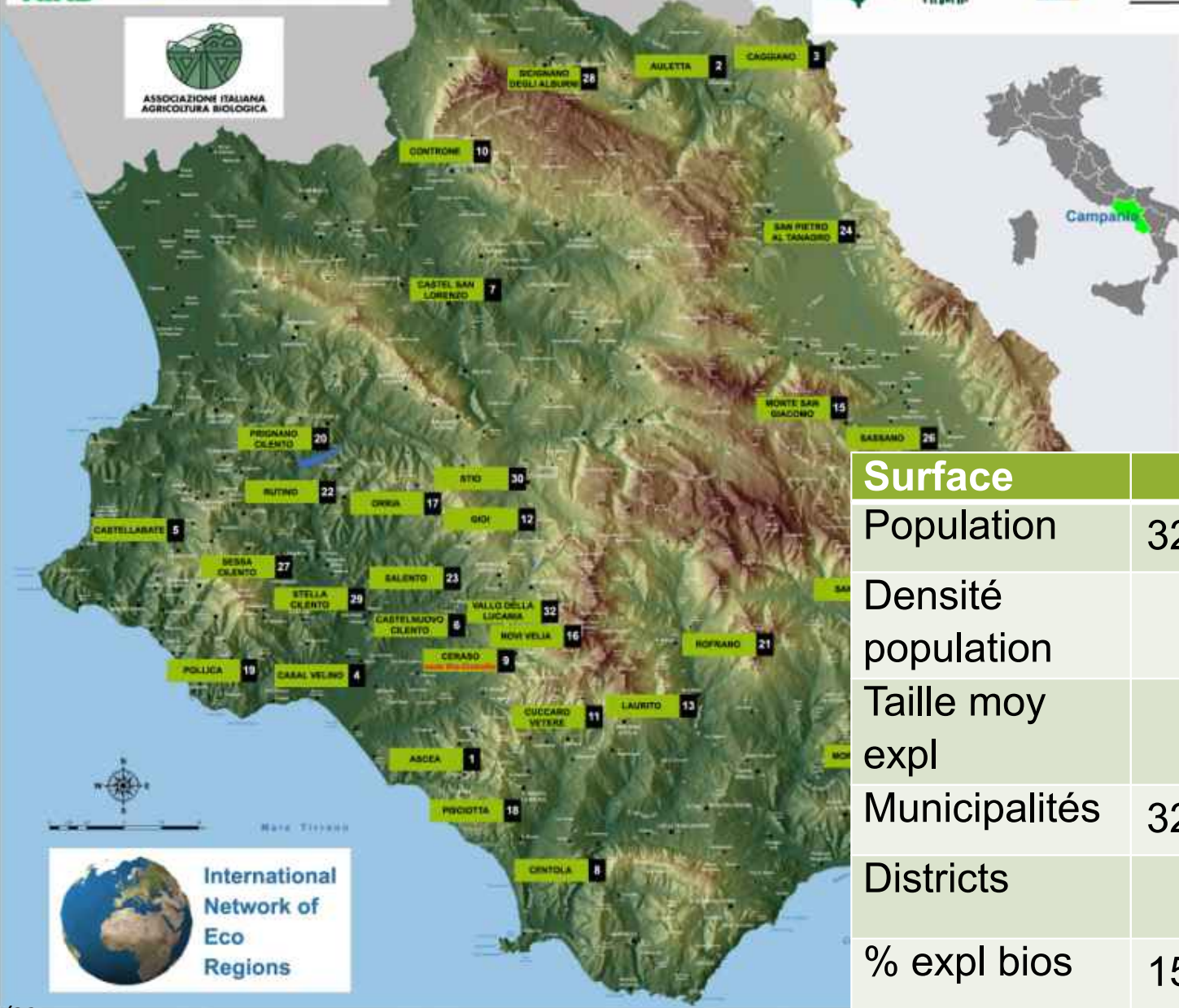


# Biovallée (France)

des lieux de l'agriculture biologique sur Biovallée en 2008







- Ascea -1-
- Auletta -2-
- Caggiano -3-
- Casal Velino -4-
- Castellabate -5-
- Castelnuovo Cilento -6-
- Castel San Lorenzo -7-
- Centola -8-
- Ceraso -9-
- Controne -10-
- Cuccaro Vetere -11-
- Gioi -12-
- Laurito -13-
- Morigerati -14-

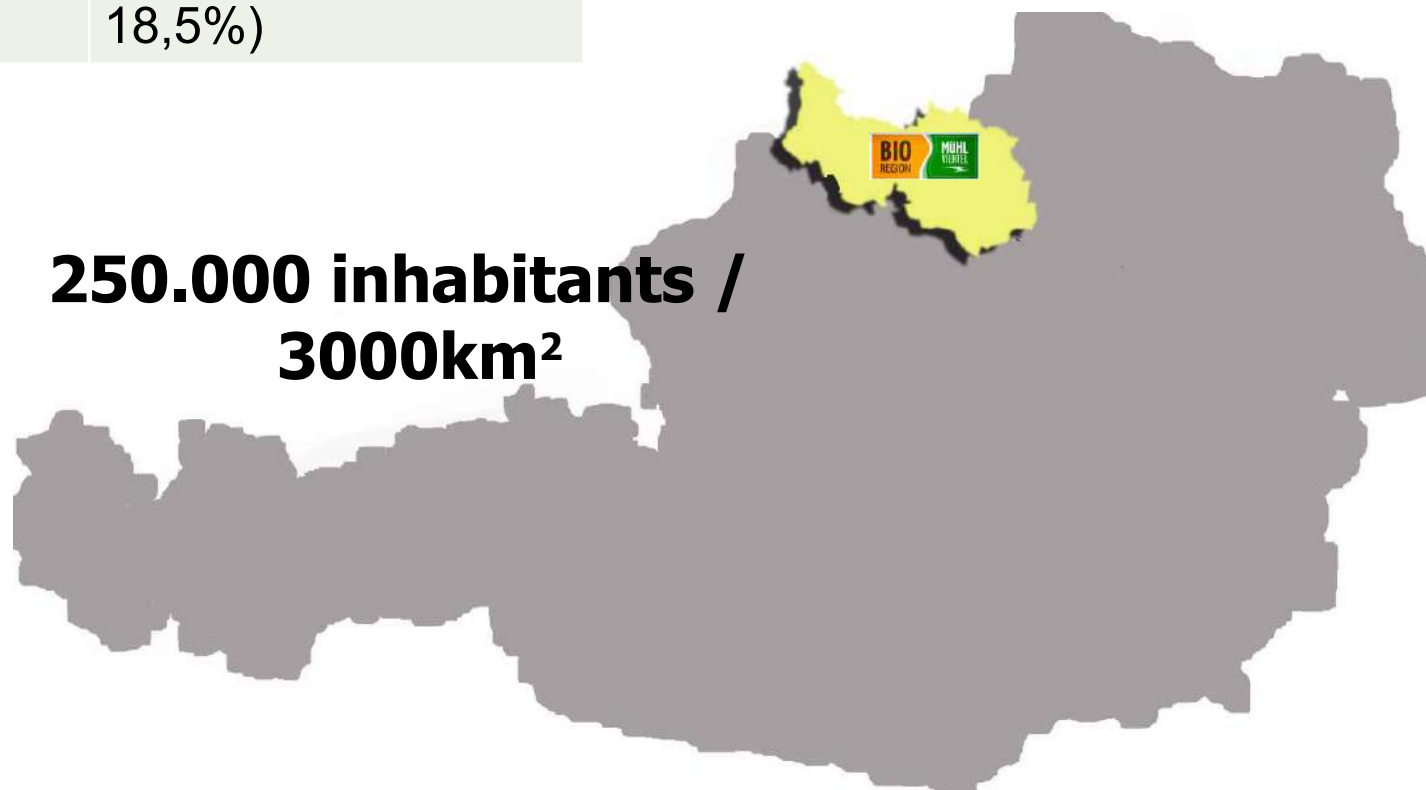
|                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| Surface            | 2200 km <sup>2</sup> |
| Population         | 3200 km <sup>2</sup> |
| Densité population |                      |
| Taille moy expl    |                      |
| Municipalités      | 32 (out of 95)       |
| Districts          |                      |
| % expl bios        | 15%                  |



| Surface            | 3090 km <sup>2</sup>      |
|--------------------|---------------------------|
| Population         | 270.000                   |
| Densité population | ca. 90/km <sup>2</sup>    |
| Taille moy expl    | 20-30 ha                  |
| Municipalités      | 122                       |
| Districts          | 4                         |
| % expl bios        | 27% (moy nationale 18,5%) |



## Bioregion Mühlviertel (Austria)



# Points communs et différences



- Des régions où la bio est historiquement forte (pionniers)
- Une agriculture assez diversifiée (un peu moins en Autriche), et une ambition/action inter-filières, avec ou sans marque territoriale
- Des projets plus centrés sur l'agriculture et le tourisme (Autriche/Italie) ou sur une stratégie d'écologisation plus large (France)
- Une habileté à mobiliser les fonds publics (notamment européens) mais une fragilité financière relative
- Une dépendance +/- forte à des personnes clés (surtout en Italie)... plutôt des élus en France *versus* des structures bios en Italie
- Des difficultés d'identification par les agriculteurs/habitants, une montée en légitimité difficile
- Des « innovations sociales » de Biovallée qui inspirent les autres : l'espace test, l'observatoire, les actions sur la restauration collective



# Quelques questions soulevées par la comparaison



- Une sociologie des agriculteurs, des « décideurs locaux » et des habitants très différente -> des conceptions différentes de ce que peut être une biorégion ?
- Les conceptions et modalités de la construction des projets ; et le lien à la perception et à la légitimité des projets
- Le poids respectif des collectivités locales, des acteurs agricoles/IAA et notamment bio, de la société civile, et leur articulation dans les modes de gouvernance
- Problèmes de frontières sur ce qui est biorégion ou non
- Des effets de réseaux, nationaux (Italie, avec 2 réseaux concurrents), voire internationaux

# Recommandations pour la politique



Des programmes de soutien peuvent être utiles, p.ex. pour:

- L'investissement dans des installations de transformation qui peuvent être partagées par les groupes de producteurs
- L'établissement d'une marque régionale (en coopération avec le tourisme)
- La fourniture de services:
  - Training, éducation et formation, agriculture biologique et transformation
  - Formations/cours spécialisés pour le management, contrôle, marketing...
  - Modération des processus pour l'élaboration des stratégies ou de la communication interne au cas de conflits

# ***Merci!***



Claire Lamine

Claire.Lamine@avignon.inra.fr

Susanne von Münchhausen

Susanne.vonmuenchhausen@hnee.de

[www.coreorganic2.org/healthygrowth](http://www.coreorganic2.org/healthygrowth)







# Agriculture biologique et développement local

## Biovallée - décembre 2014





## AB & Développement local

- 2011-2013 : échanges entre acteurs sur cette thématique AB
- Une double entrée:
  - Le **territoire**, comme facteur de développement de l'AB
  - **L'AB** comme outil pour répondre à des enjeux de développement local: environnementaux, économiques, sociaux
- Des **projets de développement** de plus en plus nombreux



## Besoins de méthodes

- Une capitalisation thématique en matière de **méthodes et d'outils**: eau et AB, circuits courts, restauration collective
- Le besoin de **dépasser cette approche thématique**:
  - Des préoccupations complémentaires dans des projets de plus en plus globaux
  - Des parentés de méthode et de conduite de projet

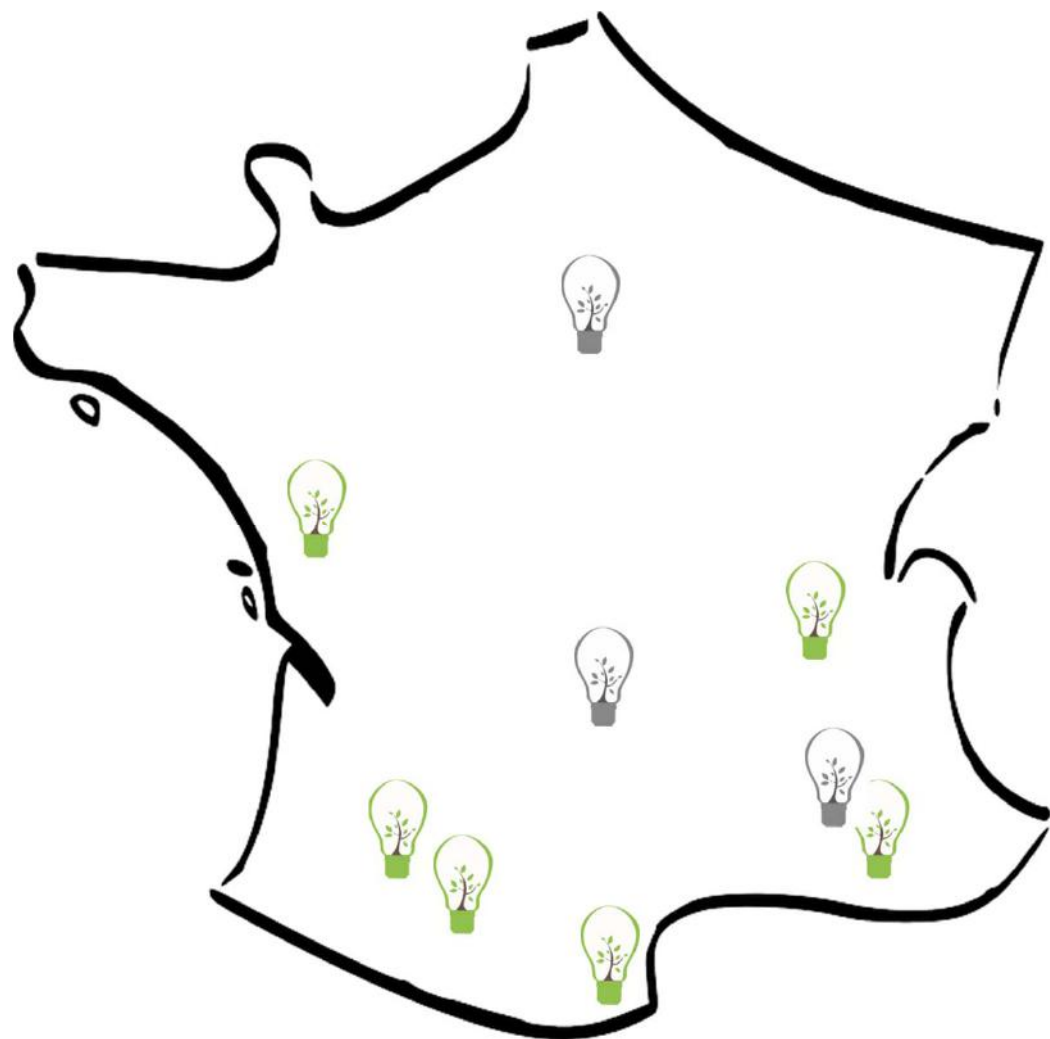




**abile**

# Objectifs & Organisation

- **Accompagner** des dynamiques innovantes de développement local de l'AB
- **Capitaliser** et tirer des enseignements généraux en conduite de projets
- Contribuer à la **professionnalisation** des acteurs
  - conseillers
  - formateurs



6

**dynamiques  
territoriales**



# Création d'une filière Plantes aromatiques et médicinales



**EPLÉFRÀ**  
**Domaine**





# Développer la consommation de produits biologiques



Bilan de la 2ème édition - LYON 2014

## DÉFI FAMILLES À ALIMENTATION POSITIVE

[www.famillesaalimentationpositive.fr](http://www.famillesaalimentationpositive.fr)



• Corabio •

La Coordination BIO de Rhône-Alpes



• ARDAB •

Les Agriculteurs 69 de Rhône en Loire

**GRANDLYON**  
communauté urbaine

Rhône-Alpes Région

VILLE DE  
**LYON**





# Une plateforme logistique et de transformation pour l'approvisionnement de la restauration collective à visée sociale



• GAB 85 •

Les Agriculteurs **BIO** de Vendée



Manger **Bio**  
en Vendée





# Aménagement péri-urbain et développement de circuits courts



Blagnac, zone des quinze sols « Un îlot » agricole entre la Garonne et la ville





# abile

PARTAGE DE TECHNIQUES AGRICOLES  
**Alter agro**  
SUR LES FERMES BIO DE MIDI-PYRÉNÉES

## Couverts végétaux et TCS Objets d'échange et d'hybridation entre bios et conventionnels



**GABB 32**  
GROUPEMENT DES AGRICULTEURS  
BIOLOGIQUES ET BIODYNAMIQUES DU GERS





# La Bio comme point d'appui pour une politique de développement durable à l'échelle de la Provence Verte







**abile**

## Premiers acquis & questions pour la suite

- **Diversité des objectifs** portés par l'AB avec un intéressement des producteurs très variable
- **Changement d'échelle** ? passer du micro à des échelles plus larges (dans le territoire ou la filière)
- « **Types de rationalité** » (Weber) qui meuvent porteurs du projet (valeurs, émotions) ?
- **Modèles économiques** derrière chaque projet
- Différentes facettes du **métier d'animateur**

# Merci de votre attention



Un projet co-animé par



Co-financé par



Avec la contribution financière  
du compte d'affectation spéciale  
«développement agricole et rural»