

SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech&bio

Une initiative des Chambres d'agriculture

Place de la consommation dans les scénarios OrganicTargets4EU de développement de l'AB explorés en France et au Danemark

Olivier Mora & Etienne Schultz (INRAE DEPE)

Olivier.mora@inrae.fr

Etienne.schultz@inrae.fr



Funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Le projet OrganicTargets4EU et l'élaboration de chemins de transition dans cinq pays européens

Le projet **Horizon Europe OrganicTargets4EU** (2022-2026), coordonné par IFOAM Europe, vise à atteindre **25% des terres agricoles en agriculture biologique** et une croissance forte de l'aquaculture bio en 2030. [20 instituts de recherche et de développement impliqués dont INRAE]

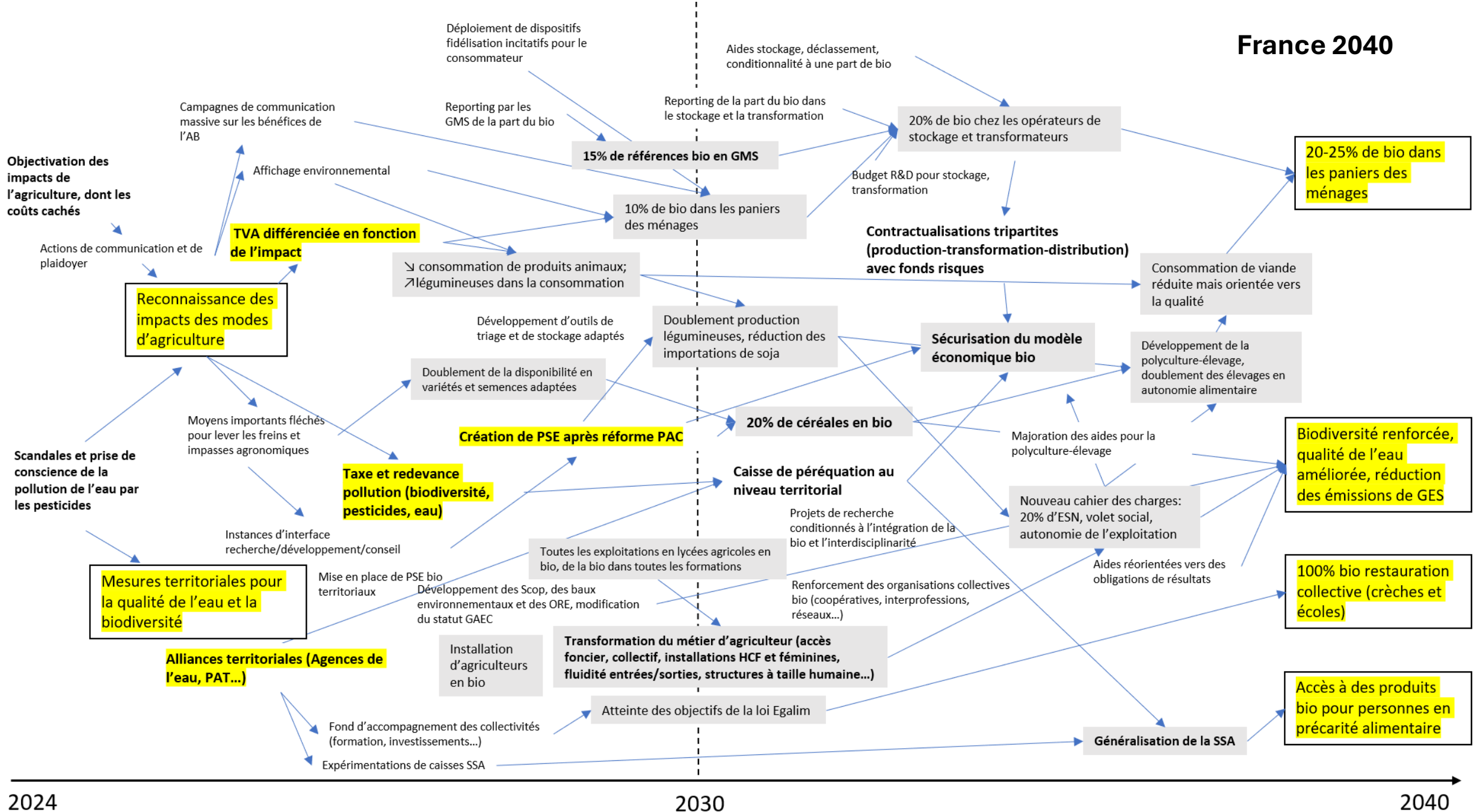
Quatre **scénarios** européens pour atteindre ces objectifs:

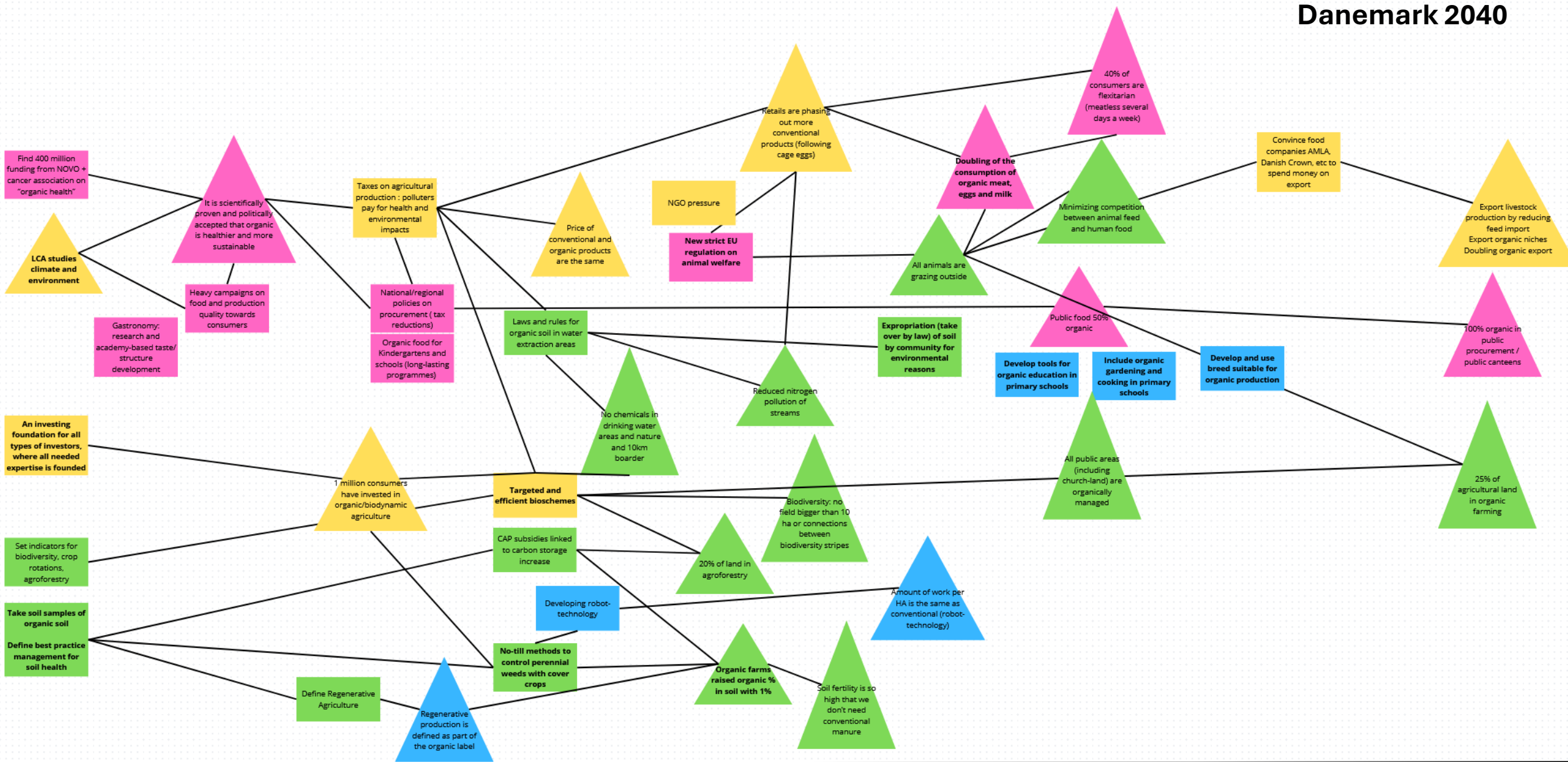
- Deux scénarios à dominante **Politiques publiques**:
« Des politiques publiques vertes » | « Des trajectoires divergentes pour le secteur Bio »
- Deux scénarios à dominante **Demande**:
« **La Bio sur toutes les tables** » | « La Bio portée par les citoyens »

Construction de chemin de transition à l'échelle nationale (INRAE DEPE et partenaires nationaux) lors d'ateliers participatifs :

- Hongrie – ÖMKi : scénario « La Bio portée par les citoyens »
- **France – ITAB : scénario « La Bio sur toutes les tables »**
- **Danemark – ICOEL : scénario « La Bio sur toutes les tables »**
- Italie – CIHEAM / UNIVPM : scénario « Des trajectoires divergentes pour le secteur Bio »
- Allemagne – Naturland et Thünen Institute : scénario « Des politiques publiques vertes »

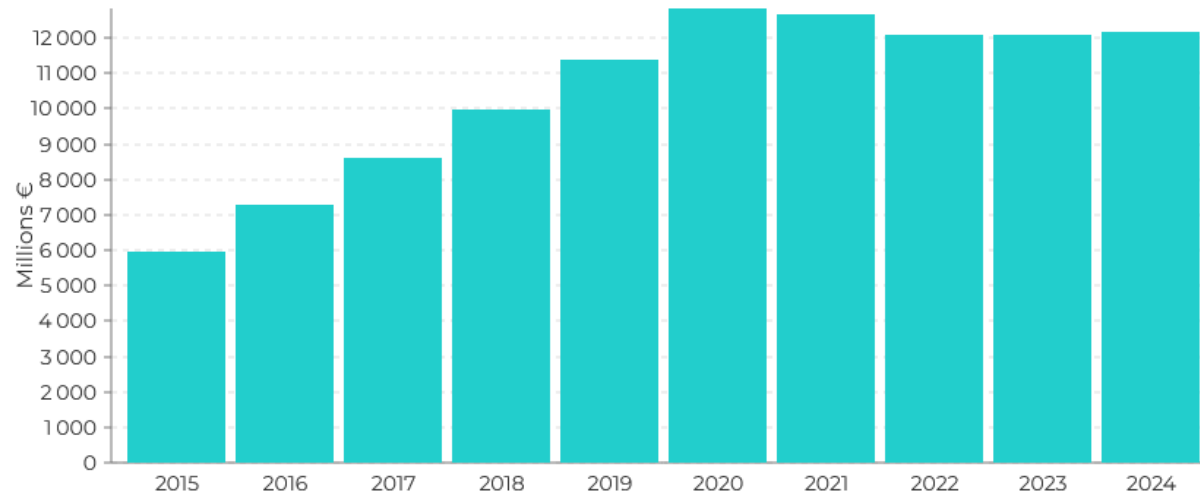
France 2040





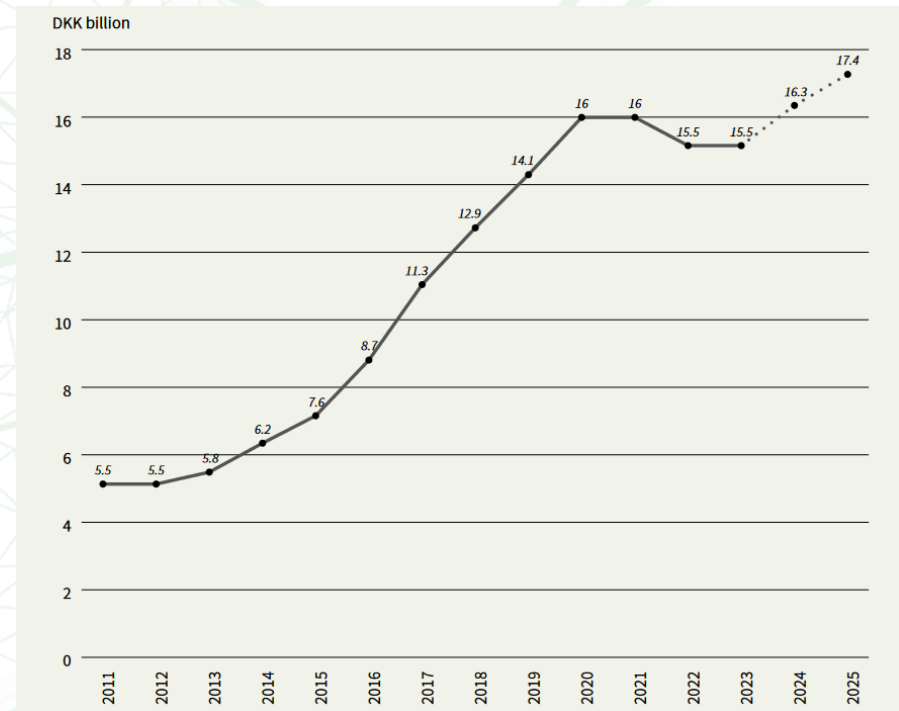
Deux situations de départ contrastées (France et Danemark)

- **Des dynamiques proches** (stagnation de la consommation, stagnation des surfaces) mais des niveaux différents



Evolution des ventes – France

Agence Bio



Evolution des ventes – Danemark

Organic Denmark

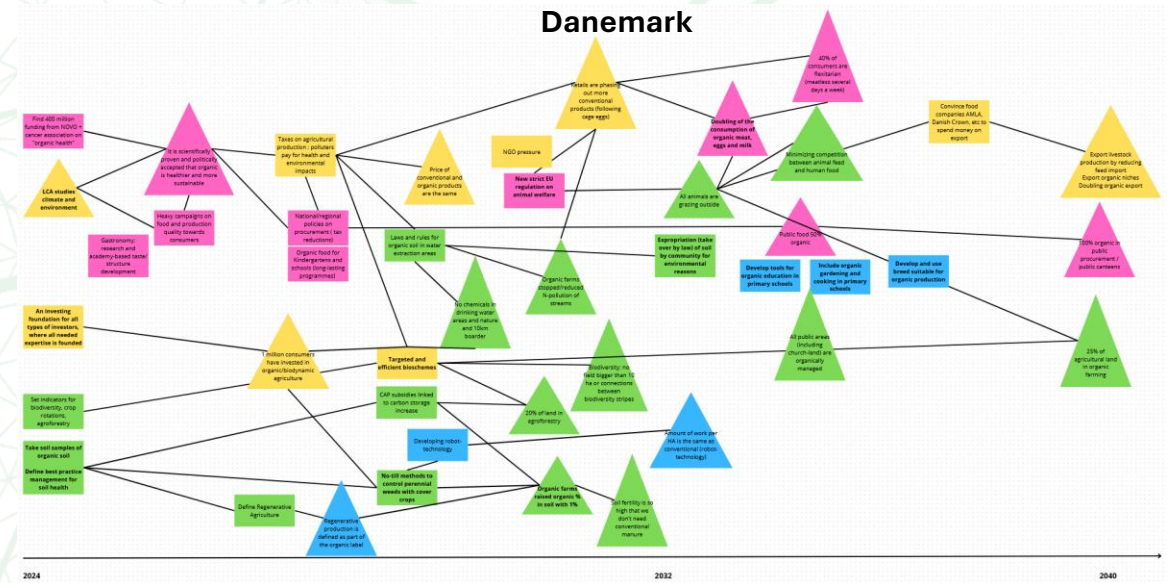
Deux situations de départ contrastées (France et Danemark)

- **Des dynamiques proches** (stagnation de la consommation, stagnation des surfaces) mais des niveaux différents

	Part de la SAU en AB	Part de la consommation en bio
France	10,1%	5,6%
Danemark	11,4%	11,6%

- **Des différences de structuration des chaînes de valeur et de positionnement de la grande distribution:**
 - France: GMS représente moins de 50% des ventes (en baisse), réduction de l'offre
 - Danemark: structuration et coopération au sein des chaînes de valeur, GMS quasi seul canal de distribution

1. Augmenter la consommation de produits bio pour répondre à des problèmes publics d'environnement et de production agricole

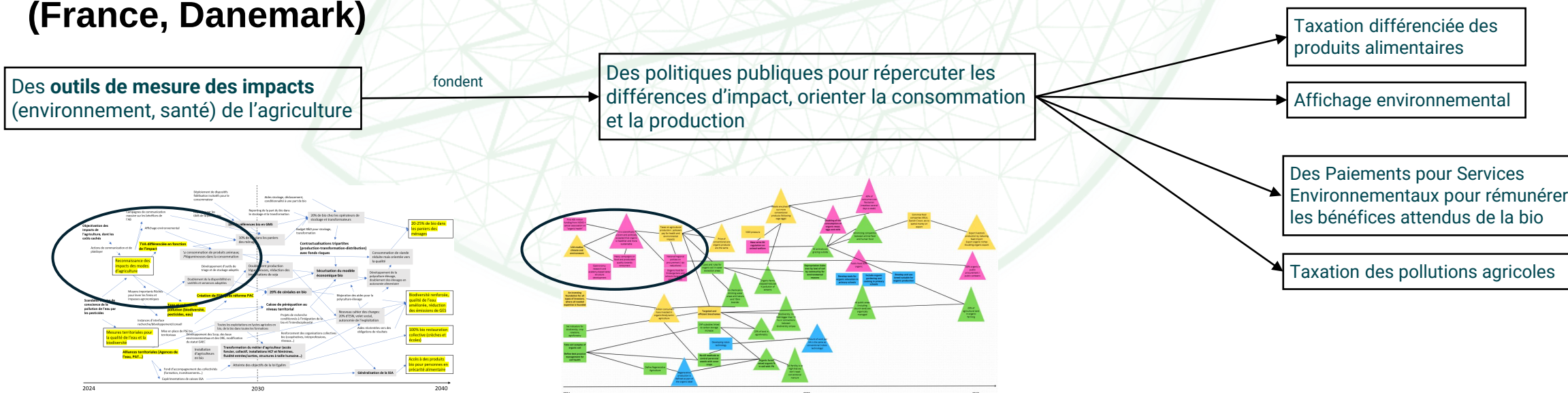


3. Eduquer les citoyens à l'alimentation

Augmenter la consommation de produits bio pour répondre à des problèmes publics (environnement, santé, bien-être animal, GES)

- Un pilotage de l'offre et de la demande par des **acteurs publics et/ou privés**

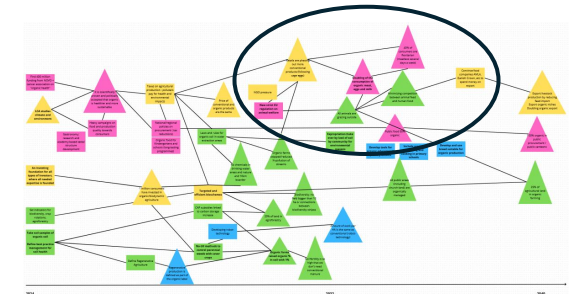
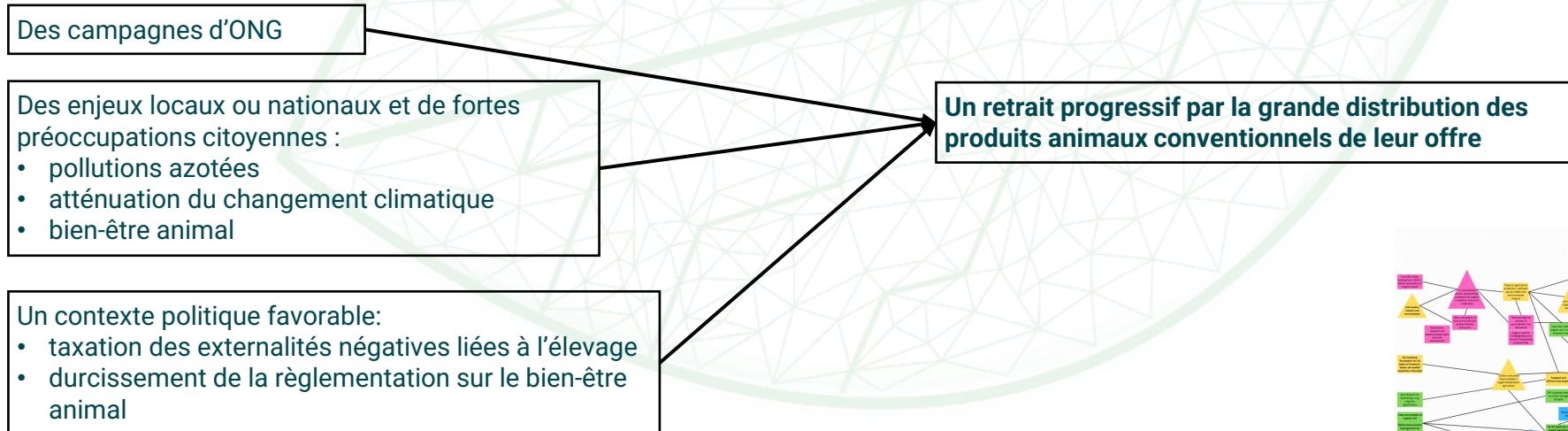
1^{er} mécanisme : **Mesurer des différences d'impacts des agricultures pour mettre en place des politiques publiques pour réorienter la consommation et agir sur la production (France, Danemark)**



Augmenter la consommation de produits bio pour répondre à des problèmes publics (environnement, santé, bien-être animal, GES)

- Un pilotage de l'offre et de la demande par des **acteurs publics et/ou privés**

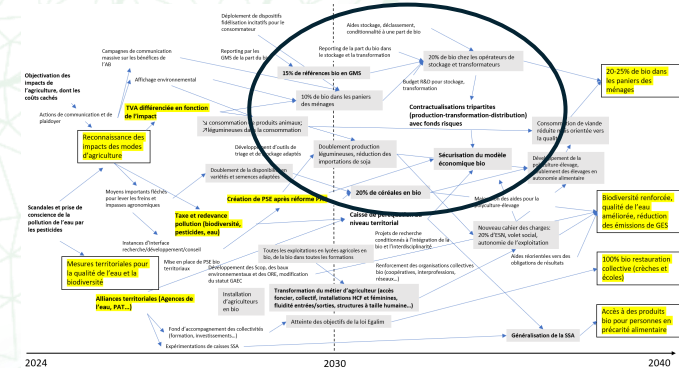
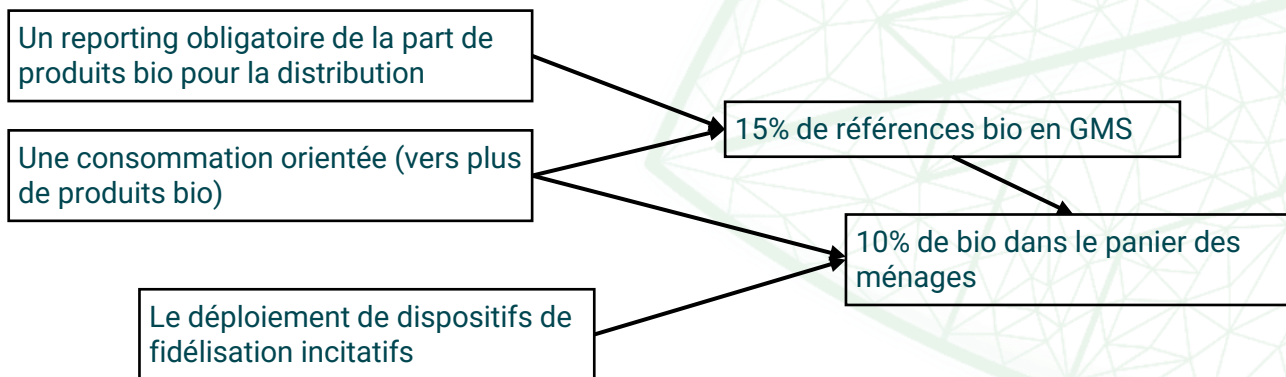
2^{ème} mécanisme : **Retrait progressif par les opérateurs privés de certains produits animaux conventionnels face à des problèmes publics d'ampleur (Danemark)**



Augmenter la consommation de produits bio pour répondre à des problèmes publics (environnement, santé, bien-être animal, GES)

- Un pilotage de l'offre et de la demande par des **acteurs publics et/ou privés**

3^{ème} mécanisme : Une meilleure coordination des opérateurs des chaînes de valeur, des objectifs et incitations publics pour renforcer l'offre de produits bio (France)

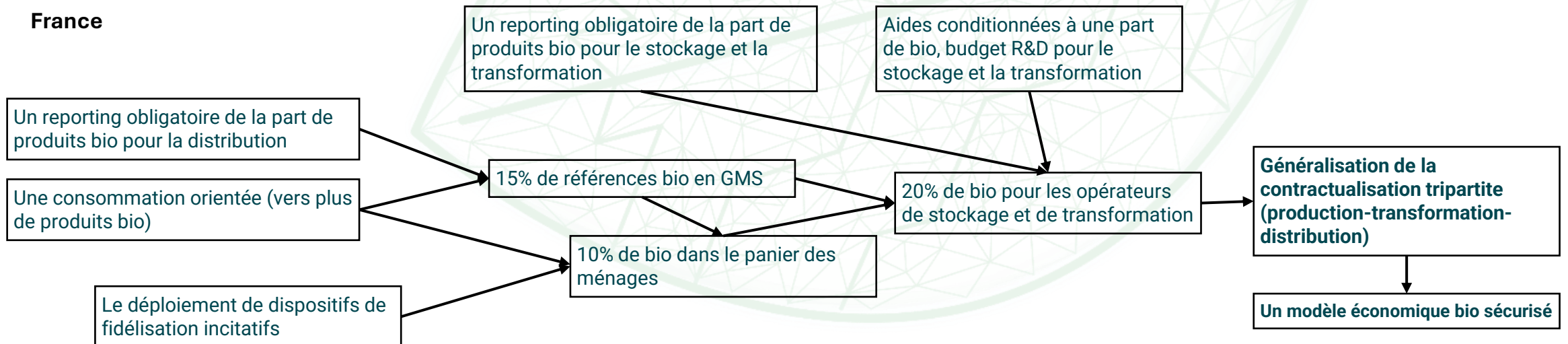


Augmenter la consommation de produits bio pour répondre à des problèmes publics (environnement, santé, bien-être animal, GES)

- Un pilotage de l'offre et de la demande par des **acteurs publics et/ou privés**

3^{ème} mécanisme : **Une meilleure coordination des opérateurs des chaînes de valeur, des objectifs et incitations publics pour renforcer l'offre de produits bio (France)**

France



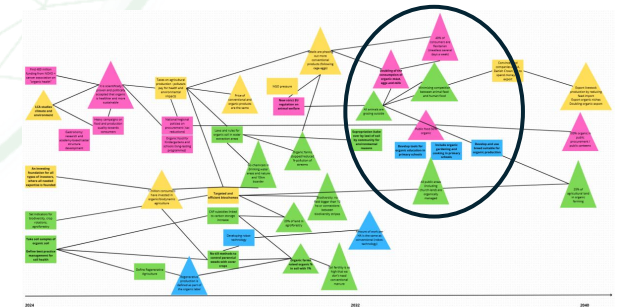
Transformer les régimes alimentaires

- Un résultat de la réorientation de l'offre et de la demande
- Une consommation de produits animaux réduite mais réorientée vers une **consommation de qualité** = bio ...
- Des régimes plus végétalisés avec plus de légumineuses...
- ...et des rétroactions positives sur les systèmes de production : plus de pâturage, de légumineuses et d'autonomie des systèmes d'élevage

Retrait de produits animaux conventionnels par les distributeurs

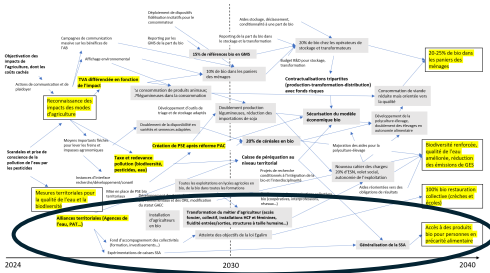
Réduction de la consommation de viande, orientation vers la qualité

Transformation des systèmes d'élevage (pâturage, compétition food/feed...)



Eduquer les citoyens à l'alimentation

- La **restauration collective**:
 - Un débouché mais aussi un **levier d'éducation**, pour la formation de normes et d'habitudes alimentaires
 - Des **politiques publiques volontaristes pour augmenter la part de bio** dans les cantines: réduction des taxes (Danemark), fond d'accompagnement des collectivités territoriales pour atteindre les objectifs EGalim (formation des cuisiniers, etc.)
 - Un levier de **démocratisation alimentaire** en plus de la mise en place de caisses de Sécurité Sociale de l'Alimentation
- L'intégration de l'alimentation, l'agriculture bio, la nutrition dans les **programmes scolaires**



Alliances territoriales pour traiter d'enjeux agricoles, environnementaux, alimentaires

France

Fonds d'accompagnement des collectivités (formation, investissements)

Expérimentations de caisses SSA

Agriculture, alimentation, nutrition dans les programmes scolaires

Atteinte des objectifs de la loi EGalim

Démocratisation de l'accès à des produits bio

Généralisation de la SSA

Conclusion : quelle place pour la consommation dans les scénarios de développement de l'AB ?

- **Des difficultés à imaginer que la consommation puisse jouer un rôle moteur sans une action volontariste sur les politiques publiques et l'offre (GMS...), même dans des scénarios « demande »**
→ Une consommation façonnée par l'offre et les politiques publiques.
- **Des problèmes publics de plus en plus prégnants** dans les préoccupations citoyennes : qualité de l'eau, biodiversité, changement climatique, bien-être animal...
→ Une intégration croissante dans les choix de consommation ?
- **Des enjeux autour de la consommation qui se posent différemment** selon les pays, les dynamiques de développement de la bio (marché domestique // production tournée vers l'export), les cultures nationales, et les niveaux de consommation

Informations complémentaires

- Rapport sur le chemin de transition pour atteindre le scénario « La Bio sur toutes les tables » à l'horizon 2040 en France : <https://hal.inrae.fr/hal-05098683>
- Présentation durant le Science Day 2025 à BIOFACH (Nuremberg): “How to reach 25% of farmland under organic farming by 2040 ? Lessons from building transition pathways in France and Denmark ” : https://tporganics.eu/wp-content/uploads/2025/02/TPO_Biofach_Science-Day_Backcasting-OrganicTargets4EU.pdf
- Scénarios européens développés dans le projet OrganicTargets4EU: <https://organictargets.eu/wp-content/uploads/2024/04/OrganicTargets4EU-Scenarios-Narratives.pdf>
- Le projet OrganicTargets4EU : <https://organictargets.eu/>



SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech & bio

Une initiative des Chambres d'agriculture

À BIENTÔT