



**Programme triennal d'information et de communication sur l'agriculture
biologique et ses produits 2008-2010
(Promotion marché intérieur : France)**

Cofinancé par l'Union européenne

Depuis le 1^{er} décembre 2007, un programme d'information sur l'agriculture biologique et ses produits est mis en œuvre en France par l'Agence BIO en totale synergie, avec les interprofessions : CNIEL, INTERBEV, INTERFEL, INTERCEREALES et ONIDOL.

Il est financé avec le concours de l'Union européenne, son budget global annuel est de 2,4 millions d'euros hors taxes.

1) Les objectifs principaux :

- sensibiliser et informer sur les spécificités et les bénéfices de l'agriculture et des produits biologiques ;
- encourager la consommation des produits biologiques et faire connaître l'étendue des produits biologiques ;
- communiquer sur les logos communautaire et national.

2) Les cibles principales :

- **le grand public**, avec en particulier les consommateurs, pas ou faiblement impliqués jusqu'à présent dans l'achat de produits bio, (mais potentiellement réceptifs, comme les femmes avec enfants), et les CSP+ ;
- **les relais d'opinion**, en particulier les journalistes;
- **les acteurs de l'ensemble des filières**, en particulier les GMS, les réseaux de distribution spécialisés, les commerçants traditionnels (bouchers, boulangers, détaillants de fruits et légumes), la restauration collective, les marchés et la vente directe.

Dans un contexte où la priorité est de développer la production sur l'ensemble du territoire, des actions visant à encourager la conversion à l'agriculture biologique sont également mises en place (par exemple, en 2008 : rencontres professionnelles sur la conversion, lettres d'information thématiques...).

3) Principales actions :

Le dispositif 2008-2010, coordonné par l'Agence BIO, comprend :

- un programme transversal tous produits, géré par l'Agence BIO,
- 3 programmes spécifiques complémentaires pour les filières:
 - élevage (CNIEL et INTERBEV) ,
 - fruits et légumes (INTERFEL) ,
 - produits de grandes cultures (INTERCEREALES et ONIDOL) .



Le programme en cours de mise en œuvre s'articule notamment autour des actions suivantes :

- la **participation ou l'organisation d'événements fédérateurs** :
 - o **Participation au Salon International de l'Agriculture**, à Paris, avec :
 - La mise en place et l'animation d'un stand dédié à l'agriculture biologique,
 - L'organisation d'un séminaire international
 - o **Printemps BIO**, première quinzaine de juin, avec :
 - Des animations dans toute la France
 - Des rencontres nationales professionnelles.
- une **campagne générique de parrainage TV** (programme générique) et des campagnes d'**insertions presse** (dans le cadre des programmes sectoriels) ;
- des **actions d'information et de formation** auprès des distributeurs et des **actions en points de vente** tout au long de l'année, adaptées suivant les spécificités des réseaux (dans le cadre des programmes sectoriels) ;
- des actions grand public par le biais d'**Internet**, avec notamment la création et le développement du site Internet www.produitslaitiersetviande.bio.com et la création de jeux-concours Internet, dans le cadre du programme sectoriel « élevage bio »,
- des actions permanentes de **relations presse et publiques** (communiqués, dossiers, lettres d'informations, conférences de presse, voyage de presse, veille...)

Visuels développés en 2008 et déclinés sur différents supports : affiches, guirlandes, dépliants, stop-rayons...



Pour plus d'informations sur les actions mises au point dans le cadre de la campagne cofinancée et sur les différents outils développés :

www.agencebio.org,

www.printempsbio.com,

www.viandeetproduitslaitiersbio.com,

www.interfelbio.com.

Et bientôt :

www.prolea.com et www.passioncereales.fr (rubriques bio en cours de mise au point).

