

**EEN BEKNOPTE HANDLEIDING VOOR EXPORTEURS VAN  
BIOLOGISCHE PRODUCTEN NAAR FRANKRIJK**

**LNV-BUREAU PARIJS**

12 oktober 2006

T.: +33-(0)1.40.62.33.53/55

F.: +33-(0)1.40.62.34.52

e-mail: agriculture@amb-pays-bas.fr

**INHOUDSOPGAVE**

**Inleiding.....3**

**I – Kwaliteitsproductie en AB-keurmerk .....3**

<b>II – Het Franse stimuleringsbeleid .....</b>	<b>4</b>
<b>III – Enkele gegevens over areaal en aantal bedrijven.....</b>	<b>5</b>
<b>IV – Consumptie.....</b>	<b>7</b>
<b>V – Marktaandeel en marktontwikkelingen.....</b>	<b>8</b>
<b>VI – Distributie.....</b>	<b>11</b>
<b>VII – Wet- en regelgeving.....</b>	<b>13</b>
<b>SLOT.....</b>	<b>15</b>

#### **Bijlagen:**

- 1. Namenlijst van grossiers, gevestigd op de Groothandelsmarkt van RUNGIS**
- 2. Adressenlijst van distributeurs/importeurs van biologische producten**
- 3. Overzicht van relevante websites**

#### **Inleiding**

Ook in Frankrijk staat duurzaamheid van land- en tuinbouw steeds hoger op de politieke agenda. Het Franse ministerie van Landbouw en Visserij beschouwt de biologische landbouw als een interessante manier voor het bevorderen van de productie van milieuvriendelijke kwaliteitsproducten. Hiervoor had het ministerie indertijd het collectieve keurmerk “AB” (=Agriculture Biologique) ontwikkeld en in het begin van 2004 nieuwe stimuleringsmaatregelen ingevoerd. Het AB-keurmerk is juridisch eigendom van het Franse ministerie van Landbouw. Enkele jaren geleden is door het ministerie het Agentschap voor de ontwikkeling van de biologische landbouw, Agence Bio ([www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)), opgericht. Dit Agentschap speelt een belangrijke rol in de promotie van biologische producten, heeft een ‘observatoire’ ingesteld voor productie- en prijsontwikkelingen, publiceert jaarlijks “Chiffres de l’agriculture biologique”, een studie over de productieontwikkelingen in Frankrijk, organiseert seminars en publiceert op zijn website een overzicht van de consumptieontwikkelingen. Deze laatste zijn gebaseerd op opiniepeilingen.

Dat er groei is in de sector, zowel op het vlak van productie als van consumptie, staat vast. Deze groei is echter (nog) moeilijk aan te geven bij de weinig beschikbare harde statistische informatie over deze markt. Men verwacht dat de groei zal aanhouden en hopelijk zal versnellen, nu juist óók grote ondernemingen, zoals Danone, ‘biologisch gaan’, als het is maar voor een deel van hun producten.

Om een beter inzicht te krijgen in de marktontwikkelingen, heeft Agence Bio deze zomer een onderzoek laten uitvoeren. De resultaten zullen waarschijnlijk ter gelegenheid van de SIAL

2006 ([www.sial.fr](http://www.sial.fr)), de internationale voedingsmiddelenbeurs te Parijs, bekend worden gemaakt.

Ook in Europees verband heeft de biologische landbouw opnieuw de aandacht. Er ligt immers een voorstel voor een nieuwe EU-Verordening voor biologische producten. Dit voorstel is nog steeds in discussie en zal waarschijnlijk eerst in 2007 (kunnen) worden afgerond. E.e.a. zal gevolgen hebben voor de nog steeds van de EU-afwijkende Franse regelgeving voor dierlijke producten (zie onder “Franse wet- en regelgeving”).

### **I- Kwaliteitsproductie en AB-keurmerk: “Du bon, du beau, du bio!”**

De productie van kwaliteitsproducten met keurmerk was Frankrijk niet vreemd. Frankrijk kent al, sinds de jaren '30, de AOC (Appellation d'Origine Contrôlée ofwel Beschermd Oorsprongs Benaming) en sinds de jaren '60 het “Label Rouge” keurmerk voor landbouwproducten met topkwaliteit. Beide keurmerken zijn voor de Franse consument een rotsvast begrip, geassocieerd met topkwaliteit en waarvan vooral de productvoorschriften m.b.t. het Label Rouge v.w.b. sommige producten veel gelijkenis vertonen met die voor biologische producten. In de jaren '80 is hier het keurmerk AB bijgekomen. Het zal niet vreemd klinken dat het AB-keurmerk een lange tijd heeft moeten opboksen tegen het veel meer bekende Label Rouge.

De Franse overheid besloot in 2003, in het kader van haar nationale kwaliteitsbeleid, het stimuleringsbeleid voor de biologische landbouw te intensiveren. De basis hiervoor waren de voorstellen van het “Rapport Saddier” dat in juni 2003 door de parlementariër Saddier, op verzoek van de toenmalige Landbouwminister Gaymard, was opgesteld. (Oud-)minister Gaymard kondigde vervolgens in januari 2004 een aantal steunmaatregelen aan.

### **II - Het Franse stimuleringsbeleid**

Zoals hierboven gemeld, werd door de (vorige) Landbouwminister Gaymard in 2004 een pakket steunmaatregelen aangekondigd, gerangschikt naar een zestal hoofddoelstellingen. Op deze onderdelen zal hier verder niet worden ingegaan, maar zullen ter illustratie even worden aangestipt:

- 1) verbetering van marktkennis en inzicht in kosten en prijzen;
- 2) harmonisatie van de Franse regelgeving met de EU-regelgeving;
- 3) consumentenvoorlichting en promotieprogramma's;
- 4) verbetering van beroepsopleidingen en toegepast onderzoek;
- 5) optimalisering van overheidssteun;
- 6) het creëren van overleg- en coördinatiestructuren wegens de grote verdeeldheid in de sector.

Ook Frankrijk verstrekt omschakelingssteun aan producenten die biologisch willen gaan produceren. Deze steun is in Frankrijk een onderdeel van het Franse programma voor plattelandsontwikkeling (vgl. het Nederlandse POP). Onder het Franse POP-1 viel de omschakelingssteun onder de landbouwmilieumaatregelen. Deze steun werd (en wordt nog steeds) verstrekt in het kader van een zgn. CAD (=Contrat d'Agriculture Durable) die de boer aangaat met de overheid voor een periode van 5 jaar. Voor de CAD's in de periode 2000-2005 is door de overheid een bedrag van €133,6 mln. besteed. Onder het komende POP-2 voor de periode 2007-2013 zal de CAD worden voortgezet.

#### Rol Agence Bio

Voor bovengenoemde doelstellingen 1, 3, 5 en 6 werd een grote rol toegekend aan het overheidsagentschap Agence Bio ([www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)). Dit Agentschap, ressorterend onder het ministerie van Landbouw en Visserij dat in 2001 werd opgericht, telt 6 leden: de ministeries van Landbouw en Ecologie, de APCA (koepelorganisatie van de 'Chambres d'Agriculture'), de FNAB (Federatie van producenten van biologische landbouwproducten), SYNABIO (de belangenorganisatie van verwerkers en distributeurs van natuur- en biologische producten) en Coop de France (het coöperatiewezen). Agence Bio, is niet alleen een overlegorgaan voor de biologische belangenorganisaties onderling en voor de sector met de overheid, maar heeft een veelvoud van activiteiten: o.m. verbetering van marktkennis, consumptieontwikkelingen volgen via de "Baromètre CSA" (zie website), voorlichting en collectieve promotie, het verstrekken van vergunningen aan Franse importeurs die van buiten de EU willen importeren.

### III – Enkele gegevens over areaal en aantal bedrijven

Om een inzicht te geven in de huidige arealen en aantal biologische landbouwbedrijven worden hierna enkele gegevens weergegeven.

#### Areaal

Het Europese areaal met biologische landbouw bedraagt momenteel 5,8 mln. ha. Dit betekent dat op 3,4% van het Europese landbouwareaal biologisch geteeld wordt. Met een aandeel van 9% (560.838 ha) in het Europese landbouwareaal, neemt Frankrijk de 5<sup>e</sup> plaats in, ná Italië, Duitsland, Spanje en het VK. Dit aandeel in het Europese biologisch landbouwareaal staat schril in verhouding tot het Franse aandeel (22%!) in het Europese landbouwareaal.

Het Franse areaal biologisch beslaat 2% van het Franse landbouwareaal tegen 1,4% in de beginjaren 2000. Er is dus een lichte groei te constateren. De areaaltoename in 2005 t.o.v. 2004 geeft een toename van 5% weer. Er is dus een lichte versnelling te constateren. Van het totaal biologisch areaal, 560.838 ha, is 513.365 ha AB-biologisch gecertificeerd. 47.473 ha verkeert in een omschakelingsfase. De ontwikkeling van de gecertificeerde arealen toont grote verschillen per regio. Onder de koplopers telt men 6 regio's met een areaal, groter dan 30.000 ha, waarvan 4 regio's in Zuid-Frankrijk en 2 regio's in West-Frankrijk.

Deze regio's zijn:

Midi-Pyrénées (60.000 ha), het Loire-gebied (59.900 ha), Rhône-Alpes (41.063 ha), Languedoc-Roussillon (40.790 ha), Provence-Alpes-Côte d'Azur (35.500 ha) en Bretagne (33.370 ha).

Regio's met het kleinste areaal zijn Ile de France, Normandië en de Elzas.

De regio's, waar momenteel de grootste groei zichtbaar is, zijn het Loire-gebied (+15%), Poitou-Charentes (+9%), Bourgondië (+8%) en Ile de France (+8%).

Uit het volgende overzicht (areaal in ha en %-verschil 2005/2004) blijkt dat het areaal met granen, tuinbouwgewassen en wijnbouw een stijging laat zien, waarbij het areaal groentegewassen de grootste groeier is:

<u>product</u>	<u>areaal in ha</u>	<u>%-verschil 2005/2004</u>
Totaal	560.838	5
Waarvan:		
Granen	95.417	7
Oliehoudende gewassen	11.439	-9

Permanent grasland	228.611	3
Tijdelijk grasland en voeder- Gewassen	119.249	5
Groentegewassen	8.827	14
Fruit	8.958	4
Wijnbouw	18.133	10

Er is sprake van een zekere vorm van specialisatie per productiegebied. Voor de plantaardige producten is dit als volgt:  
 Akkerbouwgewassen: Gers, Loire-gebied, Midi-Pyrénées en Zuid-Oost Frankrijk;  
 Groenten: Midi-Pyrénées, Bretagne (Finistère!), Loire-gebied, Provence-Alpes-Côte d'Azur en Bourgondië (in opkomst) ;  
 Fruit : Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Aquitaine, Languedoc-Roussillon ;  
 Wijnbouw : Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes-Côte d'Azur ;  
 Voedergewassen : Loire-gebied, Midi-Pyrénées.

Voor de dierlijke productie:

Zoogkoeienhouderij: Loire-gebied, Auvergne, Midi-Pyrénées, Limousin;  
 Schapenhouderij: Midi-Pyrénées;  
 Geitenhouderij: Rhône-Alpes, Midi-Pyrénées, Provence-Alpes-Côte d'Azur;  
 Zeugenhouderij: Midi-Pyrénées, Limousin, Centraal-Frankrijk;  
 Legkippenhouderij: Bretagne, Rhône-Alpes en Loire-gebied;  
 Slachtkippenhouderij: Loire-gebied, Poitou-Charentes, Aquitaine;

De biologische veestapel, waarbij de procentuele groei wordt gegeven voor 2005/2004, geeft het volgende beeld:

4,5 mln. slachtkippen (0%), 1,6 mln. legkippen (9%), 139.514 schapen (9%), 134.397 runderen (7%) en 4.015 zeugen (11%). De stijgende productie van biologische schapenkaas en eieren is hieraan niet vreemd.

#### Biologische landbouwbedrijven

Frankrijk telt 11.400 landbouwbedrijven met een plantaardige productie.

Het aantal bedrijven met dierlijke productie wordt uitgesplitst per bedrijfstype:

3.330 rundveebedrijven, 930 schapenhouderijbedrijven, 224 varkenshouderijbedrijven met zeugen, 650 pluimveebedrijven en 13 viskweekbedrijven.

Een schets van het biologische landbouwbedrijf (veelal gemengde bedrijven, die bv. zowel graanteler als pluimveehouder kunnen zijn) geeft het volgende beeld:

50% is graanteler, 75% heeft permanent grasland en produceert voedergewassen, 50% is veehouder, 34% is melkveehouder of vleesveehouder, 40% is tuinder en 16% is wijnproducent.

43% van de biologische bedrijven verkopen o.m. 'af boerderij', incl. verkoop via publieksbeurzen of markten. 20% van deze categorie zet zijn totale productie op deze wijze af.

## **IV – Consumptie**

Uit opiniepeilingen bleek dat de Franse consument vroeger vooral biologisch consumeerde, omdat biologisch met gezond werd geassocieerd of omdat de consument een bepaalde levensfilosofie aanhing. Het blijkt dat de huidige consument die biologisch consumeert, nu ook andere argumenten hanteert a.g.v. de steeds frequenter geworden politieke debatten en de

belangstelling van de media m.b.t. de zorg voor een duurzaam milieu, maar ook a.g.v. de wederkerende voedselcrises (BSE, dioxine, MPA enz.). Het bewustzijn bij de consument voor een duurzaam milieu en milieuvriendelijke landbouwproductie is veel groter geworden. Van de ondervraagden verklaart 84% biologisch te kopen om, onder meer, de milieuvriendelijke productie. Niettemin weegt het argument 'behoud van een goede gezondheid' nog steeds zwaar: 94% koopt biologisch, omdat men denkt dat biologisch gezonder is. Uit onderzoek blijkt verder dat de biologische consument overheersend een vrouw is, ouder dan 35 jaar en stedeling. De regio's Ile de France (rond Parijs) en Zuid-Frankrijk tellen het grootste aantal biologische consumenten. Meer informatie wordt gegeven op de website [www.agencebio.org](http://www.agencebio.org), "Baromètre CSA".

Deze verschuiving is uiteraard gunstig voor de ontwikkeling van de biologische landbouw en trekt bovendien een nieuw soort consumenten aan, ook al is de prijs van biologische producten gemiddeld nog steeds, twee- tot driemaal hoger dan de prijs van conventionele producten. Deze hoge prijs blijft een bottleneck voor de ontwikkeling van biologische producten.

Het keurmerk AB heeft bij de Franse consument een goede reputatie en wekt vertrouwen. Bij het merendeel van de Franse consumenten is dit label bekend, dit in tegenstelling tot het Europese logo.

De consumptiegegevens, zoals door Agence Bio weergegeven, zijn gebaseerd op opiniepeilingen. Deze gegevens die regelmatig worden bijgewerkt, zijn te terug te vinden op de website van Agence Bio ([www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)). Uit onderzoek blijkt dat 47% van de ondervraagden minstens éénmaal in de maand een biologisch product consumeert. Dit was 37% in 2003. Van de biologische consumenten eet:

73% groenten en fruit, 61% eieren, 49% zuivelproducten, 41% brood, 40% pluimveevlees, 32% kaas, 31% melk, 38% droge producten, 25% rundvlees, 19% varkensvlees, vleeswaren en lamsvlees, 11% vis en 16% wijn en andere dranken.

72% van de consumenten verklaart biologische producten in de supermarkt te kopen. Dit geldt vooral voor zuivel- en graan- en droge producten/kruidentierswaren, vlees, eieren, en vis.

Echter 46% van de consumenten koopt biologische groenten en fruit en 35% koopt biologische kaas op de markt. 33% van biologisch brood wordt bij bakkers of speciaalzaken gekocht. Speciaalzaken, zoals de keten BIOCOOP, spelen naar verluidt een steeds belangrijker rol voor de aankoop van biologische producten door de consument.

## **V - Marktaandeel en marktontwikkelingen**

Het marktaandeel van biologische voeding bedraagt momenteel circa 2% tegen 1,4% in 2002 en is hiermee dus nog steeds een 'niche-markt'. De tendens laat echter voor de komende jaren een stijgende lijn zien. De verwachting is dat vooral de volgende productgroepen zullen groeien:

- biologisch yoghurt/zuivelproducten:

de omzet van biologische yoghurt beliep in 2005 slechts 7.200 ton, maar dit betekent wel een groei van 11% t.o.v. 2004. Het initiatief van Danone om biologische yoghurt te lanceren zal naar verwachting deze groei doen versnellen. De verwerking van biologische melk blijft tot nu een probleem. Alhoewel de productie van biologische melk sinds 1998 verviervoudigd is - mede door de omschakelingssteun en de verwachting dat de consument meer biologische melk en zuivel zou consumeren - en wel tot 223,4 mln. liter in 2005 (dit is 1% van de nationale melkproductie), werd slechts 56% van deze melk verwerkt tot biologische

eindproducten. Het restant werd verwerkt tot conventionele melk/zuivelproducten, met uiteraard de nodige inkomensverliezen voor de melkveehouders;

- groenten en fruit:

hard cijfermateriaal ontbreekt, maar gezien de sterke areaalsuitbreiding van 14% in 2005 en de toenemende import uit Italië – op basis van informatie van grossiers- is er zeker groei;

- droge producten:

sinds 2001 kent deze productgroep een jaarlijkse groei van 15%;

- wijn en dranken:

hard cijfermateriaal ontbreekt vooralsnog, maar naar verluidt wordt ook hier groei geconstateerd.

### Verwerkende bedrijven

In 10 jaar tijd is het aantal verwerkers van biologische producten fors gestegen en zelfs verdubbeld tot 2.083 bedrijven (excl. biologische bakkers). Inclusief de biologische bakkers, verpakkers en productie-/distributiebedrijven komt men op een totaal van zelfs 4.995 ondernemingen.

De verwerkende bedrijven zijn geconcentreerd in 3 gebieden: Noord-, West- en Zuid-Oost Frankrijk. 80% van deze bedrijven is gespecialiseerd in de verwerking van plantaardige producten, waarvan 55% bakkersbedrijven, 8% is actief in de verwerking van akkerbouwproducten, 5% is actief in de verwerking van groenten en fruit, 3% in de dranken en 3% in aromatische en medicinale kruiden en parfumplanten.

In 2005 stonden 169 importbedrijven officieel geregistreerd bij Agence Bio. Het betreft hier uitsluitend bedrijven die van buiten de EU importeren. 40% van deze bedrijven heeft zelf een verwerkende activiteit. Het grootste aantal importeurs vindt men in de sectoren: vers fruit, koffie/thee/kruidentheeën, cacao, groenten (vnl. uit Italië) en essentiële oliën. Het merendeel van de importeurs is gevestigd op de Groothandelsmarkt van Rungis (t.z.v. Parijs), Zuid-Oost Frankrijk en Aquitaine (wegens de haven Bordeaux). Agence Bio constateert dat het grootste aantal importvergunningen betrekking heeft op 3 landen: Marokko, Madagascar en Turkije.

Sommige Franse bedrijven kennen een ware ‘success story’, zoals Euro-Nat, gespecialiseerd in de verwerking van biologische granen en verwante gewassen, met een omzetgroei van maar liefst 30% in 2005 of de firma Lea Nature, producent van droge producten met een omzetgroei van 20%.

Het merendeel van de Franse verwerkende bedrijven behoort tot de categorie klein tot zeer klein.

### Distriborg

Een uitzondering hierop vormt het concern Distriborg Groupe S.A. ([www.distriborg.com](http://www.distriborg.com)), sinds 2000 dochteronderneming van Wessanen en fabrikant van dieet-, natuur- en biologische producten. Met een jaaromzet van €2,8 mln. in 2003, waarvan ruim 50% export (sinds 2003 vooral naar Spanje), is Distriborg met een marktaandeel van 42%, de marktleider op de Franse markt voor droge, biologische producten met het merknaam Bjorg. Distriborg wordt omschreven als een fabrikant ‘zonder fabrieken’, daar het bedrijf gespecialiseerd is in de distributie van producten en ruim 400 vaste leveranciers telt! Distriborg is verdeeld in 2 divisies, één belast met de afzet via supermarktketens en één belast met de afzet via gespecialiseerde detailwinkels.

Voor belangstellenden: de divisie ‘supermarktketens’ is op het volgende adres gevestigd:

Distriborg France / SSF-Saveurs sans frontières  
217, chemin du Grand Revoyet  
69561 Saint-Genis Laval Cedex

Tel. : +33-(0)4.72.67.10.00 ; fax : +33-(0)4.72.67.10.93

De divisie ‘gespecialiseerde detailwinkels’ bestaat in feite uit een aantal firma’s die zowel productie- als distributiebedrijven zijn en deel uitmaken van de Distriborg Group S.A. Deze zijn: Terradis (Saint-Genis Laval), Brugier-Sillon (Castelnaudary), R. Bonneterre (Groothandelsmarkt van Rungis; [www.bonneterre.tm.fr](http://www.bonneterre.tm.fr)), Bio Distrifrais (Saint-Genis Laval), Chantenat (Nantes), Hagor (Lubbeek, België) en Rapha-Gui (Saint-Genis Laval).

Voor de afzet via het grootwinkelbedrijf, hanteert Distriborg diverse merknamen, alle eigendom van Distriborg, zoals: Bjorg, Equilibrance, Vivis, Gayelord Hauser, Bio Vivre en Athlon en de exclusieve merknamen Yunnan Tuocha en Tuo Tea. Slechts enkele buitenlandse producten distribueert Distriborg onder de merknaam van de fabrikant zelf.

Voor de afzet via natuurvoedingswinkels hanteert Distriborg ook nog enkele andere, eigen merknamen, zoals Evernat en Bonneterre (biologisch), Pleniday (dieetproducten), Ephynea (voedingssupplementen), Wakama (macrobiotisch), Themis (‘health’theesoorten), Shangao (producten op basis van ginseng).

### ‘Industrialisering’

Nu ook de zuivelgigant Danone, sinds de overname van het Amerikaanse biologische zuivelbedrijf Stonyfield Farm, ‘biologisch gaat’ en biologische yoghurt op de Franse en Europese markt wil brengen, verwacht men in de Franse biologische sector dat hiermee een positief signaal wordt afgegeven voor biologisch voedsel en dat dit de ontwikkeling van de productie en afzet zal stimuleren a.g.v. een zekere ‘industrialisering’ van deze activiteit. Als multinationals of zeer grote bedrijven zich voor biologisch gaan interesseren, dan komt er een verschuiving van de productie op gang van de ‘lichte industrie’ naar de ‘zware industrie’ – het enorme aantal productiebedrijfjes, waardoor de productiekosten hoog blijven, wordt door de sector als een zwakke schakel gezien. Een zekere industrialisering zal leiden tot concentratie van bedrijven. Dit kan op zijn beurt weer leiden tot een prijsdaling van biologische producten. SYNABIO, de belangenorganisatie van de verwerkende biologische bedrijven ([www.synabio.com](http://www.synabio.com)) en officiële partner van de biologische food en non-food vakbeurs NATEXPO ([www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)), merkt op dat het aantal verwerkende bedrijven in Frankrijk niet meer toeneemt en dat er reeds een beweging naar concentratie zichtbaar is. In Frankrijk zijn de biologische producten nog steeds gemiddeld 20 à 30% duurder dan conventionele producten, hetgeen de verkoop niet stimuleert. Uit een onderzoek blijkt dat 42% van de Franse consumenten bereid is om een prijsverschil van 11% met een identiek conventioneel product te accepteren, maar niet méér.

Het biologische product moet dus goedkoper worden, aldus de verwerkende sector. Voldoende aanvoer van biologische grondstoffen is hierbij eveneens van essentieel belang. Volgens de sector zou de nationale productie op dit vlak (voorlopig) toereikend (kunnen) zijn.

### Kansen legio

Volgens Agence Bio zijn de ontwikkelingen op de Franse markt nog legio: zowel voor het MKB, dat zich wil richten op de levering van speciaalzaken, het grootwinkelbedrijf, catering- en horecabedrijven, als voor producenten die zich met rechtstreekse verkoop op de lokale markt wil richten, maar ook voor grote ondernemingen die alleen ‘biologisch willen gaan’ voor een deel van hun productie. De prijsfactor, zoals hierboven aangegeven, weegt echter nog steeds zwaar.

### Vraag moet óók duurzaam worden



Last, but not least: echter óók de vraag naar biologisch voedsel moet duurzaam worden, zo stelt de sector. Deze – d.w.z. zowel de FNAB, federatie van producenten van biologische landbouwproducten als, tot op zekere hoogte, SYNABIO, de belangenorganisatie van de verwerkers – is dezelfde mening toegedaan: promotie van en voorlichting over biologische producten is een taak voor de overheid.

De overheidsmiddelen - zeker in de huidige context van budgettaire problemen waarmee Frankrijk te kampen heeft – zijn echter verre van toereikend.

Ter vergelijking wordt het bedrijf Distriborg geciteerd, dat zesmaal méér investeert in communicatie dan het totaalbudget van Agence Bio! Meer betrokkenheid van grote tot zeer grote bedrijven, zoals Danone, bij het biologisch gebeuren wordt dan ook als positief ervaren. Deze bedrijven zijn immers in staat om zwaar te investeren in gerichte promotie, hetgeen indirect een positief effect kan hebben voor andere biologische producten. Agence Bio zit echter niet stil en organiseert éénmaal per jaar op diverse locaties, samen met producenten, een promotieweek, “Printemps Bio” genaamd. Meer informatie is te vinden op de website: [www.printempsbio.com](http://www.printempsbio.com).

## **VI - Distributie**

Circa 72% van biologische producten wordt via de supermarkt afgezet. Dit afzetkanaal vertoont echter zeer grote verschillen, afhankelijk van het beleid van de supermarktketens. Bovendien is het Franse grootwinkelbedrijf uitermate geconcentreerd: men telt slechts 6 grote ketens, te weten: Leclerc (jaaronzet 2005 €28,5 mln.), Carrefour (jaaronzet €23,7 mln.), Intermarché (jaaronzet €21,8 mln.), Auchan (jaaronzet €14,5 mln.), Champion (=Carrefour); €13,4 mln.) en Super U (=Système U; €12 mln.). Door de grote concentratie en dus de machtspositie van het grootwinkelbedrijf zijn er in het algemeen vaak spanningen tussen de voedingsmiddelenindustrie of landbouwsector en de supermarktketens. Dit neemt niet weg dat dit afzetkanaal interessant kan zijn voor een leverancier van biologische producten.

[N.B. Het LNV-Bureau Parijs kan op verzoek een adressenlijst van alle supermarktketens, met vermelding van o.m. de hoofdkopers, verschaffen]

Door sommige marktanalysten worden de supermarktketens als ‘opportunistisch’ aangemerkt. De sector zou niet alléén op dit afzetkanaal moeten leunen. Het zouden vooral de speciaalzaken of gespecialiseerde ketens zijn, zoals BIOCOOP, koploper op de Franse markt en LA VIE CLAIRE of in mindere mate NATURALIA en SATORIZ, die deze markt trekken. Deze ketens zijn juist bezig de markt te vergroten door meer verkooppunten te openen in de grotere steden en door hun productaanbod te verbreden.

De winkelketen BIOCOOP ([www.biocoop.fr](http://www.biocoop.fr)) bestaat dit jaar 20 jaar en was de eerste speciaalzaak voor biologisch voedsel in Frankrijk. De jaaronzet voor 2006 wordt geraamd op €245 mln. en kent sinds 2004 een groei van maar liefst 20%. BIOCOOP heeft het aantal verkooppunten de laatste jaren fors uitgebreid. Momenteel telt BIOCOOP 262 verkooppunten. In 2007 komen hier nog 36 winkels bij. Voor de logistieke ondersteuning zal BIOCOOP eind 2006 een vierde distributieplatform openen.

LA VIE CLAIRE ([www.lavieclaire.com](http://www.lavieclaire.com)) heeft eveneens een netwerk van verkooppunten op landelijk niveau, hoewel kleiner dan BIOCOOP. NATURALIA ([www.naturalia.com](http://www.naturalia.com)) en SATORIZ ([www.satoriz.com](http://www.satoriz.com)) zijn winkelketens met een regionale spreiding: NATURALIA zit in Parijs en naaste omgeving, SATORIZ is gevestigd in de regio Rhône-Alpes.

### Grossiers en importeurs

Grossiers/importeurs van biologische producten zijn met name op de groothandelsmarkt van Rungis gevestigd. De “Marché d’Intérêt National de Rungis” telt maar liefst 24 grossiers/importeurs, gespecialiseerd in biologische producten. Deze bedrijven, waarvan hiernavolgend de namen zullen worden genoemd, staan, voorzien van informatie over het bedrijf en hun producten, op de (ook Engelstalige) website van Rungis:

[www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com). Deze bedrijven worden als bijlage toegevoegd.

Het biologische vakblad ‘Du Sol à la Table, le magazine de la filière bio et de la vie saine’ ([www.dusolalatable.com](http://www.dusolalatable.com)) in juni jl. een apart nummer uitgebracht over de Franse distributeurs van biologische producten, met als titel : Grossistes, Distributeurs bio, Hors Série. Dit speciale nummer kost €10 en kan worden besteld bij de volgende uitgever :

Echonat

20, avenue de la Chapelle Forestière

33115 Pyla sur Mer

Tel. : +33-(0)5.56.22.50.88 ; fax : +33-(0)5.56.22.55.47 ; mail : [LD.dsat@wanadoo.fr](mailto:LD.dsat@wanadoo.fr)

Genoemd nummer verschaft, behalve gedetailleerde informatie over de 26 distributeurs, ook informatie over de handelsbetrekkingen tussen de verkoopketens en de distributeurs en over ontwikkelingen in de consumptie. Een overzicht van alleen de adresgegevens van de distributeurs, ontleend aan dit speciale nummer, wordt als bijlage toegevoegd.

### Verwerkende bedrijven

Leveranciers die in contact willen treden met uitsluitend verwerkers van biologische producten, kunnen een complete adressenlijst vinden op de website van Agence Bio: <http://annuaire.agencebio.org>. Ook de website van SYNABIO, [www.synabio.com](http://www.synabio.com), bevat informatie over de bij Synabio aangesloten fabrikanten.

## **VII - Wet- en regelgeving**

Zoals eerder opgemerkt, is het AB-keurmerk juridisch eigendom van het ministerie van Landbouw en Visserij. Het AB-merk staat bij de Franse consument goed bekend, beter dan het Europese logo. Het kan dan ook voor een buitenlandse leverancier commercieel aantrekkelijk zijn om zijn producten van het AB-keurmerk te voorzien voor afzet op de Franse markt.

### Afwijkende situatie

Frankrijk volgt de EU-Verordening 1804/99 v.w.b. de biologisch plantaardige producten. Echter, voor de biologisch dierlijke producten en verwerkte dierlijke producten kent Frankrijk een nationale regelgeving die verder gaat dan de Europese regelgeving.

Deze afwijkende situatie die indertijd door de biologische productiesector zelf werd afgedwongen, zal in principe in 2007 worden geharmoniseerd, als eenmaal de nieuwe EU-Verordening voor de biologische landbouw die nog steeds in discussie is, in werking zal treden.

De Franse overheid én de verwerkende sector zijn voorstander van een duidelijke harmonisering van de Franse regelgeving met de EU-regelgeving, maar de primaire sector en dan met name de dierlijke sector is steeds een voorstander geweest van de nationale, meer strikte regelgeving.

De verschillen in de afwijkende Franse regelgeving voor dierlijke producten en verwerkte producten op basis van dierlijke grondstoffen hebben in grote lijnen betrekking op:

- de productie- en voederwijze en stalrichting voor pluimvee → pluimveevlees
- idem dito voor runderen en varkens → varkensvlees en rundvlees
- diervoeders/petfood

De details van de regelgeving voor dierlijke producten en verwerkte producten, de zgn. CC REPAB F wordt integraal weergegeven op de website van het Franse ministerie van Landbouw en Visserij. Hierin staat alles wat verder gaat dan de EU-regelgeving, in vet gemarkeerd. CC REPAB F staat voor:

CC = Cahier des Charges (eisenpakket);

REPAB = Règlement Européen pour les Productions Biologiques (EU-Verordening);

F = Frankrijk.

De te volgen weg is als volgt:

[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr), klik vervolgens op 'Ressources', recherche thématique :

Alimentation-Consommation, Signes de qualité, Mode de production agriculture biologique.

In de tekst wordt een link gegeven naar :

guide de lecture productions végétales (conform EU-regelgeving);

guide de lecture productions animales (wijkt af van EU-regelgeving).

### Export naar Frankrijk

Nederlandse exporteurs die naar Frankrijk willen exporteren, dienen rekening te houden met de volgende elementen:

- alleen SKAL-gecertificeerde bedrijven:

Alleen deze bedrijven kunnen biologische producten naar Frankrijk exporteren.

Daar Nederland, in Europees verband, SKAL als officiële certificeringsorganisatie voor de biologische landbouw heeft aangewezen, wordt dan ook alleen SKAL-certificering door het Franse ministerie van Landbouw erkend. SKAL kan de producent adviseren en bijstaan voor de grafische lay-out van het AB-keurmerk, als de producent dit logo wil hanteren op zijn product. Het gebruik van het AB-keurmerk, hoewel een overheidskeurmerk, is vrij. Uiteraard is de producent niet verplicht om voor zijn producten het AB-keurmerk te gebruiken op de Franse markt. Hij kan ook alleen het EU-logo gebruiken;

- dierlijke en verwerkte dierlijke producten:

**Let op:** buitenlandse, dierlijke en verwerkte producten op basis van dierlijke grondstoffen kunnen alleen met het AB-keurmerk op de Franse markt worden afgezet, mits deze producten conform het Franse aanvullende eisenpakket voor biologische producten "productions animales" zijn gecertificeerd. Deze extra certificering kan door SKAL of door een erkende, Franse certificeringsorganisatie worden gedaan. Hieraan kleven uiteraard wel meerkosten.

- gebruik van AB-logo op promotiemateriaal:

Als een buitenlandse producent het AB-logo op flyers, catalogi of ander promotiemateriaal wenst te gebruiken, zal hij formeel om toestemming moeten vragen bij het Franse ministerie van Landbouw en Visserij. Het betreft hier zuiver een administratieve aangelegenheid, maar is wel verplicht. Het verzoek kan per e-mail worden ingediend. Er zal vervolgens een invulformulier worden toegezonden die de producent dient in te vullen en te retourneren.

E.e.a. kan via elektronische weg worden afgehandeld. De contactpersoon is:

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche

Direction Générale des Politiques et Economique et Internationale (DGPEI)

Service des Stratégies agricoles et industrielle

Bureau des Signes de qualité et de l'agriculture biologique

Madame Marianne MONOD

Tel. : +33-(0)1.49.55.80.03; mail: [mariane.monod@agriculture.gouv.fr](mailto:mariane.monod@agriculture.gouv.fr)

De zeer complete rubriek 'agriculture biologique' op de website van het ministerie van Landbouw geeft verder ook informatie over:

- alle relevante EU-Verordeningen;
- het gebruik van het AB-keurmerk: "Produits Bio: mode d'emploi";
- de 'cahiers des charges' (pakket productievooraarden) voor viskweekproducten, slakken en petfood;
- de te volgen procedures aan importeurs die van buiten de EU wensen te importeren;
- biologische zaden en zaaizaden, met een aparte website: [www.semences-biologiques.org](http://www.semences-biologiques.org);
- een update van de officieel erkende certificeringsorganisaties, geaccrediteerd door COFRAC;
- landbouwopleidingen, biologisch georiënteerd, met een aparte website: [www.educagri.fr](http://www.educagri.fr);
- informatie over de jaarlijkse promotieweek van Agence Bio, met aparte website: [www.printempsbio.com](http://www.printempsbio.com);
- het Europese plan van aanpak voor de biologische landbouw;
- technische, economische documentatie en regelgeving, die gebundeld op de volgende website staan: [www.abiodoc.com](http://www.abiodoc.com) .
- en ten slotte een Engelstalig en Franstalig beleidsdocument van het Ministerie van Landbouw en Visserij: "Recherche d'un équilibre entre agriculture et nature » !

### **Slot**

In dit overzicht is getracht een globaal overzicht te geven van de Franse markt voor biologische producten, de ontwikkelingen en diverse aspecten die hierbij verder een rol spelen. Bij gebrek aan volledige statistische informatie is het niet mogelijk om alle aspecten toe te lichten. Nogmaals: dat er groei is, staat vast. Aanvullend marktonderzoek, waarvan de resultaten in de naaste toekomst te verwachten zijn, zal meer inzicht kunnen geven in de marktontwikkelingen per productgroep.

Indien er specifieke vragen zijn, kan altijd contact worden opgenomen met het LNV-Bureau te Parijs.

LNV-Bureau Parijs/A.F.  
12 oktober 2006

## LIJST MET RELEVANTE FRANSE WEBSITES OVER BIOLOGISCH:

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

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

[www.distriborg.com](http://www.distriborg.com)

[www.bonneterre.tm.fr](http://www.bonneterre.tm.fr)

[www.natexpo.com](http://www.natexpo.com)

[www.synabio.com](http://www.synabio.com)

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

[www.lavieclaire.com](http://www.lavieclaire.com)

[www.naturalia.com](http://www.naturalia.com)

[www.satoriz.com](http://www.satoriz.com)

[www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com)

[www.dusolalatable.com](http://www.dusolalatable.com)

<http://annuaire.agencebio.org>

[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

[www.printempsbio.com](http://www.printempsbio.com)

[www.semences-biologiques.org](http://www.semences-biologiques.org)

[www.abiodoc.com](http://www.abiodoc.com)



**Bijlage:****Namenlijst van grossiers/distributeurs op de Groothandelsmarkt van Rungis**

De adresgegevens en informatie over het bedrijf staan integraal op de website:

[www.rungisinternational.com](http://www.rungisinternational.com)

ABCD de l'Exotique  
AFL Restauration  
Agrexco France  
Barberon Frères  
BGL Avigros  
Bio Alize  
Bio Becquerelle – Becquerelle-Balace Alain-Gilbert  
Bio Distrifrais  
Bonneterre R. SA  
Buisson SA  
CNER Boudesseul  
Commercial Bio Import  
Delon Lagache Mesnil Ets.  
Desailly SAS  
Dynamis France  
Flaviano SARL  
La Fromagerie du Jura  
Les Cressonniers de la Villa GAEC  
Marché des Chefs-Dispéré  
MS Sélection Export SAS  
Planète Fruits  
Prodiva – 3S  
Produits laitiers de France – Paul Dischamp  
SPEIR-SOC Parisienne Export Import Répartition