

## Revue de presse de la TDPB en rafale : le bio, plus gros que jamais!

Dans la dernière revue de presse de la TDPB, nous apprenions que la génération Y représente le segment des consommateurs le plus grandissant de la consommation de produits biologiques. Pourtant, [le magazine Consumer Reports rapporte qu'en moyenne, un panier de produits biologiques \(fruits et légumes, viande et poulet, lait et autres\) est 47 % plus cher qu'un panier de produits traditionnels](#). Vous trouverez un [tableau détaillé des écarts de prix par produit](#) dans le bulletin BioClips du MAPAQ.

Dans les faits, le rapport de *Consumer Reports* se base sur les prix dans les grandes chaînes telles que *Price Chopper*, *Safeway*, *Walmart* et *Whole Foods* aux États-Unis. Par convergence, de grandes corporations acquièrent des compagnies et marques de commerce de produits biologiques, afin de pouvoir approvisionner ces marchés. Pour exposer l'ampleur de ce phénomène, le *Washington Post* a mis en ligne une [liste de 26 compagnies classées parmi les 100 plus gros transformateurs alimentaires aux États-Unis qui ont acquis des marques biologiques depuis la fin des années 90](#).

Dans un article intitulé « [Your favorite organic brand is actually owned by a multinational food company](#) », on cite un extrait d'un [exposé par Mme Myra Goodman](#), qui a fondé *Earthbound Farm* en 1984 et l'a vendu à *WhiteWave Foods* pour 600 M\$ l'an dernier, faisant un plaidoyer pour que la consommation de produits biologiques ne soit pas réservée à un segment exclusif de la société à titre de produit de luxe, estimant que l'implication des grands transformateurs dans le secteur biologique aide à « démocratiser » les produits bio et bénéficie ainsi au développement de l'agriculture biologique.

La question se pose tout de même. **Étant ceux qui contribuent le plus à la croissance du marché biologique, comment les jeunes consommateurs sont-ils en mesure de se payer une alimentation si dispendieuse?** Depuis longtemps, les circuits courts (approvisionnement direct auprès du producteur) et l'achat de produits saisonniers et locaux sont des alternatives intéressantes aux supermarchés traditionnels. Notamment, la formule de l'agriculture soutenue par la communauté (ASC ou « paniers bio ») est bien connue, valorisé par [l'organisme Équiterre au travers son réseau des fermiers de famille](#). Même [le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, M. Pierre Paradis, a invité les Québécois à adhérer à la formule!](#) Par ailleurs, cette formule semble être un moyen de non seulement approvisionner les jeunes en produits biologiques, mais bien de les intéresser à l'agriculture. En effet, Équiterre rapporte que les fermiers de famille de son réseau sont âgés en moyenne de 38 ans et que la plupart détiennent un diplôme en agriculture, faisant partie intégrale de la relève agricole de demain.

Finalement, nous pouvons que saluer le dévoilement de la « [Stratégie de croissance du secteur biologique](#) » qui a été effectuée cette semaine par le ministre lors de l'étude des crédits du MAPAQ en Commission parlementaire. Bénéficiant d'un [appui de 9 M\\$](#), cette stratégie mène à différentes mesures, dont certaines qui répondent aux demandes que la Fédération d'agriculture biologique du Québec (FABQ) revendique depuis plusieurs années, notamment le renouvellement d'un appui aux producteurs pour la conversion à une régie biologique.

Bien que rien n'est parfait, de nouveaux outils de développement s'offrent à nous, tant au niveau des marchés que sur le plan des appuis gouvernementaux. À nous de nous mettre au travail!

Bonne fin de semaine!

JÉRÔME-ANTOINE BRUNELLE, agr.

Coordonnateur au développement de l'agriculture biologique | L'Union des producteurs agricoles

Maison de l'UPA | 555, boulevard Roland-Therrien, bureau 100, Longueuil (Québec) J4H 3Y9

450 679-0540, poste 8684 | [jabrunelle@upa.qc.ca](mailto:jabrunelle@upa.qc.ca)