

Introduction .....	p. 4
--------------------	------

## Chapitre 1

LE BIO EN CHIFFRES .....	p. 5
1- Historique .....	p. 5
2- Définition de l'agriculture biologique .....	p. 6
3- La viticulture bio en France .....	p. 6
3.1 Les exploitations viticoles bio en 2008 .....	p. 7
3.2 Les surfaces viticoles bio en 2008 .....	p. 8
3.3 Synthèse du paysage viticole biologique français de 2008	p. 10

## Chapitre 2

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DU BIO .....	p. 11
1- Les textes réglementaires européens .....	p. 11
2- Les nouveautés dans le bio .....	p. 12
2.1 L'adoption récente du nouveau règlement européen .....	p. 12
2.2 Le nouveau logo européen .....	p. 14
2.3 Autres cahiers des charges et marques privées bio .....	p. 15
3- Vers une vinification biologique ? .....	p. 16

## Chapitre 3

LE PROCESSUS DE CONVERSION .....	p. 19
1- Les organismes d'accompagnement .....	p. 19
1.1 L'Agence BIO, au centre de l'agriculture biologique .....	p. 19
1.2 Les structures professionnelles autour du bio .....	p. 20
1.3 Les formations techniques adaptées .....	p. 23
2- Principe et mécanisme de la certification .....	p. 23
2.1 Les organismes de contrôles et certificateurs .....	p. 23
2.2 Rôles et missions des organismes certificateurs .....	p. 23
3- Les aides disponibles .....	p. 27
3.1 Le programme de développement rural de l'Hexagone (PDRH) 2007-2013 .....	p. 27
3.1.1 L'aide à la conversion à l'agriculture biologique (CAB)	p. 28
3.1.2 L'aide au soutien de l'agriculture biologique SAB (anciennement MAB) .....	p. 30
3.2 Le crédit d'impôt .....	p. 30
3.3 Les autres aides .....	p. 32

4- Demande de certification :	
les principales étapes à suivre .....	p. 38
Chapitre 4	
VALORISER SES VINS .....	p. 40
1- Le point sur le marché français alimentaire bio .....	p. 40
2- Le point sur le secteur du vin issu de raisins biologiques ..	p. 42
3- Les consommateurs et le bio .....	p. 43
4- Le marché mondial .....	p. 43
5- Adapter une démarche commerciale et marketing	
autour de cette valeur ajoutée .....	p. 45
5.1 Adhérer à un cahier des charges privé régional ? .....	p. 46
5.2 Travailler avec les réseaux spécifiques :	
magasins spécialisés bio ou GSA ? .....	p. 48
5.2.1 Les grandes surfaces alimentaires (GSA) .....	p. 48
5.2.2 Les magasins spécialisés bio	
(en réseau ou indépendants) .....	p. 49
5.3 S'informer et communiquer .....	p. 51
5.3.1 Séduire les guides spécialisés .....	p. 52
5.3.2 Exposer dans les salons spécialisés .....	p. 52
5.3.3 Les concours du bio .....	p. 54
Chapitre 5	
ALLER PLUS LOIN : LA BIO-DYNAMIE EN VITICULTURE ..	p. 55
1- Historique et principes .....	p. 55
2- Présentation de Demeter et de ses missions .....	p. 56
3- Réglementation spécifique à la vinification	
bio-dynamique .....	p. 57
Liens utiles .....	p. 58
Sigles .....	p. 58
Bibliographie .....	p. 60