



L'élevage biologique à la Martinique

Etat des lieux et perspectives de développement

Etude réalisée avec le concours de la promotion 2016-2017 de Licence Professionnelle Agriculture biologique
Conseil et Développement - Avril 2017

Table des matières

Introduction	2
1. Contexte historique de l'agriculture biologique.....	3
1.1. Périodes clés du développement et principales évolutions politiques et règlementaires de l'agriculture biologique	3
1.2. Principales organisations représentatives et leur courant de pensée	3
2. Principales caractéristiques du développement de l'élevage bio en France hexagonale	4
2.3.1. Evolution des consommations	6
2.3.2. Prévisions de consommation	6
3. L'élevage bio en Martinique, ses caractéristiques et son potentiel de développement.....	7
3.1. Quelques chiffres du secteur AB martiniquais	7
3.1.1. Surfaces et nombre de producteurs	7
3.1.2. Une production végétale dominante	7
3.1.3. Une production animale insignifiante	8
3.2. Organisation de la commercialisation.....	8
3.3. Appréciation du potentiel d'évolution de l'offre en produits d'élevage bios à la Martinique	9
3.3.1. Mise en œuvre d'une enquête auprès de producteurs	9
3.3.2. Résultats	11
3.4. Atouts, contraintes et perspectives pour la filière élevage bio.....	12
3.4.1. Atouts.....	12
3.4.2. Contraintes.....	12
3.4.3. Perspectives	12
Conclusion.....	14

Introduction

L'agriculture biologique est un mode de production spécifique, pratiqué depuis 1997 en Martinique. Longtemps marginalisée au plan national, elle est désormais reconnue politiquement et son développement est soutenu par la mise en œuvre de programmes dédiés aux niveaux européen et national (Programme Ambition Bio 2017).

La forte dynamique de développement qui en découle depuis 20 ans à ces échelons territoriaux attend son équivalent en Martinique. La production reste encore marginale alors que les témoignages des producteurs font état d'une demande de plus en plus croissante et insatisfaite à ce jour. De ce constat largement partagé ont émergé de nouvelles ambitions de développement de ce secteur et une volonté d'enclencher un processus de mise en œuvre d'actions pouvant y contribuer.

La Chambre d'Agriculture défend l'idée d'une nécessaire amélioration de l'organisation du secteur AB pour atteindre cet objectif de progrès.

Cette présente enquête, confiée à notre promotion 2016-2017 de Licence Professionnelle Agriculture Biologique Conseil et Développement du LEGTA de Croix-Rivail, s'intéresse spécifiquement à l'élevage en AB à la Martinique.

Ce travail est motivé d'une part par le constat par la Chambre d'Agriculture d'une recrudescence des projets d'élevage bio portés à la connaissance de la Chambre d'Agriculture qui laissent entrevoir une augmentation de l'offre de produits d'élevage bios. D'autre part, il n'existe pas de filière élevage bio organisée sur notre territoire ce qui soulève la question de l'accueil et de l'accompagnement des porteurs de projets en élevage bio.

Dès cette enquête constituera une première base d'information qui permettra de poser une réflexion sur l'opportunité de concevoir et mettre en place une filière spécifique « élevage bio » à la Martinique et sur les modalités de cette mise en œuvre.

1. Contexte historique de l'agriculture biologique

1.1. Périodes clés du développement et principales évolutions politiques et réglementaires de l'agriculture biologique

- Années 1930 : naissance de l'AB en Allemagne, Suisse et au Royaume-Unis.
- Année 1950 : apparition de l'agriculture biologique en France.
- 1958 : 1er Groupement de l'agriculture biologique (GAB).
- 1961 : Association française d'agriculture biologique (Afab).
- 1970 : présence de l'AB pour la 1ère fois au salon de l'agriculture à Paris.
- 1972 : 1er cahier des charges Français.
- 1991 : 1er règlement européen sur l'AB (productions végétales).
- 1997 : 1er exploitation certifiée Bio en Martinique
- 1998 : Création de la « Bio Antilles ».
- 2000 : Règlement Européen des productions animales biologiques.
- 2006 : Scission de la bio des Antilles.
- 2010 : Création de « paysan bio martinik »
- 2012 : plan horizon Bio, SICA Bio martinik, SODIPROBIO SARL

L'agriculture a fait ses premiers pas en Europe dans les années 30 et dans les années 50 en France, c'était alors à l'origine un courant de pensée.

Le logo national français de l'agriculture biologique est associé à des cahiers des charges nationaux depuis 1985. Le premier règlement européen sur les productions végétales biologiques est publié en 1991, il s'impose alors sur l'ensemble du territoire européen et remplace ainsi les dispositions publiques nationales.

Les cahiers des charges français concernant l'élevage resteront en vigueur jusqu'à l'application en 2000 du 1^{er} Règlement Européen des productions animales biologiques. En Martinique la 1ère exploitation n'a été certifiée qu'en 1997, depuis le nombre d'exploitation ne fait que croître.

1.2. Principales organisations représentatives et leur courant de pensée

Le ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt :

Il définit la politique en matière de valorisation des produits agricoles et alimentaires.
 Il assure la tutelle de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), chargé de la gestion de l'ensemble des signes d'identification de la qualité et de l'origine, et celle de l'Agence Bio, chargée du développement et de la promotion de l'agriculture biologique.
 Il contribue à l'élaboration et à l'évaluation du programme de développement "Ambition Bio 2017".

Les Chambres d'agriculture :

Les Chambres d'agriculture sont au service du développement des agricultures et des territoires. Les Chambres d'agriculture, créées en 1924, sont des établissements publics dirigés par des élus. Leur rôle est de contribuer à l'amélioration de la performance économique, sociale et environnementale des exploitations agricoles et de leurs filières. C'est aussi d'accompagner dans les territoires, la démarche entrepreneuriale et responsable des agriculteurs ainsi que la création d'entreprise et le développement de l'emploi, et

d'assurer une fonction de représentation auprès des pouvoirs publics et des collectivités territoriales.

Agence bio :

Créée en novembre 2001, l'Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique, elle est la plateforme nationale d'information et d'actions qui s'inscrit dans une dynamique de développement, de promotion et de structuration de l'agriculture biologique française.

FNAB : Fédération National d'Agriculture Biologique :

Créé en 1978 afin de porter la voix des producteurs biologiques, la FNAB est à ce jour le seul réseau professionnel agricole spécialisé en agriculture biologique en France.

En tant que réseau de proximité et de compétences, elle se compose d'une fédération nationale, et de groupements régionaux et départementaux répartis sur le territoire.

Nature et Progrès : Fédération associative et solidaire :

Cette fédération est une association de consommateurs et de professionnels unis dans un même mouvement pour une agriculture biologique respectueuse des hommes, des animaux, des plantes et de la planète et pour une agriculture biologique biodiversifiée.

Elle défend une agriculture biologique qui préserve le tissu rural et le métier de paysan en le revalorisant. Elle est également pour une agriculture biologique qui soutient les savoir-faire et les semences paysannes et pour une agriculture biologique, éthique et rigoureuse, sans complaisance avec l'économie de marché.

Bio consom'ateurs :

Partant du constat que les actes de consommation infléchissent les modes de production, l'association Bio Consom'ateurs agit en faveur de la promotion d'une agriculture respectueuse de l'humain et de la nature, de la fourche à la fourchette.

Créée en 2004 par des membres de la société civile, Bio Consom'ateurs a pour objet d'origine de promouvoir ce mode d'alimentation qui est en phase avec les défis sociaux, environnementaux et économiques que l'humain doit relever au XXI^{ème} siècle.

Au-delà de la nourriture, Bio Consom'ateurs défend tous les modes de consommation responsables, c'est-à-dire sobres en ressources, respectueux de l'humain et des écosystèmes.

MABD (Mouvement de l'Agriculture Bio-Dynamique) :

Fédération des organismes régionaux, nationaux et francophones de l'agriculture biodynamique est une association qui rassemble environ 1500 adhérents consommateurs et jardiniers et plus de 400 adhérents professionnels de la biodynamie.

Il est représenté localement par une vingtaine d'associations régionales dont les activités sont assurées par des bénévoles et soutenues par le MABD.

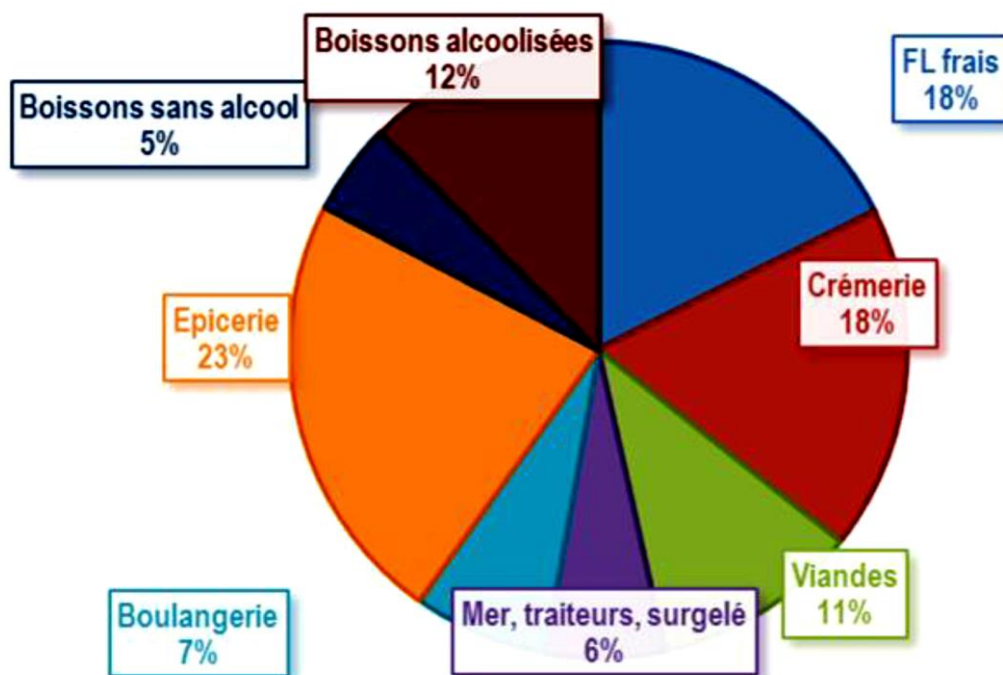
L'objectif du MABD est le développement et la promotion de l'agriculture et du jardinage biodynamiques.

2. Principales caractéristiques du développement de l'élevage bio en France hexagonale

2.1. Place de la production animale dans les filières de l'AB

Répartition en valeur des achats de produits biologiques par les marchés :

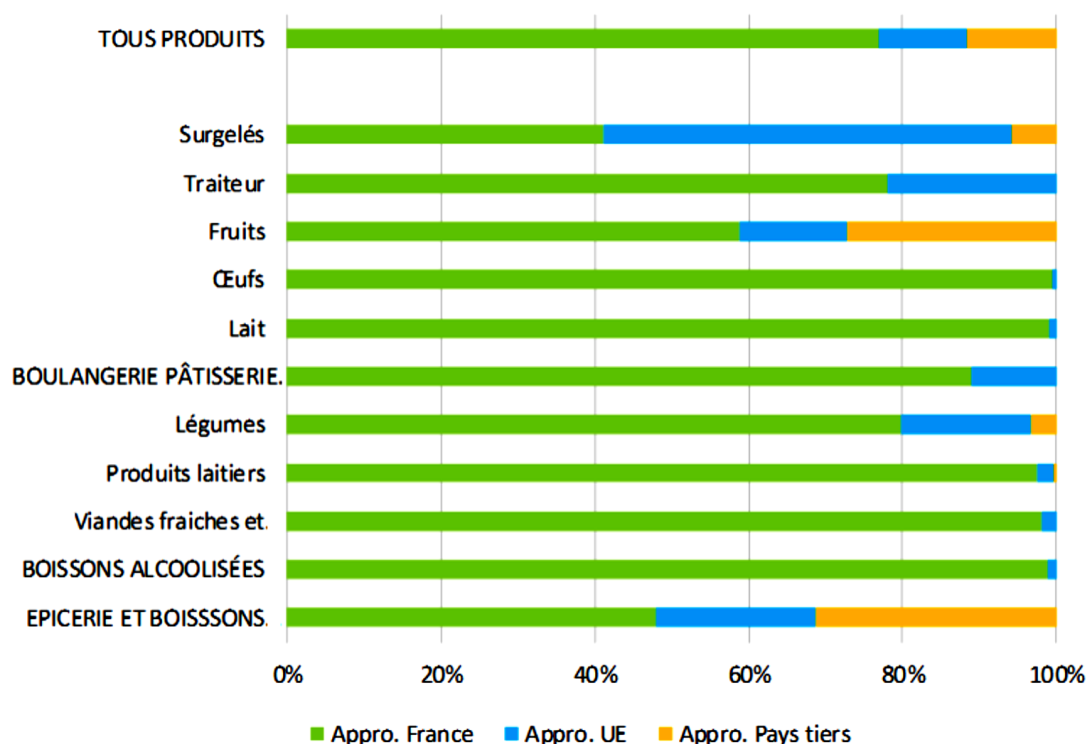
Le graphique ci-dessous présente la répartition en valeur des achats de produits biologiques par les marchés. On montre que les parts de l'élevage (crèmerie, viande) concernent près de 40% de la part de marchés des achats de produits biologiques.



Source : Évaluation de la consommation alimentaire biologique – Agence BIO/AND-I – 2016

2.2. Origine des approvisionnements selon les produits bios

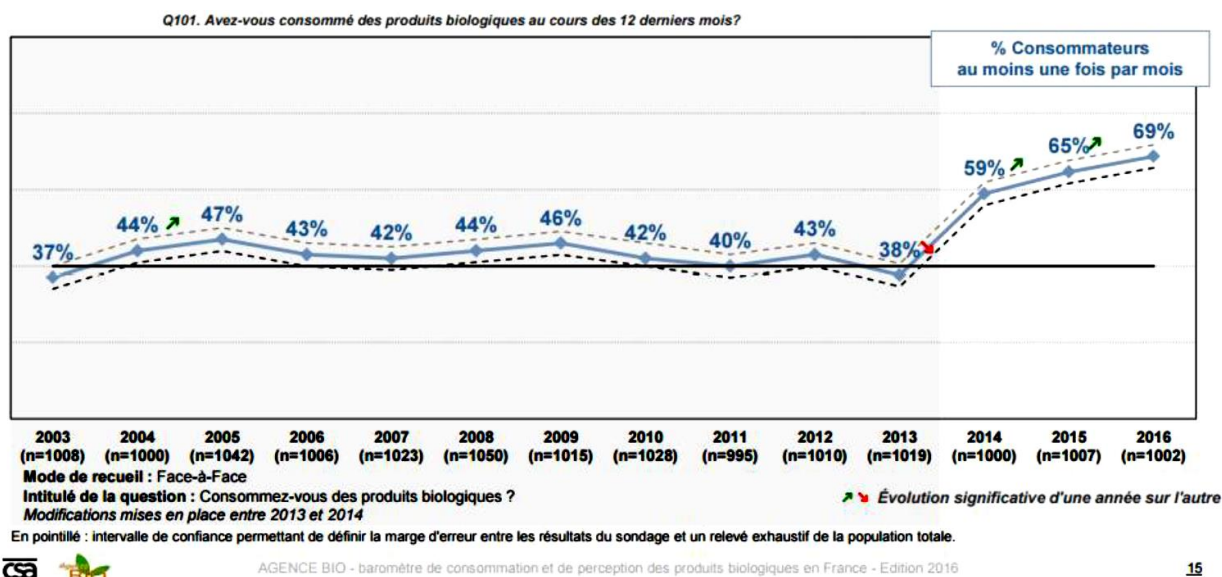
Le graphique ci-dessous présente l'origine des approvisionnements selon les produits bio en 2015. On y voit que les produits issus de l'élevage (œuf, lait, produit laitiers, viande fraîche) sont à plus de 90% d'origine française.



2.3. Réflexions et perspectives d'évolution sur l'évolution du marché

2.3.1. Evolution des consommations

Les résultats d'enquêtes consommateurs traduisent des tendances observables au niveau de la France hexagonale. Ils ne sauraient s'appliquer en l'état à la Martinique tant les différences sont nombreuses au niveau des habitudes alimentaires.



On voit dans le graphique ci-dessus que la part de consommateur dans le bio ne cesse d'augmenter. Avec une accélération des consommations à partir de 2013. On peut supposer que les liens de filiation et de relative proximité entre notre territoire et le territoire hexagonal pourrait influencer le comportement de consommation des martiniquais.

D'ailleurs, le contexte de contamination des sols de la Martinique par la chlordécone est de nature à provoquer un réflexe de prudence vis-à-vis des produits locaux.

Par voie de conséquence, les consommateurs locaux pourraient être de plus en plus demandeurs de produits offrant toutes les garanties de traçabilité, de qualité et de respect de l'environnement. L'agriculture biologique répond à ces exigences.

2.3.2. Prévisions de consommation

Après des consommateurs de produits biologiques

- La part des consommateurs ayant l'intention d'augmenter leur part de consommation de produits biologiques au cours des 6 prochains mois est à nouveau en progression cette année (29% vs 21% en 2015 vs 24% en 2014), parmi lesquels les CSP+ (37%) sont plus nombreux à l'envisager.
- Parmi les consommateurs envisageant d'accroître leur consommation en bio, les produits privilégiés restent :
 - Les fruits et légumes (59%);
 - Les viandes : le bœuf et le veau (46%), la volaille (43%), le porc, l'agneau et la charcuterie (39%) ;
 - Le poisson, les coquillages et crustacés (36%), nouveaux au classement des produits privilégiés ;
 - Les œufs (36%).

Près de 6 consommateurs sur 10 ont manifesté l'intention de consommer d'avantage de produits biologiques tel que les fruits et légumes, la viande, le poisson et les œufs.

3. L'élevage bio en Martinique, ses caractéristiques et son potentiel de développement

3.1. Quelques chiffres du secteur AB martiniquais

L'agriculture biologique progresse sensiblement depuis 10 ans. Les productions se diversifient, essentiellement dans les filières végétales avec notamment l'engagement de vergers spécialisés et la banane cavendish. Les engagements en AB demeurent supérieurs aux désengagements.

3.1.1. Surfaces et nombre de producteurs

Le secteur comptait, en 2016, 50 entreprises de production agricole certifiées ou en conversion. Les surfaces correspondantes étaient de 297 hectares dont 91 en conversion.

L'AB occupe une part très modeste dans la SAU globale du territoire par rapport à l'agriculture « conventionnelle », soit 1,2% et 0,1% des exploitations agricoles à la même période.

Le nombre d'entreprises est en augmentation constante. Il y a donc davantage d'engagements qu'il n'y a de désengagements.

Pour ce qui est des surfaces, en 2016 le territoire retrouve la surface en bio de 2011 (297 ha) après une baisse conséquente à 200 ha en 2012 due à l'échec de la conversion d'une grande propriété bovine.

Tableau 1 : Evolution des surfaces et du nombre de producteurs en AB à la Martinique

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Entreprises (nombre)	27	31	30	39	39	44	50
Surfaces engagées (ha)	191	298	200	269	248	279	297
dont conversion (ha)	87	92	80	35	47	86	34
% SAU	0,8%	1,2%	0,8%	1,1%	1 %	1,1%	1,2%

Source : Agence bio, 2018.

3.1.2. Une production végétale dominante

Les dernières statistiques relatives à la production bio, fournies par la DAAF de Martinique, portent sur l'année 2014. Elles font état d'une production de 380 tonnes de denrées bio produites localement (315 T en 2013).

Ces denrées regroupent en 2017 un éventail de productions végétales qui s'est élargi à la banane cavendish et à de nouveaux fruits (goyave, abricot pays, groseille pays).

Les productions légumières, qui font partie des cultures les plus répandues, sont conduites principalement en plein champ, les productions sous abri couvrant moins de 0,80 ha.

Tableau 2 : Estimation des productions végétales bio en Martinique en 2013

Cultures Bio	Estimation de la production (tonne)
Maraichage	69
Tubercules	3
Fruits dont vergers	237
Bananes créoles	6
Ananas	-
PAPAM	0,1
Fleurs et plants	-
Champignons	-
TOTAL	315

Source : DAAF972-SISEP, 2014.

3.1.3. Une production animale insignifiante

La production animale demeure particulièrement faible au regard de la très faible diversité des élevages et de la petitesse des cheptels professionnels.

Un élevage bovin de type allaitant de 11 mères (2017) constitue une offre très confidentielle de viande bovine n'excédant pas 500 kg/an.

Néanmoins, bien que l'élevage soit certifié, l'éleveur est à ce jour dans l'incapacité de commercialiser sa viande en bio car l'unique abattoir du territoire n'est pas habilité à traiter de la viande bio.

En 2017, deux unités de production mixte de poulet de chair et d'œufs ont élevé un cheptel global de moins de 1000 têtes.

A côté de ces élevages professionnels on observe des détentions de gros et petits ruminants sur près des 2/3 des fermes en AB. Ces animaux assurent principalement une fonction d'entretien des espaces enherbés.

Accessoirement ils peuvent constituer un capital sur pied pour les producteurs. Le cheptel global constitué par ces détenteurs agriculteurs en AB n'est pas estimé.

3.2. Organisation de la commercialisation

L'essentiel de la production biologique est commercialisée sur le marché local.

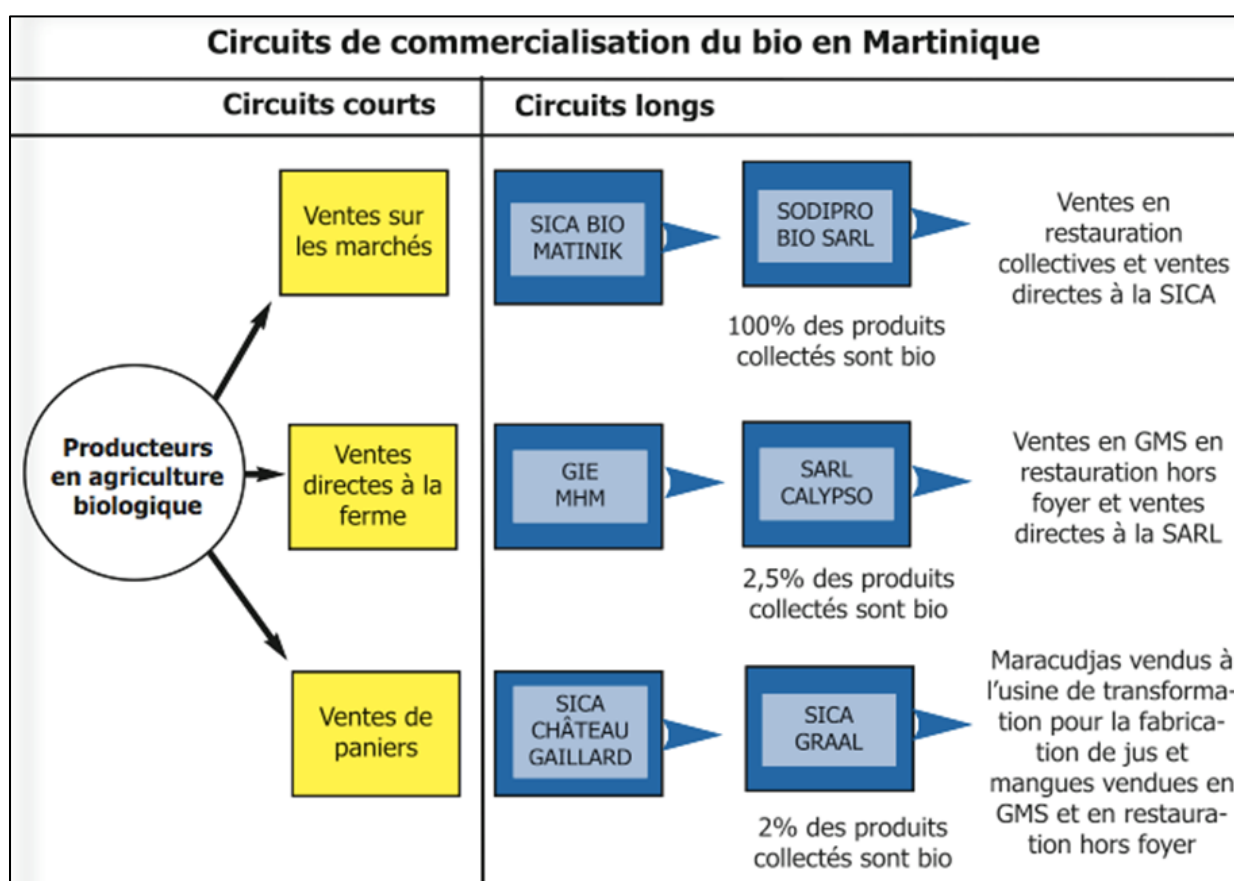
80% de la production sont commercialisés en vente directe. Deux marchés sont organisés, sur la côte Est/Centre-est du territoire. Ils permettent la commercialisation de la production légumière d'une vingtaine de producteurs.

Les autres commercialisent leurs produits sous forme de paniers. Les circuits de commercialisation de ces producteurs ne leur permettent pas de bénéficier des aides à la commercialisation du POSEI.

La production issue des vergers est écoulee en GMS, en restauration bio ou dirigée vers l'agro-transformation. La banane cavendish explore tous ces circuits précités, ainsi que les magasins spécialisés bio en pleine extension sur le territoire.

Les producteurs positionnés sur des produits de niche parviennent à placer leurs produits (PPAM, champignons) dans des épiceries fines ou des restaurants gastronomiques.

Figure 1 : Schéma organisationnel de la commercialisation du bio local



Source : Extrait du dossier Agreste n°9 de la DAAF Martinique, 2014.

3.3. Appréciation du potentiel d'évolution de l'offre en produits d'élevage bios à la Martinique

3.3.1. Mise en œuvre d'une enquête auprès de producteurs

Objectifs

Cette enquête est un éclairage attendu par les structures participant au développement du secteur AB sur notre potentiel de production en élevage bio. Elle cherchait à dresser un

diagnostic de l'offre potentielle du secteur en produits d'élevages bio aujourd'hui et à court et moyen terme.

Elle se destinait à faciliter les choix des professionnels quant aux orientations qui pourront être retenues en termes de stratégie de production et de construction de filière. Elle se voulait être un outil d'aide à la décision.

Initialement, l'enquête ambitionnait d'atteindre les objectifs suivants :

- Caractériser l'élevage bio à la Martinique et son fonctionnement au travers d'une description des activités d'élevage des producteurs (espèces, cheptels, types d'élevage, productions, commercialisation, ressources pour l'alimentation, contraintes d'élevage) ;
- Evaluer quantitativement l'offre actuelle des producteurs locaux en produits d'élevage certifié bio (productions en volumes) ;
- Identifier la part des produits d'élevage non certifiés AB ;
- Identifier les causes de cette dichotomie (choix stratégique du producteur ou facteurs externes) ;
- Faire un état des projets d'élevage et évaluer les échéances de mise en œuvre de ces derniers ;
- Quantifier l'offre potentielle globale de produits d'élevage bio ;
- Identifier les motivations des producteurs à développer l'élevage bio ;
- Identifier les conditions de réalisation des projets d'élevage bio selon les producteurs et porteurs de projet.

Les délais dont nous disposions pour réaliser l'enquête ne nous ont pas permis d'atteindre tous les objectifs prévus.

Echantillonnage et modalités d'administration des enquêtes

25 agriculteurs ont été enquêtés (55% des entreprises engagées en AB). Ils ont fait l'objet d'un ciblage par la Chambre d'Agriculture forte de sa connaissance des entreprises.

En effet, le relatif faible nombre d'entreprises en AB permet à la Chambre d'Agriculture de suivre les nouvelles entreprises engagées en AB ainsi que les structures les plus anciennes.

Par ailleurs, à travers son rôle de portail sur le secteur AB, la Chambre d'Agriculture parvient à répertorier en continue les projets des agriculteurs et, en l'occurrence, leurs projets d'élevage bio.

Le principal critère de sélection est l'existence d'un élevage sur la ferme, professionnel ou non. Le second critère est l'intention exprimée par l'agriculteur de réaliser un projet d'élevage bio. Les entretiens ont été menés en vis-à-vis ou par téléphone à partir d'une grille d'enquête élaborée par l'équipe d'étudiants de licence professionnelle AB.

Des représentants d'enseignes de commercialisation de produits bios ont également été interrogés, en vis-à-vis.

3.3.2. Résultats

Des magasins spécialisés en AB en demande d'œufs bios

3 magasins spécialisés dans la commercialisation de produits bios ont été interrogés. Ces structures sont présentes sur le territoire depuis 10 ans en moyenne. Leur clientèle est principalement féminine (70-80%), âgée de 40 à 60 ans. Leur choix se porte sur une large palette de produits proposés, une moindre part étant accordée aux produits carnés. Leur demande en produits d'origine animale porte principalement sur les œufs bios. L'augmentation de leur clientèle traduit selon ces enseignes une poussée continue de la demande en produits bios sur le territoire.

Profil des entreprises : de petites unités de production diversifiées

Les producteurs évoluent sur des surfaces foncières allant de moins 2 ha à 40 ha sans que cela représente un critère de différenciation notable. En effet, les surfaces utilisées sont de moins de 1 ha pour les producteurs légumiers.

Les 3 entreprises évoluant sur des surfaces de plus de 10 ha pratiquent l'élevage extensif de bovins dont une qui privilégie une conduite à l'attache.

Elles se répartissent sur tout le territoire et sont engagées en AB officiellement dans 90% des cas.

Elles sont installées autant sous forme d'entreprises individuelles qu'en société. La moyenne d'âge des chefs d'exploitation est de 50 ans.

La main d'œuvre est familiale, travaille à temps plein et est confortée par de l'entraide. L'embauche est pratiquée sur une seule des entreprises interrogées.

Place de l'élevage dans les systèmes : la professionnalisation de l'élevage de volailles

6 fermes sur 25 possèdent un atelier d'élevage. On note une diversité d'espèces (équins, bovins, ovins, caprins, volailles).

Seules 2 entreprises pratiquent un élevage professionnel engagé en AB :

- 1 unité bovine de 13 mères allaitantes certifiée
- 2 unités de production d'œufs bios d'un cheptel total de 750 poulettes
- 1 unité de production de coqs de chair d'un cheptel de 100 coqs
- 1 unité de production d'œufs de pintades d'un cheptel de 250 têtes
- 1 unité de production de pintades de chair d'un cheptel de 100 têtes

Motivations et ambitions des producteurs

Les producteurs éleveurs pratiquent l'élevage d'abord par passion et en deuxième lieu, pour des raisons économiques (maîtrise de l'enherbement, diversification).

15 des 25 interrogés portent un projet d'élevage. Ces projets portent principalement sur le développement d'ateliers d'élevages de volailles (avec une orientation mixte ponte et viande), dans le cadre d'une diversification ou du confortement d'un élevage existant.

Les porteurs de projet sont motivés par :

- Une demande soutenue des consommateurs en produits d'élevage, essentiellement d'élevage de volailles (œufs, viande) ;
- La perception d'une meilleure rentabilité des activités d'élevage de volailles par rapport à d'autres types d'élevage (ruminants) ;
- Le traitement possible de l'abattage en propre à la ferme pour contourner la lacune des abattoirs du territoire dans ce domaine.

Ces projets sont envisagés sur une échéance allant jusqu'à deux ans (2017-2019) si tant est que les producteurs soient en mesure de mobiliser les financements nécessaires pour mettre en place ces élevages.

Leur objectif est principalement d'ordre économique, l'atelier d'élevage étant considéré comme une source de revenu supplémentaire et un moyen de réduire certaines charges d'approvisionnement en intrants (fumiers).

3.4. Atouts, contraintes et perspectives pour la filière élevage bio

Pour l'instant la filière concerne notamment l'élevage de poules pondeuses. Les élevages se multiplient et s'agrandissent, cela s'explique par une facilité d'élevage de celle-ci et une forte croissance de la demande est présente.

La filière est encore mal valorisée mais un intérêt et une motivation sont présents chez les agriculteurs, des démarches administratives de la chambre de l'agriculture sont en cours sur l'étude d'un état de lieu de la filière.

3.4.1. Atouts

- Motivation des agriculteurs ;
- Demande de la clientèle pour de la viande bio ;
- Croissance de la demande pour la filière œuf déjà existante.

3.4.2. Contraintes

- Peu de références en productions animales en agriculture biologique dans des conditions tropicales ;
- L'abattoir conventionnel actuel ne respecte pas les conditions pour des certifications bios ;
- Pas de laboratoire spécialisé pour les viandes bios ;
- Approvisionnement en nourriture coûteux en frais d'approche et en prix de l'aliment ;
- Disponibilités foncières pour le développement de l'élevage bio par rapport à la pollution des sols à la chlordécone ;
- Moyens financiers limités des producteurs.

3.4.3. Perspectives

L'enquête réalisée émet des signaux encourageants quant aux perspectives de développement de l'élevage bio en Martinique.

En effet, les producteurs et les distributeurs de produits bios recueillent régulièrement une demande constante et grandissante des consommateurs.

Les projets en émergence laissent entrevoir une augmentation de l'offre essentiellement sur une gamme de produits issus d'élevages de volailles diversifiées avec une orientation mixte chair/œuf.

Selon nos estimations, dans des conditions optimales de mise en œuvre de leurs projets, le secteur AB de la Martinique sera en mesure d'augmenter le cheptel de volailles en production d'œufs de 750 à 3 500 têtes d'ici à 2019, soit une production potentielle de 3 500 œufs/jour.

Il en irait de même pour l'offre en viande de volailles avec un cheptel qui pourrait atteindre 2 000 têtes à la même échéance.

Enfin, selon les producteurs enquêtés la faisabilité du développement de l'élevage bio sera conditionné par :

- La certification des abattoirs existants ou la création d'abattoirs spécialisés pour traiter la volaille et les autres élevages ;
- L'organisation collective des éleveurs et producteurs-éleveurs pour structurer l'offre et organiser au mieux les approvisionnements ;
- Un soutien financier public de cette organisation d'une filière animale bio ;
- Un soutien financier des entreprises pour l'implantation d'unités d'élevages modernes et multi-performantes.

Conclusion

En réponse à une commande ambitieuse émise par la Chambre d'Agriculture, nous avons pu apporter une contribution significative à la caractérisation de l'offre actuelle en produits d'élevage bio locaux. L'offre porte principalement sur les produits d'élevage de volailles conformément à la demande des consommateurs mais également pour des raisons d'ordre pratique pour les producteurs : L'élevage pour la ponte est affranchi de la préoccupation de l'abattage et l'abattage de volailles de chair peut être géré sur la ferme par le producteur à condition que ce dernier dispose d'une tuerie aux normes.

Les autres élevages notamment ceux des ruminants sont moins plébiscités car la non-conformité de l'unique abattoir du territoire aux exigences de l'AB demeure un facteur de démotivation pour les producteurs.

Toutefois, les producteurs doivent être vigilants. Ils devront veiller à ce que leurs ambitions d'augmenter l'offre de produits d'élevage soit en cohérence avec une demande qui mérite d'être d'avantage mesurée.

De même, ils devront s'assurer de la rentabilité de leurs ateliers compte tenu du fait que les coûts de production sont alourdis par des prix d'alimentation très élevés et des approvisionnements qui ne sont pas organisés de manière optimale.

Bibliographie :

IRD. (2205). *Expertise collégiale Agriculture Biologique en Martinique*. IRD éditions.

Fernandes, p., Temple, L., Crance, J., & Minatchi, S. (s.d.). Innovations agroécologiques en Martinique : freins et leviers organisationnels techniques et économiques. Dans *Innovations agronomiques* (pp. 457-466). Inra.

TJB EcoConseil (2015). *Etude de marché sur le secteur de l'Agriculture biologique*. Chambre d'Agriculture de la Martinique.

webographie :

www.agencebio.org

<http://www.fnab.org>

<http://www.natureetprogres.org>

<http://www.bio-dynamie.org>