

DES NOUVELLES DU MARCHÉ BIO : ENTRE ESPOIR ET INQUIÉTUDES

L'essor de l'agriculture biologique (AB), longtemps soutenue par une demande croissante et des politiques publiques incitatives, est aujourd'hui freiné par un repli de la consommation. Les chiffres récents de l'Agence bio présentent un recul des surfaces dédiées à l'agriculture biologique, en raison d'une crise du marché qui s'installe, caractérisée par une diminution des débouchés et du revenu des producteurs.

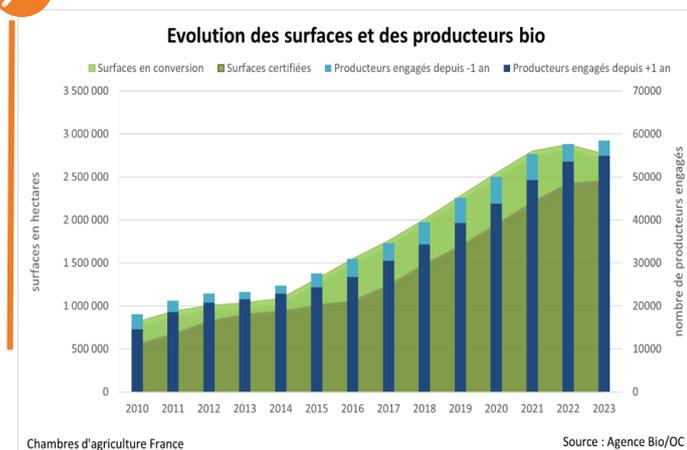
Un recul historique des surfaces biologiques

Les surfaces biologiques se sont établies à 2,77 millions d'hectares en 2023. Elles ont donc reculé de 2% entre 2022 et 2023, soit une perte de 54 184 hectares. Parmi ces surfaces, seules 11% sont en conversion, et celles-ci sont en déclin de 48% depuis 2021. Ainsi la part bio de la surface agricole nationale stagne à 10,4%.

Le recul des surfaces concerne principalement les grandes cultures (-3,2% en 2023) et les surfaces fourragères (-1,8%), en raison du recul des cheptels bio. Ils ont tous diminué, excepté en brebis viande (+3,3%) et en caprins où le cheptel s'est maintenu à 0,2%. Le cheptel de truies est celui qui a le plus reculé (-11,6%), témoignant des difficultés de la filière. L'aviculture a aussi souffert d'un recul important : -10,6% pour les poules pondeuses et -8,6% pour les poulets de chairs. Le cheptel de bovins lait a reculé de 3,2%, en raison notamment d'arrêts d'activités pour 223 producteurs¹. Enfin, les cheptels de bovins allaitants (1,4%) et de brebis laitières (-2,7%), ont connu une baisse plus maîtrisée.

Malgré ce recul des cheptels, l'Agence bio enregistre un solde positif d'agriculteurs engagés cette année (5% de sortants pour 7% de nouveaux arrivants) installés sur 61 163 fermes. Toutefois les producteurs sont moins nombreux à s'engager. Ils étaient 6243 en 2020 contre seulement 3443 en 2023 (Graphique 1).

Graphique 1



La conjoncture actuelle ne favorise pas les nouvelles conversions à l'agriculture biologique, malgré les objectifs ambitieux fixés par l'Union européenne (UE) et la France. La stratégie Farm to fork vise 25 % de surfaces bio d'ici 2030 dans l'Union européenne, tandis que la France s'est engagée, dans son plan stratégique national (PSN), à atteindre 18 % de surfaces bio

¹ Arrêt d'activité comprends les arrêts de l'activité agricole, les départ à la retraite, ou encore les déconversions

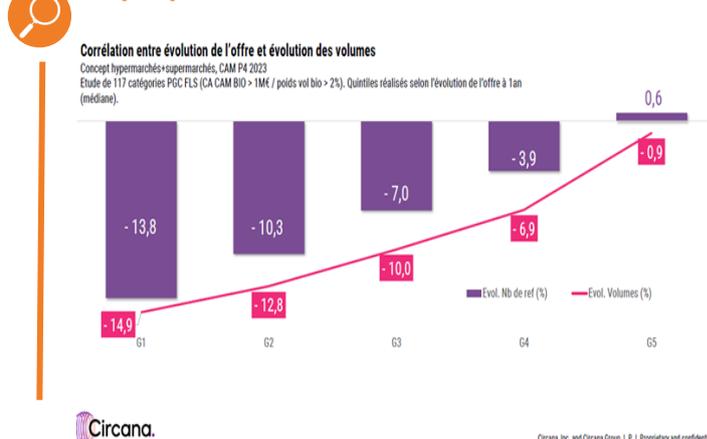
d'ici 2027. Pour parvenir à cet objectif, deux millions d'hectares supplémentaires sont nécessaires.

Un marché atone qui cache des pertes de volumes

En gagnant 5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, le marché de l'agriculture biologique a réussi à stabiliser ses ventes en valeur, grâce à l'inflation qui a fait augmenter les prix à la consommation. Par conséquent, cette croissance atone cache en réalité d'importantes baisses de volumes. La part d'aliments bio dans les achats des ménages est ainsi passée de 6% en 2022 à 5,6% en 2023, ce qui renvoie le marché bio à son niveau d'avant 2019.

Cette année, seul le circuit de la distribution généraliste enregistre un recul de chiffre d'affaires qui s'explique principalement par les déréférencements qu'ont opérés les grandes surfaces alimentaires ces deux dernières années. Selon le bureau d'étude Circana, l'offre bio en hyper et supermarché a reculé de 11% entre 2022 et 2023. Il existe une corrélation entre les taux de déréférencements et le recul des achats : en effet les surfaces qui ont le plus diminué l'offre bio sont celles dont les ventes ont le plus reculé, lorsque les magasins ayant maintenu leur offre n'ont observé qu'un léger recul des volumes (voir graphique 2).

Graphique 2



Les ventes de produits biologiques dépendent encore largement de la consommation à domicile qui concentre 91% des achats. Entre 2022 et 2023, la part de marché de la distribution généraliste a reculé de 2 points, ce qui a Profité aux magasins spécialisés (+0,5 points) et à la vente directe (+1,2 points). Les chiffres du premier trimestre 2024 indiquent un recul des ventes de 5,4% en valeur par rapport au premier trimestre 2023 en grandes surfaces alimentaires, lorsque les ventes de pro-

duits non bio ont progressé de 2,1% dans ce même circuit. Par conséquent la part de marché de l'ensemble des produits bio en GMS a reculé de 4,9% début 2023 à 4,5% en 2024, lorsqu'elle était d'environ 6% en moyenne en 2020. La part des marques de distributeurs (MDD) dans les achats de produits bio en GMS ne cesse d'augmenter. Elles ont atteint 60% en frais libre-service, 42% pour les liquides et près de 37% pour les produits d'épicerie. Par conséquent, bien que les ventes bio reculent dans l'ensemble des sous-circuits de la grande distribution, le recul est moins prononcé chez les discounters (-3,1% au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2024) que dans les supermarchés (-5,4%) ou le drive (-8,5%).

Le circuit spécialisé a, quant à lui, vu son chiffre d'affaires progresser en 2023, notamment grâce à des magasins moins nombreux mais plus grands. Cette progression semble se poursuivre au premier trimestre 2024. D'après Bio Linéaire les ventes en magasins bio (alimentaires et non alimentaires) ont augmenté de 7,2% aux quatre premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023. Néanmoins les ouvertures et fermetures se font plus rares : 2 ouvertures début 2024, contre 8 début 2023 et 26 fermetures contre 47 pour la même période. Cette hausse des ventes peut être reliée aux campagnes de communication de certains magasins bio type Biocoop, au maintien de prix bloqués, d'élargissements des gammes petits prix, ou encore du report des consommateurs face aux déréférencements de la grande distribution.

Les achats en vente directe ont augmenté de 192 millions d'euros depuis 2021, c'est le seuil circuit qui n'a pas subi de perte de chiffre d'affaires au global, et a gagné 3% de part de marché depuis 2020. La vente directe a séduit environ 27 000 producteurs biologiques et 60% des nouveaux installés choisissent désormais ce circuit de commercialisation.

Du côté de la consommation hors domicile, la restauration collective a augmenté ses achats de 8,8%, soit 484 millions d'euros au total en 2023. D'après une étude de l'Association des Maires de France² sur l'approvisionnement des cantines scolaires, 56% des restaurateurs sondés dénoncent le coût comme premier frein à l'approvisionnement en bio en cantine collective et 68% des collectivités ne reçoivent aucune aide financière pour la restauration scolaire. Enfin la télédéclaration sur « Ma cantine » reste encore peu connue des collectivités qui la jugent complexe. Généralement, les collectivités se déclarant sur la plateforme sont celles qui respectent, ou qui ont la volonté d'atteindre les objectifs de la loi. Enfin, la restauration commerciale a augmenté ses achats de 12%, offrant principalement des débouchés au vin bio mais il reste difficile pour la restauration de s'approvisionner en quantité suffisante dans des exploitations bio généralement plus petites.

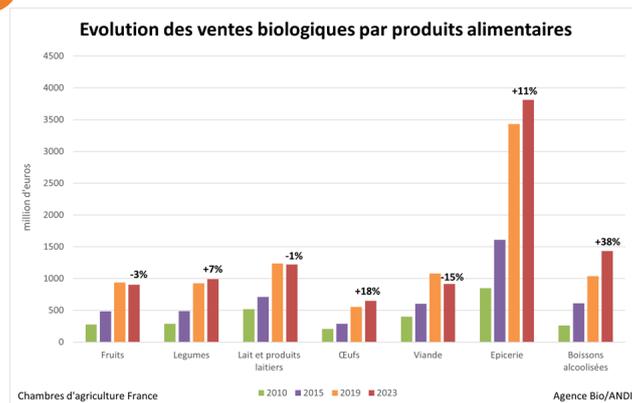
Éléments de conjonctures par filières

La stagnation du marché bio cache des disparités importantes selon les filières. Depuis 2020 les ventes de produits biologiques ont globalement diminué pour tous les produits exceptés les boissons alcoolisées et les œufs. Cependant considérant l'évolution liée à l'effet Covid à part, le recul des ventes est un peu plus nuancé selon les produits. Par rapport à 2019, elles ont diminué en fruits, lait et produits laitiers, et surtout en produits carnés, mais ont en revanche largement augmenté en œufs, produits d'épicerie et boissons alcoolisées (voir graphique 3).

Toutefois considérer le marché à travers les ventes en valeur ne saurait refléter l'impact sur les débouchés pour les producteurs biologiques, qui sont globalement en repli de-

puis 2019 pour certaines filières – en viande majoritairement.

Graphique 3

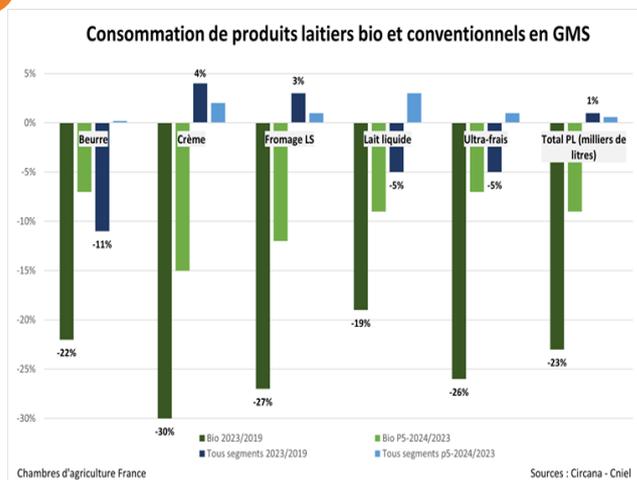


• Une collecte, des fabrications et une consommation de produits laitiers en recul, mais des prix qui se stabilisent

La collecte de lait est en repli pour toutes les productions. Elle a reculé de 4,8% en cumul annuel en avril 2024. Ce recul de production s'explique par le nombre de livreurs qui a reculé de 4,3% et par un volume produit par ferme qui a diminué de 1,8% à cette même période. Les cessations d'activité lait bio ont atteint 5% en 2023, la part de lait bio a ainsi reculé de 5,5% pour l'année 2022 à 5,2% en mars 2024. La collecte recule également en lait de brebis (-5% au quatre premiers mois 2024), et chèvre (-5% au trois premiers mois 2024).

Le prix du lait de vache bio payé au producteur continue d'augmenter depuis un an, de 4,5% en moyenne entre avril 2023 et avril 2024. L'écart entre bio et conventionnel est ainsi resté positif au printemps, contrairement à ce qui avait été observé en 2022 et 2023. Enfin, toutes les fabrications, sauf celles de produits laitiers frais, ont reculé pendant les quatre premiers mois de 2024 – après avoir déjà globalement diminué en 2023 – principalement pour la crème (-22%/2023) et le beurre (-10%/2023), qui sont aussi les produits où la consommation diminue le plus fortement. Les volumes achetés de produits laitiers biologiques sont en recul pour l'ensemble des produits : - 23% entre 2019 et 2023 face à une stabilisation en tous segments. Le rythme de baisse en 2024 reste soutenu (-7% à mi-avril 2024 par rapport à mi-avril 2023) mais moins qu'en 2023 (-12% mi-avril 2023 par rapport à mi-avril 2022). Début 2024, le recul se trouve entre 7% pour le beurre et l'ultra frais à -15% pour la crème par rapport à début 2023 (voir graphique 4).

Graphique 4



² [Enquête 2024](https://www.amf.asso.fr/) La restauration scolaire : des communes volontaires malgré les difficultés persistantes (amf.asso.fr)

Ainsi, la part de marché bio en volume ne cesse de reculer depuis 2021 pour l'ensemble des produits laitiers bio. Elle est passée de 12,4% au premier trimestre 2021 à 9,8% au premier trimestre 2024 pour le lait liquide, de 4,7% à 3,7% pour l'ultra frais, ou encore de 6,6% à 5,3% pour le beurre. Et bien que les prix à la consommation des produits laitiers aient augmenté, la part de marché bio en valeur a régressé de 6% au premier trimestre 2021 à 4,3% au premier trimestre 2024.

• Les viandes bio continuent leur chute

La filière carnée est globalement celle en plus grande difficulté. La consommation de viande a régressé de 23% entre 2020 et 2023 soit une perte de 267 millions d'euros de chiffre d'affaires. Les ventes de viande fraîche en grandes surfaces ont diminué de 21,4% en volume et de 13,5% en valeur, dans un contexte de diminution des volumes et de hausse en valeur dans l'ensemble des segments.

La viande de porc et la charcuterie sont celles où le repli est le plus important avec respectivement -33% et -27,4% de ventes en volumes entre 2022 et 2023 seulement. Ce recul s'installe au premier trimestre 2024 : -21,8% en volume et -21,1% en valeur pour la charcuterie par rapport au premier trimestre 2023. Ainsi la part de marché de la charcuterie bio s'établit à 0,6% au premier trimestre 2024, alors que l'interprofession porcine projetait 5% de porcs bio mis sur le marché en 2022 et 10% en 2027.

En viande bovine, les volumes achetés de steak hachés ont reculé de 19,2% et de 10,6% en valeur entre le premier trimestre de 2024 et celui de 2023. La part de marché des steaks hachés bio est ainsi passée de 5,2% en volume en 2020 à 3,8% au premier trimestre 2023 et 2,9% au premier trimestre 2024. En grande surface, les prix de steak hachés bio ont augmenté de 2,2% entre 2022 et 2023, le bio étant alors 26% plus cher que son alternative conventionnelle.

Les mises en place de poulets bio ont diminué de 2% à mi-avril 2024 par rapport à la même période 2023, et le recul entre le premier trimestre 2022 et celui de 2024 s'établit à 17%. La baisse des coûts des matières premières a permis une baisse de prix de l'alimentation des poulets bio, qui ne s'est pas encore répercutée sur les prix à la consommation. Le prix moyen du poulet prêt à cuire se dressant à 12€/kg, il est en moyenne 70% plus cher que le poulet Label Rouge. Les taux de présence de poulets bio en magasins généraliste ont reculé de 24% par rapport à 2022.

• Une production d'œufs en retrait face à une réglementation qui augmente les coûts de production

Les mises en place de poules pondeuses bio ont augmenté de 3,7% au premier trimestre 2024 par rapport à la même période 2023, mais le nombre d'œufs produits est en baisse de 5,4% à cette même période et de près de 15% par rapport au premier trimestre 2022. Selon l'Agence Bio, la nouvelle réglementation appliquée en 2022 qui exige un accès au plein air obligatoire, a participé au repli de la production. D'après le CNPO (comité national de la production d'œufs) environ un million du cheptel de poules pondeuses est passé en plein air depuis 2021. Le prix moyen de la boîte de 6 œufs s'est élevé à 2,32€ en moyenne au premier trimestre 2024, soit 1,7% moins cher que la moyenne de l'année 2023. La boîte d'œufs bio est en moyenne 14% plus chère que le Label Rouge, et 60% plus chère que le sans label. En magasin bio les prix sont stables par rapport à l'année 2023.

• Une bonne collecte de céréales et oléo-protéagineux mise en difficulté en raison d'une sous-utilisation

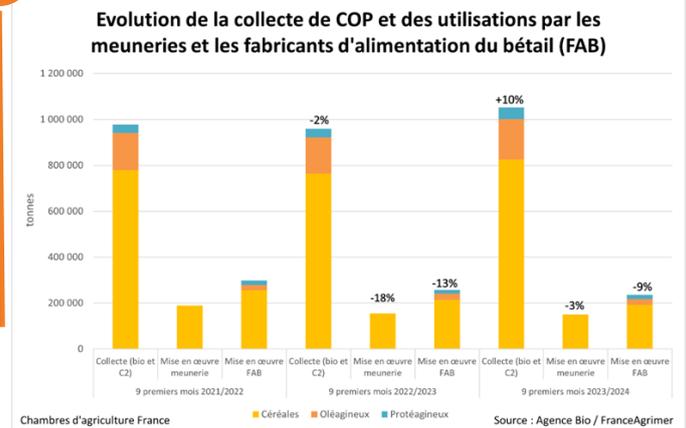
La collecte 2023/2024 de céréales certifiées bio a augmenté de 23% par rapport à la collecte 2021/2022, et de 15% seulement par rapport à la collecte précédente. En revanche la collecte en C2 a largement diminué : -48% pour la collecte 2023/2024 par rapport à la précédente. Ainsi la collecte bio

et C2 de 2023/2024 n'a finalement augmenté que de 8% par rapport à l'année passée. La collecte bio et C2 2023/2024 d'oléagineux a augmenté de 12% sur an, mais reculé de 71% en C2. Enfin la collecte de protéagineux bio et C2 a augmenté de 37% à cette même période, mais reculé de 38% pour la collecte C2. Par conséquent la part de C2 dans la collecte totale de COP (céréales oléoprotéagineux) est passée de 12% à 6% en un an.

Cette hausse de la collecte s'accompagne d'une sous-utilisation en nutrition animale et meunerie. Les mises en œuvre de céréales en meunerie ont reculé de 18% entre 2021 et 2022, et de 3% entre 2022 et 2023. Les fabrications pour alimentation du bétail sont quant à elles en repli de 13% en 2022 et 9% en 2023 (voir graphique 5). La production d'aliments bio a reculé de 12% en 2022 et de 11% en 2023, notamment dans l'alimentation pour poulets de chair (-31% par rapport à 2022), porcs (-24%) ou bovins (-16%), et dans une moindre mesure en ovins-caprins (-5%) et poules pondeuses (-2,2%).



Graphique 5



• Des achats de fruits et légumes qui continuent de baisser

Les ventes de fruits et légumes continuent à diminuer au premier trimestre 2024 : -2% en valeur par rapport au 1er trimestre 2023, malgré une hausse de prix à +3%. Les volumes achetés diminuent aussi largement : -5% par rapport au premier trimestre 2023 et -16% par rapport à la moyenne 2021-2023. Néanmoins avec 32% de taux de pénétration, la clientèle revient à un niveau supérieur de celui du début de l'année 2023 et laisse espérer une légère reprise du marché bio. Le prix moyen des carottes bio s'est dressé à 2,30 €/kg en GMS au premier trimestre 2024, soit une baisse de 5% par rapport à la moyenne de l'année 2023. L'écart de prix entre bio et conventionnel a été de 33 centimes en grande surface, le bio étant plus cher de 17%. Le prix des pommes Golden a progressé de 0,6% soit un prix moyen de 3,42€/kg. L'écart de prix entre les pommes bio et conventionnelles est d'environ 1€, le bio étant plus cher de 41%.

• Les ventes de vins connaissent aussi un recul en volume comme en valeur

Les super et hypermarchés représentent près de 77% des volumes achetés de vins tranquilles bio, 19% en magasins de proximité, et 4% en drive. Les volumes ont reculé en magasins de proximité (-4,8%) et en drive (-14,2%). Les ventes de vins bio en surfaces généralistes ont reculé de 5,6% en volume et de 3,4% en valeur au premier trimestre 2024 par rapport au même trimestre de 2023.

Ce sont les vins rouges qui portent ce recul (-10,6% en volume), particulièrement en Beaujolais (-31,5%) et en Bordeaux (-24,2%). Tandis que les ventes de vins rosés ont augmenté de 3,1% et se sont stabilisées en vin blanc (+0,2%).

Des raisons d'espérer un regain du marché ?

Le bureau d'étude SOLAGRO et la Fondation pour la Nature et l'Homme ont présenté dans une étude les parts de marchés nécessaires pour offrir les débouchés aux 21% de surfaces bio en France prévues pour 2030. Selon eux, la part de bio dans la consommation alimentaire des ménages devrait atteindre 7,8% et la restauration collective et commerciale devraient chacune parvenir à 20% de bio dans leurs approvisionnements, en considérant que les aliments consommés seront tous produits en France.

• L'agriculture biologique en Europe et dans le monde

Une majorité de pays européens connaissent une reprise du marché. Une part importante d'entre eux ont continué de proposer une offre conséquente de produits bio sous MDD et ont maintenu leurs références en grandes surfaces. L'Allemagne a augmenté son offre bio de 5% en grande distribution, ce qui a participé à augmenter les ventes en 2023 de 7,2% dans ce circuit. En Autriche les ventes de produits bio ont augmenté de 5,3% en 2023 dans les grandes surfaces autrichiennes. La Wallonie (+9,9%), les Pays-Bas (+14,4%) ou encore la Suisse (+3,5%) ont également connu une évolution positive des ventes en 2023. Toutefois en raison de l'inflation sur les produits alimentaires, nombreux sont ceux qui ont en réalité supporté un recul des ventes en volumes. Ils ont reculé de 2,8% en Espagne, de 5,2% en Wallonie en 2023 après avoir reculé de 10,6% l'année précédente.

Au-delà de l'engagement de la distribution, les pouvoirs publics ont aussi largement promu la consommation de produits biologiques. Le département de l'agriculture américain (USDA) a annoncé un financement supplémentaire de 10 millions de dollars devant servir à élargir le marché des produits bio et encourager les agriculteurs à la conversion. Et l'*Organic center*, une association américaine de promotion de l'agriculture biologique, a reçu un fonds de 4 millions de dollars sur trois ans afin de promouvoir la consommation de produits bio.

Toutefois, certains pays connaissent comme la France une crise qui semble s'être installée. La part de bio dans le marché danois a reculé de 0,8% entre 2021 et 2023, en raison d'un repli des ventes de 2,3% entre 2022 et 2023, malgré un dernier trimestre 2023 positif (+4,5%) qui laisse espérer un retour de croissance dans les mois à venir. La Finlande connaît aussi une crise importante qui s'oriente vers un ralentissement du recul qui reste néanmoins important : -8% en 2022 et -6,1% en 2023.

Quoi qu'il en soit, les agriculteurs biologiques connaissent une conjoncture difficile selon les filières, ce qui participe à expliquer notamment le recul des surfaces et la diminution du nombre de producteurs bio en Europe. Les surfaces ont reculé de 8,2% en Finlande, de 2% en Wallonie et au Royaume-Uni. En Autriche les surfaces sont en repli de 1,5% et les producteurs engagés en bio ont reculé de 3,7% en 2023. Et bien que les surfaces allemandes aient progressé de 3,4% en 2023, le nombre de producteurs bio a reculé de 1% à la même période. Par ailleurs, la production de lait bio semble marquer un recul général en

⁵Baromètre Wavestone des grandes tendances de consommation 2023

⁶Observatoire 2022 VDef.pdf (famillesrurales.org)

Europe. La collecte a reculé de 4,4% en 2023 au Danemark, de 3,1% en Suisse, de 9% en Irlande, de 6,5% en Norvège, un niveau de collecte atteignant celui d'avant 2009 pour ce pays. Elle a reculé de 5,1% au Royaume-Uni entre 2021 et 2023 et 23% de la collecte de lait bio québécoise a été vendue en conventionnel en 2023.

• Quelles perspectives à venir en France ?

En 2023 les dépenses pour l'alimentation ont baissé de 4,7% soit un recul de 180 milliards d'euros, dans une situation d'inflation moyenne à 12% pour l'ensemble des produits alimentaires. Dans ce contexte, la stabilisation du chiffre d'affaires bio rassure, mais le recul important de certaines filières reste tout de même préoccupant. La conjoncture économique pourrait redevenir favorable aux produits bio grâce à une décélération de la hausse des prix de l'alimentation. Mais la reprise de la consommation est encore fragile car les prix restent élevés, et la confiance des consommateurs envers les produits bio a été ébranlée durant la crise. De plus, les Français semblent mettre leurs préoccupations environnementales au second plan, dans le but notamment de faire des économies. D'après une étude du Crédoc, moins de 50% des Français déclarent être incités à consommer un produit alimentaire parce qu'il est bio. C'est 9% de moins qu'en 2021. De plus, 63% des Français ne veulent plus payer plus cher pour un produit écologique, alors qu'ils n'étaient que 45% en 2021⁵. Ainsi, les produits bio ne sont pas les seuls touchés par ce recul des achats, les ventes de produits équitables ont d'ailleurs reculé de 8% en 2023 en grande surface alimentaire.

Le revenu reste encore largement décisif face aux habitudes de consommation. 35% des ménages aux revenus les plus élevés déclarent consommer des produits bio au moins une fois par semaine contre 16% pour le quartile des ménages aux plus faibles revenus. D'après l'Association Famille Rurales respecter les recommandations nutritionnelles stipulées dans le PNNS (Plan national de nutrition santé) représente pour une famille de quatre personnes, une dépense de 477 euros pour des produits peu variés et premiers prix, et jusqu'à 1179 euros pour des produits bio variés⁶. L'implication croissante des discounters sur le marché du bio permettra certainement l'élargissement de la consommation de produits certifiés AB mais pourrait également concurrencer les agriculteurs français au profit d'importations de produits bio plus compétitifs.

Depuis la crise, le gouvernement a augmenté l'enveloppe d'aide d'urgence aux agriculteurs bio en difficulté pour un total de 105 millions d'euros et l'Agence bio travaille actuellement sur une prochaine campagne de communication grâce à un budget de 8 millions d'euros pour 2024 et 5 millions d'euros par an jusqu'à 2027. Toutefois, les inquiétudes persistent face à la concurrence du bien manger et la multitude de labels et mentions, mais surtout face aux éventuels nouveaux chocs qui pourraient survenir. A ce propos, la baisse de production des exploitations céréalières bio liée aux pluies abondantes renforce le découragement des producteurs qui attendent toujours cette très lente reprise de la consommation et de la réouverture de débouchés.

Chambres d'agriculture France
9 avenue George V — 75008 Paris

Tél : 01 53 57 11 40
Siret 180070047 00014

Directeur de la publication : Thierry Pouch
Mise en page : Odile Martin-Lefèvre

Service Etudes économiques et prospective

REPUBLIQUE FRANCAISE

Avec la participation du CasDAR

www.chambres-agriculture.fr



Contact : Magali Catteau

magali.catteau@apca.chambagri.fr

Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR

