



# Elisabeth Mercier

## Directrice de l'Agence BIO

# La Bio aujourd'hui en France

Après un doublement du secteur entre 2007 et 2012, la Bio continue son développement.



## Acteurs de la Bio

**26 466 fermes** ↑ +4 %/2013  
5,6 % des fermes françaises

**66 000 emplois (UTA)**  
7 % des emplois agricoles

**12 919 transformateurs distributeurs et importateurs** ↑ +3 %/2013

**39 385 opérateurs** ↑ +4 %/2013  
(18 380 en 2007)

## Surfaces Bio

**1,12 million d'hectares** ↑ +5 %/2013

**970 000 ha certifiés bio** +4 %/2013  
(500 000 ha en 2007)

**148 000 ha en conversion** +14 %/2013

**4,14 % du territoire agricole**  
(2 % fin 2007)

De fortes différences régionales et par filière

## Marché

**5 milliards €** ↑ +10 %/2013

Près de 9 Français sur 10 ont consommé bio en 2014 dont 6 sur 10 régulièrement (au moins une fois par mois)

**2,5 % du marché alimentaire français**

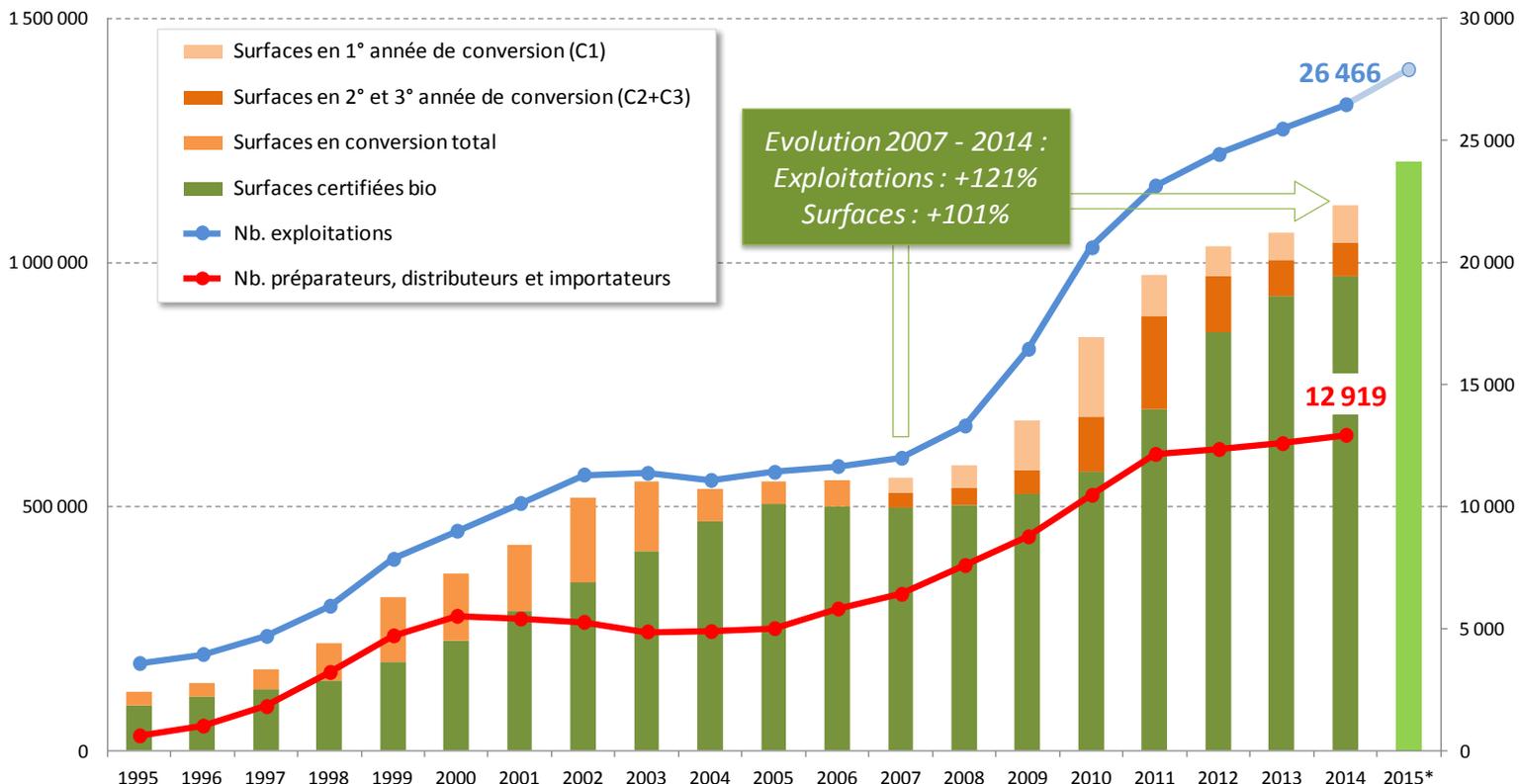
Plus de 10 % pour le lait (en valeur)  
Près de 20 % pour les œufs (en valeur)

# A l'amont comme à l'aval des filières, l'engagement des opérateurs augmente.



Surfaces (ha)

Nombre d'opérateurs



\* Estimations

Source : Agence BIO / OC

*La bio confirme la solidité de son développement en France.*

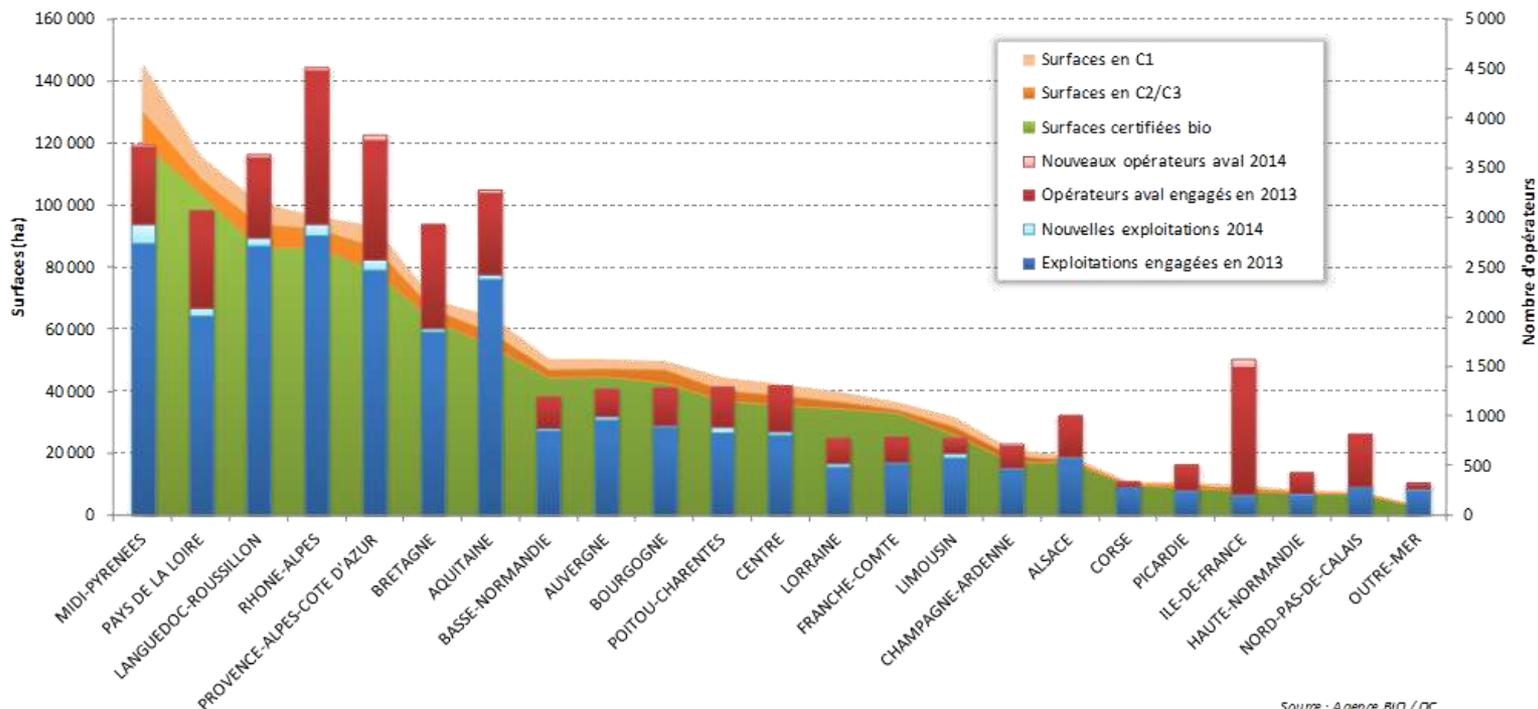
- **Début 2015 :**  
**1 659 producteurs** nouvellement engagés  
**entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 17 mai 2015**
- **+ 16 % par rapport à la même période en 2014**



# Près de la moitié des surfaces engagées dans 5 régions

**Midi-Pyrénées** (145 409 ha), **Pays de la Loire** (115 570 ha), **Languedoc-Roussillon** (100 789 ha), **Rhône-Alpes** (96 331 ha) et **Provence-Alpes-Côte d'Azur** (93 184 ha).

Surfaces et opérateurs engagés en bio par région en 2014

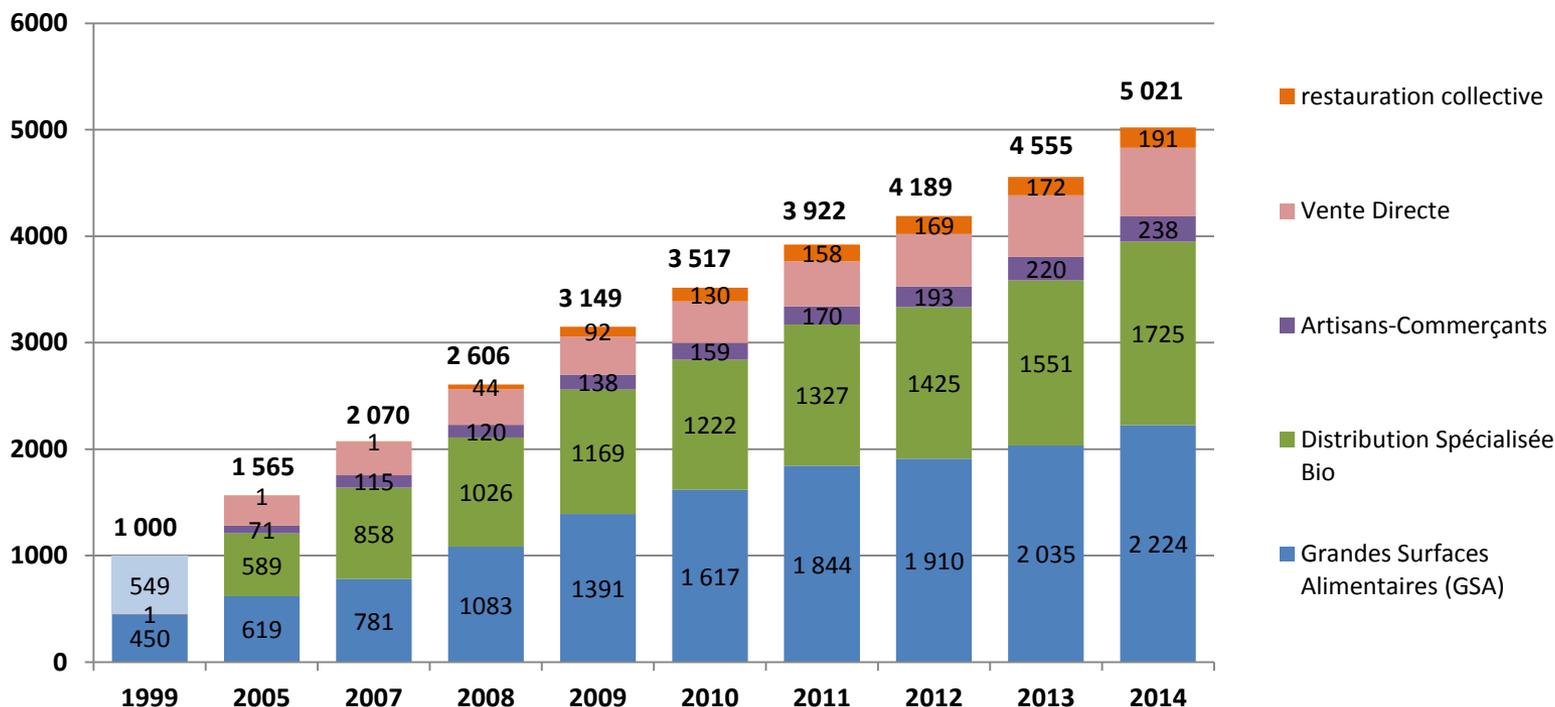


Source : Agence BIO / OC



# Un marché de plus 5 milliards d'euros en 2014 en progression de 10% par rapport à 2013

Evolution du chiffre d'affaires bio par circuit de distribution de 1999 à 2014 (millions €)



# La bio créatrice d'emplois

## Près de 100 000 emplois dans le secteur bio

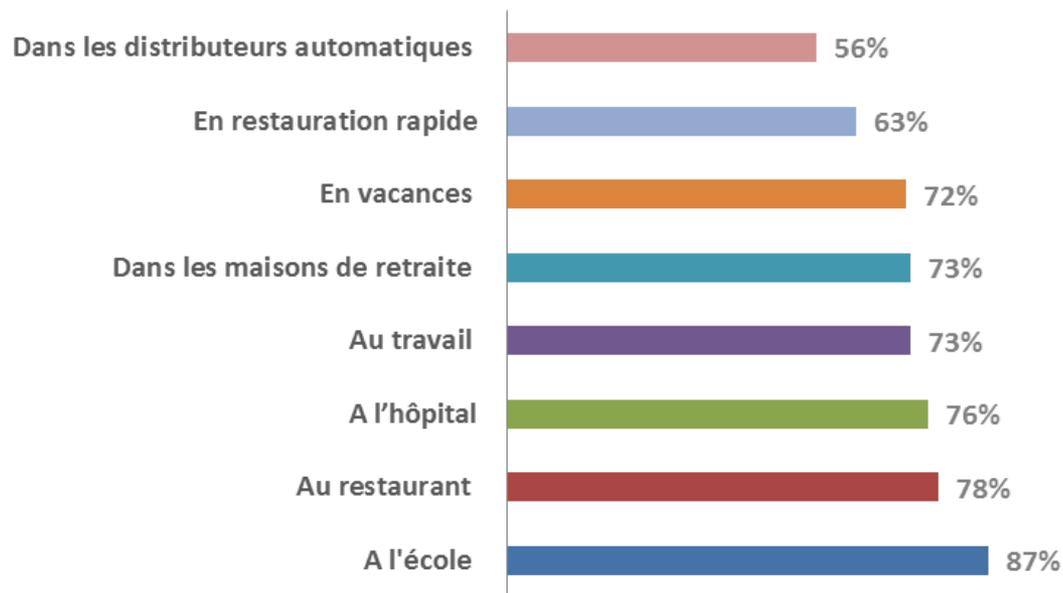
- Dans les fermes biologiques avec,  
+ de 66 000 emplois en équivalents temps plein
- Pour la transformation de produits bio,  
+ de 12 000 emplois en équivalents temps plein
- Pour la distribution de produits bio,  
+ de 17 000 emplois en équivalents temps plein
- Dans les services (contrôle bio, recherche, formation, développement, conseils, ...)  
+ de 2 000 emplois en équivalents temps plein



# La Bio en restauration collective : une réponse aux attentes des Français

- Un processus amorcé au début des années 90
- Développement de l'offre de produits bio en restauration collective :
  - +11% d'achats bio en 2014 vs 2013, (contre +1,4% en 2013/2012)
  - 191 millions d'euros HT en 2014
- ... stimulée en particulier par la demande des Français

## Part des Français intéressés par l'introduction de produits bio en restauration



Source : Baromètre Agence Bio/CSA - 2015



## *Les produits bio sont présents dans 6 restaurants collectifs sur 10.*

- Début 2015 : **59% des restaurants collectifs** proposent de la Bio vs 4% en 2006
- Le secteur scolaire est en pointe et celui des entreprises décolle:
  - **scolaire : 74%**
  - du travail : 62%
  - de la santé et du social : 26%
- **La bio représente 2,7% des achats alimentaires de la restauration à caractère social** (contre 0,6% en 2008),
- La bio en restauration collective représente **3,8% du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique.**
- Les produits biologiques représentaient 13% des achats des établissements servant de la Bio en 2014 vs 5% en 2008 (28% pour le pain).

## *L'introduction d'ingrédients bio privilégiée*

- **48%** des établissements ont choisi d'introduire des **produits ou ingrédients bio**
- **26%** des plats bio
- **27%** des menus entièrement bio

## *La fréquence d'introduction des produits bio augmente*

- **65%** en proposent **au moins une fois par mois** (contre 36% en 2009)
- **39%** en proposent **au moins une fois par semaine** (17% en 2009)
- **15%** tous les jours (5% en 2009)

# Les produits bio frais sont privilégiés

## Les principaux produits frais bio introduits en restauration collective

*(part des restaurants ayant introduit des fruits bio, des légumes bio et des produits laitiers bio)*

88 %



83% pour les pommes

75 %



68% pour les carottes

75 %



73% pour les yaourts

## *Les produits bio de saison et régionaux plébiscités*

- 80% des établissements déclarent acheter des produits bio d'origine française, et pour plus de la moitié, d'origine régionale.
- 77% place la saisonnalité comme premier critère de choix d'un fournisseur de produits bio
- 56% privilégient les circuits courts
- 48% ont d'autres exigences en termes de développement durable.



# La Bio en restauration collective : source de satisfaction

- 7 établissements sur 10 satisfaits de l'introduction de la Bio, pour le personnel ou pour les convives



- Des perspectives de développement : 18% de non acheteurs de produits bio se déclarent intéressés

## Un surcoût maîtrisé

- 86% des établissements font état d'un surcoût de 20% en moyenne (26% en 2011).
- Surcoût lissé sur l'ensemble des repas dans 2 cas sur 3 = pas de surcoût pour les convives
- 6 établissements sur 10 ont cherché à réduire ce surcoût :
  - 88% en limitant le gaspillage (comme en 2014)
  - 73% en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux (65% en 2014)
  - 71% en mettant en concurrence les fournisseurs (66% en 2014)
  - 66% en travaillant sur l'éducation alimentaire
  - 64% en passant des partenariats au niveau local
  - 64% en groupant les achats

*La place de la bio en restauration collective progresse également dans d'autres pays de l'UE.*

Un mouvement impulsé depuis longtemps qui prend de l'ampleur.

Quelques démarches remarquables :

- **En Italie :**

- **restauration scolaire :**

- début d'introduction de produits bio dans les années 80

- en 2013 : plus de 1 million de repas quotidiens avec des ingrédients bio, soit plus de 240 millions de repas par an

- 23% des cantines bio déclarent utiliser au moins 70% d'ingrédients bio.

- **restauration hospitalière :**

- introduction de produits bio également mais à une moindre échelle.





- **En Allemagne :**

- **restauration universitaire :**

- début d'introduction dans les années 80

- une forte impulsion

- aujourd'hui, la plupart des CROUS utilisent des produits bio

- différentes formules : repas 100% bio chaque jour, repas partiellement bio ou actions ponctuelles.

- **restauration scolaire :**

- recommandation au niveau national : 10% d'ingrédients bio minimum

- une initiative nationale : « Bio kann jeder »

- des initiatives dans les Länder : ex : Programme « Bio für Kinder » à Munich

- **restauration hospitalière :**

- L'hôpital pour enfants Saintes Maries de Landshut : 1<sup>ère</sup> clinique infantile avec des menus bio



- **En Suède :**

- **restauration collective publique :**

→ En 2013 : moyenne nationale de 23 %.

46 villes, 10 comtés et 2 régions ont atteint l'objectif de 25 %, certains ont dépassé les 45 %.

→ des objectifs supplémentaires dans de nombreuses collectivités locales :

Ex : Malmö, Lund, Borlänge, Uppsala, Västerås et Södertälje: 100 % d'ingrédients bio d'ici 2020...etc.



- **Au Danemark :**

- **restauration collective publique :**

→ des impulsions très fortes : du Parlement danois en 1997 et le **Projet Dogme 2000** devenu **Green Cities** depuis 2009. ⇒ 75% de produits bio en restauration scolaire dans ces villes et plus à Copenhague.

→ La marque "**Det Økologiske Spisemærke**" créée en 2009 pour distinguer les établissements selon pourcentage de matière 1<sup>ère</sup> bio.

→ Ambition d'ici 2020, 60 % d'ingrédients bio en moyenne dans les restaurants collectifs publics (soit 500 000 repas quotidiens).

- **restauration d'entreprise :**

→ De grosses compagnies danoises introduisent des produits bio dans les repas de leurs employés.

- **De nombreuses autres initiatives dans d'autres pays :** Autriche, Finlande, Royaume-Uni, Espagne...

# *Les facteurs de développement*

- ⇒ Demande sociale et intérêt structurel des consommateurs
- ⇒ Soutien des pouvoirs publics à tous niveaux
- ⇒ Engagement de tous les professionnels: producteurs, transformateurs et distributeurs
- ⇒ Confiance et transparence
- ⇒ Coopération entre tous les acteurs
- ⇒ Innovation