



**AMBASSADE DE FRANCE EN ALLEMAGNE
MISSION ÉCONOMIQUE**

L'attachée agricole

Berlin, 27 février 2007

Croissance continue du marché du bio en Allemagne

I. Marché en forte augmentation mais faible progression des conversions

Croissance du marché :

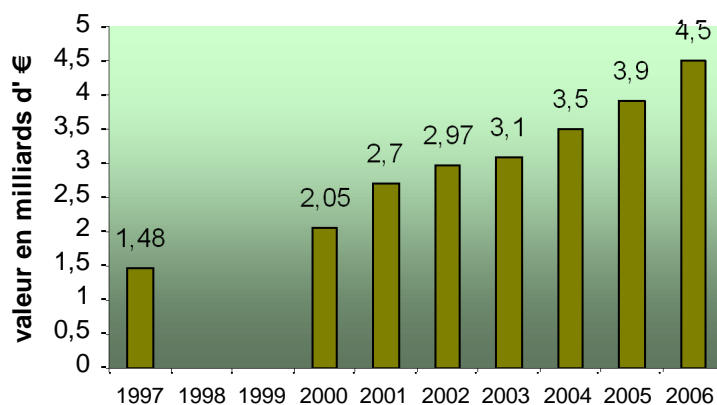
2004 : + 12 %

2005 : + 11 %

2006 : +16 %

Croissance en valeur du marché (milliards d'€)

Evolution du marché bio



Part du marché :

2004 : 2,6 %

2005 : 3,5 %.

2006 : 3,3 %

Nombre d'exploitations fin 2005 : **17 020**

Augmentation/2004 : **+ 1,9%**

Surface en bio : **807 400 ha (2005)**

Augmentation/2004 : **+ 5,14 %**

Part de la SAU en bio :

2004 : 4,5%

2005 : 4,7%

Exportations/importations :

En 2004, l'Allemagne était encore autosuffisante dans les secteurs de la viande, des céréales, du lait, et des pommes de terre.

Les bilans 2006 font état d'une offre allemande insuffisante pour plusieurs produits de base, tels que les pommes de terre, le lait ou les céréales. Les distributeurs importent donc une partie de leurs besoins : essentiellement d'Autriche, du Danemark, des Pays-Bas et de France. La demande plus forte de viande bio – due entre autres aux scandales à répétition sur la viande avariée – accentue également la pression sur le marché des fourrages qui doivent être importés de Slovaquie, Roumanie, République tchèque, Italie ou de France.

II. Organisation des agriculteurs pratiquant l'agriculture biologique

La filière de l'agriculture biologique en Allemagne est très encadrée et bénéficie d'une organisation de longue date. Il existe 8 organismes de certification qui ont pour la plupart un cahier des charges plus strict que celui de l'UE. En 2001, le gouvernement fédéral a mis en place un logo unique qui peut être apposé sur tout produit qui respecte au minimum les exigences européennes. Ce logo a eu un réel succès : 1700 entreprises et 32 000 produits. Près de 60 % des exploitations bio appartiennent à l'un organisme certificateur : Bioland, Naturland, Demeter, Biopark, Biokreis, Gäa, Ecovin et Ecoland.

Il existe deux associations principales de distributeurs de produits biologiques : *Bundesverband Naturkost Naturwaren* et *neufarm-Vereinigung deutscher Reformhäuser e.G.*

Depuis 2002, une nouvelle organisation a vu le jour : le **BOELW** (*Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft*). Elle regroupe les associations de producteurs, ainsi qu'une association des transformateurs de produits biologiques et les associations de distributeurs spécialisés en bio. Dotée de 6 permanents, elle a vocation à exercer un lobby auprès des décideurs, ainsi qu'à favoriser la diffusion d'informations au sein de la filière.

III. Soutien public à l'agriculture biologique, au niveau fédéral et régional

cf note "Evolution des aides à l'agriculture biologique dans le cadre du programme de développement rural"

IV. Développement des filières aval essentiellement dû aux supermarchés

La majorité des achats de produits bio (plus de 40%) a lieu dans des supermarchés bio et chez des distributeurs classiques. Les discounters ont commencé à vendre également des produits bio avec un succès certain. Le nombre de supermarchés bio continue de son côté à augmenter, on en comptait 300 en 2005, aujourd'hui ils sont au nombre de 360.

Françoise Moreau Lalanne