

Edition 2020

Le marché alimentaire bio en 2019

Estimation de la consommation des ménages en
produits alimentaires biologiques en 2019



Estimation de la consommation des ménages en produits alimentaires biologiques en 2019

Octobre 2020

Étude réalisée par AND-International pour l'Agence BIO

Enquêtes réalisées auprès des opérateurs économiques des filières biologiques
entre janvier et avril 2020 sur l'activité 2019.

Rédaction AND International :

C. Renault, T. Chever, V. Romieu, L. Herry, C. Lepeule, F. Kane, S. Parant

Agence BIO - Observatoire national de l'agriculture biologique :

E. Lacarce, D. Fléchet

Le présent document constitue le rapport d'une étude financée par l'Agence BIO
dans le cadre du fonds de structuration des filières bio « Avenir bio » ainsi
qu'indiqué dans le préambule des appels à projets.

Sommaire

1.1.	Un marché de plus de 11 milliards d'euros, une croissance de 13 %	1
1.2.	La dynamique des circuits et des produits en 2019	3
	Forte croissance des produits laitiers, des surgelés et de la bière	3
1.2.1.	Couples produits/circuits	7
1.3.	Effets prix : 0,7 % en moyenne	9
1.4.	Échanges extérieurs : des achats pour 33 % du marché au stade de gros, des ventes pour 11 %	10
1.4.1.	Évolutions globales	11
1.4.2.	Par secteur	11
2.1.	Les motifs.	12
2.2.	Méthode	12
2.3.	Données	12
3.1.	Annexe 2 – Analyse du taux de pénétration	21
3.1.1.	Un peu de méthode	22
3.1.2.	Part de marché des aliments bio	22
3.1.3.	Les produits bio représentent une large part de la croissance du marché alimentaire	25
3.1.4.	L'alimentation bio est plus végétale qu'animale	25
3.1.5.	Approche détaillée des données IRI	27
3.2.	Annexe 3 – Les consommations régionales	29
3.2.1.	Rappel méthodologique	29
3.2.2.	Coefficients et valeurs des consommations régionales	29
3.2.3.	Évolutions	31
-3231-	Évolution entre 2018 et 2019 des consommations régionales par circuit	31
-3232-	Évolution des consommations individuelles en France métropolitaine	31
3.3.	Annexe 4 Les emplois dans l'aval des filières bio : plus de 60 000 ETP	32
3.4.	Annexe 6 Le marché de la RHD	33
3.4.1.	Objectifs, méthode	33
-3411-	Les objectifs	33
-3412-	Méthode	33
3.4.2.	*Généralités sur le marché de la restauration	34
3.4.3.	Synthèse des résultats	35
-3431-	Le marché des produits bio en restauration	35
-3432-	Le marché des denrées, par famille de produits	36
-3433-	Les produits par circuit	37
4.1.	Les viandes de boucherie	38
4.1.1.	Tonnages et circuits	38
4.1.2.	Le steak haché : prix et volume	40
4.2.	Les productions avicoles	41
4.2.1.	La volaille de chair : la croissance se poursuit	41
4.2.2.	Les œufs : une croissance record, une production de plus de 2 milliards d'œufs	42
4.3.	Le secteur laitier en 2019	43
4.3.1.	Collecte : presque 1 milliard de litres	43
4.3.2.	Très forte progression des achats des ménages	43
4.3.3.	Niveau élevé du prix à la production en fin d'année, cumul annuel en hausse de 1,9 %	44
4.3.4.	Des prix de détail à nouveau en hausse	44
4.3.5.	Hausse des fabrications de produits laitiers plus rapide que celles de lait conditionné	45
4.3.6.	Les échanges	46
4.4.	Produits de l'aquaculture biologique	47
4.4.1.	Éléments de contexte	47
-4411-	Production française	47

-4412-	Importations.....	47
-4413-	Exportations	47
-4414-	Transformation.....	48
-4415-	Distribution.....	48
4.4.2.	Tendances et estimation du marché français en 2019	48
-4421-	Saumon.....	48
-4422-	Crevettes	48
-4423-	Analyse des données IRI.....	48
-4424-	Données issues de l'enquête AND/ Agence bio	49
4.5.	Les fruits et légumes frais.....	50
4.5.1.	Estimation des volumes des espèces principales.....	51
4.5.2.	Autres espèces.....	52
4.5.3.	Données relatives aux échanges de fruits et légumes biologiques.....	53
-4531-	Stabilisation de la valeur des importations	53
-4532-	L'exportation de fruits et légumes biologiques.....	53
4.5.4.	Le marché en RHD	54
4.6.	Les céréales	55
4.6.1.	Collecte record de céréales en 2019/2020 : plus de 630 000 tonnes, en hausse de 68 % 55	
4.6.2.	Échanges : un déficit extérieur qui se réduit sur la campagne 2019/2020	55
-4621-	Importations et introductions de céréales.....	55
4.6.3.	Léger ralentissement de la croissance des volumes de farine en 2019-20.....	56
4.6.4.	Les débouchés de la farine et des céréales pour l'alimentation humaine.....	57
4.6.5.	Un effet prix variable selon le stade de la filière et le type de produit.....	57
4.7.	Les oléo-protéagineux.....	58
4.7.1.	Une collecte d'oléo-protéagineux en hausse	58
4.7.2.	Échanges : la croissance des importations se poursuit	59
-4721-	Importations d'oléo-protéagineux en graines.....	59
-4722-	Importations de tourteaux d'oléagineux	59
-4723-	Importations d'huiles en provenance des pays tiers	60
4.7.3.	Les débouchés des oléo-protéagineux pour l'alimentation humaine.....	60
-4731-	Les débouchés des protéagineux pour l'alimentation humaine	60
4.7.4.	Les débouchés des oléagineux pour l'alimentation humaine.....	60
-4741-	Consommation d'huiles biologiques de cuisine par les ménages.....	60
4.7.5.	Consommation d'huiles biologiques par les IAA (PAI)	61
4.7.6.	Alimentation animale (animaux de fermes).....	62
-4761-	Des fabrications en progression de plus de 100 000 tonnes	62
-4762-	Les utilisations de céréales en alimentation animale en progression de 50 000 tonnes 63	
4.7.7.	Des incorporations d'oléo-protéagineux en augmentation de près de 40 000 tonnes	63
4.8.	Le vin.....	64
4.8.1.	Aspects méthodologiques	64
4.8.2.	Volume mis en marché.....	65
4.8.3.	Schéma de la mise en marché du vin bio	67
4.8.4.	Volume et valeur des ventes	68
4.8.5.	Marché au stade de détail.....	69
4.8.6.	Part des AOP/IGP/VSIG.....	69
4.8.7.	Situation de la filière bio par rapport à l'ensemble de la filière viti-vinicole française.	70
4.8.8.	Évolutions de la filière vin bio sur longue période	71
4.9.	Les Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI).....	72
4.9.1.	Utilisation des principaux PAI dans l'industrie alimentaire.....	72
-4911-	L'utilisation du sucre sous forme de PAI	72
-4912-	L'utilisation de semoule sous forme de PAI	73

-4911-	L'utilisation de farine sous forme de PAI.....	74
-4912-	L'utilisation de fruits sous forme de PAI.....	74
-4913-	L'utilisation de légumes sous forme de PAI	75
-4914-	L'utilisation d'huiles sous forme de PAI	75
-4915-	L'utilisation de viande sous forme de PAI	75
-4916-	L'utilisation du beurre sous forme de PAI	76
-4917-	L'utilisation d'œufs sous forme de PAI.....	77
-4918-	L'utilisation de malt sous forme de PAI.....	77
-4919-	L'utilisation des PAI dans les plats cuisinés et pizzas	78
4.9.2.	Synthèse des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire	79

Table des tableaux

Tableau 1 – Chiffre d'affaires des produits alimentaires biologiques par circuit de 2016 à 2019.....	1
Tableau 2 – Évolution du poids des formats de la distribution généraliste.....	2
Tableau 3 – Valeur des ventes au détail par familles de produits de 2017 à 2019.....	5
Tableau 4 – Les couples produits / circuits en 2019	7
Tableau 5 – Le profil de gamme des circuits en 2019	8
Tableau 6 – Répartition des ventes par circuits en 2019	8
Tableau 7 – Évolution des prix au détail et croissance déflatée - 2019	9
Tableau 8 – Estimation des échanges extérieurs en valeur	10
Tableau 9 - Valeur des ventes aux ménages d'aliments certifiés biologiques par circuit 2010-2019 ..	13
Tableau 10 - Évolution des ventes aux ménages par famille de produit, de 2010 à 2019.....	14
Tableau 11 - Ventes de produits bio en GMS de 2010 à 2019.....	15
Tableau 12 - Vente de produits bio dans le circuit spécialisé BIO de 2010 à 2019	16
Tableau 13 - Ventes de produits bio par les artisans commerçants spécialisés de 2010 à 2019	17
Tableau 14 - Ventes directes aux ménages de produits bio par les producteurs de 2010 à 201	18
Tableau 15 - Estimation des échanges extérieurs de produits bio en 2018	19
Tableau 16 - Évolution du taux d'importation	20
Tableau 17 - Taux de pénétration de l'alimentation bio par segment de 2017 à 2019.....	21
Tableau 18 - Part de la progression des ventes bio dans la progression du marché alimentaire.....	25
Tableau 19 - Part de marché des produits bio en grande distribution généraliste	27
Tableau 20 - Part de marché des produits bio : sous familles dont la part de marché dépasse 10 %..	28
Tableau 21 - Estimation des emplois dans l'aval des filières bio de 2012 à 2019.....	32
Tableau 22 - Généralités sur le marché de la RHD (hors circuits de vente alternatifs-CVA) – 2017.....	34
Tableau 23 - Estimation de la valeur du marché alimentaire des produits bio dans la restauration ...	35
Tableau 24 – Les ventes de produits bio par famille et par circuit	37
Tableau 25 - L'abattage du bétail bio en France en 2019	38
Tableau 26 - Circuits de distribution de la viande bio en France de 2014 à 2019	39
Tableau 27 - Les abattages de volaille AB de 2009 à 2019 en tec.....	41
Tableau 28 - Évolution des achats des ménages en 2019 selon IRI et KANTAR.....	43
Tableau 29 - Données sur les produits de consommation	45
Tableau 30 - Valeur des ventes des produits de l'aquaculture par espèce et par circuit	49
Tableau 31 - Chiffres d'affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio	50
Tableau 32 - Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces	51
Tableau 33 - Estimations pour 6 espèces secondaires.....	52
Tableau 34 - Évolution de la part d'origine France de 2014 à 2019.....	53
Tableau 35 - Collecte des 4 principales espèces de céréales (certifiées bio et C2) en tonnes	55
Tableau 36 - Importations et introductions des 4 céréales principales des 7 dernières campagnes ...	55
Tableau 37 - Importations de céréales en 2018 et 2019.....	56
Tableau 38 - Exportations et expéditions des 4 céréales principales des 4 dernières campagnes	56
Tableau 39 _ Utilisations de céréales Bio en meunerie en années campagnes.....	56
Tableau 40 - Utilisations du blé tendre Bio en meunerie en années civiles	57
Tableau 41 – Estimation des volumes de farines utilisés dans les produits vendus en GMS	57

Tableau 42 - Collecte d'oléagineux et de protéagineux bio et C2	58
Tableau 43 - Importations de graines d'oléo-protéagineux bio en provenance des pays tiers.....	59
Tableau 44 - Importations de tourteaux d'oléagineux bio en provenance des pays.....	59
Tableau 45 - Importations directes d'huiles bio en provenance des pays tiers	60
Tableau 46 - Consommation de légumes secs par les ménages	60
Tableau 47 - Estimation de la consommation d'huiles de cuisine par les ménages en tonnes	60
Tableau 48 - Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les IAA	61
Tableau 49 - Taux de retour de l'enquête directe (viticulteurs et négociants / coopératives)	64
Tableau 50 - Représentativité de l'enquête directe auprès des viticulteurs par bassin	64
Tableau 51 - Bilan pour les principales régions viticoles.....	66
Tableau 52 - Estimation des ventes de vin bio en 2019 par circuit et type d'acteur	68
Tableau 53 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2019	69
Tableau 54 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG	69
Tableau 55 - Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à la filière vin en France	70
Tableau 56 - Répartition des ventes en volume sur le marché français	70
Tableau 57 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio entre 2012 et 2019	71
Tableau 58 - Estimation des volumes de sucre biologique utilisés par l'industrie.....	72
Tableau 59 - Estimation des volumes de semoule utilisés par l'industrie	73
Tableau 60 - Estimation des volumes de farine biologique utilisés par l'industrie	74
Tableau 61 - Estimation des volumes de fruits biologiques utilisés par l'industrie	74
Tableau 62 - Estimation des volumes de légumes biologiques utilisés par l'industrie	75
Tableau 63 - Estimation des volumes d'huile biologique utilisés par l'industrie	75
Tableau 64 - Estimation des volumes de viande utilisés par l'industrie	76
Tableau 65 - Estimation des volumes de beurre biologique utilisés par l'industrie	76
Tableau 66 - Estimation des volumes d'œufs biologiques utilisés par l'industrie	77
Tableau 67 - Estimation des volumes de malts utilisés par l'industrie	78
Tableau 68 - Coefficients d'utilisation des PAI dans les plats cuisinés et pizzas.....	78
Tableau 69 - Estimation des volumes des principaux PAI biologiques (plats cuisinés et pizzas)	78
Tableau 70 - Estimation des volumes des principaux PAI biologiques utilisés dans les PAI.....	79

Table des figures

Figure 1 - Répartition de la valeur des ventes aux ménages selon les circuits de distribution –.....	2
Figure 2 - Répartition des ventes de produits bio par grandes familles de produits (2019)	6
Figure 3 - Comparaison des indices de progression des ventes alimentaires bio et générales	25
Figure 4 - Comparaison des ventes générales et bio, par grandes familles de produits, en 2019.....	25
Figure 5 - Le marché des denrées bio par grandes familles de produit	36
Figure 6 - Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2015 à 2019	40
Figure 7 - Collecte mensuelle en 2016, 2017, 2018 et 2019	43
Figure 8 - Fabrication d'aliments pour animaux de ferme biologiques de 2010 à 2019 en tonnes.....	62
Figure 9 - Évolution des incorporations de céréales biologique dans l'alimentation du bétail	63
Figure 10 - Évolution des incorporations d'oléo-protéagineux biologiques dans de l'alimentation du bétail	63
Figure 11 - Schéma de la filière viticole: récolte 2018 et commercialisation 2019.....	65
Figure 12 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2019	67
Figure 13 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2019	71

Liste des acronymes

AOP	Appellation d'origine protégée
BRSA	Boissons Rafraichissantes Sans Alcool
C2	2e année de conversion en agriculture biologique
CNIEL	Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière
FAB	Fabricant d'Aliment du Bétail
FAF	Fabrication d'Aliment à la Ferme
FAM	FranceAgriMer
FL	Fruits et Légumes
FNAB	Fédération Nationale d'Agriculture Biologique
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
GSA	Grandes Surfaces Alimentaires
IAA	Industries Agro-Alimentaires
IGP	Indication géographique protégée
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
Interbev	Interprofession bovine et ovine
ITAB	Institut technique de l'agriculture biologique
LS	Libre-Service
PAI	Produit Alimentaire Intermédiaire
PDM	Part de Marché
RHD	Restauration hors domicile
RNM	Réseau des Nouvelles du Marché
SRC	Société de Restauration Collective
SSP	Service de Statistique et Prospective (Min. Agriculture)
Synabio	Syndicat national des fabricants de produits biologiques
SYNALAF	Syndicat National des Labels Avicole Français
VSIG	Vin sans indication géographique

1. Les principaux résultats

1.1. Un marché de plus de 11 milliards d'euros, une croissance de 13 %

Le marché des produits alimentaires biologiques auprès des ménages s'établit à 11,294 milliards d'euros. Il est en croissance de 13,4 % par rapport à 2018. Les données des années antérieures ont été révisées à la hausse¹.

Tableau 1 – Chiffre d'affaires des produits alimentaires biologiques par circuit de 2016 à 2019

Millions d'euros	Chiffres d'affaires TTC				Croissance				Parts de marché			
	2016	2017	2018	2019	16/15	17/16	18/17	19/18	2016	2017	2018	2019
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	3 505	4 274	5 247	6 198	23 %	22 %	23 %	18 %	48 %	50 %	52,7 %	54,9 %
<i>Distribution Spécialisée bio en réseau</i>	1 943	2 279	2 490	2 723	25 %	17 %	9 %	9 %	27 %	27 %	25,0 %	24,1 %
<i>Distribution Spécialisée bio indépendante</i>	474	486	488	473	24 %	3 %	0 %	-3 %	7 %	6 %	4,9 %	4,2 %
Total Circuit Spécialisé Bio	2 417	2 765	2 978	3 197	25 %	14 %	8 %	7 %	33 %	32 %	29,9 %	28,3 %
Artisans-Commerçants	483	552	604	672	76 %	14 %	9 %	11 %	7 %	6 %	6,1 %	6,0 %
Vente Directe	874	1 006	1 135	1 228	13 %	15 %	13 %	8 %	12 %	11,7 %	11,4 %	10,9 %
TOTAL	7 279	8 597	9 964	11 294	22 %	18 %	16 %	13,4 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Consommation alimentaire des ménages *	188 950	190 192	188 748	186 461	*INSEE - Consommation des ménages en biens. Volumes aux prix de l'année précédente chaînés - Nouvelle Série basée en 2014 - Codes : 01-03, 10-12 de la nomenclature A88-A272 - Produits agricoles, sylvicoles, pêches, produits agroalimentaires HORS TABAC - Données de janvier 2020							
Part de l'AB	3,9 %	4,5 %	5,3 %	6,1 %								

Agence BIO - AND-International 2020

*Source : INSEE 2020

La consommation de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique représente désormais plus de 6 % de la consommation totale de produits agricoles et alimentaires, hors tabac (mais y compris eau minérale).

Le taux de croissance est de 13,4 % (15,9 % en 2018, 17,6 % en 2017, 21,7 % en 2016, 14,6 % en 2015, 10,2 % en 2014, 9,2 % en 2013), pour une croissance de 1,331 milliards d'euros, soit un peu moins qu'en 2018 (1 367 milliards d'euros). Il y a donc un léger ralentissement de la croissance, tant en taux qu'en valeur courante.

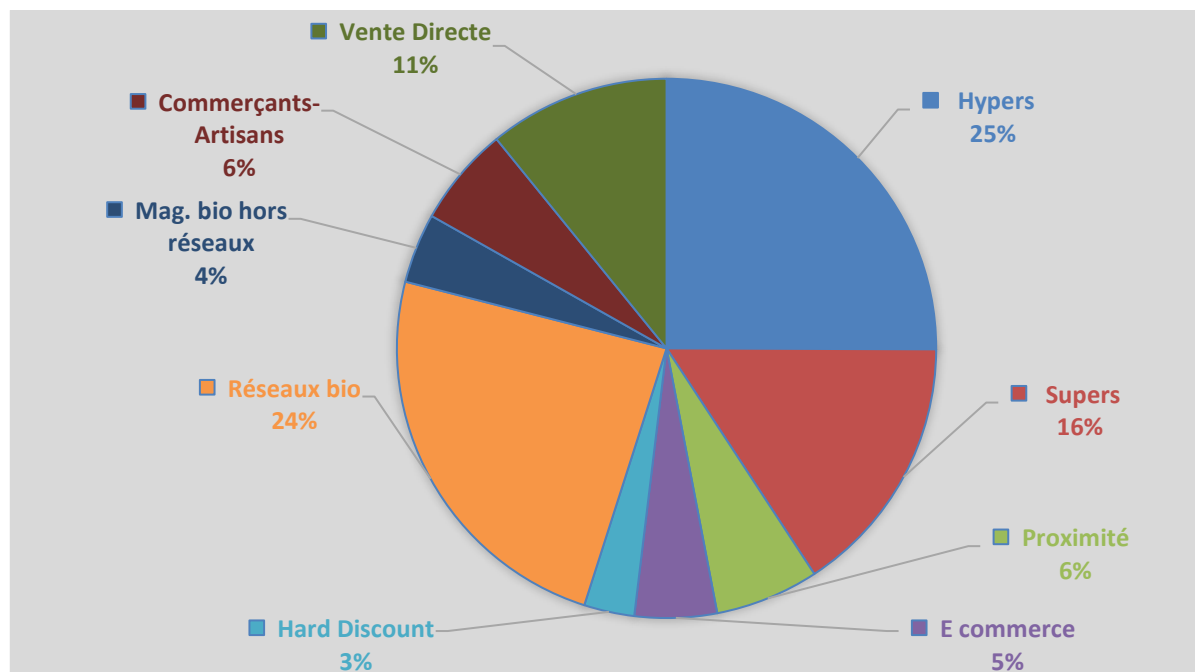
Comme en 2017 et 2018, le développement des ventes est beaucoup plus rapide dans **la distribution généraliste**. En valeur, la croissance de ce secteur est de 951 millions d'euros (973 en 2018, 769 en 2017). Elle ralentit donc en valeur et en taux, mais reste comparable au mouvement de 2018.

L'évolution du **circuit bio** est quant à lui beaucoup plus mesuré, avec des résultats très différenciés entre opérateurs. Certaines enseignes ont conservé une croissance à 2 chiffres quand d'autres reculent. L'ensemble constitué par les magasins indépendants est estimé en recul de 3 %, niveau corroboré par le solde net de leur surface cumulée et par les données de leurs fournisseurs. Les réseaux, dont certains ont conservé une forte dynamique d'ouverture, gardent une croissance positive. La croissance organique ne dépasse pas 5 %, le reste est dû aux ouvertures de magasin. Les ventes des **artisans-commerçants** sont plus dynamiques en raison du développement rapide des fabrications de pain bio, alors que les ventes des boucheries et surtout des cavistes se développent moins vite. La **vente directe** est toujours en forte progression, sauf dans le secteur viticole, dont le développement des ventes a été contrarié par de médiocres rendements (mildiou). Hors viticulture, le

¹ Voir annexe 1 : révision des séries.

CA de la vente directe a progressé de 11 %, pour moins de 5 % pour le vin et une moyenne pondérée de 8 %.

Figure 1 Répartition de la valeur des ventes aux ménages selon les circuits de distribution – 2019 (en %)



Agence BIO - AND-International 2020

L'année 2019 a prolongé les tendances de 2018, avec à nouveau une croissance très forte, quoique légèrement moindre, pour les différents formats des groupes de la distribution alimentaire non spécialisée en bio. Les grandes surfaces qui détiennent plus de la moitié des parts de marché du bio en 2018, progressent en 2019 (54,9% du marché bio). Cette nouvelle poussée porte la part de marché de la grande distribution, sans compter les filiales spécialisées bio, à 55 %, en progression de 2,3 points. La part de marché des circuits spécialisés est en recul de 1,6 points à 28,3 %, celle des artisans se maintient et celle de la vente directe perd un demi-point.

Tableau 2 – Évolution du poids des formats dans le marché des aliments bio à poids fixe de la distribution généraliste

		Hyper	Super	Proximité	E-commerce	Hard-discount
TOTAL	2016	48,00 %	29,90 %	10,00 %	7,30 %	4,80 %
	2017	47,70 %	29,00 %	10,20 %	8,10 %	5,00 %
	2018	46,60 %	28,80 %	10,90 %	8,70 %	5,00 %
	2019	45,61 %	28,60 %	11,32 %	8,97 %	5,50 %
Épicerie	2016	51,20 %	28,90 %	9,10 %	7,20 %	3,60 %
	2017	50,20 %	27,60 %	9,20 %	8,20 %	4,80 %
	2018	49,00 %	27,30 %	9,60 %	8,80 %	5,20 %
	2019	48,04 %	27,30 %	10,10 %	9,02 %	5,54 %
Produits frais en LS (Poids fixes)	2016	45,50 %	31,30 %	10,80 %	7,50 %	5,00 %
	2017	45,60 %	30,80 %	11,20 %	8,00 %	4,40 %
	2018	44,60 %	30,40 %	11,90 %	8,70 %	4,50 %
	2019	43,47 %	30,12 %	12,36 %	9,09 %	4,97 %
Liquides	2016	46,70 %	26,50 %	9,30 %	7,20 %	10,30 %
	2017	46,50 %	25,80 %	10,10 %	8,10 %	9,60 %
	2018	45,70 %	26,40 %	11,90 %	8,20 %	7,80 %
	2019	44,78 %	26,62 %	11,97 %	8,69 %	7,93 %

Source : IRI InfoScan Census

Liquides = boissons alcoolisées sauf vins tranquilles et boissons non alcoolisées sauf boissons végétales et produits laitiers.

Produits frais en LS = hors fruits et légumes frais.

Au sein de la grande distribution généraliste, la progression vers l'e-commerce se poursuit (+ 0,3 points) alors que les magasins dits de hard-discount ou à dominante de marque propre gagnent un demi-point de part de marché, que les magasins de proximité progressent de 0,4 point. Donc les ventes classiques en hypers et supers perdent des parts de marché (respectivement – 1 point et -0,2 point). Les produits bio suivent la tendance générale en ce qui concerne l'e-commerce et le hard discount, en revanche les produits bio surperforment dans le réseau de proximité, dont les formats et les emplacements sont souvent comparables à ceux des « supérettes bio ».

Selon Biolinéaires, fin 2019, le réseau de magasins spécialisés atteint 3 053 unités contre 2 923 en 2018 (soit un gain de 130 unités contre 239 en 2018 et 266 en 2017). Le nombre de magasins indépendants est de 904 en 2019 (924 en 2018, 988 en 2017 et 2016), leur surface globale est en recul.

1.2. La dynamique des circuits et des produits en 2019

Forte croissance des produits laitiers, des surgelés et de la bière

Le tableau n°3 détaille les estimations des ventes selon les familles de produits. Chaque année les dynamiques sont différentes. Mais les surgelés et la bière, déjà en pointe en 2018, le sont encore en 2019.

Le taux de progression est supérieur à 20 %

- **Surgelés (+31 %).** Les mêmes causes produisent les mêmes effets. La croissance des produits surgelés repose à la fois sur les ventes de la grande distribution généraliste et celles des enseignes spécialistes des surgelés. Le développement dans les magasins bio est inférieur à 10 %. Trois familles de produits expliquent le plus gros de la croissance : les sorbets et glaces en vrac ; les légumes et les pizzas. Les autres formes de desserts glacés progressent très vite, mais partaient de plus bas. Le marché des surgelés bio peut encore se développer très largement.
- **Bières et cidres (+24 %).** La dynamique de création ou de conversion des brasseries se poursuit : 46 ont rejoint la bio en 2019, 67 l'avaient fait en 2018, 61 en 2017. On compte, en 2019, 306 brasseries notifiées en bio. La croissance du nombre des entreprises, représentative des artisans plus que des PME, est de 18 %. Les ventes se développent, comme en 2018, dans tous les circuits y compris la restauration commerciale et la vente directe. Le marché du cidre se développe beaucoup moins rapidement, peut-être faute de produits « bio et locaux ».
- **Les œufs (+22 %).** Comme en 2018, le marché des œufs bio continue à croître et à conforter sa position de produit phare des filières bio. La perspective d'une grave surproduction en 2019 ne s'est pas vérifiée, tant la demande des ménages pour les œufs alternatifs a été vive. Cela étant, le prix a baissé, contrairement aux années précédentes. Même si le développement des ovoproduits (environ 6 % des œufs bio) et la perspective du remplacement progressif des œufs de poules en cage donnent des perspectives de progrès pour les œufs bio au-delà de 2020, les risques de surchauffe ponctuelle et la sensibilité des consommateurs à la taille grandissante des élevages bio sont des épées de Damoclès.

Le taux de progression est compris entre 14 % et 20 %

- **Produits laitiers (+18 %).** Le développement des produits laitiers frais, des beurres et crèmes, et surtout des fromages est considérable mais en ralentissement par rapport à 2018. Là encore, les mêmes causes produisent les mêmes effets : l'augmentation des volumes est essentiellement le fait d'opérateurs diversifiés présents en GMS. Les prix ne se sont pas élevés aussi vite qu'en 2018 (flambée du beurre) mais ne sont pas retombés.
- **Épicerie sucrée : (+17 %).** Le marché de l'épicerie (salée et sucrée) est déterminant : par son ampleur, par l'implication de géants mondiaux de l'agroalimentaire, par le fait qu'il représente 35 % de la croissance en 2019 et qu'il est un marché clé pour les deux principaux modèles en compétition : le circuit spécialisé et la grande distribution (la vente directe et les circuits des artisans-commerçants sont assez peu concernés). Dans le segment sucré, le principal de la croissance est le fait des produits suivants : biscuits chocolatés, chocolats en tablette, compotes, pain de mie, viennoiseries industrielles, café, céréales pour petit déjeuner, infusions, pâtes à tartiner, thés, qui assurent ensemble plus de 71 % de la croissance. Les univers du petit déjeuner et des boissons chaudes jouent les premiers rôles. En recul : l'important segment des toasts et galettes, plus diététique mais moins gourmand. Les segments en décollage sont les bonbons et sucettes (plus de 400 % de croissance, de pair avec l'introduction des chewing-gums bio), les fruits au sirop, les petits

déjeuners chocolatés, le café soluble, les aides à la pâtisserie (des amandes aux levures en passant par les sucres aromatisés).

- **L'épicerie salée (+16 %).** Sur ce segment, les produits lourds (huiles, sauces tomates, soupes, aliments infantiles préparés, laits infantiles, conserves de légumes, produits apéritifs) représentent 75 % de la valeur. Les acteurs sont entre autres quelques leaders mondiaux de l'alimentaire. À l'opposé, des segments comme les céréales d'accompagnement, vedettes de la croissance il y a 5 ans, sont en repli, l'élargissement de la base des consommateurs réguliers de produits biologiques a aussi apporté de nouveaux modes de consommations, moins focalisés sur la diététique et les produits bruts mais avec une sensibilité accrue à la praticité. Les segments qui connaissent la plus forte croissance sont les aliments pour animaux de compagnie (hausse de plus de 80 % en GMS), les conserves de viande, les olives appertisées et la purée déshydratée.
- **Les jus de fruits et légumes et boissons sans alcool (+16 %).** Alors que le marché des purs jus bio ne connaît plus la croissance très rapide des années 2010, il assure encore la plus grande part du segment sans alcool et près de la moitié de son développement. Mais le relais est pris, notamment par les eaux aromatisées bio, même si dans ce produit, l'ingrédient principal est minéral (il n'existe pas d'eau nature certifiée bio). Ce développement est quasiment exclusif aux magasins généralistes ; un autre segment est dans le même cas, avec une moindre ampleur : celui des sodas, notamment de la limonade et non du cola. D'autres moteurs à cet univers prometteur : les sirops, les boissons à base de thé ou de fruits.
- **Les légumes frais (+ 15 %).** La progression est due à un effet prix important sur le marché des pommes de terre (pénurie liée aux conditions climatiques de 2018), à une progression du volume et des prix des tomates, des courgettes, des concombres et des oignons. Faible dynamique dans la carotte, dont le marché a été plus encombré à la fin de l'année 2019.
- **La charcuterie-salaison (+ 14,5 %).** Les évolutions de 2019 poursuivent celles de 2018, l'essentiel du développement est lié au jambon cuit et aux lardons. Les volumes d'autres produits, moins onéreux pour le consommateur, se développent : rillettes, pâtés, saucisses fraîches. Le développement du marché est moins rapide que celui des abattages de porc (+32 %). L'un des objectifs de cette croissance de la production porcine bio est d'alimenter le marché intérieur des salaisonnières en porc français. Cependant, les introductions en provenance des pays voisins persistent et certaines pièces destinées à la transformation sont difficilement écoulées, des stocks congelés se constituent. Ainsi, le prix n'est pas toujours soutenu.

Le taux de progression est compris entre 5 % et 13 %

- **Viande de volaille (+13 %).** La progression est moins rapide qu'en 2018 mais reste toujours soutenue, dans un contexte de concurrence intra-UE sur le marché de la volaille industrielle. Les exportations sont en baisse en raison de la demande intérieure mais aussi du développement de filières dans les pays voisins.
- **Les viandes de boucherie (+12 %).** La progression des abattages n'est que de 8 % en viande bovine (gros bovins et veaux, en tonnage), la production de veaux de boucherie ayant été handicapée par les sécheresses de l'été 2019 ; mais elle est de 11 % pour les ovins et 32 % pour les porcins. Le dynamisme des ventes de steak haché pur bœuf est moindre qu'en 2018 (comme pour le poulet), avec une progression de moins de 10 % et des prix en baisse.
- **Produits traiteur frais (+12 %).** Ralentissement de la croissance dans ce secteur. La famille la plus importante, les salades fraîches, voit ses ventes presque stagner ; le développement des autres catégories (crêpes, pâtes ménagères, pâtes fraîches) oscille entre 10 et 15 %. Le segment des soupes fraîches progresse plus vite, à près de 20 %.
- **Les produits de l'aquaculture bio (+7 %).** Le secteur est caractérisé par une réduction des ventes de saumon fumé, tendance confirmée par la baisse des importations d'Irlande. Par ailleurs, les autres poissons fumés biologiques, essentiellement la truite, ont progressé. Le rayon traiteur/saurisserie poursuit sa tendance à la hausse. En revanche, le développement des achats de crevettes marque le pas, notamment du fait de la baisse des importations de crevettes de Madagascar. Par ailleurs, on note la croissance des ventes de produits transformés (saurisserie). Au total, la croissance ressort à 7 %, avec une baisse du prix moyen causé par le recul du saumon fumé.
- **Le lait (+5 %).** Loin de connaître la progression du rayon œufs, les ventes de lait conditionné ont progressé modérément, mais, contrairement à celui des œufs, le prix du lait a progressé.

Le taux de progression est inférieur à 5 %.

- **Les fruits (+ 4,6 %).** La progression en volume est plus rapide que celle de la valeur : le faible score des fruits provient d'un effet prix négatif sur les agrumes. En revanche les deux marchés des bananes et des pommes ont été en croissance de 10 % et 9 % respectivement, bien que le prix des pommes ait été en baisse et que

les importations se soient réduites. La modération des prix du kiwi, des poires et du raisin a contribué à un score modéré.

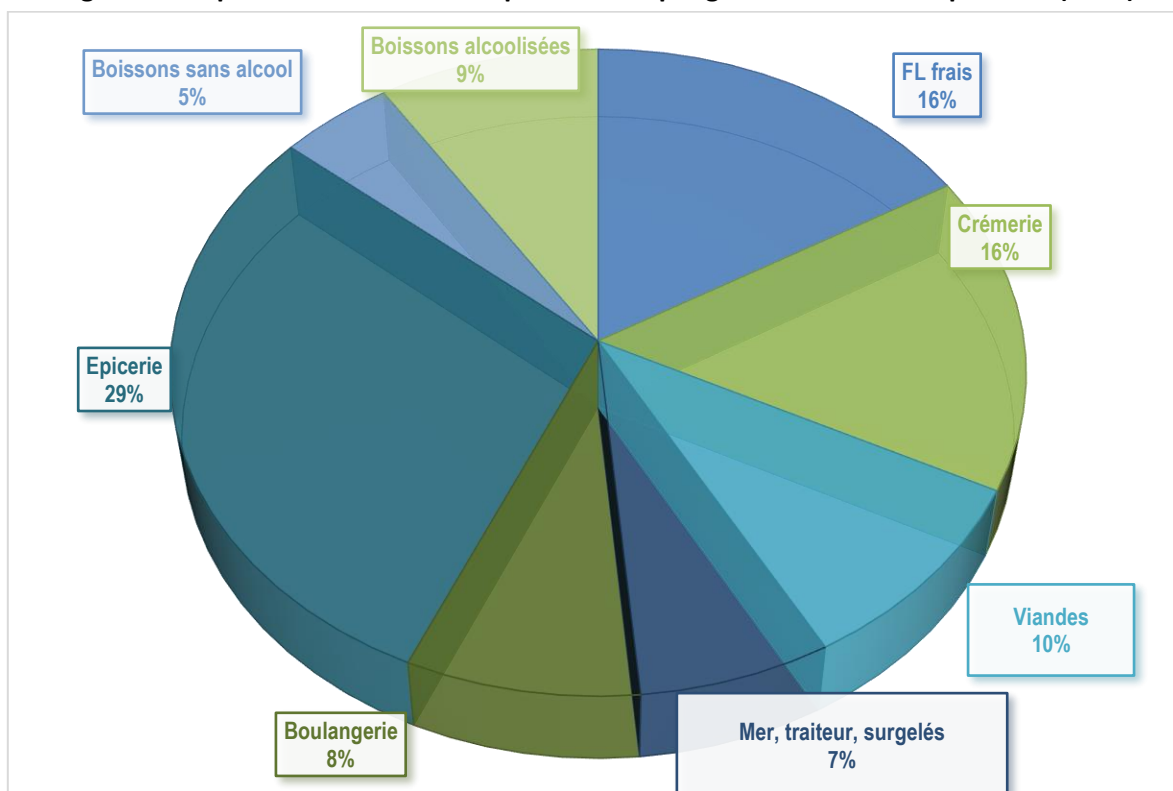
- **Le vin (+5 %).** La surface certifiée en bio a atteint 64 674 ha en 2018 (récolte 2018 commercialisée en 2019), soit une augmentation de 7 % par rapport à la saison précédente. Le rendement a été moyen, à 40 hl/ha, et fait suite à un rendement extrêmement bas l'année précédente. Dans ce contexte, les stocks très bas ne se sont que très légèrement reconstitués. Le niveau de déclassement est très faible. Malgré cette faible disponibilité, le marché du vin bio poursuit sa croissance, notamment porté par l'export et la vente directe. Nous estimons que le vin bio représente 5 % de la consommation française en volume.
- **Les boissons végétales (+2 %).** Le développement de ce segment, naguère très rapide, n'en finit pas de ralentir. Il n'y a même pas de véritable substitution des produits bio par les produits non bio. Le « lait végétal » comme remplacement du « lait animal » est un concept qui ne se vérifie pas en 2019.

Tableau 3 – Valeur des ventes au détail par familles de produits de 2017 à 2019

Stade de détail en millions d'euros	2017	2018	2019	PDM 2019	Crois. 19/18
Fruits	785	896	937,0	8 %	5 %
Légumes	721	807	928,3	8 %	15 %
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 505	1 703	1 865	16,5 %	10 %
Lait	330	376	395	4 %	5 %
Produits laitiers	568	713	843	7 %	18 %
Œufs	390	452	552	5 %	22 %
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 288	1 541	1 791	16 %	16 %
Viande bovine	317	373	401	4 %	8 %
Viande porcine	82	109	143	1 %	31 %
Viande agneau	55	66	72	1 %	9 %
Volaille	206	251	283	3 %	13 %
Charcuterie salaison	132	156	178	2 %	15 %
SOUS TOTAL B2 Viandes	792	955	1 078	10 %	13 %
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES	2 079	2 496	2 868	25,4 %	15 %
Mer-Saurisserie-Fumaison	167	192	206	2 %	7 %
Traiteur	257	312	350	3 %	12 %
Surgelés	115	149	196	2 %	31 %
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	539	654	751	6,7 %	15 %
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	709	794	914	8,1 %	15 %
Épicerie Sucrée	1 293	1 503	1 754	16 %	17 %
Épicerie Salée	1 152	1 352	1 570	14 %	16 %
SOUS TOTAL E1 Epicerie	2 445	2 855	3 324	29 %	16 %
Boissons Végétales	150	160	163	1 %	2 %
Jus de fruits et de légumes, BRSA	285	321	371	3 %	16 %
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	434	481	534	5 %	11 %
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	2 878	3 335	3 859	34,2 %	16 %
Vins tranquilles et autres	850	935	979	9 %	5 %
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	35	45	56	0,5 %	24 %
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	884	981	1 036	9,2 %	6 %
TOTAL GENERAL	8 597	9 963	11 294	100 %	13,4 %

Agence BIO - AND-International 2020

Figure 2 – Répartition des ventes de produits bio par grandes familles de produits (2019)



Agence BIO - AND-International 2020

1.2.1. *Couples produits/circuits***Tableau 4 – Les couples produits / circuits en 2019**

2019 Stade de détail en millions d'euros	TOTAL 2018	TOTAL 2019	GMS 2019	BIO 2019	Artisans 2018	VD 2019
Fruits	896	937	355	424	11	147
Légumes	807	928	294	370	9	256
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 703	1 865	649	794	20	403
Lait	376	395	322	53	-	20
Produits laitiers	713	843	536	196	3	107
Œufs	452	552	354	171	4	24
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 541	1 791	1 213	420	7	151
Viande bovine	373	401	261	48	52	40
Viande porcine	109	143	88	24	14	17
Viande agneau	66	72	21	16	21	14
Volaille	251	283	163	63	5	52
Charcuterie salaison	156	178	130	43	3	2
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	955	1 078	663	196	94	125
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFO.	2 496	2 868	1 876	616	101	276
Mer-Saurisserie-Fumaison	192	206	165	17	21	2
Traiteur	312	350	199	149	2	-
Surgelés	149	196	173	15	8	-
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	654	751	537	181	31	2
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	794	914	294	281	295	44
Épicerie Sucrée	1 503	1 754	1 150	576	9	19
Épicerie Salée	1 352	1 570	1 071	492	2	5
SOUS TOTAL E1 Epicerie	2 855	3 324	2 221	1 067	11	24
Boissons Végétales	160	163	80	82	-	2
Jus de fruits & de légumes, BRSA	321	371	292	66	-	13
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	481	534	372	148	-	15
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	3 335	3 859	2 593	1 215	11	39
Vins tranquilles et autres	935	979	217	103	212	448
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	45	56	33	7	2	15
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	981	1 036	250	110	213	463
TOTAL GENERAL	9 963	11 294	6 198	3 197	672	1 228

Agence BIO - AND-International 2020

* Ventes directes, agricoles et autres, à la ferme ou non

Tableau 5 – Le profil de gamme des circuits en 2019

	GMS	Circuits BIO	Artisans Commerçants	Vente Directe
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	10 %	25 %	3 %	33 %
TOTAL B - CRÉMERIE, PRODUITS CARNES	30 %	19 %	15 %	22 %
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	9 %	6 %	4 %	0 %
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	5 %	9 %	44 %	4 %
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	42 %	38 %	2 %	3 %
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	4 %	3 %	32 %	38 %
	100 %	100 %	100 %	100 %

Agence BIO - AND-International 2020

Par rapport aux années précédentes, les analyses de ce tableau sont un peu modifiées, du fait de la révision des séries : le poids de l'épicerie est renforcé en GSM, celui du vin est amoindri dans le circuit bio et celui du pain est rehaussé dans le circuit des artisans.

Un autre tableau analyse la répartition du poids de chaque circuit dans les ventes de chaque famille de produits.

Tableau 6 – Répartition des ventes par circuits en 2019

	GMS	Circ. BIO	Artisans Commerçants	Vente Directe	TOTAL
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	35 %	43 %	1 %	22 %	100 %
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	65 %	21 %	4 %	10 %	100 %
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	71 %	24 %	4 %	0 %	100 %
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	32 %	31 %	32 %	5 %	100 %
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	67 %	31 %	0 %	1 %	100 %
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	24 %	11 %	21 %	45 %	100 %
TOTAL	55 %	28 %	6 %	11 %	100 %

Agence BIO - AND-International 2020

Pour résumer :

- Les fruits et légumes se trouvent dans les magasins bio, dans les GSM et (un peu moins) chez les producteurs ;
- La crème et la viande s'achètent principalement en GSM et secondairement dans les magasins bio. Comme les produits traiteurs, surgelés, produits de la mer.
- Le pain se trouve à part égale chez les boulangers (bio et mixtes) les GSM et le circuit bio ;
- L'épicerie se trouve surtout en GSM, puis dans les magasins bio ;
- Le vin s'achète d'abord chez les vignerons, puis dans les GSM qui font part égale avec les cavistes.

1.3. Effets prix : 0,7 % en moyenne.**Tableau 7 – Évolution des prix au détail et croissance déflatée - 2019**

2018 Stade de détail en millions d'euros	TOTAL 2018	TOTAL 2019	Croissance 2019	Effet prix	Croissance déflatée
Fruits	896	937	5 %	-3,5 %	8 %
Légumes	807	928	15 %	3,0 %	12 %
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 703	1 865	10 %	-0,4 %	10 %
Lait	376	395	5 %	2,0 %	3 %
Produits laitiers	713	843	18 %	5,0 %	13 %
Œufs	452	552	22 %	-1,0 %	23 %
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 541	1 791	16 %	2,5 %	14 %
Viande bovine	374	401	7 %	-1,0 %	8 %
Viande porcine	109	143	31 %	-1,0 %	32 %
Viande agneau	65	72	11 %	0,0 %	11 %
Volaille	251	283	13 %	1,0 %	12 %
Charcuterie salaison	156	178	15 %	2,0 %	13 %
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	955	1 078	13 %	0,0 %	13 %
TOTAL B - CRÈMERIE, PRODUITS CARNES	2 496	2 869	15 %	1,5 %	13 %
Mer-Saurisserie-Fumaison	192	206	7 %	-4,0 %	11 %
Traiteur	312	350	12 %	-2,0 %	14 %
Surgelés	149	196	31 %	3,6 %	28 %
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	654	751	15 %	-1,3 %	16 %
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	794	914	15 %	0,5 %	15 %
Epicerie Sucrée	1 503	1 754	17 %	1,0 %	16 %
Epicerie Salée	1 352	1 570	16 %	1,0 %	15 %
SOUS TOTAL E1 Epicerie	2 855	3 324	16 %	1,0 %	15 %
Boissons Végétales	160	163	2 %	1,0 %	1 %
Jus de fruits et de légumes, BRSA	321	371	16 %	0,5 %	15 %
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	481	534	11 %	0,7 %	11 %
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	3 335	3 859	16 %	1,0 %	15 %
Vins tranquilles et autres	935	979	5 %	1,0 %	4 %
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	45	56	24 %	1,0 %	23 %
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	981	1 036	6 %	1,0 %	5 %
TOTAL GENERAL	9 963	11 294	13,4 %	0,7 %	12,7 %

Agence BIO - AND-International 2020

En 2018, avec un taux de 1,8 %, la hausse des prix avait été plus modérée que lors des années précédentes. En 2019, l'inflation sectorielle ralentit encore, à 0,7 %

Il n'y a de hausse importante dans aucun secteur, sauf les produits laitiers (5 %), ce qui est lié aux évolutions de gamme, et les surgelés (4 %).

Selon l'INSEE², en 2019, les prix à la consommation des produits alimentaires de tous types de l'ensemble des ménages (hors boissons alcoolisées) ont augmenté de 2,5 % (2,1 % pour les produits frais). Le prix des boissons alcoolisées a augmenté de 2,6 %. Les prix moyens pondérés des produits bio ont donc évolué trois fois moins vite que ceux des produits alimentaires en général. Ce n'est pas une convergence, mais un amoindrissement des écarts entre les prix des aliments conventionnels et ceux des produits bio, encore que cela ne s'applique pas de manière uniforme : le prix des produits laitiers bio a augmenté plus vite que l'indice général INSEE pour les produits laitiers (2,5 %), ce qui s'explique par la croissance plus rapide des fromages (prix élevés) que des yaourts et autres produits humides (prix plus bas).

² Informations rapides n°2020-9 (15-01-20)

1.4. Échanges extérieurs : des achats pour 33 % du marché au stade de gros, des ventes pour 11 %**Tableau 8 – Estimation des échanges extérieurs en valeur**

	2019 Stade de détail	Valeur au prix de gros	Taux d'appro. hors France	Dont UE	Dont Non UE	Vente hors France (% du CA France)	Introduction UE	Importation Pays tiers	Expédition UE	Exportation 1/3	Total import	Total export
	M€	M€	%			%	M€	M€	M€	M€		
Fruits	937	625	56,0 %	25,0 %	31,1 %	5,0 %	156	194	30	1	350	31
Légumes	928	619	21,8 %	17,6 %	4,2 %	3,7 %	109	26	22	1	135	23
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 865	1 244	39,0 %	21,3 %	17,7 %	4,3 %	265	220	52	2	485	54
Lait	395	264	2,7 %	2,7 %	0,0 %	6,4 %	7	0	17	0	7	17
Produits laitiers	843	562	2,1 %	1,4 %	0,7 %	3,6 %	8	4	20	0	12	20
Œufs et ovoproduits	552	368	1,1 %	1,1 %	0,0 %	1,2 %	4	0	4	0	4	4
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 791	1 194	1,9 %	1,6 %	0,3 %	3,5 %	19	4	41	0	23	41
Viande bovine	401	267	0,4 %	0,4 %	0,0 %	0,2 %	1	0	1	0	1	1
Viande porcine	143	95	4,2 %	4,2 %	0,0 %	2,1 %	4	0	2	0	4	2
Viande agneau	72	48	2,1 %	1,0 %	1,0 %	0,0 %	1	1	0	0	1	0
Volaille fraîche et élaborée	283	189	0,5 %	0,5 %	0,0 %	7,5 %	1	0	13	1	1	14
Charcuterie salaison	178	119	26,6 %	26,6 %	0,0 %	3,4 %	32	0	4	0	32	4
SOUS TOTAL B2 Viandes Fraîches et Transfo	1 078	719	5,4 %	5,3 %	0,1 %	2,9 %	38	1	20	1	39	21
TOTAL B - CRÈMERIE et VIANDE	2 869	1 913	3,2 %	3,0 %	0,2 %	3,2 %	57	5	61	1	62	62
Mer-Saurisserie-Fumaison	206	137	73,9 %	45,8 %	28,1 %	3,7 %	63	39	3	2	101	5
Traiteur	350	233	18,1 %	18,1 %	0,0 %	2,1 %	42	0	5	0	42	5
Surgelés	196	130	61,0 %	43,0 %	18,0 %	1,5 %	56	23	2	0	80	2
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	751	501	44,5 %	32,2 %	12,4 %	2,4 %	161	62	10	2	223	12
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	914	609	25,0 %	25,0 %	0,0 %	0,8 %	152	0	5	0	152	5
Épicerie Sucrée	1 754	1 170	57,7 %	21,4 %	36,2 %	8,8 %	251	424	86	17	674	103
Épicerie Salée	1 570	1 047	64,5 %	38,7 %	25,9 %	8,9 %	405	271	78	15	675	93
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 324	2 216	60,9 %	29,6 %	31,3 %	8,9 %	656	694	164	32	1 350	196
Boissons Végétales	163	109	28,6 %	17,9 %	10,7 %	5,0 %	19	12	5	0	31	5
Jus de fruits et de légumes, BRSA	371	247	73,4 %	20,1 %	53,3 %	2,9 %	50	132	7	0	181	7
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	534	356	59,7 %	19,4 %	40,3 %	3,5 %	69	143	13	0	213	13
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	3 859	2 572	60,7 %	28,2 %	32,6 %	8,1 %	725	838	177	32	1 562	209
Vins tranquilles et autres	979	594	0,3 %	0,3 %	0,0 %	79,7 %	2	0	251	222	2	473
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	56	38	8,0 %	8,0 %	0,0 %	32,0 %	3	0	1	11	3	12
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 036	691	0,7 %	0,7 %	0,0 %	70,2 %	5	0	252	233	5	485
TOTAL GENERAL	11 294	7 529	33,1 %	18,1 %	14,9 %	11,0 %	1 365	1 124	557	271	2 490	827

Agence BIO - AND-International 2020 - * en % des ventes en France, stade de gros. La valeur totale des achats extérieurs est de 2,0 Mrds EUR contre 0,8 Mrd EUR pour les ventes extérieures. Les deux valeurs sont en croissance.

1.4.1. Évolutions globales

- Le taux d’approvisionnement hors de France ressort à 33,1 % en 2019, contre 33,7 % en 2018 (voir Annexe 1, révision des séries). Il s’agit donc d’une stabilisation. Cela s’explique par différents mouvements sectoriels explicités ci-après.
- En valeur absolue, les importations d’aliments biologiques sont de 2,49 Mrds EUR, contre 2,24 Mrds EUR en 2018 et 1,90 Mrds EUR en 2017,
- Le maintien d’un taux d’importation autour d’un tiers de la valeur au prix de gros s’explique en partie par le développement de la production agricole biologique française et en partie par le développement, dans l’offre alimentaire, de produits élaborés en France faisant moins appel aux produits tropicaux ou aux espèces végétales peu ou pas cultivées en France.
- Les effets des aléas climatiques sont importants : en 2019, ils ont favorisé les récoltes françaises, mais le cas du vin montre que les rendements médiocres de 2018 ont freiné l’expansion des ventes en 2019.

1.4.2. Par secteur

- **En fruits et légumes**, le taux d’importation recule, comme en 2018. La production de pomme couvre la demande à hauteur de 94 % du marché en circuit long, contre 75 % en 2017. L’évolution est inverse en pomme de terre, le taux d’import passe de 6 % en 2018 à 17 % en 2019.
- **Dans le domaine des viandes**, peu de changements par rapport à 2018 et 2017 ; pas ou très peu d’échanges en viande bovine et ovine ; les flux d’importation de viande de porc demeurent importants, mais augmentent moins vite que la production de charcuteries, en raison d’une progression des abattages français de plus de 30 %. Les ventes de volailles vers l’UE fléchissent en raison de la demande française et de développement de la production dans d’autres pays.
- **Pour les produits de la mer**, la réduction du taux d’importation traduit un rééquilibrage entre la truite et le saumon, comme matière première des produits fumés, qui constituent toujours le cœur du marché. Les origines des importations de crevettes se sont diversifiées.
- **En produits traiteur**, le taux d’importation fléchit très légèrement en raison de l’essor un peu plus soutenu des ventes de produits utilisant une matière première locale (soupes, galettes, pâtes à dérouler, par exemple).
- **Le bilan céréalier 2019-20** est meilleur que le précédent. Les introductions et importations des 4 principales espèces de céréales sont en baisse de 22 %
- Enfin, **le secteur de l’épicerie favorise la croissance des achats extérieurs**. Cependant l’estimation du taux d’importation débouche sur une légère baisse, eu égard aux produits utilisant de la farine, aux conserves de légumes, aux aliments préparés et aux laits infantiles, toutes gammes valorisant une large part de production française. En revanche le développement des gammes utilisant du cacao (biscuits, céréales pour petits déjeuners) mais aussi du café, du thé et du sucre, favorise le maintien d’un taux très élevé d’importations.
- Dans le secteur des **boissons**, le développement des nectars et des eaux aromatisées favorise une matière première locale : l’eau.
- **Ainsi, comme en 2018, le résultat est le fruit de deux tendances opposées**, d’une part l’utilisation des matières premières et produits hexagonaux, et d’autre part la demande en produits tropicaux ou méditerranéens (tomate transformée, blé dur). La perspective d’une production de sucre de betterave bio en France pourrait, dans les années à venir, diminuer les importations.
- **Les exportations se développent de 5 % en valeur**. Les ventes de vin progressent assez peu (manque de produit) mais les ventes de fruits, y compris réexportations, et surtout de produits d’épicerie sont en progrès.

2. Annexe 1. Révision des séries relatives à l'évaluation de la valeur des ventes de produits alimentaires bio.

2.1. Les motifs.

La révision de certaines valeurs est rendue nécessaire, suite :

- Aux investigations complémentaires qui ont permis :
 - De mieux analyser l'activité des boulangeries ;
 - De mieux mesurer les ventes de vin bio dans le circuit spécialisé bio.
- Aux compléments de données fournis par IRI portant sur l'ensemble des circuits (c'est-à-dire Proximité et E-commerce, depuis 3 ans), ce qui amène à une nette revalorisation des montants retenus pour les rubriques « épicerie » et « jus de fruits et légumes et BRSA »
- A une certaine sous-estimation de la valeur des ventes d'épicerie en GMS, depuis le début des observations, en 2006.
- A la révision, par l'INSEE, des séries portant sur la valeur de la consommation alimentaire des ménages.

2.2. Méthode

Les éléments de base suivants ont été recalculés, sur les années allant de 2010 à 2018, avant la mise à jour 2019.

Circuit des GMS (base : IRI info scan)

- 1) Valeur des ventes d'épicerie sucrée
- 2) Valeur des ventes d'épicerie salée
- 3) Valeur des ventes de Jus de fruits et légumes et BRSA
- 4) Valeur des ventes de bières et cidres

Circuit spécialisé bio (bases : dire d'expert, réponses des circuits bio)

- 5) Valeur des ventes de vin

Circuit des artisans (base : enquête auprès de 1000 boulangers, 2019)

- 6) Valeur des ventes de pain et viennoiseries

Ces modifications amènent à réviser certains totaux intermédiaires et les totaux généraux.

Totaux intermédiaires révisés :

- 7) Totaux E1, E2, E et F pour les GSA
- 8) Total D pour les artisans
- 9) Total F pour les circuits bio
- 10) Totaux GSA, Circuits bio, Artisans
- 11) Totaux D, E1, E2, E et F
- 12) Total général.

En découlent des modifications à la marge des indicateurs calculées à partir des résultats généraux :

- 13) Taux de croissance du marché
- 14) Taux d'importation/introduction
- 15) Taux de pénétration de la consommation alimentaire bio (et ce, d'autant plus que les données INSEE, servant de numérateur, ont été également révisées.

Afin d'ancrer, chez les utilisateurs, l'utilisation des « nouvelles séries », il s'avère nécessaire de présenter les principaux tableaux de données sur longue période.

2.3. Données

Tableau 9 - Valeur des ventes aux ménages d'aliments certifiés biologiques par circuit 2010-2019 – Source AND-International pour Agence Bio

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventes aux ménages en millions d'euros										
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	1 831	2 088	2 159	2 315	2 551	2 846	3 505	4 274	5 247	6 198
<i>Distribution Spécialisée bio en réseau</i>	808	898	1 016	1 160	1 306	1 554	1 943	2 279	2 490	2 723
<i>Distribution Spécialisée bio indépendante</i>	346	358	347	323	348	383	474	486	488	473
Total Circuit Spécialisé Bio	1 154	1 256	1 363	1 483	1 654	1 937	2 417	2 765	2 978	3 197
Artisans-Commerçants	233	263	287	328	364	411	483	552	604	672
Vente Directe	389	423	492	577	643	772	874	1 006	1 135	1 128
TOTAL	3 607	4 031	4 301	4 704	5 212	5 966	7 279	8 597	9 964	11 294
Consommation alimentaire des ménages (Insee)	159 989	163 736	169 514	173 775	173 621	176 305	180 123	182 512	183 885	186 461
Part de l'alimentation biologique	2,3 %	2,5 %	2,5 %	2,7 %	3,0 %	3,4 %	4,0 %	4,7 %	5,4 %	6,1 %
Taux de croissance										
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	-	14 %	3 %	7 %	10 %	12 %	23 %	22 %	23 %	18 %
<i>Distribution Spécialisée bio en réseau</i>	-	11 %	15 %	13 %	13 %	19 %	25 %	17 %	9 %	9 %
<i>Distribution Spécialisée bio indépendante</i>	-	3 %	-3 %	-7 %	8 %	10 %	24 %	3 %	0 %	-3 %
Total Circuit Spécialisé Bio	-	9 %	9 %	9 %	12 %	17 %	25 %	14 %	8 %	7 %
Artisans-Commerçants	-	13 %	9 %	14 %	11 %	13 %	18 %	14 %	9 %	11 %
Vente Directe	-	9 %	16 %	17 %	11 %	20 %	13 %	15 %	13 %	-1 %
TOTAL	-	12 %	7 %	9 %	11 %	14 %	22 %	18 %	16 %	13 %
Parts de marché										
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	51 %	52 %	50 %	49 %	49 %	48 %	48 %	50 %	53 %	55 %
<i>Distribution Spécialisée bio en réseau</i>	22 %	22 %	24 %	25 %	25 %	26 %	27 %	27 %	25 %	24 %
<i>Distribution Spécialisée bio indépendante</i>	10 %	9 %	8 %	7 %	7 %	6 %	7 %	6 %	5 %	4 %
Total Circuit Spécialisé Bio	32 %	31 %	32 %	32 %	32 %	32 %	33 %	32 %	30 %	28 %
Artisans-Commerçants	6 %	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %	6 %	6 %	6 %
Vente Directe	11 %	11 %	11 %	12 %	12 %	13 %	12 %	12 %	11 %	10 %

Tableau 10 - Évolution des ventes aux ménages par famille de produit, de 2010 à 2019 – Source : AND-International pour Agence bio

Millions d'euros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fruits	278	293	324	353	383	485	673	785	896	937
Légumes	290	304	337	368	400	490	626	721	807	928
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	568	597	661	722	784	975	1 299	1 505	1 703	1 865
Lait	249	269	269	273	290	306	328	330	376	395
Produits laitiers	268	311	316	333	364	405	483	568	713	843
Œufs	209	228	237	253	267	287	333	390	452	552
Sous total B1 CREMERIE	726	808	822	859	922	999	1 145	1 288	1 541	1 791
Viande bovine	146	159	169	181	205	231	281	317	373	401
Viande porcine	48	58	63	66	66	69	74	82	109	143
Viande agneau	32	35	37	38	42	42	48	55	66	72
Volaille	108	119	122	130	145	160	177	206	251	283
Charcuterie salaison	65	75	76	84	96	101	108	132	156	178
Sous total B2 VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMEES	399	446	467	499	553	603	688	792	955	1 078
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	1 125	1 254	1 289	1 359	1 475	1 602	1 833	2 079	2 496	2 868
Mer-Saurisserie-Fumaison	49	169	178	94	98	117	156	167	192	206
Traiteur	91	60	64	119	131	149	192	257	312	350
Surgelés	52	-	-	72	74	77	97	115	149	196
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	187	229	242	284	303	343	445	541	654	751
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	433	434	443	454	487	533	608	709	794	914
Épicerie Sucrée	458	534	582	650	745	871	1 083	1 293	1 503	1 754
Épicerie Salée	390	474	497	548	636	737	928	1 152	1 352	1 570
Sous Total E1 EPICERIE	848	1 008	1 079	1 198	1 382	1 609	2 012	2 445	2 855	3 324
Boissons Végétales	60	65	70	74	86	99	129	150	160	163
Jus de fruits & de légumes, BRSA	126	138	147	160	174	194	231	285	321	371
Sous Total E2 BOISSONS SANS ALCOOL	186	203	217	233	260	294	360	434	481	534
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	1 034	1 211	1 296	1 431	1 642	1 903	2 372	2 878	3 336	3 859
Vins tranquilles et autres	252	288	350	435	500	587	693	850	935	979
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	8	17	19	20	20	24	29	35	45	56
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	260	306	369	455	520	611	721	884	981	1 036
TOTAL MARCHÉ	3 607	4 031	4 301	4 704	5 212	5 967	7 277	8 597	9 963	11 294

Tableau 11 - Ventes de produits bio en GMS (Distributeurs alimentaires généralistes tous formats) de 2010 à 2019. Source AND-International pour Agence Bio

Millions d'euros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fruits	101	103	112	118	124	153	217	269	328	355
Légumes	83	85	91	97	104	127	190	228	253	294
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	184	188	203	215	228	280	407	497	582	649
Lait	201	223	221	221	233	245	260	258	307	322
Produits laitiers	164	194	192	198	214	231	275	336	440	536
Œufs	127	143	148	159	166	177	205	248	290	354
Sous total B1 CREMERIE	492	560	561	578	613	653	740	842	1 037	1 213
Viande bovine	94	103	107	114	132	147	171	197	242	261
Viande porcine	29	31	33	34	35	36	39	44	64	88
Viande agneau	14	15	16	17	18	18	15	17	19	21
Volaille	58	65	64	68	74	79	87	106	138	163
Charcuterie salaison	43	50	49	55	63	63	67	87	109	130
Sous total B2 VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMEES	238	264	269	288	321	343	379	452	571	663
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	730	824	831	865	934	996	1 119	1 294	1 608	1 876
Mer-Saurisserie-Fumaison	41	109	112	70	77	92	123	132	155	165
Traiteur	45	50	53	57	60	68	86	125	168	199
Surgelés	42	-	-	62	63	65	81	97	128	173
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	128	159	165	188	199	225	290	354	452	537
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	130	134	132	130	133	148	170	206	247	294
Épicerie Sucrée	246	288	308	340	400	460	598	754	935	1 150
Épicerie Salée	218	281	289	319	373	422	545	708	878	1 071
Sous Total E1 EPICERIE	464	569	597	659	773	882	1 143	1 462	1 813	2 221
Boissons Végétales	30	31	34	36	41	47	61	71	78	80
Jus de fruits & de légumes, BRSA	96	104	110	121	129	142	169	213	245	292
Sous Total E2 BOISSONS SANS ALCOOL	126	135	144	157	170	189	230	284	323	372
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	590	704	741	816	943	1 071	1 373	1 746	2 136	2 593
Vins tranquilles et autres	64	72	80	93	106	117	134	160	197	217
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	5	6	7	8	8	9	12	17	25	33
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	69	79	87	101	114	126	146	177	222	250
TOTAL MARCHE	1 831	2 088	2 158	2 315	2 551	2 846	3 505	4 274	5 247	6 198

Tableau 12 - Vente de produits bio dans le circuit spécialisé BIO de 2010 à 2019 – Source AND-International

Millions d'euros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fruits	119	126	139	153	171	223	327	386	413	424
Légumes	119	126	139	152	166	202	255	290	319	370
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	238	252	278	305	337	425	582	677	733	794
Lait	39	40	41	43	47	49	55	54	52	53
Produits laitiers	67	77	79	83	94	108	134	151	178	196
Œufs	70	72	76	80	86	92	109	120	136	171
Sous total B1 CREMERIE	176	189	196	206	228	250	299	324	366	420
Viande bovine	8	9	10	11	11	13	35	41	45	48
Viande porcine	11	12	13	14	14	15	15	17	21	24
Viande agneau	2	3	3	3	3	3	10	12	14	16
Volaille	31	34	35	38	43	46	52	59	62	63
Charcuterie salaison	21	23	25	26	30	34	37	41	42	43
Sous total B2 VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMEES	73	81	86	91	102	111	149	169	184	196
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	249	270	282	297	330	361	447	493	550	616
Mer-Saurisserie-Fumaison	7	8	9	10	11	13	15	16	16	17
Traiteur	45	50	54	61	70	80	104	130	142	149
Surgelés	5	5	6	6	7	8	11	13	14	15
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	57	63	69	76	88	102	130	159	172	181
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	138	142	146	153	161	173	205	246	260	281
Épicerie Sucrée	212	236	264	295	331	394	465	516	543	576
Épicerie Salée	172	189	204	225	258	310	378	438	468	492
Sous Total E1 EPICERIE	384	425	468	520	589	704	843	954	1 011	1 067
Boissons Végétales	30	33	35	37	44	51	67	77	80	82
Jus de fruits & de légumes, BRSA	25	28	31	33	39	44	53	61	65	66
Sous Total E2 BOISSONS SANS ALCOOL	55	61	66	69	82	96	120	138	145	148
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	439	486	534	589	672	800	963	1 091	1 156	1 215
Vins tranquilles et autres	30	40	50	59	63	72	85	94	101	103
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	3	3	4	3	3	4	5	5	6	7
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	33	43	54	62	66	76	90	99	107	110
TOTAL MARCHÉ	1 154	1 256	1 363	1 483	1 654	1 937	2 417	2 765	2 978	3 197

Tableau 13 - Ventes de produits bio par les artisans commerçants spécialisés par produit de 2010 à 2019 – Source AND-International pour Agence Bio

Millions d'euros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fruits	4	5	5	5	5	6	8	9	10	11
Légumes	2	2	3	4	4	5	6	7	8	9
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	6	7	8	8	8	10	14	16	18	20
Lait	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Produits laitiers	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3
Œufs	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4
Sous total B1 CREMERIE	3	4	4	4	4	5	5	6	7	7
Viande bovine	24	26	27	28	32	36	45	46	50	52
Viande porcine	7	7	7	8	8	8	9	9	11	14
Viande agneau	10	10	11	11	11	11	15	16	19	21
Volaille	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5
Charcuterie salaison	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3
Sous total B2 VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMEES	44	47	49	51	56	61	74	77	87	94
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	47	51	53	55	60	65	80	83	94	101
Mer-Saurisserie-Fumaison	1	5	5	13	9	12	17	18	19	21
Traiteur	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
Surgelés	-	-	-	4	4	4	5	6	7	8
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	2	6	6	18	15	16	23	26	28	31
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	125	138	145	150	170	187	206	227	250	295
Épicerie Sucrée	-	3	3	5	5	6	7	8	8	9
Épicerie Salée	-	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Sous Total E1 EPICERIE	-	4	4	6	7	8	9	10	10	11
Boissons Végétales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jus de fruits & de légumes, BRSA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sous Total E2 BOISSONS SANS ALCOOL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	-	4	4	6	7	8	9	10	10	11
Vins tranquilles et autres	53	56	70	90	103	124	150	189	202	212
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	-	1	1	1	1	1	1	1	1	2
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	53	57	71	91	104	125	151	190	204	213
TOTAL MARCHE	233	263	287	328	364	411	483	552	604	672

Tableau 14 - Ventes directes aux ménages de produits bio par les producteurs agricoles de 2010 à 2019 – Source AND International pour Agence Bio

Millions d'euros	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fruits	56	60	69	77	83	104	121	120	144	147
Légumes	84	90	104	116	127	156	176	195	226	256
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	140	150	173	193	211	260	296	315	370	403
Lait	9	6	7	9	10	12	13	18	17	20
Produits laitiers	36	38	44	50	55	64	72	79	92	107
Œufs	10	10	11	11	12	15	16	19	21	24
Sous total B1 CRÈMERIE	55	54	62	71	77	91	101	116	131	151
Viande bovine	20	22	25	28	30	35	30	33	37	40
Viande porcine	1	8	10	10	10	10	10	12	13	17
Viande agneau	6	7	7	8	9	9	9	10	14	14
Volaille	17	17	20	22	24	31	34	37	47	52
Charcuterie salaison	-	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Sous total B2 VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	44	55	63	70	75	88	86	94	113	125
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	99	109	125	141	152	179	187	210	244	276
Mer-Saurisserie-Fumaison	-	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Traiteur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Surgelés	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	-	1	1	1	1	1	1	2	2	2
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	40	20	20	21	23	25	27	30	37	44
Épicerie Sucrée	-	7	7	9	9	11	13	15	17	19
Épicerie Salée	-	3	3	3	4	4	4	4	4	5
Sous Total E1 EPICERIE	-	10	10	12	13	15	17	19	21	24
Boissons Végétales	-	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Jus de fruits & de légumes, BRSA	5	6	6	6	6	8	9	11	11	13
Sous Total E2 BOISSONS SANS ALCOOL	5	7	7	7	8	9	10	12	13	15
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	5	17	17	19	20	24	27	31	34	39
Vins tranquilles et autres	105	120	150	193	228	274	324	407	435	448
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	-	7	7	8	8	10	11	12	13	15
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	105	127	157	201	236	284	334	418	448	463
TOTAL MARCHÉ	389	424	493	577	643	773	872	1 006	1 135	1 228

Tableau 15 - Estimation des échanges extérieurs de produits bio en 2018 – Source AND International pour Agence Bio

	Stade de détail	Valeur au prix de gros	Taux d'appro. hors France	Dont UE	Dont Non UE	Vente hors FR (1)	Imp.UE	Imp Pays tiers	Exp UE	Exp Pays tiers	Total import	Total export
	M EUR	M EUR	%	%	%	%	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR
Fruits	896	597	57,4 %	27,6 %	29,8 %	4,4 %	165	178	25	1	343	26
Légumes	807	538	22,9 %	18,4 %	4,5 %	4,3 %	99	24	22	1	123,2	23
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 703	1 135	41,1 %	23,3 %	17,8 %	4,3 %	264	202	47	2	466	49
Lait	376	251	2,4 %	2,4 %	0,0 %	6,4 %	6	0	16	0	6	16
Produits laitiers	713	475	2,1 %	1,5 %	0,6 %	4,0 %	7	3	19	0	10	19
Œufs et ovoproduits	452	301	1,0 %	1,0 %	0,0 %	1,2 %	3	0	4	0	3	4
B1 Crèmerie	1 541	1 027	1,8 %	1,6 %	0,3 %	3,8 %	16	3	39	0	19	39
Viande bovine	374	249	0,4 %	0,4 %	0,0 %	0,2 %	1	0	1	0	1	1
Viande porcine	109	73	5,5 %	5,5 %	0,0 %	2,8 %	4	0	2	0	4	2
Viande agneau	65	43	2,3 %	1,1 %	1,1 %	0,0 %	1	1	0	0	1	0
Volaille fraîche et élaborée	251	167	0,6 %	0,6 %	0,0 %	9,6 %	1	0	15	1	1	16
Charcuterie salaison	156	104	25,4 %	25,4 %	0,0 %	3,9 %	26	0	4	0	26	2
B2 Viandes fraîches et transformées	955	637	5,2 %	5,2 %	0,1 %	3,5 %	33	1	22	1	29	21
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	2 496	1 664	3,1 %	2,9 %	0,2 %	3,7 %	49	4	60	1	48	59
Mer-Saurisserie-Fumaison	192	128	77,0 %	49,7 %	27,3 %	4,9 %	64	35	4	2	99	6
Traiteur	312	208	18,4 %	18,4 %	0,0 %	0,6 %	38	0	1	0	38	1
Surgelés	149	99	68,0 %	57,0 %	11,0 %	2,0 %	57	11	2	0	68	2
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	654	436	47,0 %	36,4 %	10,5 %	2,2 %	159	46	7	2	205	10
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	794	529	25,0 %	25,0 %	0,0 %	1,7 %	132	0	7	0	132	7
Epicerie Sucrée	1503	1002	58,3 %	22,8 %	35,5 %	11,9 %	228	355,7	72	16	584	88
Epicerie Salée	1352	901	66,4 %	39,1 %	27,3 %	12,4 %	352	246,1	72	13	598	85
SOUS TOTAL E1 Epicerie	2855	1903	62,2 %	30,6 %	31,6 %	12,1 %	581	601,8	144	29	1183	173
Boissons Végétales	160	107	29,5 %	18,7 %	10,9 %	4,8 %	20	11,63	5	0	31	5
Jus de fruits & de légumes, BRSA	321	214	78,6 %	21,4 %	57,2 %	4,0 %	46	122,4	7	0	168	7
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	481	321	60,6 %	20,4 %	40,2 %	4,3 %	66	134	12	0	200	12
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	3336	2224	61,9 %	28,9 %	33,0 %	10,8 %	647	736	156	29	1382	185
Vins tranquilles et autres	935	623	0,3 %	0,3 %	0,0 %	71,6 %	2	0	242	215	2	457
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	45	30	17,5 %	17,5 %	0,0 %	42,8 %	5	0	2	10	5	12
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	981	654	1,0 %	1,0 %	0,0 %	64,2 %	7	0	244	225	7	469
TOTAL GENERAL	9 971	6 647	33,7 %	17,7 %	13,4 %	12,8 %	1 077	817	522	259	2 241	779

(1) en % du CA France

Tableau 16 - Évolution du taux d'importation

Années	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Taux d'approvisionnement hors France (1)	26,3 %	26,3 %	25,9 %	31 %	33,2 %	33,7 %	33,1 %
Valeur (M EUR)	826	913	1 030	1 494	1 904	2 241	2 490

(1) Valeur estimée des importations / chiffre d'affaires – hors RHD – au stade de gros.

NB. En l'absence de données des douanes concernant les importations en provenance de l'UE, y compris pour les produits tropicaux débarqués dans d'autres États membres de l'UE, il est nécessaire de procéder par estimation.

L'estimation de la valeur des approvisionnements hors France se base :

- Sur les déclarations des entreprises répondant à l'enquête Agence bio / AND International, notamment pour les fruits et légumes, les viandes, le secteur laitier et le vin.
- Sur les données des douanes françaises pour l'importation directe en provenance de pays tiers (essentiellement les crevettes, le soja, les tourteaux de soja).
- Sur l'origine identifiable des matières premières constituant les produits. Par exemple une tablette de chocolat noir fabriquée en France est considérée comme importée (cacao et sucre de canne sont nécessairement importés des pays tiers – jusqu'en 2019)
- Sur les données suivies par FranceAgriMer (notamment les céréales et les oléo-protéagineux).

3. Analyses complémentaires

3.1. Annexe 2 – Analyse du taux de pénétration

Tableau 17 – Taux de pénétration de l'alimentation bio par segment de 2017 à 2019

Stade de détail M EUR	BIO 2017	BIO 2018	BIO 2019	INSEE 17	INSEE 18	INSEE 19	Taux 2017	Taux 2018	Taux 2019	Évolution 17/16	Évolution 18/17	Évolution 19/18
Fruits	785	896	937	10 282	10 527	10 588	7,6 %	8,5 %	8,8 %	1,0 %	0,9 %	0,3 %
Légumes	721	807	928	11 268	11 281	12 247	6,4 %	7,2 %	7,6 %	1,0 %	0,8 %	0,4 %
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 505	1 703	1 865	21 550	21 808	22 835	7,0 %	7,8 %	8,2 %	1,0 %	0,8 %	0,4 %
Lait	330	376	395	2 575	2 574	2 522	12,8 %	14,6 %	15,7 %	0,3 %	1,8 %	1,1 %
Produits laitiers	568	713	843	17 598	18 127	18 745	3,2 %	3,9 %	4,5 %	0,4 %	0,7 %	0,6 %
Œufs	390	452	552	1 330	1 409	1 483	29,3 %	32,1 %	37,2 %	2,8 %	2,8 %	5,2 %
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 288	1 541	1 791	21 504	22 111	22 751	6,0 %	7,0 %	7,9 %	0,6 %	1,0 %	0,9 %
Viande bovine	317	373	421	7 850	7 621	7 547	4,0 %	4,9 %	5,6 %	0,5 %	0,9 %	0,7 %
Viande porcine	82	109	121	2 403	2 318	2 268	3,4 %	4,7 %	5,3 %	0,4 %	1,3 %	0,6 %
Viande agneau	55	65	72	1 147	1 083	1 038	4,8 %	6,0 %	7,0 %	0,8 %	1,2 %	1,0 %
Volaille	206	251	283	5 942	5 873	5 876	3,5 %	4,3 %	4,8 %	0,5 %	0,8 %	0,5 %
Charcuterie salaison	132	156	178	16 471	16 691	16 751	0,8 %	0,9 %	1,1 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	792	955	1 076	33 813	33 587	33 480	2,3 %	2,8 %	3,2 %	0,3 %	0,5 %	0,4 %
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAÎCHES ET TRANSFORMÉES	2 079	2 496	2 867	55 316	55 697	56 231	3,8 %	4,5 %	5,1 %	0,4 %	0,7 %	0,6 %
Mer-Saurisserie-Fumaison	167	192	206	6 605	6 508	6 594	2,5 %	3,0 %	3,1 %	0,2 %	0,4 %	0,2 %
Traiteur	257	312	350	7 592	7 710	7 790	3,4 %	4,0 %	4,5 %	0,8 %	0,7 %	0,4 %
Surgelés	115	149	196	3 322	3 393	3 284	3,5 %	4,4 %	6,0 %	0,5 %	0,9 %	1,6 %
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	539	654	751	17 519	17 611	17 668	3,1 %	3,7 %	4,3 %	0,5 %	0,6 %	0,5 %
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	709	794	914	15 995	16 922	17 356	4,4 %	4,7 %	5,3 %	0,5 %	0,3 %	0,6 %
Épicerie Sucrée	1 293	1 503	1 754	18 061	18 477	18 764	7,2 %	8,1 %	9,3 %	1,0 %	1,0 %	1,2 %
Épicerie Salée	1 152	1 352	1 570	24 207	24 378	24 804	4,8 %	5,5 %	6,3 %	0,8 %	0,8 %	0,8 %
SOUS TOTAL E1 Épicerie	2 445	2 855	3 324	42 268	42 855	43 568	5,8 %	6,7 %	7,6 %	0,9 %	0,9 %	1,0 %
Boissons Végétales	150	160	163	6 696	6 847	6 848	6,5 %	7,0 %	7,8 %	1,0 %	0,5 %	0,8 %
Jus de fruits & de légumes, BRSA	285	321	371									
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	434	481	534	6 696	6 847	6 848	6,5 %	7,0 %	7,8 %	1,0 %	0,5 %	0,8 %
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	2 878	3 336	3 859	48 964	49 702	50 416	5,9 %	6,7 %	7,7 %	0,9 %	0,8 %	0,9 %
Vins tranquilles et autres	850	935	979	8 796	8 770	8 478	9,7 %	10,7 %	11,6 %	1,8 %	1,0 %	0,9 %
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	35	45	56	12 219	12 605	13 037	0,29 %	0,36 %	0,43 %	0,0 %	0,1 %	0,1 %
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	884	981	1 036	21 015	21 375	21 515	4,2 %	4,6 %	4,8 %	0,7 %	0,4 %	0,2 %
TOTAL GENERAL	8 597	9 963	11 292	180 359	183 116	186 021	4,8 %	5,4 %	6,1 %	0,7 %	0,7 %	0,6 %

Elaboration AND international pour Agence Bio

3.1.1. Un peu de méthode

En cette période de croissance très faible ou de recul de la valeur de la consommation alimentaire des ménages, le suivi des données y étant relatives n'est pas toujours limpide. En effet, l'INSEE publie deux séries, qui sont complémentaires mais peuvent être apparemment contradictoires. Les données de consommation mensuelles (« Dépenses de consommation des ménages en biens ») permettent d'avoir une idée régulière et rapidement disponible de la tendance. Ces données sont communiquées en Euros « aux prix de l'année précédente », ce qui correspond de fait à une évolution « en volume ». En 2019, cet indicateur est en baisse de 1,2 %, après avoir baissé de 0,8 % en 2018. L'autre série provient de la comptabilité nationale (« consommation effective des ménages »). C'est une série annuelle qui donne un détail par produit. Elle est disponible en volume (aux prix de l'année précédente, chaînés) et en valeur (en euros courants). Les agrégats proposés portent, pour ce qui nous concerne, sur les « produits de l'agriculture, de la sylviculture et de la pêche » d'une part et sur les « produits des industries alimentaires et de l'industrie des boissons » d'autre part. En volume, l'évolution en 2019 du premier agrégat (qui inclut des produits non alimentaires, comme les fleurs, les sapins de Noël, ou les animaux domestiques) est de 0,8 % et l'évolution du second est de -2,2 % pour une évolution cumulée de -1,7 %, cohérente avec celle de la série « dépenses de consommation des ménages en bien ». En valeur (en millions d'euros courants) les mêmes indicateurs sont de 5,1 % pour les produits de l'agriculture, ce qui est une conséquence de la hausse des prix des pommes de terre et, dans une moindre mesure, des prix des légumes, des œufs, des produits de l'aquaculture et des fruits ; et de 1,1 % pour les produits des IAA et de l'industrie des boissons. L'évolution du cumul des deux rubriques est de 1,8 %. **Donc au recul en volume de -1,3 % correspond une progression en valeur (en euros courants) de 1,8 %.**

La base de comparaison de l'estimation AND/Agence Bio de la valeur de la consommation alimentaire biologique des ménages doit être la série en euros courants. Afin d'ajuster au plus fin la comparaison, certains postes du tableau INSEE « Consommation effective des ménages » sont exclus de la somme : l'autoconsommation et les consommations des collectivités, ainsi que les données correspondantes aux produits minéraux ou non alimentaires. **En 2019, cet agrégat sur mesure a évolué de 1,6 % en valeur, à hauteur de 186 078 millions d'euros ; en volume, il a reculé de - 0,8 %.**

3.1.2. Part de marché des aliments bio.

La part de marché de l'alimentation bio dans les dépenses des ménages, calculée sur une base comparable, est de 6,1 %, soit une progression de 0,6 point en 2019 par rapport à 2018, contre +0,7 points en 2018, 207 et 2016.

Les deux produits phares sont toujours les œufs et le lait dont les progressions sont remarquables.

- **Le marché des œufs**, avec plus de 37 % de part de marché en valeur, en croissance de 5,2 points, selon nos données et calculs. En dépit des craintes de surproduction et d'effondrement des cours émises par les professionnels courant 2019 en raison d'une poussée de la production, le marché s'est globalement tenu et les volumes produits ont trouvé preneur. On note néanmoins une érosion des prix (-1 % au stade de détail). La croissance est notamment due à la réduction rapide de la demande en « œuf cage » qui crée un appel pour les œufs dits alternatifs (en volière, au sol, label Rouge, bio).
- **Le lait bio** enregistre une part de marché de 15,7 % en valeur, en hausse d'un point par rapport à 2018. La progression est moindre qu'en 2018, sans qu'il y ait eu de manque manifeste de lait. Il n'y a pas pour le lait « d'effet fin des cages » qui stimule la demande. L'étiage n'est pas atteint, mais le rythme de la croissance est plutôt d'un point par an.

Les quatre autres catégories de produits pour lesquelles la valeur des ventes de produits bio enregistre une part de marché qui dépasse 7 % sont le vin, les fruits et légumes frais, l'épicerie sucrée et les boissons sans alcool.

- **Le vin (11,6 %)**. La part de marché du vin progresse de presque un point et s'établit à 11,6 %³. Le marché du vin bio en 2019 n'a pas progressé très vite, en raison d'une vendange 2018 à nouveau peu abondante,

³ Dans le cadre de la révision des séries, la valeur des ventes de vin en circuits spécialisés a été revue à la baisse.

comme en 2017. Il n'en reste pas moins que la valeur de la consommation de vin bio par les ménages progresse, alors que celle de vin en général régresse.

- **L'épicerie sucrée (9,3 %).** La part de marché du bio a progressé de 1,2 points, ce qui est énorme compte tenu de l'importance de cette rubrique. La progression de celle-ci repose notamment sur les produits pour le petit déjeuner : céréales, café, thé, boissons chocolatées. Le différentiel de croissance entre la consommation générale (+1,6 %) et la bio (+16,7 %) est énorme.
- **Les fruits et légumes frais (8,2 %).** La progression de la part de marché est de 0,4 point en 2019, ce qui confirme et amplifie le ralentissement de la progression du taux de pénétration constaté en 2018 et 2017. Les effets prix sont importants dans ce secteur et on constate un recul du prix moyen pondéré des fruits issus de l'agriculture biologique, en particulier les agrumes et les pommes. Inversement la hausse des prix des pommes de terre, due aux conditions climatiques, aussi néfastes à la production bio que conventionnelle, et de quelques légumes a fait que le prix moyen pondéré de cet ensemble a progressé.
- **La part du bio dans le marché des boissons sans alcool est de 7,8 %.** La progression est de 0,8 point, soit davantage qu'en 2018, ce qui est lié à la stagnation des achats en général.
- **La part de marché estimée de la viande d'agneau est de 6,1 %.** On retrouve ici le même phénomène que pour le vin : recul du marché global, progression des volumes bio, dont le prix de vente est plus élevé.

Les deux catégories pour lesquelles la part de marché des produits bio est comprise entre 6 % (moyenne générale) et 7 % sont **l'épicerie salée et la viande d'agneau**.

Viande ovine (7 %). Les abattages ont crû à un rythme de 11 %, alors que le marché en général a reculé de 4 %. Autrement dit : les tendances des années antérieures se poursuivent. La part de marché de la filière ovine bio a progressé de 1 point.

Épicerie Salée (6,3 %). Sur cet ensemble très vaste (près de 25 Mrds en conventionnel), la part de marché des produits biologiques a augmenté de 0,8 point. Les produits les plus développés sont toujours les huiles, les conserves de légume et les aliments infantiles. Ces derniers ont largement contribué à la progression.

Les catégories pour lesquelles le taux de pénétration est inférieur à la moyenne de 6 % mais supérieures à 5 % sont :

- **Les surgelés (6 %).** La part de marché progresse de 1,6 points en 2019 après 0,9 point en 2018. C'est, sur les deux dernières années, un des segments les plus performants, tant en GMS que dans les enseignes de surgelés.
- **Les viandes bovines et porcines (5,6 % et 5,3 %).** Dans les deux cas, l'activité bio progresse à un rythme comparable à celui de l'ensemble du marché bio et, dans les deux cas, la valeur de la consommation générale diminue ; c'est pourquoi la part de marché progresse respectivement de 0,7 et 0,6 point. Le prix de la viande bovine au stade de détail recule.
- **Le pain et la pâtisserie fraîche (5,3 %).** La progression de la part de marché est de 0,6 point, score un peu en deçà de la moyenne du marché bio. La part de marché elle-même est inférieure à la moyenne. Cependant le développement reste fort dans l'ensemble des circuits. Le potentiel reste très important.

Les catégories pour lesquelles le taux de pénétration est inférieur à 5 % sont :

- **La viande de volaille (4,8 %).** La progression de la part de marché est de 0,5 point sur un marché qui ne se développe pas selon l'INSEE. En fait la production augmente à un rythme comparable à celui du marché bio en général. L'effet prix est faible.
- **Les produits traiteurs (4,5 %).** Comme pour la volaille, la progression n'est que 0,5 point, alors que le marché, cerné de manière partielle par l'INSEE, ne se développe que de 1 %. L'univers des produits traiteurs est très large et le bio ne couvre pas toute son étendue.
- **Les produits laitiers autres que lait (PDM de 4,5 %, progression de 0,6 point).** Le potentiel de développement demeure énorme, la progression est rapide (+18 % en valeur), mais les effets de prix et de gamme portent encore le marché conventionnel. La part de marché du bio reste en deçà de la référence générale de 6,1 %, mais la dépasse pour le beurre ou la crème.
- **Les produits de la mer (3,1 %).** Le recul des ventes de saumon fumé bio, produit vedette de la croissance il y a quelques années, handicape l'évolution générale du secteur, bien que cela soit compensé par d'autres

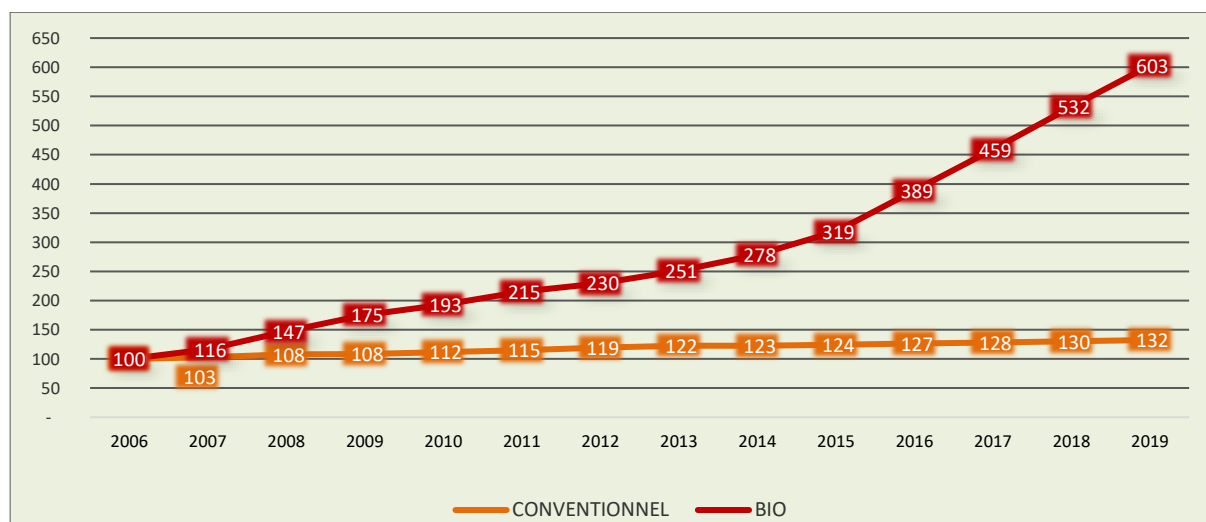
productions, comme la truite, plus locale que le saumon, mais aussi les moules (importées ou non) et les crevettes (de différentes origines, au-delà de Madagascar). La part de marché progresse à peine de 0,1 point.

- **La charcuterie salaison (1,1 %).** Les viandes transformées souffrent, dans la gamme bio, de divers handicaps, au-delà de l'origine animale des matières premières : un prix très élevé, qui s'explique par les effets de rendement appliqués à une matière première dont le coût est déjà élevé ; une gamme moins large que celle de la charcuterie conventionnelle et de ses multiples spécialités. En dépit d'un taux de croissance supérieur à celui du marché général de la bio, la part de marché ne progresse que de 0,2 point, mais dépasse, pour la première fois, 1 %.
- **La part de marché des autres produits alcoolisés (0,4 %).** Les alcools bio sont très faiblement développés, les images de luxe et de produit à consommer avec modération ne correspondent que peu à celle de l'alimentation responsable. La brèche se trouve dans les brasseries, le taux de pénétration de la bière bio se situe entre 1,5 % et 2 %. Pas de décollage pour les alcools.

3.1.3. Les produits bio représentent une large part de la croissance du marché alimentaire

Si on compare, sur les 14 dernières années, l'indice de progression des ventes alimentaires bio avec celui des ventes générales, on constate que la progression a été 4,6 fois plus rapide.

Figure 3 Comparaison des indices de progression des ventes alimentaires bio et générales
100 = 2006



Agence BIO - AND-International 2019

Tableau 18 – Part de la progression des ventes bio dans la progression du marché alimentaire

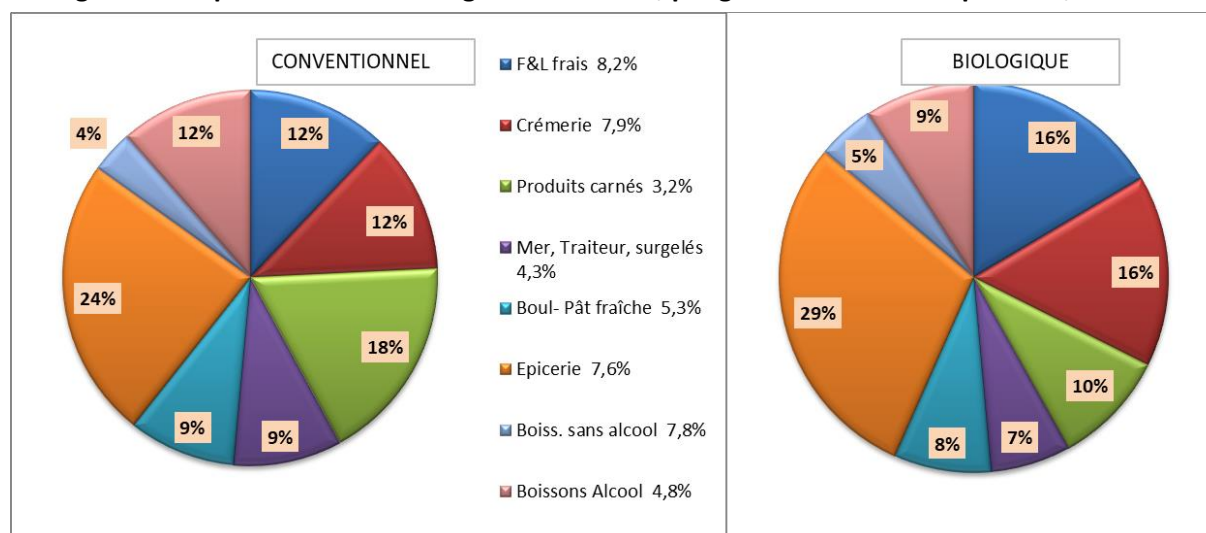
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
7 %	9 %	48 %	7 %	9 %	4 %	9 %	200 %	31 %	40 %	57 %	50 %	45 %

Agence BIO - AND-International 2020 – Données susceptibles de révision.

Durant les 4 dernières années, les produits bio représentent plus ou moins la moitié de la progression du marché alimentaire auprès des ménages.

3.1.4. L'alimentation bio est plus végétale qu'animale

Figure 4 Comparaison des ventes générales et bio, par grandes familles de produits, en 2019



NB : le % dans la légende indique le taux de pénétration bio 2019 de chaque catégorie

Agence BIO - AND-International 2020

*D'après INSEE 2020

Suite à la révision des données et aux évolutions de 2019, la part de l'épicerie apparaît de manière plus conforme à son poids réel, avec 29 % de la valeur des ventes bio (24 % en conventionnel). Ainsi, le poids des produits carnés, hors traiteur et surgelé, est de 18 % en conventionnel et de 10 % en bio, où le poids des produits laitiers est plus important (16 % contre 12 %). La somme des deux principaux rayons de produits animaux est de 26 % en bio, contre 30 % en conventionnel. Un tel décalage existe aussi au sein de l'univers « mer, traiteur et surgelé » : les produits végétaux y sont proportionnellement beaucoup plus présents en bio qu'en conventionnel.

3.1.5. Approche détaillée des données IRI

En comparant les données générales des ventes de produits emballés à poids constant et les données de ventes de produits bio sur la même base méthodologique, il est possible de proposer une approche des parts de marché des produits emballés en grande distribution généraliste.

Deux tableaux sont proposés ci-après : le premier présente les résultats par familles de produits, le second présente les 37 familles ou sous-familles pour lesquelles la pénétration est supérieure à 10 %.

Tableau 19 – Part de marché des produits bio en grande distribution généraliste selon IRI (1) par familles de produits

	PDM 18	PDM 19	Évolution
ÉPICERIE	5,8 %	7,1 %	1,2 %
Épicerie SALÉE	5,8 %	7,0 %	1,2 %
ASSAISONNEMENTS ET CONDIMENTS	8,9 %	10,3 %	1,4 %
POTAGES ET SAUCES	7,4 %	9,0 %	1,5 %
CONSERVES DE POISSONS	0,4 %	0,4 %	0,0 %
FÉCULENTS	10,9 %	12,1 %	1,2 %
ALIMENTS POUR ANIMAUX	0,1 %	0,2 %	0,1 %
ALIMENTS INFANTILES	15,6 %	21,7 %	6,1 %
PLATS CUISINES	4,5 %	5,3 %	0,8 %
CONSERVES DE VIANDE	1,4 %	2,3 %	0,9 %
CONSERVES DE LÉGUMES	7,3 %	8,9 %	1,6 %
PRODUITS APÉRITIFS	2,8 %	3,5 %	0,7 %
Épicerie SUCRÉE	5,8 %	7,1 %	1,3 %
BISCUITERIE SUCRÉE	4,8 %	5,6 %	0,8 %
CONFISERIE	2,4 %	3,0 %	0,6 %
CONSERVES DE FRUITS	11,1 %	13,7 %	2,6 %
DESSERTS	1,9 %	2,1 %	0,2 %
PANIFICATION SÈCHE	20,7 %	21,0 %	0,3 %
PÂTISSERIE INDUSTRIELLE	2,4 %	3,4 %	1,0 %
PETITS DÉJEUNERS	8,1 %	10,0 %	2,0 %
SUCRES ET ÉPICERIE PÂTISSERIE	6,9 %	8,6 %	1,7 %
LIQUIDES	1,7 %	2,0 %	0,3 %
BIÈRES ET CIDRES	1,1 %	1,3 %	0,3 %
BIÈRES ET PANACHÉS	0,8 %	1,1 %	0,3 %
CIDRES	7,4 %	8,3 %	0,9 %
BRSA ET EAUX	3,2 %	3,8 %	0,5 %
BRSA GAZEUSES	0,4 %	0,5 %	0,1 %
BRSA NON GAZEUSES	7,5 %	8,4 %	0,9 %
EAUX	0,2 %	0,8 %	0,6 %
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	0,3 %	0,4 %	0,1 %
ALCOOLS ET LIQUEURS	0,1 %	0,1 %	0,0 %
APÉRITIFS	0,5 %	0,6 %	0,0 %
MOUSSEUX ET CHAMPAGNES	0,8 %	1,2 %	0,4 %
FRAIS ET SURGELÉS EN LIBRE SERVICE POIDS FIXE	5,0 %	5,7 %	0,7 %
SURGELÉS et GLACES	1,9 %	2,4 %	0,5 %
SURGELÉS SUCRÉS	1,1 %	1,8 %	0,6 %
SURGELÉS SALÉS	2,1 %	2,7 %	0,5 %
CRÈMERIE	7,8 %	8,7 %	0,9 %
ULTRA FRAIS	5,2 %	6,1 %	0,9 %
BEURRE ŒUFS LAIT	17,6 %	19,1 %	1,5 %
FROMAGES LS	2,1 %	2,6 %	0,5 %
FRAIS NON LAITIERS LS	3,2 %	3,6 %	0,4 %
TRAITEUR LS	2,7 %	3,0 %	0,4 %
SAURISSE	6,8 %	7,3 %	0,5 %
CHARCUTERIE LS	1,9 %	2,3 %	0,4 %
FRUITS ET LÉGUMES LS	6,4 %	7,6 %	1,1 %
VOLAILLES LS	0,8 %	1,0 %	0,1 %
BOUCHERIE LS	6,7 %	7,3 %	0,6 %

(1) Hypermarchés, Supermarchés, Magasins de proximité, Hard-discount, e-commerce.

Au-delà des commentaires déjà faits dans la première partie de cette note, il convient de souligner que :

- Les taux de croissance sont variés, mais tout progresse sauf les alcools ;
- Les catégories pour lesquelles la pénétration est la plus forte (> 10 %) sont :
 - Les aliments infantiles (21,7 % ; +3,6 %),
 - La panification sèche (21,0 % ; +0,3 %),
 - Les conserves de fruits (13,7 % ; +2,6 %)
 - Les féculents (12,1 % ; +1,2 %),
 - Les assaisonnements et condiments (principalement huiles, 10,3 % ; +1,4 %) ;
 - Les produits pour petits déjeuners (10 % ; +2 %).

Tableau 20 – Part de marché des produits bio en grande distribution généraliste selon IRI (1) : les sous familles dont la part de marché dépasse 10 %

	PDM 18	PDM 19	ÉVOLUTION
BOISSON ET CRÈME VÉGÉTALE	82 %	81 %	-0,7 %
JUS DE LÉGUMES	52 %	50 %	-1,0 %
TOASTS GALETTES ET CRACKERS	50 %	49 %	-1,2 %
INFUSIONS	35 %	40 %	5,0 %
SEMOULES ET CÉRÉALES D'ACCOMPAGNEMENT	37 %	38 %	1,5 %
ŒUFS	29 %	32 %	3,2 %
ALIMENTS BEBE	19 %	27 %	8,3 %
ENTRÉES APPERTISÉES	26 %	26 %	-0,3 %
CRÊPES GALETTES TARTES SUCRÉES	20 %	22 %	2,3 %
FARINES	18 %	21 %	2,7 %
CÉRÉALES PETIT DEJEUNER	16 %	19 %	3,3 %
PAINS GRILLES ET BRAISES	16 %	18 %	1,5 %
HUILES	15 %	17 %	2,1 %
COMPOTES APPERTISÉES	14 %	17 %	3,2 %
CONSERVES DE TOMATES	15 %	17 %	2,3 %
THÉS	12 %	17 %	4,2 %
LAIT longue conservation	15 %	16 %	1,0 %
MIELS	15 %	16 %	1,1 %
LÉGUMES SECS	12 %	15 %	3,7 %
SOUPES ET SAUCES FRAICHES	12 %	15 %	3,2 %
ÉDULCORANTS ET SUBSTITUTS DE SUCRE	13 %	15 %	2,2 %
LAITS INFANTILES	11 %	15 %	3,2 %
JUS DE FRUITS	13 %	15 %	1,6 %
LAIT FRAIS NATURE AROMATISE	13 %	15 %	1,9 %
MAIS DOUX EN CONSERVE	12 %	14 %	2,2 %
SOUPES ET POTAGES	11 %	14 %	2,5 %
PLATS CUISINES APPERTISÉES	12 %	14 %	1,8 %
PÂTES À TARTINER	11 %	13 %	2,6 %
CONFITURES	10 %	12 %	1,7 %
AIDES CULINAIRES ET CROUTONS	10 %	12 %	1,4 %
SAUMON FUMÉ	12 %	11 %	-0,2 %
PETITS POIS EN CONSERVE	9 %	11 %	1,4 %
GOUTERS	11 %	11 %	0,0 %
LÉGUMES D'ACCOMPAGNEMENT EN CONSERVE	10 %	11 %	0,8 %
SAUCES TOMATES	9 %	10 %	1,7 %
SIROPS D'ÉRABLE ET ASSIMILÉS	9 %	10 %	1,7 %
KETCHUPS	9 %	10 %	1,2 %

(1) Hypermarchés, Supermarchés, Magasins de proximité, Hard-discount, e-commerce

Les plus fortes croissances de parts de marché ont été notées en caractères gras, soit en ordre décroissant : aliments pour bébés, infusions, thés, légumes secs, céréales pour petits déjeuners, laits infantiles, soupes et sauces, œufs, compotes appertisées. La majorité de ces produits sont offerts par de très grandes entreprises multinationales.

3.2. Annexe 3 – Les consommations régionales

3.2.1. Rappel méthodologique

Le niveau de consommation régional est abordé en utilisant trois indices territoriaux : les données IRI (par régions IRI) répartissent les ventes des GMS généralistes, la répartition des surfaces de magasins spécialisés par département (source : Biolinéaires) un coefficient de pondération par département est introduit de manière à tenir compte d'un CA/ m² plus important dans les zones densément peuplées, où les coûts sont plus élevés et d'un CA/m² plus bas dans les départements peu denses (< 50 habitants par km² à comparer à 20 000 habitants/km² dans Paris intra-muros), et enfin la répartition par département du nombre de producteurs en vente directe (source : Agence Bio).

Les regroupements suivent ainsi les régions IRI, devenues caduques depuis la réforme territoriale, qui ne correspond pas au découpage des panellistes.

Sur la base de ces coefficients, la valeur du marché est calculée par Région IRI et par circuit, il en est déduit la consommation par habitant en fonction de la population (INSEE, 2018). Le circuit « artisan commerçant » est intégré sans coefficients régionaux.

3.2.2. Coefficients et valeurs des consommations régionales

Tableau 21 – Coefficients de consommation par circuit selon les régions IRI - 2019

Région IRI	Périmètre	COEFFICIENTS		
		Hyper-Super	Circuit bio	Vente directe
Sud Est	PACA + Languedoc-Roussillon + Corse	15,2 %	16,9 %	18,4 %
Sud-Ouest	Aquitaine + Midi-Pyrénées	10,4 %	12,3 %	18,6 %
Parisienne	Ile-de-France	19,3 %	17,0 %	5,3 %
Est	Alsace + Lorraine + Champagne-Ardenne	6,9 %	7,6 %	6,4 %
Nord	Hauts-de-France	5,5 %	5,2 %	3,7 %
Ouest Nord	Bretagne + Normandie	11,4 %	9,2 %	11,7 %
Ouest Sud	Pays de Loire + Poitou-Charentes	9,5 %	8,2 %	11,4 %
Centre Est	Bourgogne + Franche-Comté + Rhône-Alpes	15,6 %	17,6 %	16,0 %
Centre Ouest	Limousin + Centre + Auvergne	6,2 %	6,1 %	8,4 %
France Métropolitaine		100 %	100 %	100 %

Agence BIO - AND-International 2020 d'après IRI Symphonie, Biolinéaires et Agence BIO

Tableau 22 – Valeur des marchés bio par circuit selon les régions IRI et montant par habitant

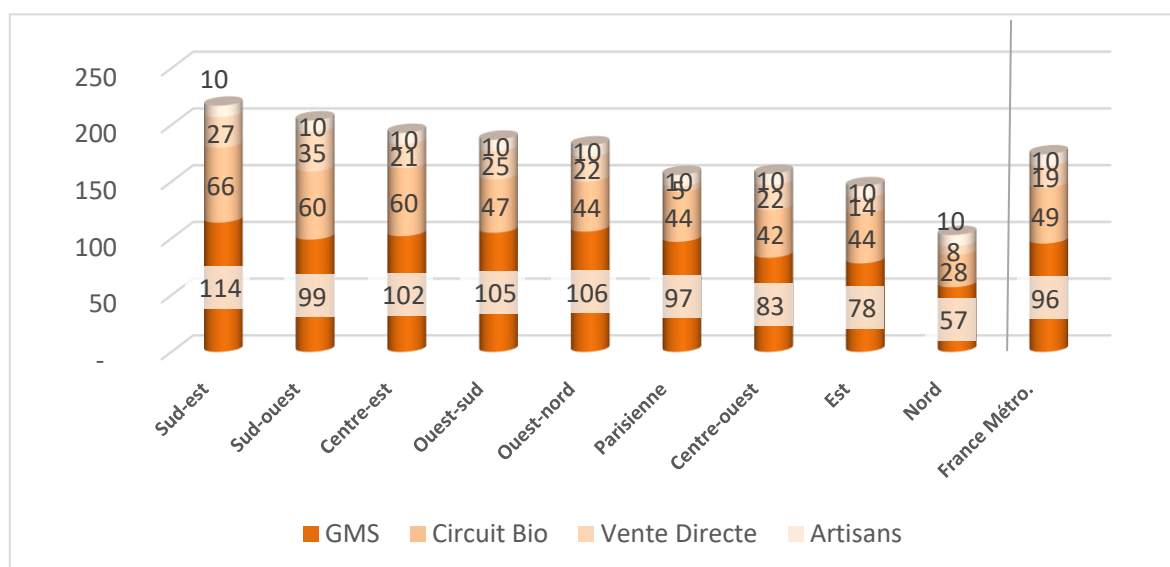
En M EURO	GMS	Circuit bio	Vente Directe	Artisans	TOTAL	POPULATION	EURO/Habitant 2019
Sud-Est	942	540	226	85	1 794	8 242 934	218
Sud-Ouest	645	393	228	68	1 334	6 539 571	204
Parisienne	1 196	543	65	127	1 932	12 278 210	157
Est	428	243	79	57	806	5 511 747	146
Nord	341	166	45	62	614	5 962 662	103
Ouest Nord	707	294	144	69	1 213	6 643 879	183
Ouest Sud	589	262	140	58	1 049	5 607 082	187
Centre Est	967	563	196	98	1 824	9 454 149	193
Centre Ouest	384	195	103	48	731	4 647 720	157
France Métropolitaine	6 198	3 200	1 226	672	11 297	64 887 954,0	174

Agence BIO - AND-International 2020 d'après IRI Symphonie, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

La valeur moyenne des achats de produits alimentaires bio par habitant ressort à **174 EUR en 2019** (154 en 2018, 133 EUR en 2017, 113 EUR en 2016).

Les régions IRI dont la valeur estimée de consommation de produits bio par habitant est la plus élevée sont : le sud-est (PACA et Languedoc), le sud-ouest (ancienne Aquitaine et ancien Midi-Pyrénées) et le Centre-est (BFC et Ex-Rhône-Alpes). Ces régions méridionales sont caractérisées par des ventes en GMS proches de celles de l'Île de France, à une activité des circuits bio équivalente à celle de la région capitale mais à une vente directe beaucoup plus présente et aisée.

Dans la moitié nord du pays, on distingue la région IRI « nord » (Hauts de France) dont la consommation bio dépasse 100 EUR/ an /habitant, soit 58% de la moyenne nationale et 47% du montant moyen dans le Sud-Est. Cet écart est sensible en GMS mais surtout en vente directe : on mesure ainsi l'aspect déterminant du dynamisme de l'offre (abondante dans le Sud Est, plus modeste dans les Hauts de France) pour le développement de la consommation.

Figure 5 – Les dépenses apparentes par habitant et par région IRI – 2019 en EUR/habitant

Agence BIO - AND-International 2020 d'après IRI Symphonie, Biolinéaires et Agence BIO

3.2.3. *Évolutions*

Les deux tableaux qui suivent tiennent compte de la révision des séries et permettent, à méthodologie et référentiel comparables, de confronter les niveaux de consommation régionaux en 2018 et 2019.

-3231- Évolution entre 2018 et 2019 des consommations régionales par circuit

Tableau 23 – Valeur de la consommation individuelle par région en 2018 et 2019

EUR/ hab /an	GMS		Circuit Bio		Vente directe		Artisans		TOTAL	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Sud-Est	97	114	61	66	25	27	9	10	192	218
Sud-Ouest	87	99	56	60	32	35	9	10	184	204
Parisienne	88	97	42	44	5	5	9	10	144	157
Est	64	78	41	44	13	14	9	10	127	146
Nord	47	57	26	28	7	8	9	10	89	103
Ouest-Nord	86	106	44	44	20	22	9	10	159	183
Ouest-Sud	86	105	41	47	23	25	9	10	159	187
Centre-Est	85	102	55	60	19	21	9	10	168	193
Centre-Ouest	68	83	39	42	20	22	9	10	136	157

Agence BIO - AND-International 2020 d'après IRI Symphonie, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

Le développement creuse les écarts entre région, ainsi la consommation individuelle dans la région Sud-est progresse de 24 euros alors que celle de la région nord ne se hausse que de 14 euros (12 en région parisienne). La plus forte progression revient à la région Ouest-Sud (Pays de la Loire et Ex-Poitou-Charentes), en raison de la progression de la grande distribution généraliste mais aussi de la progression des surfaces des magasins bio et de l'importance de la vente directe.

-3232- Évolution des consommations individuelles en France métropolitaine

Tableau 24 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2019

EUR/ hab /an	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
GMS	29	33	34	36	40	44	54	66	81	96
Circuit Bio	18	20	22	23	26	30	37	43	46	49
Vente Directe	6	7	8	9	10	12	14	16	18	19
Artisans	4	4	5	5	6	6	7	9	9	10
TOTAL	57	64	68	74	81	93	113	133	154	174

Agence BIO - AND-International 2020 d'après IRI Symphonie, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

En l'espace de dix ans, la valeur de la consommation alimentaire bio individuelle est passée de 57 EUR / an / habitant à 174 EUR / an / habitant soit une multiplication par plus de 3. L'indice de la grande distribution généraliste est de 3,3 ; celui du circuit spécialisé bio est de 2,7 ; celui de la vente directe est de 3,2 et celui des artisans-commerçants alimentaires spécialisés est de 2,5.

Ainsi, si la vente directe n'est pas le principal circuit, il est celui dont la progression a été la plus régulière. Ceci s'explique en grande partie par le fait, que chaque année, le nombre d'exploitations agricoles biologiques s'adressant directement aux consommateurs n'a cessé de croître, pour atteindre près de 20 000 exploitations en 2019.

En comparaison, l'essor des ventes bio de la grande distribution est marqué par une accélération à compter de 2016 et, notamment de l'implication des plus grandes entreprises de transformation alimentaire généraliste.

Le circuit bio a connu ses années de croissance les plus fastes en 2016 et 2017, avant de retrouver, en 2018 et 2019, le rythme qui fut le sien au début de la décennie.

3.3. Annexe 4 Les emplois dans l'aval des filières bio : plus de 60 000 ETP**Tableau 25 - Estimation des emplois dans l'aval des filières bio de 2012 à 2019**

Nombre d'ETP*	2012	2016	2017	2018	2019	Évolution 19 - 18
Emplois dans les industries de transformation alimentation humaine	9 700	12 350	14 514	17 400	20 011	2 611
Alimentation du bétail	140	188	216	230	250	20
Boulangerie Artisanale (Série révisée) (1)	nd	2 984	3 288	3 613	4 300	687
Commerce de détail spécialisé bio	8 400	15 300	17 300	18 000	19 400	1 400
GMS généralistes (Série révisée) (2)	5 737	9 930	11 432	14 522	17 300	2 778
Commerce de gros de F & L	607	1 200	1 350	1 550	1 700	150
Commerce de gros spécialisé bio	370	425	480	520	550	30
TOTAL	24 954	42 377	48 581	55 835	63 511	7 676
Croissance			6 204	7 255	7 676	
			15 %	15 %	14 %	

Élaboration AND International pour Agence BIO

(*) Equivalent Temps plein

(1) Révision suite à une enquête auprès des boulangeries

(2) Suite à variation des données ESANE/INSEE

La progression de l'emploi salarié suit celle des ventes d'aliments biologiques. La croissance des effectifs est constante en 2017, 2018 et 2019.

En 2019, les principaux contributeurs sont les industries de transformation, la distribution généraliste et, au troisième rang, la distribution spécialisée bio, dont le nombre d'emplois est de l'ordre de 20 000 ETP.

Une enquête spécifique auprès de plus de 1 000 établissements a montré que 20 % des 32 000 boulangeries de l'hexagone fabriquent du pain bio. Toutes ne sont pas spécialisées.

3.4. Annexe 6 Le marché de la RHD

3.4.1. Objectifs, méthode.

-3411- Les objectifs

Les objectifs poursuivis dans le volet restauration de l'évaluation du marché alimentaire biologique sont les suivants :

- Établir une estimation de la valeur du marché alimentaire biologique, au stade entrée restaurant, c'est-à-dire les achats hors taxe de denrées **dans le secteur de la restauration collective et commerciale**. Cette estimation vise à compléter et confronter l'approche de la mesure de l'introduction de produits bio en restauration collective et commerciale réalisée par ailleurs par CSA auprès d'un échantillon représentatif de restaurants.
- Appliquer une méthode reproductible chaque année pour suivre l'évolution de ces deux marchés, qui sont des objectifs prioritaires du programme du plan Ambition bio 2022 et de la loi dite Egalim.

L'objectif intègre également des visées qualitatives :

- La description la plus fine possible des gammes de produits, par grandes familles, voire plus détaillée ;
- Une approche des motivations et des freins, côté fournisseurs de la Restauration hors domicile (RHD) ;
- D'autres éléments, tels qu'une analyse régionale, des éléments sur les prix et sur les circuits d'approvisionnement.

-3412- Méthode

La méthode proposée s'inspire de celle qui est mise en œuvre depuis 2006 pour suivre les ventes auprès des ménages dans le commerce de détail, c'est-à-dire :

- Une approche simultanée de l'amont, c'est-à-dire les différentes catégories d'offres (grossistes bio, grossistes RHD, transformateurs), producteurs, et de l'aval ;
- Le recoupement des résultats partiels obtenus dans chaque investigation spécifique ;
- Une focalisation sur les acteurs identifiés comme principaux ;
- Un tableau croisé circuits/produits qui nécessite l'établissement d'hypothèses cohérentes.

Les avantages et les limites sont les mêmes que ceux des travaux sur le commerce de détail. Le recoupement des résultats des différentes catégories évite de retenir des estimations incohérentes ou irréalistes. La focalisation sur les grands comptes permet de saisir les tendances principales, mais constitue aussi la limite de l'approche quand il s'agit de secteurs dispersés, en l'occurrence les producteurs pratiquant la vente directe et la restauration indépendante.

Les résultats présentés dans le présent rapport reposent sur les traitements suivants :

En amont :

315 questionnaires reçus des préparateurs ;
81 réponses au questionnaire administré avec « Interbev » concernant la viande de boucherie ;
Des réponses à l'enquête sectorielle en ligne de 345 vignerons bio et 59 acteurs du commerce du vin ;
1 500 réponses des producteurs, hors vignerons, à l'enquête en ligne administrée par l'Agence Bio ;
Les données de GIRA Foodservice sur le marché de la RHD en 2018 (source FranceAgriMer)

En aval :

Des réponses aux enquêtes directes de 3 sociétés de restauration collective (SRC) ;
Des réponses de 14 grossistes de la RHD, dont quelques-uns spécialisés bio, et de 15 plateformes centralisées par Manger Bio Ici et Maintenant ;

Les résultats de la mesure de l'introduction des produits bio en restauration collective et commerciale réalisée par ailleurs par CSA pour l'Agence BIO en 2018.

3.4.2. **Généralités sur le marché de la restauration*

Le marché de la consommation alimentaire hors domicile est caractérisé par des formes variées de distribution. Sont classiquement distingués :

- La restauration commerciale :
 - En chaîne ;
 - Indépendante ;
- La restauration collective :
 - Autogérée ;
 - Concédée (activité des Sociétés de Restauration Collective) ;
- Les circuits alternatifs :
 - Boulangeries, stations-services, ambulants.

Au sein de chaque catégorie, il existe de nombreuses sous-catégories (par exemple restauration rapide et restauration à table ; et au sein de ce groupe, on distingue la restauration traditionnelle, gastronomique, thématique ou non). Qu'ils soient collectifs ou commerciaux, on distingue les restaurants indépendants (collectifs autogérés ou commerciaux indépendants) de ceux qui sont « structurés » (SRC pour la restauration collective, chaînes pour la restauration commerciale, rapide ou non).

D'après GIRA Foodservice (actualisation octobre 2018) les données sont les suivantes : le marché global, qui s'élève à 60,6 milliards d'euros en 2017 pour la fonction repas⁴ (dernière actualisation diffusée), est orienté à 69,2 % (42 milliards d'euros) vers la restauration commerciale et à 30,8 % (18,6 milliards d'euros) vers la restauration collective. Près de 14 % des repas principaux consommés par les Français se font hors du domicile.

Tableau 26 – Généralités sur le marché de la RHD (hors circuits de vente alternatifs-CVA) – 2017

Type de RHD	Nombre de repas par an* (milliards)	CA Total (Mrds EUR)	Nombre de restaurants	Tendances
Restauration collective autogérée	2,2	14,23	81 451	Croissance modérée. Le secteur concédé progresse lentement et se concentre. Le secteur autogéré continue de s'organiser, entre circuits courts et groupements d'achat
Restauration collective concédée (SRC)	1,49	7,245		
Restauration commerciale indépendante	1,85	34,68	181 335	Principaux vecteurs de croissance en 2018.
Restauration Organisée hors fastfood (Chaînes et groupes)	0,62	9,30		
Restauration Rapide (Chaînes et groupes)	1,45	10,73		
TOTAL	7,61	76,19**	262 786	En 2018, la fonction repas a représenté un CA de 62,3 Mrd EUR dont 18,97 en collective et 43,3 en commerciale. La croissance du CA de la RHD a été de 2,9 % en 2018

Source : d'après GIRA pour FAM⁵

* Y compris petits déjeuners. ** repas, distribution automatique et autres fonctions alimentaires

⁴ Fonction repas : activité relative au service des repas principaux (du midi et du soir) ainsi que des petits déjeuners. Le chiffre d'affaires de la "fonction repas" inclut ainsi l'alimentaire et les boissons consommées lors de la prise de repas. Il exclut cependant le service de boissons hors repas, ainsi que d'autres prestations de type collation ou prestation traiteur en entreprise.

⁵ Panorama de la consommation alimentaire hors domicile. Gira Foodservice pour FranceAgriMer - 2019

Selon GIRA Foodservice, le marché alimentaire à l'achat est de l'ordre de 25,21 milliards d'euros en 2018 (16,6 milliards de produits alimentaires et 6,25 milliards de boissons) ; il est de 6,87 milliards d'euros en restauration collective et de 14,8 milliards en restauration commerciale. A ces deux réseaux s'ajoutent les circuits de vente alternatifs (tabacs-presse, boulangeries, magasins d'alimentation, restaurants ambulants), circuit hétéroclite qui compte 124 800 points de vente, pour 2,15 milliards de prestations en 2018, soit 11 milliards d'euros de CA et 2 milliards d'euros d'achats alimentaires⁶.

3.4.3. Synthèse des résultats

-3431- Le marché des produits bio en restauration

Le marché des produits bio en restauration, tous circuits confondus, est estimé à 640 millions d'euros en 2019, en croissance de 16,4 % par rapport à 2018. Il se répartit entre 389 millions d'euros pour la restauration collective et 251 millions pour la restauration commerciale.

Tableau 27 - Estimation de la valeur du marché alimentaire des produits bio dans la restauration

En millions EUR	Valeur du marché					Évolution			
	2019	2018	2017	2016	2015	19/18	18/17	17/16	16/15
Commerciale	251,3	229,5	206,7	182,0	166,0	9,5 %	11,0 %	13,6 %	9,6 %
Collective	388,6	320,3	249,7	229,0	219,0	21,3 %	28,3 %	9,0 %	4,6 %
TOTAL	639,8	549,8	456,4	411,0	385,0	16,4 %	20,5 %	11,0 %	6,8 %

Source: Agence BIO / AND International

La pénétration du bio est caractérisée par des taux très variés selon les restaurants et les types de circuits.

- Les produits bio représentent 5,6 % (contre 4,5 % en 2018 et 3,4 % en 2017) de la valeur d'achat des denrées dans la restauration collective.
- Les produits bio représentent 1,7 % de la valeur des achats alimentaires en restauration commerciale (cf. données GIRA / FAM page précédente).
- En dépit de son succès sur le marché des ménages, l'offre bio n'est présente que de manière exceptionnelle dans le circuit de la restauration de chaîne, rapide ou à table.

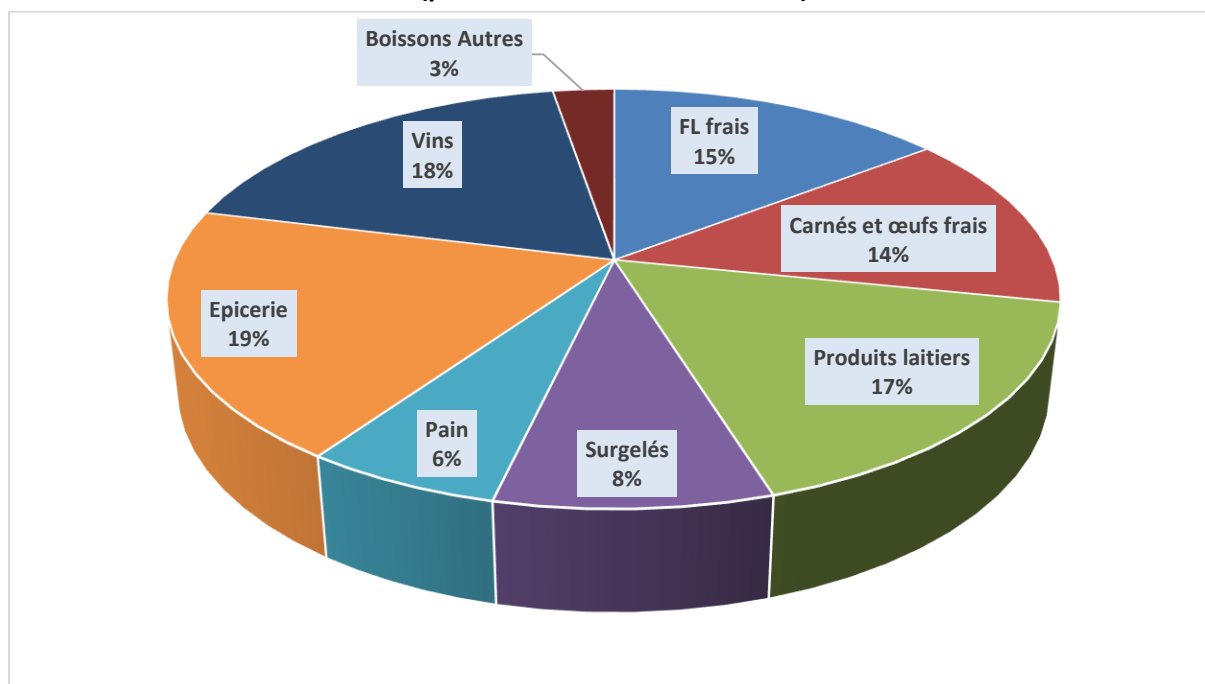
En 2019, le mouvement est comparable à celui de 2018, avec un léger ralentissement.

- Une croissance deux fois plus rapide en restauration collective (21 %) qu'en restauration commerciale (10 %).
- Le développement est plus important qu'en 2017, mais moins qu'en 2018 : le taux ralentit, la croissance en valeur aussi.
- La loi EGALIM a redynamisé les demandes des collectivités pour des produits répondant aux exigences de qualité formulées par le texte et, en même temps, pour des produits locaux (caractéristique non inscrite dans le texte). Les produits bio ne sont pas les seuls qui correspondent à ces demandes. Ils sont en concurrence avec des produits simplement locaux et, de plus, l'offre HVE repose désormais sur plus de 5000 exploitations : ce nombre a doublé en un an, avec un développement en maraîchage et grandes cultures.
- Le taux de pénétration de l'offre de vin bio dans la « restauration traditionnelle et thématique » se maintient à un niveau élevé avec un taux de pénétration de 35 % selon la mesure du baromètre restauration 2018 Agence BIO.
- Les plus fortes progressions viennent du scolaire et des restaurants gérés par des pouvoirs publics ; de même, la progression de la pénétration est plus rapide dans les établissements en gestion directe que dans ceux qui sont en gestion concédée. La pénétration progresse également plus vite dans les établissements où la cuisine est faite sur place que dans les établissements approvisionnés par une cuisine centrale.

⁶ La part des achats alimentaires dans le chiffre d'affaires de la restauration est de 20 % (selon la fiche sectorielle service 361 - ESANE). D'autres sources fixent le coût matière (« food cost ») à 30 % du montant du chiffre d'affaires, en restauration traditionnelle.

-3432- Le marché des denrées, par famille de produits

Figure 6 - Le marché des denrées bio par grandes familles de produit
(part du marché total en valeur)



Source : Agence BIO / AND-International

Le marché des boissons est toujours le premier en valeur, mais le vin seul ne suffit plus. La vente de vin, notamment en circuit court, auprès de la restauration commerciale est toujours très importante, mais son développement est désormais plus lent que celui de l'ensemble du marché. Le vin représente 18 % de la valeur des achats de denrées bio (20 % en 2018 et 22 % en 2017).

Les autres segments sont les jus de fruits en restauration commerciale (hôtels, notamment) et collective (scolaires). L'offre de bières s'élargit encore, les bars et restaurants étant une cible de choix pour les brasseries artisanales. Le développement des nectars et des eaux aromatisées, produits bon marché, pourrait porter la bio dans les circuits commerciaux.

Les produits d'épicerie salée (légumes secs, riz, quinoa, flocons de pomme de terre, pâtes, huiles et vinaigres, épices, conserves de légumes, sauces tomates) et sucrée (café, biscuits, compotes, chocolat) représentent 19,2 % des achats, en hausse d'un demi-point. La croissance en restauration collective est portée par les produits d'accompagnement, légumes et épicerie sèche (pâtes, coulis de tomate).

Le troisième segment est celui des produits laitiers. Les yaourts restent le produit vedette, surtout quand le marché est porté par la restauration scolaire. Le marché des fromages recule chez certains distributeurs orientés vers la restauration collective.

Les fruits et les légumes frais sont au quatrième rang avec une croissance comparable à la moyenne générale. La demande est forte mais on sent par ailleurs la poussée de l'alternative naturelle aux légumes frais : les surgelés (voir ci-dessous). Côté fruits, la pomme, les agrumes et les bananes sont les plus présents ; même si le manque de « localité » de la banane peut être discuté, son prix, sa disponibilité et son succès auprès des convives expliquent sa présence. Les fruits et les légumes sont les produits les plus souvent introduits en restauration collective (9 cas sur 10 et 8 cas sur 10, respectivement). Les légumes demeurent le produit phare en restauration commerciale avec 34 % de pénétration, toutes formes confondues, contre 37 % en 2018 selon l'enquête CSA pour l'Agence Bio.

Le segment des surgelés est en hausse de 23 % pour s'établir à 43,4 millions d'euros de vente ; la part de marché est en progression, notamment en ce qui concerne les légumes. Dans la filière

conventionnelle, cette technologie est la plus pratiquée dans les cuisines (centrales ou non) en raison de sa praticité, de son coût et de l'absence de pertes ; il est logique que ce phénomène se rencontre aussi en bio.

Le segment des viandes, produits de la mer et œufs est en très forte progression sur un an et s'établit désormais à 87 millions d'euros. Le marché est tiré par les viandes de boucherie (+34 % en volume) dont les opérateurs sont en recherche de diversité des circuits et qui sont souvent sollicités dans les projets alimentaires locaux, sans doute plus fréquemment que les abatteurs de volaille.

-3433- Les produits par circuit

Tableau 28 – Les ventes de produits bio par famille et par circuit

En million EUR	CA 2019			Croissance 2019 / 2018			PDM 2019		
	TOTAL	Collective	Comm.	TOTAL	Collective	Comm.	TOTAL	Collective	Comm.
FL frais	93,2	72,0	21,2	17 %	20 %	6 %	15 %	19 %	8 %
Carnés et œufs frais	87,3	62,0	25,3	25 %	19 %	40 %	14 %	16 %	10 %
Produits laitiers	108,6	92,0	16,6	14 %	15 %	10 %	17 %	24 %	7 %
Surgelés	54,0	36,0	18,0	23 %	33 %	6 %	8 %	9 %	7 %
Pain	38,6	28,0	10,6	17 %	22 %	6 %	6 %	7 %	4 %
Épicerie	123,0	97,0	26,0	18 %	26 %	-4 %	19 %	25 %	10 %
Vins	118,0	-	118,0	7 %	-	7 %	18 %	0 %	47 %
Boissons Autres	17,0	1,5	15,5	21 %	50 %	19 %	3 %	0 %	6 %
TOTAL	640	389	251	16 %	21 %	9 %	100 %	100 %	100 %

Source: Agence BIO / AND-International

* : en raison des arrondis, les sommes peuvent paraître inférieures ou supérieures à leurs parties.

En conclusion, pour 2019, on peut retenir :

- Une croissance en RHD qui reste rapide même si elle ralentit un peu.
- C'est toujours la restauration collective qui tire le mouvement, en liaison avec la loi EGALIM. La montée en puissance des produits HVE et autres méthodes relevant de « l'agroécologie » va retirer aux produits bio, sinon leur couronne, du moins leur exclusivité. Les remarques des répondants sont toujours le manque de produits bio ou leur prix élevé : les produits locaux « agroécologiques » vont constituer une alternative ou, pour le moins, un complément.
- Les produits surgelés connaissent une très forte croissance, plus rapide que celle des produits frais.
- Le vin connaît une croissance modeste ; le manque de disponibilité est une des causes, avec un dynamisme moins fort de la restauration commerciale.

4. Fiches sectorielles

4.1. Les viandes de boucherie

4.1.1. Tonnages et circuits⁷

Tableau 29 – L’abattage du bétail bio en France en 2019

	2019		2018		Évolution 2019 vs 2018	
	Nombre de têtes	Volume en tec	Nombre de têtes	Volume en tec	Nombre de têtes	Volume en tec
Gros bovins laitiers	37 746	11 192	35 604	10 323	6 %	8 %
Gros bovins allaitants	50 813	17 544	46 962	16 188	8 %	8 %
GROS BOVINS	88 559	28 736	82 566	26 511	7 %	8 %
Veaux	21 778	3 237	20 286	3 031	7 %	7 %
BOVINS	110 337	31 973	102 852	29 543	7 %	8 %
OVINS	102 668	1 861	90 966	1 680	13 %	11 %
PORCINS	207 195	19 795	157 517	15 016	32 %	32 %

Source : Agence BIO et Interbev-Inaporc (avec l’appui d’AND-International)

NB : reclassement entre Gros bovins allaitants et laitiers sur les résultats 2018

Le volume de viandes de boucherie au stade de l’abattage est de 53 891 tonnes équivalent carcasse en 2019, en croissance de 17 % par rapport à 2017. Le développement le plus rapide vient du secteur du porc (+ 34 %) puis du secteur ovin (+ 11 %), puis des bovins (+ 8 %).

Les viandes bio sont toujours une modeste fraction des abattages, celle-ci progresse moins rapidement qu’en 2018. La part du bio dans le tonnage carcasse est ainsi de 2,3 % des tonnages de gros bovins (2,1 % en 2018), 1,8 % pour le veau (inchangé), 2,1 % pour les ovins (1,9 % en 2017), 0,9 % pour les porcins (0,7 % en 2018).

⁷ Depuis 2014, une enquête groupée Agence Bio/Interbev est réalisée par AND et Interbev, les données en tonnage équivalent ci-dessous sont donc issues de la même enquête que les données en valeur présentées dans les tableaux principaux du présent rapport.

Tableau 30 – Circuits de distribution de la viande bio en France de 2014 à 2019

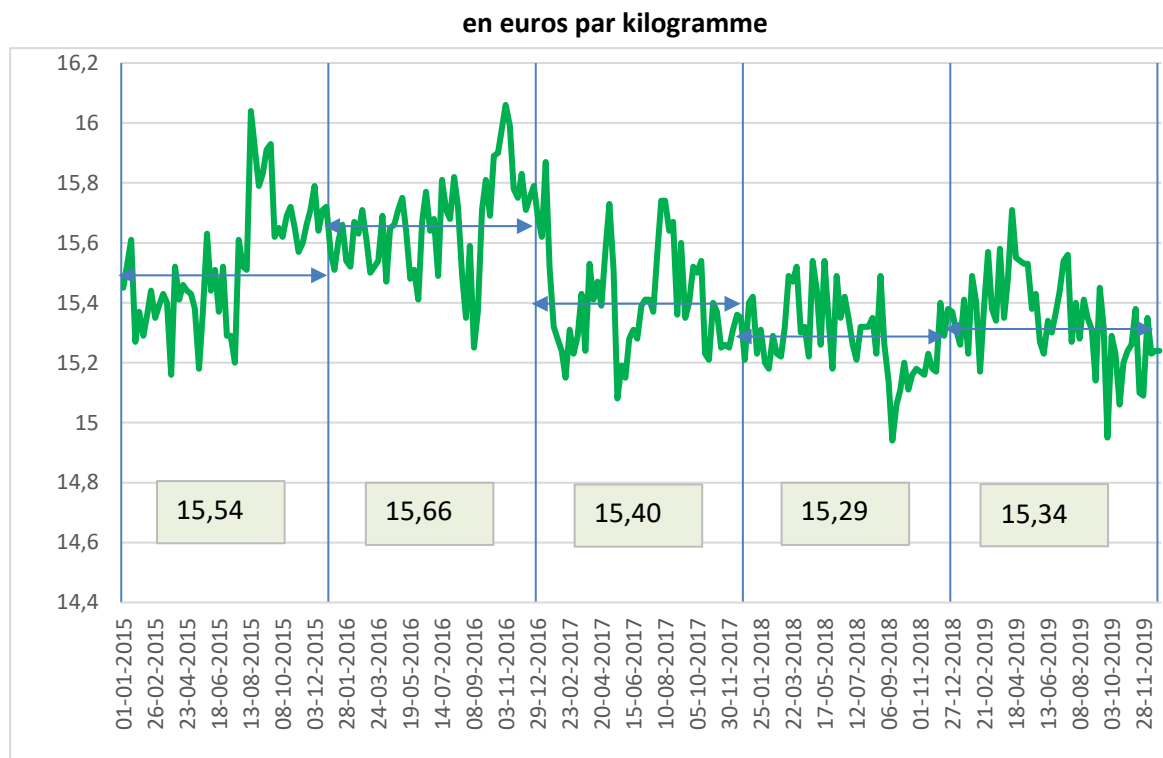
Volume en tonnes équivalent carcasse (TEC)	Années	GMS	BOUCHERIES	MAGASINS SPÉCIALISÉS	VENTE DIRECTE	RHD	TOTAL
Gros bovins allaitants	2014	5 025	1 966	906	1 087	735	9 719
	2015	5 127	1 961	1 133	1 072	702	9 995
	2016	6 296	2 518	1 491	1 427	823	12 555
	2017	7 420	2 563	1 780	1 574	851	14 188
	2018	9 020	2 580	1 982	1 749	857	16 188
	2019	9 717	2 742	2 129	1 863	1 093	17 544
Gros bovins laitiers	2014	4 186	202	194	199	770	5 551
	2015	5 275	284	344	204	951	7 059
	2016	5 821	342	512	274	735	7 683
	2017	6 420	325	551	264	674	8 234
	2018	8 052	386	661	320	904	10 323
	2019	8 612	395	679	343	1 163	11 192
Veaux	2014	171	506	154	491	191	1 513
	2015	283	566	293	509	201	1 852
	2016	364	641	470	590	137	2 203
	2017	443	647	508	687	242	2 526
	2018	540	815	529	871	276	3 031
	2019	544	823,2	572	908	389	3 236
TOTAL BOVINS	2014	9 382	2 674	1 254	1 777	1 696	16 783
	2015	10 685	2 812	1 769	1 785	1 855	18 906
	2016	12 481	3 501	2 473	2 291	1 695	22 441
	2017	14 283	3 535	2 839	2 524	1 767	24 948
	2018	17 612	3 781	3 172	2 940	2 037	29 542
	2019	18 872	3 961	3 380	3 114	2 645	31 972
OVINS	2014	315	313	111	265	139	1 143
	2015	333	308	130	247	114	1 132
	2016	360	321	205	269	121	1 276
	2017	414	337	251	301	129	1 432
	2018	460	387	321	381	129	1 680
	2019	492	424	338	409	199	1 862

Source : Agence BIO et Interbev (avec l'appui d'AND-International)

4.1.2. *Le steak haché : prix et volume*

Le prix au stade de la distribution (GMS) est suivi par le RNM (steak haché, 15 % de MG), il a peu évolué depuis 2015. Après deux années de baisse mesurée, le prix moyen annuel remonte de 0,4 %, en raison d'une pointe saisonnière en avril, plus marquée qu'en 2018.

Figure 7 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2015 à 2019



Source RNM

Le volume de steak haché est important au regard du volume global de viande certifiée bio. Selon IRI le marché du steak haché est de 4 375 tonnes en GMS (hypers, supers, hard discount, e-commerce et magasins de proximité), en croissance ; on peut y ajouter l'essentiel de la viande surgelée, soit près de 1 380 tonnes et 5 750 tonnes au total en GMS.

Si l'on considère 28 736 tec de gros bovins, le volume de viande « désossée » est de l'ordre de 15 800 tonnes ; la part du steak haché peut être ainsi estimée à 40 % de la viande de gros bovins (GMS et circuits bio confondus). Le prix moyen du stack haché bio en GMS, selon IRI, passe de 16,68 EUR/kg en 2018 à 16,58 EUR/kg en 2019, soit une baisse de 0,6 %.

4.2. Les productions avicoles

En 2019 la France est toujours le principal producteur de volailles de chair bio et le second producteur d'œufs bio en Europe, devançant ou suivant l'Allemagne.

La production d'aliments industriels pour les poulets de chair est passée de 96 995 tonnes en 2018 à 117 930 tonnes en 2019, soit un croît de 22 %. La production totale d'aliment pour les volailles de chair est de 120 212 tonnes, en croissance de 21 %.

4.2.1. La volaille de chair : la croissance se poursuit

Le SSP rend publics les abattages par catégorie de SIQO ; l'abattage de volailles bio a évolué comme suit :

Tableau 31 Les abattages de volaille AB de 2009 à 2019 en tec

Espèce	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Poulet	7 358	9 551	9 825	10 162	11 559	11 911	13 486	15 139	19 046	20 818
Dinde	s	s	s	s	1 088	1 057	1 141	1 223	1 426	1 504
Canard	s	s	s	s	s	s	-	339	s	436
Pintade	s	s	s	s	214	214	187	219	224	132
Poule, coq, chapon	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	2 284

s : secret statistique (moins de trois abatteurs)⁸

Source SSP

Selon SSP, les abattages de poulet bio ont progressé de 1 772 tonnes en 2019, soit 9,3 %. Les données du Ministère ne sont pas totalement en phase celles des professionnels (cf. paragraphe suivant), mais vont dans la même direction : la progression. Celle-ci est sensible en Dinde (+5 % pour les abattages) et en Canard (+28 % par rapport à 2017), mais on note un recul pour les abattages de pintades. Les autres Gallus (poules, coq et chapons) représentent 2 284 tonnes, dont 2 221 tonnes de poules de réforme.

Le total est de 25 179 tonnes en 2019.

Cette même année, les mises en place en filières organisées (94 % de la production nationale - adhérents du Synalaf) ont progressé de 15 %, principalement en poulet de chair. On note toutefois une très forte croissance des mises en place de dindes (+25 %), de canards (+54 %) et de volailles festives (+56 %). La progression des mises en place de pintades est plus modérée (+7 %).

Cette tendance est confirmée par l'enquête auprès des abattoirs et les données des distributeurs. Les ventes de volailles biologiques auraient ainsi progressé de 15 % en valeur et 14 % en volume sur 2019, tous circuits de distribution confondus.

En GMS, le marché des produits à base de volaille biologique (produits élaborés, jambon cuit et saucisserie, 1000 tonnes pour 15 M EUR) a progressé de 18 % en valeur en 2019 contre 56 % l'année précédente. Les produits élaborés, hors jambon cuit de volaille, en représentent l'essentiel (800 tonnes pour 8 M EUR). La progression en valeur est plus rapide que l'évolution des volumes.

Les exportations directes des abattoirs français se sont réduites de 12 %, soit seulement 1 160 tonnes, dont 717 de découpes. Le recul est général sur les marchés les plus importants (Belgique, Allemagne, Pays-Bas, Scandinavie). Les raisons en sont le développement des productions locales, ce qui correspond à la demande, mais aussi le prix élevé des volailles bio françaises (notamment en raison de leur durée d'élevage plus longue) et le manque de disponibilité pour l'exportation pour certains opérateurs qui ont favorisé le marché hexagonal.

⁸ En ce qui concerne le lapin, sont de 159 kg en 2019.

4.2.2. Les œufs : une croissance record, une production de plus de 2 milliards d'œufs

La production d'aliment industriel pour les poules pondeuses bio a augmenté de 21,7 % à 295 604 tonnes (pondeuses en production), auxquelles s'ajoutent les volumes pour les reproducteurs et les poulettes en démarrage, pour un total de 318 180 tonnes, en croissance de 20,2 %. La filière œuf accroît son poids dans la production d'aliments composés biologiques : 53,1 % du volume en 2019.

Le volume de production suivi par le Synalaf est de 1 385 millions d'œufs pour 5,26 millions de pondeuses, en progression respectivement de 32 % et 30 % par rapport à 2018.

L'extrapolation de ce volume en vue d'estimer la production totale repose sur le ratio « cheptel Synabio / Cheptel Agence bio » qui est de 68 % en 2019, ainsi la production brute d'œufs bio serait de 2,038 milliards d'unités.

Par ailleurs, l'analyse du marché permet d'identifier un volume de 2,040 milliards d'œufs. C'est ce montant que nous avons retenu pour l'analyse. Il est très proche du volume de production estimé.

Le marché en volume serait ainsi le suivant :

Circuits	Quantité En millions d'œufs	% du total
GMS	1 259	61,7 %
Circuit spécialisé bio	450	22,1 %
Transformation (ovoproduits)	132	6,5 %
Vente directe	86	4,2 %
Exportation coquille	6	0,3 %
Artisans	4	0,2 %
RHD coquille	2	0,1 %
TOTAL	1 938	95,0 %
TOTAL avant pertes (1)	2 040	100,0 %

Source : AND International pour Agence bio, d'après enquête, Synalaf, Agence Bio, Snipo, IRI

(1) Une perte en station de 5 % en est prise en compte dans cette approche.

Pour le marché des œufs coquilles, la valeur du segment bio est estimée à 31 % du marché total (estimation AND/Agence Bio, rapportée à la valeur de la consommation des ménages, telle qu'indiquée par l'INSEE).

Le panel IRI indique une part de marché de 31,7 % en valeur pour les œufs bio (28,6 % en 2018).

Concernant le marché des ovoproduits, le secteur poursuit son développement en raison de la croissance des produits transformés (biscuiterie, plats cuisinés, restauration). Une analyse détaillée est présentée dans l'annexe consacrée aux PAI (produits alimentaires intermédiaires). Le volume de 132 millions d'œufs correspond à près de 7 000 tonnes de coule d'œuf. Près de 5 000 tonnes sont identifiées comme PAI dans l'industrie, par recoupement avec les tonnages connus de produits finis.

En 2019, le prix des œufs biologiques au stade départ est stable (0,24 à 0,25 EUR/pièce selon les répondants à l'enquête Agence Bio/AND). Au stade de détail, le prix fléchit selon IRI (de 0,37 à 0,36 EUR / pièce). Selon le RNM, le prix baisse de 2,6 % dans le circuit discount, augmente de 0,4% en GMS classique et baisse de 0,6 % dans le circuit bio, pour des prix, respectivement, de : 0,28 ; 0,33 et 0,38 EUR / pièce. Le RNM fournit également une cotation à Rungis : 0,29 EUR/ pièce, en hausse de 2 %, et une cotation nationale au stade de gros, de 0,30 EUR/ pièce, en hausse de 1 %.

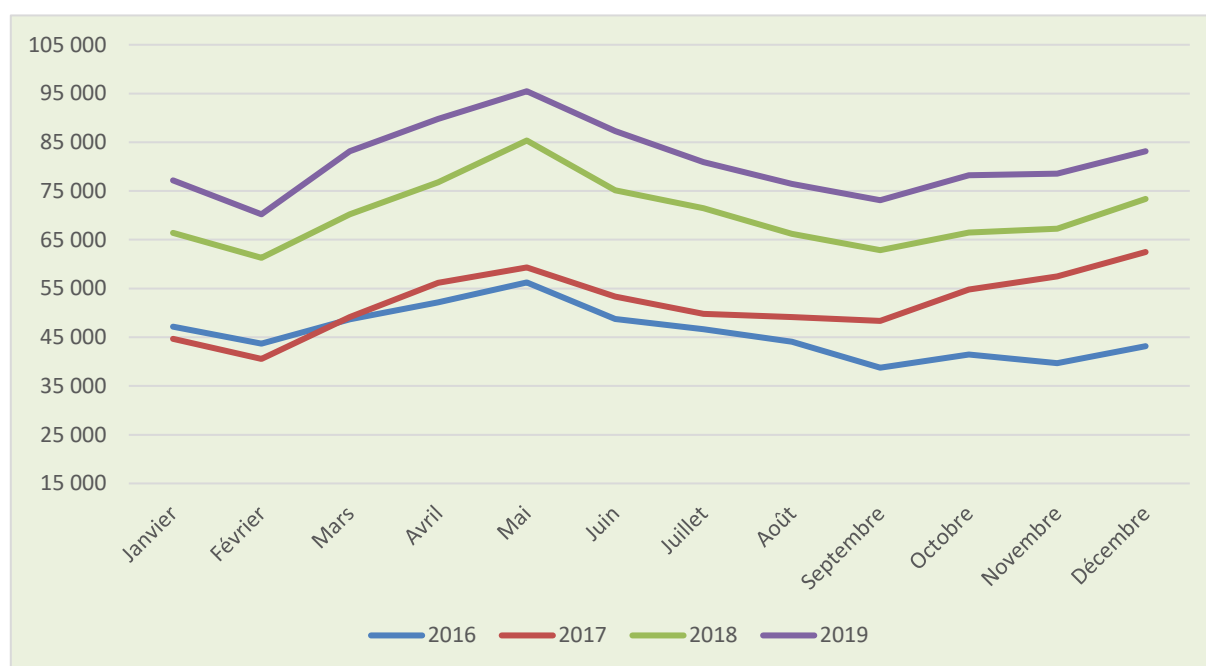
4.3. Le secteur laitier en 2019

4.3.1. Collecte : presque 1 milliard de litres

Selon l'enquête mensuelle laitière (SSP/FranceAgriMer), la collecte de **lait de vache** biologique représente 4,1 % de la collecte totale pour l'année 2019 (3,5 % en 2018 ; 2,6 % en 2017 ; 2,3 % en 2016 ; 2,26 % en 2015). La part du lait dans la collecte nationale a presque doublé en 4 ans.

L'enquête mensuelle laitière indique une collecte de 973,7 millions de litres. La collecte est en hausse de **16 %** par rapport à 2018 (35 % en 2018 ; 13,6 % en 2017 ; - 0,7 % en 2016 ; + 5,7 % en 2015). La croissance est régulière (entre + 12 % et + 18 %) chaque mois. Comme en 2018, il y a eu un déficit de la pousse d'herbe, de l'ordre de 23 % au niveau national, selon SSP / Agreste. La seule région qui ait connu un rendement normal est la Bretagne. Ainsi, on peut penser que le potentiel du cheptel bio laitier ne s'est pas exprimé pleinement.

Figure 8 – Collecte mensuelle en 2016, 2017, 2018 et 2019



D'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

Le dynamisme de la collecte repose toujours et encore sur celui des conversions des dernières années (plus de 30 000 nouvelles vaches en conversion en 2016, plus de 65 000 en 2017 et encore 75 000 en 2018).

4.3.2. Très forte progression des achats des ménages

Tableau 32 – Évolution des achats des ménages en 2019 selon IRI et KANTAR

2019/2018	IRI			KANTAR		
(*)	Volume	Valeur	Prix	Volume	Valeur	Prix
Lait	3,0 %	5,0 %	1,9 %	9,4 %	9,5 %	0,1 %
Beurre	19,2 %	23,1 %	3,0 %	23,5 %	27,9 %	4,4 %
Crème	22,4 %	23,8 %	1,2 %	19,6 %	21,5 %	1,9 %
Yaourt	17,8 %	20,4 %	2,4 %	14,8 %	18,3 %	3,5 %
Fromages frais	18,0 %	18,0 %	2,3 %	16,6 %	20,2 %	3,6 %
Fromages	24,7 %	29,5 %	3,9 %	22,3 %	26,7 %	4,4 %

(*) LS pour IRI - Ensemble pour KANTAR

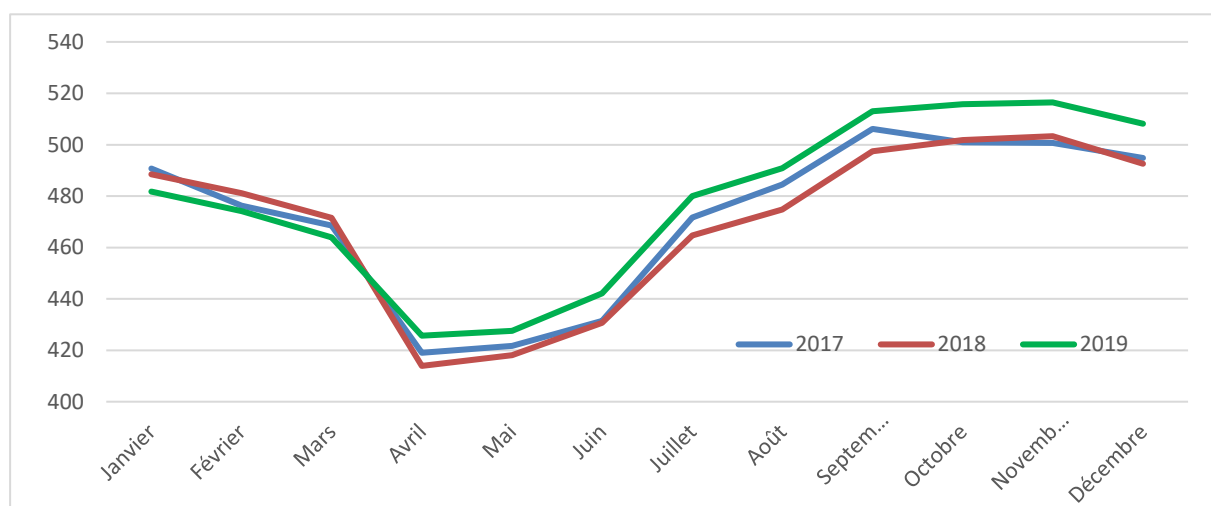
En 2019, les deux panels divergent franchement sur l'évolution du marché du lait liquide, tant pour son évolution en volume que pour la hausse des prix. Les estimations reprises dans la synthèse de la présente étude sont basées sur IRI.

Cela étant, les deux observations montrent que la croissance du marché du lait conditionné ralentit nettement en 2019 par rapport aux années précédentes. Le lait est, avec les œufs, l'un des deux marchés « pilotes » de la bio. Selon l'enquête laitière de SSP, les fabrications de lait bio représentaient, en 2019, 11 % de l'ensemble « bio + conventionnel », ce que confirment les données IRI : le bio représente 12 % des volumes et 15 % de la valeur des ventes dans le grand commerce. Si le marché 2020 confirme le tassement de la croissance des ventes de lait bio conditionné, alors un indicateur d'étiage de la valeur de la consommation bio serait établi, autour de 15 % du total. Le cas des œufs est différent : la croissance continue, alimentée par le bannissement des œufs cages (voir annexe consacrée aux productions avicoles).

4.3.3. Niveau élevé du prix à la production en fin d'année, cumul annuel en hausse de 1,9 %

En 2019⁹ les prix ont été inférieurs à ceux de 2018 jusqu'en mars, puis suivent une trajectoire nettement plus élevée celles des deux années précédentes. Le maximum de 516,46 EUR / 1000 l a été atteint en novembre 2019. C'est le cours le plus élevé de toute la période 2017-2019, à opposer au minimum de 413,93 EUR / 1000 l en avril 2018. Le cumul annuel du prix réel, à 476,3 EUR / 1000 l est le plus élevé des cinq dernières années.

Figure 9 – Évolution du prix à la production depuis 2017 (EUR / 1000 l)



Source : SSP

Pour ce qui est du lait UHT, le RNM indique, **comme en 2018**, une stabilité dans les réseaux spécialisés (+ 0,3 %) et les GMS (+0,4 %), pour une hausse dans le circuit discount (+ 2,9 %) pour le lait UHT demi écrémé en bouteille plastique.

4.3.4. Des prix de détail à nouveau en hausse

Le panel IRI indique une hausse de 1,8 % pour l'ensemble des GMS (1,17 EUR / l pour le lait longue conservation toutes catégories ; 1,75 EUR / l pour le lait « frais nature aromatisé » ; **soit 1,18 EUR / l en moyenne pondérée pour une hausse de 1,9 %**). L'évolution du prix au détail est la même que celle du prix à la production.

⁹ En 2015, le prix moyen annuel réel avait reculé de 2,34 % par rapport au prix moyen de 2014. En fin d'année 2015, les prix étaient repartis à la hausse sur les mois d'octobre à décembre. En 2016, la pénurie de lait bio a poussé les prix à la hausse, ceux-ci sont passés de 466,29 EUR / tonne en janvier à 494,73 EUR / t en novembre. Le cumul annuel ressort à 457,36 EUR / t, soit 3 % de plus qu'en 2015. En 2017, le mouvement de hausse s'est prolongé... en janvier, avant que les prix ne reviennent fluctuer entre 445 et 460 EUR / tonne ; moyennant une remontée saisonnière en novembre et décembre, le cumul annuel ressort à 470,39 EUR / tonne, une nouvelle hausse de 2,8 %. En 2018, le prix moyen s'était tassé : -0,9 % en moyenne, prolongeant l'effet de yo-yo ; le recul est net durant l'été, alors que les prix de fin d'année sont presque identiques à ceux de 2017.

La hausse est de 2,1 % pour le discount (0,91 EUR / l), 1,0 % dans le réseau de proximité (à 1,43 EUR / l, ce qui place le prix des magasins de proximité au même niveau que celui du circuit bio). La hausse des prix est de 1,9 % en hyper (à 1,18 EUR / l) et de 1,3 % en supermarché (à 1,27 EUR / l). Enfin, l'e-commerce conserve des prix assez bas (1,06 EUR / l) en dépit d'une hausse de 2,6 %.

Ainsi, la convergence entre les prix pratiqués dans les différents circuits se poursuit ; cependant, l'écart entre le réseau bio (1,42 EUR / l) et le discount (0,92 EUR / l) reste très important (55 %). Il est identique lorsque l'on compare les magasins de proximité aux discounts.

Pour ce qui est des produits transformés, la hausse pondérée est de 2,9 %, après 4,2 % en 2018 et 3,0 % en 2017. A nouveau, tous les prix sont en hausse, mais le prix du beurre n'ayant pas flambé comme en 2018, la hausse pondérée revient au niveau de 2017 ; elle est supérieure à celle du prix du lait à la production.

4.3.5. *Hausse des fabrications de produits laitiers plus rapide que celles de lait conditionné*

Selon l'enquête laitière annuelle les fabrications de lait liquide ont augmenté de 10,8 % en volume, soit 34 millions de litres. Dans le même temps, les ventes en GMS ont augmenté de 9,5 millions de litres. Ainsi, l'écart est l'inverse de celui que nous constatons pour 2018 (c'est-à-dire des ventes ayant augmenté beaucoup plus vite que les fabrications).

Les fabrications de produits laitiers ont progressé à un rythme rapide, comparable à celui de 2018.

Tableau 33 – Données sur les produits de consommation

2019 (données de janvier 2020)	Fabrications (1000 t)	Evol. 2018/2017	Evol. des ventes GMS en VOL (3)	Evol. des achats des ménages en VOL (2) - 11 mois
	(1)	(1)		
Lait liquide conditionné de vache	350,3	10,8 %	3,1 %	9,4 %
Produits frais	90,0	11,2 %	-	-
- yaourts/fermentés	76,5	10,1 %	17,4 %	14,8 %
- desserts frais	13,5	17,4 %	26,5 %	26,9 %
Crème conditionnée	10,4	27,7 %	22,0 %	19,6 %
Beurre	17,3	24,1 %	19,0 %	23,5 %
Fromages de vache	28,2	14,1 %		-
- dont frais de vache (*)	14,7	10,8 %	18,0 %	16,6 %
- dont autres de vache	13,5	17,9 %	23,6 %	22,3 %
Autres fromages	6,2	21,9 %	nd	
- dont chèvre	1,5	9,7 %	32,0 %	nd
- dont brebis	4,7	26,5 %		nd
Poudres	8,6	0,0 %		nd

Sources : (1) SSP-FAM (2) KANTAR / FranceAgriMer (3) Source IRI (*) les catégories IRI et Kantar n'indiquent pas les espèces, les taux présentés ici correspondent à l'ensemble des espèces.

Le tableau ci-dessus rappelle quelles ont été les évolutions des fabrications selon l'enquête SSP (actualisation de février 2020), complétées par les évolutions des ventes en circuits de distribution GMS (IRI) et des achats des ménages avec Kantar (achats de tous les ménages).

Il y a toujours des écarts entre les sources, mais l'orientation reste la même.

Fabrication. Les familles de produits les plus dynamiques sont le beurre, la crème et les fromages de brebis (croissances de l'ordre de 25 %). La croissance est « réduite », c'est-à-dire d'environ 10 %, pour le fromage de chèvre, les yaourts et les fromages frais de vache. Entre ces tendances, on note la progression de 18 % pour les fromages (hors frais) de vache et 17 % pour les desserts frais.

Les données recueillies au niveau des entreprises montrent qu'il existe des contrastes importants. Certains leaders historiques ne profitent pas pleinement de la croissance du marché compte tenu de leur orientation vers les circuits spécialisés, d'autres entreprises, tournées vers les GMS et souvent diversifiées (conventionnel + bio), profitent largement de l'augmentation de la demande.

4.3.6. Les échanges

Les réponses collectées ne sont pas suffisantes pour développer ce paragraphe. La crise sanitaire et ses conséquences pour la filière ont, logiquement, davantage mobilisé les responsables des entreprises laitières que le bilan de l'activité bio en 2019.

4.4. Produits de l'aquaculture biologique

4.4.1. Éléments de contexte

-4411- Production française

La production française de l'aquaculture biologique concerne principalement la truite, le bar et la dorade, et, depuis quelques années, l'huître et la moule.

Selon le CIPA¹⁰, la production française de truite biologique était d'environ 3 000 tonnes, soit 7,3 % de la production nationale de truites. De plus, environ 500 tonnes de **bar** et **dorade** bio sont produites annuellement par quelques entreprises d'aquaculture marine basées en Méditerranée, soit 10 à 15 % de la production nationale.

Par ailleurs, il existe une production de **moules** bio avec une production actuelle estimée à 2 000 tonnes mais les données disponibles sont très parcellaires. A une moindre échelle, il existe également une petite production d'**huître** bio, notamment en Charentes, en Camargue et sur l'étang de Thau, pour un volume annuel estimé entre 100 et 200 tonnes.

On retient aussi petite production de **crevettes impériales** dans les marais charentais et médocains (une centaine de tonnes produites dans des élevages extensifs dont une partie certifiée bio), ainsi que quelques entreprises proposant des produits bio à base d'**algues alimentaires**, pour un marché de niche en croissance (mais non quantifié).

-4412- Importations

La totalité du **saumon** bio consommé sur le marché français est importé. Les trois origines principales sont l'Irlande, l'Ecosse et la Norvège.

A l'inverse, l'essentiel du marché de la **truite** bio en France est approvisionné par la production nationale. Par ailleurs, des truites bio d'Italie, du Danemark et d'Espagne sont importées.

La France importe également des quantités importantes de **crevettes** tropicales bio qui, pour la plupart, sont débarquées en France congelées puis cuites et vendues réfrigérées dans les différents circuits de distribution en vrac, LS ou produits traiteur. La France est le principal marché pour la crevette tropicale en UE avec l'Espagne.

Historiquement, les premières crevettes bio ont été produites à Madagascar. Mais depuis plusieurs années, d'autres entreprises de plusieurs pays producteurs de crevettes tropicales (Équateur, Costa Rica, Guatemala, Vietnam, Indonésie, etc.) ont également opéré la conversion en bio d'une partie de leur production en ciblant notamment le marché européen.

Concernant le bar et la dorade bio, quelques produits importés sont commercialisés sur le marché français, principalement de Grèce. Des importations en provenance d'Italie, de Croatie et d'Espagne sont également probables.

Enfin, il existe une part importante du marché français de la moule bio provenant des élevages irlandais. L'excellente qualité des eaux irlandaises et la facilité à obtenir des concessions en mer ont favorisé le développement rapide de la production de moules bio en Irlande. Ainsi en 2016, 50 % de la production de moules irlandaises était biologique, soit 9 000 tonnes. Les importations de moules bio irlandaises sur le marché français sont estimées entre 1 000 et 2 000 tonnes. A une moindre échelle, des moules bio sont également importées du Portugal.

-4413- Exportations

Une part importante de la production française de bars et dorades bio était naguère exportée vers le marché Suisse mais depuis quelques années on assiste à une forte progression de la demande en GMS et supermarchés dédiés aux produits frais.

Une partie des huîtres et moules bio françaises sont exportées en Espagne. Par ailleurs une part mineure des produits de truite et de saumon fumés sont également exportés vers les pays voisins.

¹⁰ Comité Interprofessionnel des Produits de l'Aquaculture

-4414- Transformation

- Filetage (saumon, truite, bar, dorade, maigre) ;
- Fumage de saumon et truite ;
- Cuisson de crevettes (éventuellement décorticage pour les produits traiteur) ;
- Mise en conserve et préparations (soupes, tartinables, produits traiteur, plats cuisinés, etc..)

-4415- Distribution

En **GMS**, la truite fumée progresse fortement par rapport au saumon. Par ailleurs, les producteurs de bar et dorade bio signalent une demande toujours grandissante des **GMS** pour les produits frais bio. Le développement des produits frais en **LS**, notamment sous vide, se fait au détriment du vrac du rayon poissonnerie traditionnel.

Circuits spécialisés : les circuits bio spécialisés sont en moyenne de plus petites surfaces qui, lorsqu'elles ont un rayon poisson frais, n'ont pas forcément du bio mais des produits de la pêche et de l'aquaculture éco-labellisés. En l'absence de rayon poissonnerie, on y retrouve principalement des conserves mais également, de plus en plus, des produits bio fumés ou frais sous vide en **LS** (truite et saumon et même bar et dorade). Les produits élaborés/préparés sont également en hausse pour les crevettes.

Chez les **artisans**, poissonneries indépendantes et ambulantes, les produits bio sont marginaux hormis éventuellement la crevette haut de gamme de Madagascar et les moules bio. En effet, en frais, le saumon bio est principalement commercialisé en **LS** dans les **GMS** (**MDD** ou autre) ou dans les circuits spécialisés.

Vente directe : Truite (dans le Sud-Ouest notamment). Huître et moule également, mais marginal.

4.4.2. Tendances et estimation du marché français en 2019

-4421- Saumon

La production irlandaise et écossaise de saumon bio a sensiblement progressé en 2019. En Norvège en revanche, une légère baisse a été enregistrée. Néanmoins, en 2019, les importations françaises de saumon irlandais (dont la production est certifiée biologique à 100 %) ont baissé de 18 % en générant une augmentation sensible du prix d'import (+11 %), ce qui confirme la tendance observée l'année précédente. Cette tendance à la baisse se retrouve dans les chiffres de consommation, notamment pour le saumon fumé bio.

-4422- Crevettes

En 2019, les importations de **crevettes** biologiques en provenance de pays tiers ont accusé une légère baisse (-4 % en volume et -3 % en valeur), notamment à cause d'un fort recul des importations de crevettes de Madagascar (-19 % en volume, -14 % en valeur). On observe une légère hausse du prix moyen. En 2019, les importations hors UE de crevettes biologiques se sont élevées à 3 111 tonnes pour une valeur de 35 millions d'euros. Il s'agit en grande majorité de crevettes importées entières et congelées. La principale origine reste Madagascar (54 % de la valeur totale) avec 1 363 tonnes importées en 2019 pour 19 millions d'euros. Les importations d'Équateur, deuxième origine d'importation (31 % de la valeur totale des crevettes bio importées), a vu sa croissance marquer un coup d'arrêt (+0 % en volume et -4 % en valeur). À noter également les forts reculs des origines Indonésie et Vietnam et la très forte progression des importations en provenance du Guatemala.

-4423- Analyse des données IRI

En 2019, le marché des produits de la mer bio est toujours dominé en **GMS** par le saumon fumé (42 %), suivi par les autres produits fumés et préparés (35 %) incluant notamment la truite fumée et les autres produits de saurisserie (23 %).

En 2019, les achats en **GMS** de produits biologiques à base de poissons et produits de la mer ont connu une hausse de 8 % en valeur. Le saumon fumé a accusé une baisse en 2019 (-3 % en volume et -7 % en valeur), avec une baisse sensible du prix moyen (-3 %). Les autres poissons fumés et préparés (dont la truite fumée) ont en revanche connu des hausses significatives en volume (+21 %) et valeur (+24 %), confirmant la tendance observée en 2018. Les autres produits de saurisserie ont également significativement progressé (+19 % en valeur en volume).

-4424- Données issues de l'enquête AND/ Agence bio

Les éléments transmis sur la croissance du CA bio 2019/2018 par les répondants à l'enquête permettent de confirmer la tendance à la baisse pour le saumon fumé. La tendance est à la baisse ou au mieux à la stabilité chez les plus gros fumeurs, et on observe des résultats hétérogènes pour les opérateurs moins présents en bio.

Tableau 34 Valeur des ventes des produits de l'aquaculture par espèce et par circuit

Millions d'euros	CA GMS	CA CS	CA Art	CA VD	Total
Saumon	65	4	2	0	71
Truite	30	7	4	1	42
Bar/dorade	5	2	1	1	9
Moule	23	3	7	1	33
Huître	1	0	1	1	3
Crevettes tropicales	41	2	6	0	48
Total	165	17	21	2	206

Élaboration AND-international pour l'Agence Bio

4.5. Les fruits et légumes frais

Le marché des fruits et légumes atteint la valeur de 1,9 milliards d'euros, pour un volume de l'ordre de 700 000 tonnes.

La valeur des ventes de fruits et légumes issus de l'agriculture biologique a progressé de 10 % en 2019, après une hausse de 13 % en 2018, 16 % en 2017, 33 % en 2016 et 24 % en 2015.

L'évolution de 2019 prolonge la tendance de 2018, avec une stabilisation du prix moyen pondéré (- 0,3 % en 2019 ; - 0,6 % en 2018, + 2 % en 2017, + 8 % en 2016) mais aussi une moindre croissance des volumes (+ 9,3 %).

Le segment bio reste néanmoins très dynamique en comparaison du marché général des fruits et légumes frais.

Tableau 35 – Chiffres d'affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio

Chiffre d'affaires en millions d'euros		GMS	Circuit bio	Artisans Commerçants	Vente directe	TOTAL
2019	Fruits	355	424	11	153	943
	Légumes	294	370	9	260	933
	TOTAL	649	794	20	412	1 876
2018	Fruits	328	413	10	144	896
	Légumes	253	319	8	226	807
	TOTAL	581	733	18	370	1 703
2017	Fruits	269	386	9	120	785
	Légumes	228	290	7	195	721
	TOTAL	497	677	16	315	1 505
2016	Fruits	217	327	8	121	673
	Légumes	190	255	6	176	626
	TOTAL	407	582	14	296	1 299
Évolution 2019/2018	Fruits	8 %	3 %	6 %	6 %	5 %
	Légumes	16 %	16 %	15 %	15 %	15 %
	TOTAL	11 %	8 %	10 %	11 %	10 %
Parts de marché 2019	Fruits	37 %	45 %	1 %	16 %	100 %
	Légumes	32 %	40 %	1 %	28 %	100 %
	TOTAL	35 %	42 %	1 %	22 %	100 %

Source: Agence BIO - AND-International 2019

La part de marché des GMS progresse encore au détriment des circuits spécialisés, confirmant ainsi la tendance déjà observée en 2018. Les parts de marché de la vente directe et des artisans/commerçants restent stables.

- Le circuit spécialisé bio (VD et magasins bio) reste majoritaire.
- La dynamique des GMS est toujours aussi vive, malgré le recul des uns ou des autres sur certaines espèces ; elle repose en partie sur un élargissement de la gamme et des volumes.
- La croissance de la vente directe ralentit, notamment sur les fruits (+6 % en 2019 vs. 20 % en 2018) ; elle reste stable sur les légumes.

4.5.1. *Estimation des volumes des espèces principales*

Depuis 5 ans, les tonnages sont estimés pour les principales espèces, 6 nouvelles espèces ont été intégrées cette années (avocat, concombre, oignon, poire, raisin, betterave). Ces estimations sont fournies à titre indicatif¹¹.

Tableau 36 – Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché

Estimations 2019 ¹	Volume TOTAL	Estimations RHD circuit long	Volume Vente au Détail	Prix au détail 2019	Volume Part GMS	Volume Part VD + Primeurs	Volume Part Bio	Taux import (1)	Volume Évolution détail	Prix au détail 2018	Effet prix	Valeur marché détail	Valeur Évolution Ventes
Espèce	t	t	t	EUR/kg	%	%	%	%	%	EUR/kg	%	1000 EUR	%
Banane	108 110	5 900	102 210	2,11	76 %	1 %	23 %	100 %	8 %	2,07	2 %	215 663	10,2 %
Pomme	65 517	5 900	59 617	2,85	31 %	42 %	26 %	6 %	14 %	2,99	-5 %	169 908	8,9 %
Agrumes	72 825	700	72 125	2,76	48 %	1 %	51 %	96 %	10 %	3,02	-9 %	199 065	0,3 %
Pomme de terre	59 138	1 900	57 238	1,92	34 %	34 %	32 %	17 %	9 %	1,69	14 %	109 897	23,8 %
Carotte	58 857	3 600	55 257	2,12	47 %	36 %	18 %	15 %	8 %	2,09	1 %	117 144	9,2 %
Courgette	15 071	700	14 371	2,74	51 %	13 %	36 %	57 %	13 %	2,88	-5 %	39 376	7,4 %
Tomate	33 475	1 400	32 075	4,11	45 %	36 %	20 %	59 %	10 %	3,93	5 %	131 826	15,1 %
Kiwi	21 207	900	20 307	5,07	33 %	47 %	20 %	54 %	7 %	5,06	0 %	102 958	6,7 %
Avocat	12 069	100	11 969	4,55	45 %	2 %	53 %	100 %	10 %	4,67	-3 %	54 458	7,7 %
Concombre	8 290	400	7 890	2,32	71 %	3 %	26 %	62 %	13 %	2,35	-1 %	18 306	11,3 %
Oignon	17 027	500	16 527	2,92	50 %	34 %	16 %	21 %	10 %	2,77	5 %	48 259	16,1 %
Poire	20 098	500	19 598	3,25	37 %	35 %	27 %	15 %	9 %	3,29	-1 %	63 695	7,6 %
Raisin	6 383	300	6 083	3,79	80 %	15 %	5 %	50 %	11 %	4,01	-6 %	23 055	4,4 %
Betterave	7 649	400	7 249	2,02	51 %	5 %	44 %	4 %	8 %	2,04	-1 %	14 644	7,0 %
Total / Moy.	505 715	23 200	482 515	2,71	-	-	-	-	10 %	2,72	-0,3 %	1 308 251	9,2 %

Agence BIO - AND-International 2019 – d'après enquêtes amont et aval – Kantar – RNM – Interfel – FNAB – (1) En circuit long

L'année 2019 est conforme à la précédente en ce qui concerne la modération des prix. Les évolutions pour chaque espèce sont différentes selon les opérateurs et les stades des filières. On retiendra pour 2019 : une baisse des prix plus marquée sur les fruits (à l'exception de la banane) que sur les légumes ; la pomme de terre se démarquant avec une hausse plus significative. Les parts de marché de la production française ont progressé pour l'ensemble de la gamme suivie, sauf pour la pomme de terre dont les importations ont été plus importantes (en lien avec une baisse des volumes récoltés en France, en raison de faibles rendements qui illustrent le fait que les aléas sont plus importants en bio qu'en conventionnel) et la courgette, dans une moindre mesure. Le marché de la pomme (suivant une hausse globale du volume de production) évolue favorablement, avec un taux d'importation passant de 16 % en 2018 à 6 % en 2019.

¹¹ **Précisions méthodologiques** : les analyses quantitatives et les bilans matières sont toujours délicats à réaliser dans le secteur des fruits et légumes frais (y compris en conventionnel). Différents motifs en sont la cause : l'imprécision statistique des surfaces en production ; la très grande variabilité des rendements ; l'incertitude entourant la connaissance de la production, les pertes importantes qui peuvent toucher ces produits après la récolte et jusqu'au stade de distribution, compte tenu des contraintes logistiques pouvant affecter la qualité de ces denrées périssables. C'est avec ces grandes réserves que les estimations qui suivent, sont proposées à titre indicatif, s'appuyant sur l'analyse croisée des déclarations des principaux metteurs en marché et des distributeurs, en tenant compte également des relevés de prix réalisés par le réseau des nouvelles des marchés (RNM).

L'effet prix global ressort à -0,3 % sur les espèces principales, résultat de fortes baisses (agrumes et raisin) et de fortes hausses (pomme de terre, tomate oignon). La hausse du prix de la banane pèse sur l'évolution globale de la valeur des ventes, en raison de son poids en volume et de la hausse de 8 % des volumes mis en marché.

4.5.2. *Autres espèces*

Le développement des rayons fruits et légumes bio dans tous les types de points de vente procède notamment par élargissement de gamme, c'est pourquoi nous nous efforçons de produire des estimations pour d'autres espèces.

Tableau 37 – Estimations pour 6 espèces secondaires

Espèce	Volume estimé	Effet prix	Taux d'import
Choux	25 000 t	Chou-fleur : -5 %	39 %
Courge	14 000 t	+ 5 %	10 %
Poireau	8 000 t	+ 10 %	16 %
Poivron	7 000 t	+ 7 %	80 %
Mangue	7 000 t	-3 %	100 %
Fraise	3 500 t	+ 4 %	25 %

Estimations : AND- international pour Agence bio

Le total représente, en volume, l'équivalent des agrumes. Les choux, courges et poireaux sont des productions bien adaptées au climat métropolitain, les taux d'importation sont réduits. En ce qui concerne le poivron, espèce « méditerranéenne », le taux d'introduction est de 80 %, et, bien sûr, de 100 % pour les mangues.

4.5.3. *Données relatives aux échanges de fruits et légumes biologiques*

-4531- Stabilisation de la valeur des importations

En ce qui concerne l'évolution des échanges extérieurs, le solde s'améliore en dépit de mouvements opposés :

- Croissance des achats de bananes, d'agrumes et d'avocats, espèces presque totalement importées ;
- Les mauvaises conditions climatiques ont favorisé les achats extérieurs de pommes de terre ;
- Mais la croissance des surfaces et de bonnes récoltes ont permis d'augmenter les volumes produits en France. Il en résulte une baisse des quantités importées de pommes, carottes, tomates, oignons, betteraves.

Le taux global d'achats extérieurs est estimé à 39 % de la valeur au stade de gros (41 % en 2018).

Tableau 38 – Évolution de la part d'origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2014 à 2019

Espèce	Origine France						Commentaires
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Banane	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	ε	Produit 100 % importé (aux quelques volumes des Antilles françaises près, néanmoins prometteurs)
Pomme	88 %	76 %	85 %	74 %	84 %	94 %	Croissance de l'offre française
Agrumes	4 %	16 %	5 %	3 %	3 %	4 %	Marché dominé par l'offre espagnole – Bonne résistance corse
Pomme de terre	88 %	94 %	83 %	82 %	94 %	83 %	Bonne récolte en 2018, en baisse en 2019
Carotte	70 %	79 %	74 %	69 %	80 %	85 %	Progression des volumes mis en marché – Parts de marché significatives – Marché très disputé à certaines périodes
Courgette	51 %	51 %	74 %	31 %	45 %	43 %	Progression plus marquée de l'offre importée Croissance de la consommation
Tomate	39 %	29 %	40 %	22 %	39 %	41 %	Légère progression des volumes d'origine France
Kiwi	62 %	44 %	30 %	42 %	42 %	46 %	Progression régulière des surfaces Consommation stable
Avocat	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	Produit 100 % importé, en priorité d'Espagne
Oignon	43 %	57 %	60 %	64 %	55 %	79 %	Progression significative des volumes français mis en marché
Concombre	-	-	-	-	40 %	38 %	Croissance significative du marché, en France comme à l'import
Poire	-	-	-	-	86 %	85 %	Progression régulière des surfaces de production en bio Stabilisation de la consommation
Raisin	-	-	-	-	50 %	50 %	Progression régulière du marché Part d'origine France stable
Betterave	-	-	-	-	80 %	96 %	Croissance de l'offre française

Agence BIO - AND-International 2019

-4532- L'exportation de fruits et légumes biologiques

Les exportations/expéditions vers le marché de l'UE semblent progresser quelque peu. Les produits français phares à l'extérieur sont la noix, la pomme et le kiwi. Les ventes de noix progressent selon tous les opérateurs répondants à l'enquête. Celles de kiwi aussi, selon des acteurs clés.

Les réexportations paraissent stables, elles ont en hausse pour certains acteurs de la banane. Les exportations/expéditions de légumes semblent reculer, notamment les quelques flux de pommes de terre ou de brocolis. Les ventes de chou-fleur et de mâche sont plus dynamiques.

4.5.4. Le marché en RHD

Le marché de la restauration est en hausse, avec une tendance générale de l'ordre de +25 %, largement due à la restauration scolaire, qui semble être la plus sensible aux mots d'ordre de la loi EGALIM. Les fruits bruts constituent une solution simple et accessible pour les cantines engagées dans l'offre de produits biologiques

Le tonnage total de fruits et légumes frais serait ainsi de l'ordre de 35 000 tonnes (dont 23 000 tonnes pour les 14 espèces suivies), soit 92 millions d'Euros au prix moyen de 2,5 EUR/kg. La part de la restauration collective est d'au moins 80 %. Cette estimation repose notamment sur les données Interfel/Gira produits sur l'année 2016.

Les espèces principales sont, pour les fruits les bananes, les pommes et poires, les agrumes, et pour les légumes les tomates, les carottes, les pommes de terre.

4.6. Les céréales

4.6.1. Collecte record de céréales en 2019/2020 : plus de 630 000 tonnes, en hausse de 68 %

Après une collecte 2018/2019 qui a souffert des mauvaises conditions météorologiques, la campagne céréalière 2019/2020 atteint un record historique avec **635 700 tonnes** collectées (biologiques et C2). La collecte 2019/2020, bénéficiant de bonnes conditions climatiques et des volumes issus des surfaces converties en 2016, 2017 et 2018, est en progression de 68 %, toutes céréales confondues, par rapport à la campagne précédente et est supérieure de 52 % au précédent record historique de 2017/18. Il s'agit là d'estimations, qui fixent néanmoins les ordres de grandeur.

Ainsi, les volumes collectés de céréales à paille ont presque doublé : + 100 % en triticale, +111 % en orge et +81 % en blé tendre. La collecte de maïs continue sa progression pour atteindre 160 000 tonnes, en progression de 42 %.

Tableau 39 – Collecte des 4 principales espèces de céréales (certifiées bio et C2) en tonnes

COLLECTE	2013 /2014	2014 /2015	2015 /2016	2016 /2017	2017 /2018	2018 /2019*	2019 /2020**	Evol. Dernière campagne**
Blé	91 557	82 065	100 873	93 983	159 005	135 362	245 000	81 %
Maïs	44 812	73 358	69 810	49 360	91 000	112 330	160 000	42 %
Orge	16 488	18 858	25 205	21 598	34 268	29 403	62 000	111 %
Triticale	23 456	24 853	41 478	35 005	63 669	46 089	92 000	100 %
Autres céréales	30 635	32 104	43 025	41 771	68 223	55 197	76 680	39 %
Toutes céréales	206 948	231 238	280 391	241 717	416 165	378 381	635 680	68 %

Source : FranceAgriMer * chiffres semi-définitifs** données provisoires

4.6.2. Échanges : un déficit extérieur qui se réduit sur la campagne 2019/2020

-4621- Importations et introductions de céréales

Après une progression des flux d'importation par les organismes stockeurs sur la campagne 2018/2019 pour compenser le déficit de la collecte 2018, les importations et introductions se sont repliées sur la campagne 2019/2020. Sur les 4 céréales principales, les importations ont diminué de 22 % pour atteindre 131 000 tonnes sur 2019/2020 après avoir augmenté de 36 % lors de la campagne précédente. Le volume d'importation se situe à 21 % de la collecte, contre 44 % en 2018/19 et même 51 % deux ans plus tôt. C'est pour le blé tendre que les importations demeurent les plus élevées (équivalentes à 33 % de la collecte) et pour le maïs qu'elles le sont le moins (14 % de la collecte). C'est donc sur cette espèce que, toutes choses étant égales par ailleurs, le danger de surproduction est le plus proche si, lors de la campagne 2020/21, les surfaces progressent plus vite que les utilisations par les fabricants d'aliments du bétail (FAB).

Tableau 40 – Importations et introductions des 4 céréales principales des 7 dernières campagnes

IMPORTATIONS ET INTRODUCTIONS	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019 *	2019/2020 **	Évolution dernière campagne **
Blé	45 395	49 929	55 156	76 054	73 807	112 411	80 000	-29 %
Maïs	28 674	22 709	8 663	29 747	31 747	21 001	22 000	5 %
Orge	6 960	5 796	4 563	8 138	10 497	21 098	16 000	-24 %
Triticale	278	1 108	2 195	8 745	7 932	13 770	13 000	-6 %
Total 4 espèces	81 307	79 542	70 577	122 684	123 983	168 280	131 000	-22 %

Source : FranceAgriMer * chiffres semi-définitifs** données provisoires

D'après les données des douanes, les importations de céréales en graines issues des pays tiers se sont élevées à 13 600 tonnes sur l'année 2019 contre près de 17 000 tonnes en 2018. La valeur totale de ces importations de céréales s'élève à 18,9 millions d'euros en 2019 (chiffre qui n'inclut pas les achats au sein de l'UE).

Tableau 41 - Importations de céréales en 2018 et 2019

IMPORTATIONS PAYS TIERS	2018	2019	Evolution dernière année	Origine
Blé	6 110	3 333	-45 %	Ukraine
Maïs	4 485	1 417	-68 %	Moldavie, Ukraine, Inde
Riz	3 129	2 337	-25 %	Pakistan
Autres céréales (mil, Khorassan, quinoa...)	3 256	6 275	93 %	Canada, Pérou, Bolivie
Total céréales - grains	16 980	13 362	-21 %	

Source : Douanes

Exportations et expéditions de céréales

Après avoir légèrement diminué au cours de la campagne 2018/2019, les expéditions vers l'UE et les exportations des 4 principales céréales biologiques atteignent le record 23 000 tonnes sur 2019/2020, soit une progression de 142 %. Le déficit extérieur des céréales biologique s'est réduit, passant de 158 780 tonnes sur 2018/2019 à 108 000 tonnes sur 2019/2020.

Tableau 42 : Exportations et expéditions des 4 céréales principales des 4 dernières campagnes

EXPORTATIONS ET EXPÉDITIONS	2016/2017	2017/2018	2018/2019*	2019/2020**	Evolution dernière campagne**
Blé	1 000	3 000	1 500	7 000	367 %
Maïs	1 700	5 000	6 000	9 000	50 %
Orge	1 000	1 200	1 000	4 000	300 %
Triticale	0	2 500	1 000	3 000	200 %
Total 4 espèces	3 700	11 700	9 500	23 000	142 %

Source : FranceAgriMer * chiffres semi-définitifs** données provisoires

4.6.3. Léger ralentissement de la croissance des volumes de farine en 2019-20

La demande des moulins progresse de 13 % sur la campagne 2019/2020, après avoir augmenté de 15 % sur la campagne 2018/2019. Le blé tendre représente 90 % des volumes écrasés par les moulins sur 2019/2020. Les utilisations de blé tendre continuent de progresser sur la campagne 2019/2020, mais à un rythme inférieur à celui de la campagne 2018/2019 tant en pourcentage (+ 9 % vs + 13 %) qu'en valeur absolue (+ 15 000 tonnes vs + 22 000 tonnes).

La campagne 2019/2020 marque ainsi une décélération de la croissance de la production de farine bio avec un taux de croissance des utilisations qui demeure en deçà de celui observé sur la collecte.

Tableau 43 – Utilisations de céréales Bio en meunerie en années campagnes

MEUNERIE	2016/2017	2017/2018	2018/2019*	2019/2020**	Evolution dernière campagne**
Blé Tendre	122 255	144 769	166 948	182 000	9 %
Autres céréales	10 521	11 994	13 539	21 950	62 %
Toutes céréales	132 776	156 763	180 487	203 950	13 %

Source : FranceAgriMer * chiffres semi-définitifs** données provisoires

En année civile, le volumes des grains mis en œuvre a progressé de 14 % en 2019 par rapport à 2018, pour atteindre 179 271 tonnes de blé tendre écrasé. Les écrasements ont augmenté de 21 768 tonnes, ce qui demeure plus faible que la croissance de 28 602 tonnes observée sur 2018.

Tableau 44 : Utilisations du blé tendre Bio en meunerie en années civiles

MEUNERIE	2015	2016	2017	2018	2019	Évolution dernière année
Blé Tendre	94 926	112 689	128 901	157 503	179 271	14 %

Source : FranceAgriMer

4.6.4. Les débouchés de la farine et des céréales pour l'alimentation humaine

Selon FranceAgriMer, le total des sorties de farine s'élève à 167 954 tonnes en 2019, en hausse de 14,5 % par rapport à 2018. Elles se répartissent en 29 459 tonnes d'échanges entre moulins et 135 540 tonnes utilisées.

Les utilisations de farines atteignent un total de 135 540 tonnes en 2019, en progression de 17 % par rapport à 2018. Les utilisations en « panification-autres utilisations alimentaires-mixes-négociants » représentent 82 % des volumes et sont en progression de 19 %. Les utilisations en sachets amidonnerie comptent pour 11 % des volumes et augmentent de 13 % par rapport à 2018. Enfin les exportations stagnent (+1 %) et comptent pour 7 % du total des utilisations.

Pour compléter les données de FranceAgriMer, les données de panel peuvent être utilisées pour décrire l'usage qui est fait de la farine. En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de farine mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 45 – Estimation des volumes de farines utilisés dans les produits vendus en GMS en France en 2019 en tonnes

CONSOMMATION DE FARINE EN TONNES EQ.	Coefficients de conversion	Tonnes GMS (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent Farine GMS	Évolution 2019/2018 en %
Farine consommée en sachet	1	20 483	20 500	16 %
Biscuits salés et sucrés	0,56	13 269	7 450	19 %
Panification sèche	0,80	10 382	8 300	2 %
Pâtisserie industrielle	0,50	9 970	5 000	43 %
Pains de mie	0,91	8 897	8 060	29 %
Pâtes ménagères	0,70	4 314	3 000	17 %
TOTAL Farine utilisée en ingrédient en IAA	--	46 831	31 800	20 %
TOTAL		67 314	52 300	19 %

Source : AND International à partir de données IRI et enquête AND / Agence bio

La consommation de farine biologique en sachets et à travers des produits transformés est estimée à **52 300 tonnes** en 2019 pour les GMS, ce qui débouche sur une estimation de plus de **78 000 tonnes**, hors boulangerie pâtisserie et vente directe.

La consommation de farine en sachets représente plus du tiers (39 %) de cette consommation apparente de farine avec de 30 600 tonnes, alors que la consommation à travers les produits transformés compte pour environ 61 % pour environ 47 700 tonnes. Il est probable qu'une partie des farines utilisées pour la transformation en France sont importées, s'additionnant aux importations de produits finis (dans le secteur des biscuits salés et sucrés).

En outre, le secteur des céréales pour petits déjeuners (21 000 tonnes selon IRI) mobiliserait, en tenant compte de tous les circuits, l'équivalent de 31 500 tonnes de céréales.

4.6.5. Un effet prix variable selon le stade de la filière et le type de produit

Les données collectées auprès des meuniers (11 opérateurs) indiquent un effet prix pour la farine, de l'ordre de + 11 % en 2019 contre + 5 % en 2018.

Ces résultats sont contradictoires avec les données issues d'IRI. En effet le calcul de l'effet prix des sachets de farine au stade de détail indique une baisse de - 3 % en 2019, alors que les années 2018 et 2017 avaient connu une hausse de 7 % chacune.

Concernant l'effet prix des produits transformés, on relève une évolution générale de + 1,4 % du prix moyen en 2019 par rapport à 2018. La plupart des produits utilisant de la farine ont vu leur prix moyen progresser de 0 % à 2 %, mis à part certains produits dont le prix moyen a progressé de façon plus importante : les pains de mie (+ 14 %) et la panification préemballée (+ 7 %).

Les céréales petit-déjeuner (+ 4 %) ont vu aussi leur prix moyen progresser.

4.7. Les oléo-protéagineux

4.7.1. Une collecte d'oléo-protéagineux en hausse

Après avoir accusé une baisse de 10 % sur la campagne 2018/2019, la collecte d'oléo-protéagineux biologique atteint un nouveau record de **146 600 tonnes** sur 2019/2020, soit un doublement depuis 2016/2017.

La collecte totale d'oléagineux augmente de plus d'un tiers pour atteindre environ 93 000 tonnes sur 2019/2020. Le soja est la première production, avec une prévision de collecte de 55 800 tonnes sur la campagne 2019/2020, en progression de 40 %. La collecte de tournesol atteint également un record avec 30 746 tonnes sur 2019/2020, en augmentation de 25 %. La collecte de colza est sous secret statistique mais le volume de collecte peut être estimé au-dessus de 4 000 tonnes.

La collecte de protéagineux prévue sur 2019/2020 devrait presque doubler par rapport à la campagne précédente pour atteindre 53 400 tonnes. Alors que la collecte de pois double, celle de féverole progresse de 68 %.

Tableau 46 – Collecte d'oléagineux et de protéagineux bio et C2 sur les 6 dernières campagnes en tonnes

COLLECTE	2014 /2015	2015 /2016	2016 /2017	2017 /2018	2018 /2019*	2019 /2020**	Evolution dernière campagne**
Soja	24 999	27 636	29 556	43 004	39 831	55 763	40 %
Tournesol	15 785	12 012	13 605	26 415	24 597	30 746	25 %
Autres oléagineux	1 800	3 066	4 268	5 413	4 618	6 702	45 %
Tous oléagineux	42 584	42 714	47 429	74 832	69 046	93 212	35 %
Pois	9 352	11 945	9 558	13 088	12 970	26 000	100 %
Féverole	12 058	13 684	11 963	19 623	14 851	25 000	68 %
Autres protéagineux	365	388	378	1 099	423	2 381	463 %
Tous protéagineux	21 775	26 017	21 899	33 810	28 244	53 381	89 %
Tous oléo-protéagineux	64 359	68 731	69 328	108 642	97 290	146 593	51 %

Source : FranceAgriMer

* Chiffres provisoires ** Estimation AND sur base FAM (9 mois)

4.7.2. *Échanges : la croissance des importations se poursuit*

-4721- Importations d'oléo-protéagineux en graines

Les importations de graines d'oléo-protéagineux issus de pays tiers ont crû de **45 %** sur l'année 2019 pour atteindre un volume de **48 630 tonnes**. Les importations des graines de soja provenant d'Afrique de l'Ouest contribuent majoritairement à cette progression. Alors que les volumes de grains d'oléagineux sont quasi exclusivement destinés à l'alimentation animale, les importations de légumes secs sont destinées à l'alimentation humaine.

Tableau 47 : Importations de graines d'oléo-protéagineux bio en provenance des pays tiers en 2018 et 2019 en tonnes

IMPORTATIONS	2018	2019	Evol. Dernière année	Origines 2019
Graines de soja, même concassées	25 765	39 584	54 %	Togo - Burkina Faso
Graines de tournesol, même concassées	73	0	/	/
Graines de navette ou de colza, même concassées	2 581	4 140	60 %	Ukraine
Autres graines et fruits oléagineux, même concassés (sésame, lin, moutarde...)	3 065	2 413	-21 %	Mali - Burkina Faso
Tous oléagineux	31 484	46 137	47 %	/
Légumes secs, écosés, même décortiqués ou cassés (pois chiches, lentilles, haricots)	2 164	2 498	15 %	Turquie
Tous protéagineux	2 164	2 498	15 %	/
Tous oléo-protéagineux	33 648	48 635	45 %	/

Source : Douanes Françaises

-4722- Importations de tourteaux d'oléagineux

Les importations de tourteaux d'oléagineux biologiques en provenance de pays tiers se sont stabilisées (+1 %) sur l'année 2019 pour atteindre un volume de **43 183 tonnes**. Les flux d'importation de tourteaux de tournesol ukrainiens observés en 2018 ont disparu en 2019.

Tableau 48 : Importations de tourteaux d'oléagineux bio en provenance des pays tiers en 2018 et 2019 en tonnes

Importations de Tourteaux d'oléagineux	2018	2019	Evol. Dernière année	Origines 2019
Tourteaux de Soja	24 999	43 183	73 %	Chine - Inde
Tourteaux de Tournesol	15 785	0	/	/
Autres tourteaux d'oléagineux	1 800	0	/	/
Tous oléagineux	42 584	43 183	1 %	/

Source : Douanes Françaises

-4723- Importations d'huiles en provenance des pays tiers

Les importations d'huiles biologiques en provenance de pays tiers ont progressé de **42 %** sur l'année 2019 pour atteindre un volume de **11 060 tonnes**. Les importations d'huiles d'olive en provenance de Tunisie sont celles qui ont progressé le plus, suivies des importations d'huiles de tournesol en provenance d'Ukraine.

Tableau 49 : Importations directes d'huiles bio en provenance des pays tiers en 2018 et 2019, en tonnes

Huiles	2018	2019	Évolution	Origines
Huile d'olive	4 199	7 919	89 %	Tunisie
Huile de tournesol	133	1 824	1271 %	Ukraine
Huile de coco	723	972	34 %	Philippines - Sri Lanka
Autres huiles végétales	2 744	345	-87 %	Burkina Faso
Toutes huiles	7 799	11 060	42 %	

Source : Douanes

4.7.3. Les débouchés des oléo-protéagineux pour l'alimentation humaine

-4731- Les débouchés des protéagineux pour l'alimentation humaine

Les débouchés des protéagineux en alimentation humaine regroupent tous les produits contenant en totalité ou partiellement des légumes secs (lentilles, pois chiches, haricots, fèves, pois, lupins...).

Les volumes de consommation de légumes secs peuvent être approchés à travers leur utilisation en sachets et en conserves appertisées. À partir des volumes suivis par le panel IRI dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) et d'un coefficient de conversion adapté pour les légumes secs en conserve, le volume de légumes secs consommé par les ménages été estimé à environ **6 200 tonnes** tous circuits confondus.

Tableau 50 : Consommation de légumes secs par les ménages

	Coefficients de conversion	Tonnes GMS (IRI) ou unités de vente	Tonnes équ. Légumes secs GMS	Estimation de la consommation de légumes secs tous circuits
Légumes secs en sachet	1	3 652	3 652	5 455
Légumes secs utilisés en conserves appertisées (moyenne boîte de 400g)	0,12	4 039 612	503	751
Total			4 155	6 206

Source : AND-I à partir de données IRI et enquête AND

4.7.4. Les débouchés des oléagineux pour l'alimentation humaine

La consommation d'huile demeure le principal débouché des graines oléagineuses en alimentation humaine. Les principaux débouchés des huiles issues d'oléagineux sont les suivants :

- Les huiles de cuisine, utilisées en friture et/ou en assaisonnement,
- Les produits alimentaires intermédiaires (PAI) pour les IAA.

-4741- Consommation d'huiles biologiques de cuisine par les ménages

La consommation d'huiles de cuisine biologiques par les ménages en France est de l'ordre de 36 500 tonnes, dont 31 000 tonnes d'huile d'olive. D'après le panel IRI, la consommation d'huile biologique a progressé de 13 % dans la distribution généraliste. Le tableau suivant présente l'estimation de la consommation d'huiles de cuisine par les ménages.

Tableau 51 – Estimation de la consommation d'huiles de cuisine par les ménages en tonnes

Huiles biologiques	2019
Huile d'olive	30 995
Huile de tournesol	2 214
Huile de colza	2 103
Autres huiles	1 218
Total	36 530

Source : Estimation AND d'après données IRI

4.7.5. Consommation d'huiles biologiques par les IAA (PAI)

La consommation d'huile biologique à travers les produits agroalimentaires transformés est estimée à près de 15 300 tonnes tous circuits confondus en 2019. D'après le panel IRI, la consommation d'aliments biologiques utilisant de l'huile a progressé de 5,1 % dans la distribution généraliste.

Le tableau suivant présente l'estimation de la consommation d'huile à travers la consommation de produits agroalimentaires biologiques calculée à partir des données IRI.

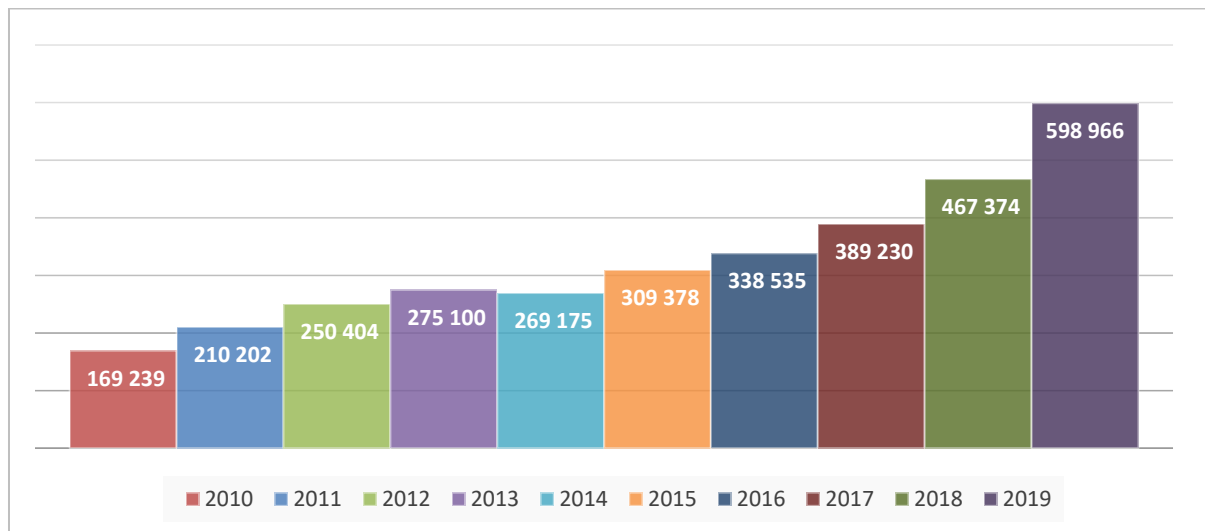
Tableau 52 : Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agroalimentaires en tonnes en 2019

Produits incorporant de l'huile	Consommation estimée tous circuits	Consommation apparente éq. huile tous circuits	Coefficient	Type d'huile utilisé
Potages et sauces	20 075	2 019	Sauces : 78 % (sauf sauce tomate – 3 %)	Tournesol, olive
Conserves de poissons	493	3 266	20 %	Olive, tournesol
Conserves de légumes	46 657	2 896	7 %	Tournesol, olive
Chips	1 190	417	35 %	Tournesol
Biscuiterie sucrée	17 988	1 169	6,5 %	Tournesol, colza, palme et autres
Pâtes à tartiner	8 930	1 518	0,5 %	Tournesol, palme
Pâte ménagères	11 500	1 380	17 %	Tournesol, palme
Pain de mie	9 159	46	12 %	Colza, tournesol
Margarines	4 499	2 610	58 %	Colza, palme
TOTAL	120 492	15 320		

Source : Estimation AND

4.7.6. *Alimentation animale (animaux de fermes)*

-4761- Des fabrications en progression de plus de 100 000 tonnes

Figure 10 : Fabrication d'aliments pour animaux de ferme biologiques de 2010 à 2019 en tonnes

Source : Coop de France – NA

En 2019, près de **600 000 tonnes** d'aliments biologiques pour les animaux de ferme (autrement dit : le bétail) ont été fabriqués selon CDF-NA / SNIA, ce qui représente environ 3 % de la production totale d'aliments pour animaux de ferme en France.

La fabrication d'aliments du bétail a augmenté de 131 600 tonnes, soit 28 %, sur un an contre + 78 000 tonnes en 2018 et + 50 000 tonnes en 2016. La croissance a accéléré pour la seconde année consécutive et demeure plus rapide que celle de la valeur de l'ensemble du marché alimentaire.

Les aliments pour volailles représentent 73 % des volumes d'aliments biologiques produits (contre 77 % en 2018 et 76 % en 2017) et ont progressé de 19 %, ce qui demeure inférieur aux autres fabrications. Les aliments pour poules pondeuses comptent pour plus de la moitié des fabrications d'aliments composés (53 %) et les aliments pour poulets de chair comptent pour un cinquième.

La fabrication d'aliments pour porcins a progressé de 33 % et représente 10 % des fabrications (contre 9 % en 2018). Les aliments pour bovins représentent 9 % des volumes fabriqués pour une croissance de 22 % tandis que la progression des aliments destinés aux caprins a atteint 71 % sur l'année 2019 (1 % des fabrications).

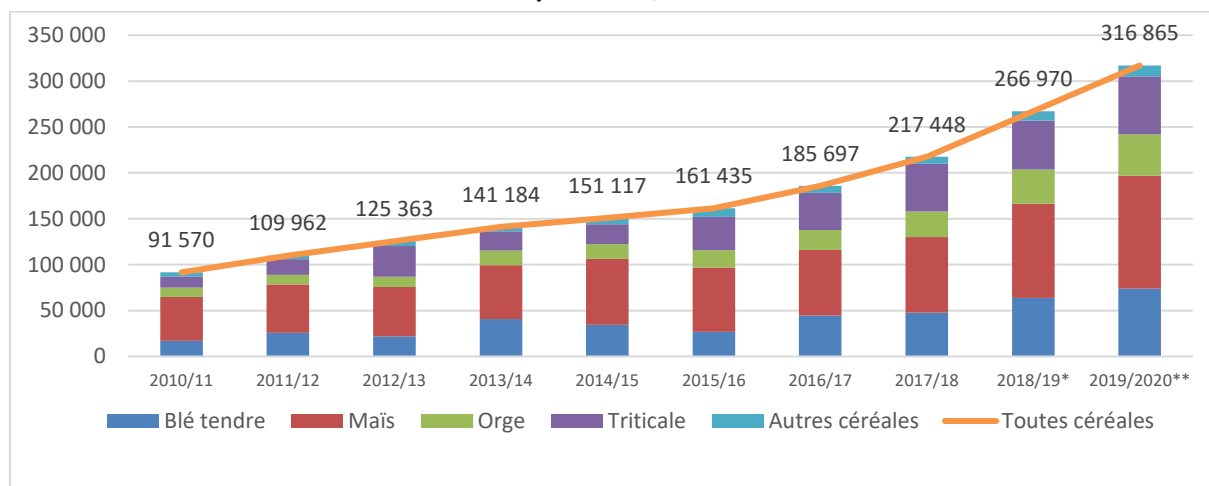
A l'instar du secteur conventionnel, la fabrication d'aliments à la ferme (FAF) occupe une place importante dans les filières animales biologiques. En porcs, l'ITAB estimait que la FAF représentait environ 45 % des volumes d'aliments consommés sur l'ensemble des aliments (complets et complémentaires) consommés par l'élevage porcin biologique¹². La FAF est beaucoup moins développée en volailles de chair et représenterait 10 % de l'alimentation des volailles de chair en volume d'après une enquête de la FNAB en 2018. En pondeuses, la FAF serait marginale et représenterait tout au plus 1 % de l'aliment total consommé.

¹² Enquête réalisée en 2019 par l'ITAB auprès des Organisations de producteurs de porcs représentant 70 % des abattages de porcs en France.

-4762- Les utilisations de céréales en alimentation animale en progression de 50 000 tonnes

Les incorporations de céréales dans l'alimentation pour le bétail continuent à progresser à mesure que la fabrication d'aliments biologiques augmente. Sur la campagne 2019/2020, le volume de céréales incorporés devrait atteindre le record de 317 000 tonnes, soit une hausse de 19 % par rapport à la campagne précédente.

Figure 11 : Évolution des incorporations de céréales au sein de l'alimentation animale biologique depuis 2010/2011



Source : FranceAgriMer

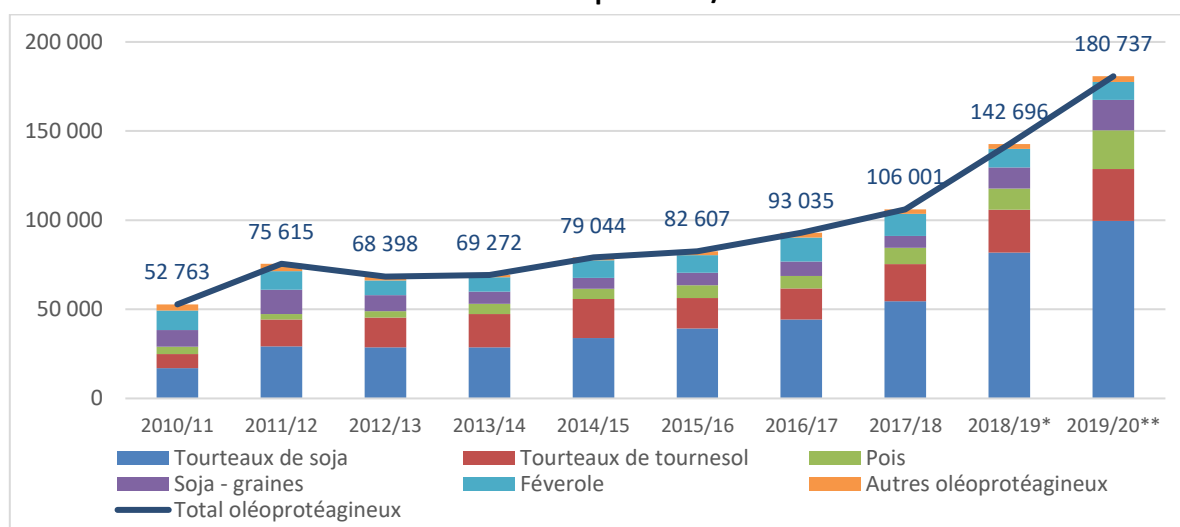
* chiffres semi-définitifs – ** Estimation AND sur base FAM (9 mois)

4.7.7. Des incorporations d'oléo-protéagineux en augmentation de près de 40 000 tonnes

Le principal débouché des oléo-protéagineux demeure l'alimentation animale. Suivant la production d'aliments composés biologiques, leur utilisation est en forte progression sur 2019/2020 et atteint le record de 181 000 tonnes. La croissance estimée de leur utilisation pour 2019/2020 atteint 27 % alors que celle-ci s'est établie à 34 % sur 2018/2019.

Le soja, en graines extrudées et en tourteaux, constitue la première source de protéines pour les fabricants d'aliments du bétail et représente 64 % de l'ensemble des incorporations d'oléo-protéagineux. Les tourteaux de tournesol constituent le second oléo-protéagineux le plus incorporé par le secteur de l'alimentation animale.

Figure 12 : Évolution des incorporations d'oléo-protéagineux biologiques au sein de l'alimentation du bétail depuis 2010/11



Source : FranceAgriMer* Chiffres provisoires – **Estimation AND sur base FAM (9 mois)

4.8. Le vin

4.8.1. Aspects méthodologiques

6 791 questionnaires ont été envoyés (5 776 questionnaires pour les viticulteurs et 1 015 questionnaires pour les négociants / coopératives). 404 questionnaires utilisables ont été retournés, soit un taux de retour de 6,0 % pour les viticulteurs et de 5,8 % pour les négociants / coopérateurs. Ce taux de retour est en légère baisse par rapport à celui de l'enquête 2019 (8,7 % de retour chez les viticulteurs et 6,6 % chez les négociants et coopérateurs). Notons que l'enquête s'est déroulée pendant le confinement lié au COVID-19, ce qui a pu impacter le taux de retour.

Tableau 53 – Taux de retour de l'enquête directe auprès des viticulteurs et négociants / coopératives

	Viticulteurs	Négociants / coopératives
Envois	5 776	1 015
Retours utilisables	345	59
% retours utilisables / envois	6,0 %	5,8 %

L'échantillon représente 9,3 % de la surface de vigne certifiée bio en France (contre 12 % l'année précédente).

Tableau 54 – Représentativité de l'enquête directe auprès des viticulteurs par bassin

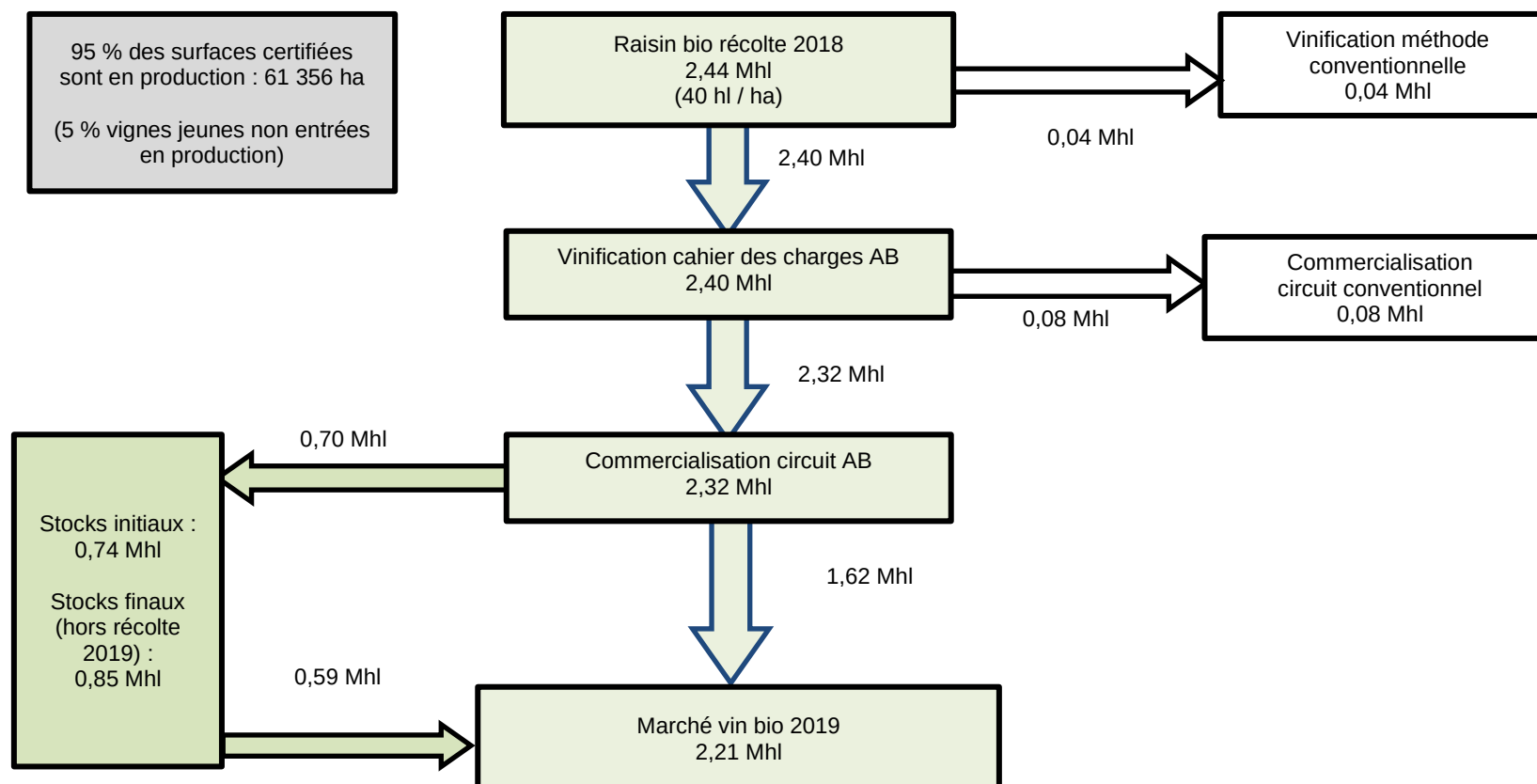
	Population totale		Échantillon		% échantillon / population	
	Nb EA	Surf. AB certifiée	Nb EA	Surf. AB certifiée	% Nb EA	% Surf. AB certifiée
LR	1 679	20 279	81	1 900	4,8 %	9,4 %
Rhône	838	11 708	47	808	5,6 %	6,9 %
Bordeaux	603	7 865	47	894	7,8 %	11,4 %
Provence / Corse	603	7 633	23	480	3,8 %	6,3 %
Loire	545	4 984	35	688	6,4 %	13,8 %
Sud-Ouest	690	5 691	29	477	4,2 %	8,4 %
Bourg.-Beauj.-Est	514	2 711	37	464	7,2 %	17,1 %
Alsace	346	2 258	25	187	7,2 %	8,3 %
Champagne	207	465	10	62	4,8 %	13,3 %
Autre	206	1 081	11	83	5,3 %	7,7 %
Total	6 231	64 674	345	6 042	5,5 %	9,3 %

Remarque : le nombre d'exploitations correspond aux exploitations certifiées et en conversion

4.8.2. *Volume mis en marché*

Nous estimons que 95 % des surfaces certifiées sont en production et que 5 % des surfaces sont des vignes jeunes non entrées en production. La récolte de raisin de cuve bio représente 2,44 Mhl en 2018 (mis en marché en 2019). La surface en production est de 60 356 ha (contre 55 691 ha l'année précédente). La récolte est en hausse par rapport à l'année précédente (2,04 Mhl récoltés en 2017) en raison d'une augmentation du rendement et d'une augmentation du potentiel de production. Notons que la récolte avait été exceptionnellement basse en 2017 pour le bio comme le conventionnel, les stocks avaient donc baissé pour le vin bio afin de fournir une demande croissante. **La récolte 2018 a été exceptionnellement haute pour le conventionnel mais est restée moyenne pour le bio en raison de problèmes sanitaires et climatiques sur certaines des principales régions de production.** Dans ce contexte, 98 % du vin ont été vinifiés en bio et 97 % ont été commercialisés dans le circuit bio (contre 99 % et 96 % l'année précédente). On observe une légère augmentation des stocks, qui restent cependant à un niveau bas.

Figure 13 - Schéma de filière : récolte 2018 et commercialisation 2019



Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

Quatre vignobles représentent 72 % des volumes mis sur le marché (Languedoc-Roussillon, Rhône, Bordeaux, Provence). Le rendement moyen est en hausse par rapport à l'année précédente (+4 hl / ha) et les surfaces ont légèrement augmenté (+ 4 700 ha), en raison de nouvelles conversions et de jeunes vignes arrivées en production. Les volumes vinifiés en conventionnel ou commercialisés sur le marché conventionnel restent faibles.

Tableau 55 - Bilan pour les principales régions viticoles

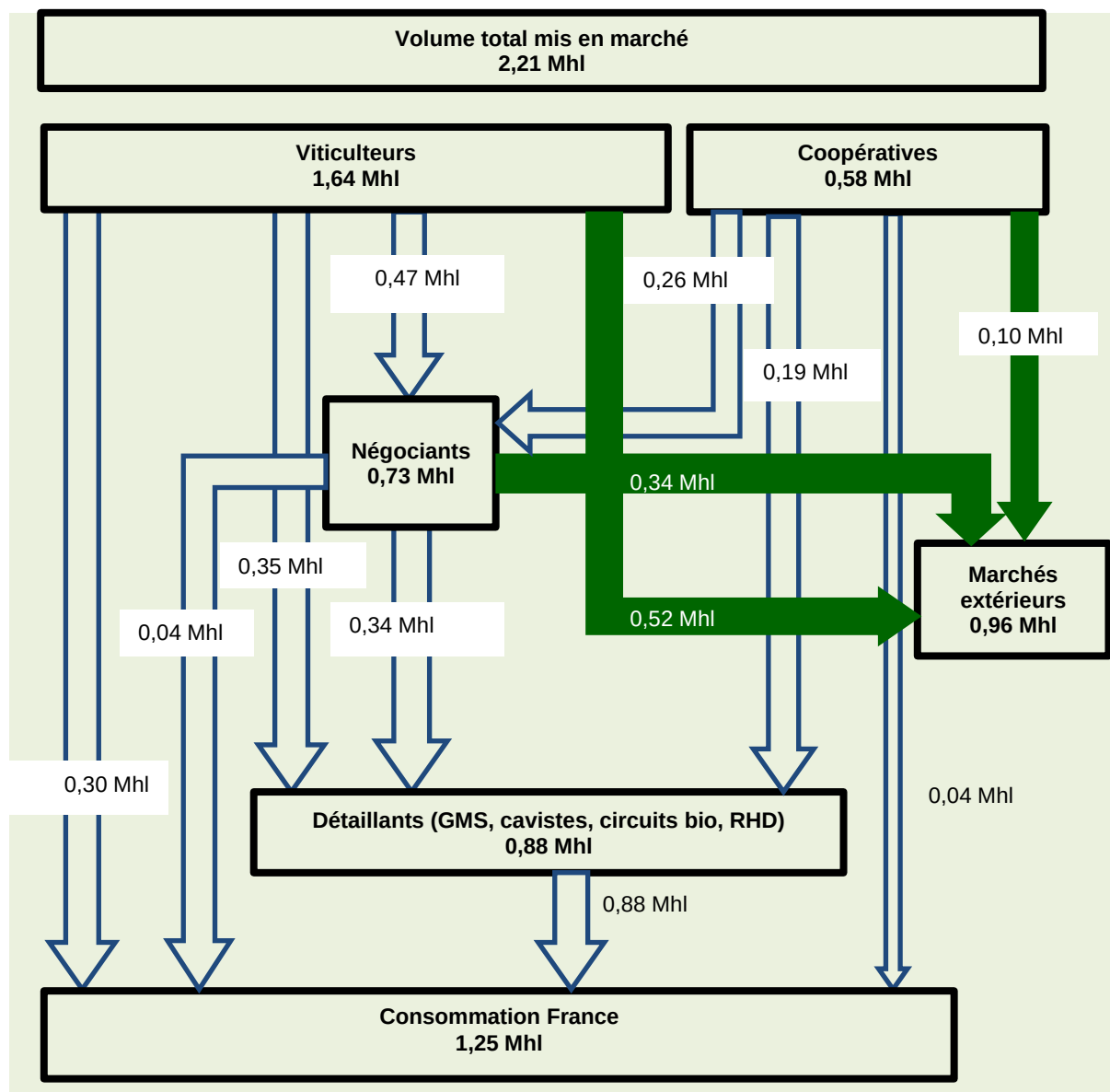
Bassin	Surface et production récolte 2018					Vinification bio / conventionnelle		Commercialisation circuit vin bio		Impact des stocks sur la mise en marché (1 000 hl)	Vol. mis en marché (1 000 hl)
	Surface (ha)	Taux vignes en prod.	Surface en prod (ha)	Rendement (hl / ha)	Production (1000 hl)	Taux de vinification méthode bio	Vinification méthode. bio (1 000 hl)	Taux commercialisation circuit vin bio	Com. circuit vin bio (1 000 hl)		
Languedoc Roussillon	20 279	93 %	18 880	40	755	99 %	748	98 %	736	-113	2 207
Rhône	11 708	93 %	10 896	38	410	97 %	398	90 %	359		
Bordeaux	7 865	94 %	7 357	35	258	100 %	257	100 %	257		
Provence Corse	7 633	91 %	6 940	46	316	99 %	312	100 %	311		
Loire	4 984	94 %	4 681	39	182	99 %	181	96 %	173		
Sud-Ouest	5 691	95 %	5 395	41	221	93 %	206	100 %	205		
Bourgogne Beaujolais	2 711	95 %	2 575	37	96	100 %	96	92 %	88		
Alsace	2 258	95 %	2 151	59	128	100 %	128	99 %	127		
Champagne	465	98 %	457	63	29	98 %	28	84 %	23		
Autre	1 081	95 %	1 024	42	43	100 %	43	92 %	39		
Total	64 674	95 %	60 356	40	2 438	98 %	2 397	97 %	2 321	-113	2 207

Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

4.8.3. Schéma de la mise en marché du vin bio

Le volume mis en marché en 2019 est de 2,21 Mhl, 74 % ont été vinifiés par les viticulteurs et 26 % par les coopératives. Les négociants commercialisent un tiers des volumes (33 %), provenant notamment des viticulteurs (0,47 Mhl) ainsi que des coopératives (0,26 Mhl). Près de la moitié des volumes est commercialisée en dehors de la France (43 %).

Figure 14 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2019



Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

4.8.4. *Volume et valeur des ventes*

Les ventes totales en 2019 représentent 2,21 Mhl et 1,2 Mds EUR HT au stade sortie chais (+2 % en volume et +4 % en valeur par rapport à 2018), 61 % des ventes en valeur sont réalisées au niveau français et 39 % sont réalisées à l'export. La valeur des ventes destinées au marché des ménages français est de 607 MEUR HT au stade sortie chais. Les principaux circuits en France sont la vente directe et la GMS (17 % volumes totaux chacun). Le niveau de valorisation est cependant nettement plus élevé en vente directe qu'en GMS, la vente directe atteint donc 27 % de la valeur totale contre seulement 11 % en GMS. La RHD, les magasins bio et les cavistes représentent chacun entre 4 % et 10 % du chiffre d'affaires (entre 4 et 10 % du volume).

Tableau 56 - Estimation des ventes de vin bio en 2019 par circuit et type d'acteur en volume (hl) et valeur (1000 EUR HT départ chais)

		Vente directe	GMS	Magasin bio	Caviste	Total ménages France	RHD FR	Total France	Export	Total	Evol. 2019/18
Volume (hl)	Domaines	301 194	78 227	40 234	95 924	515 579	138 854	654 433	520 038	1 174 471	2 %
	Négoce / coop	67 692	296 799	58 504	53 708	476 704	117 071	593 774	438 857	1 032 631	2 %
	Total	368 886	375 026	98 738	149 632	992 283	255 924	1 248 207	958 895	2 207 102	4 %
	<i>Evol. 2019/18</i>	2 %	5 %	1 %	3 %	3 %	6 %	4 %	0 %	2 %	/
	<i>% total</i>	17 %	17 %	4 %	7 %	45 %	12 %	57 %	43 %	100 %	/
Valeur départ chais HT (1 000 EUR)	Domaines	281 579	33 909	26 470	81 841	423 799	81 797	505 596	338 006	843 602	3 %
	Négoce / coop	38 107	93 180	25 083	27 500	183 869	36 623	220 492	134 803	355 295	9 %
	Total	319 686	127 089	51 553	109 341	607 669	118 420	726 089	472 809	1 198 897	11 %
	<i>Evol. 2019/18</i>	3 %	10 %	2 %	5 %	5 %	8 %	5 %	3 %	4 %	/
	<i>% total</i>	27 %	11 %	4 %	9 %	51 %	10 %	61 %	39 %	100 %	/
Prix départ chais (EUR HT /l)	Domaines	9,3	4,3	6,6	8,5	8,2	5,9	7,7	6,5	7,2	1 %
	Négoce / coop	5,6	3,1	4,3	5,1	3,9	3,1	3,7	3,1	3,4	6 %
	Total	8,7	3,4	5,2	7,3	6,1	4,6	5,8	4,9	5,4	2 %

Source : enquête AND - International pour l'Agence Bio

4.8.5. Marché au stade de détail

La valeur des ventes est de 979 MEUR TTC au stade de détail pour le marché des ménages, en augmentation de 5 % par rapport à 2018. Le premier circuit est la vente directe (46 % de la valeur, avec un prix de 9,1 EUR TTC / col), la grande distribution et les cavistes représentent chacun 22 % de la valeur avec un prix moyen de 4,1 EUR TTC / col en grande distribution et 10,6 EUR TTC / col chez les cavistes, les magasins bio représentent 11 % de la valeur avec un prix moyen de 7,8 EUR TTC / col.

Tableau 57 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2019 par circuit en volume (hl) et valeur (M EUR TTC au stade de détail)

		Vente directe	GMS	Magasin bio	Caviste	Total vente aux ménages France
Consommation ménages	Valeur (M EUR TTC)	448	217	103	212	979
	Prix (EUR TTC / col)	9,1	4,3	7,8	10,6	7,4

% évolution 2019/2018	+3 %	+10 %	+2 %	+5 %	+5 %
Effet prix	+1 %	+6 %	+2 %	+2 %	+1 %

Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

4.8.6. Part des AOP/IGP/VSIG

Près des trois quarts des volumes sont des AOP (73 %), un quart sont des IGP (25 %) et seulement 2 % sont des VSIG.

Tableau 58 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2019

	% volume total
AOP	73 %
IGP	25 %
VSIG	2 %

Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

4.8.7. Situation de la filière bio par rapport à l'ensemble de la filière viti-vinicole française

Le tableau suivant met en perspective les résultats de l'enquête sur le vin bio et les données générales disponibles sur la filière vin en France :

- Les vignes certifiées bio représentent 8,7 % des vignes françaises en production en 2018. Notons que 28 445 ha sont en cours de conversion, soit 3,8 % du vignoble français en production,
- Le vin bio (et commercialisé en bio) issu de la récolte 2018 représente 6,4 % du volume de production nationale (hors vin pour cognac),
- Le vin bio représente 4,7 % de la consommation de vin en France (en volume, d'après données OIV 2018 sur la consommation en France), et 3,7 % du marché en grande distribution,
- Le vin bio représente 6,7 % des volumes exportés depuis la France et 4,8 % en valeur.

Tableau 59 – Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à l'ensemble de la filière vin en France

	Ensemble du secteur	Vin bio	% vin bio / ensemble secteur	Source pour données sectorielles
Surfaces de vigne en production (2018)	744 812 ha	64 674 ha certifiés	8,7 %	Douanes
Production de vin 2018 (hors vin pour Cognac)	37,85 Mhl	2,44 Mhl (Vin commercialisé en circuit bio)	6,4 %	Douanes
Consommation en France	26,8 Mhl	1,25 Mhl	4,7 %	OIV (données 2018)
Consommation grande distribution France	10,3 Mhl 5,6 Mds EUR	0,38 Mhl 217 M EUR	3,7 % en volume 3,9 % en valeur	Bilan FranceAgriMer (données panels, données 2018)
Exportations	14,3 Mhl 9,8 milliards EUR	0,96 Mhl 473 MEUR	6,7 % en volume 4,8 % en valeur	EUROSTAT - COMEXT

Source : enquête AND-I pour l'Agence Bio, douanes, FranceAgriMer, OIV, EUROSTAT

Le CNIV présente une estimation de la répartition des ventes en volume par circuit en France¹³. Nous comparons ces données avec les résultats de l'enquête sur le vin bio. Nous observons que la vente directe est beaucoup plus importante pour le bio, cela représente 1 bouteille sur 10 pour l'ensemble de la filière et 3 bouteilles sur 10 pour le bio. Cette forte orientation du vin bio vers la vente directe se fait au détriment de la grande distribution et de la RHD et s'explique notamment par l'origine du développement de la filière qui s'est fait en marge des circuits principaux et donc avec une forte logique de vente directe. La présence en réseau caviste est comparable pour le bio et l'ensemble de la filière.

Tableau 60 – Répartition des ventes en volume sur le marché français – Nombre de bouteilles consommées pour 10 bouteilles vendues

	Ensemble de la filière	Vin bio
Vente directe	1	3
Magasins de détail alimentaire généralistes (y.c. bio)	5	4
RHD	3	2
Caviste	1	1

Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio, CNIV

¹³ <https://www.intervin.fr/etudes-et-economie-de-la-filiere/chiffres-cles>

4.8.8. Évolutions de la filière vin bio sur longue période

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des surfaces de vignes certifiées en bio (y compris les vignes hors production), du volume et de la valeur des ventes de vin bio (stade départ filière). Le graphique suivant présente les mêmes évolutions en indice (base 100 = 2012).

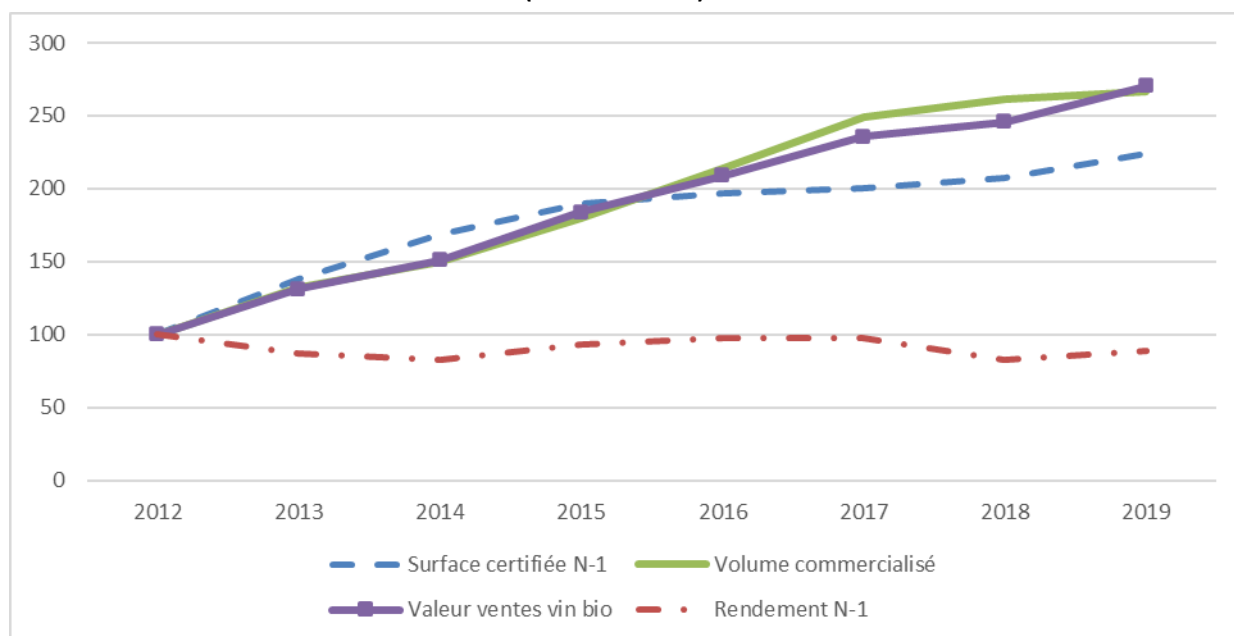
Les surfaces et les ventes ont plus que doublé entre 2012 et 2019. La croissance a été notamment forte jusqu'en 2017 avec une forte hausse des surfaces. Le rythme s'est ralenti en raison d'une croissance plus faible des nouvelles surfaces certifiées et de rendements faibles pour les deux dernières récoltes. La demande toujours forte a ainsi entraîné une baisse des stocks. La croissance des surfaces va se poursuivre avec 28 445 ha en conversion.

Tableau 61 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2019

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Surface certifiée N-1 (1000 ha)	29	40	49	55	57	58	60	65
Rendement N-1 (hl/ha)	45	39	37	42	44	44	37	40
Volume commercialisé vin bio (hl)	827	1 097	1 237	1 482	1 771	2 056	2 162	2 207
Valeur ventes vin bio (k EUR HT - départ filière)	444	581	669	815	926	1 045	1 091	1 199
Évolution Annuelle surfaces certifiées	/	+38 %	+23 %	+12 %	+4 %	+2 %	+3 %	+8 %
Évolution Annuelle rendement	/	-13 %	-5 %	+14 %	+5 %	0 %	-16 %	+8 %
Évolution Annuelle volume ventes	/	+33 %	+13 %	+20 %	+20 %	+16 %	+5 %	+2 %
Évolution Annuelle valeur ventes	/	+31 %	+15 %	+22 %	+14 %	+13 %	+4 %	+10 %

Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

Figure 15 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2019 (base 100=2012)



Source : enquête AND-International pour l'Agence Bio

4.9. Les Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI)

Ce chapitre porte sur 10 PAI parmi les principaux utilisés dans l'industrie alimentaire : farine, sucre, semoule, fruits, légumes, huile, viande, beurre, œufs, et malt.

La première partie analyse de manière détaillée l'utilisation de ces 10 PAI dans l'industrie alimentaire ainsi que les principaux PAI utilisés pour la préparation de plats cuisinés, pizzas, et alimentation infantile. Une synthèse des volumes de PAI utilisés dans l'industrie sera présentée en deuxième partie.

4.9.1. Utilisation des principaux PAI dans l'industrie alimentaire

-4911- L'utilisation du sucre sous forme de PAI

Les utilisations de sucre peuvent être estimées à travers leurs utilisations en ingrédients pour la composition d'autres produits. En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de sucre mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 62 - Estimation des volumes de sucre biologique utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSOMMATION DE SUCRE EN TONNES EQUIVALENT SUCRE	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent sucre Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent sucre tous circuits
Confiture	44 %	7 136	3 140	4 710
Pâtes à tartiner	44 %	6 662	2 931	4 397
Biscuiterie sucrée	20 %	12 429	2 486	3 729
Yaourts	3 %	68 052	2 178	3 266
Sirops	64 %	3 075	1 968	2 952
Jus de fruits	2 %	113 223	1 812	2 717
Céréales	8 %	21 055	1 684	2 527
Tablettes de chocolat	25 %	5 979	1 483	2 224
Sauces tomate	4 %	12 970	545	817
BRSA gazeuses	6 %	8 454	541	812
Pâtisserie industrielle individuelle	15 %	3 498	525	787
Pain de mie	5 %	8 897	480	721
Surgelés sucrés	18 %	2 471	435	652
Ketchups	16 %	2 637	411	617
Panification sèche	4 %	10 387	374	561
Viennoiserie industrielle	7 %	5 331	373	560
Desserts frais	3 %	11 600	371	557
Pains d'épice	34 %	667	224	336
Bonbons et sucettes	48 %	388	186	279
Boissons à base de thé	3 %	4 967	159	238
Petits déjeuners chocolatés	20 %	760	152	228
Desserts	20 %	721	144	216
Soupes et potages	1 %	19 513	117	176
Barres céréalières	24 %	288	69	104
Sirops de sucre de canne	64 %	86	55	83
Spécialités de confiseries de sucre	60 %	91	54	82
Gâteaux et roulés	36 %	146	53	79
Pâtisserie industrielle à partager	15 %	328	49	74
Desserts et crèmes lactés	12 %	385	46	69
Confiseries de chocolat	36 %	17	6	9
Petites confiseries de sucre	60 %	6	4	6
TOTAL		332 219	23 056	34 584

Source : AND-I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de sucre biologique à travers les produits transformés est estimée à **34 600 tonnes** en 2019, tous circuits confondus.

La consommation de sucre en sachet représente 19 % de la consommation apparente de sucre, avec environ 8 300 tonnes, alors que la consommation à travers les produits transformés compte pour environ 81 % de la consommation de sucre. Les petits déjeuners (confiture, pâte à tartiner, céréales prêtes à consommer) seraient ainsi la première catégorie de produits transformés en matière de volume de sucre bio utilisé avec 27 % des volumes de sucre destinés à l'alimentation humaine, devant les boissons, qui représentent 16 % des volumes de sucre bio destinés à l'alimentation humaine, les yaourts, desserts et crèmes glacées (11 % des volumes de sucre bio destinés à l'alimentation humaine) et la biscuiterie sucrée (9 % des volumes de sucre bio destinés à l'alimentation humaine).

D'après le mémo statistique du sucre¹⁴, les principaux secteurs utilisateurs de sucre destiné à l'alimentation humaine, pour les filières bio et non bio, seraient :

- Sucre de bouche : 15 %
- Boissons carbonatées : 13,5 %
- Chocolats et poudres pour petits déjeuners : 12,4 %
- Yaourts pré sucrés, laits gélifiés, crèmes desserts : 10,2 %
- Sirops : 7,8 %
- Biscuits sucrés, pâtisseries préemballées : 6,2 %.

Ainsi, on remarque une plus grande consommation de sucre de bouche dans la filière bio, qui coïncide avec la tendance des consommateurs bio à acheter moins de produits transformés. On remarque également la faible part du secteur des boissons carbonatées dans l'utilisation de sucre bio, alors qu'il s'agit du second secteur utilisateur de sucre destiné à l'alimentation humaine hors bio.

-4912- L'utilisation de semoule sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de semoule mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 63 - Estimation des volumes de semoule utilisés par l'industrie en France en 2019 (t)

CONSOMMATION DE SEMOULE EN TONNES EQ.	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent semoule Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent semoule tous circuits
Pâtes alimentaires	26 %	17 453	12 566	18 849
Semoules et céréales d'accompagnement	18 %	12 146	6 073	9 109
Pâtes fraîches	59 %	3 983	2 912	4 368
Plats cuisinés	18 %	6 794	1 204	1 806
TOTAL		33 581	21 551	34 132

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de semoule biologique à travers les produits transformés est estimée à **34 100 tonnes** en 2019, tous circuits confondus.

Les pâtes alimentaires apparaissent comme la première catégorie de produits transformés en matière de volumes de semoule utilisés avec 55 % du volume total de semoule utilisé en industrie.

¹⁴ Cultures sucre, Mémo statistique sucre et autres débouchés, mai 2019

-4911- L'utilisation de farine sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de farine mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 64– Estimation des volumes de farine biologique utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSUMMATION DE FARINE EN TONNES	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation tonnes équivalent farine Grande distribution	Estimation tonnes équivalent farine tous circuits
Biscuits salés et sucrés	0,56	13 269	7 450	11 175
Panification sèche	0,80	10 382	8 300	12 450
Pâtisserie industrielle	0,50	9 970	5 000	7 500
Pains de mie	0,91	8 897	8 060	12 090
Pâtes ménagères	0,70	4 314	3 000	4 500
TOTAL		46 831	31 800	47 700

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de farine biologique à travers les produits transformés (hors pain frais) est estimée à **47 700 tonnes** en 2019, tous circuits confondus. Les utilisations sont détaillées dans le chapitre 4.4 portant sur les céréales.

-4912- L'utilisation de fruits sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de fruits mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 65 - Estimation des volumes de fruits biologiques utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSUMMATION DE FRUITS EN TONNES EQUIVALENT FRUIT	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent fruits Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent fruits tous circuits
Jus de fruits	13 %	113 223	15 002	22 503
Confitures	24 %	7 136	1 713	2 569
Yaourts	2 %	68 052	1 437	2 156
Compotes appertisées	2 %	17 508	280	420
Sirops	7 %	3 075	221	332
Sorbets et crèmes glacées en vrac	11 %	1 510	159	239
Biscuits chocolat et fruits	4 %	2 470	99	148
TOTAL		212 973	18 912	28 367

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de fruits biologiques à travers les produits transformés est estimée à **28 400 tonnes** en 2019, tous circuits confondus.

Les jus de fruits sont la première catégorie de produits transformés utilisatrice de fruits PAI avec près de 80 % du volume total de préparations de fruits utilisées dans l'industrie.

-4913- L'utilisation de légumes sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de légumes mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 66 - Estimation des volumes de légumes biologiques utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSUMMATION DE LÉGUMES EN TONNES ÉQUIVALENT LÉGUME	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent légumes Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent légumes tous circuits
Soupes et potages	30 %	19 513	5 854	8 781
Légumes secs appertisés	90 %	3 202	2 881	4 322
Plats cuisinés	13 %	6 794	1 370	1 370
Pizzas	18 %	2 034	392	839
Ketchups	20 %	2 637	522	783
TOTAL		34 179	11 019	16 095

Source : AND à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de légumes biologiques à travers les produits transformés est estimée à **16 095 tonnes** en 2019 tous circuits confondus.

Les soupes et potages sont la première catégorie de produits transformés utilisatrice de légumes bio PAI avec 56 % du volume total de légumes utilisés en industrie. Les légumes secs appertisés constituent le 2^e poste de légumes PAI avec 28 % du volume total de légumes utilisés dans l'industrie.

-4914- L'utilisation d'huiles sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes d'huile mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 67 - Estimation des volumes d'huile biologique utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSUMMATION D'HUILE EN TONNES EQUIVALENT HUILE	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent d'huile Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent d'huile tous circuits
Potages et sauces	Sauces : 78 % (sauf sauce tomate – 3 %)	13 383	1 346	2 019
Conserves de poissons	20 %	329	2 177	3 266
Conserves de légumes	7 %	31 105	1 931	2 897
Chips	35 %	793	278	417
Biscuiterie sucrée	6,5 %	11 992	779	1 169
Pâtes à tartiner	0,5 %	5 953	1 012	1 518
Pâtes ménagères	17 %	7 667	920	1 380
Pain de mie	12 %	6 106	31	47
Margarines	58 %	2 999	1 740	2 610
TOTAL		80 328	10 213	15 320

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente d'huile à travers les produits transformés est estimée à **15 300 tonnes** en 2019 tous circuits confondus. Les utilisations sont détaillées dans l'annexe sur les céréales et oléo-protéagineux.

-4915- L'utilisation de viande sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de viande mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 68 - Estimation des volumes de viande utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSUMMATION DE VIANDE EN TONNES EQUIVALENT VIANDE	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent viande Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent viande tous circuits
Viandes hachées fraîches	100 %	4 375	4 375	6 562
Charcuterie	56 %	5 834	3 241	4 861
Viandes surgelées	100 %	1 382	1 382	2 073
Plats cuisinés	9 %	6 794	637	956
Produits élaborés volaille	40 %	826	330	495
Pizzas	8 %	2 034	163	179
Jambons cuits de volailles	56 %	209	116	174
TOTAL		21 454	10 244	15 301

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de viande bio à travers les produits transformés est estimée à **15 300 tonnes** en 2019, tous circuits confondus.

La première viande utilisée dans l'industrie est la viande de bœuf, avec 4 400 tonnes vendues sous forme de viande hachée fraîche et 1 400 tonnes vendues sous forme de viande congelée. La deuxième viande utilisée dans l'industrie en volume est la viande de porc, avec 3 200 tonnes transformées dans le secteur de la charcuterie.

-4916- L'utilisation du beurre sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de beurre mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 69 - Estimation des volumes de beurre biologique utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSUMMATION DE BEURRE EN TONNES EQ.	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent beurre Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent beurre tous circuits
Viennoiserie industrielle	25 %	5 331	1 333	1 999
Pâtes ménagères	2 %	4 314	971	1 456
Pâtisserie industrielle individuelle	2 %	3 498	700	1 049
Biscuits secs	2 %	2 466	493	740
Biscuits pâtisseries	4 %	1 435	287	430
Pâtisserie industrielle à partager	2 %	328	66	98
TOTAL		17 373	3 849	5 774

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente de beurre biologique à travers les produits transformés est estimée à **5 800 tonnes** en 2019, tous circuits confondus. Elle représente un tiers de la consommation de beurre biologique frais (estimée à 18 000 tonnes).

Les viennoiseries seraient la première catégorie de produits transformés en matière de volume de beurre bio utilisé avec plus du tiers du volume total de beurre utilisé dans l'industrie.

-4917- L'utilisation d'œufs sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes d'œufs mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 70 - Estimation des volumes d'œufs biologiques utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSOMMATION D'OEUF EN TONNES EQ.	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent œuf Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent œuf tous circuits
Biscuits sucrés	7 %	22 000	1 584	2 376
Pâtes fraîches	8 %	4 000	300	450
Pâtes sèches	3 %	17 000	478	717
Crêpes	15 %	3 000	450	675
Surgelés traiteurs	14 %	300	42	63
Autres traiteurs	14 %	100	14	21
Crèmes desserts	2 %	25 000	375	563
TOTAL		75 400	3 243	4 865

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

La consommation apparente d'œufs biologiques à travers les produits transformés est estimée à **4 900 tonnes** en 2019, tous circuits confondus. Les utilisations sont détaillées dans l'annexe volaille et œuf.

-4918- L'utilisation de malt sous forme de PAI

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de malt mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 71 - Estimation des volumes de malts utilisés par l'industrie en France en 2019 en tonnes

CONSOMMATION DE MALT EN TONNES ÉQUIVALENT MALT	Coefficients de conversion	Tonnes Grande distribution (Panel IRI)	Estimation Tonnes équivalent malt Grande distribution	Estimation Tonnes équivalent malt tous circuits
Bières et panachés	18 %	10 734	1 956	2 934

Source : AND I à partir de données IRI et enquête AND

On estime que l'industrie de la bière utilise environ **2 900 tonnes** de malt bio.

-4919- L'utilisation des PAI dans les plats cuisinés et pizzas

La consommation de plats cuisinés a progressé de 21 % en volume entre 2018 et 2019. Ceux-ci mettent en œuvre un grand nombre de PAI, dans des proportions présentées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 72 - Coefficients d'utilisation des PAI dans les plats cuisinés et pizzas

PLATS CUISINES	% Légumes	% Semoule	% Autres céréales	% Viande	% Poisson	% Fromage	% Farine
Plats cuisinés appertisés français	50 %	-	-	20 %	20 %	-	-
Autres plats cuisinés appertisés	20 %	10 %	50 %	-	-	-	-
Plats cuisinés appertisés à base de pâtes	20 %	50 %	-	15 %	-	5 %	-
Plats cuisinés appertisés exotiques	50 %	-	-	20 %	20 %	-	-
Plats cuisinés frais	30 %	20 %	20 %	20 %	10 %	-	-
Pizzas	35 %	-	-	10 %	-	15 %	35 %

Source : AND I à partir de données Openfoodfacts et enquêtes AND

En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel IRI et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de PAI mis en œuvre dans l'industries des plats cuisinés et pizzas.

Tableau 73 - Estimation des volumes des principaux PAI biologiques dans les plats cuisinés et pizzas

CONSOMMATION DE PAI EN TONNES EQ.	Plats cuisinés / Tonnes Grande distribution	Pizzas / Tonnes Grande distribution
Légumes	1 370	392
Semoule	1 806	-
Autres céréales	1 723	-
Viande	956	179
Poisson	430	-
Farine	-	268
TOTAL	6 286	839

Source : AND I à partir de données IRI et enquêtes AND

Les PAI les plus mis en œuvre dans les plats cuisinés sont la semoule (plats cuisinés à base de pâtes) et les autres céréales (riz, quinoa, ...). Dans les pizzas, il s'agit principalement de la farine et des légumes. Ces volumes restent cependant faibles, au regard des autres secteurs utilisateurs de PAI.

4.9.2. *Synthèse des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire***Tableau 74 - Estimation des volumes des principaux PAI biologiques utilisés dans l'industrie alimentaire (t)**

CONSOMMATION DE PAI EN TONNES ÉQUIVALENT	Consommation apparente équivalent PAI tous circuits
Farine	47 700
Sucre	34 584
Semoule	34 132
Fruits	28 367
Légumes	15 648
Huile	15 320
Viande	15 300
Beurre	5 774
Œuf	4 865
Malt	2 934
TOTAL	176 257

Source : AND-I à partir de données IRI et enquête AND

Le volume total de PAI bio mis en œuvre dans les industries de transformation est estimé à 176 300 tonnes.

Les 4 principaux PAI en termes de volume sont : la farine, le sucre, la semoule et les préparations de fruits (au-delà de 28 000 tonnes de tonnes équivalent). Les volumes de légumes, huile et viande sont estimés entre 15 000 tonnes et 16 000 tonnes. Les volumes de beurre, d'œuf et de malt mis en œuvre sont inférieurs à 6 000 tonnes.