

Communiqué de presse – 10 juin 2022

L'Agence BIO dévoile les chiffres du secteur bio de l'année 2021 et se donne pour objectif de « faire de la France le leader du BIO et du bon »

Les chiffres du marché bio en 2021, dévoilés ce matin par l'Agence BIO dans la Drôme, démontrent que le secteur reste résilient dans un contexte alimentaire bousculé. La France est l'un des leaders européens du bio avec une part des terres agricoles cultivées sous un mode de production biologique en forte progression. Distribué sur des circuits de plus en plus variés, le bio est entré dans les habitudes des consommateurs, qui souhaitent plus d'informations quant aux garanties du label AB.

Le bio, marché indispensable pour garantir notre souveraineté alimentaire

Avec une forte progression du nombre d'exploitations agricoles en France qui atteint 13,4% des fermes hexagonales en 2021 et plus de 80% des produits bio provenant de nos territoires¹, l'agriculture biologique est au cœur de notre modèle de souveraineté alimentaire. En 2021, près de 2,8 millions d'hectares sont cultivés selon le mode de production biologique en France. C'est 9% de plus qu'en 2020, alors que la part de terres certifiées (pouvant produire bio) atteint 2,2 millions d'hectares. La France reste donc, au sein de l'Union Européenne, un modèle de développement en agriculture biologique. Elle demeure le premier cultivateur mondial de vignes bio en surfaces avec des vignobles, dépassant les 20% du vignoble conduits en bio en septembre 2021. Le bio s'inscrit donc comme un acteur majeur de l'attractivité agricole.

Un marché résilient grâce à des circuits de distribution de plus en plus variés

Si en 2021 le marché du bio conserve une part de marché globale de 6,6% dans les courses alimentaires des Français, il n'est pas épargné par le contexte économique et alimentaire bouleversé depuis ces derniers mois. Comme d'autres secteurs de la production alimentaire, le bio voit sa consommation diminuer, à hauteur d'1,34% (68 millions d'euros). La multiplicité des circuits de distribution permet toutefois à la production biologique de tirer son épingle du jeu : la part de la grande distribution ne représente que 50,2%, qu'un peu plus de la moitié du marché aux côtés de la distribution spécialisée, des circuits courts et la vente en direct et de la restauration.

Manger bio et local, deux exigences compatibles

Après une hausse significative de la consommation de produits bio en 2020, au sortir du confinement, le bio conserve une part de marché de 6,63% dans les courses alimentaires des Français. Si les consommateurs plébiscitent davantage des productions locales, les produits bio proviennent à plus de 80% des territoires français (hors produits tropicaux). Dans les lieux de consommation de proximité, la demande de produits bio ne faiblit pas. La vente directe confirme son poids avec 26 000 points de vente, et un chiffre d'affaire en croissance de 8%, faisant la preuve du succès du bio combiné au local.

Des marges de progression colossales dans la restauration

¹ Hors produits tropicaux

Grâce à la loi EGAlim et son objectif de 20% de produits bio, le bio enregistre une légère progression dans les cantines, passant à 6,6% des achats de la restauration collective.

En revanche, la restauration commerciale, avec seulement 1,67% d'achats de produits bio a des marges de progressions colossales.

Avec environ 80 000 cantines et 180 000 restaurants introduisant le bio en France, la restauration demeure un relais de croissance majeur pour le développement du bio. Chaque restaurateur doit se mobiliser pour augmenter la part de produits bio dans les menus proposés aux clients.



À propos :

Créée en novembre 2001 et dotée d'une mission d'intérêt général, l'Agence BIO est un groupement d'intérêt public en charge du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française. Elle rassemble, au sein de son conseil d'administration, des représentants des Pouvoirs publics – le ministère de la Transition écologique – le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation – et des professionnels (FNAB, APCA, Synabio et la Coopération Agricole).

Ses principales missions :

- *Communiquer et informer sur l'agriculture et l'alimentation biologique et ses vertus environnementales*
- *Produire, analyser et partager les chiffres du bio avec l'Observatoire National*
- *« Être une instance » de dialogue entre l'amont agricole et l'aval industriel, entre les bios historiques et les plus récents*
- *Investir le Fonds Avenir Bio de 13 millions d'euros sur les projets collectifs d'entrepreneurs du bio les plus structurants et les plus pérennes pour les filières bio françaises.*

CONTACTS PRESSE – AGENCE HAVAS PARIS :

agence-bio@havas.com

Marie Cros / 06.74.00.02.36

Esther Garcia / 06.08.94.42.64