

EVALUATION DE LA CONSOMMATION DES MENAGES EN PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES EN 2024

[EDITION 2025]

AUTEURS

Tanguy CHEVER (AND-I)
Lucas HERRY (AND-I)
Clément LEPEULE (AND-I)
Christian RENAULT (AND-I)
Violaine ROMIEU (AND-I)
Burkhard SCHAER (Ecozept)
Diva FERNANDEZ (Ecozept)



UNE ETUDE
REALISEE PAR



AVEC LA PARTICIPATION DE



POUR



[TABLE DES MATIERES]

1	RESULTATS GENERAUX	4
1.1	UN MARCHÉ EN FAIBLE PROGRESSION EN VALEUR, ET EN LÉGER RETRAIT EN VOLUME	4
1.2	ÉVOLUTION DES VENTES PAR CIRCUIT ET PRODUIT : REcul EN GMS ET CROISSANCE DES AUTRES CIRCUITS	6
1.3	ÉVOLUTION DES PRIX ALIMENTAIRES BIO: UNE HAUSSE MODERÉE EN 2024	18
1.4	EN AMONT : DES DIFFICULTÉS QUI PERSISTENT	20
1.5	ÉCHANGES EXTERIEURS : BAISSÉ DES IMPORTATIONS ET DYNAMISME DES EXPORTATIONS	21
1.6	ACHATS DE PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION HORS DOMICILE : UNE NOUVELLE ANNÉE DE CROISSANCE	26
2	ANALYSES TRANSVERSALES	31
2.1	ESTIMATION DES EMPLOIS EN AVAL DE LA FILIÈRE	31
2.2	ESTIMATION DE LA VALEUR DES MARCHÉS RÉGIONAUX	32
2.3	ANALYSE DU TAUX DE PÉNÉTRATION ET DES PRIX EN GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES	36
2.4	ANALYSE DES VENTES DE PRODUITS ÉQUITABLES ET BIOLOGIQUES	45
3	FOCUS SECTORIELS	48
3.1	FOCUS SUR LE MARCHÉ DU VIN BIOLOGIQUE	48
3.2	FOCUS SUR LE MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES BIOLOGIQUES	59
3.3	FOCUS SUR LE SECTEUR DES CÉRÉALES ET OLEOPROTEAGINEUX BIOLOGIQUES	66
3.4	FOCUS SUR LE SECTEUR LAITIÈRE BIOLOGIQUE	81
3.5	FOCUS SUR LES PRODUCTIONS AVICOLES BIOLOGIQUES (CHAIR ET ŒUFS)	89
3.6	FOCUS SUR LES PRODUITS DE LA MER DE L'AQUACULTURE BIOLOGIQUE	93
3.7	FOCUS SUR LE SECTEUR DES VIANDES DE BOUCHERIE BIOLOGIQUE	98
3.8	FOCUS SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES INTERMÉDIAIRES	103
3.9	FOCUS SUR LE CIRCUIT DES ARTISANS CAVISTES	111
3.10	FOCUS APICULTURE	121
4	ANNEXES	123
4.1	ANNEXE 1 : TAUX D'ÉVOLUTION PAR COUPLE CIRCUIT/PRODUIT	123

[GLOSSAIRE]

Artisans commerçants	Boulangeries, boucheries, primeurs, cavistes. Sont également incluses dans ce circuit, les Epicerie Alternatives de proximité (EAP) qui proposent souvent une offre autour du vrac et des produits bio.
BRSA	Boissons Rafraîchissantes Sans Alcool
CA	Chiffre d'affaires
Drive	Format de vente par internet de la GMS permettant de retirer une commande tout en restant à bord de son véhicule
EAP	Epicerie alternative de proximité
EDMP	Enseigne à Dominante de marque propre (ex hard discount)
EUR	Euros
GSA / GMS	Grandes Surfaces Alimentaires ou Grandes et Moyennes Surfaces
Hypermarché	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est supérieure à 2500 m ²
IAA	Industries agro-alimentaires
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
M EUR	Million d'euros
MDD	Marque de distributeur
MSB/GSS	Magasin spécialisé bio ou Grandes surfaces spécialisées
MSC/ASC	Marine Stewardship Council - Aquaculture Stewardship Council
PAI	Produit Alimentaire Intermédiaire
Proximité	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est inférieure à 400 m ²
SIFPAF CFSI	Syndicat des industriels fabricants de pâtes Alimentaires de France - Comité Français de la Semoulerie Industrielle
Sonito	Société Interprofessionnelle de la tomate d'industrie
SSP	Service de Statistique et de Prospective
Supermarché	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est comprise entre 400 m ² et 2500 m ²
Synalaf	Syndicat national des labels avicoles
TEC	Tonne équivalent carcasse

1 RESULTATS GENERAUX

1.1 UN MARCHE EN FAIBLE PROGRESSION EN VALEUR, ET EN LEGER RETRAIT EN VOLUME

La valeur des ventes au stade de détail des produits alimentaires biologiques est restée relativement stable avec une progression observée de 0,8% en 2024 en valeur en comparaison de 2023. Cette quasi-stabilité, en euros courants, résulte d'une augmentation limitée des prix (+1,9%) accompagnée d'une légère diminution des volumes commercialisés (-1,1%).

Tableau 1 : Évolution des ventes par circuit en millions d'euros courant TTC au stade détail depuis 2021

Stade de détail - France métropolitaine	Chiffres d'affaires en M EUR TTC				Croissance en %			Parts de marché en %		
	2021	2022	2023	2024	22/21	23/22	24/23	2022	2023	2024
Grandes Surfaces Alimentaires	6 668	6 358	6 118	5 807	-4,7%	-3,8%	-5,1%	52,6%	50,6%	47,7%
Circuit Spécialisé Bio	3 552	3 247	3 317	3 532	-8,6%	2,2%	6,5%	26,9%	27,5%	29,0%
Artisans-Commerçants	1 075	1 058	1 114	1 192	-1,6%	5,4%	6,9%	8,8%	9,2%	9,8%
Vente Directe	1 364	1 414	1 532	1 645	3,7%	8,3%	7,4%	11,7%	12,7%	13,5%
TOTAL	12 659	12 076	12 081	12 176	-4,6%	0,0%	0,8%	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Elaboration AND-International pour Agence BIO

Les tendances principales sont les suivantes :

- L'évolution de la valeur du marché bio en 2024, inflation comprise, est de **+0,8%**, soit un progrès de **95 M EUR** pour atteindre **12 176 M EUR**.
- Les magasins spécialisés bio sont le moteur de cette légère progression avec une croissance des ventes de 6,5% soit en valeur, soit + 215,5 M EUR. Après trois années de restructuration de son parc de magasins et une révision des politiques de prix de plusieurs enseignes importantes, le **circuit spécialisé bio** a connu une progression particulièrement dynamique en 2024, compensant pour partie la baisse des ventes en GMS. Cette double adaptation a permis de relancer la croissance des ventes en volume (+4,3%).
- Le circuit le plus dynamique est **la vente directe** pour la seconde année consécutive. Par effet d'un solde positif du nombre de producteurs-vendeurs directs et par progression du CA moyen des acteurs déjà

présents en 2023, ce segment progresse de 113 M EUR, soit + 7,4%. 2023. Les ventes directes de vin et de fruits et légumes tirent la croissance du circuit.

- Les ventes au sein des **artisans commerçants** progressent de 77,3 M EUR, grâce au dynamisme des ventes de vins bio chez les cavistes et à l'essor des épicerie alternatives de proximité (EAP), dont la croissance avoisine les 10% en valeur.
- Les ventes de produits bio en **GMS** connaissent un recul de 5,1%, soit – 310,8 M EUR. Celui-ci s'est amplifié en 2024 en comparaison avec 2023. Les GSM ont connu une baisse importante du nombre de références bio et un accroissement de la part des produits sous MDD, dans le contexte d'une quasi-stabilisation des prix alimentaires biologiques. Toutefois, les situations sont variables et certaines enseignes ont connu une progression de la valeur de leurs ventes alimentaires biologiques en 2024.
- Les ventes de produits alimentaires biologiques via **le E-commerce** spécialisé BIO ont progressé de 14% en 2024 en valeur, en revanche, les ventes réalisées *via* le drive des GSM ont reculé de 5,2%. Les évolutions sont là aussi hétérogènes selon les entreprises, certaines étant en décroissance et d'autres en forte progression.

ENCADRE : UNE STABILISATION DE LA PART DE MARCHÉ DE L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE

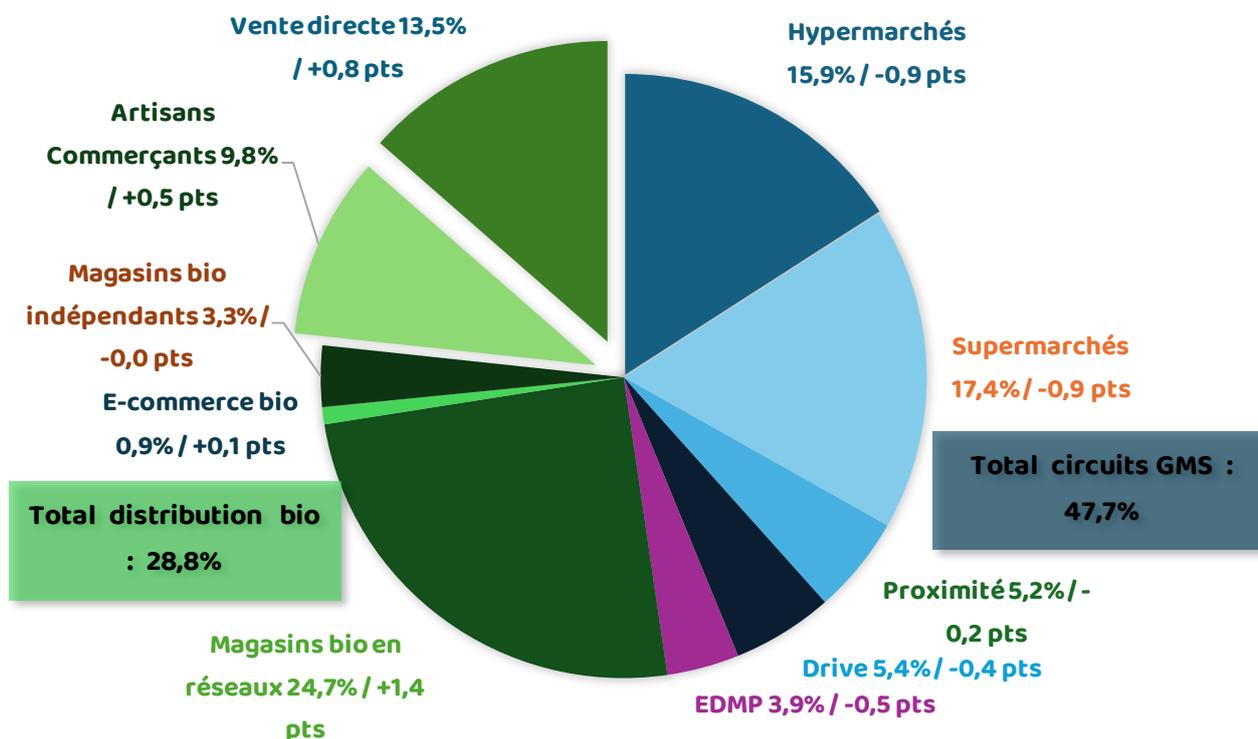
En 2024, selon l'INSEE, la consommation alimentaire hors tabac a reculé de 0,7% aux prix de l'année précédente. Par ailleurs, l'évolution de l'indice des prix de l'alimentation a été de 1,3% (hors boissons alcoolisées), ce qui ramène l'évolution de la consommation alimentaire globale à prix courants à +0,6%. En comparaison les ventes de produits biologiques à prix courants ont progressé de 0,8%. En conséquence, la part de marché de l'alimentation biologique au sein des dépenses totales alimentaires françaises s'est accrue de manière marginale, elle reste à 5,6%.

1.2 ÉVOLUTION DES VENTES PAR CIRCUIT ET PRODUIT : REcul EN GMS ET CROISSANCE DES AUTRES CIRCUITS

1.2.1 ÉVOLUTION DES VENTES PAR CIRCUIT : NOUVEAU REcul EN GMS ET REPRISSE DANS LES AUTRES CIRCUITS

La révision des parts de marché des différents circuits s'est poursuivie en 2024. La figure 1 présente les parts de marché par circuit et formats ainsi que leur évolution entre 2024 et 2023.

Figure 1 : Répartition de la valeur des ventes aux ménages selon les circuits de distribution en 2024 et évolution par rapport à 2023



Source : Elaboration AND-International pour Agence BIO

Les principales évolutions sont les suivantes :

- La valeur des ventes de produits alimentaires biologiques en circuit GMS recule pour la troisième année consécutive. Avec -5,1 %, la chute est plus importante qu'en 2023 (-3,8%). En effet, la quasi-stabilisation des prix au sein de ce circuit (+0,9%) ne compense pas la baisse des volumes. La diminution du chiffre d'affaires en GMS est également à mettre en parallèle avec la réduction du nombre de références et la progression des produits sous MDD dont les prix moyens sont généralement plus faibles que ceux des

produits sous marque nationale. D'après CIRCANA, la part des ventes de produits biologiques en MDD gagne 1,1 point entre 2023 et 2024 pour atteindre 48,1% de la valeur des ventes. Le recul des ventes est généralisé à l'ensemble des circuits. Cela étant, les parts de marché au sein de cet univers ont peu évolué entre 2023 et 2024 (tableau 2) à l'exclusion des EDMP dont la part de marché recule de 0,5 point.

Tableau 2 – Évolution des parts de marché des différents formats dans la valeur des ventes des aliments bio à poids fixe de la distribution généraliste

Formats	2021	2022	2023	2024	Évolution 24/23
Hypermarchés	33,2%	32,8 %	33,1 %	33,3%	+0,1 point
Supermarchés	36,7%	36,3 %	36,2 %	36,4%	+0,2 point
Proximité	10,3%	10,5 %	10,7 %	11,0%	+0,2 point
Drive	12,3%	11,7 %	11,4 %	11,3%	-0,1 point
EDMP	7,5%	8,7 %	8,6 %	8,1%	-0,5 point
Total	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0 %	

Source : AND international d'après Circana/ Agence BIO

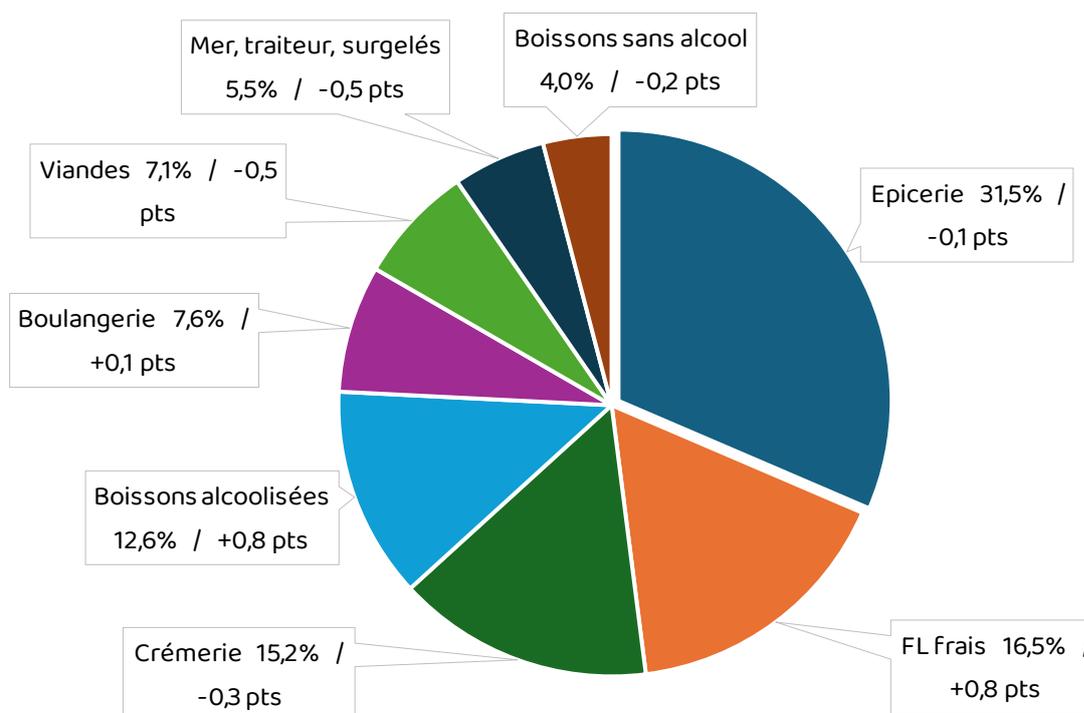
- Le circuit spécialisé bio connaît un nouvel essor, avec toutefois des résultats contrastés selon les enseignes. Le chiffre d'affaires global du circuit progresse de 6,5%, alors que le nombre de points de vente a nettement reculé, atteignant 2 697 magasins contre 2 826 en 2023 (soit -4,6 %), pour une surface de 742 219 m² (en réduction de 4,1%, alors que les surfaces s'étaient contractées de 9% en 2023). La hausse des prix a été limitée (+2,2%) et demeure en retrait par rapport ce qui a été observé en 2023 (+5,8%). La qualité des implantations, de la gestion, des politiques de prix détermine les performances des uns et des autres. La part de marché de la distribution spécialisée bio progresse de 1,3 point entre 2023 et 2024 pour atteindre 28,8%.
- La part de la vente directe est en progression de 0,8 point pour atteindre 13,5% du total des ventes.
- Enfin, le circuit des « artisans commerçants » est dynamique, du fait des ventes de vins bio chez les cavistes et de l'évolution positive des épiceries alternatives de proximité. Ce circuit représente désormais 9,5% de la valeur des ventes soit +0,8 point.

1.2.2 ÉVOLUTION DES VENTES PAR FAMILLE DE PRODUITS : UNE SITUATION HETEROGENE AVEC UNE MINORITE DE CATEGORIES EN PROGRESSION

La figure 2 ci-dessous présente la répartition des ventes par grande famille de produits et leur évolution. Le tableau n°3 fournit la valeur des ventes par catégories plus détaillées. Les effets prix sont présentés dans le

tableau n°8 dans la section 1.2.3. Les commentaires sont présentés selon les taux d'évolution en valeur entre 2024 et 2023 (du plus élevé au moins élevé).

Figure 2- Répartition des ventes en valeur par grandes Familles de produits et évolution



Source : AND-International pour Agence BIO

1.2.2.1 Familles de produits dont la valeur du marché est en croissance de plus de 5 % : légumes et vins

- **Légumes frais : + 8,8 %.** La demande en légumes frais a été très dynamique en 2024.
 - Certains observateurs indiquent que le rayon des fruits et légumes a joué un rôle clé dans le retour en grâce des magasins bio auprès du public. Toujours est-il que la croissance en valeur des ventes de légumes bio est de près de 9% dans ce circuit, alors que la hausse des prix n'y est que de 1,4%. Il s'agit donc d'une reprise en volume, de 7,5%.
 - La dynamique est comparable en vente directe (croissance en volume de 8%). Dans ce canal, on recense 6 262 exploitations, dont 648 ont commencé cette activité en 2024, alors que 451 l'ont

arrêtée ; le solde est modeste, mais positif. Par ailleurs, le CA moyen, mesuré sur plus de 900 répondants progresse de plus de 7%.

- Si l'on considère les GMS, le constat est que le rayon légumes bio est un de ceux qui reculent le moins (-1,8% en l'occurrence, avec une hausse de 1% du prix moyen).
- Ainsi, tous circuits considérés, l'envie de légumes bio a porté le marché, les messages positifs des pouvoirs publics (agriculture et santé) y ont sans doute joué un rôle.
- **Le vin : + 7,7 %.** La récolte 2023 (mise en marché en 2024) est dans la moyenne basse des dernières années. Cette baisse de rendement est cependant compensée par une hausse des surfaces, le volume total de vin bio produit est donc en augmentation de 7,3 % par rapport au millésime précédent. La dynamique du marché des vins bio contraste avec la tendance lourde de la baisse de consommation de vin en général. Les choix stratégiques des enseignes généralistes valent aussi pour ce produit et le recul des ventes y est estimé à -7% en valeur en dépit d'une hausse des prix de 2%. Ce recul est largement compensé par le dynamisme des cavistes. Début 2025, une enquête spécifique à ce circuit a montré que la part des vins bio y est plus importante que ce qui était jusqu'à présent évalué dans les précédents rapports. La croissance des ventes y est même plus rapide (13%) que celle de la vente directe (10%), toujours poussée par l'augmentation du nombre de vignerons bio. Le circuit bio, qui n'est pas un grand vendeur de vin, connaît une croissance plus modeste (2,4%).

1.2.2.2 Familles de produits dont la valeur du marché est en croissance de plus de 1% et moins de 5% : fruits, œufs, épicerie salée, boulangerie et boissons végétales

- **Fruits : + 2,7 %.** En 2024, les ventes de fruits bio ont suivi – en général – les tendances de 2023 : la banane profite à nouveau du recentrage des gammes bio des GMS, autour des espèces générant des volumes importants. Les ventes de pomme se sont stabilisées, avec un prix en légère croissance. Après le décrochage de 2023, il y a eu une stabilisation des ventes d'agrumes, avec une légère baisse des prix. D'autres espèces ont séduit les consommateurs : l'abricot (dont la campagne 2023 avait été mauvaise), le kiwi, qui est en nette reprise, notamment la production française, et le raisin, toujours majoritairement importé. La stabilité caractérise le marché de la pêche, de la fraise et de la poire, mais on note un nouveau grand recul des ventes de mangue biologique.
- **Les œufs : + 2,2%.** La demande en œuf ne cesse de croître, bio ou non bio. L'œuf est une des réponses à la hausse structurelle des prix alimentaires et un substitut à la viande, dont le prix est inabordable pour de nombreux consommateurs. Le prix des œufs bio a légèrement diminué, ce qui les rend plus attractifs. Le volume vendu en GMS est stable et la valeur des ventes ne diminuent que de 1%, en raison du prix, le volume progresse en magasin et en vente directe, où les œufs constituent souvent un complément de gamme.

- **Épicerie salée : + 2,2%** : Contrairement à 2023, le rayon épicerie salée voit la valeur de ses ventes progresser en 2024, bénéficiant notamment d'un effet prix élevé (+4,8%). Au global, les produits d'épicerie salée subissent une baisse des volumes commercialisés du fait d'une baisse légère en GMS (en valeur également), qui est compensée par la progression des ventes en circuit biologique. En GMS, les principales familles de produits baissent (conserves de légumes et féculents), les huiles faisant exception. En effet, les volumes d'huile bio vendus ont progressé de 1,8%, tandis que les prix ont augmenté de 26,5% en 2024, en lien avec la chute de la récolte espagnole d'olives bio en 2022 et 2023.
- **Boulangerie fraîche : 1,5%**. On note une légère croissance, accompagnée de prix en hausse modérée. Les circuits en développement sont les magasins bio et les boulangeries spécialisées. Le recul est modéré en GMS, quoique variable selon les enseignes ; le bilan établi par FranceAgriMer fait état d'une stabilité des sorties de farines vers la boulangerie et les IAA.
- **Boissons végétales : +1,5%**. Cette catégorie de produits progresse légèrement en valeur stimulée par une progression des volumes tandis que le prix moyen est en baisse (-3,3%). Les ventes des GMS progressent en valeur et en volume mais les ventes non bio progressent deux fois plus vite. En circuit bio, la forte modération des prix (-8%) conduit à une stagnation de la valeur des ventes, malgré une progression du volume.

1.2.2.3 Familles de produits dont l'évolution de la valeur des ventes est comprise entre 0 % et - 4% : cidres, épicerie sucrée, viande ovine, produits laitiers, surgelés et volailles

- **Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées -0,7%** : la situation pour les autres boissons alcoolisées est contrastée selon les circuits. La valeur des ventes diminue en GMS, stagne en circuit spécialisé bio, mais progresse chez les cavistes et en vente directe. Les brasseries répondant à notre enquête sont plus nombreuses à indiquer une baisse du CA qu'une hausse, même si certains opérateurs ont enregistré des croissances à deux chiffres. Les opérateurs de la filière cidre ont fortement progressé, notamment à l'exportation. Les ventes de spiritueux demeurent très limitées.
- **Épicerie Sucrée -0,8%** : la hausse des ventes de ce rayon en circuit spécialisé, EAP et vente directe n'a pas compensé la baisse des ventes en GMS, qui est le premier circuit de distribution de cette catégorie. Dans ce circuit, malgré la progression en volume et valeur des ventes des pâtes à tartiner et du chocolat et d'un effet prix positif (+0,8%), la valeur des ventes se replie de 5%. Les plus forts reculs concernent les céréales petits déjeuners, biscuits secs et pâtisseries, les confitures, le miel et les viennoiseries.
- **Viande d'agneau : -1,3%** : Le marché de la viande d'agneaux biologiques est perturbé depuis plusieurs années par la situation générale de la filière ovin-viande. En effet la cotation nationale des carcasses

non bio a progressé de 50% entre Pâques 2021 et Pâques 2024. De ce fait, la filière bio, dont les débouchés sont moins assurés ne peut proposer une meilleure valorisation. La certification n'a donc plus d'intérêt économique. Les abattages bio sont ainsi en forte baisse et la consommation aussi.

- **Produits laitiers (hors lait) : -2,1%** : Tandis que la valeur des ventes de produits laitiers progresse en circuit spécialisé de 5,7% celle-ci poursuit sa baisse en GMS (-7,6%). Malgré des prix unitaires quasiment stables sur le rayon (+0,9%), et une croissance en vente directe, la baisse des volumes commercialisés en GMS entraîne le recul de l'ensemble de la catégorie. Les principales familles de produits contribuant à cette baisse sont les yaourts, crèmes fraîches, desserts frais et beurres.
- **Surgelés (y.c. viande et mer) -3,6%** : les ventes de produits surgelés sont en baisse significative en GMS et spécialistes du surgelé (-5,0%) tandis que celles-ci progressent en circuits biologiques (+11%) dans un contexte d'effet prix encore élevé pour ces produits (4,0%). Les produits surgelés sucrés contribuent davantage à la baisse des ventes que les produits surgelés salés.
- **Volailles : -3,6%** La production et les ventes de poulet fermier biologique, principale production en volaille avait déjà reculé depuis 2021, les déterminants sanitaires (grippe aviaire) ayant largement amplifié les tendances économiques. En 2024, le rééquilibrage continue, on note ainsi une reprise des mises en place durant les derniers mois de l'année, celles des trois derniers mois fourniront le marché d'hiver 2025. Pour l'année 2024, on note encore un recul de la production, la reprise d'un abattoir très orienté bio par un groupe national, la baisse des prix (conséquence de la baisse du prix de l'aliment poulet) et un fort recul des volumes en GMS, principal circuit. La production des autres espèces, déjà marginale, recule aussi. Au total la valeur du marché des volailles bio recule de 3,6%.

1.2.2.4 Familles de produits dont l'évolution de la valeur des ventes est comprise entre - 4 % et - 10% : lait, viande bovine, traiteurs, charcuterie et jus de fruits

- **Lait : -4,9%**. Contrairement aux œufs, les ventes de lait liquide, l'autre produit phare de la gamme bio des GMS, ont connu un recul important en 2024. La reprise des ventes en circuit bio ne peut compenser le recul du circuit généraliste compte tenu du poids de ce dernier (les quatre cinquièmes) Or le volume vendu a baissé de 8,1%, alors que le prix moyen est relativement stable (+1%). Alors que le lait bio a joué pendant 10 ans un rôle de segmentation positive du rayon lait ; le constat pour 2024 est, au contraire, que le recul des volumes de lait non-bio est bien moindre (-1,5%).
- **Viande bovine : -5,2%** : En amont, la filière connaît des difficultés d'approvisionnement, beaucoup d'animaux étant orientés vers le non bio. En aval, le prix très élevé de la viande hachée bio (47% au-dessus du prix de la viande hachée non-bio) explique le recul des ventes.
- **Traiteur : - 7,2%** : Après une année 2023 caractérisée par une forte hausse des prix en GMS (+12%), l'effet prix baisse pour l'ensemble des circuits sur ce rayon à -1,6%. Alors que les volumes continuent leur chute en GMS, ceux-ci repartent légèrement à la hausse en circuits spécialisés bio (+0,2%). La baisse est généralisée pour l'ensemble des catégories de produits notamment au sein des produits phares que sont les pâtes ménagères, les pâtes fraîches, les soupes fraîches, les substituts à la viande.

- **Charcuterie salaison : -7,3%** : La baisse des ventes de viande de porc bio se confirme depuis quatre ans. Outre des prix qui se replient (-6,6%), le rayon connaît des évolutions contrastées entre circuits : chute en GMS (volume et valeur), artisans et vente directe, mais hausse en volume et valeur en circuit bio. En GMS, les deux principaux produits sont les lardons et jambon cuit : dans le premier cas le volume progresse de 10%, mais le prix recule d'autant : la valeur des ventes est stationnaire. Dans le deuxième cas le volume et le prix baissent chacun de 10% et la valeur des ventes recule de 20%.
- **Jus de fruits & de légumes, BRSA : -8,2%** : Le marché des jus de fruits bio poursuit sa chute pour une seconde année consécutive. Les ventes ont baissé le plus en GMS de 10,4% en valeur en 2024 avec un effet prix de 4,5%, soit une baisse en volume de 6,1%. En circuit bio, la valeur des ventes progresse, avec un recul du volume de 5% et une hausse des prix de 6%, soit une augmentation en valeur de 1%.

1.2.2.5 Familles de produits dont l'évolution de la valeur des ventes est inférieure à - 10 % : produits de la mer et viande porcine

- **Produits de la mer frais et transformés – 13,1 %** : Les principaux produits de la mer BIO sont des produits haut de gamme transformés (saumon et truite fumés et crevettes cuites). Leur prix élevé défavorise la consommation qui se contracte surtout en GMS, circuit principal de ces produits. Les produits frais (bars et daurades d'élevage, moules) sont des produits de niche.
- **Viande porcine -14,8 %**. La viande de porc biologique poursuit la chute dans tous les circuits, sauf en vente directe. Avec un effet prix de 2,2%, les volumes sont en nette baisse. La viande de porc bio demeure beaucoup plus coûteuse que la viande de porc conventionnelle. Cet écart est logiquement amplifié au stade de la deuxième transformation et le jambon bio est vendu presque deux fois plus cher que le jambon non-bio. Voir au paragraphe 2.2.2 la situation de l'amont de la filière.

Tableau 3 - Valeur des ventes par famille de produits de 2022 à 2024, parts de marché pour chaque famille de produits et évolution en valeur

Stade de détail M EUR TTC – France Métropolitaine	2022	2023	2024	PDM 2024 dans les ventes bio	Evolution 24/23
Fruits	926	905	929,4	8%	2,7%
Légumes	964	993	1 080,3	9%	8,8%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 890	1 898	2 010	16,5%	5,9%
Lait	393	408	388	3%	-4,9%
Produits laitiers	809	815	798	7%	-2,1%
Œufs	611	649	664	5%	2,2%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 812	1 872	1 850	15%	-1,2%
Viande bovine	387	367	348	3%	-5,2%
Viande porcine	131	112	95	1%	-14,5%
Viande agneau	64	60	59	0%	-1,3%
Volaille	268	247	238	2%	-3,6%
Charcuterie salaison	149	128	118	1%	-7,3%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	1 000	913	859	7%	-5,9%
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	2 812	2 786	2 709	22,2%	-2,8%
Mer-Saurisserie-Fumaison	205	165	143	1%	-13,1%
Traiteur	335	320	297	2%	-7,2%
Surgelés	237	239	230	2%	-3,6%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	778	724	671	5,5%	-7,3%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	921	910	924	7,6%	1,5%
Epicerie Sucrée	2 026	2 038	2 021	17%	-0,8%
Epicerie Salée	1 795	1 775	1 813	15%	2,2%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 821	3 812	3 834	31%	0,6%
Boissons Végétales	170	174	177	1%	1,5%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	362	344	316	3%	-8,2%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	533	519	493	4%	-4,9%
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 354	4 331	4 327	35,5%	-0,1%
Vins tranquilles et autres	1 233	1 346	1 449	12%	7,7%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	89	87	86	0,7%	-0,7%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 322	1 433	1 536	12,6%	7,2%
TOTAL GENERAL	12 076	12 081	12 176	100%	0,8%

Source : AND-International pour Agence BIO

1.2.3 ÉVOLUTION PAR COUPLES PRODUITS/CIRCUITS : LES AUTRES CIRCUITS COMPENSENT LE DESENGAGEMENT DES GMS

En GMS, le recul de la valeur des ventes concerne toutes les familles de produit, à l'exception de l'épicerie salée et des boissons végétales. Cependant, les taux d'évolutions sont très variables selon les cas ; le recul le plus net vient des produits carnés, y compris produits de la mer : l'ensemble des viandes recule de 11,2% en valeur et le rayon mer-saurisserie de 14%. En parallèle, le rayon crèmerie s'est mieux maintenu, mais accuse quand même une baisse de 5,3%. Contrairement à 2022 et 2023, le rayon épicerie sucrée recule davantage que l'épicerie salée, en dépit d'une progression du volume et de la valeur des ventes de pâtes à tartiner et de chocolat. L'épicerie salée est tirée notamment par la progression du prix des huiles qui compense la quasi-totalité du recul cumulé des autres produits du rayon.

La performance du circuit spécialisé, dont la restructuration s'est poursuivie en 2024, avec une baisse du nombre de magasins, repose sur le succès de certains rayons, et selon les acteurs, sur les politiques de prix (par exemple, prix contenus à travers des MDD). L'examen des tendances par famille de produits montre des différences notables avec l'évolution en GMS : progression forte des ventes de légumes, crèmerie, boulangerie, épicerie et, également, produits carnés et une légère croissance de l'épicerie. Le circuit subit un recul significatif en produits de la mer, boissons sans alcool et viande porcine.

La croissance du circuit artisans commerçants repose sur la poursuite de la progression des ventes de vin biologique chez les cavistes, des produits d'épicerie au sein des EAP et également des produits de boulangerie.

La vente directe repose en 2024 sur 27 642 producteurs. Ce chiffre croît d'année en année (26 082 en 2023, 24 733 en 2022, 23 888 en 2021).

L'analyse structurelle des gammes des tableaux 6 et 7 permettent de mesurer respectivement le poids des familles de produits au sein de chaque circuit et le poids des circuits pour chaque famille de produits. Les variations annuelles sont limitées.

L'analyse du poids du tableau suivant montre que :

- Les ventes bio des GMS reposent sur l'épicerie (40% du total) et la crèmerie (lait, œufs, produits laitiers frais, fromage) pour 20%. Le profil des gammes a peu évolué par rapport à 2023.
- Les gammes du circuit bio privilégient les fruits et légumes et l'épicerie. La part des produits animaux est beaucoup moins développée qu'en GMS. La répartition entre les catégories varie imperceptiblement entre 2023 et 2024.
- Les boulangers (spécialistes ou diversifiés) et cavistes sont toujours les métiers les plus impliqués dans la commercialisation des aliments bio, relativement aux boucheries et primeurs notamment, qui en proposent moins. Les épicerie alternatives se développent : leur nombre et leur CA moyen augmentent.

- La vente directe a été dynamique dans tous les secteurs où elle est présente, notamment les légumes et le vin.

Tableau 4 – Profil de gamme des circuits en 2024 en % de la valeur des ventes et principales familles (en vert)

Poids des familles de produits au sein de chaque circuit en % valeur des ventes 2024	GMS	Circuit Bio	Artisans	Vente directe	TOTAL
FRUITS	6%	12%	1%	11%	8%
LÉGUMES	4%	13%	1%	23%	9%
CRÈMERIE	20%	14%	1%	13%	15%
VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	8%	5%	6%	10%	7%
TRAITEUR, MER, SURGELÉ	8%	5%	2%	0%	6%
BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	4%	9%	24%	3%	8%
ÉPICERIE SUCRÉE	21%	18%	10%	2%	17%
ÉPICERIE SALÉE	19%	16%	9%	0%	15%
BOISSONS SANS ALCOOL	5%	4%	0%	1%	4%
VINS TRANQUILLES ET AUTRES	3%	3%	46%	36%	12%
CIDRES, BIÈRE ET AUTRES BOISSONS ALCOOLISÉES	1%	0%	0%	1%	1%
TOTAL GÉNÉRAL	100%	100%	100%	100%	100%

Source : AND-International pour Agence BIO

L'analyse du poids des circuits par famille de produits montre que :

- Avec une part de marché globale de 47,7% la distribution généraliste domine encore le marché pour 7 groupes de produits (crèmerie, épicerie, traiteurs/surgelés/mer, boissons sans alcool et boissons alcoolisées). Le secteur des produits carnés reste très dépendant des GMS avec 51% de valeur totale de la famille de produits.
- Le circuit bio se distingue toujours sur les fruits et légumes avec une part qui progresse de 1 point en fruits et de 2 points en légumes. La part du circuit bio dans la valeur des ventes de produits de boulangerie et d'épicerie progresse de 2 points sur 2024.
- Les artisans boulangers représentent une part significative des ventes de pains biologiques et dérivés avec des boulangers spécialisés bio plus dynamiques que ceux ayant développé une gamme complémentaire.

Tableau 5 - Les circuits de distribution des gammes en 2024 en valeur et premiers circuits (en vert)

Poids des circuits au sein de chaque famille de produit en % valeur des ventes 2024	GMS	Circuit Bio	Artisans	Vente directe	TOTAL
FRUITS	35%	45%	1%	19%	100%
LÉGUMES	23%	41%	1%	35%	100%
CRÈMERIE	62%	26%	0%	11%	100%
VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	51%	21%	9%	19%	100%
TRAITEUR, MER, SURGELÉ	68%	28%	4%	0%	100%
BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	28%	35%	31%	6%	100%
ÉPICERIE SUCRÉE	61%	32%	6%	1%	100%
ÉPICERIE SALÉE	62%	32%	6%	0%	100%
BOISSONS SANS ALCOOL	64%	31%	1%	4%	100%
VINS TRANQUILLES ET AUTRES	14%	8%	38%	40%	100%
CIDRES, BIÈRE ET AUTRES BOISSONS ALCOOLISÉES	61%	9%	3%	28%	100%
TOTAL GÉNÉRAL	47,7%	29,0%	9,8%	13,5%	100,0%

Source : AND-International pour Agence BIO

Tableau 6 – Valeur des ventes par produits et par circuits

Stade de détail M EUR TTC – France Métropolitaine	TOTAL 2023	TOTAL CA 2024	GMS 24	BIO 24	ARTISAN 24	VENTE DIRECTE 24
Fruits	905	929	325	420	10	174
Légumes	993	1 080	248	447	9	376
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	1 898	2 010	573	867	19	550
Lait	408	388	302	63	-	23
Produits laitiers	815	798	433	215	4	147
Œufs	649	664	410	211	4	38
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 872	1 850	1 144	490	8	208
Viande bovine	367	348	199	49	42	57
Viande porcine	112	95	42	17	7	29
Viande agneau	60	59	17	12	18	13
Volaille	247	238	114	57	4	63
Charcuterie salaison	128	118	70	44	1,8	2
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	913	859	442	179	73	165
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	2 786	2 709	1 586	669	81	373
Produits de la mer frais et transformés	165	143	113	14	14	2
Traiteur	320	297	142	152	2	1
Surgelés (yc viande et mer)	239	230	202	21	8	-
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	724	671	457	187	24	3
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	910	924	259	322	287	55
Épicerie Sucrée	2 038	2 021	1 239	640	114	28
Épicerie Salée	1 775	1 813	1 121	572	112	8
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 812	3 834	2 360	1 212	226	36
Boissons Végétales	174	177	87	87	1	2
Jus de fruits & de légumes, BRSA	344	316	231	68	2	15
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	519	493	318	154	3	18
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 331	4 327	2 678	1 366	229	54
Vins tranquilles et autres	1 346	1 449	202	113	548	586
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	87	86	52	7	3	24
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 433	1 536	254	121	551	610
TOTAL GENERAL	12 081	12 176	5 807	3 532	1 192	1 645

Source : AND-International pour Agence BIO

1.3 ÉVOLUTION DES PRIX ALIMENTAIRES BIO: UNE HAUSSE MODERÉE EN 2024

L'inflation dans le secteur alimentaire biologique est de **+1,9 %, soit 0,6 point** de plus que dans le secteur alimentaire général, qui est de 1,3 % en moyenne en 2024 selon l'INSEE. Après une forte hausse des prix en 2023, ceux-ci se stabilisent en 2024, bien qu'ils restent à un niveau historiquement élevé. Les données de Circana et de BioAnalytics permettent de suivre l'évolution des prix unitaires en grandes et moyennes surfaces (GMS) et dans les circuits spécialisés biologiques.

La hausse des prix des produits alimentaires biologiques vendus en GMS est estimée à 0,9 %. Selon Circana, et uniquement pour les produits de grande consommation et frais libre-service (PGC-FLS), l'évolution des prix par unité de vente est en progression de 1,1 % pour les produits biologiques, tandis qu'elle est de -0,2 % pour les produits non biologiques.

La hausse des prix est plus marquée dans le circuit spécialisé biologique et atteint 2,2% sur 2024. Cela peut s'expliquer par un rattrapage des prix de l'année 2023, où le secteur biologique avait modéré ses hausses, ainsi que par une contraction de l'offre nationale due à des dé-conversions ou des aléas climatiques dans certains secteurs.

Tableau 7 - Évolution des prix au détail et croissance en volume

Stade de détail M EUR TTC et en % – France Métropolitaine	TOTAL 2023	TOTAL 2024	Croissance 2024	Effet prix	Croissance en volume
Fruits	905	929	2,7%	1,2%	1,5%
Légumes	993	1 080	8,8%	1,0%	7,8%
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	1 898	2 010	5,9%	1,1%	4,8%
Lait	408	388	-4,9%	-0,7%	-4,2%
Produits laitiers	815	798	-2,1%	0,9%	-3,0%
Œufs	649	664	2,2%	-0,6%	2,8%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 872	1 850	-1,2%	0,0%	-1,3%
Viande bovine	367	348	-5,2%	3,0%	-8,2%
Viande porcine	112	95	-14,5%	2,2%	-16,7%
Viande agneau	60	59	-1,3%	4,0%	-5,3%
Volaille	247	238	-3,6%	-2,1%	-1,5%
Charcuterie salaison	128	118	-7,3%	-6,6%	-0,7%
SOUS TOTAL B2 Produits Carnés	913	859	-5,9%	0,2%	-6,2%
TOTAL B - CRÉMERIE, PRODUITS CARNES	2 786	2 709	-2,8%	0,1%	-2,9%
Mer-Saurisserie-Fumaison	165	143	-13,1%	0,1%	-13,2%
Traiteur	320	297	-7,2%	-1,6%	-5,6%
Surgelés	239	230	-3,6%	4,0%	-7,5%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	724	671	-7,3%	0,6%	-8,0%
TOTAL D - BOULANGERIE – PAT. FRAÎCHE	910	924	1,5%	2,8%	-1,2%
Épicerie Sucrée	2 038	2 021	-0,8%	2,2%	-3,0%
Épicerie Salée	1 775	1 813	2,2%	4,8%	-2,6%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 812	3 834	0,6%	3,4%	-2,8%
Boissons Végétales	174	177	1,5%	-3,3%	4,8%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	344	316	-8,2%	3,8%	-12,0%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	519	493	-4,9%	1,4%	-6,3%
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SS ALCOOL	4 331	4 327	-0,1%	3,1%	-3,2%
Vins tranquilles et autres	1 346	1 449	7,7%	2,6%	5,1%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	87	86	-0,7%	6,1%	-6,8%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 433	1 536	7,2%	2,8%	4,4%
TOTAL GÉNÉRAL	12 081	12 176	0,8%	1,9%	-1,1%

Source : AND-International pour Agence BIO

1.4 EN AMONT : DES DIFFICULTES QUI PERSISTENT

Comme en 2023, la reprise relative de la consommation alimentaire n'est pas assez forte pour rééquilibrer l'offre et la demande, et les acteurs de l'amont de certaines filières sont toujours en difficulté.

- La réduction des capacités de production de viande de porc (souvent par arrêt des ateliers concernés) aboutit fin 2024 à un relatif équilibre, avec même quelques pénuries ponctuelles (d'une ampleur insuffisante pour motiver une relance de la production). Le fait est que le stockage et les exportations de dégagement se sont réduits.
- La production de viandes bovines et ovines est marquée par une double décroissance : celle de la ressource, qui est captée par un secteur non-bio en manque d'approvisionnement et celle de la demande, qui se contracte du fait du recul des GMS, tandis que le secteur artisanal ne peut compenser ce recul.
- Après une campagne particulièrement excédentaire où les organismes stockeurs ont été contraints de déclasser des volumes importants, l'excès de pluie de l'hiver 2023/2024 a considérablement dégradé les volumes et la qualité de la récolte de céréales et oléoprotéagineux. Les opérateurs ont été contraints d'importer des volumes conséquents, notamment de blé tendre, pour assurer la soudure et l'approvisionnement des outils de transformation.
- Le cheptel de vaches laitières reste trop important au regard d'une demande qui a continué de se replier, surtout en ce qui concerne le lait de consommation, produit vedette en grande distribution généraliste. La reprise des fabrications de produits frais (yaourts et desserts) ne suffit pas à absorber le surplus de production ; les déconversions se poursuivent. Dans le secteur laitier, une entreprise sur deux a dû déclasser des produits, le taux médian est de 10%.
- Le déclassement concerne 40% des entreprises de négoce de fruits et légumes ; le taux est très variable (de 2% à 90%) pour une médiane à 10%.

1.5 ÉCHANGES EXTERIEURS : BAISSÉ DES IMPORTATIONS ET DYNAMISME DES EXPORTATIONS

1.5.1 RESULTATS GENERAUX

Le **taux d'approvisionnement** hors de France est en léger retrait par rapport à l'année précédente, avec **28,9% en 2024**, contre 29,1% en 2023, mais en net recul par rapport à 2020 (33,5 %). En valeur au prix de gros, les produits importés représentent un montant de 2,348 milliards en 2024, contre 2,346 milliards en 2023 et 2,83 milliards d'euros en 2020. La valeur des importations est donc restée quasiment stable entre 2023 et 2024 (+0,1%). En revanche, les ventes extérieures ont été estimées en hausse de 10% par rapport à 2023, pour atteindre 1,164 milliards d'euros en 2024 (1,058 en 2023). Les exportations reposent sur le vin (56 % de la valeur totale des exportations), les produits d'épicerie (22%) et les fruits et légumes (10%).

1.5.2 IMPORTATIONS ET ORIGINES

Le tableau 9 présente l'évolution des importations en valeur au prix de gros. L'UE représente, comme en 2023, 46% de la valeur estimée des importations et les pays tiers, 54%. Les principales évolutions par famille de produits sont les suivantes :

- **Fruits et légumes.** En 2023 les achats de banane avaient reculé, ils ont repris en 2024, ce qui explique le dynamisme des importations, au même titre que les agrumes, en légère reprise et, concernant les légumes, les courgettes et les avocats.
- **Produits laitiers.** Les achats de lait sont modestes et correspondent le plus souvent à des ajustements saisonniers avec des pays riverains, ils se replient légèrement. Les achats de produits laitiers sont en hausse, en raison du succès des fromages AOP grecs (Feta) et Italiens (Mozzarella). NB : les estimations ont été revues en ce qui concerne 2023.
- **Viandes.** Comme en 2023, le recul du marché en France n'a pas stimulé les importations ; les modestes flux d'exportations se sont maintenus en volaille et en porc. Une partie des broutards issus du troupeau allaitant biologique sont toujours expédiés vers l'Italie, mais sans certification bio.
- **Produits de la mer.** On note un recul des achats de saumon et de crevettes, en lien avec la baisse des volumes. En 2024, en France, la consommation des produits de l'aquaculture biologique a connu une baisse en valeur de 14%. Le secteur est caractérisé par une forte baisse des volumes consommés pour la plupart des segments de produits, notamment le saumon fumé et les crevettes avec une baisse significative des importations pour les principales origines de crevettes bio (Madagascar et Équateur). Pour le saumon en revanche, les données d'importation en provenance

du Royaume-Uni et de l'Irlande ont rebondi en 2024, ce qui ne s'est pas traduit par une hausse de la consommation.

- **Céréales et oléoprotéagineux** : des importations en hausse en céréales, et en baisse en graines et tourteaux de soja. La collecte exceptionnellement mauvaise de céréales (-42%) sur 2024 et la baisse volontaire des stocks par un déclassement forcé sur 2023/2024 ont généré un mouvement d'importation massif sur 2024/2025. Ainsi, 46 000 t de céréales ont été importées sur la campagne 2024/2025 contre 16 000 t sur la campagne 2023/2024. À l'opposé, les importations directes de graines et tourteaux de soja ont reculé de moitié pour atteindre 32 200 t en 2024, contre 64 000 t en 2023.
- Dans le domaine de **l'épicerie salée**, la progression de la consommation d'huile d'olive et de son prix unitaire ont contribué à la progression observée. Au contraire, le recul en épicerie sucrée a eu pour conséquence une baisse relative de certaines importations, notamment de sucre.

IMPORTATIONS DE PRODUITS EXOTIQUES, MEDITERRANEENS ET NORDIQUES

Parmi les importations, on distingue trois types d'origines : exotiques, méditerranéens et nordiques afin de pouvoir apprécier leur possibilité à être produits en France, c'est-à-dire substituables. La plupart des produits importés de pays tiers exotiques ne sont pas substituables eu égard aux conditions pédoclimatiques (fruits exotiques, cacao, café), aux volumes en jeu (huile d'olive, agrumes) ou aux propriétés des produits (AOP, IGP).

- Les produits exotiques provenant de façon quasi exclusive de pays tiers (fruits, café, thé, cacao et dérivés, crevettes), dont la valeur en 2024 est estimée à 1,029 Mds EUR contre 1,013 Mds EUR en 2023, soit une hausse de 1%. On peut y ajouter les achats de sucre (principalement pour l'industrie), estimés à 77 M EUR contre 85 M EUR en 2023, ce léger recul est dû à une réduction des fabrications de produits sucrés. L'évolution, avec le sucre est de -7%.
- Les produits méditerranéens pouvant être produits à la fois en UE et au sein de pays tiers proches (légumes, agrumes, tomate d'industrie, blé dur et dérivés) et nordiques (saumon) représentent une valeur de 716 M EUR, soit 3 % de moins qu'en 2023.
- Les principaux produits bio dit substituables sont majoritairement produits en UE. Cela inclut principalement certains fruits et légumes, les produits oléagineux et matières grasses hors olive, la farine, le blé dur et dérivés, les ingrédients pour boissons végétales, et enfin le sucre dans une certaine proportion. Les produits substituables importés en 2024 ont été estimés à 586 M EUR, soit une hausse de 3%.

1.5.3 EXPORTATIONS ET DESTINATIONS

Le tableau 10 présente la valeur des exportations par famille de produits. ; 57% sont à destination de l'UE et 43% à destination des pays tiers. Les évolutions notables sont les suivantes :

- **Vin** : nouvelle croissance des exportations de vins biologiques à + 16,7%. Le vin est le premier produit biologique français exporté en valeur, représentant 649 M EUR soit 56% de la valeur de l'ensemble.
- **Épicerie salée et sucrée** : les exportations de produits d'épicerie sont la seconde famille en valeur après le vin. La valeur des exportations est estimée stable sur l'année 2024.
- **Fruits et légumes** représentent environ 10% de la valeur des exportations. Les exportations concernent avant tout la pomme. Alors que les exportations de fruits ont progressé les exportations de légumes ont légèrement baissé.
- **Lait et produits laitiers** : les exportations de produits laitiers ont progressé très fortement en 2024 alors que les exportations de lait ont accusé un léger retrait.
- **Viandes** : les modestes flux d'exportations se sont maintenus en volaille et en porc. Une partie des broutards issus du troupeau allaitant biologique sont toujours expédiés vers l'Italie, mais sans certification bio.

Tableau 8 – Estimation de la valeur des importations 2024 au prix de gros

Stade de gros en M EUR HT et en % – France Métropolitaine	CA 2024 stade détail	Valeur au prix de gros 2024	Taux d'importation 2024 au prix de gros	Dont UE	Dont pays tiers	Import. UE	Import. pays tiers	Total import	Evol. 24/23
	M EUR	M EUR	%	%	%	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR
Fruits	929	620	61,0%	21,0%	40,0%	130	248	378	-1,3%
Légumes	1 080	720	14,3%	11,2%	3,1%	81	22	103	21,4%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	2 010	1 340	35,9%	15,7%	20,2%	211	270	481	2,8%
Lait	388	259	1,7%	1,7%	0,0%	4,5	0	4,5	-6,3%
Produits laitiers	798	532	2,3%	1,9%	0,4%	10	2	12	15,0%
Œufs et ovoproduits	664	442	0,5%	0,5%	0,0%	2	0	2	0,0%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 850	1 233	1,5%	1,3%	0,2%	17	2	19	7,3%
Viande bovine	348	232	0,4%	0,4%	0,0%	1	0	1	0,0%
Viande porcine	95	64	4,7%	4,7%	0,0%	3	0	3	0,0%
Viande agneau	59	39	5,1%	2,5%	2,5%	1	1	2	0,0%
Volaille fraîche et élaborée	238	158	0,6%	0,6%	0,0%	1	0,0	1	0,0%
Charcuterie salaison	118	79	9,5%	9,5%	0,0%	8	0	8	-62,5%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	859	573	2,5%	2,4%	0,2%	14	1	15	-46,3%
TOTAL B - CRÈMERIE et VIANDE	2 709	1 806	1,8%	1,7%	0,2%	30	3	33	-2,9%
Mer-Saurisserie-Fumaison	143	95	93,3%	36,7%	68,2%	31	58	89	-11,0%
Traiteur	297	198	12,1%	12,1%	0,0%	24	0	24	-4,0%
Surgelés	230	154	57,0%	39,0%	18,0%	60	28	88	-1,1%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	671	447	44,9%	26,6%	20,7%	115	86	201	-6,1%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	924	616	6,0%	5,8%	0,0%	37	0	37	2,8%
Épicerie Sucrée	2 021	1 347	56,6%	18,2%	38,4%	245	517	762	-1,4%
Épicerie Salée	1 813	1 209	52,8%	29,8%	23,0%	360	278	638	2,6%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 834	2 556	54,8%	23,7%	31,1%	605	795	1 400	0,4%
Boissons Végétales	177	118	23,3%	15,0%	8,4%	18	10	28	3,8%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	316	211	63,0%	17,9%	45,1%	38	95	133	-11,4%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	493	329	48,8%	16,9%	31,9%	55	105	160	-9,1%
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 327	2 885	54,1%	22,9%	31,2%	660	900	1 560	-0,7%
Vins tranquilles et autres	1 449	966	2,9%	2,7%	0,2%	26	2	28	16,7%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	86	57	13,9%	12,2%	1,7%	7	1	8	0,0%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 536	1 024	3,5%	3,2%	0,3%	33	3	36	56,5%
TOTAL GENERAL	12 176	8 117	28,9%	13,4%	15,6%	1 086	1 262	2 348	0,1%

Source : AND-International pour Agence BIO/Nota Bene. : la série sur les importations de vin et produits laitiers (fromages) a été révisée à partir de 2022.

Tableau 9 – Estimation de la valeur des exportations 2024 au prix de gros HT

Stade de gros en M EUR HT et en % – France Métropolitaine	CA 2024 stade détail	Valeur au prix de gros 2024	Taux d'exportation 2024 au prix de gros	Export. UE	Export. Pays tiers	Total export	Evol. Export
	M EUR	M EUR	%	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR
Fruits	929	620	12,1%	59	16	75	17,2%
Légumes	1 080	720	5,6%	37	3	40	-4,8%
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	2 010	1 340	8,6%	96	19	115	8,5%
Lait	388	259	5,8%	15,0	0	15	-46,4%
Produits laitiers	798	532	12,7%	45	23	68	32,4%
Œufs et ovoproduits	664	442	0,2%	1	0	1	-50,0%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 850	1 233	6,8%	61	23	84	3,1%
Viande bovine	348	232	0,4%	1	0	1	0,0%
Viande porcine	95	64	7,9%	5	0	5	-50,0%
Viande agneau	59	39	2,5%	0	1	1	0,0%
Volaille fraîche et élaborée	238	158	7,8%	10	1,9	12	38,4%
Charcuterie salaison	118	79	3,8%	3	0	3	-25,0%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	859	573	3,9%	19	3	22	-74,2%
TOTAL B - CRÈMERIE et VIANDE	2 709	1 806	5,9%	80	25	105	12,6%
Mer-Saurisserie-Fumaison	143	95	8,2%	7	1	8	0,0%
Traiteur	297	198	4,5%	8	1	9	-18,2%
Surgelés	230	154	2,0%	3	0	3	0,0%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	671	447	4,4%	18	2	20	-9,2%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	924	616	0,8%	5	0	5	-4,0%
Epicerie Sucrée	2 021	1 347	8,9%	88	32	120	20,0%
Epicerie Salée	1 813	1 209	11,1%	107	28	134	3,1%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 834	2 556	9,9%	195	60	254	10,5%
Boissons Végétales	177	118	4,5%	5	0	5	6,0%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	316	211	0,9%	2	0	2	0,0%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	493	329	2,2%	7	0	7	4,3%
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 327	2 885	9,1%	201	60	261	10,3%
Vins tranquilles et autres	1 449	966	67,2%	260	389	649	10,0%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	86	57	13,9%	7	1	8	100,0%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 536	1 024	64,2%	267	390	657	10,6%
TOTAL GENERAL	12 176	8 117	14,3%	667	496	1 164	10,0%

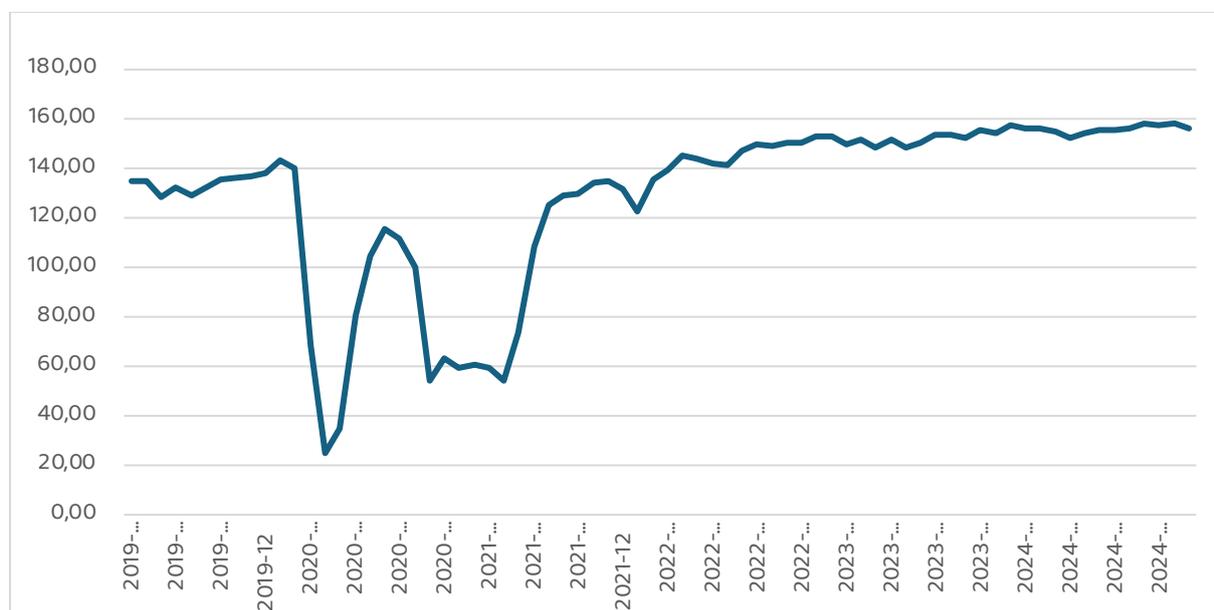
Source : AND-International pour Agence BIO

1.6 ACHATS DE PRODUITS BIOLOGIQUES EN RESTAURATION HORS DOMICILE : UNE NOUVELLE ANNEE DE CROISSANCE

1.6.1 CONTEXTE GENERAL DE LA RESTAURATION HORS DOMICILE EN FRANCE

L'indice INSEE (activité des services) de la restauration permet de suivre le niveau d'activité de la restauration hors domicile en France (cf. graphique 1 ci-dessous). En 2024, l'activité des services de restauration a poursuivi son développement et était en moyenne supérieure de 3,8 points à l'année 2023 (155,7 vs 151,9). Après une baisse sur le premier semestre 2024, l'activité de restauration a progressé sur le reste de l'année.

Figure 3: Indice mensuel d'activité dans la restauration (INSEE, base 100 en 2021).



Source : INSEE graphique Ecozept – AND -International pour Agence bio

1.6.2 ESTIMATION DE LA VALEUR DU MARCHÉ DES PRODUITS BIO EN RESTAURATION HORS DOMICILE

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'estimation de la valeur du marché des produits biologique en restauration hors domicile au stade gros s'appuie sur l'analyse croisée des résultats des enquêtes préparateurs, grossistes, vente directe, société de restauration collective (SRC) de l'enquête spécifiques auprès des restaurants notifiés biologiques. Ces données sont ensuite croisées par destination (restauration commerciale ou collective) et par grande catégorie de produit.

La valeur totale des achats de produits alimentaires biologique en restauration hors domicile est estimée à **847 M EUR en 2024**, soit une progression globale de **7,6%** (+ 60 M EUR) par rapport à 2023 (**787 M EUR**). Cela étant, la croissance de la restauration hors domicile bio est plus faible en 2024 qu'en 2023 et en 2022, mais elle reste positive. L'évolution de la valeur des achats reste plus forte en restauration commerciale (+9,5%) qu'en restauration collective (+6,4%), dans la continuité de 2023.

Tableau 10 : Estimation de la valeur des achats de produits alimentaires biologiques dans la restauration hors domicile

Valeur des achats au stade de gros en M EUR HT- France métropolitaine	Valeur des achats de produits alimentaires biologiques				Taux d'évolution en %		
	Année	2021	2022	2023	2024	22/21	23/22
Restauration Commerciale	232	270	302	331	16,2%	12,1%	9,5%
Restauration Collective	377	446	485	516	18,2%	8,8%	6,4%
TOTAL	609	715	787	847	17,4%	10,1%	7,6%

Source : Ecozept AND -International pour Agence Bio / données 2023 ont été révisées

1.6.3 ÉVOLUTIONS 2024 VS 2023 : DES TENDANCES CONTRASTÉES SELON LES FAMILLES DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION HORS DOMICILE

Les évolutions entre 2023 et 2024 varient fortement selon les grandes catégories. Les principales tendances à retenir sont :

- Les **surgelés bio et les vins bio** sont les principaux moteurs de croissance de la restauration commerciale, traduisant des choix d'optimisation et une valorisation des produits à plus forte marge.
- **Produits carnés et œufs bio** : La reprise est dynamique pour les achats **de cette catégorie, (+9,5%)**, principalement en restauration collective (+11%), la valeur des achats retrouve son niveau de 2022.

- **Produits laitiers bio** : troisième catégorie de produits en valeur, avec une prédominance marquée en restauration collective (123 M EUR, soit 24 % des achats bio). Par rapport à 2023, la croissance en restauration commerciale s'est tassée (passant de 17 % à 9 %), tandis qu'elle a fortement progressé en restauration collective (de 1 % à 9 %).
- Comme en 2023, les achats de produits alimentaires biologiques à destination de la **restauration collective** affiche une croissance moins forte, suggérant des contraintes structurelles ou budgétaires persistantes pour les collectivités.

Les tendances par catégories de produits sont les suivantes :

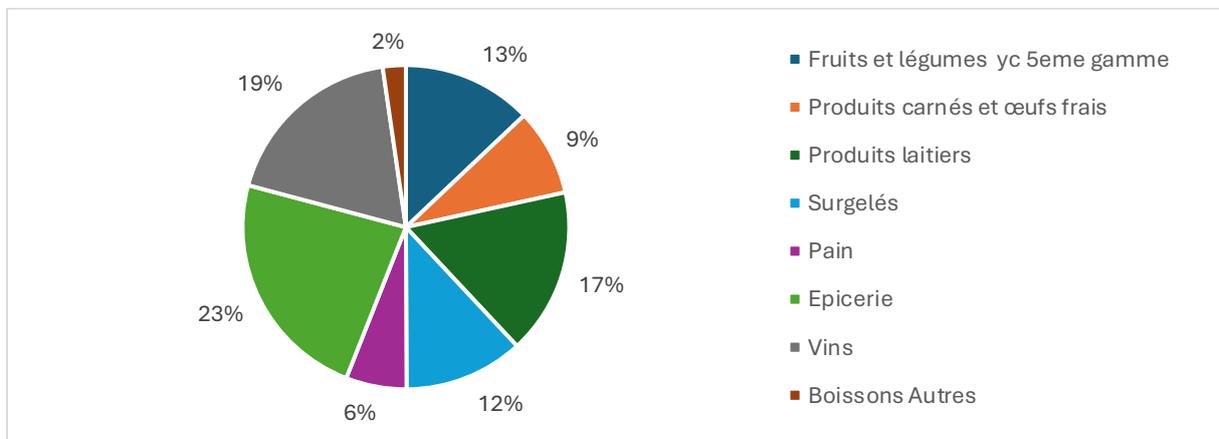
- **Les produits d'épicerie bio** : catégorie principale en valeur (196 M EUR), avec une croissance modeste et une faible progression en restauration commerciale (+0,5%).
- **Le marché du vin bio** : deuxième catégorie de produits en valeur (157 M EUR) représente un peu moins de la moitié de la valeur du marché de la restauration commerciale. Le développement du vin contribue à l'essentiel de la croissance du marché de ce segment.
- **Fruits et légumes frais bio** : catégorie en forte évolution (+8%), avec une croissance comparable entre la restauration collective et commerciale. La progression, par rapport à 2023, en restauration collective reste soutenue, tandis qu'elle est plus modérée en restauration commerciale (9% contre 13% en 2023).
- **Les surgelés bio** : le segment reste dynamique, avec une croissance marquée en restauration commerciale (+24%). En restauration collective, la progression de ces produits s'élève à 6% (croissance moins forte qu'en 2023, où elle a été de 23%).
- **Les produits carnés et les œufs bio** baissent de façon significative entre 2023 et 2024, -20%, pour la restauration commerciale et collective.
- **Le pain bio** connaît une faible croissance, par rapport à 2023 de 2,1% en restauration collective et de 2,5% en restauration commerciale.
- **Les boissons bio** connaissent une croissance de 7,9% avec une disparité entre la restauration commerciale et la restauration collective. Un fort recul en restauration collective (-7%), dû essentiellement à une baisse des ventes des grossistes spécialisés bio. En revanche, les ventes progressent en restauration commerciale.

Tableau 11: Valeur des achats de produits alimentaires biologiques en RHD par famille et par circuit au stade de gros

Valeur au stade de gros en M EUR et %	Valeur des achats de produits alimentaires bio			Taux d'évolution 2024 / 2023 en %			Parts des achats bio en RHD en %		
	TOTAL	Coll.	Com.	TOTAL	Coll.	Com.	TOTAL	Coll.	Com.
Fruits et légumes frais (yc 5G)	109	77	32	8,0%	7,6%	9,1%	13%	9%	4%
Produits carnés, produits de la mer et œufs frais	74	53	21	9,5%	11,3%	5,0%	9%	6%	2%
Produits laitiers	140	123	18	9,5%	8,7%	15,3%	17%	14%	2%
Surgelés	100	70	30	10,9%	6,0%	24,2%	12%	8%	4%
Pain	51	37	14	2,2%	2,1%	2,5%	6%	4%	2%
Épicerie	196	153	44	3,9%	4,9%	0,5%	23%	18%	5%
Vins	157	-	157	9,5%	0,0%	9,5%	19%	0%	19%
Boissons Autres	19	3	16	7,9%	-5,4%	10,6%	2%	0%	2%
TOTAL	847	516	331	7,6%	6,4%	9,5%	100%	61%	39%

Source : Ecozept /AND -International pour Agence Bio

Figure 4: - Le marché des denrées bio en restauration hors domicile par grandes familles de produit (part du marché total en valeur)



Source : Ecozept AND -International pour Agence Bio

1.6.4 ENQUETE AUPRES DES RESTAURANTS CERTIFIES BIOLOGIQUES

Afin de compléter l'analyse des tendances, une enquête a été menée auprès d'un panel de restaurants. Au total, 74 établissements ont répondu sur un parc total de 221 restaurants notifiés interrogés.

Cette enquête a permis d'estimer la valeur annuelle (2024) moyenne des achats de produits bio par restaurant à **123 K EUR**. Selon les résultats de l'enquête, les achats bio ont progressé de **6,83 %** entre 2023 et 2024, ce qui est cohérent avec l'évolution de la valeur des ventes des fournisseurs de la restauration commerciale (grossistes, préparateurs, producteurs vendeurs en direct).

En prenant en compte un parc de 221 restaurants notifiés (incluant les restaurants biologiques ainsi que les magasins spécialisés bio disposant d'un espace de restauration), la valeur totale des achats d'aliments biologiques peut être estimée à environ **27,3 M EUR**, ce qui représenterait environ **8,3%** du total des achats de la restauration commerciale bio. Il convient toutefois de nuancer ce chiffre, car la notification n'est obligatoire que si un établissement communique sur le caractère bio de ses produits. Ainsi, de nombreux restaurants peuvent utiliser des produits biologiques sans être notifiés.

2 ANALYSES TRANSVERSALES

2.1 ESTIMATION DES EMPLOIS EN AVAL DE LA FILIERE

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'emploi en aval c'est-à-dire au sein des préparateurs et entreprises de distribution est estimé à partir de données transmises par les entreprises à l'Agence bio, soit au travers des enquêtes annuelles ou lors des notifications, au travers des publications et communications légales des entreprises et des données sectorielles ESANE. Cette dernière source est notamment utilisée pour la distribution généralistes, au prorata du chiffres d'affaires.

Pour la troisième année consécutive, le nombre d'emplois dans la filière alimentaire est en diminution. La perte est moins forte qu'en 2023, et le niveau reste proche de celui de 2019. Les effectifs des industries de transformation sont en légère croissance, en liaison avec la boulangerie et le secteur vitivinicole (coopératives et négociants). La baisse des effectifs dans le commerce est de l'ordre de 1 800 Équivalents Temps plein (ETP). Le ratio CA / ETP s'améliore dans le secteur spécialisé, du fait des efforts de rationalisation.

Tableau 12 - Estimation des emplois dans l'aval des filières bio de 2020 à 2024

EMPLOIS en ETP	2020	2021	2022	2023	2024	Evolution 24/23	
						ETP	%
Emplois dans les industries de transformation alimentation humaine	22 750	24 789	24 572	23 675	23 738	62	0%
Alimentation du bétail	262	265	260	230	210	-20	-10%
Boulangerie Artisanale	4 176	4 320	3 900	4 545	4 545	-	0%
Commerce de détail spécialisé	20 100	20 500	19 300	16 400	15 500	-900	-6%
GMS généralistes	21 355	20 949	21 100	19 400	18 430	-970	-5%
Commerce de gros de F & L	1 780	1 730	1 700	1 600	1 620	20	1%
Commerce de gros spécialisé bio	580	550	520	480	500	20	4%
TOTAL	71 003	73 103	71 352	66 330	64 542	-1788	-3%
Evolution en ETP et %	7 492	2 100	-1750	-5 022	-1788		
	12%	3%	-2%	-7%	-3%		

Source : AND International pour Agence BIO

2.2 ESTIMATION DE LA VALEUR DES MARCHES REGIONAUX

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Le niveau de consommation régional est abordé en utilisant trois indices territoriaux :

- les données des panels de distributeurs (par région administrative) donnent la répartition des ventes des GMS généralistes hors EDMP (Panels Circana pour le total et NielsenIQ pour les indices régionaux),
- la répartition des surfaces de magasins spécialisés par département (Biolinéaires) pour laquelle un coefficient de pondération par département est introduit de manière à tenir compte d'un CA/m² plus important dans les zones densément peuplées). Par exemple 20 000 habitants/km² dans Paris intra-muros). Dans ces territoires, les coûts sont plus élevés. En revanche, d'un CA/m² plus bas est pris en compte dans les départements peu denses (< 50 habitants par km. Le calcul par département permet un maillage fin de cette approche : dans la plupart des régions, il existe à la fois des départements très urbanisés et d'autres qui sont très ruraux.
- la répartition par département du nombre de producteurs en vente directe (source : Agence BIO).

Les ventes des artisans sont, quant à elles, réparties au prorata de la population. Sur la base de ces coefficients, la valeur du marché est calculée pour chaque région et circuit. Il en est déduit la consommation par habitant en fonction de la population (estimations INSEE 2025). Les données concernant la vente directe et le circuit artisans ont été recalculées pour la période 2021-2023, afin de tenir compte des résultats de l'enquête caviste réalisée en 2025.

2.2.1 COEFFICIENTS ET VALEURS DES CONSOMMATIONS REGIONALES

La valeur moyenne des achats de produits alimentaires bio par habitant s'élève à **184 EUR en 2024** (soit 1 euro de plus qu'en 2023 et 2022). Les coefficients de consommation par circuit de vente ont très peu évolué entre 2023 et 2024.

Tableau 13 – Coefficients de consommation par circuit selon les régions administratives

REGIONS EN %	Coefficient GMS		Coefficient BIO		Coefficient VD		Coefficient Artisan	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Auvergne-Rhône-Alpes	13%	13%	17%	17%	17%	17%	12%	12%
Bourgogne-Franche-Comté	3%	3%	4%	4%	5%	5%	4%	4%
Bretagne	8%	8%	6%	7%	8%	7%	5%	5%
Centre-Val de Loire	3%	3%	2%	2%	3%	3%	4%	4%
Corse	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%
Grand Est	6%	6%	7%	7%	5%	5%	8%	8%
Hauts-de-France	5%	5%	4%	4%	3%	2%	9%	9%
Ile-de-France	21%	21%	19%	19%	1%	1%	19%	19%
Normandie	4%	4%	3%	3%	5%	4%	5%	5%
Nouvelle-Aquitaine	10%	10%	9%	9%	14%	15%	9%	9%
Occitanie	10%	9%	11%	11%	22%	23%	9%	9%
Pays de la Loire	7%	7%	5%	5%	7%	6%	6%	6%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	10%	10%	11%	11%	9%	9%	8%	8%

Source : AND International pour Agence BIO d'après NielsenIQ, Circana, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO / NB : pour des raisons de continuité, de vraisemblance et de conformité des données 2024 avec celles des années précédentes, il a été décidé de conserver les coefficients régionaux GMS 2023, sur la base des données Nielsen.

La valeur de la consommation alimentaire par région et circuit a évolué selon les dynamiques des circuits, de population et de parc de magasins. Les cinq principales régions dépassant le milliard d'euros sont les régions Ile-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie, PACA et Nouvelle-Aquitaine.

Tableau 14 – Valeur de la consommation alimentaire bio par circuit selon les régions administratives

REGIONS EN 1000 EUR	CA GMS		CA BIO		CA VD		CA Artisan		CA TOTAL	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Auvergne-Rhône-Alpes	798	754	567	617	259	276	139	148	1 763	1 795
Bourgogne-Franche-Comté	202	191	135	148	81	90	47	50	465	479
Bretagne	467	450	212	235	129	122	58	62	866	869
Centre-Val de Loire	184	175	77	82	44	53	43	46	348	356
Corse	41	39	16	17	17	21	6	6	80	84
Grand Est	389	367	233	230	74	84	94	100	790	781
Hauts-de-France	310	291	131	141	40	37	101	107	582	576
Ile-de-France	1301	1 232	622	676	20	19	209	224	2 152	2 151
Normandie	239	227	114	118	72	65	56	60	481	470
Nouvelle-Aquitaine	595	568	298	314	222	251	104	111	1 219	1 245
Occitanie	584	549	357	374	334	378	104	111	1 379	1 412
Pays de la Loire	412	394	177	188	106	104	66	71	761	756
Provence-Alpes-Côte d'Azur	595	571	379	390	132	146	88	94	1 194	1 202
France métropolitaine	6 118	5 807	3 317	3 532	1 532	1 645	1 114	1 192	12 081	12 176

Source : AND International pour Agence BIO d'après NielsenIQ, Circana, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

La valeur de la consommation par habitant varie peu entre 2023 et 2024, mais la croissance du marché est très légèrement plus rapide que celle de la population. Ceci prévaut au niveau national et dans la plupart des régions, les exceptions sont la Bretagne, la Normandie, l'Occitanie, les Pays de la Loire et PACA.

Tableau 15 – Valeur de la consommation alimentaire bio par circuit et par habitant selon les régions administratives

EUR/habitant	GMS		CA BIO		CA VD		CA Artisan		CA TOTAL		POP. 1000 hab.	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Auvergne-Rhône-Alpes	97	91	69	75	31	33	17	18	215	217	8 236	8 260
Bourgogne-Franche-Comte	72	69	48	53	29	32	17	18	167	172	2 792	2 793
Bretagne	135	129	61	68	37	35	17	18	252	250	3 453	3 476
Centre-Val de Loire	72	68	30	32	17	20	17	18	135	138	2 573	2 581
Corse	115	108	44	47	48	59	17	18	226	232	356	360
Grand Est	70	66	42	42	13	15	17	18	141	141	5 569	5 544
Hauts-de-France	52	49	22	24	7	6	17	18	96	96	5 984	5 974
Ile-de-France	105	99	50	54	2	2	17	18	171	173	12 420	12 451
Normandie	72	68	34	35	22	19	17	18	144	141	3 327	3 341
Nouvelle-Aquitaine	97	92	48	51	36	41	17	18	199	201	6 155	6 191
Occitanie	95	89	58	60	54	61	17	18	227	228	6 155	6 202
Pays de la Loire	105	100	45	48	27	26	17	18	194	192	3 926	3 937
Provence-Alpes-Côte d'Azur	114	109	73	74	25	28	17	18	230	229	5 198	5 242
France métropolitaine	92	88	50	53	23	25	17	18	183	184	66 143	66 352

Source : AND International pour Agence BIO d'après NielsenIQ, Circana, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

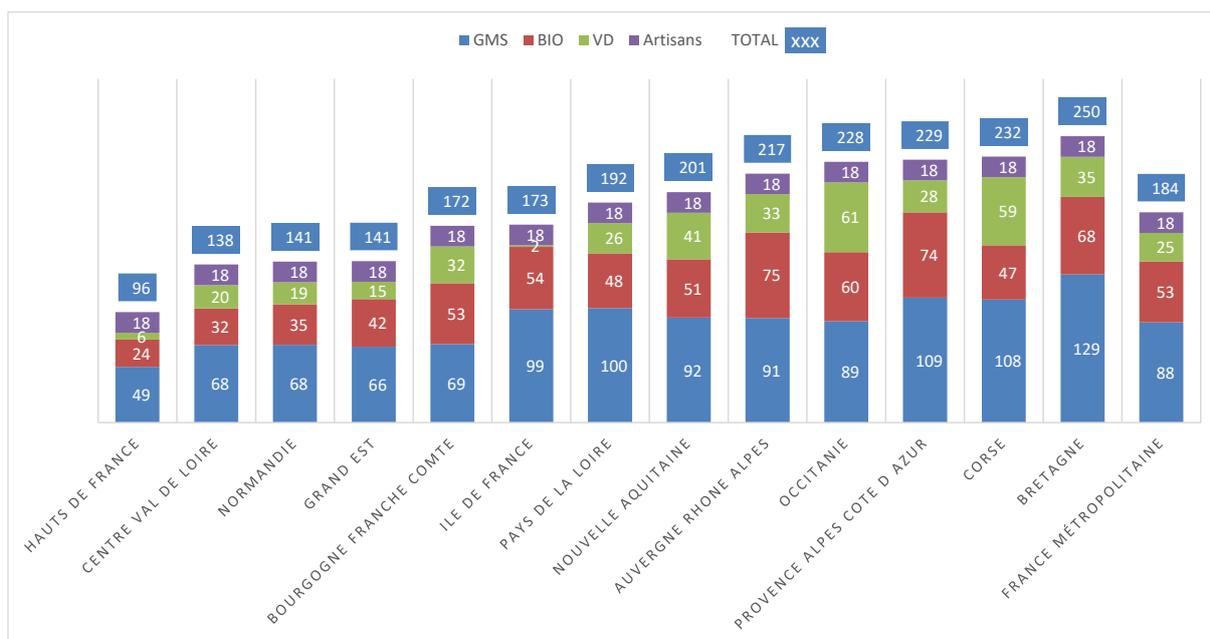
La dépense moyenne par habitant dépasse 200 euros / an dans six régions, listées en ordre décroissant : Bretagne, Corse, PACA, Occitanie, Corse, AURA, Nouvelle Aquitaine. Outre le fait que cinq de ces régions constituent la totalité de la France méridionale, elles sont caractérisées par une part de vente directe supérieure à la moyenne nationale (24% en Occitanie, 22% en Corse, 18% en Nouvelle-Aquitaine, 15% en Bretagne et AURA) ; seule la région PACA présente une proportion inférieure (11%). Les Pays de la Loire, avec un ratio de 192 EUR/habitant/an, sont proches du groupe précédent.

Les autres régions affichent un ratio plus bas que la moyenne nationale, avec une valeur assez proche : Ile-de-France, handicapée par la faiblesse de la vente directe, et Bourgogne-France-Comté, où la part des GMS est très faible (effet de la ruralité d'une région très peu urbanisée).

Les dépenses alimentaires biologiques des autres régions sont inférieures à 150 EUR / habitant / an : Grand Est (141), Normandie (141), Centre-Val de Loire (138) et surtout Hauts-de-France (96).

L'évolution est positive pour : Corse (+8 EUR/hab), BFC (+5), Occitanie (+4), Nouvelle-Aquitaine (+3), Aura (+3), Centre-Val de Loire (+2) ; elle est négative pour PACA (-0,2), Ile-de-France (-1), Bretagne (-1), Grand Est (-1), Hauts-de-France (-1), Pays de la Loire (-2) et Normandie (-4).

Figure 5 – Les dépenses apparentes par habitant et par région administrative 2024 en EUR/habitant

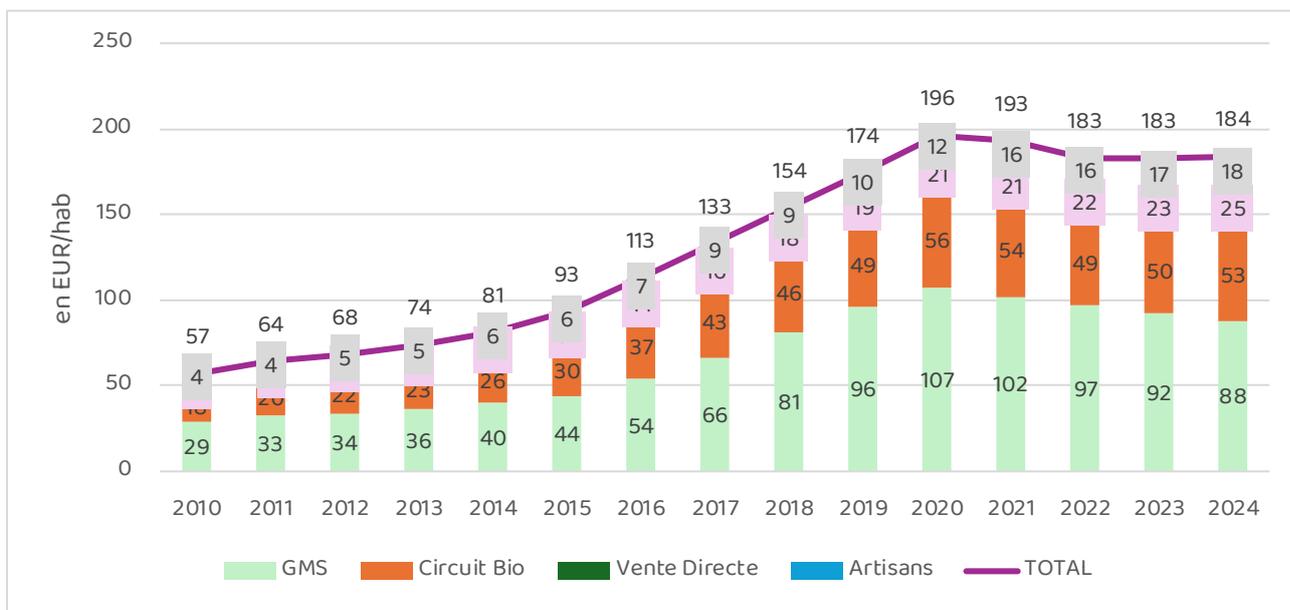


Source : AND International pour Agence BIO d'après NielsenIQ, Circana, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

2.2.2 ÉVOLUTIONS DES CONSOMMATIONS INDIVIDUELLES

Au niveau national, la consommation individuelle se tasse en GMS, remonte un peu en circuit bio et dans les autres circuits.

Tableau 16 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2024 Erreur ! Liaison incorrecte.



Source : Agence BIO - AND-International 2020 d'après Circana, NielsenIQ, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO – NB série révisée à partir de 2021 pour la vente directe et les artisans

2.3 ANALYSE DU TAUX DE PENETRATION ET DES PRIX EN GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES

L'analyse du taux pénétration des produits alimentaires biologiques couvre 215 familles de produits sur les 232 suivies par le panel Circana au sein des grandes surfaces alimentaires généralistes ((17 familles n'ayant aucune activité bio). Cette analyse permet de mieux rendre compte quelles sont les familles de produits dont la part de marché en bio sont les plus élevées. Chacune de ces familles fait partie d'un sous rayon, lui-même inclus dans un des grands rayons (épicerie salée, épicerie sucrée, crèmerie, frais non laitier, surgelé et glaces, bières et cidres, BRSA et eaux, spiritueux et champagnes).

Le taux de pénétration est présenté pour chaque famille, en ordre décroissant. Les familles ayant connu un recul important (> 2 points) sont signalées en rose, celles qui ont connu un recul de 1 à 2 points sont surlignées en rose pâle, les familles dont la pénétration a augmenté sont signalées en vert. Les tableaux ci-dessous présentent les taux de pénétration bio par famille de produit observé en 2024 par ordre décroissant.

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Le taux de pénétration est calculé en 2024 et 2023 (taux de pénétration = CA BIO / (CA BIO + CA NON BIO) sur la base CIRCANA (hors EDMP).

2.3.1 FAMILLES DE PRODUITS PRESENTANT DES PARTS DE MARCHE SUPERIEURE A LA MOYENNE

2.3.1.1 Taux de pénétration supérieur à 30%

La pénétration recule à nouveau pour les boissons végétales, segment introduit en GMS par la gamme bio et dont les versions « non bio » gagnent du terrain. Le jus de légumes connaît le même phénomène, avec une perte de presque deux points, idem pour les infusions et les galettes sucrées (principalement les produits extrudés, qui constituèrent une gamme bio « vedette » il y a quelques années) ; même remarque pour les « céréales d'accompagnement » qui comprennent le quinoa. En revanche, la part de marché bio de l'alimentation infantile a progressé en 2024. Il y a moins de naissance.

Sur ces 176 familles de produits, **le ratio de pénétration 2024 est supérieur à 30% dans 3 cas.**

Tableau 17 : Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 30%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
BOISSON ET CREME VEGETALE	66,4%	65,5%	- 0,91
JUS DE LEGUMES	42,3%	40,6%	- 1,70
INFUSIONS	42,0%	40,6%	- 1,43
TOASTS GALETTES ET CRACKERS	41,8%	40,2%	- 1,58
ALIMENTS BEBE	31,9%	32,4%	0,47
SEMOULES ET CEREALES D'ACCOMPAGNEMENT	30,5%	30,4%	- 0,12

Source : AND international Circana – Pour Agence BIO

2.3.1.2 Taux de pénétration compris entre 20 % et 30 %

Si les œufs bio perdent moins d'un point de part de marché, les thés, à l'instar des infusions, perdent plus de 3 points (un de plus forts reculs, peut-être lié à la réduction des gammes). En revanche, on note la progression des entrées cuisinées appertisées (segment modeste), des pains grillés, et des substituts de sucre (dont les ventes progressent en bio et reculent en non bio).

Tableau 18 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 20% et inférieure à 30%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
ŒUFS	27,1%	26,3%	- 0,79
ENTREES APPERTISEES	24,3%	25,9%	1,67
PAINS GRILLES ET BRAISES	20,2%	21,3%	1,10
EDULCORANTS ET SUBSTITUTS DE SUCRE	18,6%	20,7%	2,07
THES	23,9%	20,6%	- 3,23

Source : AND international d'après Nielsen IQ – Pour Agence BIO

2.3.1.3 Taux de pénétration compris entre 15 % et 20 %

Les évolutions sont assez diverses parmi ces produits :

- L'augmentation du prix de l'huile d'olive explique que la part de marché des huiles bio progresse à nouveau après des reculs en 2022 et 2023.
- La progression de la part de marché bio du micro-segment « sirop d'érable » est à rapprocher de la progression des substituts de sucre citée au paragraphe précédent.
- Le recul des « soupes fraîches » s'explique en partie par une augmentation plus rapide des prix des produits biologiques (+ 4 % contre + 1 % en non-bio). Pourtant la part de marché des légumes secs bio recule alors que les prix des équivalents non bio ont davantage progressé (mais restent en deçà du bio).
- Les parts de marché des autres produits connaissent des reculs limités : céréales pour petit déjeuner, conserves de tomates, crêpes.

Tableau 19 : Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 15% et inférieure à 20%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
CEREALES Petit Déjeuner	19,6%	18,9%	- 0,63
CREPES GALETTES TARTES SUCREES	19,0%	18,2%	- 0,79
HUILES	14,7%	17,4%	2,62
LEGUMES SECS	17,7%	16,4%	- 1,30
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES	15,9%	16,3%	0,34
SOUPES FRAICHES	18,6%	15,0%	- 3,58
CONSERVES DE TOMATES	15,7%	15,0%	- 0,76

Source : AND international d'après Circana – Pour Agence BIO

2.3.1.4 Taux de pénétration compris entre 10 % et 15%

Deux familles enregistrent une progression modeste de la part de marché BIO : les pâtes à tartiner, dont le rayon, bio ou non, est en extension, et le maïs doux appertisé (très faible progression). La plupart des autres familles de produits ont connu des reculs modérés (moins de 1 point), notamment le lait et la farine (filière souveraines). Quatre familles ont connu un repli de plus de 1 point : les laits infantiles, les compotes appertisées, les jus de fruits et le miel, ces deux dernières reposent sur un approvisionnement étranger non négligeable.

Tableau 20 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 10% et inférieure à 15%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
FARINES	15,1%	14,5%	- 0,52
CIDRES	14,8%	14,2%	- 0,60
PATES A TARTINER	14,0%	14,0%	0,05
LAITS INFANTILES	15,3%	13,9%	- 1,35
COMPOTES APPERTISEES	14,6%	13,6%	- 1,01
AIDES CULINAIRES ET CROUTONS	13,3%	12,8%	-0,50
MIELS	14,1%	12,6%	- 1,50
MAIS DOUX EN CONSERVES	12,4%	12,5%	0,09
JUS DE FRUITS	13,3%	12,3%	-1,01
LAIT LC	13,0%	12,2%	- 0,88
CAFES TORREFIES	12,8%	12,1%	- 0,65
LEGUMES SECS APPERTISES	11,1%	10,7%	-0,39
SOUPES ET POTAGES	11,6%	10,3%	- 1,28

Source : AND international d'après Circana – Pour Agence BIO

2.3.1.5 Taux de pénétration compris entre 6% et 10 %

Certains produits accusent un fort recul : les aides culinaires et substituts végétaux chutent de 3,2 points. Deux familles sont marquées par des reculs de plus d'un point : biscuits secs et saumon fumé,

concernées par des restrictions de gamme et des hausses de prix. Les parts de marché des autres reculent modérément : confitures, chocolat en tablette, fruits secs, sauces et herbes, conserves de haricots ou de pois et de légumes d'accompagnement (ratatouilles) ; ou reculent très modérément (riz, pois-carottes). Les parts de marché sont en progression modeste pour 3 familles : les vinaigres, les eaux aromatisées, les salades appertisées.

Tableau 21: Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 6% et inférieure à 10%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
LAIT FRAIS NATURE AROMATISE	10,9%	9,9%	- 0,94
LEGUMES D'ACCOMPAGNEMENT	10,6%	9,8%	- 0,82
PLATS CUISINES APPERTISES	10,4%	9,7%	- 0,69
SUBSTITUTS ET AIDES CULINAIRES VEGETAL	12,6%	9,5%	- 3,17
HARICOTS VERTS EN CONSERVE	9,7%	9,0%	- 0,66
VINAIGRES	8,7%	8,9%	0,18
LEGUMES SURGELES	9,4%	8,7%	- 0,75
SAUCES HERBES INFUSION	8,9%	8,2%	- 0,67
GOUTERS	8,2%	7,7%	- 0,44
PETITS POIS EN CONSERVES	8,7%	7,7%	- 0,93
CONFITURES	8,7%	7,7%	- 0,94
TABLETTES DE CHOCOLAT	7,8%	7,5%	- 0,27
EAUX AROMATISEES	7,0%	7,4%	0,41
SAUMON FUME RF	8,6%	7,4%	- 1,21
SAUCES TOMATES	7,6%	7,3%	- 0,31
PETITS POIS CAROTTES EN CONSERVES	7,1%	7,0%	- 0,07
LEGUMES DE SALADES APPERTISES	6,4%	6,9%	0,55
BISCUITS SECS	8,2%	6,7%	- 1,57
RIZ	6,1%	6,1%	- 0,08
FRUITS SECS	6,8%	6,0%	- 0,81

Source : AND international d'après Circana – Pour Agence BIO

2.3.1.6 Taux de pénétration compris entre 4% et 6%

La seule progression de cette tranche de part de marché concerne les fromages méditerranéens (Feta, Mozzarella). Soulignons quelques reculs importants : les ketchups, les boissons aromatisées alcoolisées, le sirop de sucre de canne. Les parts de marché bio de ces familles reculent de plus d'un point, ce qui est important lorsque le capital de départ est de 6 ou de 4 points. Même raisonnement pour les plats cuisinés à base de pâtes. Le recul des parts de marché des autres familles traduit le recul général du bio dans le circuit des GMS.

Tableau 22 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 4% et inférieure à 6%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
BISCOTTES	5,9%	5,5%	- 0,37
YAOURTS	5,9%	5,4%	- 0,48
PLATS CUISINES APPER. BASE PATES	6,2%	5,3%	- 0,86
KETCHUPS	6,5%	5,3%	- 1,18
4EME ET 5EME GAMME	5,4%	5,2%	- 0,17
BEURRES	5,4%	5,1%	- 0,27
AIDE A LA PATISSERIE	5,4%	5,0%	- 0,44
LEVURES ET SUCRES AROMATISES	4,9%	4,7%	- 0,15
SUCRES	4,9%	4,7%	- 0,25
FROMAGES MEDITERRANEENS	4,3%	4,6%	0,31
PAIN DE MIE = USAGE SEUL	4,7%	4,6%	- 0,12
AUTRES PAINS PRE-EMBALLES	5,2%	4,5%	- 0,68
BISCUITS SALES	4,6%	4,4%	- 0,27
VIANDES HACHEES	4,6%	4,2%	- 0,39
BOISSONS AROMATISEES ALCOOLISEES	5,5%	4,2%	- 1,28
SIROP DE SUCRE DE CANNE	5,2%	4,2%	- 1,06
CREMES DE MARRONS	4,3%	4,1%	- 0,20
EPICES HERBES ET MELANGES	4,5%	4,1%	- 0,41
PATES ALIMENTAIRES	4,5%	4,0%	- 0,51
MARGARINES	4,3%	4,0%	- 0,30
FROMAGES FRAIS	4,3%	4,0%	- 0,32

Source : AND international d'après Circana – Pour Agence BIO

2.3.2 FAMILLES DE PRODUITS PRESENTANT DES PARTS DE MARCHE SUPERIEURE A LA MOYENNE

2.3.2.1 Taux de pénétration compris entre 2% et 4%

A ce niveau de parts de marché, le constat est que seulement 3 familles sur 38 sont en progression. Les produits bio sont peu présents et reculent de manière parfois significative : flageolets en conserve, fromage prédécoupé, sauces chaudes, jus de fruits frais, olives (même un recul de 0,5 point est important). Le recul global du CA bio en GMS s'explique par la fréquence de ces petits glissements.

Tableau 23 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 2% et inférieure à 4%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
GRAINES SALEES	4,4%	3,9%	- 0,49
PATES MENAGERES	4,4%	3,8%	- 0,56
OLIVES	4,5%	3,8%	- 0,72
LIMONADES TONICS LIMES	3,5%	3,7%	0,22
AUTRES POISSONS FUMES ET PREPARE	3,7%	3,5%	- 0,13
EXTRUDES	2,4%	3,5%	1,15
SAURISSERIE	4,0%	3,5%	- 0,49
DESSERTS ET PATES SURGELES	3,9%	3,4%	- 0,54
PAINS SUEDOIS	3,4%	3,4%	- 0,08
FLAGEOLETS EN CONSERVES	4,2%	3,1%	- 1,03
COOKIES	3,7%	3,1%	- 0,57
CONCENTRES POUR BOISSONS	2,4%	3,0%	0,58
PATES FRAICHES	3,4%	3,0%	- 0,47
JUS DE FRUITS FRAIS	3,7%	2,9%	- 0,73
FROMAGES DE CHEVRE ET BREBIS	3,3%	2,9%	- 0,45
SAUCES FRAICHES	2,9%	2,9%	- 0,03
PETITS DEJEUNERS CHOCOLATES	3,1%	2,9%	- 0,23
FROMAGES POIDS FIXE RAYON COUPE	3,6%	2,8%	- 0,75
MOUTARDES ET PICALLILI	3,0%	2,8%	- 0,16
CONSERVES DE PATES	2,9%	2,8%	- 0,06
VINS EFFERVESCENTS HORS CHAMPAGNES	2,9%	2,8%	- 0,12
POIVRES ET SELS	2,9%	2,7%	- 0,19
VIENNOISERIES INDUSTRIELLES	2,8%	2,6%	- 0,24
SAUCES CHAUDES	3,4%	2,6%	- 0,86
PUREES POMMES DE TERRE DESHYDRATEES	3,2%	2,6%	- 0,60
CHAMPIGNONS EN CONSERVES	2,6%	2,5%	- 0,02
LEGUMES MARINES	2,3%	2,5%	0,23
CREMES FRAICHES ET UHT	2,8%	2,5%	- 0,39
DESSERT CREM DES LACTE	2,7%	2,4%	- 0,29
AIDE CULINAIRE	2,4%	2,4%	- 0,01
MAYONNAISES	2,8%	2,3%	- 0,45
SAUCES VINAIGRETTES	2,7%	2,3%	- 0,43
BISCUITS PATISSIERS	2,9%	2,3%	- 0,61
ASPERGES EN CONSERVES	2,3%	2,2%	- 0,12
PIZZAS SURGELEES	2,6%	2,1%	- 0,48
PATES PRESSEES CUITES	2,1%	2,0%	- 0,10
DESSERTS FRAIS	2,3%	2,0%	- 0,28
BIERES DE SPECIALITE	2,1%	2,0%	- 0,12

Source : AND international d'après Circana – Pour Agence BIO

2.3.2.2 Taux de pénétration compris entre 1% et 2%

Le constat est le même que pour le tableau précédent : peu de catégories sont en progression et certains reculs sont significatifs (café en dosette, compotes fraîches, confiserie de sucre).

Tableau 24 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 1% et inférieure à 2%

Famille de Produit	2023	2 024	Evolution en points
COMPOTES ET CONFITURES RF	2,4%	1,9%	- 0,48
SIROPS LT	2,1%	1,9%	- 0,20
SORBET CREME GLACEE EN VRAC	2,2%	1,9%	- 0,34
BOISSONS A BASE DE THE	1,6%	1,8%	0,28
BARRES CEREALIERES	2,0%	1,8%	- 0,20
GATEAUX FROMAGERS ET TOURTEAUX	1,9%	1,8%	- 0,15
JAMBON CUIT ET EPAULE	2,2%	1,8%	- 0,38
FRUITS DE MER SURGELES	1,7%	1,7%	0,01
SPECIALITES DE CONFISERIES DE SUCRE	2,1%	1,6%	- 0,52
CORNICHONS	1,4%	1,5%	0,10
LAITS INDUSTRIELS	1,8%	1,5%	- 0,26
DESSERTS PRETS A CONSOMMER	1,6%	1,5%	- 0,14
CAFES SOLUBLES	1,6%	1,5%	- 0,15
VIANDES SURGELEES	1,6%	1,4%	- 0,21
PATISSERIES INDUSTRIELLES INDIVIDUELLES	1,6%	1,4%	- 0,22
PATES PERSILLEES	1,4%	1,3%	-0,12
EXTRUDES ET TUILES	1,2%	1,2%	0,07
SALADES FRAICHES	1,5%	1,2%	- 0,26
ROTIS PORC ET AUTRES SALAISONS	1,3%	1,2%	- 0,12
PATISSERIES INDUSTRIELLES A PARTAGER	1,4%	1,2%	- 0,17
BISCUITS PETIT DEJEUNER	1,2%	1,2%	- 0,05
PLATS CUISINES SURGELES	1,1%	1,2%	0,11
SAUCES FROIDES	1,2%	1,1%	- 0,16
CAFES DOSETTES	1,7%	1,0%	- 0,68
VINS AROMATISES	1,5%	1,0%	- 0,51

Source : AND international d'après Circana- Pour Agence BIO

2.3.2.3 Taux de pénétration compris entre 0,1% et 1%

D'une manière générale, il s'agit de familles de produits dont la part de marché n'a jamais dépassé 1%. Au total **63 des 232 familles** observées par Circana représentent des parts de marché de moins 1%. Ainsi, près du tiers de l'assortiment n'est que très marginalement bio. Si l'on rajoute les 33 familles de produits dont la part bio est inférieure à 0,87%, dont 17 pour lesquelles le CA bio est nul ou infinitésimal (quelques exemples : sandwich, chewing-gum, colas, corned-beef, escargots en conserve, surimi), le constat est que « **le marché bio** » concerne de manière significative **seulement 60% des familles de produits**.

Tableau 25 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 0,1% et inférieure à 1%

Famille de Produit	2023	2024	Evolution en points
CONSERVES DE SARDINES	1,4%	1,0%	- 0,38
SAUCISSES FRAICHES	1,3%	1,0%	- 0,38
PANES FRAIS	1,1%	0,9%	- 0,15
CHIPS	1,4%	0,9%	- 0,49
POISSONS SURGELES	1,1%	0,9%	- 0,19
BISCUITS SPECIALITES	0,7%	0,9%	0,14
FROMAGES DE SPECIALITE	1,0%	0,8%	- 0,11
SPEC GLACEES A PARTAGER	0,6%	0,8%	0,19
FROMAGES APERITIFS	0,8%	0,8%	- 0,01
FROMAGES EN PORTIONS	1,0%	0,7%	- 0,25
DESSERTS A PREPARER	0,9%	0,7%	- 0,24
PANACHE ET BIÈRE SANS ALCOOL	1,4%	0,7%	- 0,74
FRAIS EMBALLE CHARCUTERIE LS	0,7%	0,7%	- 0,07
ALIMENTS HUMIDES POUR CHIENS	0,9%	0,7%	- 0,20
CHAMPAGNE	0,7%	0,6%	- 0,02
VINS DE LIQUEURS	0,6%	0,6%	0,03
BIÈRES SPECIALES BLONDES	0,6%	0,6%	0,00
ALCOOLS BLANCS HORS RHUM	0,2%	0,6%	0,39
SAUCISSERIE	0,7%	0,6%	- 0,17
FRUITS AU SIROP	0,7%	0,6%	- 0,16
POMMES DE TERRE SURGEELES	0,8%	0,6%	- 0,23
SODAS ET BAF GAZEUSES	0,5%	0,5%	0,04
PATES MOLLES	0,6%	0,5%	- 0,08
ALIMENTS AUTRES ANIMAUX	0,5%	0,5%	0,02
ENTREES EXOTIQUES FRAICHES	0,6%	0,5%	- 0,06
PLATS CUISINES FRAIS	0,7%	0,5%	- 0,20
PDTS ELABORES VOLAILLE	0,5%	0,5%	0,01
APERITIFS ANISES	0,4%	0,5%	0,06
CHARCUTERIE TRANCHEE	0,6%	0,5%	- 0,11
PIZZAS RF	0,7%	0,5%	- 0,25
JAMBONS CUIITS DE VOLAILLES	0,6%	0,5%	- 0,18
JAMBON CRU	0,6%	0,5%	- 0,11
VIANDES ELABOREES RF	0,5%	0,4%	- 0,04
CREMES DE FRUITS	0,8%	0,4%	- 0,35
TARTINABLES CONSERVES	0,4%	0,4%	0,02
RILLETES FRAICHES	0,6%	0,4%	- 0,15
PATES PRESSEES NON CUITES	0,5%	0,4%	- 0,05
PATES ET PDTS BASE TETE	0,5%	0,4%	- 0,04
SAUCISSON ET SAUCISSE SECHE	0,5%	0,4%	- 0,10
SALADES DE FRUITS	0,4%	0,4%	0,01
FRAIS EMBALLE TRAITEUR LS	0,5%	0,4%	- 0,13
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	0,7%	0,4%	- 0,30
BOISSONS AUX FRUITS PLATES	0,4%	0,4%	0,01
P FRAICHES ET F FONDUS	0,4%	0,3%	- 0,06

[EVALUATION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE 2024]

SAUCISSERIE DE VOLAILLE	0,6%	0,3%	- 0,22
SPEC GLACEES INDIV	0,5%	0,3%	- 0,17
PUNCH ET COCKTAIL	0,2%	0,3%	0,15
ALCOOLS BRUNS HORS WHISKY	0,3%	0,3%	0,02
EAU DE VIE ET FRUITS A L'ALCOOL	0,6%	0,3%	- 0,27
CONSERVES AUTRES PRODUITS DE LA MER	0,3%	0,3%	0,02
VINS DOUX NATURELS	0,3%	0,3%	- 0,01
GAUFRETTES	0,3%	0,3%	- 0,02
SPEC GLACEES FIN D'ANNEE	0,2%	0,3%	0,03
LIQUEURS HORS CREMES DE FRUITS	0,4%	0,3%	- 0,10
RHUMS ET CACHACAS	0,2%	0,2%	- 0,02
ALIMENTS HUMIDES POUR CHATS	0,4%	0,2%	- 0,29
LES PRET-A-GARNIR	0,7%	0,2%	- 0,59
QUICHE/TARTE SALEE/TOURTE FRAIS	0,3%	0,1%	- 0,12
PLATS CUISINES APPER. FRANCAIS	0,2%	0,1%	- 0,10
BOISSONS ENERGETIQUES CHAUDES PRETES A BOIRE	0,5%	0,1%	- 0,32
BONBONS ET SUCETTES	0,2%	0,1%	- 0,06
CONSERVES DE MAQUEREAUX	0,1%	0,1%	0,00
FROMAGES A CONSOMMER CHAUD	0,1%	0,1%	- 0,03

Source : AND international d'après Circana – Pour Agence BIO

2.4 ANALYSE DES VENTES DE PRODUITS ÉQUITABLES ET BIOLOGIQUES

Les labels de certification de commerce équitable sont fréquemment utilisés sur les produits biologiques provenant de pays tiers et également depuis 2014 sur des produits d'origine France.

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'analyse de l'observatoire annuel de la consommation de produits issus du commerce équitable publié par [Commerce Équitable France](#), permet de mesurer l'évolution de la consommation des produits alimentaires bénéficiant de la double certification : agriculture biologique et commerce équitable. Sur la base de la valeur des différents circuits et des données de Commerce équitable France, la part de marché des produits biologiques et équitables par circuit peut ensuite être approché.

2.4.1 ÉVOLUTION GÉNÉRALE DES VENTES DE PRODUITS ÉQUITABLES

Les ventes de produits équitables bio et non biologiques ont été multipliées par 5 entre 2014 et 2024. L'année 2022 a marqué un coup d'arrêt pour les filières internationales et un ralentissement de la croissance pour les filières françaises. L'année 2023 a vu une baisse des ventes en filières internationales et une progression des ventes de produits d'origine France. L'année 2024 présente une évolution très contrastée des ventes : alors que la valeur des ventes des produits équitables issues de filières internationales progresse légèrement (+1%), les produits équitables origine France voient leurs ventes progresser de 65% en 2024. Les productions nationales représentent désormais 49 % de l'univers du commerce équitable soit +12 points par rapport à 2023.

De manière structurelle, **97% de la valeur des ventes de produits équitables concerne des produits alimentaires**. Les 3 % restant concernent principalement la cosmétique (29%) l'horticulture ornementale (25%), le textile (18%), mais aussi le tourisme, l'artisanat, les huiles essentielles (liste non limitative). La gamme de produits équitables est en légère baisse (-3%); la gamme internationale se replie de 10% tandis que la gamme d'origine française progresse de 37%. Les ventes au détail en magasin représentent 82% de la consommation, le reste étant réalisé en consommation hors domicile, en vente directe et vente en ligne.

Tableau 35 - Importance des ventes au détail de produits issus des filières équitables de 2020 à 2024

En M EUR	2022	2023	2024	Evol 24/23	Evol 23/22	Evol 22/21
Total des ventes de produits issus des filières internationales du commerce équitable	1 335	1 327	1 344	1%	-0,6%	0,1%
Total des ventes de produits issus des filières françaises du commerce équitable	746	791	1 310	67%	6,0%	5,5%
Total	2 081	2 118	2 654	25%	1,8%	2,0%

Source : Commerce Equitable France

2.4.2 ÉVOLUTION DES VENTES DE PRODUITS BIOLOGIQUES ET ÉQUITABLES

Un peu moins des quatre cinquièmes (78%) des références équitables sont également biologiques en 2024 soit une baisse de -2 pts par rapport à 2023 et -5 pts par rapport à 2022. La double certification demeure néanmoins la combinaison la plus fréquente. La consommation des produits biologiques et équitables **est mesurée en hausse de 14% entre 2023 et 2024**, poussée par le dynamisme des ventes origine France (+34,5%). Cela étant le développement du commerce équitable généraliste est surtout lié au développement des produits qui ne sont pas (encore) biologiques : le taux de produits alimentaires bio d'origine France est ainsi passé de 46% à 37% entre 2023 et 2024.

Tableau 36 - Estimation des ventes au détail de produits biologiques et équitables depuis 2021 en M EUR

En M EUR	2021	2022	2023	2024	24/23	23/22	% Bio et Eq. 2023	% Bio et Eq. 2024
Total des ventes de produits issus des filières internationales du commerce équitable	880	961	910	965	6,1%	-5,3%	72%	74%
Total des ventes de produits issus des filières françaises du commerce équitable	402	380	360	485	34,5%	-5,1%	46%	37%
Total	1 282	1 341	1 270	1 449	14,1%	-5,3%	63%	56%

Source : AND d'après Commerce Equitable France

Ramenée au marché alimentaire biologique, et en considérant que les produits alimentaires représentent 97%, la part de la consommation alimentaire équitable et biologique est évaluée à près de 12% du marché alimentaire biologique.

2.4.3 VENTES DE PRODUITS BIO ET EQUITABLES PAR CIRCUIT

Un peu moins de la moitié (46,6%) des ventes des sont réalisées en GMS, soit 680 M EUR, à comparer aux 5 807 M EUR de CA bio de ce circuit en 2024 (estimation AND/Ag. BIO) soit une pénétration du double étiquetage de **12% en hausse de 3 points par rapport à 2023**. En ce qui concerne les réseaux spécialisés bio, la valeur des ventes des produits alimentaires avec double certification est de 310 M EUR, soit **9,0%** des ventes alimentaires de ce circuit, soit -0.3 points par rapport à 2023. Pour ce qui est des artisans commerçants, le CA « bio et équitable » est de 260 M EUR soit 17%, en retrait de 3,7 points par rapport à 2023.

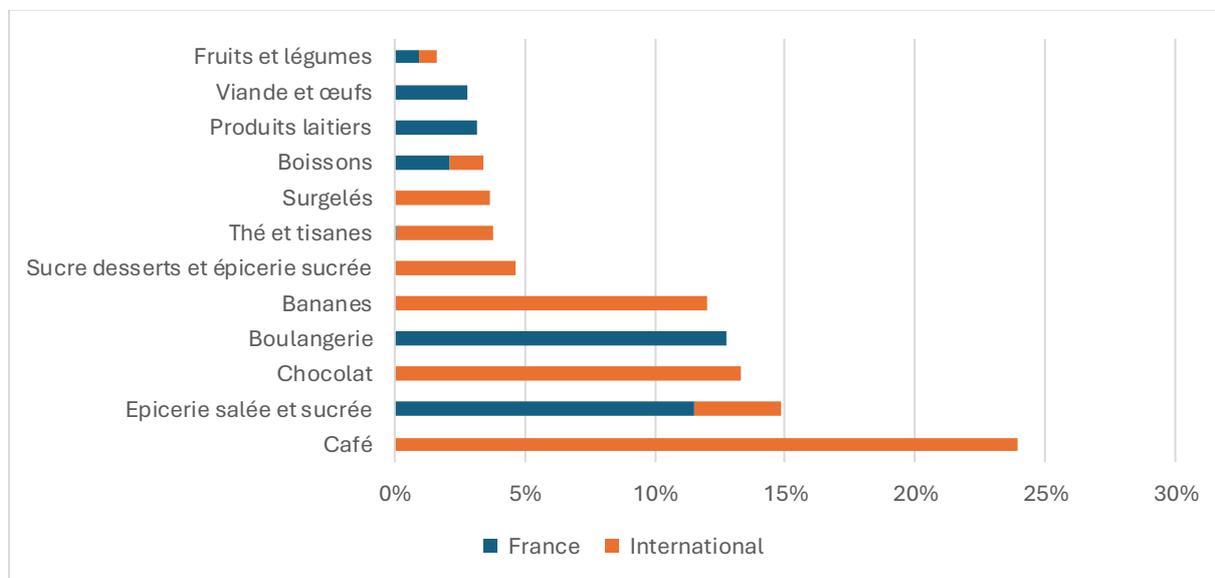
Tableau 37 - Estimation des ventes au détail de produits biologiques et équitables par circuit de distribution en 2024

Circuits de vente 2024	PDM par circuits de vente en % - tous produits équitables	CA estimé pour produits bio et équitables en M EUR	PDM des produits bio et équitables par circuit de vente en %
Autres circuits (GMS, artisans commerçants; ventes en ligne)	62%	898	10%
Magasins spécialisés bio ou commerce équitable	38%	552	16%
Total	100%	1 449	12%

Source :AND d'après Commerce Equitable France

Commerce Equitable France propose également une analyse par familles de produits, la part des produits biologiques a pu être estimée sur cette base selon leur origine France ou internationale. Les catégories de produits et origines les plus importantes en matière de chiffre d'affaires sont le café, les produits d'épicerie salée et sucrée, le chocolat, les produits de boulangerie et les bananes.

Figure 8 - Répartition par produits des ventes de produits alimentaires issus du commerce équitable (bio et non bio confondus) – 2024 en %



Source : AND-Agence bio d'après les données Commerce Equitable France

3 FOCUS SECTORIELS

3.1 FOCUS SUR LE MARCHÉ DU VIN BIOLOGIQUE

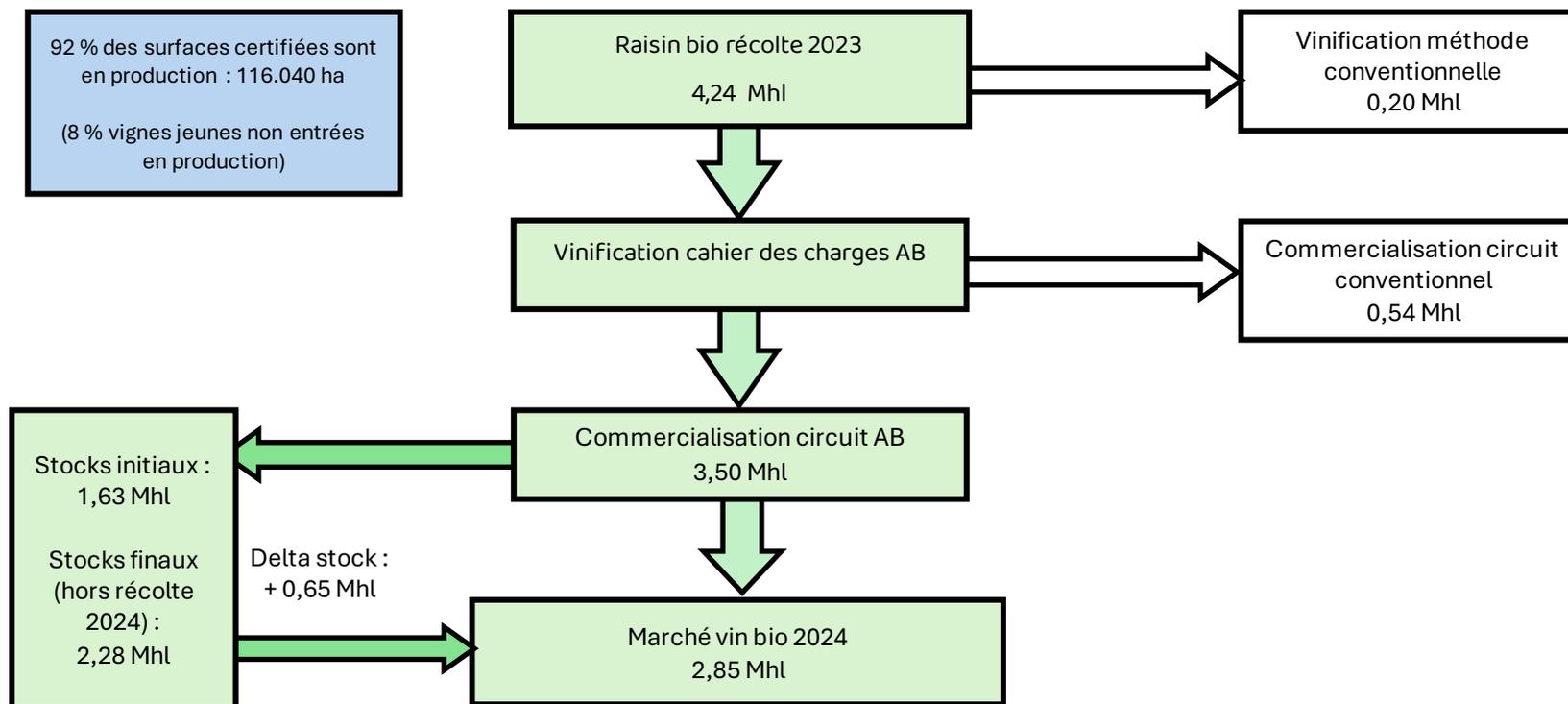
POINTS CLES

Le marché 2024 (récolte 2023) est caractérisé par une hausse des surfaces certifiées récoltées de 19 % par rapport à l'année précédente. Cette augmentation a été partiellement compensée par une baisse du rendement, le volume de production est ainsi en hausse de 7%. L'année précédente (récolte 2022, marché 2023) avait été particulièrement difficile pour le vin bio avec un fort déclassement et une forte croissance des stocks. L'année 2024 a été moins difficile en raison d'efforts commerciaux des opérateurs pour faire face au déséquilibre entre offre et demande et d'un plus faible rendement qui a modulé la hausse des volumes produits. Le millésime 2023 se caractérise cependant par un déclassement significatif (17% des volumes produits n'ont pas été commercialisés en vin bio, contre 23% l'année précédente) et une augmentation des stocks. Cette augmentation des stocks est liée à de possibles difficultés sur certains marchés, et aussi à la croissance de la filière vin bio (les stocks étant corrélés aux volumes produits). En termes de marché, les ventes sont en croissance sur les principaux circuits : export, vente directe, cavistes et RHD. La croissance sur les magasins bio est plus faible et les ventes en GMS sont en baisse. En effet, les difficultés de la filière sont notamment rencontrées sur les circuits longs et les marchés vrac. Ces difficultés sont générales sur le marché du vin en France dans un contexte de déconsommation de vin. Ainsi, en 2024, le vin bio représente 17% des surfaces françaises en vigne, 12% de la production de vin, 7% de la consommation nationale et 10% des exportations.

3.1.1 VOLUMES MIS EN MARCHÉ

La surface de raisin de cuve biologique en production est estimée à 116 040 ha en 2023 (commercialisation en 2024), soit une augmentation de 19% par rapport à 2022. Sur les 131 790 ha de vigne, 96% sont estimés en production de raisins de cuve et 8 % sont des jeunes plants non productifs. Le rendement a cependant été plus faible en 2023 que l'année précédente (37 hl/ha, en comparaison de 41 hl/ha), l'augmentation du volume de production n'est donc que de 7% par rapport à l'année précédente (4,24 Mhl en 2023). Le déclassement (vinification de raisin bio en conventionnel ou vente sur le circuit conventionnel de vin bio) est en baisse, signe que les opérateurs se sont organisés commercialement face à l'augmentation de la production : 0,74 Mhl déclassés sur le millésime 2023 contre 0,93 Mhl l'année précédente. Les stocks continuent à augmenter, à la fois car la filière bio progresse et car certains opérateurs rencontrent des difficultés de vente sur le marché (notamment sur les circuits vrac). Les stocks représentent ainsi 2,28 Mhl, soit 54% en volume du millésime ce qui est cohérent avec les standards de la filière viti-vinicole).

Figure 6 - Schéma de filière : récolte 2023 et commercialisation 2024



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

Le tableau ci-dessous présente le détail par bassin de production. La première région, l'Occitanie, représente plus d'un tiers des volumes (35%). Les trois bassins suivants (Provence / Corse, Bordeaux et Rhône) représentent chacun 10 à 15% des volumes totaux.

Tableau 26 - Bilan pour les principales régions viticoles

Bassins	Surface (ha)	Taux vignes en prod.	Surface en prod. (ha)	Rdt (hl/ha)	Vol. produit avec vignes bio (Mhl)	Déclass. et delta stock (Mhl)	Mise en marché (Mhl)
Occitanie	45 328	92%	41 603	36	1,50	1,39	2,85
Bordeaux	17 853	96%	17 063	30	0,51		
Rhône	17 271	92%	15 905	31	0,49		
Provence / Corse	15 177	89%	13 442	43	0,57		
Loire	10 418	93%	9 660	39	0,37		
Bourgogne / Beaujolais	6 476	94%	6 098	37	0,23		
Sud-Ouest	4 776	95%	4 556	27	0,12		
Alsace	4 428	89%	3 921	56	0,22		
Champagne	1 645	90%	1 484	67	0,10		
Charentes	1 371	75%	1 033	60	0,06		
Autre	1 395	91%	1 275	41	0,05		
Total	126 138	92%	116 040	37	4,24		

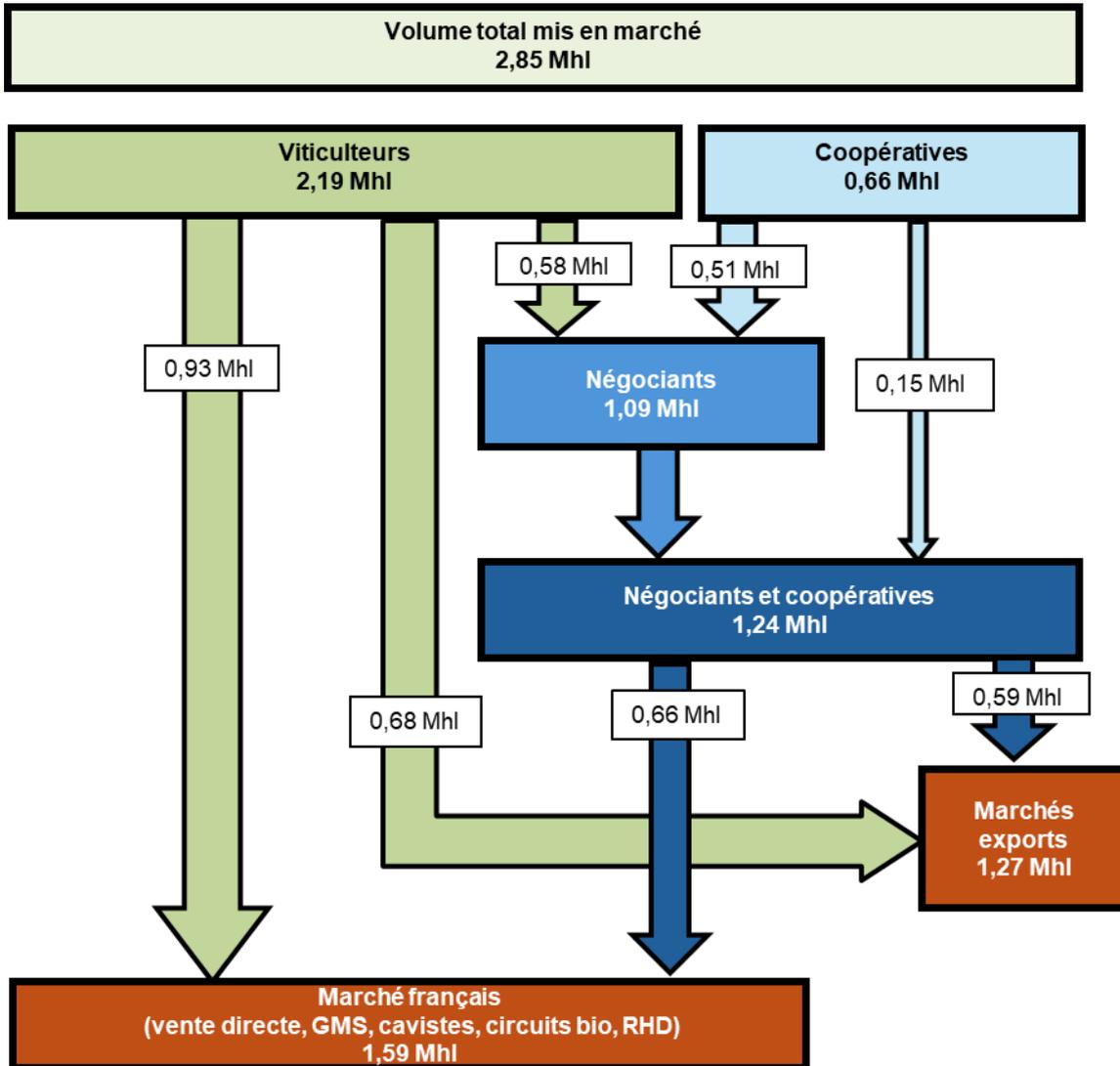
Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.1.2 SCHEMA DE MISE EN MARCHÉ DU VIN BIO

Plus des trois quarts des volumes sont vinifiés par des viticulteurs (77%) et environ un quart par les coopératives (23%). Chacun de ces deux types d'opérateurs commercialise une part significative de sa production via des négociants (notamment les coopératives). Ainsi, les négociants commercialisent 1,09 Mhl de vin bio, soit 38% de la production nationale.

Plus de la moitié du volume est commercialisée sur le marché français (56%) et 44% vers les marchés exports. L'orientation à l'export est plus forte pour les négociants / coopératives (47% des volumes traités par ces opérateurs) que pour les viticulteurs (42%).

Figure 7 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2024



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.1.3 VOLUME ET VALEUR DES VENTES

Les ventes totales en 2024 représentaient 2,85 Mhl et 1,68 Mds EUR HT au stade sortie chais (+7 % en volume et en valeur par rapport à l'année précédente), 61 % des ventes en valeur ont été réalisés au niveau français et 39 % à l'export (en volume : 56% en France et 44% à l'export). La valeur des ventes destinées au marché des ménages français était de 877 M€ HT au stade sortie chais.

Le premier circuit en volume au niveau français est la vente directe (16% des volumes), suivi des cavistes, la GMS et la RHD. Nous observons une forte croissance pour le réseau caviste, la vente directe, la RHD et l'export. La GMS est en baisse et la croissance sur le circuit bio reste limitée.

Tableau 27 - Estimation des ventes de vin bio en 2024 par circuit et type d'acteur en volume (1 000 hl) et valeur (million EUR HT départ chais)

	Type acteurs	GMS	Magasin bio	Caviste	Vente directe	Total ménages France	RHD FR	Total France	Export	Total	Evol. N-1
Volume (1 000 hl)	Domaines	67	44	261	394	767	185	951	682	1 634	+8%
	Négoce / coop	265	62	108	58	494	143	636	586	1 223	+5%
	Total	332	106	370	452	1 260	327	1 587	1 269	2 856	+7%
	Evol. N-1	- 6%	+2%	+12%	+10%	+4%	+10%	+5%	+9%	+7%	/
	Part du total	12%	4%	13%	16%	44%	11%	56%	44%	100%	/

Valeur départ chais HT (million EUR)	Domaines	30	30	215	379	653	107	760	436	1 196	+6%
	Négoce / coop	88	27	69	40	223	44	268	215	482	+8%
	Total	118	56	284	419	877	151	1 028	650	1 678	+7%
	Evol. N-1	- 8%	+2%	+13%	+10%	+4%	+12%	+5%	+10%	+7%	/
	Part du total	7%	3%	17%	25%	52%	9%	61%	39%	100%	/

Source : enquête AND - International pour l'Agence BIO / estimations basées sur données CIRCANA pour la GMS

Note : la répartition des ventes entre vente directe et caviste a été revue en 2024 pour les séries 2021-2023 suite à une enquête auprès du réseau cavistes qui a montré que ce circuit était sous-estimé les années précédentes.

3.1.4 MARCHE AU STADE DE DETAIL

La valeur des ventes était de 1,45 Mds EUR TTC au stade de détail pour le marché des ménages, en augmentation de 7,7 % en valeur par rapport à 2023. Les deux premiers circuits en valeur sont la vente directe (40%) et le réseau caviste (38%). Le poids des autres circuits est nettement inférieur : 14% pour la GMS et 8% pour le réseau de magasins bio.

Tableau 28 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2024 par circuit en valeur (M EUR TTC au stade de détail)

Achats de vin biologique par les ménages	GMS	Magasin bio	Caviste	Vente directe	Total vente aux ménages France
Valeur (M EUR TTC)	201	114	548	586	1 449
Prix (EUR TTC / col)	4,3	8,2	12,5	10,7	9,0
% évolution valeur N-1	-7,2%	+2,4%	+13,0%	+10,0%	+7,7%

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO / NB : la répartition des ventes entre vente directe et caviste a été revue en 2024 pour les séries 2021-2023 suite à une enquête auprès du réseau cavistes qui a montré que ce circuit était sous-estimé les années précédentes.

3.1.5 TRANSACTIONS VRAC

Les transactions vrac de vin bio sont suivies sur plusieurs bassins par des interprofessions : l'IGP Pays d'Oc par Inter Oc (première IGP française en volume) et l'AOP dans le Rhône par InterRhône. Ces données sur les transactions vrac constituent des indicateurs du marché, mais elles sont à considérer avec prudence, car elles correspondent à des flux intra-filière (ventes au négoce) et seule une partie des volumes sont commercialisés en vrac. Par exemple, les ventes avec une mise en bouteille par les viticulteurs et les coopératives ne sont pas couvertes par ces transactions. Le vrac est notamment utilisé pour les circuits longs tels que la GMS. Ce circuit connaît des difficultés (pour le bio, comme pour le conventionnel), les indicateurs sur le vrac sont donc plutôt négatifs.

3.1.5.1 IGP Pays d'Oc

Les cours de l'IGP Oc bio était à 133 €/hl pour la campagne 2023/2024, en baisse de 7,9% par rapport à la campagne précédente, cette baisse de prix concerne toutes les couleurs. Les volumes ont été relativement stables à +0,3% (baisse de volume pour le rouge, légère hausse pour le blanc et forte hausse pour le rosé). Le marché du conventionnel a également été difficile en 2023/2024, avec une baisse de prix -2,9% (qui reste inférieure à la baisse sur le marché bio) et une baisse de volume de 15,6% (plus forte que celle du bio).

Tableau 29 – Evolution du prix vrac pour l'IGP Pays d'Oc en EUR/hl

Prix vrac en EUR/hl	Campagne 2023/2024	Campagne 2022/2023	Evolution prix	Evolution volume
Rouge	128	139	-7,8%	-8,9%
Rosé	120	129	-7,4%	+12,9%
Blanc	150	163	-8,0%	+1,1%
Total	133	145	-7,9%	+0,3%

Source : d'après données Inter'Oc

3.1.5.2 AOP régionale Côtes du Rhône

Le cours du vrac bio en AOP Côtes du Rhône poursuit sa baisse en volume et en valeur, il est à 139 €/hl pour la campagne 2023/2024 contre 159 €/hl lors de la campagne précédente. Les évolutions de prix sont également négatives pour l'AOP Côte du Rhône en conventionnel (112 €/hl en 2023/2024, baisse de 7 €/hl par rapport à la campagne précédente), la baisse du vin conventionnel est cependant moins forte que celle du vin bio. Le bio représentait 11% des ventes totales de vrac pour l'AOP Côtes du Rhône régional rouge en 2023/2024 (54 133 hl sur un total de 500 993 hl).

Tableau 30 - Évolution des transactions vrac entre 2018 et 2023 pour les Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours)

Evolution des volumes de transaction en volume et prix	Bio		Conventionnel	
	Vol (hl)	Prix (€/hl)	Vol (hl)	Prix (€/hl)
2023/2024	54 113	139	500 993	112
2022/2023	58.823	159	471.447	119
2021/2022	66.252	194	496.903	135
2020/2021	73.019	185	567.997	131
2019/2020	74.648	204	620.035	145
2018/2019	60.853	222	623.764	154

Source : d'après données InterRhône

3.1.6 PART DES AOP/IGP/VSIG

Nous estimons qu'environ deux tiers des volumes étaient des AOP (59 %), 31 % des IGP et 2 % des VSIG.

Tableau 31 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2022

Volume sous indication géographique	Part du volume total
AOP	59 %
IGP	31 %
VSIG	2 %

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.1.7 SITUATION DE LA FILIERE BIO PAR RAPPORT A L'ENSEMBLE DE LA FILIERE 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 représentaient 17 % des vignes françaises en production en 2023. Notons que 39 475 ha étaient également en cours de conversion en 2023 (soit 5% du vignoble français). Ainsi, l'ensemble des vignes certifiées représentaient 22% du vignoble français pour le millésime 2023.
- Le vin bio (et commercialisé en bio) issu de la récolte 2023 représentait 12 % du volume de production nationale (hors vin pour cognac),
- Le vin bio représentait 7 % de la consommation de vin en France (en volume, d'après données OIV),
- Le vin bio représente 10 % des volumes exportés depuis la France et 5 % en valeur.

Tableau 32 – Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à l'ensemble de la filière vin en France

Surfaces, production et consommation	Ensemble du secteur	Vin bio certifié	Part du vin bio / ensemble secteur	Source pour données sectorielles
Surfaces de vigne en production	745 206 ha	126 138 ha dont 116 040 ha en production	17%	Douanes / FranceAgriMer
Production de vin (hors vin pour Cognac)	33,5 Mhl	4,04 Mhl	12%	Douanes / FranceAgriMer
Consommation en France	22,96 Mhl	1,59 Mhl	7%	OIV
Exportations	12,73 Mhl 11,96 Mds€	1,27 Mhl 650 M€	10% en volume 5% en valeur	Douanes / FranceAgriMer (données 2023)

Source : AND-International pour Agence BIO, basé sur sources diverses (détails dans tableau)

Le CNIV présente une estimation de la répartition des ventes en volume par circuit en France (données 2019). La vente directe est beaucoup plus importante en AB qu'en conventionnel : 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. Cela s'explique notamment par l'origine du développement de la filière vin bio qui s'est fait en marge des circuits principaux et donc avec une forte logique de vente directe. Ce phénomène s'accroît au cours des années, avec une baisse des ventes de vin bio en GMS et une hausse continue en vente directe.

La présence en réseau caviste est également plus forte pour le bio que pour l'ensemble de la filière, en raison d'un fort développement sur ce réseau au cours des dernières années. Les ventes assistées sont en effet favorables au vin pouvant mettre en avant une différenciation, telle que la certification agriculture biologique.

Tableau 33 – Répartition des ventes en volume sur le marché français – Nombre de bouteilles consommées pour 10 bouteilles vendues

Répartition des ventes pour 10 bouteilles vendues	Ensemble de la filière (2019) (Données CNIV)	Vin bio (2024)
Vente directe	1	3
Magasins de détail alimentaire généralistes (y.c. bio)	5	3
RHD	3	2
Caviste	1	2
Total	10	10

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

3.1.8 ÉVOLUTIONS DE LA FILIÈRE VIN BIO DEPUIS 2012

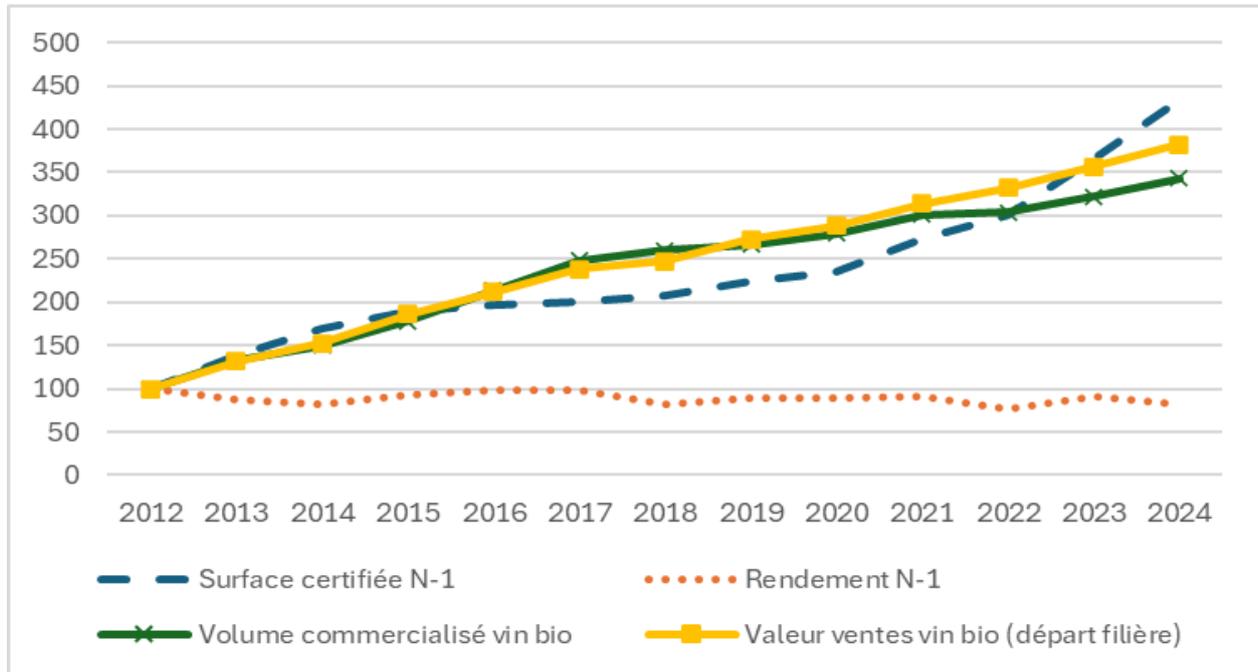
Le tableau ci-dessous présente l'évolution des surfaces de vignes certifiées en bio (y compris les vignes hors production), du rendement, du volume et de la valeur des ventes de vin bio (stade départ filière). Le graphique suivant présente les mêmes évolutions en indice (base 100 = 2012). Les surfaces ont quadruplé entre 2012 et 2024. Cependant, nous observons une légère décorrélation entre les surfaces et les volumes commercialisés depuis 2022, en raison d'aléas climatiques (2022) et d'une augmentation du déclassement et des stocks (depuis 2023).

Tableau 34 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2024

Surfaces et ventes en volumes et valeur	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Surface certifiée N-1 (1000 ha)	29	40	49	55	57	58	60	65	68	79	87	106	126
Rendement N-1 (hl/ha)	45	39	37	42	44	44	37	40	40	41	34	41	37
Volume commercialisé vin bio (hl)	0,83	1,10	1,24	1,48	1,77	2,06	2,16	2,21	2,32	2,50	2,52	2,67	2,85
Valeur ventes vin bio (k EUR HT - départ filière)	0,44	0,58	0,67	0,82	0,93	1,05	1,09	1,20	1,27	1,38	1,46	1,57	1,68

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

Figure 8 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2024 (base 100=2012)



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

ASPECTS METHODOLOGIQUES

Les estimations sur le marché du vin bio sont basées sur :

- les données de surfaces en vigne bio fournies par l'Agence BIO,
- les données de ventes en grande distribution par CIRCANA,
- les données sur les transactions vrac : interprofessions régionales,
- des enquêtes larges réalisées auprès des opérateurs de la filière (viticulteurs d'une part et négociants/ coopératives d'autre part). Le détail de ces enquêtes est indiqué ci-dessous.

757 questionnaires ont été complétés par des viticulteurs, soit un taux de retours de 8 % (9 273 questionnaires envoyés). Concernant les coopératives et négociants, 86 questionnaires ont été collectés, via une enquête directe.

Tableau 35 – Taux de retour de l'enquête directe auprès des viticulteurs

Taux de retour	Viticulteurs
Envois	9 273
Retours	757
Part de retours / envois	8 %

Source : AND-International pour Agence BIO

L'échantillon de viticulteurs représente 8 % de la surface de vigne certifiée bio en France en 2024.

Tableau 36 – Représentativité de l'enquête directe auprès des viticulteurs par bassin

Bassins	Nombre de réponses de viticulteurs bio	Surface AB certifiée des viticulteurs ayant répondu (ha)	Surface AB certifiée en France (ha)	Part de la surface des répondants / surf. AB certifiée en France
Occitanie	214	3 861	45 328	9%
Bordeaux	85	1 240	17 853	7%
Rhône	103	1 547	17 271	9%
Provence / Corse	66	1 228	15 177	8%
Loire	82	1 087	10 418	10%
Bourgogne / Beaujolais	66	634	6 476	10%
Sud-Ouest	18	235	4 776	5%
Alsace	50	370	4 428	8%
Champagne	38	205	1 645	12%
Charentes	11	68	1 371	5%
Autre	24	157	1 395	11%
Total	757	10 633	126 138	8%

Source : AND-International pour Agence BIO/ Remarque : le nombre d'exploitations correspond aux exploitations certifiées et en conversion

3.2 FOCUS SUR LE MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES BIOLOGIQUES

POINTS CLEFS

L'année 2024 est marquée par un contexte économique plutôt favorable pour les fruits et légumes avec une baisse de l'inflation amorcée en milieu d'année 2023. Si la valeur du marché des produits biologiques est globalement stable en 2024, les fruits et légumes se démarquent par une légère hausse par rapport à 2023. Cette hausse cache cependant des évolutions contrastées entre les fruits et les légumes d'une part (+2% pour les fruits et +8% pour les légumes), mais également d'une espèce à l'autre et d'un circuit à l'autre.

- Le marché de détail des fruits et légumes bio atteint la valeur de 2,010 milliards d'euros, pour un volume estimé de l'ordre de 694 400 tonnes, toutes espèces confondues (estimation AND International pour l'Agence BIO).
- **La valeur des ventes au détail de fruits et légumes issus de l'agriculture biologique, toutes espèces confondues a progressé de 5,9 % sur un an en 2024.** Après deux années de baisse en 2021 et 2022, puis une année de stabilité en 2023, la valeur du marché est de nouveau à la hausse. **En 2024, la tendance en volume suit celle de la valeur (+4,8% entre 2023 et 2024), avec une hausse des prix de l'ordre de 1,1%.**

Pour le marché non-bio, l'année 2024 est marquée par une nouvelle diminution des achats de fruits et légumes frais (hors pomme de terre et 4^{ème} gamme) en volume (-2,0%) et une baisse plus légère de la valeur (-1,0 %), en lien avec une hausse du prix moyen à l'achat (source : Kantar Worldpanel pour FAM/Interfel). La performance de la filière bio, qui s'est mieux portée que la filière conventionnelle et qui a tiré l'ensemble du marché de la bio en 2024, est principalement liée au circuit spécialisé bio et à la vente directe. En effet la valeur des ventes de fruits et légumes bio en GMS a baissé.

Tableau 37– Chiffre d'affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio en grande distribution

Chiffre d'affaires en millions d'euros		GMS	Circuit Biologique	Artisans Commerçants	Vente directe	TOTAL
2024	Fruits	325	420	10	174	929
	Légumes	248	447	9	376	1 080
	TOTAL	573	867	19	550	2 010
2023	Fruits	333	400	12	161	905
	Légumes	252	393	10	342	997
	TOTAL	585	793	21	503	1 902
2022	Fruits	355	399	11	161	926
	Légumes	270	371	9	314	964
	TOTAL	625	770	20	474	1 890
2021	Fruits	383	451	12	155	1 001
	Légumes	291	414	10	298	1 014
	TOTAL	674	865	23	453	2 015
2020	Fruits	394	484	12	167	1 056
	Légumes	323	422	10	284	1 039
	TOTAL	716	906	22	451	2 095
2019	Fruits	355	424	11	147	937
	Légumes	294	370	9	256	928
	TOTAL	649	794	20	403	1 865
2018	Fruits	328	413	10	144	896
	Légumes	253	319	8	226	807
	TOTAL	581	733	18	370	1 703
Évolution 2024/2023	Fruits	-2%	5%	-10%	8%	3%
	Légumes	-2%	14%	-10%	10%	8%
	TOTAL	-2%	9%	-10%	9%	6%
Parts de marché 2024	Fruits	35%	45%	1%	19%	100%
	Légumes	23%	41%	1%	35%	100%
	TOTAL	29%	43%	1%	27%	100%

Source: Agence BIO - AND-International 2024

Les parts de marché de GMS ont légèrement reculé au profit du circuit spécialisé bio et de la vente directe. Le circuit spécialisé bio reste ainsi au premier rang, avant la distribution généraliste et la vente directe, importante dans le secteur des légumes.

3.2.1 ESTIMATION DES VOLUMES DES ESPÈCES PRINCIPALES

Depuis neuf ans, les tonnages sont estimés pour les principales espèces. Concernant les 2 nouvelles espèces intégrées en 2022 (pêche-nectarine et abricot), les estimations restent encore indicatives.

APPROCHE METHODOLOGIQUE

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 d'un grand nombre de metteurs en marché et des distributeurs. Les prix sont basés sur les données Kantar Worldpanel et sur celles du RNM : ces deux sources présentent elles-mêmes parfois de fortes disparités pour une même espèce et un même périmètre, fragilisant d'autant plus les résultats présentés. Les circuits longs sont, par opposition aux circuits courts, ceux pour lesquels il existe plus d'un intermédiaire entre le producteur le consommateur. Dans le cas de ce tableau, il s'agit des ventes aux consommateurs qui ne sont pas effectuées par un producteur.

Tableau 38 – Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché et évolutions

Estimations 2024	Volume TOTAL (t)	Estim. RHD circuit long (t) p	Volume Détail (t)	Prix détail 2024 (EUR/kg)	% GMS (VOL)	Part VD + Primeurs (VOL)	Part Bio (VOL)	Taux d'import en circuit long	Évolution VOL détail	Prix détail 2023 (EUR/kg)	Effet prix	VAL marché détail en K EUR	Évolution VAL Ventes
Banane	114 800	5 400	109 400	2,56	79%	1%	20%	98%	3%	2,54	1%	280 064	3,4%
Agrumes	67 600	5 800	50 600	4,32	40%	2%	59%	96%	2%	4,40	-2%	218 592	0,6%
Pomme	51 100	500	61 800	3,24	30%	45%	25%	0%	2%	3,18	2%	200 232	4,4%
Tomate	62 400	2 000	31 300	4,51	27%	52%	22%	35%	2%	4,45	1%	141 163	3,3%
Carotte	64 600	3 700	60 900	2,29	38%	46%	16%	6%	5%	2,47	-7%	139 461	-2,8%
Kiwi	11 900	700	18 700	6,63	26%	52%	22%	67%	6%	6,07	9%	123 981	15,4%
Pomme de Terre	32 800	1 500	60 400	2,04	21%	45%	35%	0%	4%	1,90	7%	123 216	12,2%
Chou	19 500	800	26 200	3,11	35%	40%	25%	37%	5%	3,13	-1%	81 482	4,1%
Avocat	11 100	100	11 000	5,78	42%	2%	57%	100%	15%	5,76	0%	63 580	15,0%
Oignon	7 300	400	18 900	3,08	44%	42%	15%	11%	2%	3,04	1%	58 212	2,9%
Poire	19 500	600	14 800	3,91	24%	52%	25%	4%	2%	3,99	-2%	57 868	0,0%
Poivron	15 300	500	7 900	5,51	29%	46%	25%	81%	7%	5,59	-1%	43 529	5,2%
Pêche Nectarine	4 300	200	9 400	4,53	13%	46%	41%	11%	-1%	4,53	0%	42 582	-1,1%
Courgette	5 200	500	11 200	3,20	34%	24%	43%	58%	3%	2,92	10%	35 840	12,6%
Courge	1 400	0	15 500	2,28	23%	38%	39%	6%	5%	2,24	2%	35 340	6,6%
Abricot	1 800	0	5 800	5,31	18%	44%	38%	1%	2%	4,81	10%	30 798	12,3%
Raisin	26 500	300	4 100	6,96	69%	24%	7%	73%	0%	6,64	5%	28 536	4,8%
Poireau	16 300	800	7 600	3,43	18%	52%	30%	1%	3%	3,06	12%	26 068	15,1%
Fraise	7 900	300	1 400	17,78	22%	41%	35%	13%	0%	17,88	-1%	24 892	-0,6%
Concombre	8 200	300	6 900	2,48	71%	5%	23%	29%	13%	2,45	1%	17 112	14,5%
Betterave	9 400	0	4 700	3,25	36%	11%	54%	11%	-6%	3,22	1%	15 275	-5,1%
Mangue	5 800	0	1 800	6,16	33%	0%	66%	100%	-50%	5,70	8%	11 088	-46,0%
Total / Moyenne	564 700	24 400	540 300	3,33					3%	3,30	0,97%	1 798 911	4,1%

Source : Agence BIO - AND-International 2024 – d'après enquêtes amont et aval – KantarWP – Interfel – FNAB

3.2.2 ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE FRUITS BIOLOGIQUES

Les évolutions des volumes et de prix sont disparates au sein des espèces de fruits suivies, mais sont en générale stables ou en hausse.

- La banane demeure le fruit bio le plus vendu, à la fois en volume (plus de 110 000 tonnes, en hausse de 3%) et en valeur (280 millions d'EUR, soit +3,4 %). Les agrumes restent à la deuxième place avec une valeur des ventes stable (218 millions d'EUR) qui s'explique par une légère hausse du volume mais une baisse de prix de la même ampleur (2%). La valeur des ventes de pommes affiche une hausse de 4,4%, les prix de +1,9% et les volumes de +2,0%. Les volumes de kiwi marquent une hausse significative, estimée à +15,4%, en lien avec une hausse de +9,2% du prix et de +6% des volumes. Les ventes de poire sont stables en valeur ; avec une baisse du prix (-2%) et une hausse du volume similaire (+2%).
- Les hausses de volumes fluctuent de +2% pour les agrumes, la pomme, la poire et l'abricot à 6% pour le kiwi. La banane, principale espèce en fruits et légumes bio, est en hausse de +3% en volume.
- Les baisses concernent surtout la mangue (-50%) et dans une moindre mesure, la pêche-nectarine (-1%). Les volumes de raisin et de fraise sont stables.
- Les prix sont plutôt à la hausse (+1,2% sur l'ensemble des espèces de fruits suivies), notamment pour l'abricot (+10,4%), le kiwi (+9,2%) et la mangue (+8,1%).

Parmi les espèces moins importantes en volume, les évolutions sont très contrastées : la valeur des ventes de l'abricot et du raisin progresse de respectivement +12,3% et +4,8% ; principalement en lien avec des prix à la hausse (respectivement +10,4% et +4,8%). La pêche-nectarine et la fraise, à l'inverse, sont en légère baisse en valeur (-1,1% et -0,6%). Enfin, la mangue baisse de manière significative en valeur (-46%), malgré un prix à la hausse (+8,1%), mais un volume en chute de -50%.

3.2.3 ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE LEGUMES BIOLOGIQUES

La trinité « Tomate – Carotte – Pomme de terre » domine largement le marché des légumes et des tubercules.

- La vente de tomates affiche une hausse de 3,3% en valeur, en lien avec une hausse de +2% du volume et de +1% du prix. Le taux d'importation a progressé de 3 points par rapport à 2023. A l'inverse, les ventes de carottes affichent une baisse de -2,8% en valeur, qui s'explique par une baisse significative du prix (-7%), malgré un volume à la hausse (+5%).
- La valeur des ventes de la pomme de terre progresse de 12,2%, en lien avec un volume à la hausse de +4% et un prix en augmentation également (+7%), avec une offre française plus abondante qui a permis de répondre à la demande du marché, sans avoir recours aux importations.

- Les autres espèces de légumes suivies sont en hausse en valeur, notamment pour l'avocat (+15%), la courgette (+12,6%), le poireau (+15,1%) et le concombre (+14,5%).
- La betterave est la seule espèce de légumes suivie qui affiche une baisse de sa valeur de -5,1% liée à une baisse du volume vendu.

La hausse des prix moyens au détail est estimée à 1 % sur les 22 espèces de fruits et légumes pour lesquelles des estimations sont calculées. A noter que cette légère hausse est la résultante de situations très contrastées, de - 7 % pour la carotte à + 12 % pour le poireau.

3.2.4 ECHANGES DE FRUITS ET LEGUMES BIOLOGIQUES

3.2.4.1 Exportations de fruits et légumes biologiques

Plusieurs dizaines de sociétés sont recensées comme étant exportatrices de fruits et légumes bio en 2024, tant en ré-export (acteurs du marché St Charles, importateurs de bananes et autres espèces exotiques), qu'en ventes de produits hexagonaux (noix, pommes, choux, carottes).

Pour 2024, 40% des répondants ayant indiqué une évolution de leurs exportations indiquent une hausse de leurs ventes extérieures, 30% évoquent une stabilité et autant indiquent une baisse. Sans disposer des données de tous les exportateurs, nous considérons que les exportations de noix et de légumes ratatouille sont en baisse, alors que les exportations de fruits, agrumes notamment, ont été dynamiques. C'est pourquoi notre estimation est de 115 millions d'euros en 2024, contre 106 millions euros en 2023, soit une progression sensible pour les fruits et une légère baisse sur les légumes.

Tableau 39 – Évolution de la part d'origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2015 à 2024

Espèce	Origine France										Commentaires
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Banane	0%	0%	0%	0%	ε	0	0%	0%	2%	2%	Légère production française (Antilles)
Pomme	76%	85%	74%	84%	94%	91%	97%	99%	100%	100%	Importations nulles en 2024.
Agrumes	16%	5%	3%	3%	4%	9%	8%	8%	5%	4%	Marché dominé par l'offre espagnole – Offre française à la baisse
Pomme de terre	94%	83%	82%	94%	83%	78%	98%	100%	100%	100%	Offre 100% française
Carotte	79%	74%	69%	80%	85%	85%	89%	96%	96%	94%	Baisse de l'offre française
Courgette	51%	74%	31%	45%	43%	45%	40%	52%	46%	42%	Baisse de l'offre française
Tomate	29%	40%	22%	39%	41%	43%	52%	62%	62%	65%	Progression de l'offre française
Kiwi	44%	30%	42%	42%	46%	44%	43%	48%	40%	33%	Baisse de l'offre française
Avocat	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	Produit 100% importé, en priorité d'Espagne.
Oignon	57%	60%	64%	55%	79%	85%	91%	94%	97%	89%	Baisse de l'offre française
Concombre	-	-	-	40%	38%	40%	61%	60%	67%	71%	Hausse globale des volumes bénéficiant à l'offre française
Poire	-	-	-	86%	85%	94%	89%	86%	94%	96%	Légère hausse des volumes mis en marché bénéficiant à l'offre française
Raisin	-	-	-	50%	50%	28%	37%	43%	28%	27%	Baisse légère de l'offre française
Betterave	-	-	-	80%	96%	96%	92%	77%	74%	89%	Baisse globale des volumes bénéficiant à l'offre française
Fraise	-	-	-	-	-	53%	83%	83%	87%	87%	Volumes disponibles stable, offre française stable.
Mangue	-	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	Produit essentiellement importé, principalement hors UE.
Chou	-	-	-	-	-	54%	65%	74%	65%	63%	Le brocoli est la principale espèce de chou proposée en bio
Courge	-	-	-	-	-	94%	89%	90%	95%	94%	Baisse légère de l'offre française
Poireau	-	-	-	-	-	98%	95%	96%	99%	99%	L'offre française couvre la quasi-totalité du marché française
Poivron	-	-	-	-	-	1%	18%	18%	17%	19%	Hausse légère de l'offre française
Pêche-Nectarine	-	-	-	-	-	-	81%	80%	94%	89%	Produit principalement issu de la production française

Source: Agence BIO - AND-International 2024 / « - » : valeur non estimée

3.2.4.2 Importations stables sur 2024

En ce qui concerne l'évolution des échanges extérieurs, l'estimation portant sur les importations globales reflète une hausse de 2,9% en valeur (après une hausse de 4,3% entre 2022 et 2023). La part des achats extérieurs dans l'approvisionnement du marché français baisse de 4 points, à 36%, dans un contexte de légère progression du volume du marché. La valeur globale des importations (prix de gros) est estimée à 481 millions d'euros, contre 468 millions d'euros en 2023 et 488 millions d'euros en 2022.

3.3 FOCUS SUR LE SECTEUR DES CEREALES ET OLEOPROTEAGINEUX BIOLOGIQUES

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'analyse du secteur des céréales et oléoprotéagineux s'appuie sur l'analyse de différentes sources d'informations : bilans de marché et données statistiques de collecte, d'utilisation et de transformation de FranceAgriMer, données de panel, statistiques sectorielles et croisement de données d'importations issues de pays tiers et données d'enquête.

3.3.1 PRODUCTION ET UTILISATIONS DE CEREALES BIOLOGIQUES

3.3.1.1 Collecte de céréales 2024/2025 : une récolte qui s'effondre

Après une collecte en hausse en 2023/2024, la récolte de céréales biologiques s'effondre de près de 40% au cours de la campagne 2024/2025 sous l'effet conjoint d'une baisse des rendements et des surfaces pour atteindre **567 300 tonnes****. Les collectes de blé tendre et de triticales chutent de moitié tandis que celle de maïs baisse dans une moindre proportion (-13%).

La collecte des principales céréales C2 dans la collecte bio totale diminue à nouveau de 77% pour atteindre 11 200 tonnes.

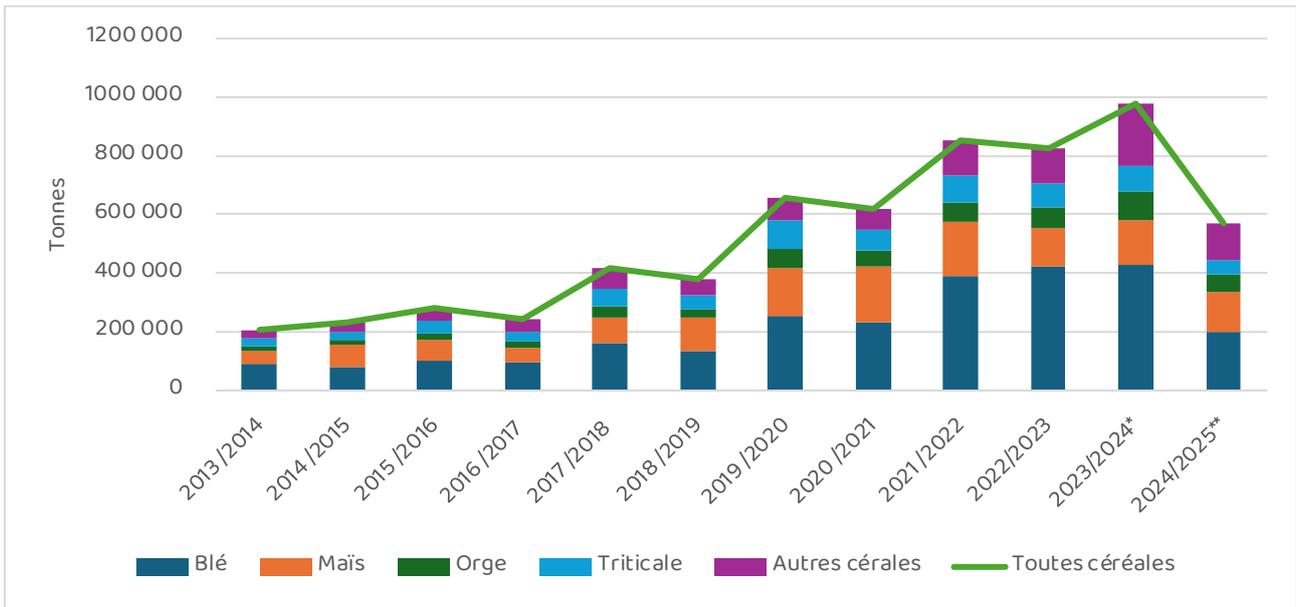
La collecte des autres céréales a été estimée également en baisse de 42% par rapport à 2023/2024, représentant 22% de la collecte totale de céréales.

Tableau 40 – Collecte de céréales bio et C2 depuis la campagne 2018/2019 en tonnes

COLLECTE	2018 / 2019	2019 / 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022 / 2023	2023 / 2024*	2024/2025 **	Evol. Dernière campagne*
Blé	135 362	255 758	232 262	387 849	422 989	426 386	200 000	-53%
<i>Dont C2</i>	<i>24 634</i>	<i>65 219</i>	<i>61 919</i>	<i>67 878</i>	<i>40 529</i>	<i>22 169</i>	<i>4 000</i>	-82%
Maïs	112 330	162 136	192 014	188 807	129 342	153 453	134 000	-13%
<i>Dont C2</i>	<i>36 850</i>	<i>69 192</i>	<i>50 829</i>	<i>25 957</i>	<i>7 512</i>	<i>3 465</i>	<i>3 000</i>	-13%
Orge	29 403	65 753	55 588	62 573	70 325	97 216	64 000	-34%
<i>Dont C2</i>	<i>7 025</i>	<i>24 269</i>	<i>15 582</i>	<i>14 797</i>	<i>8 803</i>	<i>5 983</i>	<i>1 000</i>	-83%
Triticale	46 089	95 782	69 914	92 315	83 173	89 746	47 000	-48%
<i>Dont C2</i>	<i>20 584</i>	<i>52 346</i>	<i>39 464</i>	<i>45 326</i>	<i>34 432</i>	<i>16 671</i>	<i>3 200</i>	-81%
Autres céréales	55 222	76 523	69 180	119 507	122 380	211 257	122 300	-42%
Total	378 406	655 952	618 958	851 051	828 209	978 058	567 300	-42%
<i>Dont 4 céréales C2</i>	<i>89 093</i>	<i>211 026</i>	<i>167 794</i>	<i>153 958</i>	<i>91 276</i>	<i>48 288</i>	<i>11 200</i>	-77%

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

Figure 9 : Évolution de la collecte de céréales biologiques et C2 en tonnes



Source : Élaboration AND-International d'après données FranceAgriMer

Les déclassements de céréales bio et de C2 ont atteint un record en 2023/2024, l'objectif était de réduire les stocks. Les opérateurs de la filière grandes cultures ont donc subi deux campagnes totalement contradictoires avec une collecte excédentaire en 2023/2024 conduisant à un volume d'exportation et de déclassement record tandis que la baisse des emblavements 2024 et les conditions météorologiques catastrophiques ont conduit à une offre totalement déficitaire l'année suivante.

Tableau 41 : Déclassements BIO et C2

DECLASSEMENT BIO et C2	2023-2024*	2024-2025**	Evolution dernière campagne**
Blé	58 760	3 000	-95%
Maïs	6 489	2 000	-69%
Orge	19 145	1 000	-95%
Triticale	18 007	1 000	-94%
Toutes céréales	102 401	7 000	-93%

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

3.3.1.2 Échanges de céréales en 2023/2024 : les importations au plus bas et des exportations en recul, un solde en retrait

3.3.1.2.1 Importations et introductions

Les importations d'origine UE et extra UE sont suivies à travers les bilans de FranceAgriMer en campagne (début au 1^{er} juillet) tandis que les données des douanes permettent de renseigner les importations directes en provenance de pays tiers en année civile.

Les importations sont en nette hausse sur la campagne 2024/2025, afin de compenser le déficit de collecte ; alors que celles-ci avaient amorcé un repli dès 2019/2020. Les importations qui représentaient moins de 1% de la collecte de céréales sur 2023/2024 pèsent désormais 10% des volumes collectés sur 2024/2025.

Tableau 42 – Importations et introductions des 4 céréales principales depuis la campagne 2018/2019 en tonnes

IMPORTATIONS ET INTRODUCTIONS	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024*	2024/2025**	Evol. dernière campagne**
Blé	112 411	82 458	51 802	35 353	9 500	1 115	40 000	3487%
Maïs	21 001	4 990	900	473	1 277	0	500	ND
Orge	21 098	10 948	13 090	10 915	2 887	500	2 000	300%
Triticale	13 770	12 789	17 024	3 884	0	0	4 000	ND
Total	168 280	111 185	82 816	50 625	13 664	1 615	46 500	2779%
% importations 4 céréales /collecte	52%	19%	15%	7%	2%	0%	10%	-89%

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

Les importations directes de céréales biologiques en provenance des pays tiers ont baissé de 15% en 2024 après avoir déjà baissé de moitié en 2023 pour atteindre 2 291 tonnes. Celles-ci sont principalement composées de riz et de quinoa. Le Pakistan, l'Inde, et la Bolivie sont les principaux fournisseurs de céréales biologiques issues de pays non-UE.

Tableau 43 – Importations de céréales directement depuis les pays tiers depuis 2018 en tonnes

IMPORTATIONS PAYS TIERS	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol. 24/23	Origines 2024
Blés tendre et dur, épeautre	3 333	727	785	65	130	87	-33%	Canada
Maïs	1 417	192	46	0	0	0		-
Riz	2 337	3 541	3 210	1 784	1 325	963	-27%	Thaïlande, Inde Pakistan Cambodge
Autres céréales (Quinoa, sarrasin, mil, fonio, Khorasan)	6 275	3 125	2 450	2 199	1 239	1 241	0%	Bolivie Pérou
Total	13 362	7 585	6 491	4 048	2 694	2 291	-15%	

Source : Douanes Françaises

3.3.1.2.2 Exportations et expéditions

Les exportations de céréales biologiques à destination de l'UE et de pays non-UE sont uniquement suivies par les bilans céréaliers de FranceAgriMer. Contrairement aux importations, les données des douanes ne permettent pas de réaliser un suivi des exportations de produits biologiques.

Les expéditions vers l'UE et les exportations des 4 principales céréales biologiques chutent de 71% pour atteindre 34 500 t sur 2024/2025 après deux campagnes record en 2023/2024 et 2022/2023. La baisse a concerné toutes les céréales.

Tableau 44 : Exportations et expéditions des 4 céréales bio principales en tonnes

EXPORTATIONS ET EXPÉDITIONS	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024*	2024/2025**	Evolution dernière campagne**
Blé	1 500	3 000	3 000	42 500	70 000	60 000	14 000	-77%
Maïs	6 000	9 000	14 000	46 000	36 000	31 165	10 000	-68%
Orge	1 000	4 000	2 500	6 505	12 000	25 000	9 500	-62%
Triticale	1 000	1 000	500	2 500	4 000	3 000	500	-83%
Total	9 500	17 000	20 000	97 505	122 000	119 165	34 000	-71%
% exportations 4 céréales /collecte	3%	3%	4%	13%	17%	16%	8%	-51%

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

3.3.1.2.3 Solde import-export

La France redevient importatrice nette en blé tendre bio et en triticale bio. Le solde des échanges est négatif et atteint - 12 500 tonnes.

Tableau 45 : Balance exports-imports des 4 céréales bio principales en tonnes

Balance export-import	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024*	2024/2025**	Évolution dernière campagne**
Blé	-110 911	-79 458	-48 802	7 147	60 500	58 885	-26 000	ND
Maïs	-15 001	4 010	13 100	45 527	34 723	31 165	9 500	-10%
Orge	-20 098	-6 948	-10 590	-4 410	9 113	24 500	7 500	169%
Triticale	-12 770	-11 789	-16 524	-1 384	4 000	3 000	-3 500	ND
Total	-158 780	-94 185	-62 816	46 880	108 336	117 550	-12 500	ND

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

3.3.1.3 Alimentation animale : des utilisations par les fabricants d'aliment du bétail en légère hausse

Les utilisations de céréales en alimentation animale **sont estimées en progression de 4% sur la campagne 2024/2025 pour atteindre 268 200 tonnes, après une précédente campagne en retrait.** Le

niveau d'utilisation de céréales remonte au niveau de la campagne 2018/2019, mais est très inférieur à celui de la campagne 2020/2021.

Tableau 46 - Utilisations de céréales Bio et C2 par les FAB en années campagne

FAB	2018/ 2019	2019/ 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022/ 2023	2023/ 2024*	2024/ 2025**	Evol. Dernière campagne*
Blé	63 889	59 145	64 901	74 745	96 610	89 497	72 000	-20%
Maïs	102 331	117 309	136 445	121 713	98 670	88 767	110 000	24%
Orge	37 348	40 029	47 488	38 659	24 749	23 195	32 000	38%
Triticale	53 405	71 998	75 583	81 317	55 710	50 018	48 000	-4%
Autres céréales	10 110	13 754	6 341	10 660	8 646	6 201	6 240	1%
Total	267 083	302 235	330 758	327 094	284 385	257 678	268 200	4%

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

3.3.1.4 Alimentation humaine : stabilisation de la production de farine et des utilisations sur le marché intérieur

3.3.1.4.1 Utilisation des céréales biologiques en meunerie

Les utilisations en meunerie concentrent la quasi-totalité des utilisations de céréales destinées à l'alimentation humaine. Après avoir baissé de 3 % sur la campagne précédente, la demande des moulins est estimée stable sur la campagne 2024/2025. Le blé tendre représente 93 % des volumes écrasés par les moulins.

Tableau 47 - Utilisations de céréales Bio en meunerie en année campagne

MEUNERIE	2018/ 2019	2019/ 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022/ 2023	2023/ 2024*	2024/ 2025**	Évolution dernière campagne**
Blé Tendre	166 948	193 995	196 030	206 616	187 880	182 678	186 000	2%
Autres céréales	13 707	15 278	15 479	15 900	17 786	16 818	16 784	0%
Total	180 655	209 273	211 509	222 516	205 666	199 496	199 500	0%

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

En année civile, les volumes des grains mis en œuvre sont restés stables en 2024 par rapport à 2023, pour atteindre 182 911 tonnes de blé tendre.

Tableau 48 - Utilisation du blé tendre Bio en meunerie en année civile

MEUNERIE	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evolution dernière année
Blé Tendre	157 503	179 615	196 711	227 655	200 951	182 650	182 911	0%

Source : FranceAgriMer

3.3.1.4.2 Farine biologique : bilan ressources et emplois

Le tableau suivant présente les bilans emplois ressources de la meunerie française depuis 2018.

Les ressources sont globalement stables avec des importations en baisse, une reprise de stocks (grains et farine) de l'année précédente et un volume de grains mis en œuvre équivalent à celui de 2023. Les utilisations sur le marché intérieur sont en très légère baisse avec des importations en hausse (+9%) mais des utilisations en retrait sur le secteur des sachets (-10%) et en légère baisse dans le circuit « Boulangeries /secteur public/autres /mixes/ négociants » (-1%).

Tableau 49 – Bilan emploi ressources grains et farine de blé tendre bio en année civile

BILAN FARINE BIOLOGIQUE		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol
RESSOURCES	Stock début grains	6 418	8 014	11 761	13 895	10 718	13 800	10 816	-22%
	Entrées marché intérieur	133 528	157 476	180 847	213 048	195 398	177 573	181 273	2%
	Importations	26 663	28 255	22 116	15 175	8 481	1 274	1 230	-3%
	Excédents	278	405	217	368	3 077	2 797	3 466	24%
	Total des entrées	160 469	186 136	203 181	228 591	206 956	181 644	185 969	2%
	Grains mis en œuvre	157 503	179 616	196 711	227 655	200 964	182 864	182 911	0%
	Freintes grains	1 370	2 773	4 337	4 113	2 910	1 764	4 317	145%
	Total sorties	158 874	182 388	201 048	231 768	203 874	184 628	187 228	1%
	Stock fin grains	14 189	20 552	26 480	24 569	24 045	25 020	18 872	-25%
	Stock début farine	5 926	6 780	8 748	9 670	9 089	10 886	9 932	-9%
	Farine produite pure	121 881	140 056	153 375	155 283	150 637	140 037	138 683	-1%
	Incorporations, achats de farine et reprises	25 715	29 971	34 017	32 986	32 596	24 601	25 935	5%
	Total production de farine	147 596	170 028	187 392	188 269	183 234	164 638	164 618	0%
EMPLOIS	Boulangeries /secteur public/autres /mixes/ négociants*	93 129	111 424	113 603	121 489	119 942	111 946	111 368	-1%
	Sachets/amidonnerie /alimentation animale	13 345	15 093	22 050	17 597	16 594	16 310	14 736	-10%
	Total utilisation marché intérieur	106 474	126 517	135 652	139 086	136 536	128 257	126 104	-2%
	Total exportations en farine	9 079	9 205	11 293	10 110	9 442	8 721	9 470	9%
	Cessions à moulin	29 904	29 402	34 693	37 292	34 073	27 051	26 994	0%
	Freintes	1 285	2 935	4 833	2 361	1 386	1 563	1 690	8%
	Total sorties en farine	146 742	168 059	186 470	188 849	181 437	165 592	164 258	-1%
	Stock fin farine	12 657	14 896	19 210	18 604	20 252	20 389	19 831	-3%

Source : FranceAgriMer

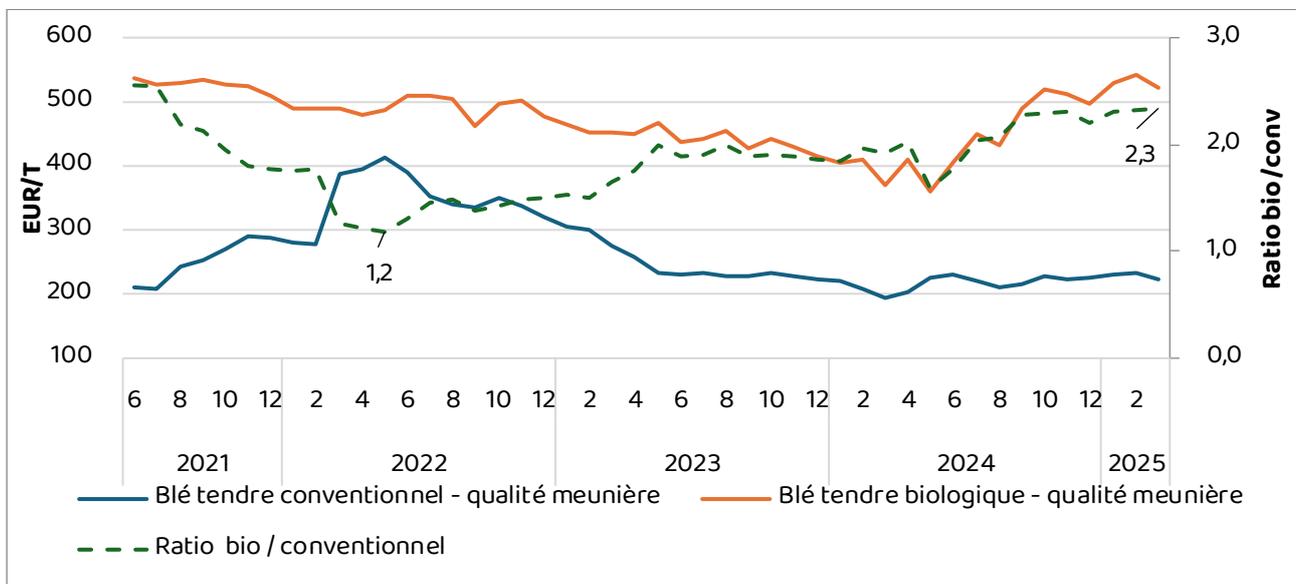
3.3.1.4.3 Consommation de farine par les industries agroalimentaires (PAI)

Les volumes de farine utilisée en tant que produit alimentaire intermédiaire (PAI) sont estimés dans le focus PAI du présent rapport.

3.3.1.5 Évolution des prix : des évolutions variables selon le stade de la filière et le type de produit

Le prix du blé tendre départ organisme stockeur a subi des variations importantes depuis 2021 et surtout depuis deux ans. Après avoir baissé de façon régulière de fin 2021 au mois de mai 2024 pour atteindre environ 365 EUR/t, celui-ci est remonté à 550 EUR/t en février 2025 traduisant une tension sur le marché. Après avoir atteint 1,2 EUR/t sur le premier trimestre 2022, le ratio du prix bio / conventionnel est remonté à 2,3 EUR/t en février 2025.

Figure 10 - Évolution prix du blé meunier biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021



Source : Élaboration AND international d'après DG AGR

Après une progression forte en 2023, les prix des produits céréaliers en GMS se sont stabilisés ou ont baissé pour la plupart d'entre eux. Seuls les produits de biscuiterie sucrée ont vu leur prix moyen progresser encore sur 2024, du fait de l'évolution d'autres paramètres et notamment des autres ingrédients les composant.

Tableau 50 – Évolution des prix des produits alimentaires composés principalement de farine en GMS

Produits alimentaires composés principalement de farine	Prix 2023 EUR/KG	Prix 2024 EUR/KG	Evolution du Prix
Farine	1,94	1,90	-1,9%
Biscuiterie sucrée	11,96	12,44	4,1%
Panification sèche	5,51	5,41	-1,8%
Panification fraîche préemballée	11,32	11,41	0,8%
Pâtisserie industrielle	7,83	7,70	-1,6%
Pâtes ménagères	8,08	8,10	0,3%

Source : CIRCANA

3.3.2 PRODUCTION ET UTILISATIONS DES OLEOPROTEAGINEUX BIOLOGIQUES

3.3.2.1 Une collecte d'oléoprotéagineux en hausse

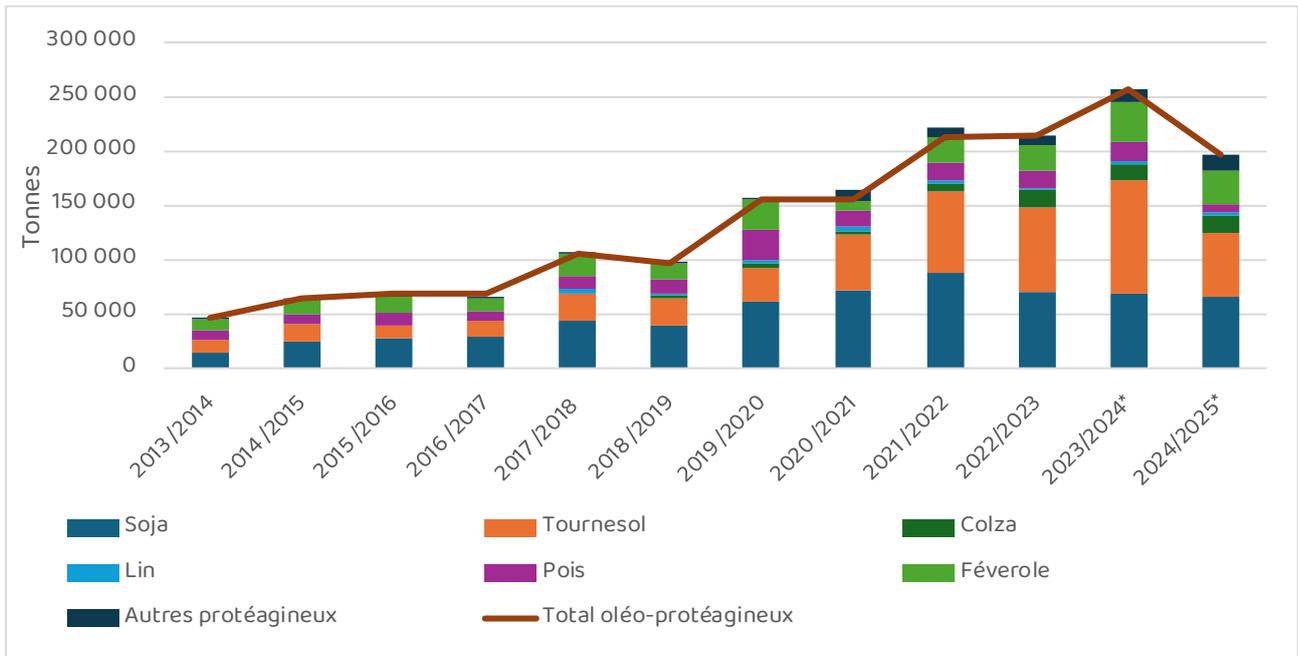
La collecte d'oléoprotéagineux biologiques et en C2 est estimée à 235 223 tonnes pour la campagne 2023/2024, soit + 9% par rapport à 2022/2023. La collecte totale d'oléagineux représente plus des deux tiers du volume avec 171 969 tonnes, en hausse de 7% sur 203/2024 par rapport à la campagne précédente. Alors que les collectes de soja et de colza ont respectivement baissé de 16% et 10%, celle de tournesol est en hausse de 23%. La collecte de protéagineux en 2024/2025 est en recul de 35%, soit une chute de 63% pour les pois, un recul de 12% pour les féveroles et un progrès de 16% pour les autres espèces.

Tableau 51 – Collecte d'oléagineux et de protéagineux bio et C2 sur les 6 dernières campagnes en tonnes

COLLECTE	2018 /2019	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022	2022 /2023	2023 /2024*	2024 /2025**	Evol. **
Soja	39 831	61 501	71 732	87 963	70 157	68 467	66 413	-3%
Tournesol	24 597	30 405	51 038	75 309	77 593	104 010	58 246	-44%
Colza	3 027	4 007	3 776	6 933	15 786	15 237	16 090	6%
Lin	1 557	3 038	3 277	3 068	2 556	3 236	3 265	1%
Total oléagineux	69 012	98 951	129 823	173 273	166 092	190 950	144 014	-25%
Pois	12 970	28 406	14 667	16 142	15 911	17 256	6 385	-63%
Féverole	14 851	27 697	8 957	23 837	22 836	36 420	32 050	-12%
Autres protéagineux	423	472	11 088	7 650	10 062	12 220	14 175	16%
Total protéagineux	28 319	56 838	25 238	38 966	48 809	65 896	52 610	-35%
Total oléo-protéagineux	97 331	155 789	155 061	212 239	214 901	256 846	196 624	-23%

Source : FranceAgriMer/ * Chiffres provisoires ** Estimation AND sur base FAM (8 mois)

Figure 11 : Évolution de collecte d'oléagineux et protéagineux biologiques et C2 en tonnes



Source : Élaboration AND-International d'après données FAM

3.3.2 Importations issues de pays tiers

3.3.2.1 Importations de graines d'oléoprotéagineux bio : des flux en nette baisse

Les importations d'oléoprotéagineux depuis les pays tiers ont baissé de 66% **en 2024** par rapport à 2023 pour s'établir à **19 068 tonnes**. Celles-ci sont principalement composées de fèves de soja (12 751 tonnes) et, dans une moindre mesure, d'autres graines oléagineuses (principalement de lin et de sésame) et de légumes secs. Le Togo est de loin le premier fournisseur de graines de soja biologique, les autres fournisseurs sont le Burkina Faso, le Bénin et l'Ouganda. Le Mali est le premier fournisseur de graines de sésame biologique.

Les importations directes de légumes secs (lentilles et pois chiches) sont en légère baisse en 2024 par rapport à 2023, elles proviennent majoritairement de Turquie et de Chine.

Tableau 52 : Importations de graines d'oléoprotéagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes

Importations Graines et Fèves d'oléoprotéagineux	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol. Dernière année	Origines 2024
Fèves de soja, même concassées	39 584	44 861	44 067	62 652	49 678	12 751	-74%	Togo
Graines de tournesol, même concassées	0	825	110	198	0	184	ns	Etats-Unis
Graines de navette ou de colza, même concassées	4 140	7 043	2 750	2 575	2 119	546	-74%	Canada
Autres graines et fruits oléagineux, même concassés (lin, et autres graines oléagineuses)	2 945	3 480	2 899	1 668	2 061	2 938	43%	Egypte - Chine - Ouganda - Paraguay
Tous oléagineux	46 669	56 209	49 826	67 093	53 858	16 419	-70%	
Légumes secs à cosse, écosés, même décortiqués ou cassés (pois chiche, lentilles haricots)	2 265	3 104	2 965	3 149	2 992	2 649	-11%	Turquie - Chine
Tous protéagineux	2 265	3 104	2 965	3 149	2 992	2 649	-11%	
Tous oléoprotéagineux	48 934	59 313	52 791	70 242	56 850	19 068	-66%	

Source : Douanes Françaises

3.3.2.2 Importations de tourteaux d'oléagineux bio : reprise des volumes

Les importations de tourteaux d'oléagineux bio depuis les pays tiers progressent de nouveau en 2024 de **39%**, à hauteur de **20 339 tonnes**, un niveau équivalent à celui de 2022, mais seulement la moitié de celui de 2019. Le soja représente 99% des Flux en 2024.

Tableau 53 : Importations de tourteaux d'oléagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes

Importations de Tourteaux d'oléagineux	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol. dernière année	Origines
Tourteaux de Soja	43 183	40 251	38 638	24 150	14 561	20 059	38%	Inde - Brésil - Ouganda
Tourteaux de Tournesol	0	60	183	0	0	0		
Autres tourteaux d'oléagineux	0	14	341	35	283	280	-1%	Burkina Faso
Tous oléagineux	43 183	40 325	39 162	24 185	14 844	20 339	37%	

Source : Douanes Françaises

3.3.2.3 Importations d'huiles : des volumes en baisse

Les importations d'huiles biologiques depuis les pays tiers ont **diminué de 33% en 2024 après avoir augmenté de 11% l'année précédente**, pour atteindre **5 148 tonnes**. Il s'agit du niveau le plus bas depuis 2018. L'huile d'olive est toujours la principale huile importée (62% du Flux), en baisse de 25%, principalement de Tunisie en lien avec la sécheresse de 2023 et l'augmentation des prix. Les importations d'autres huiles bio (karité, sésame) ont baissé de moitié en 2024 pour atteindre 1 166 t et provenaient d'Afrique de l'Ouest (Burkina Faso et Mali).

Tableau 54 : Importations directes d'huiles bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes

Huiles	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol. dernière année	Origines
Huile d'olive	4 199	7 919	4 796	4 941	4 032	4 275	3 200	-25%	Tunisie
Huile de Tournesol	133	1 824	539	414	470	575	97	-83%	EAU
Huile Coco	723	972	834	920	661	479	685	43%	Philippines - Sri Lanka
Autres huiles végétales (karité, sésame, et autres huiles)	2 744	1 949	3 129	2 505	1 781	2 384	1 166	-51%	Burkina Faso
Tous oléagineux	7 799	12 664	9 298	8 780	6 944	7 713	5 148	-33%	

Source : Douanes Françaises

3.3.2.4 Alimentation humaine : des utilisations qui baissent en légumes secs mais qui progressent en huiles

3.3.2.4.1 Consommation de légumes secs bio au stade détail

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 travers le panel Circana. Sur l'année 2024, les ventes de légumes secs bio consommés ont baissé de 2,3% % pour un volume estimé à environ **11 650 tonnes** tous circuits confondus.

Tableau 55 : Consommation de légumes secs bio par les ménages en 2024

CONSOMMATION LÉGUMES SECS - EN TONNES	2023	2024	Evol	Estimation consommation marché FR
LÉGUMES SECS APPERTISES LT	4 600	4 484	-2,5%	9 300
LÉGUMES SECS EN KG IRI	3 413	3 338	-2,2%	7 000
TOTAL EN ÉQUIVALENT LÉGUMES SECS	5 713	5 580	-2,3%	11 650

Source : AND-International à partir de données Circana

3.3.2.4.2 Consommation d'huiles biologiques au stade de détail

La consommation d'huile demeure le principal débouché des graines oléagineuses en alimentation humaine. La consommation d'huiles de cuisine biologiques par les ménages en France est estimée à 41 100 tonnes en 2024. Les données disponibles ne permettent pas de différencier les volumes consommés par type d'huile, cela étant l'huile d'olive représente la très grande majorité des volumes.

Tableau 56 : Évolution de la consommation d'huile bio au stade détail en tonnes

CONSOMMATION HUILE EN TONNES	2023	2024	Evol	Estimation consommation marché FR
HUILES	19 366	19 706	1,8%	41 100

Source : AND-International pour Agence BIO d'après Circana

3.3.2.4.3 Consommation d'huiles biologiques par les industries agroalimentaires (PAI)

Les volumes d'huiles utilisés en tant que produit alimentaire intermédiaire (PAI) sont estimés dans le focus PAI du présent rapport.

3.3.2.5 Alimentation animale : des utilisations de protéagineux bio en baisse

Le principal débouché des oléoprotéagineux demeure l'alimentation animale. La fraction grasse et protéique des aliments pour le bétail biologique repose sur l'utilisation de tourteaux (soja et tournesol et de façon plus marginale de colza) et les protéagineux (pois et féverole et éventuellement lupin) et, dans une moindre mesure, certaines graines entières après extrusion ou toastage (soja et tournesol).

Les statistiques disponibles concernant l'utilisation de ces graines et de leurs produits dérivés sont lacunaires et parfois incohérentes. Par conséquent, les utilisations 2024/2025 ne sont connues que pour les graines entières de protéagineux (pois et féveroles). Les données concernant les tourteaux n'étant plus disponibles depuis 2022/2023 et les données concernant les utilisations de graines d'oléagineux (soja et tournesol) s'avérant incohérentes avec les précédentes données disponibles, le suivi détaillé des utilisations de tourteaux par les FAB n'est plus possible.

Les volumes de protéagineux bio sont en baisse de 9% en lien avec la baisse de la production d'aliments composés pour le bétail.

Tableau 57: Protéagineux bio mis en œuvre en alimentation animale depuis 2021/2022 en tonnes

FAB	2021 /2022	2022/2023	2023/2024*	2024/2025*	Evolution
Pois	10 107	8 452	8 361	8 027	-4%
Féverole	12 373	13 175	15 371	13 680	-11%
Tous protéagineux bio	22 480	21 627	23 732	21 707	-9%

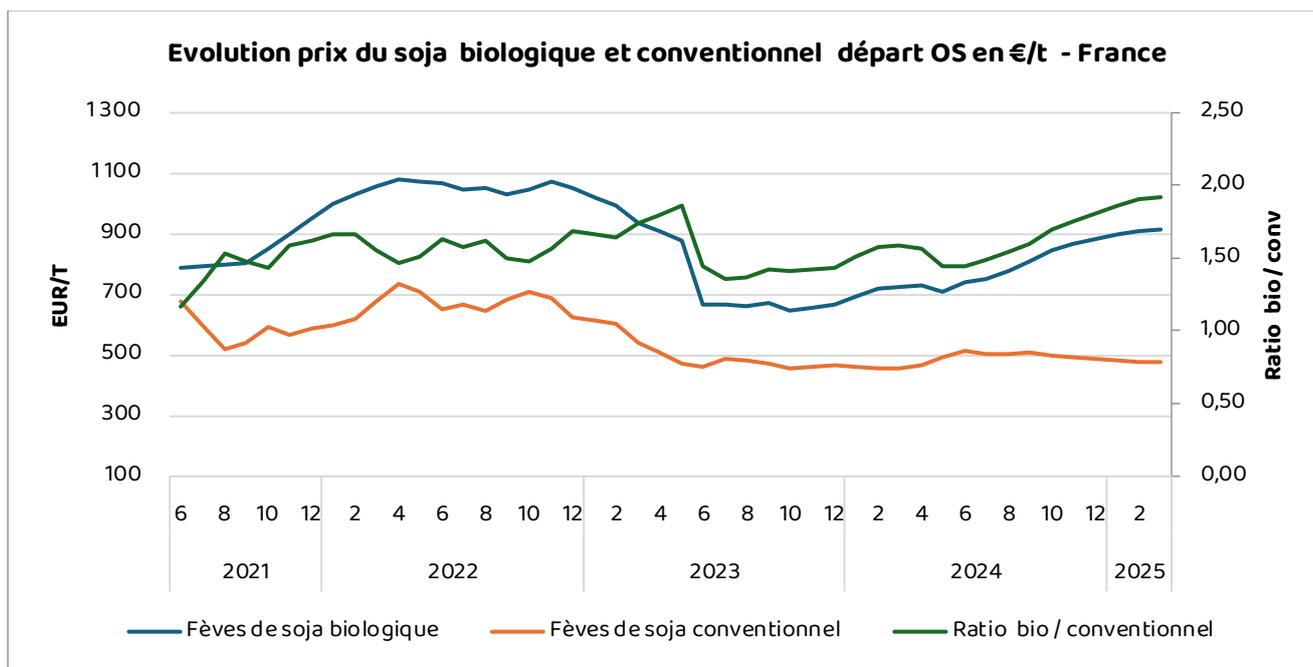
Source : AND International d'après FranceAgriMer / * Chiffres provisoires ** Estimation AND International sur base FAM (9 mois)

3.3.2.6 Évolution des prix

Le prix du soja bio départ organisme stockeur est désormais suivi au niveau européen. Celui-ci a connu des variations importantes entre 2022 et 2023. Le prix du soja bio a connu une hausse importante passant de 800 EUR / t en juin 2021 à 1 050 EUR / t en janvier 2022. Celui-ci a atteint son point le plus haut à 1 175 EUR / t en juin 2023 avant de redescendre brutalement à 900 EUR / t sur le second semestre 2023.

Le ratio du prix bio / conventionnel a connu des évolutions semblables à celles du soja bio, le ratio évoluant entre 1,2 et 1,8 sur la période.

Figure 12 - Évolution prix du soja biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021



Source : Elaboration AND-International pour Agence BIO – Source : DG AGRI

3.3.2.7 Alimentation animale : une production d'aliments bio en légère baisse

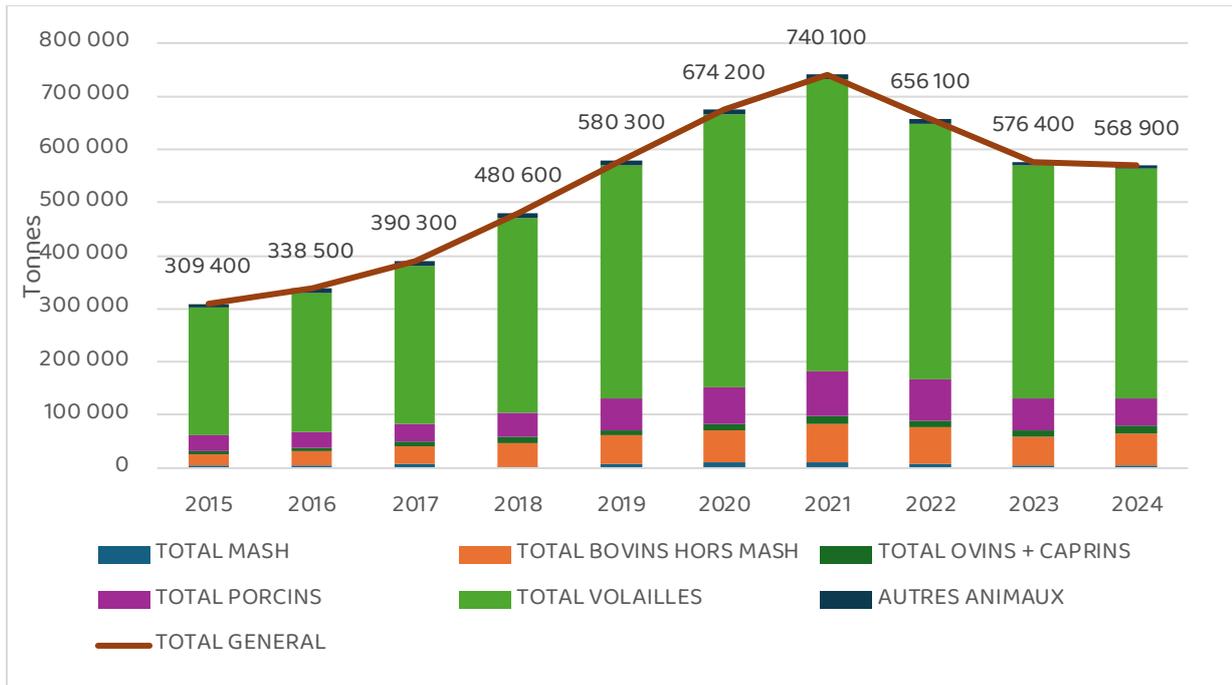
En 2024, près de **568 900 tonnes** d'aliments biologiques pour animaux d'élevage ont été fabriquées selon La Coopération Agricole Nutrition Animale ce qui représente environ 3% de la production française totale d'aliments composés bio pour des animaux de ferme.

Pour la troisième année consécutive, la fabrication d'aliments du bétail biologique est en retrait, mais de façon nettement plus faible que ce qui avait été observé l'année précédente : -1,3% vs -11%. Alors qu'elle avait chuté de 72 800 tonnes entre 2023 et 2022, celle-ci baisse de 7 500 tonnes en 2024.

- Les aliments pour volailles représentent 76 % des volumes d'aliments biologiques produits et sont en légère baisse (-1%). Au sein de cette catégorie, les volumes d'aliments pour volailles de chair (poulet, dinde et autres) sont en légère progression (+0,5%) tandis que ceux destinés aux pondeuses sont en légère baisse (-1,2%). Les volumes produits en 2024 se situent au niveau de 2019. Cette baisse s'explique par le repli du marché alimentaire biologique et les conséquences de l'épizootie de grippe aviaire.
- Les fabrications d'aliments pour bovins représentent 11% du total (contre 10% en 2023) et progressent de 18% pour dépasser leur niveau de 2020.
- Les aliments pour porcins comptent désormais pour 9% des volumes d'aliments bio fabriqués en 2024 contre 12% en 2022. Ceux-ci ont poursuivi leur chute avec une baisse de 14% en 2024.
- La fabrication d'aliments pour ovins/caprins diminue de 8%.

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 biologique (ITAB, enquête 2019). La FAF est beaucoup moins développée pour l'alimentation des volailles de chair et en représenterait environ 10 % 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.

Figure 13 - Fabrication d'aliments pour animaux de Ferme biologiques de 2010 à 2024 en tonnes



Source :AND International d'après données de La Coopération Agricole NA/SNIA

3.4 FOCUS SUR LE SECTEUR LAITIER BIOLOGIQUE

3.4.1 UNE COLLECTE EN BAISSSE

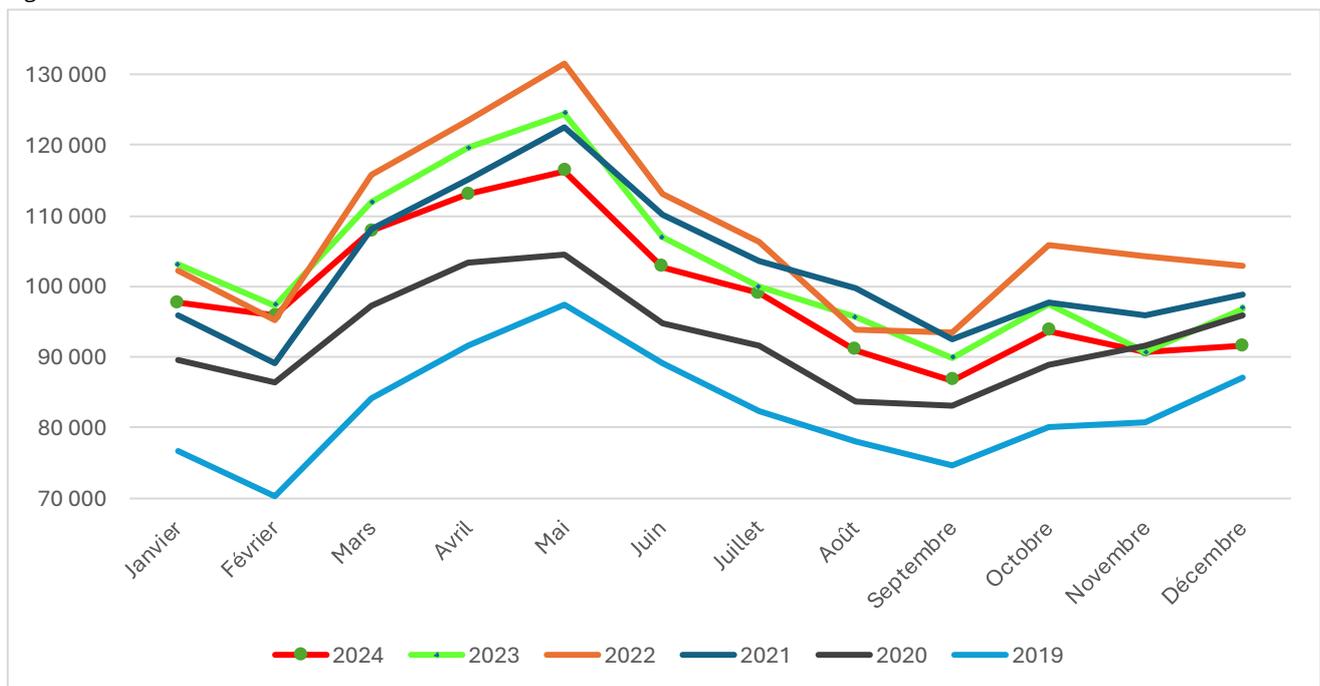
Selon l'enquête mensuelle laitière (SSP/FranceAgriMer), la collecte de **lait de vache** biologique représente 5,1% de la collecte totale pour l'année 2024 (contre 5,4% en 2023, 5,5 % en 2022, 5,2 % en 2021 et 4,6 % en 2020). La collecte de lait non biologique a progressé de 1,3% en 2024. Le poids du lait bio a ainsi reculé du fait de la progression de la collecte non biologique et de la baisse de la collecte de lait biologique.

En effet, l'enquête mensuelle laitière indique une collecte de 1 186 millions de litres, **en baisse de - 3,6 % par rapport à 2023** (-4,5% en 2023 ; +2,7% en 2022 ; +11% en 2021, + 12% en 2020).

En 2024, selon l'IDELE, la pluviométrie a été exceptionnellement élevée, notamment au printemps et en automne. Ceci a entraîné une forte production de fourrage, d'une qualité parfois médiocre, et a compliqué les travaux de fauche, mais a favorisé le pâturage en été et en fin d'année. Les conditions météorologiques ont donc eu un effet neutre sur les rendements.

Les mauvaises conditions **économiques** de la filière biologique ont pesé négativement sur la collecte qui s'est donc à nouveau repliée. Le nombre d'élevages laitiers bio a diminué de 5% et le cheptel certifié bio, de 3%. En janvier 2024, la collecte était équivalente à celle de décembre 2021, elle était inférieure à celle de décembre 2020, proche de celle de décembre 2019. En dépit de cette réduction, les entreprises de collecte et de transformation ont dû déclasser une partie de la marchandise.

Figure 14 – Collecte mensuelle de lait bio de 2019 à 2024 en millions de litre



Source : AND International pour Agence BIO d'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

Le cheptel a diminué de 8 602 têtes (- 2,9 %) en 2024. Il s'agit de la première année de baisse depuis 2008. Du fait des déclassements, il n'y a pas de potentiel de redéveloppement.

Si l'on considère que le volume de fabrication de lait conditionné et de produits laitiers est, en 2024, inférieur d'environ 15% à ce qu'il était en 2019 et que le cheptel de 2024 est supérieur de 13% à celui de 2019, on mesure l'ampleur du déséquilibre et, pour les opérateurs, de la nécessité de déclasser une partie de la production.

Tableau 58 – Evolution du cheptel de vaches de laitières certifiées bio et en conversion en nombre de têtes

Année	Total des vaches laitières bio
2017	198 723
2018	227 801
2019	252 031
2020	271 327
2021	290 057
2022	302 267
2023	292 521
2024	283 919

Source : AND International pour Agence bio d'après Agence Bio

3.4.2 CONSOMMATION : NOUVEAU REPLI EN 2024

La filière lait biologique est, plus que d'autres, très dépendante des ventes de la distribution généraliste. Le rééquilibrage entre potentiel de production et volume de la demande ne peut venir des circuits spécifiques, qu'il s'agisse des magasins bio ou de la vente directe. En 2024, on note également un développement non négligeable des ventes extérieures, notamment vers l'UE (sans que les ventes extra UE n'aient diminué).

Tableau 59 – Evolution des ventes bio en GMS 2024 selon CIRCANA

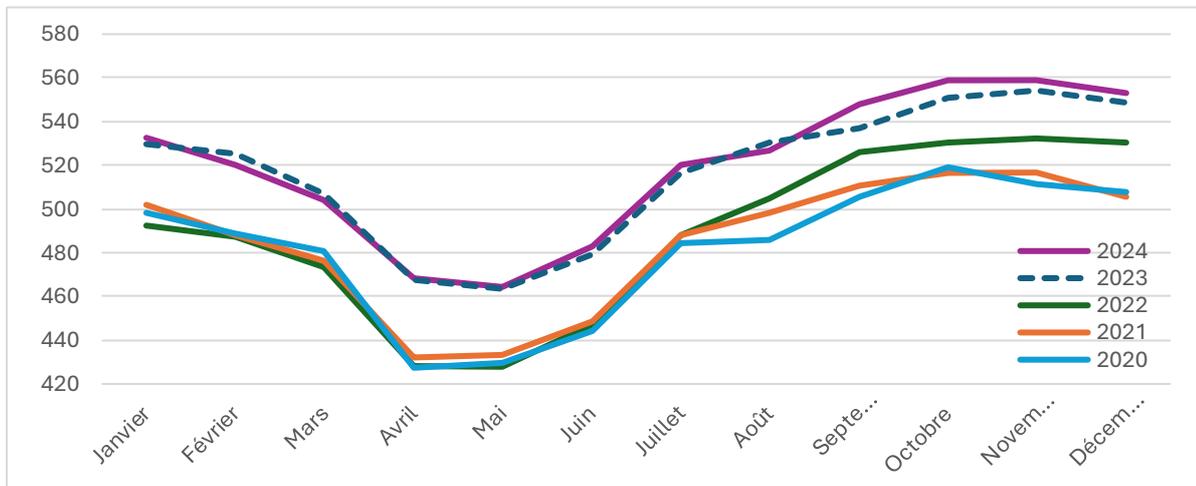
	CIRCANA (GMS)		
	Volume	Valeur	Prix
Lait UHT	-8,1%	-7,4%	0,7%
Beurre	-7,1%	-3,7%	3,7%
Crème	-13,3%	-11,6%	1,9%
Yaourt	-5,3%	-5,9%	-0,6%
Dessert frais laitiers	-12,6%	-12,9%	-0,4%
Fromage Frais	-8,4%	-6,9%	1,7%
Fromages autres	-2,7%	-4,7%	-2,1%

Source : AND International pour l'Agence BIO, d'après CIRCANA

3.4.3 LES PRIX EN AMONT : NOUVEAU RAPPROCHEMENT ENTRE PRIX BIO ET PRIX CONVENTIONNEL.

Les prix payés aux producteurs en 2024 sont très proches de ceux de 2023 et sont supérieurs à ceux observés en 2022, 2021 et 2020. Ils étaient en peu plus bas qu'en 2023 en début d'année, et un peu plus hauts en fin d'année.

Figure 15 – prix mensuel moyen réel du lait bio au stade agricole de 2020 à 2024 (EUR / 1000 l)

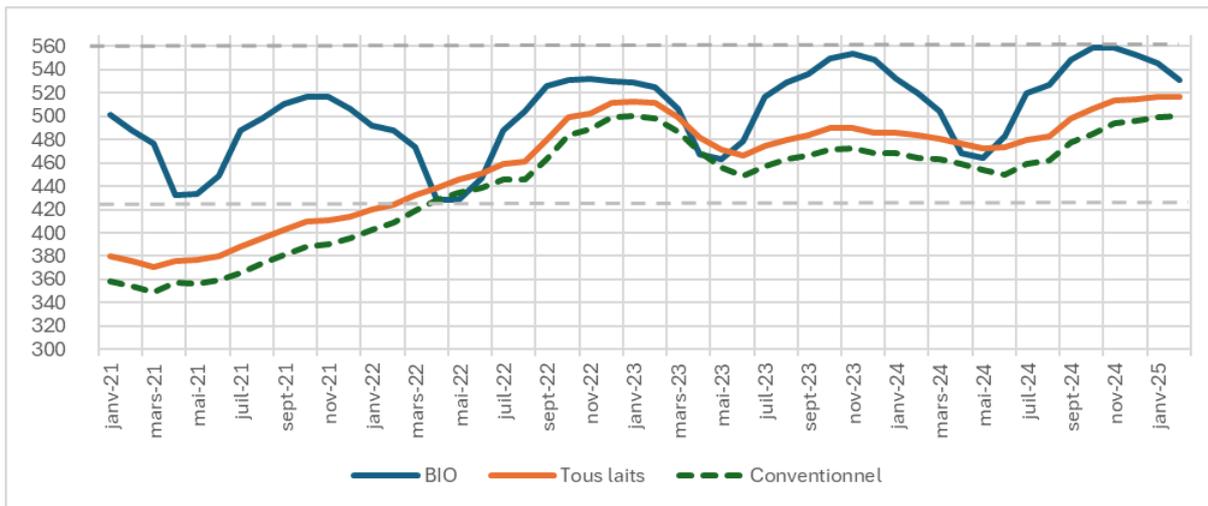


Source : AND International pour l'Agence Bio d'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

En revanche, depuis 2022, le prix payé aux producteurs bio est inférieur au prix « tous laits » (moyenne pondérée des prix conventionnels et bio) entre avril et mai ou juin. En avril 2022 et en mai 2023, le prix bio a même été inférieur au prix conventionnel (estimation SSP basée sur l'hypothèse de non-recouplement entre les collectes bio et AOP/IGP).

Alors qu'en 2023, la convergence s'était réduite sur l'ensemble de l'année, les courbes se sont à nouveau rapprochées en 2024, à la faveur d'une hausse significative du prix du lait conventionnel. Cela permet de minimiser le coût des déclassements et de favoriser l'utilisation de matière grasse bio dans la filière conventionnelle, en cas de besoin quantitatif.

Figure 16 – Prix mensuel moyen réel du lait bio, du lait conventionnel et de la moyenne tous laits moyenne au stade agricole de janvier 21 à février 25. (EUR / 1000 l)



Source : AND International pour l'Agence BIO, d'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

DECLASSEMENT 2024

On peut mesurer le déclassement (c'est-à-dire la vente en non-bio de matière première bio ou de produits fabriqués bio) à deux stades différents : d'une part entre la collecte et la mise en fabrication et, d'autre part, après la fabrication. Le suivi de la presse agricole permet de connaître le taux de déclassement au premier stade, pour ce qui est des principales entreprises de collecte. La moyenne 2024 est de l'ordre de 30 %. Pour une part, ces déclassements sont volontaires et répondent, lors du pic de collecte bio, c'est-à-dire au plus bas de son prix, à des choix de valorisation. Certaines demandes (par exemple crèmes) de produits bio ne peuvent alors être honorées.

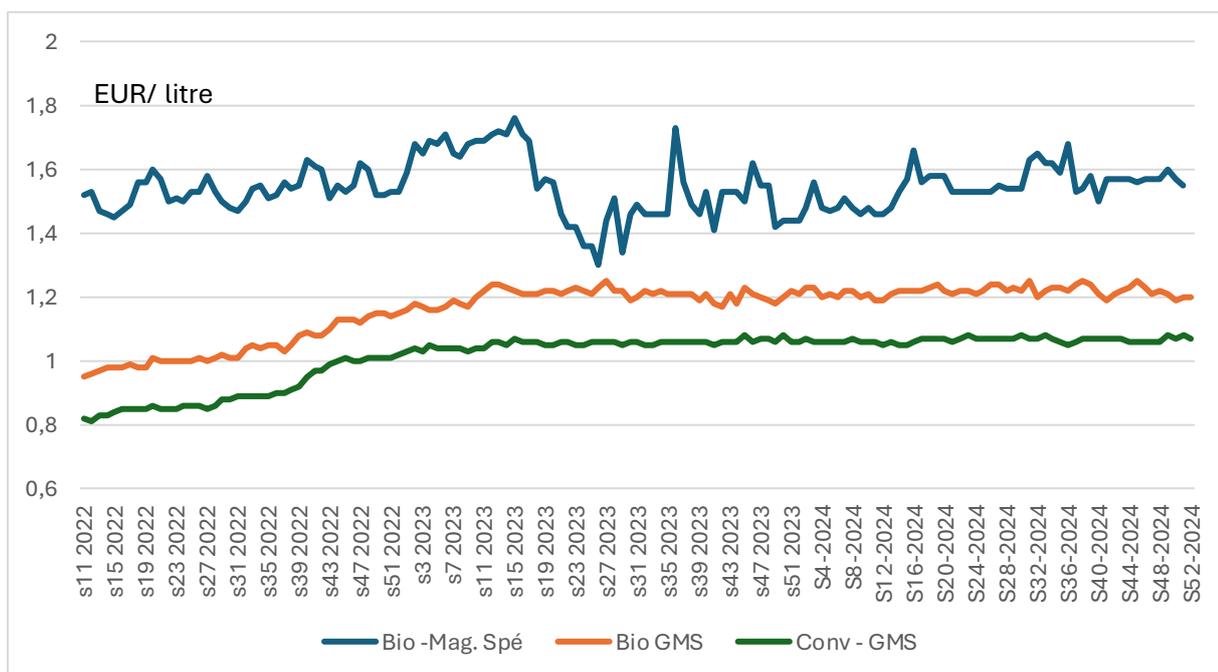
Pour le second stade, la filière lait a été l'une des plus concernées par le déclassement. Selon l'enquête 2025 AND-International/Agence BIO auprès des préparateurs, une entreprise laitière sur 2 a déclassé ses produits. Il s'agit principalement de fromageries, mais aussi de collecteurs et de fabricants de produits laitiers frais. La part de produits déclassés indiquée varie entre 1 et 30 % (médiane de 10 %), la baisse de prix indiquée varie entre 12 % et 70 % pour une médiane de 28%. La perte « médiane » serait ainsi de l'ordre de 3%, pour une entreprise sur deux, ce qui est considérable.

3.4.4 LES ECARTS DE PRIX AU DETAIL DU LAIT UHT ½ ECREME SE NORMALISENT

Le graphique ci-dessous compare les relevés périodiques de prix du RNM : le lait bio en magasins spécialisés bio et en GMS (hypermarchés et supermarchés), ainsi que le prix du lait conventionnel dans ce dernier circuit. Les constats en 2024 sont les suivants :

- En GMS, l'écart de prix entre bio et non-bio était de 15 % en moyenne en 2022, et de 14% en 2023, ce qui n'a pas changé en 2024. La réduction des achats de lait bio en GMS n'est pas due à un accroissement du différentiel de prix entre bio et non bio, mais à l'écart lui-même et à une moindre exposition du produit (moins de références et moins de produits en rayon).
- L'écart entre prix bio en magasin spécialisé et prix bio en GMS s'est accru sans retrouver le niveau qui prévalait jusqu'en 2022. L'écart moyen en 2024 a été, selon le RNM, de 33 cts/L en moyenne, mais il était de 25 cts/L en début d'année et de 35 cts/L en fin d'année. Par ailleurs les politiques tarifaires varient d'une enseigne à l'autre.
- En conclusion : la convergence des prix au stade détail amorcée en 2023 se stabilise en 2024. La réduction importante des volumes vendus ne motive pas de politique tarifaire propre à stimuler la consommation des ménages. La réduction drastique de la natalité dans l'hexagone ne milite pas pour une reprise de la demande de lait liquide.

Figure 17 – Prix TTC du litre de lait ½ écrémé UHT bio et conventionnel de 2022 à 2024 – Bouteille plastique



Source : AND International pour l'Agence BIO, d'après RNM

Selon Circana, les prix ont progressé dans tous les circuits à l'exception des EDMP. Les politiques de prix varient considérablement selon le format. Les écarts se sont creusés à la faveur de la hausse des prix. Le tarif des magasins de proximité est supérieur de 65% à celui des EDMP.

L'évolution de la valeur des ventes résulte en partie des prix pratiqués : le réseau de proximité a maintenu cette valeur entre 2021 et 2024, tandis que celles des EDMP ont reculé de 5% et celles des supermarchés de 4%. Les ventes des hypers ont chuté de 8% en valeur, pour un recul de 17% en drive et de 19% pour la livraison à domicile.

Tableau 60 – Prix du lait bio longue conservation dans les différents types de GMS selon Circana

Circuit	2021	2022	2023	2024	Evolution 24/23
Supermarchés	1,17	1,26	1,44	1,45	0,8%
Hypermarchés	1,23	1,33	1,53	1,54	1,0%
EDMP	0,90	0,97	1,11	1,08	-2,2%
Proximité	1,42	1,53	1,76	1,78	1,4%
Drive	1,08	1,13	1,29	1,30	0,9%
Livraison à Domicile	1,20	1,25	1,43	1,51	5,4%

Source : AND International pour Agence bio, d'après Circana.

3.4.5 DES RESULTATS ET DES SITUATIONS VARIES AU STADE DE L'ELEVAGE

Le recul du nombre d'éleveurs laitiers (beaucoup d'arrêts, peu de nouvelles conversions) trahit de mauvais résultats dans de nombreux cas. En 2024, le prix des tourteaux a davantage augmenté que le prix du lait bio à la production. Les données détaillées sont consultables (cf. dossier annuel bovins lait, N°557, site web de l'IDELE).

3.4.6 LE VOLUME DE FABRICATION A MOINS RECULE EN 2024 QUE LORS DES ANNEES PRECEDENTES

Le tableau ci-dessus rappelle quelles ont été les évolutions des fabrications de produits laitiers biologiques selon l'enquête SSP (actualisation de décembre 2024).

Depuis 2020, les fabrications suivent une pente descendante, mais en 2024 le recul est moins vif que lors des années 2023 et 2022. En ce qui concerne le lait conditionné, le volume a diminué de 24% depuis 2020, soit 86 millions de litres, dont seulement 8 millions de litres entre 2023 et 2024. Le recul est moindre que lors des 3 années précédentes. Par ailleurs, la fabrication de produits frais est repartie à la hausse et les ventes ont progressé dans certaines enseignes, spécialisées et généralistes. Toutefois la dynamique est plus forte pour les fabrications à base de lait de petits ruminants, brebis et chèvres. Les fabrications de fromage ont également moins reculé en 2024 qu'en 2023 et 2022. Les fabrications de poudres ont légèrement crû.

Tableau 61 – Evolution des volumes fabriqués : lait et produits laitiers bio

En 1000 tonnes ou millions de litres	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Lait liquide conditionné de vache	279,6	288,1	310,3	346,1	366,4	350,3	313,0
Produits frais	96,3	82,7	91,2	98,2	99,5	99,1	75,7
- yaourts/fermentés	69,3	65,6	71,0	74,9	76,0	76,5	55,4
- yaourts au lait de brebis + chèvre	17,5	7,7	8,5	9,1	9,5	9,1	7,5
- desserts frais	9,5	9,4	11,7	14,1	13,9	13,5	12,8
Crème conditionnée	8,2	8,6	9,4	12,7	12,4	10,4	7,4
Beurre	12,7	13,8	15,3	19,1	17,9	17,3	13,9
Fromages de vache	27,2	28,4	31,1	32,1	31,4	28,2	25,7
- dont frais de vache (*)	12,9	13,5	14,6	14,7	14,9	14,7	14,4
- dont autres de vache	14,3	14,9	16,5	17,4	16,6	13,5	11,3
Autres fromages	5,8	6,1	6,6	7,1	6,9	6,2	4,9
- dont chèvre	1,0	1,4	1,7	1,7	1,8	1,5	1,4
- dont brebis	4,8	4,7	4,9	5,3	5,1	4,7	3,5
Poudres	9,0	8,7	9,6	11,1	12,0	10,3	8,6
Fromage fondu	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	s	s

Source : AND International pour l'Agence BIO, d'après enquête Laitière Mensuelle – SSP- FAM

3.4.7 LES ECHANGES : REVISION DES DONNEES 2023 ET DEVELOPPEMENT DES ECHANGES

Les échanges sont limités. Ils sont mesurés d'une part via les questionnaires des industriels, qui permettent de repérer les exportations et, d'autre part, via l'analyse des rayons qui permet de repérer les fabrications directement importées de pays voisins (Italie, Grèce, Royaume-Uni). Dans le cas du Royaume-Uni, les données des douanes françaises permettent d'identifier un flux de Cheddar et d'autres pâtes pressées non cuites. Ces constats sont complétés par des estimations, notamment le grand export de poudre de lait, réévaluées en 2023. À la lumière de catégories plus fines dans les panels distributeurs, nous avons révisé les données de 2023 concernant les importations de produits laitiers pour tenir compte d'un flux significatif de fromages méditerranéens (Feta AOP bio, Mozzarella di Bufala AOP bio).

Au total, la valeur des exportations est estimée à 83 millions d'euros et celle des importations à 17 millions d'euros, les valeurs 2023 sont, respectivement de 79 M EUR et 15 M EUR, soit des évolutions de 5 % et 13 %. On constate, notamment en ce qui concerne le fromage, que les difficultés intérieures ont stimulé quelques mouvements à l'exportation. La structure des échanges est différente selon les produits bruts ou élaborés :

- Les échanges de lait s'effectuent principalement en citerne, entre pays riverains, en fonction des pics saisonniers de production, voire d'opportunités ponctuelles ; les estimations reposent sur les

déclarations des opérateurs. Compte tenu de la modestie des flux, les variations interannuelles peuvent être importantes en pourcentage.

- Les exportations reposent essentiellement sur les fromages bio : Comté et autres pâtes pressées cuites, pâtes pressées non cuites. Les destinations sont les pays riverains : Belgique et Allemagne en priorité. En ce qui concerne les pays non UE il s'agit de fromage (vers le Royaume Uni et surtout de poudre de lait vers le Moyen Orient, notamment (estimation revue à la hausse en 2023).
- Les importations de produits laitiers sont, pour ce qui provient de l'UE, essentiellement des fromages méditerranéens et pour ce qui vient de l'extérieur, des fromages britanniques, du sucre et des fruits ou arômes incorporés aux yaourts et desserts.

Tableau 62 – Echanges de produits laitiers bio : estimations – en millions d'euros

Lait	Import UE	Import Non UE	Export UE	Export Non UE	Total import	Total export
2023	5	0	28	0	5	28
2024	4,5	0	15	0	5	15
24/23	-10%	ns	-46%	ns	0%	-46%
Produits laitiers	Import UE	Import Non UE	Export UE	Export Non UE	Total import	Total export
2023	8	2	29	22	10	51
2024	10	2	45	23	12	68
24/23	25%	0%	55%	5%	20%	33%
Total	Import UE	Import Non UE	Export UE	Export Non UE	Total import	Total export
2023	13	2	57	22	15	79
2024	15	2	60	23	17	83
24/23	12%	0%	5%	5%	10%	5%

Source : Estimations AND International pour Agence BIO

3.4.8 CROISSANCE DE LA RESTAURATION HORS DOMICILE

Les produits laitiers bio constituent la troisième catégorie de produit en termes de valeur pour le marché de la restauration, après l'épicerie et les vins, devançant les fruits et légumes. Le marché des produits laitiers bio est estimé à 140 millions d'euros, en croissance de 9,5% par rapport à 2023.

La restauration collective est le principal débouché (123 M EUR, soit 24 % des achats bio de ce secteur) avec une grande part de produits laitiers frais, ainsi que des fromages. La partie congrue est vendue à la restauration commerciale (lait, fromages et produits laitiers frais, pour 17 M EUR)

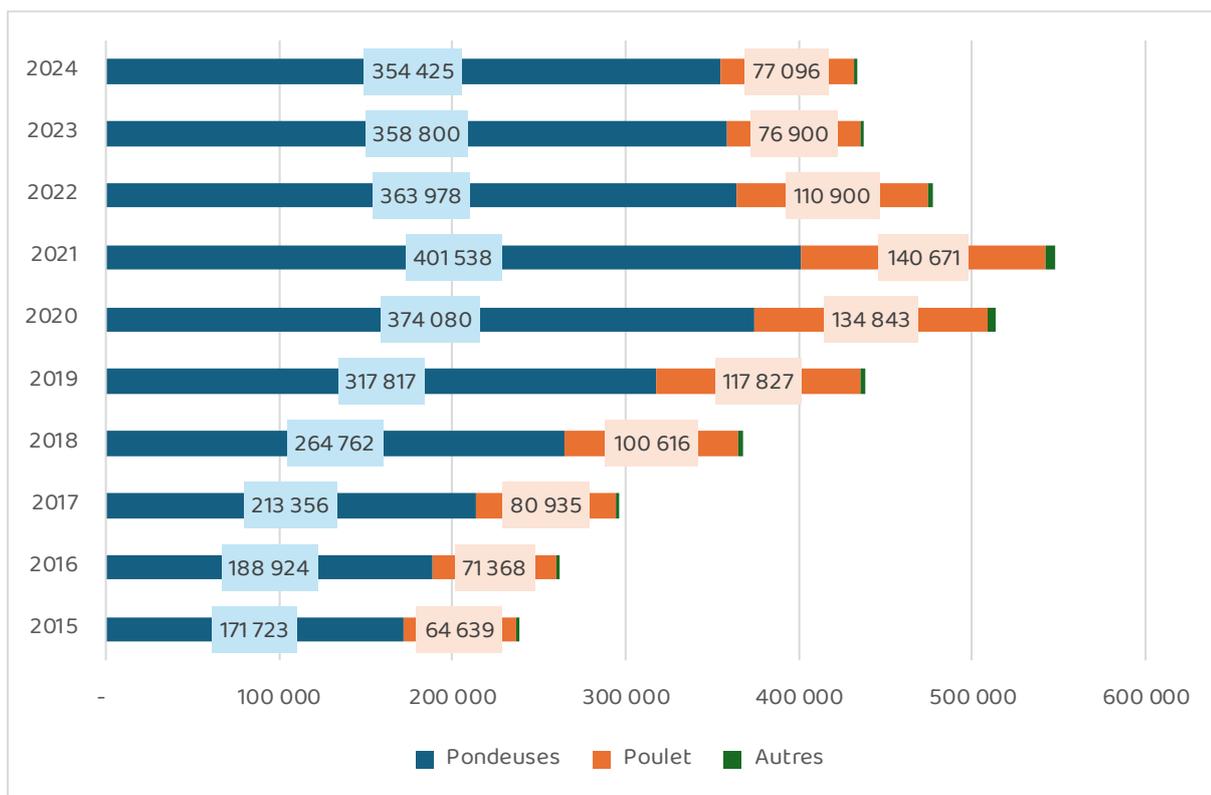
Par rapport à 2023, la croissance en restauration commerciale s'est tassée (passant de 17 % à 9 %), tandis qu'elle a été beaucoup plus élevée qu'en 2023 en restauration collective (de 1 % à 9 %).

3.5 FOCUS SUR LES PRODUCTIONS AVICOLES BIOLOGIQUES (CHAIR ET ŒUFS)

3.5.1 PRODUCTION D'ALIMENT COMPOSÉ POUR VOLAILLES : REcul DE 0,8%

La production d'aliment « poudeuse » s'est à nouveau repliée de -1,2 %, à 354 425 tonnes, soit 4 375 t de moins qu'en 2023, année où le recul avait été de 5 178 t. Le recul le plus important a eu lieu en 2022 : -37 500 t. Ainsi, 2024 marque un nouveau « ralentissement du recul », qui peut augurer d'une reprise en 2025. Toutefois, la progression générale de la production d'œufs de consommation rappelle que le segment bio évolue à contrecourant depuis le début de la crise inflationniste. La fabrication d'aliment pour volailles de chair a légèrement progressé en 2024, après avoir connu une chute de 47% entre 2021 et 2023, marché et grippe aviaire obligent. Cette stabilisation n'empêche pas que le niveau de production soit inférieur à celui de 2017. Le progrès vient d'une stabilisation d'aliment pour poulets de chair et d'une reprise des fabrications d'aliment pour dinde, canard et pintade.

Figure 18 Évolution de la production d'aliment composé biologique pour volailles (2015-2024)

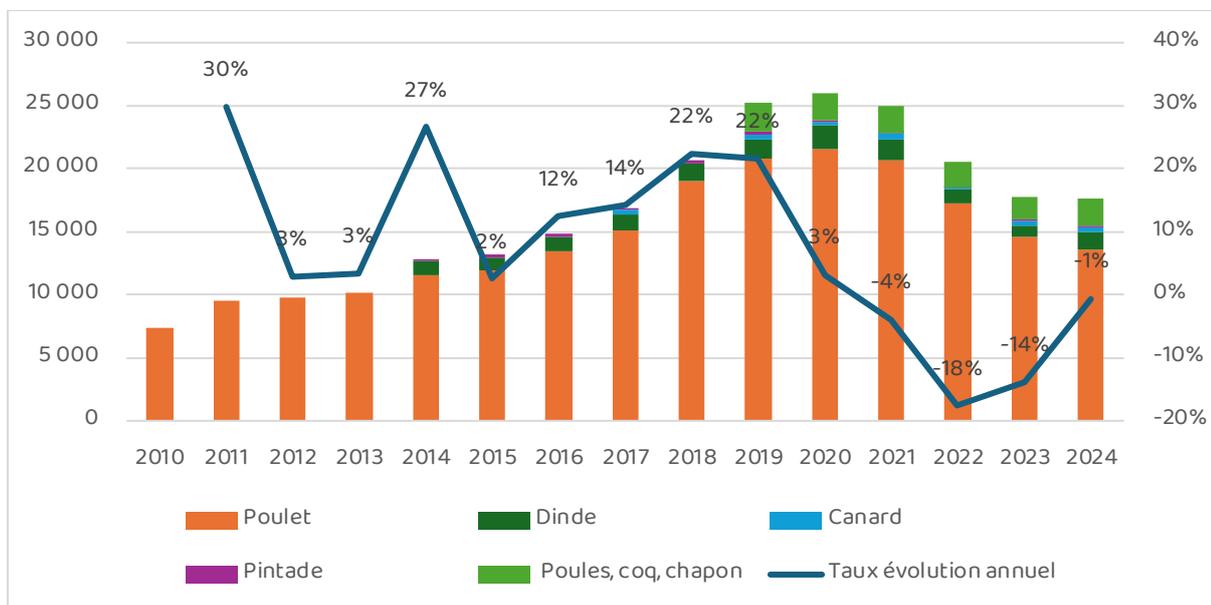


Source : AND International pour Agence Bio d'après La coopération agricole

3.5.2 VIANDE DE VOLAILLE BIOLOGIQUE : REcul LIMITE EN 2024

Après deux années de baisse très importante en 2022 et 2023, les volumes de volailles biologiques abattus accusent un léger repli en 2024 (-1%).

Tableau 63 : Les abattages de volaille biologique de 2010 à 2024



Source SSP - s : secret statistique (moins de trois abatteurs)

Les données du Synalaf indiquent une légère progression de 1% des mises en place de poulets bio sur l'année 2024 pour atteindre 9,11 millions de têtes ce qui est cohérent avec la quasi-stabilité de la production d'aliments.

Les données issues des OC/Agence BIO montrent une nouvelle fois une tendance inverse. Après un recul de 9,1% en 2023, le cheptel de poulets biologiques s'est à nouveau replié de 13% en 2024, à hauteur de 10,7 millions de têtes, soit un écart de 15% (1,6 millions de têtes) avec les 8,9 millions de têtes mises en place au cours de l'année 2023 selon le Synalaf.

L'enquête 2025 auprès des abattoirs montre que le marché en filière longue est plus que jamais partagé entre deux leaders, à l'occasion de la remontée en production du bassin vendéen, qui fut gravement touché par l'épizootie de grippe aviaire et de restructurations qui en ont découlé. Aucun des abattoirs répondants n'a vu son chiffre d'affaires bio progresser.

EXPORTATIONS : DES VOLUMES EN FORTE PROGRESSION EN 2024

Le volume d'exportation mesuré par le Synalaf s'établit à 1 682 t, dont 50% de volaille entière, soit une augmentation de 34% du volume. Certains pays ont particulièrement contribué à cette évolution : Pays-Bas, Belgique et Royaume-Uni. Cela correspond à environ 12,5 millions d'euros de flux d'exportation, soit un prix moyen de 7,7 EUR / kg.

3.5.3 ŒUFS : EROSION DE LA PRODUCTION D'ALIMENT ET DU MARCHÉ EN GMS

En 2024, la production d'aliment composé pour les poules pondeuses bio a diminué de 1,2 % à 354 425 t (ensemble pondeuses, y compris les aliments pour les poulettes démarrées et les reproducteurs, soit 12% du total en 2024). Le cheptel recensé par le CNPO (Comité National des Producteurs d'Œufs) au 1^{er} janvier 2025 est de 6,296 millions de poules, en baisse de 3,0% par rapport à l'effectif au premier 1^{er} 2024, après une baisse de 4,0 % l'année précédente.

Le cheptel recensé par l'Agence BIO et les OC (exprimé en effectifs théoriques, soit en places) est de 7,98 millions de pondeuses en 2024, contre 8,21 en 2023, soit une baisse de 11% (déjà en repli de 12,8 % en 2023 par rapport à 2022).

L'approche par le volume d'aliment aboutit à une production de 2,038 milliards d'œufs sur la base d'un ratio de 153 g d'aliment par œuf produit. Ce calcul définit un seuil minimum, puisque certains élevages produisent leur propre aliment (pour un volume marginal). Le calcul suppose qu'il n'y a pas de perte d'aliment, ni d'effet de stock. Enfin, l'analyse du marché (tableau ci-dessous) permet d'identifier un volume de 2,055 milliards d'œufs. Soit un écart de 1% avec l'approche de la production.

Tableau 64 : Estimations des quantités d'œufs coquille par type de débouché

Quantité d'œufs commercialisés par circuit	Quantité	% du total
	En millions d'œufs	
GMS (calcul AND d'après panels)	1 233	60%
Circuit spécialisé bio (*)	467	23%
Transformation (ovoproduits)	97	5%
Vente directe	145	7%
Exportation coquille	4	0%
Artisans	4	0%
RHD coquille	3	0%
TOTAL	1 953	95%
TOTAL avant pertes **	2 055	100%

Source : AND international pour Agence bio, d'après enquête propre, Synalaf, Agence Bio, Circana

NB : *Hypothèse haute. Une hypothèse basse est de 325 millions d'œufs / ** Une perte en station de 5% en est prise en compte dans cette approche.

Les prix s'étaient stabilisés en fin d'année 2023, le phénomène s'est confirmé en 2024, en relation avec la stabilisation du coût de l'aliment. On note même une baisse du prix de l'œuf bio au stade en GMS selon les panels de consommateur de distributeur et les relevés du RNM (FranceAgriMer).

Tableau 65 : Évolution du prix de l'œuf bio au stade de détail

EUR/ŒUF	ŒUF					
	Kantar (tous circuits)	RNM (GMS)	Circana GMS*	Bioanalyti cs (Circuit BIO)	RNM (Circuit BIO)	RNM (Cours Grossiste)
2022	0,36	0,34	0,38	0,40	0,42	0,33
2023	0,41	0,39	0,43	0,43	0,46	0,35
2024	0,40	0,38	0,42	0,43	0,46	0,36
Evolution 23/22	12,3 %	14,5 %	11,9 %	7,0 %	9,2 %	6,7 %
Evolution 24/23	-1,5 %	-3,6 %	-1,2 %	0,4 %	0,5 %	1,5 %

Source : Elaboration AND d'après sources diverses. / *Nielsen en 2022.NB : en 2023 les prix indiqués par Circana et Nielsen sont identiques.

Le panel Circana indique une part de marché des œufs bio de 26 % en valeur en 2024 contre 27 % en 2023 (et selon Nielsen : 30 % en 2022, 32,4 % en 2021, 31,9 % en 2020). En volume, la pénétration de l'œuf biologique est de 17,2% en 2024 contre 18% en 2023, selon Circana.

Selon Nielsen : 19,5 % en 2023, 19,8 % en 2022, 20,7 % en 2021 ; 19,9 % en 2020. En 2024, les achats d'œufs non bio ont progressé de 5,4 % en volume et de 2,7 % en valeur selon Circana.

Selon Kantar Worldpanel/FAM, le volume d'œufs, toutes catégories confondues achetés par les ménages a progressé de 2%, le prix moyen a baissé de 0,9%. Le tonnage d'œufs issus de cage a baissé de 5,9 %, alors que celui des œufs au sol a progressé 6,3 %, celui des œufs « plein air y compris Label Rouge » a crû de 5%, notamment grâce aux œufs plein air (les achats d'œufs Label Rouge ont seulement progressé de 0,2%) ; les achats d'œufs bio ont progressé de 0,1%. Selon la même source, les œufs bio représentent 10,7 % du volume acheté.

Concernant le marché des ovoproduits, le recul estimé à partir des volumes commercialisés de produits incluant des œufs (pâtes alimentaires et biscuits) est stable, après une baisse de - 12% en 2023.

3.6 FOCUS SUR LES PRODUITS DE LA MER DE L'AQUACULTURE BIOLOGIQUE

POINTS CLEFS

En 2024, en France, la consommation des produits de l'aquaculture biologique a connu une baisse en valeur de 14%. Le secteur est caractérisé par une baisse des volumes consommés pour la plupart des segments de produits, notamment le saumon fumé et les crevettes. Il y a eu une baisse significative des importations pour les principales origines de crevettes bio (Madagascar et Equateur). Pour le saumon en revanche, les données d'importation en provenance du Royaume-Uni et de l'Irlande ont rebondi en 2024, ce qui ne s'est toutefois pas traduit par une hausse de la consommation.

3.6.1 PRODUCTION

Historiquement, la production française de produits de l'aquaculture biologique concernait principalement la truite, le bar et la dorade. Ces dix dernières années, la production de moules et d'huîtres biologiques avait connu une forte croissance pour dépasser largement les niveaux de production de la pisciculture biologique. Néanmoins, après une forte croissance en 2020, notamment attribuable aux coquillages, la production aquacole biologique a significativement baissé en 2021, en particulier pour la truite et les huîtres. En 2022, la tendance à la baisse s'est confirmée, en particulier pour les moules (-64%) et les huîtres (-25%).

En 2022, selon les chiffres Agreste de l'enquête aquacole, la production aquacole biologique représentait un volume estimé à 3 726 tonnes, les principales espèces étant la truite (1 281 tonnes), les huîtres (1 076 tonnes) et les moules (927 tonnes). Le volume de poissons marins (bar commun/dorade royale) a été estimé à 100 tonnes, celui de poissons d'étang à 27 tonnes et celui d'algues à 315 tonnes. En outre, 2 tonnes d'œufs de truites biologiques ont également été produites.

Tableau 66 : Production aquacole biologique en France (en tonnes)

Espèces	2018	2019	2020	2021	2022	2022 vs 2021
Huîtres	883	1.157	3.178	1.429	1.076	-25%
Moules	1.666	1.882	3.135	2.545	927	-64%
Truite	1.518	1.926	2.346	1.199	1.281	7%
Bar/dorade	101	258	100	100	100	0%
Poissons d'étang	22	254	43	46	27	-41%
Autres mollusques	55	8	3	s	s	
Algues				92	315	243%
Total	4.245	5.485	8.955	5.411	3.726	-31%
Œufs de salmonidés	15	10	16	5	2	-59%

Source : Agreste, enquête aquacole. *estimé à partir des années précédentes pour des raisons de confidentialité des données 2024. Les œufs de truite ne sont pas inclus dans le total car considérés comme des co-produits.

3.6.2 ECHANGES

3.6.2.1 Importations

La totalité du **saumon** bio consommé sur le marché français est importée. Les trois origines principales sont l'Irlande, l'Ecosse et la Norvège. Les importations norvégiennes de saumon bio entrent majoritairement sur le marché européen via la Suède. Il est donc difficile d'estimer les volumes arrivant sur le marché français. Les données d'importation de saumon biologique du Royaume-Uni sont disponibles depuis 2021. Le saumon est essentiellement importé entier et frais ce qui implique une logistique rapide via un transport en camion frigorifique :

- Le saumon norvégien arrive ainsi par camion via la Suède
- Le saumon écossais est acheminé par camion via le tunnel sous la Manche
- Le saumon irlandais est acheminé via les lignes de ferry directes (Le Havre, Cherbourg, Roscoff, etc.) ou via le Royaume-Uni (tunnel)

A l'inverse, l'essentiel du marché de la **truite** bio en France est approvisionné par la production nationale. Pour preuve, l'entreprise Aqualande, leader européen de la truite, revendique 70% de part de marché en France avec 10-15% de sa production en bio. Par ailleurs, des truites bio sont également importées notamment d'Italie, du Danemark et d'Espagne.

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, libre-service ou produits traiteur. La France est le principal marché de l'UE pour la crevette tropicale, avec l'Espagne.

Historiquement, les premières crevettes bio ont été produites à Madagascar par l'entreprise UNIMA, exportant une partie importante de sa production en France (sous label AB ou Label Rouge). Mais depuis plusieurs années, d'autres entreprises de plusieurs pays producteurs de crevettes tropicales (Equateur, Costa Rica, Guatemala, Vietnam, Indonésie, etc.) ont également opéré la conversion d'une partie de leur production en bio, en ciblant notamment le marché européen.

Concernant le **bar et la dorade** bio, quelques produits importés sont commercialisés sur le marché français. L'entreprise OSO notamment importe de Grèce (entreprise Galaxidi) et distribue du bar et de la dorade bio du Golfe de Corinthe importée et distribuée par OSO. Delpierre propose également du bar bio entier ou en filets en LS. Des importations en provenance d'Italie, de Croatie et d'Espagne sont également probables.

Enfin, il existe une part non négligeable du marché français de la **moule** bio provenant des élevages irlandais. L'excellente qualité des eaux irlandaises et la moindre difficulté à obtenir des concessions en mer ont favorisé le développement rapide de la production de moules bio en Irlande. Ainsi en 2020, 35% de la production de moules irlandaises était biologique, soit 5 180 tonnes. Les importations de moules bio irlandaises sur le marché français sont estimées entre 1 000 et 2 000 tonnes. La production de moules bio a fortement augmenté en UE ces cinq dernières années et il est probable que des nouvelles origines soient présentes sur le marché français (Pays-Bas, Danemark, Italie, Espagne...). Il existe également des petits volumes de moules bio importés de pays hors UE, notamment du Chili.

3.6.2.2 Exportations

Une partie des huîtres et moules bio françaises est exportée en Espagne et en Italie. Par ailleurs, une part mineure des produits de truite et de saumon fumés est également exportée vers les pays voisins.

3.6.3 TRANSFORMATION

Les principales opérations de transformation des produits de la mer en France sont les suivantes :

- 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.)

3.6.4 CONSOMMATION ET TENDANCES D'EVOLUTION

En **GMS**, la truite fumée a connu ces dernières années une croissance supérieure à celle du saumon fumé. Le développement des produits frais en libre-service, notamment sous vide, se fait au détriment du vrac du rayon poissonnerie traditionnel. La moule en barquette connaît, depuis quelques années, une forte croissance. Pour les crevettes, le bio est fortement concurrencé par le label ASC (Aquaculture Stewardship Council).

Circuits spécialisés : les circuits bio spécialisés sont en moyenne de plus petites surfaces qui, lorsqu'elles ont un rayon poissonnerie frais, ne proposent pas forcément du bio mais des produits de la pêche et de l'aquaculture éco-labellisés (ex : MSC, ASC chez Biocoop). En l'absence de rayon poissonnerie, on y retrouve principalement des conserves, mais également des produits bio fumés ou frais sous vide en LS (truite et saumon et même bar et dorade) et des barquettes de moules et bourriches d'huîtres. Les produits élaborés/préparés existent également pour les crevettes bio.

Chez les **artisans**, poissonneries indépendantes et ambulantes, hors coquillages, les produits bio sont marginaux, hormis éventuellement la crevette haut de gamme de Madagascar et les coquillages. 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 : la vente directe est circonscrite à quelques produits et régions : truite dans le Sud-Ouest et en Bretagne notamment ; huître et moule dans les régions côtières.

3.6.5 TENDANCES ET ESTIMATION DU MARCHÉ FRANÇAIS EN 2024

3.6.5.1 Saumon

Pour le **saumon bio**, il y a 3 origines principales : Irlande, Ecosse et Norvège. Les données des importations de saumon bio en provenance de Norvège ne sont pas disponibles car le point d'entrée dans l'UE est la Suède ou le Danemark. Pour l'Irlande 100% de la production est bio donc les données sont facilement analysables. Pour l'Ecosse, les données sont disponibles depuis le Brexit. Entre 2023 et 2024 on observe une forte augmentation des importations de saumon en provenance d'Irlande (+50% en volume, +23% en valeur) et de saumon bio en provenance du Royaume-Uni (+73% en volume, +73% en valeur). On ne retrouve pas cette tendance chez les fumeurs qui ont répondu à l'enquête ni dans les données de panel. L'explication pourrait être qu'une partie des produits bio importés n'est pas valorisée en bio sur le marché. Une autre explication serait la réexportation massive de produits bio mais les retours des entreprises de fumage de saumon bio ne vont pas dans ce sens.

3.6.5.2 Crevettes

Concernant les importations de **crevettes bio**, on assiste à une baisse importante (-24% en volume et -20% en valeur), principalement due aux baisses des importations en provenance de Madagascar (-13% en volume, -10% en valeur) et d'Equateur (-39% en volume, -41% en valeur), les deux origines principales. À noter qu'une partie des importations de crevettes bio n'est pas reportée dans les données des douanes, car leur entrée sur le marché européen ne se fait pas dans un port français (Pays-Bas, Belgique, etc.).

3.6.5.3 Achats en GMS

En 2024, le marché des produits de la mer bio en GMS est toujours dominé en valeur par le saumon fumé (35%) et les autres poissons fumés et préparés (36%), suivis par la saurisserie (29%).

Les achats en GMS de produits biologiques à base de poissons et produits de la mer ont connu une baisse de 15% en valeur par rapport à 2023 touchant les principaux produits : -22% pour le saumon fumé, -6% pour les autres poissons fumés, -15% pour la saurisserie. Entre temps, les prix moyens sont restés plutôt stables : -2% en moyenne, -1% pour le saumon fumé, +1% pour les autres poissons fumés et préparés, -3% pour la saurisserie.

3.6.5.4 Données de l'enquête transformateurs

Les éléments transmis sur la croissance du CA bio 2024/2023 par les répondants à l'enquête permettent de confirmer la tendance à la baisse pour les poissons fumés (en moyenne -8% en valeur), malgré des tendances contrastées chez les gros fumeurs. Pour le saumon, on observe une baisse significative en valeur alors que côté truite, on observe une reprise après la très forte baisse observée en 2023. Le tableau suivant présente l'estimation du chiffre d'affaires en 2024 en millions d'euros par circuit et pour les principales espèces.

Tableau 67: CA par circuit et par espèce 2024 en M EUR

M EUR	CA GMS	CA CS	CA Art	CA VD	Total
Saumon	45	3	1	0	49
Truite	22	5	3	0	31
Bar/dorade	2	1	0	1	4
Moule	5	1	1	1	6
Huître	10	3	4	0	17
Crevettes tropicales	26	1	5	0	32
Total	109	14	14	2	139

Source : AND International pour Agence Bio

3.7 FOCUS SUR LE SECTEUR DES VIANDES DE BOUCHERIE BIOLOGIQUE

APPROCHE METHODOLOGIQUE

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 celles en valeur présentées dans les tableaux principaux du présent rapport.

3.7.1 TONNAGES ET CIRCUITS

Le volume de viandes de boucherie biologique au stade de l'abattage a été de 45 432 tonnes équivalent carcasse (TEC) en 2024. Il s'agit de la troisième année consécutive de recul après le sommet de 2021 : -5,8% en 2022, -17,9% en 2023, -12,6% en 2024, soit un repli de 32,4% en trois ans.

- Dans le secteur bovin, le recul a été de 339 TEC pour les réformes laitières, de 1 710 TEC pour les animaux issus du troupeau allaitant, de 230 TEC pour les veaux. Le total est de 2 278 TEC, soit 7,9% du tonnage 2023., lui-même en repli de 13,9% par rapport à 2022.
- Dans le secteur ovin, le recul est de 436 TEC, soit 21,7%, après -11,7% en 2022.
- Dans ces deux secteurs, il est constaté un effet d'étau : la demande est peu dynamique et l'offre est captée en amont par les filières non-bio, qui souffrent elles-mêmes d'un déficit d'approvisionnement, dû à la baisse des cheptels. Avec des prix comparables ou supérieurs, le choix du non-bio est souvent une solution de débouché plus avantageuse pour les éleveurs.

Tableau 68 – L'abattage du bétail bio en France de 2021 à 2024

Abattages en têtes et TEC	2024		2023		2022		2021		Evolution 24/23		Evolution 23/22	
	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC
Gros bovins laitiers	32 925	10 063	34 107	10 402	36 297	11 150	43 952	13 043	-3,5%	-3,3%	-6,0%	-6,7%
Gros bovins viande	37 242	14 037	43 528	15 747	51 977	19 234	56 293	20 564	-16,3%	-10,9%	-16,3%	-18,1%
Veaux	16 441	2 566	18 107	2 796	21 611	3 228	23 660	3 483	-16,2%	-8,2%	-16,2%	-13,4%
TOTAL BOVINS	86 608	26 667	95 742	28 945	109 885	33 611	123 905	37 090	-12,9%	-7,9%	-12,9%	-13,9%
OVINS	82 148	1 569	105 491	2 005	117 051	2 272	123 225	2 411	-22,1%	-21,7%	-9,9%	-11,7%
PORCINS	180 084	17 196	213 017	21 008	278 234	27 381	282 637	27 684	-15,5%	-18,1%	-23,4%	-23,3%
TOTAUX		45 432		51 958		63 265		67 185		-12,6%		-17,9%

Source : Agence BIO et Interbev (avec l'appui d'AND-International) pour les données 2024. En outre, Inaporc a participé les années précédentes. TEC : tonne équivalent carcasse.

En 2024, les abattages français de gros bovins ont légèrement progressé (+1,3%), tandis que les abattages des veaux ont reculé (-9,8%), l'un compensant l'autre. La part des abattages certifiés biologiques a reculé de 0,2 point pour les gros bovins et de 0,1 point pour les veaux. Le poids de la filière bio recule davantage dans le secteur ovin. A la fin de 2024, la filière porcine biologique semble être arrivée à son niveau d'étiage. Les professionnels ont constaté un début de tension et des périodes où la demande se révélait ponctuellement insuffisante, du moins pour certaines pièces. Les actions de congélation ou de dégagement vers l'UE se sont raréfiées.

Tableau 69 - Part du bio dans les abattages nationaux d'animaux de boucherie en 2024

Animaux	2024	2023	2022	2021	2020
Gros bovins	2,1%	2,3%	2,5%	2,7%	2,5%
Veau	1,7%	1,8%	2,0%	2,0%	1,9%
Ovins	2,3%	2,7%	2,9%	3,0%	2,4%
Porcins	0,8%	1,0%	1,3%	1,0%	1,0%

Source : Agence BIO et Interbev (avec l'appui d'AND-International) pour les données 2024. En outre, Inaporc a participé les années précédentes. Abattages totaux source SSP.

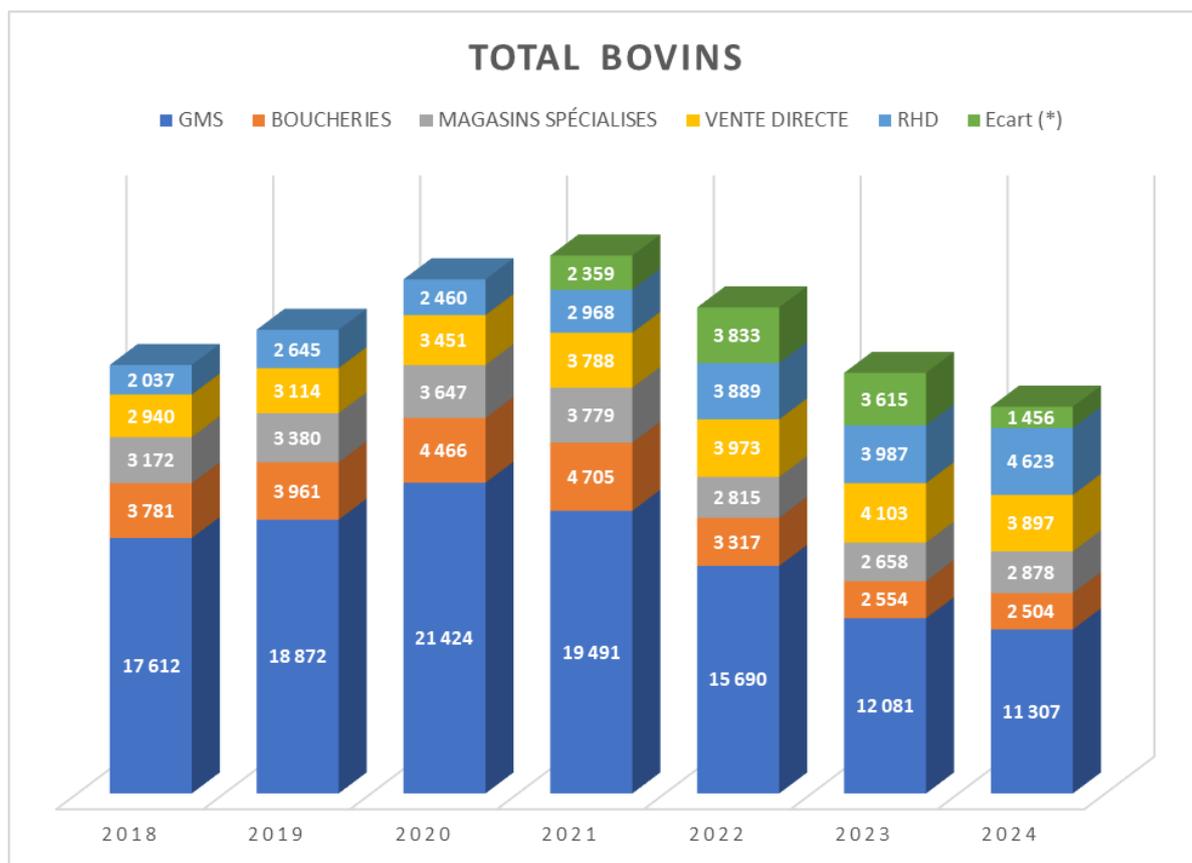
Les volumes de l'ensemble bovin sont en baisse en GMS, (-6% pour l'ensemble bovin) mais progressent en circuit bio (+8%) ; ils reculent également en boucherie (-2%) et en vente directe (-5%). La progression la plus vive se constate en RHD (+16%), mais avec davantage de viande issue du troupeau laitier et nettement moins du troupeau allaitant et de viande de veau). Les écarts (stocks, déclassement, réaffectation) sont en nette réduction. La réorientation des animaux issus des élevages certifiés biologiques se pratique plus volontiers avant l'abattage. La tendance est comparable en ovin : la baisse des abattages est de 22%, mais compte tenu de la réduction des écarts et du débouché en restauration, la baisse des volumes au stade de détail n'est que de 6%.

Tableau 70 – Circuits de distribution de la viande bio en France de 2018 à 2024

Volume en tonnes équivalent carcasse (TEC)	Années	GMS	BOUCHERIES	MAGASINS SPÉCIALISES	VENTE DIRECTE	RHD	Ecart (*)	TOTAL
Gros bovins allaitants	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
	2020	10 992	3 139	2 287	2 141	1 104		19 663
	2021	10 000	3 300	2 350	2 350	1 325	1 239	20 564
	2022	8 050	2 327	1 751	2 456	2 123	2 528	19 234
	2023	6 199	1 791	1 653	2 579	2 335	1 191	15 748
	2024	4 649	1 791	1 818	2 501	2 623	654	14 037
Gros bovins laitiers	2018	8 052	386	661	320	904		10 323
	2019	8 612	395	679	343	1 163		11 192
	2020	9 894	455	765	377	1 036		12 527
	2021	9 001	478	786	414	1 243	1 120	13 043
	2022	7 246	337	586	432	1 243	1 305	11 150
	2023	5 579	260	553	454	1 368	2 188	10 402
	2024	6 416	260	608	440	1 537	802	10 063
Veaux	2018	540	815	529	871	276		3 031
	2019	544	823	572	908	389		3 236
	2020	538	872	595	933	320		3 258
	2021	489	927	643	1 024	400		3 483
	2022	394	654	479	1 085	523		3 135
	2023	303	503	452	1 070	520	-	2 848
	2024	243	453	452	956	463	0	2 566
Total bovin	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
	2020	21 424	4 466	3 647	3 451	2 460		35 448
	2021	19 491	4 705	3 779	3 788	2 968	2 359	37 090
	2022	15 690	3 317	2 815	3 973	3 889	3 833	33 519
	2023	12 081	2 554	2 658	4 103	3 987	3 615	28 998
	2024	11 307	2 504	2 878	3 897	4 623	1 456	26 666
Ovin	2018	460	387	321	381	129		1 680
	2019	492	424	338	409	199		1 862
	2020	531	510	393	471	161		2 066
	2021	510	561	418	540	170	212	2 411
	2022	377	393	259	459	221	563	2 272
	2023	328	342	223	464	243	406	2 006
	2024	312	331	214	417	182	113	1 569

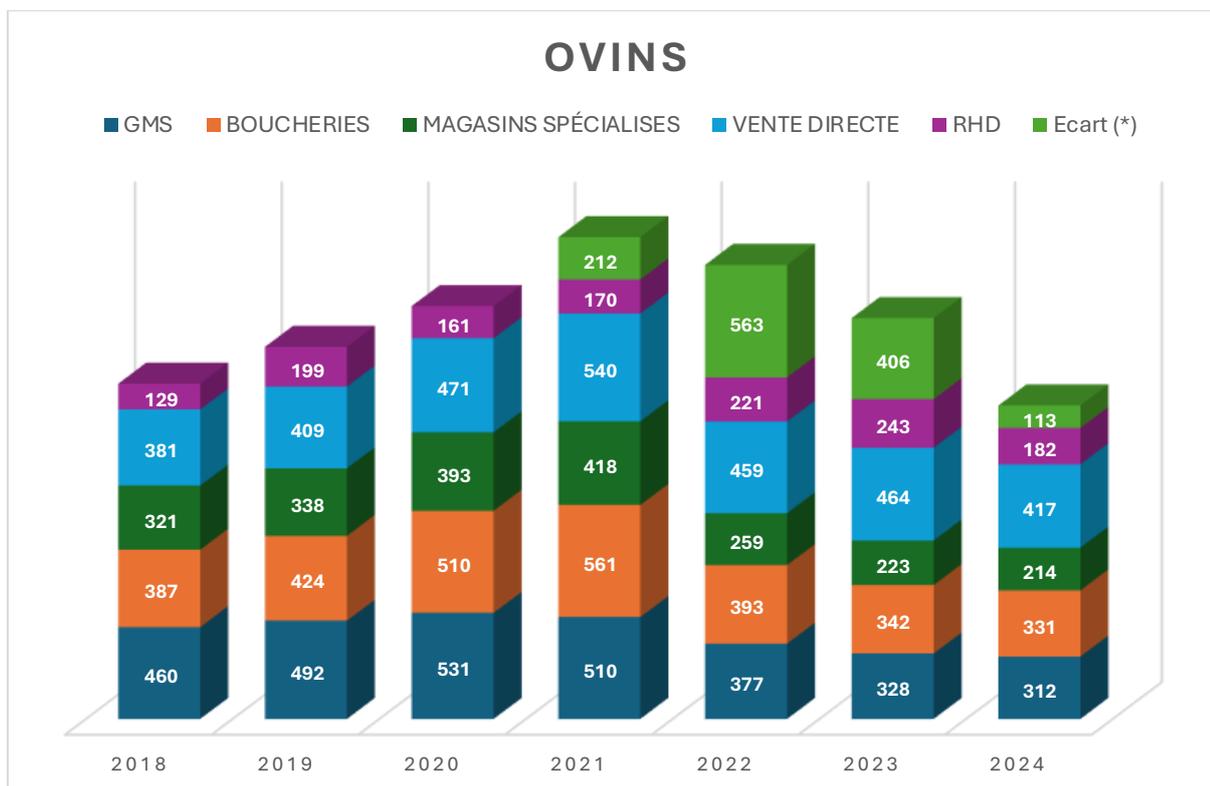
Source : Agence BIO et Interbev (avec l'appui d'AND-International. En outre, Inaporc a participé les années précédentes. / *Ecart : (Stocks, déclassement, réaffectation (ex : label rouge), export, trimings)

Figure 19 - Evolution des débouchés de la viande bovine biologique, en TEC



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

Figure 20 - Evolution des débouchés de la viande ovine biologique, en TEC



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

3.7.2 LE STEAK HACHÉ : PRIX ET VOLUME

Le volume de steak haché est important au regard du volume global des ventes de viande certifiée bio. Selon Circana, en 2024, le marché du steak haché était de 2 555 tonnes en GMS (hypers, supers, e-commerce et magasins de proximité), en recul de 9% par rapport à 2023 après des reculs de 19% en 2023 et de 18 % en 2022). Une moindre hausse des prix a ainsi entraîné un moindre recul, mais n'a pas inversé la tendance.

Par ailleurs, le volume de viande bio congelée (principalement steak haché) est de 817 tonnes (l'estimation de Circana est deux fois plus basse que celle de Nielsen).

Le prix au stade de la distribution (GMS) est suivi par le RNM (steak haché, 15 % de MG). Entre 2016 et 2021, il a fluctué entre 15 et 16 EUR / kg. Entre fin 2021 et fin 2023, le prix a nettement augmenté (+20% en moyenne annuelle) et en 2024, la progression des prix s'est tassée (+1,4%).

Figure 21 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2018 à 2024 en euros par kilogramme



Source : AND International pour Agence Bio d'après RNM

3.8 FOCUS SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES INTERMÉDIAIRES

L'industrie alimentaire produit une large diversité d'aliments transformés. Ils sont élaborés à partir de matières premières, également appelés Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI). La farine, le sucre, la semoule, les fruits, les légumes, la viande, l'huile, le beurre, les œufs, et le malt figurent parmi les principaux. Ce chapitre vise à estimer les volumes de ces matières premières constituant l'approvisionnement des opérateurs du marché bio.

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Dans un premier temps, nous identifions les principales catégories de produits alimentaires intégrant le PAI étudié dans leur composition. Pour chaque catégorie, nous recensons les volumes commercialisés en GMS (y compris EDMP) sur la base des données Circana 2024. Les volumes totaux commercialisés sont ensuite extrapolés à l'ensemble des circuits de distribution en nous appuyant sur la part de marché de la GMS du secteur considéré (épicerie, traiteur, fruits et légumes...). Enfin, un coefficient de conversion est déterminé permettant d'estimer la quantité de PAI nécessaire à l'élaboration d'une unité de produit fini. Il est construit à partir du poids relatif du PAI et de son taux de fabrication en France. Nous obtenons ainsi l'estimation du volume de PAI sur l'ensemble du marché.

Les catégories alimentaires sont présentées par volume de PAI décroissant. Il s'agit d'estimations dont tous les chiffres sont arrondis à la centaine près.

3.8.1 L'UTILISATION DE FRUITS SOUS FORME DE PAI

Les fruits bio sous forme de PAI génèrent les volumes les plus considérables parmi tous les PAI étudiés dans ce chapitre, cumulant **153 900 tonnes** au total. Le secteur des jus de fruits est très important, enregistrant des ventes en grandes surfaces avoisinant 86 000 tonnes. Le taux de conversion étant particulièrement élevé, les jus de fruits représentent alors à eux seuls 77% des volumes de fruits utilisés sous forme de PAI en 2024. Le volume de fruits utilisés dépend de la catégorie de produits. Dans le cas de la fabrication d'un jus de pomme par exemple, un volume de jus concentré équivaut à 6 volumes de jus, 1,3 kg de fruits sont ainsi requis afin d'obtenir un litre de jus. Une partie des pommes et des oranges est importée sous forme de concentré.

Tableau 71 - Estimation des volumes de fruits utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE FRUITS EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024 d'après Circana	2024 - ESTIMATION AND		
		Estimation des ventes en volume tous circuits	Coefficients de conversion	Estimation des volumes de fruits correspondants tous circuits
Jus de fruits et nectars	82 848	127 500	86%	110 000
Compotes appertisées	20 331	31 300	93%	29 100
Jus de fruits réfrigérés	4 404	6 800	120%	8 100
Confitures	6 230	9 600	45%	4 300
Sirops	172	300	68%	200
Yaourts	51 254	78 900	3%	2 000
Sorbet crème glacée en vrac	909	1 400	17%	200
TOTAL	166 148	255 800		153 900

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

3.8.2 L'UTILISATION DE FARINE SOUS FORME DE PAI

La farine est une matière première de base pour de nombreux opérateurs : la panification et la biscuiterie sont les principaux utilisateurs, avec, dans une moindre mesure, l'épicerie et les produits traiteurs. Notre recensement ne prend en compte que les produits issus de l'industrie : les volumes utilisés par la boulangerie artisanale n'y sont pas comptés, pas plus que les produits de boulangerie cuits sur place par les GMS. La consommation apparente de farine à travers les produits transformés (hors pain frais) est estimée à **47 400 tonnes** en 2024 tous circuits confondus. Bien évidemment, le pain et la biscuiterie sont les principaux utilisateurs.

Tableau 72 - Estimation des volumes de farine utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE FARINE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024 d'après Circana	2024- ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de farine correspondants tous circuits
Biscuits salés et sucrés	10 427	56%	16 800	9 400
Panification sèche	10 267	80%	16 600	13 300
Pâtisserie industrielle	7 442	50%	12 000	6 000
Pains de mie / Panification fraîche	10 480	91%	16 900	15 400
Pâtes ménagères	2 340	70%	3 800	2 700
Pizzas surgelés et fraîches	1268	28%	2 000	600
Farine utilisée comme PAI	35 756		68 100	47 400
Farine vendue en sachet	20 614	100%	33 492	33 500
Total	56 370		101 592	80 900

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

3.8.3 L'UTILISATION DU SUCRE SOUS FORME DE PAI

Le sucre fait partie des PAI les plus employés dans l'industrie alimentaire et couvrant un nombre important de produits alimentaires. La consommation apparente de sucre biologique à travers les produits transformés est estimée à **31 700 tonnes** en 2024 tous circuits confondus. Le sucre est employé dans une très grande variété de produits : épicerie sucrée, boissons, produits laitiers.

Tableau 73 - Estimation des volumes de sucre utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE SUCRE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024 d'après Circana	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de sucre correspondants tous circuits
Pâtes à tartiner	9 565	44%	14 900	6 600
Biscuiterie sucrée	8 789	20%	13 700	2 700
Confiture	6 231	40%	9 700	3 900
Yaourts	51 245	4%	80 100	2 900
Céréales	25 412	7%	39 700	2 800
Sirops	1 712	75%	2 700	2 000
Jus de fruit	87 251	2%	136 300	2 200
Tablettes de chocolat	6 223	25%	9 700	2 400
BRSA gazeuses	9 912	6%	15 500	1 000
Panification préemballée	10 480	6%	16 400	900
Panification sèche	10 227	4%	16 000	600
Viennoiserie industrielle	4 471	7%	7 000	500
Surgelés sucrés	1 911	15%	3 000	500
Sauces tomate	13 761	4%	21 500	900
Desserts frais	6 675	4%	10 400	400
Ketchups	1 434	16%	2 200	300
Petits déjeuners chocolatés	635	23%	1 000	200
Desserts ambiants	500	20%	800	200
Spécialités de confiseries de sucre	58	60%	100	100
Bonbons et sucettes	201	51%	300	200
Soupes et potages	13 255	1%	20 700	100
Compote de fruits appertisée	20 331	1%	31 800	200
Barres céréalières	192	24%	300	100
TOTAL	280 905		438 900	31 700

Source : AND I à partir de données Circana et enquêtes

La consommation de sucre en morceaux ou en poudre est estimée à 8 700 t, soit 19 % d'un marché total estimé à 41 500 t, la vente de sucre à travers celle de produits transformés représentant 81%. Il s'agit de la matière première la plus mobilisée par l'industrie agro-alimentaire par rapport à son marché global. L'ensemble des produits destinés au petit déjeuner (pâte à tartiner, confiture, céréales prêtes à consommer, déjeuner chocolatés, purées de fruits) s'impose comme la catégorie alimentaire sollicitant la quantité de sucre sous forme de PAI la plus importante. 38% des volumes y sont en effet associés, tandis que les boissons (sirops, BRSA, et jus de fruits) représentent 19% des volumes. Les industries de la farine (biscuiterie, panification fine, barres

céréalières, panification sèche) s’approvisionnent en sucre dans des proportions équivalentes à celles des boissons. Enfin, les produits laitiers sucrés (yaourts, desserts et desserts frais) représentent 11 % des volumes.

3.8.4 L’UTILISATION DES LEGUMES SOUS FORME DE PAI

Les légumes sous forme de PAI représentent **32 600 tonnes**, tous circuits réunis. La fabrication de soupe met en œuvre une large palette de légumes : on compte parmi eux les tomates, mais aussi des flocons de pomme de terre et des préparations de différents légumes d’hiver (courges, poireaux, carottes). La tomate est le principal légume valorisé sous forme de PAI, sous forme de concentré ou de sauce. En 2021, 18 275 tonnes de tomates brutes bio ont été mises en œuvre par l’industrie française de transformation de la tomate (source Sonito), pour des fabrications de produits finis et intermédiaires.

Tableau 74 - Estimation des volumes de légumes utilisés par l’industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE LEGUMES EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de légumes correspondants tous circuits
Soupes et potages et soupes fraîches	14 358	30%	51 300	15 400
Légumes secs appertisés	4 537	90%	16 200	14 600
Plats cuisinés	4 813	18%	7 000	1 300
Ketchups	1 435	20%	5 100	1 000
Pizzas	1 268	18%	1 800	300
TOTAL	26 411		81 400	32 600

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

3.8.5 L’UTILISATION DE SEMOULE SOUS FORME DE PAI

La principale utilisation de la semoule est la fabrication de pâtes alimentaires sèches ou fraîches. Près des deux tiers des pâtes alimentaires consommées en France (bio et conventionnelles) sont importés, majoritairement d’Italie et d’Espagne ; d’après les chiffres clé 2024 du SIFPAF/CFSI, seulement 35% des 573 061 t de pâtes consommées dans l’hexagone sont fabriquées localement. La consommation apparente de semoule biologique à travers les produits transformés est estimée à 17 700 tonnes dont près de 11 500 pour les pâtes.

Tableau 75 - Estimation des volumes de semoule utilisés par l’industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE SEMOULE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024 d'après Circana	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de semoule correspondants tous circuits
Pâtes alimentaires	21 997	27%	34 400	9 200
Semoules et céréales d'accompagnement	9 340	38%	14 600	5 500
Pâtes fraîches	2 671	55%	4 200	2 300
Plats cuisinés appertisés à base de pâtes et MO	3 633	12%	5 700	700
TOTAL	37 641		58 900	17 700

Source : AND I à partir de données Circana et enquêtes

3.8.6 L'UTILISATION DE VIANDE SOUS FORME DE PAI

Les industries de la charcuterie-salaison et du steak haché sont celles qui utilisent le plus massivement de la viande : elles cumulent 69 % des volumes totaux de viande sous forme de PAI, soit près de **10 400 tonnes**, tous circuits confondus.

Tableau 76 - Estimation des volumes de viandes biologiques utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE VIANDE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de viande correspondants tous circuits
Charcuterie	5 325	53%	10 300	5 400
Viandes hachées	2 560	100%	5 000	5 000
Viandes surgelées	823	98%	1 600	1 600
Plats cuisinés	4 813	16%	9 300	1 500
Viande élaborées fraîches	92	99%	200	200
Saucisses fraîches	299	80%	600	500
Saucisserie	266	80%	500	400
Produits élaborés volaille	320	40%	600	200
Pizzas fraîches et surgelées	1 268	8%	2 500	200
TOTAL	15 766		30 600	15 000

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

3.8.7 L'UTILISATION D'HUILE SOUS FORME DE PAI

La consommation d'huiles biologiques via celle de produits agro-alimentaires est estimée à **10 610 tonnes** tous circuits confondus en 2024. Le principal débouché est constitué par les pâtes à tartiner, qui emploient des huiles de tournesol (alors que le produit de référence conventionnel utilise de l'huile de palme). Dans le secteur non-bio, les frites surgelées, la margarine, les chips et les sauces froides constituent les principaux débouchés alimentaires industriels de l'huile végétale, mais ces gammes sont peu développées dans la filière bio. C'est pourquoi l'utilisation comme PAI est moins importante que la vente en bouteille dans les filières bio.

Tableau 77 - Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agro-alimentaires en tonnes en 2024

CONSOMMATION D'HUILE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024	2024 - ESTIMATION AND		
		Estimation des ventes en volume tous circuits	Coefficients de conversion	Estimation des volumes d'huile correspondants tous circuits
Total conserves	34 456	5 100		1 080
<i>Conserves salades de légumes</i>	45	100	7%	-
<i>Conserves de poissons</i>	3 081	5 000	20%	1 000
<i>Conserves de viande</i>	277	400	20%	80
Pâte à tartiner	9 565	15 400	17%	2 620
Plats cuisinés	4 813	7 800	4%	310
Soupes fraîches	1 102	1 800		
Margarine	1 729	2 800	58%	1 620
Biscuiterie sucrée & salée	10 428	16 800	7%	1 090
Total sauces	14 748	23 800	0%	1 480
<i>Sauces herbes</i>	86	100	78%	80
<i>Sauce fraîche</i>	115	200	78%	160
<i>Sauces tomates</i>	13 761	22 200	3%	
<i>Vinaigrette</i>	298	500	78%	390
<i>Sauce froide</i>	217	400	3%	10
<i>Sauce chaude</i>	271	400	3%	10
Pâte ménagère	2 340	3 800	12%	460
Viennoiseries	4 471	7 200	10%	720
Potage	13 255	21 400	3%	640
Chips	414	700	35%	250
Panification sèche et fraîche	20 747	33 500	1%	340
TOTAL	95 200	130 500		10 610

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

3.8.8 L'UTILISATION D'ŒUFS SOUS FORME DE PAI

Toutes les utilisations d'œuf ne sont pas comptabilisées ici (sauces, produits traiteurs...), faute de données assez détaillées. L'analyse se concentre seulement sur les pâtes alimentaires et la biscuiterie. La consommation d'œufs à travers la production industrielle ne s'élève alors qu'à peine à **2 400 tonnes** selon nos résultats, un volume faible par rapport aux 2,2 millions tonnes des œufs frais bio vendus dans l'ensemble des circuits en 2024.

Tableau 78 - Estimation des volumes d'œuf utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION D'ŒUFS EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de beurre correspondants tous circuits
Biscuits sucrés	10 427	7%	16 300	1 100
Pâtes fraîches	2 671	8%	4 200	300
Pâtes sèches	21 997	3%	34 400	1 000
TOTAL	35 095		54 900	2 400

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

3.8.9 L'UTILISATION DU BEURRE SOUS FORME DE PAI

La principale utilisation de beurre en agro-alimentaire demeure le secteur de la viennoiserie. Les huiles végétales sont en effet préférées au beurre en tant que matières grasses en biscuiterie bio, dont les produits phares sont souvent diététiques. L'utilisation de beurre à travers la consommation de produits industriels est estimée à **2 300 tonnes**, ce qui représente 16% des ventes totales du marché du beurre bio sur l'ensemble des circuits de distribution.

Tableau 79 – Estimation des volumes de beurre utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE BEURRE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de beurre correspondants tous circuits
Viennoiserie industrielle	4 471	25%	7 200	1 800
Pâtes ménagères	2 340	2%	3 800	200
Biscuits secs	2 446	1%	3 900	-
Pâtisserie industrielle	7 442	3%	12 000	300
TOTAL	16 699		26 900	2 300

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

3.8.10 L'UTILISATION DE MALT SOUS FORME DE PAI

La consommation de malt en tant que PAI est exclusivement reliée à la production de bière. La consommation de malt biologique est estimée à **7 800 tonnes** tous circuits confondus.

Tableau 80 - Estimation des volumes de malt utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes

CONSOMMATION DE MALT EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2024	2024 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de malt correspondants tous circuits
Bières et panaches	26 129	18%	42 800	7 800

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

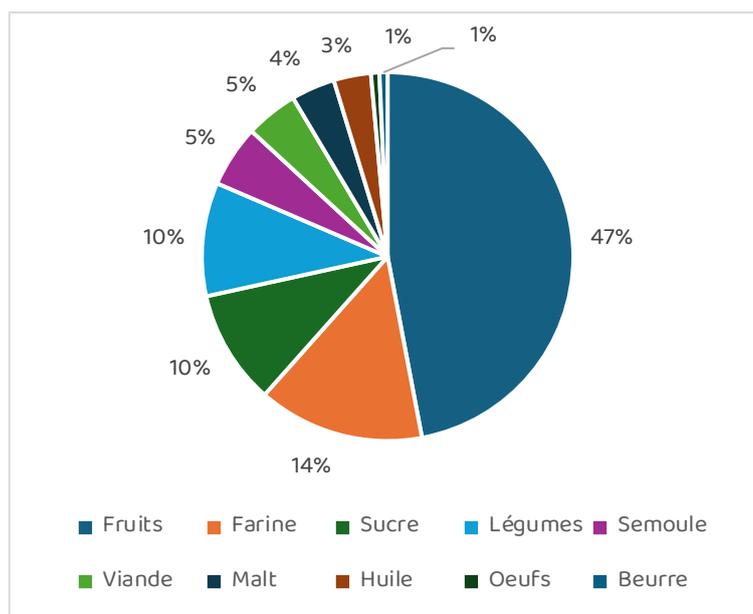
3.8.11 SYNTHÈSE

Le volume total de PAI bio mis en œuvre dans les industries de transformation est estimé à près de **327 210 t** en 2024. Les fruits représentent près de 54% des volumes de l'ensemble des PAI utilisés dans l'agro-alimentaire.

Le changement de paneliste (Circana vs NielsenIQ) a conduit à une évolution du périmètre étudié.

Tableau 81 - Estimation des volumes des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire

En tonnes	Consommation apparente éq PAI tous circuits en 2024
Fruits	153 900
Farine	47 400
Sucre	32 800
Légumes	32 600
Semoule	17 700
Viande	15 000
Malt	12 500
Huile	10 610
Œufs	2 400
Beurre	2 300
TOTAL	327 210



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

3.9 FOCUS SUR LE CIRCUIT DES ARTISANS CAVISTES

Le circuit artisan est composé d'une grande diversité d'acteurs dont le rôle est plus ou moins important selon les catégories de produits. Les ventes de produits biologique au sein de ce circuit sont surtout le fait des familles d'artisans suivantes : boulangeries (pains), boucheries (viande et volailles), détaillants de fruits et légumes et cavistes (vin et bière). Afin d'améliorer la robustesse des estimations des ventes du circuit artisan-détaillant, une enquête téléphonique tournante est prévue chaque année sur chacune de ces quatre familles. En 2025, les cavistes ont été l'objet de cette première enquête.

3.9.1 CONTEXTE ET METHODE

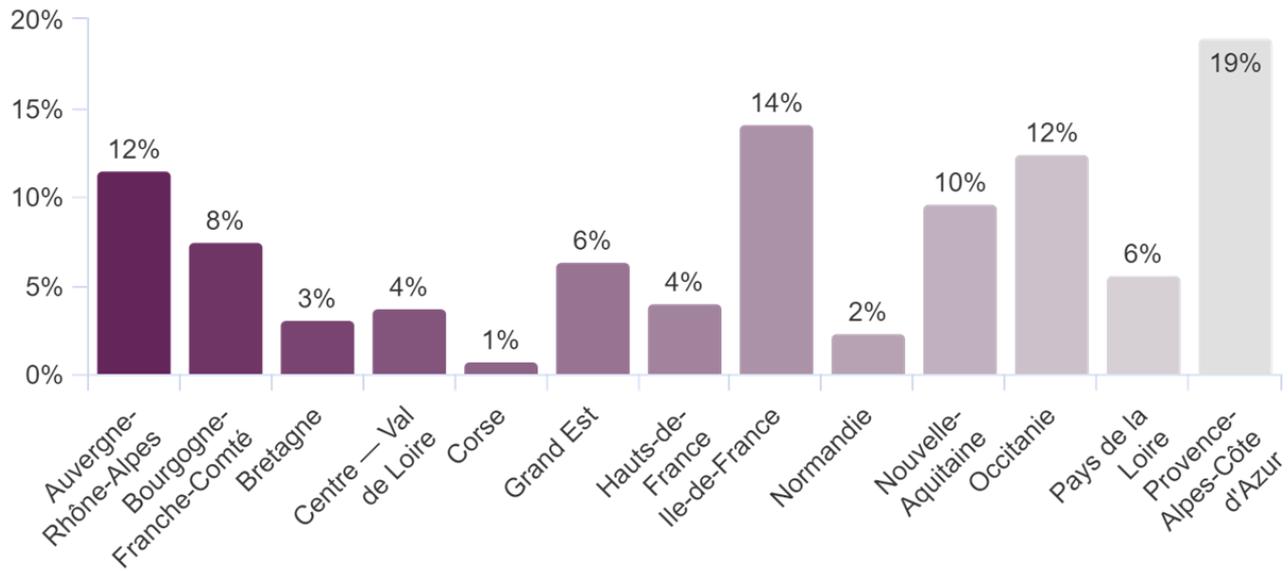
Le réseau caviste repose sur 6 325 entreprises en France, pour un chiffre d'affaires de 2,53 milliards d'euros (INSEE, 2022). Environ 20% des cavistes sont associés à un réseau, dont les principaux sont Nicolas, V&B et Cavavin. Dans le commerce général, les ventes de vin en circuit cavistes sont estimées représenter environ 10% du total des ventes de vin en France (FranceAgriMer, 2023).

Le nombre de cavistes a augmenté de près d'un tiers entre 2015 et 2022 (+32%), avant de reculer légèrement de 2022 à 2024. La construction de l'échantillon d'enquête téléphonique s'est appuyée sur une liste de 1 500 entreprises identifiées toujours en activité avec une stratification départementale générant approximativement 1,49 milliards d'euros de chiffre d'affaires. L'enquête téléphonique a permis de collecter les réponses de 427 entreprises pour un chiffre d'affaires total de 172 millions d'euros, soit 6,8% du secteur.

APPROCHE METHODOLOGIQUE ET ECHANTILLON

L'échantillonnage a été fait à partir de la base de Societe.com, sur tous les cavistes en activité depuis 2018. L'enquête téléphonique a été réalisée par IDDEM auprès de 427 répondants sur les mois de février et avril 2025. La répartition des cavistes interrogés est présentée ci-dessous, quatre régions concentrant plus des deux tiers des réponses : Provence-Alpes-Côte d'Azur, Ile-de-France, Auvergne Rhône-Alpes et Occitanie.

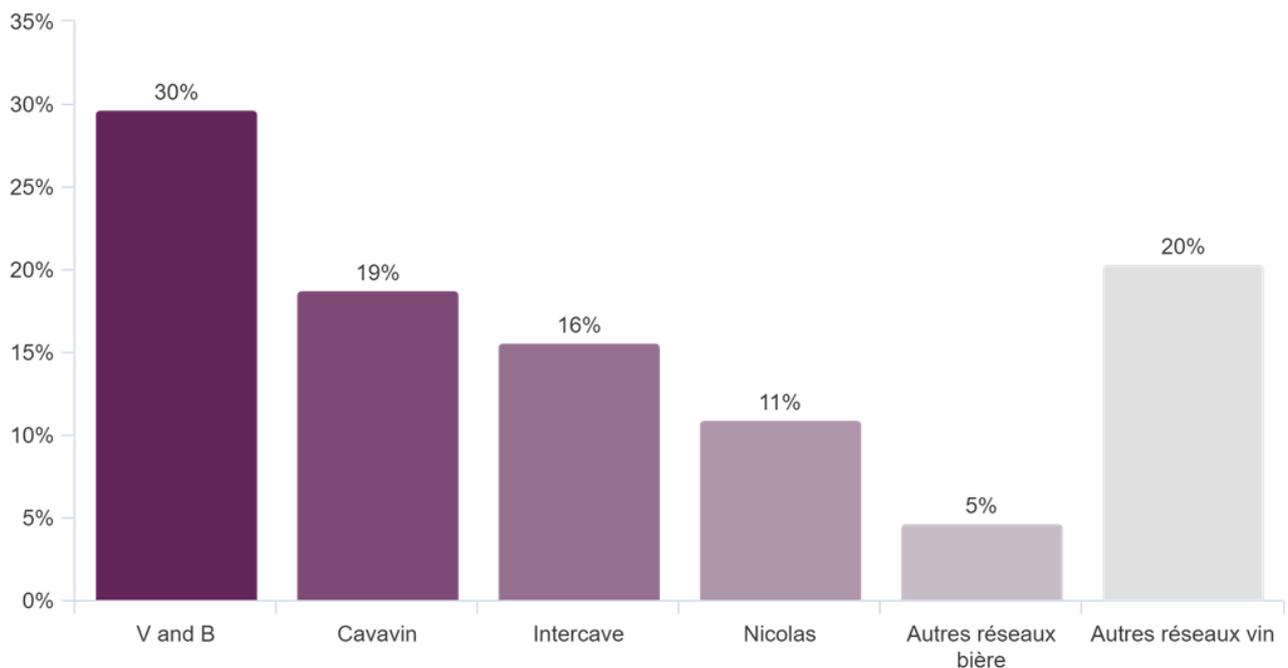
Figure 22: Répartition des répondants par région (427 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

Ils sont **15% à faire partie d'un réseau**, parmi lesquels majoritairement V and B (30% des interrogés en réseau), Cavavin (19%) et Intercave (16%) ce qui est un peu en deçà des estimations nationales (environ 20% à 30% des cavistes font partie d'un réseau).

Figure 2 : Répartition des répondants par réseau (66 répondants)

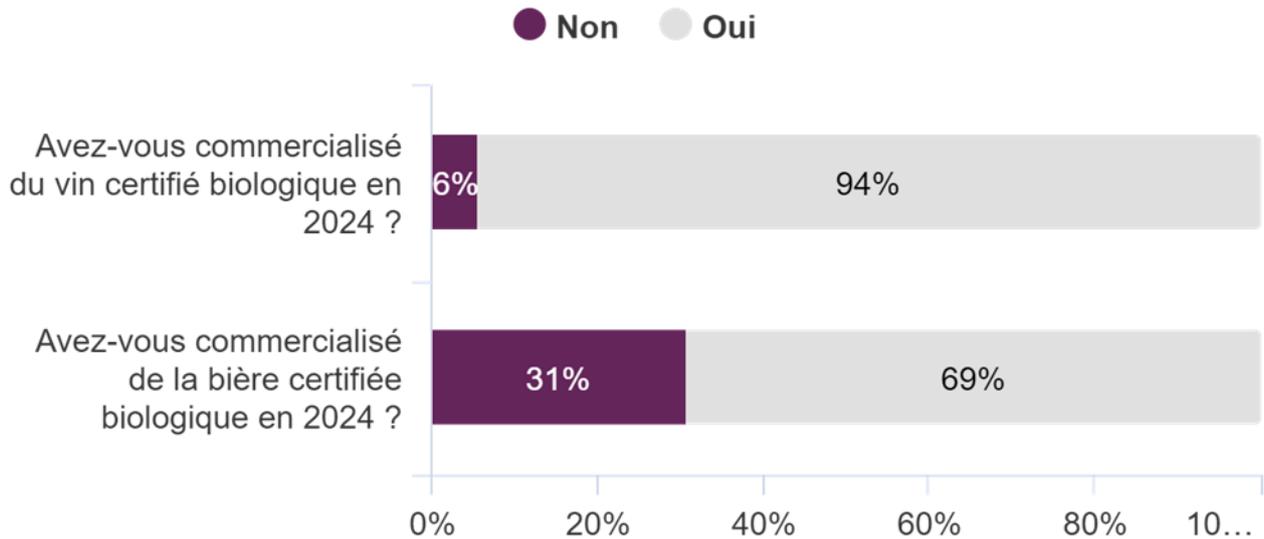


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

3.9.2 RESULTATS GENERAUX

L'offre de vin bio est très répandue chez les cavistes, plus que celle de bière bio : en 2024, la quasi-totalité des cavistes interrogés (94%) avaient commercialisé du vin bio, mais seulement plus des deux tiers (69%) de la bière biologique.

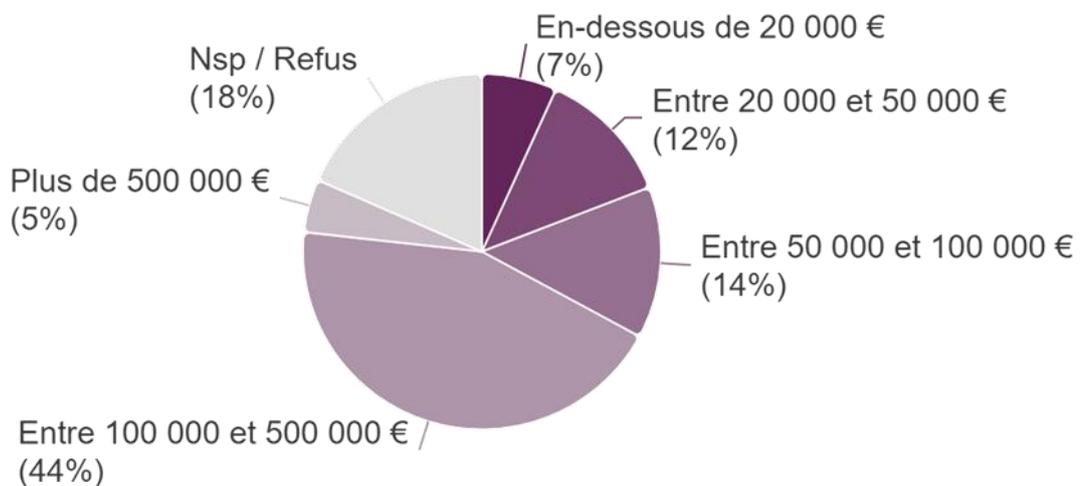
Figure 3 : Commercialisation de vin ou de bière bio par caviste (427 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

Le chiffre d'affaires lié aux ventes de produits biologique est supérieur à 100 000 € pour la moitié des cavistes interrogés.

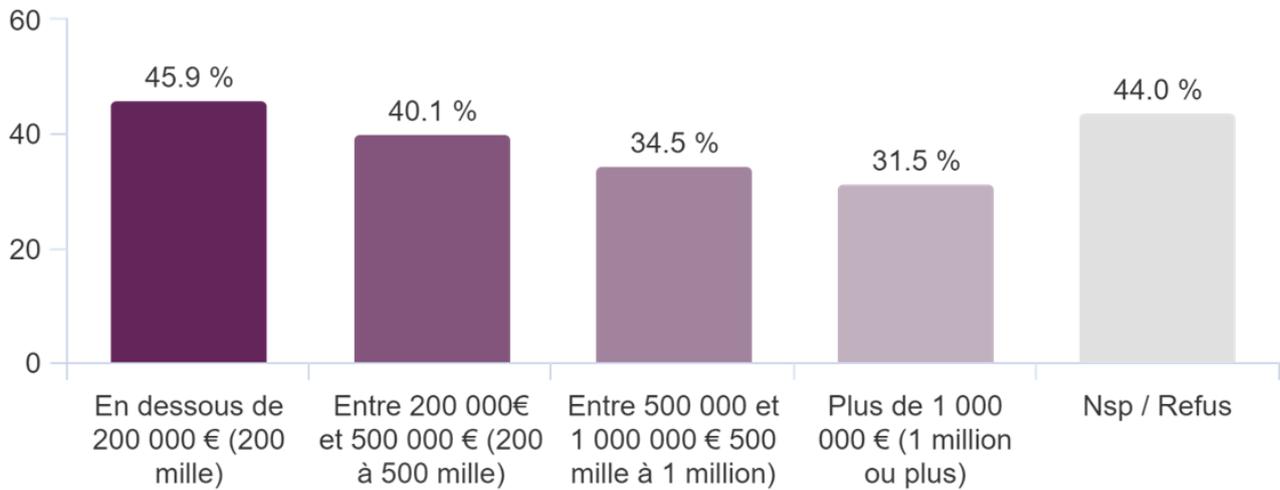
Figure 4 : Répartition des cavistes par chiffre d'affaires des ventes bio (423 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

La moyenne de chiffre d'affaires bio par caviste est estimée à environ **140 K€/an**. Une grande proportion d'entre eux, 44%, réalise un chiffre d'affaires supérieur ou égal à la moyenne. La proportion de bio vendue tend à être légèrement supérieure pour les négoce de plus petite taille.

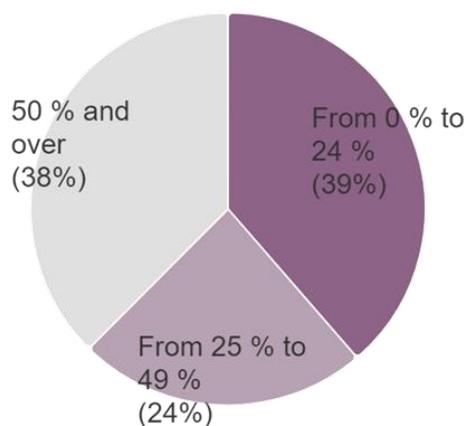
Figure 5 : Part moyenne des ventes de produits biologiques (vins et bières) commercialisés en 2024 par un magasin en % du chiffre d'affaires, par catégorie de chiffre d'affaires total (363 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

La proportion des ventes bio dans les ventes totales est très variable d'un commerce à l'autre. Le chiffre d'affaires bio représente **plus de 50% du chiffre d'affaires pour 38% des cavistes interrogés**. Une proportion équivalente de cavistes réalise en revanche moins de 25% de son chiffre d'affaires avec les ventes bio.

Figure 6 : Répartition des cavistes selon la part du bio dans le chiffre d'affaires 2024 (363 répondants)

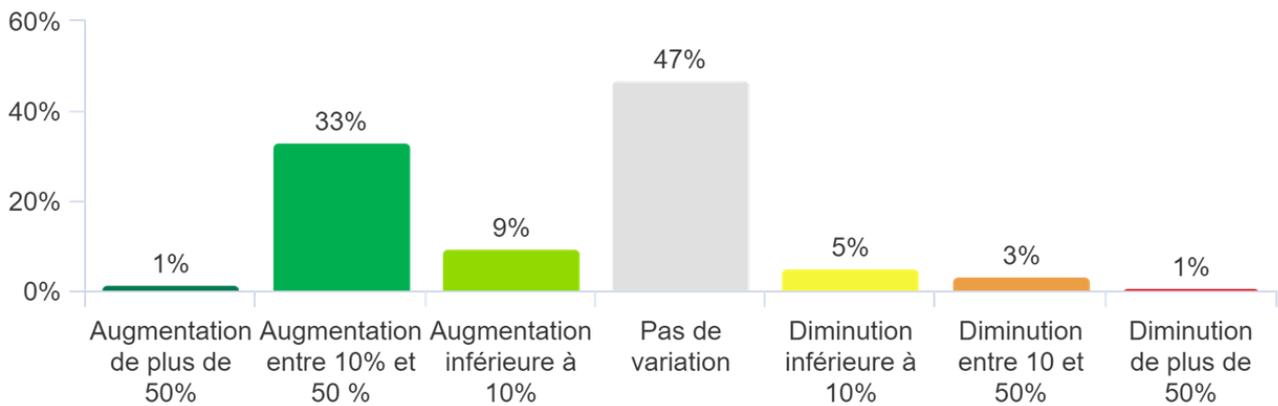


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

3.9.3 EVOLUTION DES VENTES DE VIN BIO

Presque la moitié des cavistes interrogés déclarent n'avoir pas observé d'évolution de leurs ventes de vin bio entre 2023 et 2024. Un tiers estime que leurs volumes de ventes vins biologiques ont progressé entre 10% et 50%. La proportion de cavistes ayant vu leurs ventes de vin bio diminuer (toutes proportions confondues) demeure faible : 9% des répondants. Au sein de toutes les catégories de taille de commerce, et quelle que soit l'appartenance à un réseau, la vente de vin bio est, en moyenne, en hausse.

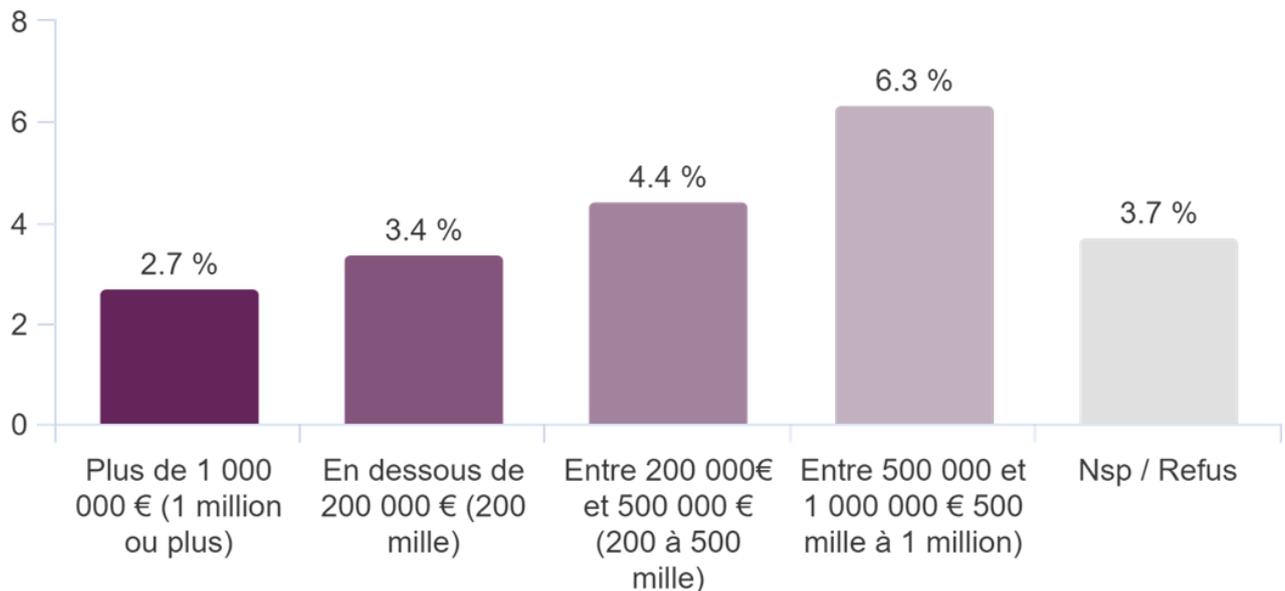
Figure 7 : Évolution des ventes de vin bio entre 2023 et 2024, en valeur (363 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

Seuls 8% des cavistes considèrent que les ventes de vin bio sont plutôt en baisse.

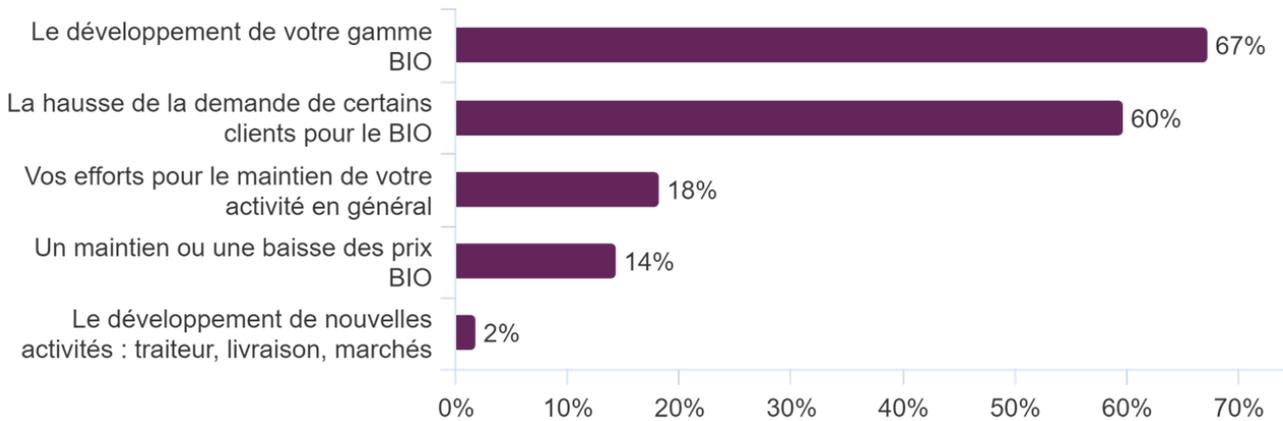
Figure 8 : Evolution moyenne des ventes de vin bio entre 2023 et 2024, en valeur, par catégorie de chiffre d'affaires total (363 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

Cette hausse des ventes de vin bio est poussée par la demande des consommateurs et la croissance du nombre de producteurs en bio, et permise par la qualité, la diversité et le maintien des prix des vins bio.

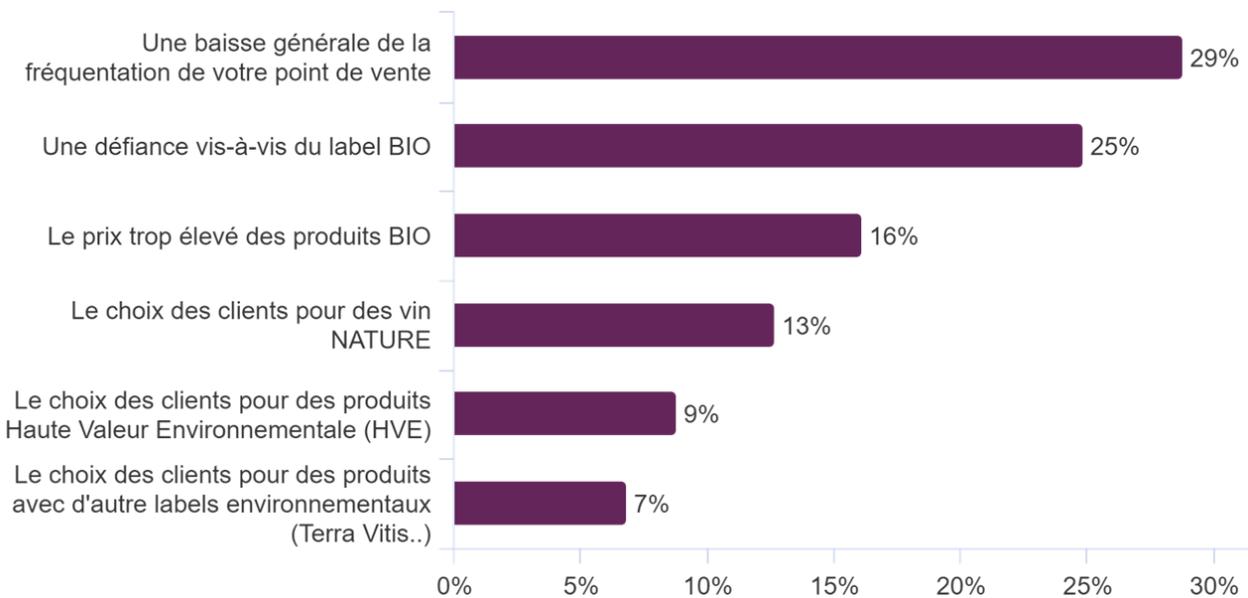
Figure 9 : Explications de la hausse des ventes de vin bio entre 2023 et 2024 (160 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

Les freins à la commercialisation de vins bios sont la concurrence d'autres labels ou de la production locale, et la baisse généralisée de consommation de vin. L'indifférence ou la fidélité de certains clients à l'égard du bio contribue à la baisse ou au maintien des ventes. Ces différentes raisons poussent de nombreux commerçants à ne pas faire évoluer leur gamme de produits bio. 29% des cavistes invoquent la concurrence d'autres labels (Nature, HVE, biodynamie, etc), comme facteur limitant la croissance ou provoquant la baisse des ventes de vin bio.

Figure 10 : Explications de la baisse ou la stabilité des ventes de vin bio entre 2023 et 2024 (204 répondants)

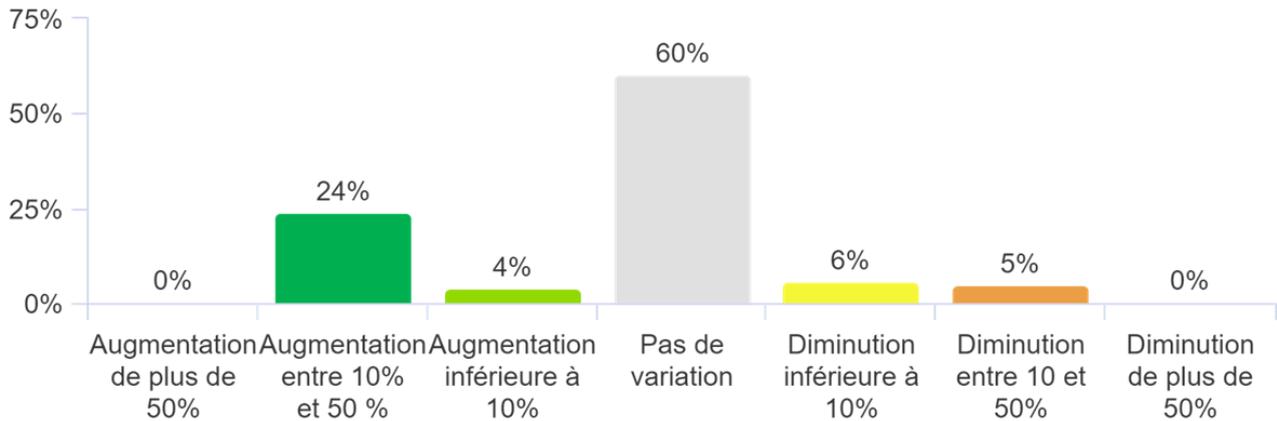


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

3.9.4 EVOLUTION DES VENTES DE BIÈRE BIO EN CIRCUIT CAVISTE

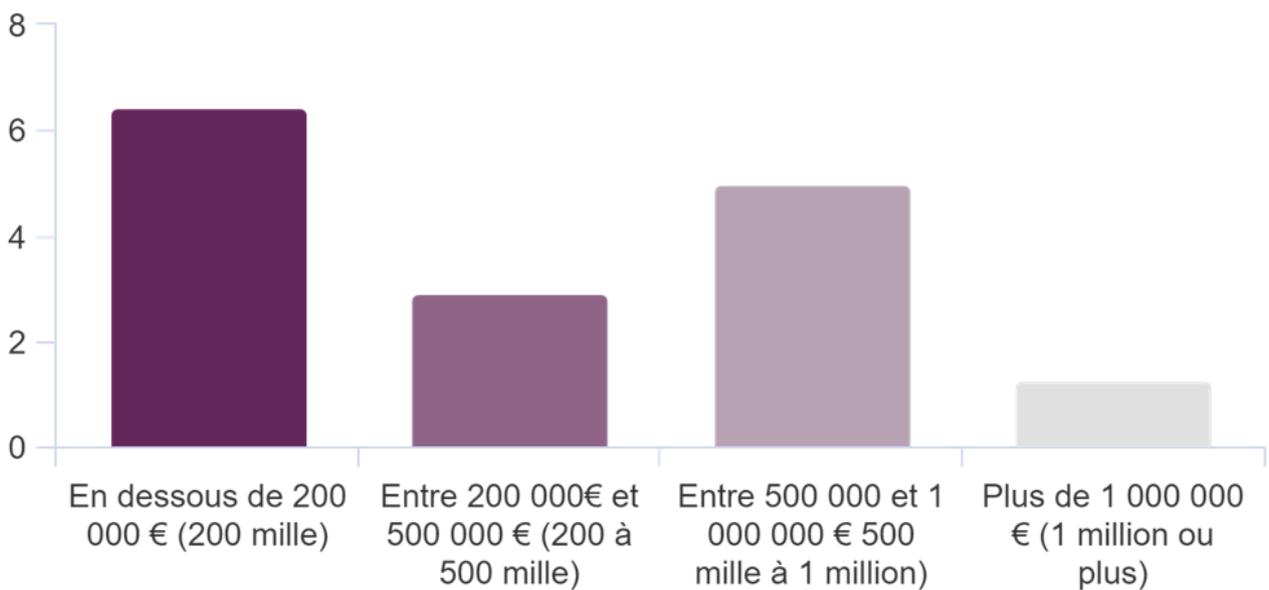
La vente de bière biologique a augmenté, en moyenne pondérée, de 3,1% en valeur entre 2023 et 2024. Elle est en légère hausse dans un quart des magasins, indépendamment de leur taille ou de leur appartenance à un réseau. La grande majorité (60%) ne constate pas de variation. 10% des cavistes considèrent que les ventes de bière bio sont en baisse, soit une plus grande proportion que pour le vin bio (9%).

Figure 11 : Variation des ventes de bière bio entre 2023 et 2024, en valeur (296 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

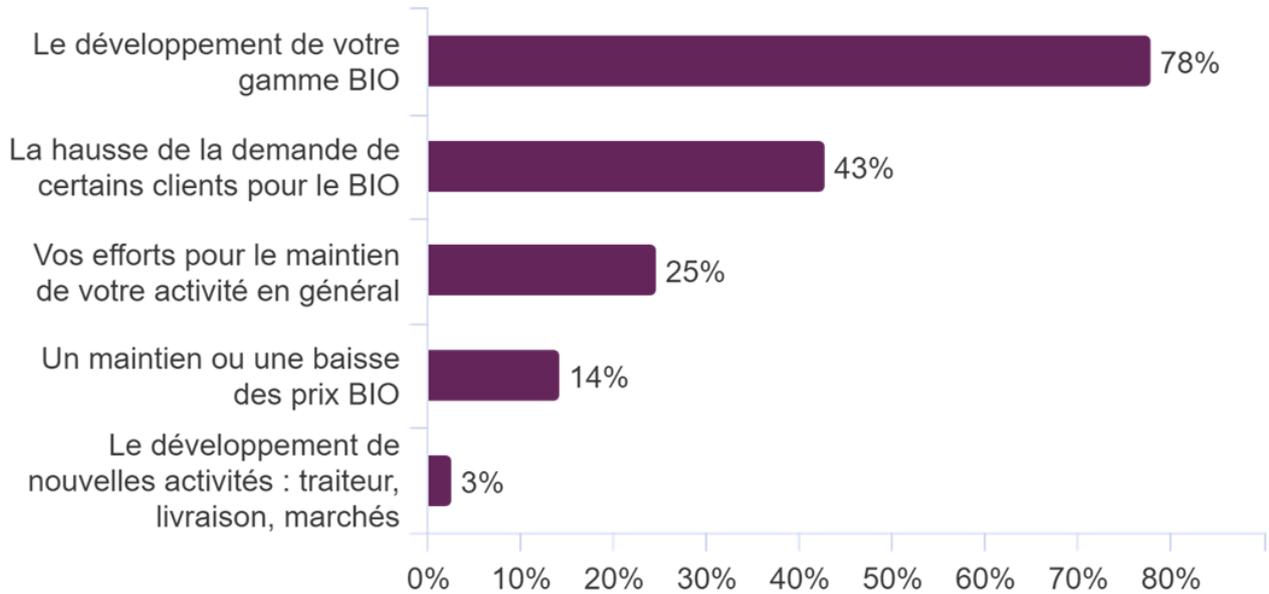
Figure 12 : Évolution moyenne des ventes de bière bio entre 2023 et 2024, en valeur, par catégorie de chiffre d'affaires total (296 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

La hausse des ventes de bière bio a bénéficié du développement de la gamme de bière bio par les commerçants, expliquée par la diversité des petits brasseurs, bio et locaux et les efforts généraux pour le maintien de l'activité

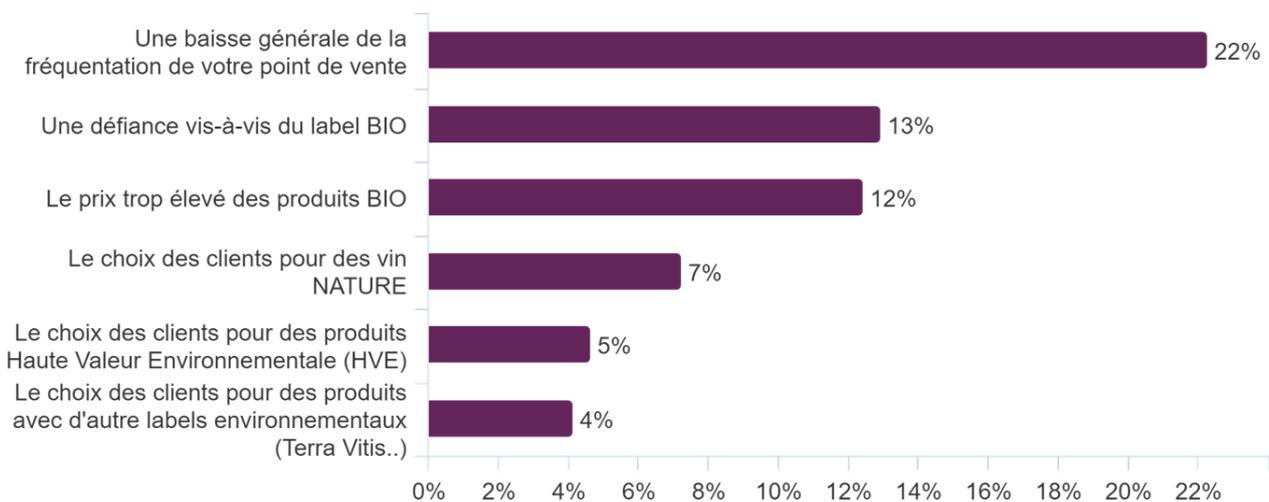
Figure 13 : Explications de la hausse des ventes de bière bio entre 2023 et 2024 (77 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

13% des répondants expliquent cette hausse par le report de la consommation de vin vers la bière. Les freins à la commercialisation de bière bio sont la baisse de fréquentation du point de vente, de l'offre de bière bio, et la baisse généralisée de consommation de bière. La défiance ou la fidélité de certains clients à l'égard du bio contribue à la baisse ou au maintien des ventes. Ces différentes raisons peuvent conduire le commerçant à limiter sa gamme bio. La proposition de bière bio issue de brasseries locales peut dans d'autres cas permettre de maintenir la vente bio. 16% des cavistes invoquent la concurrence d'autres labels (Nature, HVE, etc), comme facteur limitant la croissance ou provoquant la baisse des ventes de bière bio.

Figure 14 : Explications de la baisse ou la stabilité des ventes de bière bio entre 2023 et 2024 (194 répondants)

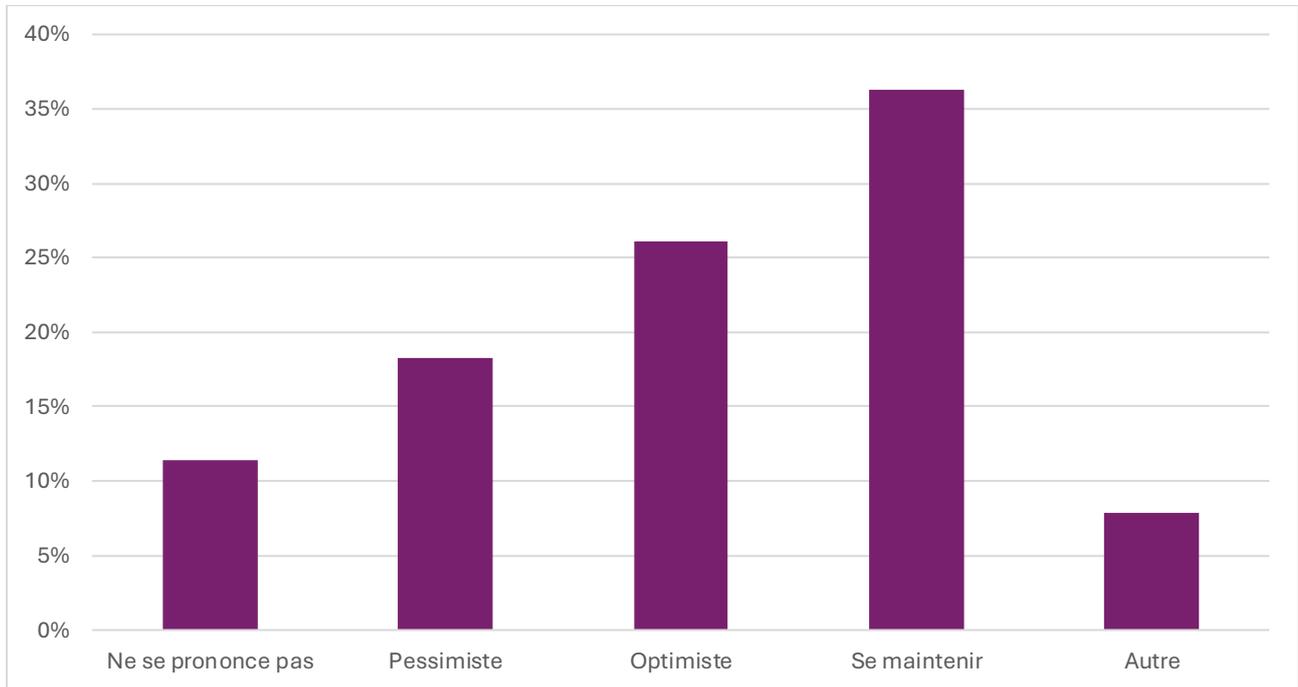


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

3.9.5 PERSPECTIVES DES VENTES DE VIN ET DE BIÈRE EN 2025

Un maintien du niveau de vente, tant global que bio, est attendu par la majorité des interrogés. Un quart des sondés se montrent optimistes quand à l'évolution de leur activité en 2025.

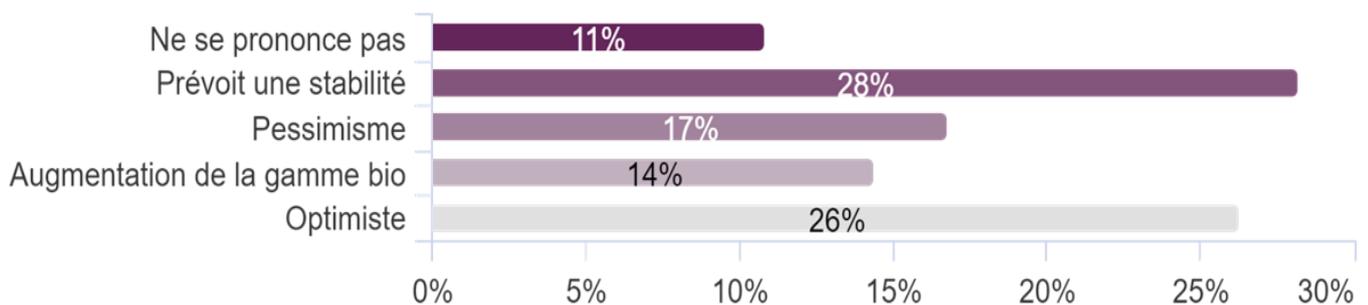
Figure 15 : Perspectives d'évolution pour 2025 pour l'ensemble de l'activité (372 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

Un quart des sondés prévoit une évolution à la hausse de leurs ventes bio, auxquels s'ajoutent 14% des interrogés qui visent une croissance avec une augmentation de la gamme bio. Ceci est observé indifféremment de la part du bio dans le chiffre d'affaires ou la taille du magasin. Ces derniers sont représentés surtout en Occitanie, Nouvelle-Aquitaine et Provence-Alpes-Côtes-d'Azur. Les prévisions pessimistes sont majoritairement émises en Ile de France, qui représente 20% des avis négatifs.

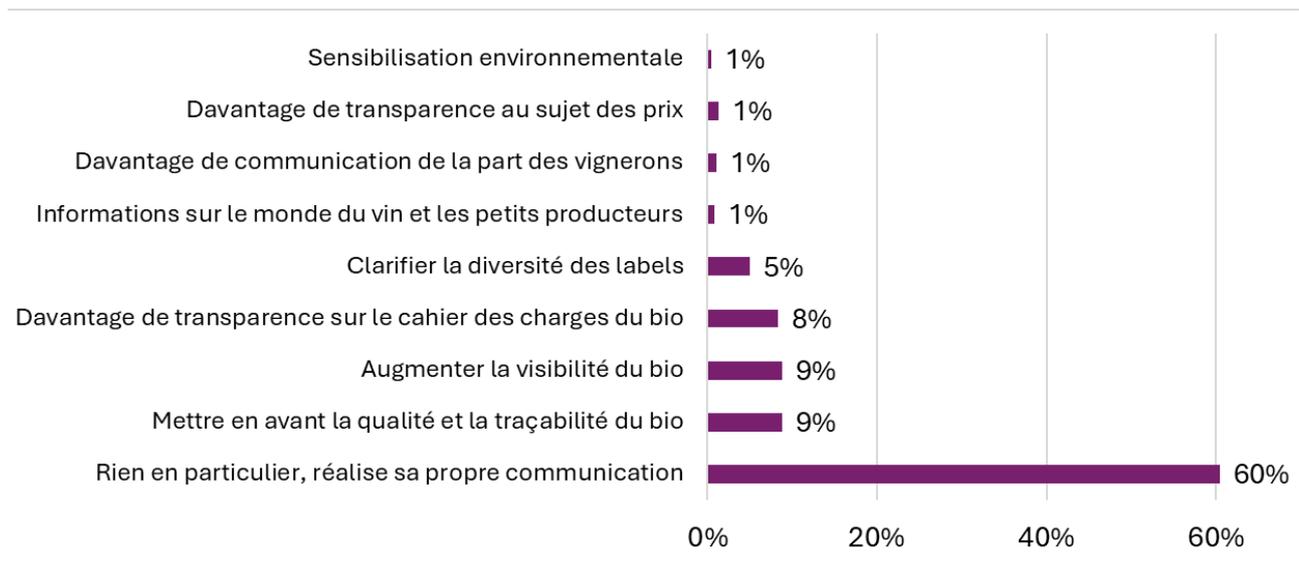
Figure 16 : Perspectives d'évolution pour 2025 pour le bio (372 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

La majorité des interrogés mise sur leur propre communication en matière de bio, même si certaines attentes ont été relevées : davantage de communication de la part des vignerons, de visibilité de la bio dans les médias, et de transparence sur le cahier des charges bio. Cette transparence du cahier des charges permettrait de valoriser le bio dans la diversité des labels existants (vins nature, HVE, biodynamie, etc), qui le concurrencent. Des campagnes de communication valorisant la bio seraient appréciées par 9% des interrogés, ainsi qu'un soutien de la consommation alcoolisée, en réaction à la baisse générale de fréquentation des cavistes.

Figure 17 : Attentes des cavistes en matière de communication et d'information sur le vin et la bière bio (372 répondants)



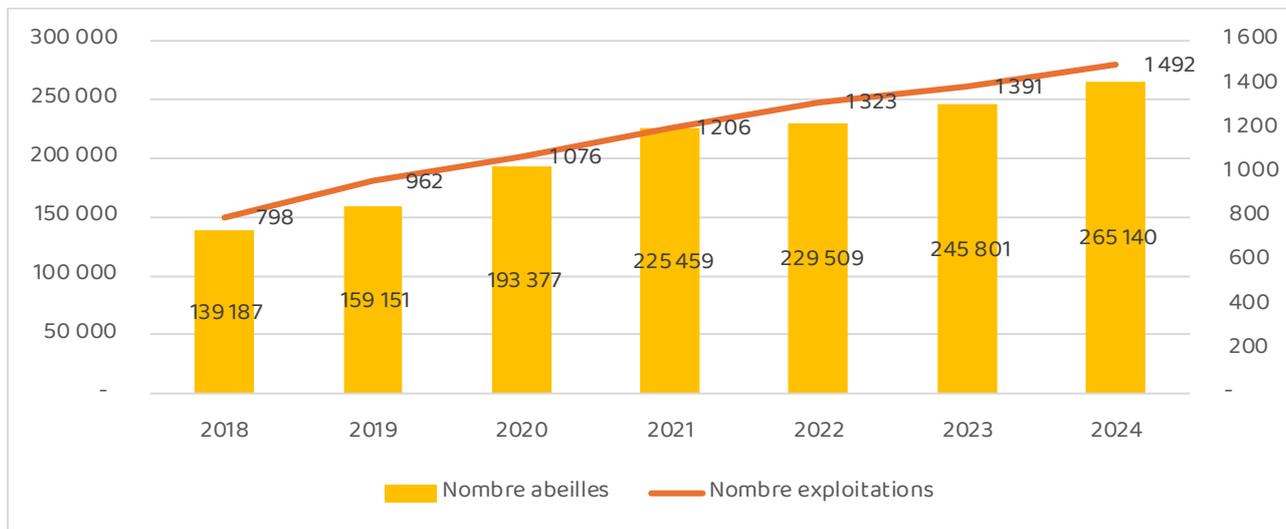
Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2025 (n= 427)

3.10 FOCUS APICULTURE

3.10.1 PRODUCTION

La production française de miel biologique est le fait de 1492 producteurs (+8%) pour un total de 265 140 ruches (+7%) en 2024.

Figure 23 : Evolution du nombre de ruches et du nombre d'apiculteurs biologiques et/ou en conversion



Source : Agence Bio

En 2023, la production de miel biologique s'établissait à environ 4500 t d'après FranceAgrimer (Observatoire de la production de miel, 2024). Nous pouvons estimer une production nationale de 4850 t en 2024 sur la base d'un rendement 2024 équivalent à celui de 2023.

3.10.2 IMPORTATIONS PROVENANT DE PAYS TIERS

Les importations en provenance des pays tiers sont relativement limitées. Celles-ci ont atteint 204 tonnes en 2023 et 160 tonnes en 2024.

3.10.3 CONSOMMATION

La consommation de miel a pu être estimée en volume pour 2023 à partir des données Circana et de l'observatoire de FranceAgriMer. Le marché du miel biologique s'élèverait à près de 6 080 tonnes pour une valeur total d'environ 85 M EUR au stade détail consommateur. La part de la vente directe, l'image du marché général du miel, serait particulièrement important avec près de 30% des parts de marché en valeur.

Figure 24 : Estimation des ventes de miel biologiques par circuit en volume et en valeur en 2023

Ventes 2023 au stade de détail	Volume		Valeur	
	En tonnes	Part de marché en %	En M EUR	Part de marché en %
GMS	2 984	49%	39,9	47%
Magasins spécialisés biologiques	1 020	17%	13,6	16%
Artisans	420	7%	5,62	7%
Vente directe	1 660	27%	25,9	30%
Total	6 080	100%	85,1	100%

Source : AND-International pour Agence BIO d'après Circana, FranceAgriMer, enquête vente directe

4 ANNEXES

4.1 ANNEXE 1: TAUX D'EVOLUTION PAR COUPLE CIRCUIT/PRODUIT

Tableau 82 -Taux d'évolution des produits ventilés par circuit et famille de produits en valeur

Évolution en valeur au stade détail TTC en %	Croissance	Croissance	Croissance	Croissance	Croissance
	GMS	BIO	artisan	Vente directe	Total
Fruits	-2,2%	5,0%	-10,0%	8,0%	2,7%
Légumes	-1,8%	15,0%	-10,0%	10,0%	8,8%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	-2,0%	9,9%	-10,0%	9,4%	5,9%
Lait	-7,4%	4,9%	0,0%	5,0%	-4,9%
Produits laitiers	-7,6%	5,7%	0,0%	5,0%	-2,1%
Œufs	-1,0%	8,7%	0,0%	4,0%	2,2%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	-5,3%	6,9%	0,0%	4,8%	-1,2%
Viande bovine	-9,0%	7,4%	-5,0%	-1,0%	-5,2%
Viande porcine	-24,0%	-5,0%	-27,0%	2,0%	-14,5%
Viande agneau	-1,0%	0,0%	1,0%	-6,0%	-1,3%
Volaille	-9,0%	4,0%	-9,0%	1,0%	-3,6%
Charcuterie salaison	-14,0%	6,4%	-10,0%	-10,0%	-7,3%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	-11,2%	4,3%	-6,9%	-0,3%	-5,9%
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	-7,0%	6,2%	-6,2%	2,5%	-2,8%
Produits de la mer frais et transformés	-14,0%	-4,9%	-14,0%	-4,0%	-13,1%
Traiteur	-14,1%	0,2%	0,0%	10,0%	-7,2%
Surgelés (yc viande et mer)	-5,0%	11,4%	0,0%	0,0%	-3,6%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	-10,3%	0,9%	-8,4%	-1,1%	-7,3%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	-2,9%	6,2%	1,0%	0,0%	1,5%
Épicerie Sucrée	-4,7%	5,3%	10,0%	5,0%	-0,8%
Épicerie Salée	-1,4%	8,5%	10,0%	2,0%	2,2%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	-3,1%	6,8%	10,0%	4,3%	0,6%
Boissons Végétales	3,8%	-0,7%	10,0%	-3,0%	1,5%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	-10,4%	-1,6%	10,0%	-3,0%	-8,2%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	-6,9%	-1,1%	10,0%	-3,0%	-4,9%
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	-3,6%	5,8%	10,0%	1,8%	-0,1%
Vins tranquilles et autres	-7,2%	2,4%	13,0%	10,0%	7,7%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	-6,2%	0,0%	13,0%	12,0%	-0,7%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	-7,0%	2,2%	13,0%	10,1%	7,2%

TOTAL GÉNÉRAL	-5,1%	6,5%	6,9%	7,4%	0,8%
----------------------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Source : AND-International pour Agence BIO

[TABLE DES TABLEAUX]

Tableau 1 : Évolution des ventes par circuit en millions d'euros courant TTC au stade détail depuis 2021	4
Tableau 2 – Évolution des parts de marché des différents formats dans la valeur des ventes des aliments bio à poids fixe de la distribution généraliste	7
Tableau 3 -Valeur des ventes par famille de produits de 2022 à 2024, parts de marché pour chaque famille de produits et évolution en valeur	13
Tableau 4 – Profil de gamme des circuits en 2024 en % de la valeur des ventes et principales familles (en vert)	15
Tableau 5 - Les circuits de distribution des gammes en 2024 en valeur et premiers circuits (en vert)	16
Tableau 6 – Valeur des ventes par produits et par circuits	17
Tableau 7 - Évolution des prix au détail et croissance en volume	19
Tableau 8 – Estimation de la valeur des importations 2024 au prix de gros	24
Tableau 9 – Estimation de la valeur des exportations 2024 au prix de gros HT	25
Tableau 10 : Estimation de la valeur des achats de produits alimentaires biologiques dans la restauration hors domicile	27
Tableau 11: Valeur des achats de produits alimentaires biologiques en RHD par famille et par circuit au stade de gros	29
Tableau 12 - Estimation des emplois dans l'aval des filières bio de 2020 à 2024	31
Tableau 13 – Coefficients de consommation par circuit selon les régions administratives	33
Tableau 14 – Valeur de la consommation alimentaire bio par circuit selon les régions administratives	33
Tableau 15 – Valeur de la consommation alimentaire bio par circuit et par habitant selon les régions administratives	34
Tableau 16 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2024 Erreur ! Liaison incorrecte.Source : Agence BIO - AND-International 2020 d'après Circana, NielsenIQ, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO – NB série révisée à partir de 2021 pour la vente directe et les artisans	35
Tableau 17 :Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 30%	37
Tableau 18 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 20% et inférieure à 30%	37
Tableau 19 : Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 15% et inférieure à 20%	38
Tableau 20 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 10% et inférieure à 15%	38
Tableau 21: Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 6% et inférieure à 10%	39
Tableau 22 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 4% et inférieure à 6%	40
Tableau 23 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 2% et inférieure à 4%	41
Tableau 24 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 1% et inférieure à 2%	42
Tableau 25 Familles de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 0,1% et inférieure à 1%	43

Tableau 26 - Bilan pour les principales régions viticoles	50
Tableau 27 - Estimation des ventes de vin bio en 2024 par circuit et type d'acteur en volume (1 000 hl) et valeur (million EUR HT départ chais)	52
Tableau 28 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2024 par circuit en valeur (M EUR TTC au stade de détail)	53
Tableau 29 – Evolution du prix vrac pour l'IGP Pays d'Oc en EUR/hl	53
Tableau 30 - Évolution des transactions vrac entre 2018 et 2023 pour les Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours)	54
Tableau 31 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2022	54
Tableau 32 – Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à l'ensemble de la filière vin en France	55
Tableau 33 – Répartition des ventes en volume sur le marché français – Nombre de bouteilles consommées pour 10 bouteilles vendues	56
Tableau 34 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2024	56
Tableau 35 – Taux de retour de l'enquête directe auprès des viticulteurs	57
Tableau 36 – Représentativité de l'enquête directe auprès des viticulteurs par bassin	58
Tableau 37– Chiffre d'affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio en grande distribution	60
Tableau 38 – Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché et évolutions	62
Tableau 39 – Évolution de la part d'origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2015 à 2024	65
Tableau 40 – Collecte de céréales bio et C2 depuis la campagne 2018/2019 en tonnes	66
Tableau 41 : Déclassements BIO et C2	67
Tableau 42 – Importations et introductions des 4 céréales principales depuis la campagne 2018/2019 en tonnes	68
Tableau 43 – Importations de céréales directement depuis les pays tiers depuis 2018 en tonnes	68
Tableau 44 : Exportations et expéditions des 4 céréales bio principales en tonnes	69
Tableau 45 : Balance exports-imports des 4 céréales bio principales en tonnes	69
Tableau 46 - Utilisations de céréales Bio et C2 par les FAB en années campagne	70
Tableau 47 - Utilisations de céréales Bio en meunerie en année campagne	70
Tableau 48 - Utilisation du blé tendre Bio en meunerie en année civile	70
Tableau 49 – Bilan emploi ressources grains et farine de blé tendre bio en année civile	71
Tableau 50 – Évolution des prix des produits alimentaires composés principalement de farine en GMS	73
Tableau 51 – Collecte d'oléagineux et de protéagineux bio et C2 sur les 6 dernières campagnes en tonnes	73
Tableau 52 : Importations de graines d'oléoprotéagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes	75
Tableau 53 : Importations de tourteaux d'oléagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes	75
Tableau 54 : Importations directes d'huiles bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes	76
Tableau 55 : Consommation de légumes secs bio par les ménages en 2024	77

Tableau 56 : Évolution de la consommation d'huile bio au stade détail en tonnes	77
Tableau 57 : Protéagineux bio mis en œuvre en alimentation animale depuis 2021/2022 en tonnes	78
Tableau 58 – Evolution du cheptel de vaches de laitières certifiées bio et en conversion en nombre de têtes	82
Tableau 59 - Evolution des ventes bio en GMS 2024 selon CIRCANA	82
Tableau 60 – Prix du lait bio longue conservation dans les différents types de GMS selon Circana	86
Tableau 61 – Evolution des volumes fabriqués : lait et produits laitiers bio	87
Tableau 62 – Echanges de produits laitiers bio : estimations – en millions d'euros	88
Tableau 63 : Les abattages de volaille biologiques de 2010 à 2024	90
Tableau 64 : Estimations des quantités d'œufs coquille par type de débouché	91
Tableau 65 :Évolution du prix de l'œuf bio au stade de détail	92
Tableau 66 : Production aquacole biologique en France (en tonnes)	94
Tableau 67 : CA par circuit et par espèce 2024 en M EUR	97
Tableau 68 – L'abattage du bétail bio en France de 2021 à 2024	98
Tableau 69 - Part du bio dans les abattages nationaux d'animaux de boucherie en 2024	99
Tableau 70 – Circuits de distribution de la viande bio en France de 2018 à 2024	100
Tableau 71 - Estimation des volumes de fruits utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	104
Tableau 72 - Estimation des volumes de farine utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	104
Tableau 73 - Estimation des volumes de sucre utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	105
Tableau 74 - Estimation des volumes de légumes utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	106
Tableau 75 - Estimation des volumes de semoule utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	106
Tableau 76 - Estimation des volumes de viandes biologiques utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	107
Tableau 78 - Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agro-alimentaires en tonnes en 2024	108
Tableau 79 - Estimation des volumes d'œuf utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	109
Tableau 80 – Estimation des volumes de beurre utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	109
Tableau 77 - Estimation des volumes de malt utilisés par l'industrie en France en 2024 en tonnes	110
Tableau 81 - Estimation des volumes des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire	110
Tableau 82 -Taux d'évolution des produits ventilés par circuit et famille de produits en valeur	123

[TABLE DES FIGURES]

Figure 1: Répartition de la valeur des ventes aux ménages selon les circuits de distribution en 2024 et évolution par rapport à 2023	6
Figure 2– Répartition des ventes en valeur par grandes familles de produits et évolution	8
Figure 3: Indice mensuel d'activité dans la restauration (INSEE, base 100 en 2021).	26
Figure 4: - Le marché des denrées bio en restauration hors domicile par grandes familles de produit (part du marché total en valeur)	29
Figure 5 – Les dépenses apparentes par habitant et par région administrative 2024 en EUR/habitant	35
Figure 6 - Schéma de filière : récolte 2023 et commercialisation 2024	49
Figure 7 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2024	51
Figure 8 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2024 (base 100=2012)	57
Figure 9 : Évolution de la collecte de céréales biologiques et C2 en tonnes	67
Figure 10 - Évolution prix du blé meunier biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021	72
Figure 11 : Évolution de collecte d'oléagineux et protéagineux biologiques et C2 en tonnes	74
Figure 12 - Évolution prix du soja biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021	78
Figure 13 - Fabrication d'aliments pour animaux de ferme biologiques de 2010 à 2024 en tonnes	80
Figure 14 – Collecte mensuelle de lait bio de 2019 à 2024 en millions de litre	81
Figure 15 – prix mensuel moyen réel du lait bio au stade agricole de 2020 à 2024 (EUR / 1000 l)	83
Figure 16 – Prix mensuel moyen réel du lait bio, du lait conventionnel et de la moyenne tous laits moyenne au stade agricole de janvier 21 à février 25. (EUR / 1000 l)	84
Figure 17 – Prix TTC du litre de lait ½ écrémé UHT bio et conventionnel de 2022 à 2024 – Bouteille plastique	85
Figure 18 Évolution de la production d'aliment composé biologique pour volailles (2015-2024)	89
Figure 19 - Evolution des débouchés de la viande bovine biologique, en TEC	101
Figure 20 - Evolution des débouchés de la viande ovine biologique, en TEC	101
Figure 21 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2018 à 2024 en euros par kilogramme	102
Figure 22: Répartition des répondants par région (427 répondants)	112
Figure 23 : Evolution du nombre de ruches et du nombre d'apiculteurs biologiques et/ou en conversion	121
Figure 24 : Estimation des ventes de miel biologiques par circuit en volume et en valeur en 2023	122



ALIMENTER *DEMAIN*

