

Communiqué de presse – 16 juin 2026

L'AGENCE BIO DÉVOILE LES CHIFFRES DU MARCHÉ ET DE LA PRODUCTION BIO 2025

Une dynamique de consommation bio dans tous les circuits et pour la production un enjeu d'alignement de l'offre et de la demande

- La consommation bio repart à la hausse dans tous les circuits de distribution, confirmant la confiance durable des Français dans le bio avec une part de bio dans la consommation des ménages à 5,8%, en légère augmentation par rapport à 2023 et 2024.
- Un signal encourageant qui doit se traduire par un regain d'optimisme pour les producteurs et encourager les conversions et l'installation, avec un appui spécifique aux nouvelles générations.
- L'engagement collectif de toutes les parties prenantes de la filière, de la production, la transformation à la distribution tous circuits confondus est indispensable pour être au rendez-vous de la demande des consommateurs, et pour soutenir la souveraineté alimentaire française et l'emploi dans les territoires.

LE BIO CONFIRME SON ATTRACTIVITÉ AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

La consommation bio s'inscrit dans une dynamique encourageante et confirme l'attachement des Français à un modèle agricole porteur de sens. Malgré un contexte économique contraint, l'intérêt des consommateurs pour une alimentation de qualité, respectueuse de l'environnement et ancrée dans les territoires se confirme et la dynamique de consommation bio s'observe dans tous les circuits.

En 2025, le marché français de la consommation bio atteint 12,6 milliards d'euros, en hausse de + 3,6% par rapport à 2024. Une performance qui surpasse largement l'évolution de la consommation alimentaire globale (+ 2%). Le marché bio progresse non seulement en valeur, mais aussi en volume, avec une hausse de 2% (contre 0,3% pour le marché alimentaire global). Le poids des importations dans les ventes de produits bio a reculé de 0,5 pts pour atteindre 28,3%, son plus bas niveau depuis 2017. Les ventes des produits bio ont progressé en valeur dans l'ensemble des circuits, avec un retour de croissance des ventes de bio en grande distribution pour la première fois depuis 2021.

- **Les magasins bio spécialisés** enregistrent une croissance record de **+ 8,5%**, contribuant aux deux tiers de la progression du marché ;
- **La vente directe** progresse de **+ 3,8%**, portée par près de 28 500 producteurs qui vendent désormais en circuit court, soit 47% des fermes bio françaises ;
- Les ventes de bio des **artisans-commerçants** augmentent de **+ 1,4%** ;
- **La grande distribution** renoue avec la croissance en valeur pour la première fois depuis 2021 (**+ 1,2%**), signe que la reprise d'une croissance dynamique dans ce circuit de distribution est possible ;
- **La restauration hors domicile** progresse également, avec notamment **+ 17%** de fruits et légumes frais bio en restauration collective.

Par ailleurs, cette dynamique positive de la consommation se vérifie pour 10 familles de produits, plus particulièrement portée par les fruits, les légumes, les œufs et les produits laitiers :

- **Les fruits et légumes**, déjà porteurs de croissance en 2024, continuent leur progression avec **+ 7,3%** de croissance en valeur, dont **4,8%** dus aux seuls volumes. Leurs ventes augmentent dans tous les circuits de distribution. Les fruits connaissent une croissance particulièrement forte (**+ 7,8%** contre **2,7%** en 2024) ;
- **Les ventes d'œufs** sont en croissance de **9,5%** en valeur et **7,5%** en volume. **14%** de la croissance du marché bio de 2025 est portée par les œufs ;
- **Les produits de la boulangerie-pâtisserie** confirment également leur trajectoire positive retrouvée en 2024, avec **6,2%** de croissance ;
- **Les catégories d'épicerie sucrée et salée, de produits traiteur, de surgelés et de charcuterie-salaison** présentent toutes une croissance en valeur comprise entre **0,2%** et **4,5%** ;
- **Le secteur de la viande** présente un retour de la croissance après plusieurs années difficiles. Les ventes de volaille bio augmentent en grande distribution, en magasins bio et en vente directe, pour atteindre **+ 4,9%** de croissance en valeur (**4,1%** en volumes). La viande bovine est en croissance de **4,8%** en valeur, malgré une légère baisse des volumes vendus (**-1,6 %**) ;
- **Les ventes de produits laitiers** croissent de **+ 4,8%** en valeur et **+ 4,5%** en volume, dans tous les circuits. Les produits laitiers contribuent à **9%** de la croissance en 2025.

« La confiance des consommateurs est là, prouvant leur intérêt pour les produits bio et leur compréhension des atouts du bio pour l'environnement et pour la santé. Si la vente directe et les magasins spécialisés ont bien pris le relais pour porter ce mode de production vertueux, la grande distribution a toujours un rôle majeur à jouer. Le consommateur sensible à l'environnement est aussi un client des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). Plus nous serons nombreux à nous mobiliser pour donner de la visibilité à l'agriculture biologique, de la distribution tous circuits confondus jusqu'aux assiettes,

plus nous donnerons de l'élan à nos producteurs », commente Bruno Martel, Président de l'Agence BIO.

RELEVER LE DÉFI DE L'AMONT : TRANSFORMER L'ÉLAN DE LA CONSOMMATION EN UN NOUVEAU SOUFFLE POUR LES FERMES ET SÉCURISER LA PRODUCTION COMME LA TRANSFORMATION

En 2025, si le nombre de fermes engagées en agriculture biologique recule pour la première fois, de 1,3%, portant le nombre d'exploitations à 61 159, la filière bio perd cependant moins de fermes que l'agriculture dans son ensemble (- 3,6%). Ainsi, 17,3% des fermes françaises sont conduites en agriculture biologique en 2025, contre 16,8% en 2024.

Malgré une légère baisse pour la troisième année consécutive (- 1,1%, soit - 30737 hectares) en 2025, les surfaces agricoles biologiques atteignent 2,69 millions d'hectares, soit 10% de la surface agricole française, au même niveau depuis 2021.

Signe encourageant : certaines filières voient leurs surfaces agricoles en première année de conversion augmenter à nouveau. C'est le cas des grandes cultures (+ 24%) et des légumes frais (+ 44%).

Si la reprise de la consommation est une excellente nouvelle, elle met en lumière la nécessité de consolider l'amont agricole. Cette dynamique de marché positive doit désormais devenir un levier de confiance et un signal fort pour encourager aussi bien les conversions que les installations.

« Face à un amont qui hésite à s'engager, la reprise de la consommation offre une opportunité historique et confirme la crédibilité de notre filière. L'enjeu est désormais de traduire cette attente des consommateurs en un élan collectif concret, pour sécuriser nos producteurs actuels, donner confiance et inciter les installations et les conversions. C'est une condition sine qua non pour garantir notre souveraineté alimentaire », poursuit Bruno Martel.

UN ENJEU COLLECTIF : ÊTRE AU RENDEZ-VOUS DE LA DEMANDE

Les chiffres 2025 montrent que le secteur reste porteur. Être au rendez-vous de la demande implique un engagement partagé.

Les producteurs ont besoin du soutien concret des consommateurs, dont les choix d'achat peuvent conforter durablement les filières bio françaises. Pour les producteurs installés, comme pour les candidats à l'installation ou à la conversion en agriculture biologique, la reprise de la consommation constitue un message essentiel. C'est

encore plus vrai lorsqu'il s'agit de restauration collective et de marchés publics, pour lesquels l'objectif de la loi EGalim¹ doit être la ligne de mire minimale pour tous.

Les producteurs ont également besoin de s'inscrire dans des filières structurées, que ce soit pour la commercialisation ou encore pour le stockage et la transformation. Il s'agit de rendre les produits de l'agriculture biologique française disponibles partout et pour tous en offrant des débouchés à nos agriculteurs et transformateurs. Aujourd'hui, 72% des produits bio consommés en France sont d'origine française : c'est une contribution à la souveraineté alimentaire, dont nous pouvons être fiers, mais aussi une responsabilité collective.

« En 2025, la consommation de produits alimentaires biologiques a surperformé par rapport au marché global, confirmant l'attachement profond des Français à un modèle agricole porteur de sens. Mais si nous nous réjouissons de cette dynamique observée aujourd'hui dans tous les circuits, celle-ci doit s'accompagner d'un soutien renforcé à nos filières. Ces signaux positifs envoyés par les consommateurs doivent impérativement se transformer en une dynamique de production. L'urgence est de redonner confiance à nos producteurs pour surmonter les difficultés rencontrées ces dernières années sur le terrain », conclut Bruno Martel, Président de l'Agence BIO.

L'Agence BIO, dans le cadre de ses missions d'intérêt général et grâce à une équipe d'experts qui constitue le Pôle Observatoire, assure le suivi et la diffusion des indicateurs nationaux sur l'agriculture biologique, indispensables au suivi des ambitions nationales en bio. Comme chaque année, grâce à son Système d'Informations qui centralise toutes les données de surfaces, de cultures, de cheptels certifiés bio de France, elle complète ces remontées d'études et enquêtes pour suivre les 7 débouchés du marché bio.

À propos :

Créée en novembre 2001 et dotée d'une mission d'intérêt général, l'Agence BIO est un groupement d'intérêt public en charge du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française. Elle rassemble au sein de son conseil d'administration des représentants des Pouvoirs Publics – le ministère en charge de l'Agriculture de la Cohésion des territoires – et des professionnels (FNAB, Chambres d'agriculture France, Synabio, FCD, Synadis Bio, Interbio, et la Coopération Agricole). Ses missions principales : communiquer et informer sur l'agriculture biologique et ses vertus environnementales. Produire, analyser et partager les chiffres du bio avec l'Observatoire National. « Être une instance » de dialogue entre l'amont agricole et l'aval industriel, entre les bios historiques et les plus récents. Investir avec le Fonds Avenir Bio sur les projets collectifs d'entrepreneurs du bio les plus structurants et les plus pérennes pour les filières bio françaises.

Contact presse : Agence Shadow Communication

Aurélie Vinzent - 06 58 66 80 49 - aurelievinzent@shadowcommunication.fr

Karima Doukkali – 07 77 36 64 10 - karimadoukkali@shadowcommunication.fr

¹ La loi EGalim fixe un objectif obligatoire de 20 % en valeur d'achat de produits bio (ou en conversion) dans les menus de la restauration collective. Cette mesure s'inscrit dans un quota plus large de 50 % d'ingrédients durables et de qualité, visant à structurer les filières agricoles respectueuses de l'environnement.