

EVALUATION *DE LA* CONSOMMATION DES MENAGES DE *PRODUITS ALIMENTAIRES* *BIOLOGIQUES* EN 2025

[EDITION DE SEPTEMBRE 2026]

AUTEURS

Clément LEPEULE (AND-I)
Christian RENAULT (AND-I)
Marlène STICKEL (AND-I)
Mathilde MALAGIE (AND-I)
Tanguy CHEVER (AND-I)
Lucas HERRY (AND-I)

Burkhard SCHAER (Ecozept)
Cyril TISSEYRE (Ecozept)



UNE ETUDE REALISEE PAR



AVEC LA PARTICIPATION DE



POUR



[TABLE DES MATIERES]

1	RESULTATS GENERAUX.....	4
1.1	REPRISE DE LA CROISSANCE PORTEE PAR LE DYNAMISME DES CIRCUITS SPECIALISES.....	4
1.2	ÉVOLUTION DES VENTES PAR CIRCUITS, FORMATS ET FAMILLES DE PRODUITS.....	6
1.3	ÉVOLUTION DES PRIX ALIMENTAIRES BIO: UNE HAUSSE MODEREE EN 2025, SUPERIEURE A L'INFLATION.....	21
1.4	EN AMONT : ENTRE STABILISATION ET INCERTITUDES	23
1.5	ÉCHANGES EXTERIEURS : CROISSANCE LIMITEE DES EXPORTATIONS ET DES IMPORTATIONS.....	24
1.6	ANALYSE DES ACHATS DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION : UNE CROISSANCE MODEREE EN 2025	29
2	ANALYSES TRANSVERSALES.....	34
2.1	ESTIMATION DES EMPLOIS EN AVAL DE LA FILIERE.....	34
2.2	ESTIMATION DE LA VALEUR DES MARCHES REGIONAUX	36
2.3	ANALYSE DU TAUX DE PENETRATION DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE NATIONALE	40
2.4	ANALYSE DU TAUX DE PENETRATION DANS LES VENTES DE PGC-FLS EN GMS.....	48
2.5	ANALYSE DES VENTES EN CIRCUIT EAP	57
2.6	ANALYSE DES VENTES DES PRODUITS EQUITABLES ET BIOLOGIQUES	58
3	FOCUS SECTORIELS.....	62
3.1	FOCUS SUR LE MARCHÉ DU VIN BIOLOGIQUE	62
3.2	FOCUS SUR LE MARCHÉ DES FRUITS ET LEGUMES BIOLOGIQUES.....	73
3.3	FOCUS SUR LE SECTEUR DES CEREALES ET OLEOPROTEAGINEUX BIOLOGIQUES.....	82
3.4	FOCUS SUR LE SECTEUR LAITIER BIOLOGIQUE	96
3.5	FOCUS SUR LES PRODUCTIONS AVICOLES.....	105
3.6	FOCUS SUR LE SECTEUR DES VIANDES DE BOUCHERIE BIOLOGIQUE	111
3.7	FOCUS SUR LES PRODUITS DE LA MER	118
3.8	FOCUS SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES INTERMEDIAIRES.....	122
3.9	FOCUS SUR LES VENTES DE PRODUITS BIOLOGIQUES AU SEIN DES ARTISANS BOULANGERS	131
3.10	FOCUS APICULTURE.....	145

[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
BVP	Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie
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)
ETP	Equivalent Temps Plein
EUR	Euros
Euros courants	Prix en euros courants sont les prix indiqués à une période donnée : ils sont dits en valeur nominale
Euros constants	Prix en euros constants sont les prix en valeur réelle c'est-à-dire corrigés de la variation des prix par rapport à une donnée de base ou de référence
GSA / GMS	Grandes Surfaces Alimentaires ou Grandes et Moyennes Surfaces
Hypermarché	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est > à 2500 m ²
IAA	Industries agro-alimentaires
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
LCA	La Coopération Agricole
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 REPRISE DE LA CROISSANCE PORTEE PAR LE DYNAMISME DES CIRCUITS SPECIALISES

La valeur des ventes au stade de détail des produits alimentaires biologiques a progressé de façon importante avec une hausse observée de **3,6%** en 2025 en valeur en comparaison avec 2024. Cette croissance en euros courants, résulte d'une augmentation combinée des prix de **+1,6%** et des volumes vendus de **+2,0%**, volumes qui avaient connu une baisse continue depuis 2022.

Tableau 1: Évolution des ventes par circuit en millions d'euros courant TTC au stade détail depuis 2022

Stade de détail - France métropolitaine	Chiffres d'affaires en M EUR TTC				Croissance en %			Parts de marché en %		
	2022	2023	2024	2025	23/22	24/23	25/24	2023	2024	2025
Grandes Surfaces Alimentaires	6 327	6 069	5 761	5 828	-4,1%	-5,1%	1,2%	50%	47%	46%
Circuit Spécialisé Bio	3 243	3 283	3 467	3 761	1,2%	5,6%	8,5%	27%	28%	30%
Artisans- Commerçants	1 092	1 196	1 303	1 321	9,6%	8,9%	1,4%	10%	11%	10%
Vente Directe	1 414	1 532	1 645	1 708	8,3%	7,4%	3,8%	13%	14%	14%
TOTAL	12 076	12 081	12 176	12 617	0,0%	0,8%	3,6%	100%	100%	100%

Source : Elaboration AND-International pour Agence BIO

Les tendances principales sont les suivantes :

- L'évolution de la valeur du marché bio en 2025, inflation comprise, est de **3,6 %**, soit un progrès de **+441 M EUR**, pour atteindre **12 617 M EUR**.
- Les magasins spécialisés bio tirent l'ensemble des ventes alimentaires biologiques avec une croissance des ventes de 8,5% en valeur, soit + 294 M EUR. Ce circuit a connu une accélération des ventes en 2025, après une année 2024 également très dynamique (+5,6%). Le développement des ventes en circuit spécialisé contribue aux deux tiers de la croissance observée.
- Les ventes de produits alimentaires biologiques **en vente directe** connaissent une croissance de 3,8% en 2025. Par effet d'un solde positif du nombre de producteurs-vendeurs directs et par progression du CA moyen des acteurs déjà présents en 2024, ce segment progresse de 63 M EUR. Les ventes directes de vin, en baisse après des années de hausse, pénalisent la croissance du circuit contrairement aux ventes de fruits et légumes qui continuent à croître.

- Les ventes au sein du circuit **artisans commerçants - alternatives de proximité (EAP)** progressent de **1,4%** soit + 18 M EUR, grâce au dynamisme des ventes en boulangerie et en épicerie alternatives de proximité (EAP). Au contraire, les ventes de vins bio chez les cavistes baissent légèrement sur 2025.
- Après quatre années de baisse consécutives, les ventes de produits bio en **GMS** connaissent une reprise de 1,2 %, soit + 63 M EUR. La progression est principalement liée aux formats Proxi et Hypermarché, tandis que les progressions sont plus faibles en supermarchés et E-commerce. Les niveaux de progression sont également variables parmi les enseignes, avec certaines qui ont connu des dynamiques de développement élevées et d'autres qui sont en recul.

ZOOM SUR L'EVOLUTION DE LA PART DE MARCHE DE L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE

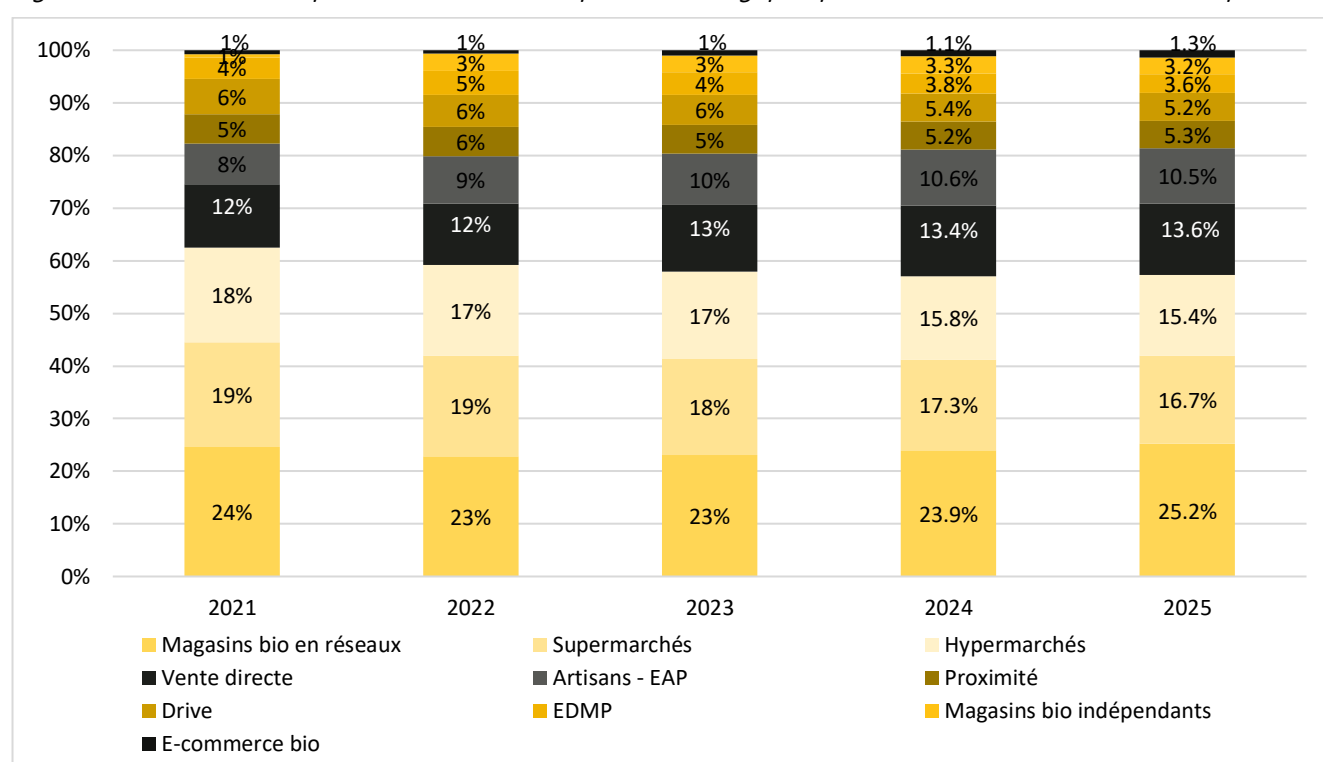
En 2025, la part estimée de la consommation alimentaire biologique hors tabac rapportée à la consommation totale alimentaire (INSEE, 2026) a légèrement progressé de 0,1 point pour atteindre 5,8% de la consommation alimentaire totale. La croissance de la consommation alimentaire bio (+3,6%) est en effet supérieure à l'évolution générale de la consommation alimentaire (+2,1%). Avec une inflation s'élevant à 1,7% entre 2025 et 2024, celle-ci a peu progressé en volume (+0,4%). L'analyse de la part de l'alimentation bio par catégorie de produits INSEE est détaillée dans la section 2.5.

1.2 ÉVOLUTION DES VENTES PAR CIRCUITS, FORMATS ET FAMILLES DE PRODUITS

1.2.1 DES EVOLUTIONS CONTRASTEES SELON LES CIRCUITS ET FORMATS

La figure suivante présente les évolutions des parts de marché par circuit et formats GSM depuis 2021. Les magasins bio en réseaux et la vente directe progressent de façon continue depuis 2022 tandis que les formats supermarchés et hypermarchés déclinent depuis 2021. Le circuit artisans-EAP a progressé depuis 2021 avant de se tasser sur 2025.

Figure 1: Evolution de la répartition des ventes de produits biologiques par circuits et formats GSM en % depuis 2021



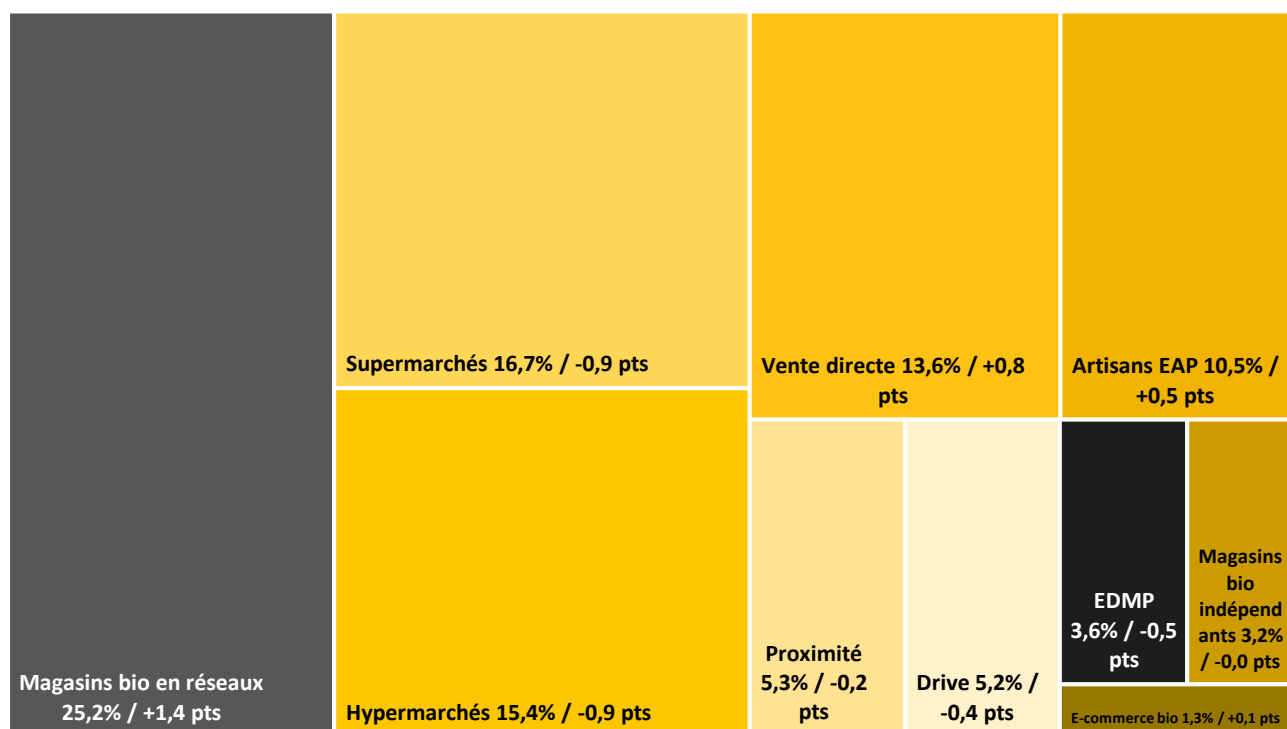
Source : Elaboration AND-International pour Agence BIO

En 2025, l'évolution des parts de marché des différents circuits et formats de GSM (hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité, établissements distributeurs marque propres et drive) s'est poursuivie.

- Les ventes de produits bio en magasins bio en réseaux, en supermarchés et en hypermarchés comptent pour plus de la moitié des ventes (57 %) et représentent respectivement 25 %, 17 % et 15 % des ventes. Sur 2025, les magasins biologiques gagnent des parts de marché (+1,4 %) tandis que les supermarchés et hypermarchés baissent de 0,9 point chacun.
- La vente directe continue sa progression et pèse désormais 14 % des ventes, en hausse de 0,8 point tandis que le circuit artisans commerçants et EAP représente 10 % des ventes soit + 0,5 point.

- Les formats proximité et drive de la GMS sont en légère régression de -0,2 et -0,4 point, avec une part de marché autour de 5% chacun.
- Les EDMP continuent leur recul avec des ventes en baisse et une part de marché qui descend à 3,6 % soit une baisse de 0,5 point.
- Les magasins bio indépendants restent stables avec de 3% tandis que les ventes de E-commerce bio progressent de 0,1 point (1,3 %).

Figure 2: Répartition des ventes de produits alimentaires biologiques par circuit et format GMS en 2025 en % et évolution 25/24 en points



Source : AND-International pour Agence BIO

Plus particulièrement, les principales évolutions observées en GMS et circuit spécialisé bio sont les suivantes :

- Le circuit spécialisé bio poursuit sa progression avec un chiffre d'affaires global en hausse de 8,5 % sur 2025. Cela se matérialise par une reprise des volumes évaluée à + 5,6 % et par une progression des prix estimée à + 2,9 %. Le nombre de points de vente a encore reculé, atteignant 2 601 magasins spécialisés bio, contre 2 697 fin 2024 soit une baisse de - 3,5 %. La surface globale baisse une nouvelle fois de 2,7% passant de 742 000 m² à 722 000 m². La rationalisation semble bénéfique : la part de marché de la distribution spécialisée bio progresse de 1,3 points entre 2024 et 2025 pour atteindre 30%.
- La valeur des ventes de produits alimentaires biologiques en GMS progresse pour la première fois depuis 2021. Avec + 1,2 % d'évolution des ventes en valeur, la reprise est toutefois légèrement négative

en volume (- 0,2 %), du fait d'une progression des prix moyens estimés à + 1,4 %. Le moindre dynamisme des ventes en drive, la poursuite de la baisse en EDMP, ainsi qu'en supermarchés ne sont pas complètement compensés par la reprise des ventes en hypermarchés et magasins de proximité. Au global, la part de marché de la GMS se replie de 1,1%. Sur 2025, la part de marché des enseignes de proximité et des hypermarchés progresse a contrario des supermarchés et surtout des EDMP. D'après CIRCANA, la part des ventes de produits biologiques en MDD gagne 1,1 points entre 2023 et 2024 pour atteindre 48,1% de la valeur des ventes. Le recul des ventes est généralisé à l'ensemble des circuits.

Tableau 2 – Évolution des parts de marché des différents formats dans la valeur des ventes des aliments bio à poids fixe au sein du circuit GMS

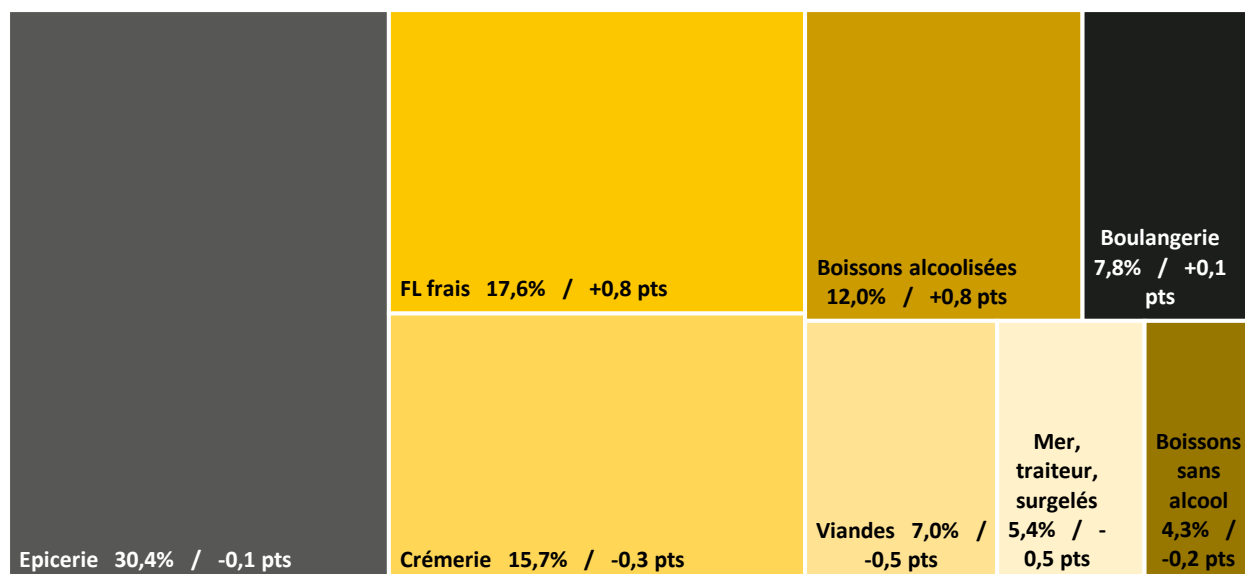
Formats	2022	2023	2024	2025	Évolution 25/24
Hypermarchés	32,8%	33,1%	33,3%	33,4%	+ 0,16
Supermarchés	36,3%	36,2%	36,4%	36,1%	- 0,22
Proximité	10,5%	10,7%	11,0%	11,4%	+ 0,40
Drive	11,7%	11,4%	11,3%	11,3%	- 0,02
EDMP	8,7%	8,6%	8,1%	7,8%	- 0,30
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Source : AND International d'après Circana/ Agence BIO

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

La figure 3 ci-dessous présente la répartition des ventes par grande famille de produits et leur évolution, tous circuits confondus. 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 2025 et 2024 (du plus élevé au moins élevé).

Figure 3– Répartition des ventes en valeur par grandes familles de produits et évolution 2025/2024 en points



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 % : fruits, légumes, boissons végétales, boulangerie-pâtisserie, œufs et jus de fruits & BRSA

- Fruits : + 7,8 %.** Les ventes de fruits biologiques ont connu une accélération en 2024 par rapport à 2025 avec une croissance de + 7,8 %, contre 2,7 % en 2024. Avec un effet prix évalué à 1,7 %, la croissance des ventes repose d'abord sur une reprise en volume estimée à + 6,1 %. Les principales espèces contribuant à ce redressement sont les kiwis, les fraises, les abricots et les poires et, dans une moindre mesure, les bananes, dont le prix au détail a baissé. A noter une légère baisse de la valeur des ventes de pommes et mangues biologiques. Avec près de 11% de croissance, les magasins spécialisés sont le circuit ayant connu la progression la plus forte, suivis par la vente directe (+ 6 %), GMS (+ 5 %), et le circuit artisans – EAP (+ 4 %). Le rayon fruits contribue à 16% de la croissance totale du marché alimentaire biologique observé en 2025.
- Légumes frais : + 6,9 % :** les ventes de légumes biologiques ont connu également une croissance élevée en 2025, cependant en léger retrait par rapport au constat de 2024 (8,8 %). L'effet prix est évalué à 3,2 %, contre 1,4 % en 2024 ; la croissance de ventes en volume est donc estimée à + 3,7 % en 2025, contre 7,5 % en 2024. Ici aussi, la croissance en circuit spécialisé biologique a été particulièrement vigoureuse avec des ventes de légumes bio en hausse de 8,9 %. Les ventes en circuit artisans - EAP et vente directe ne sont pas en reste avec des hausses respectives 7,0 % et 8,0 %. Les ventes en GMS sont positives à 1,7 %, après trois années de baisse. En ce qui concerne la vente directe, on recense 6 609 exploitations, dont 565 ont commencé cette activité en 2024, alors que 444 l'ont arrêtée ; solde à

nouveau modeste, mais positif. Par ailleurs, le CA moyen, mesuré sur plus de 900 répondants progresse de plus de 10 %. Le rayon légumes contribue à 17 % de la croissance totale du marché alimentaire biologique en 2025.

- **Boissons végétales : + 6,5 %.** Après une hausse de 1,5% en 2024, les ventes de boissons végétales biologiques accélèrent en 2025, portées par les ventes en GMS. Avec une progression limitée des prix (0,9%), la reprise des volumes est évaluée à 5,6 %. Les ventes des GMS progressent en valeur (+ 9,4 %) et en volume (+ 9,9 %) avec une modération des prix (- 0,5 %). Cela étant, les ventes de boissons végétales non bio progressent deux fois plus vite, comme en 2024. La reprise est plus limitée en circuit bio (3,7 %) avec un prix qui progresse de 2,2 %.
- **Boulangerie-pâtisserie : + 6,2 %.** Les ventes de produits de boulangerie biologique continuent de progresser dans l'ensemble des circuits de distribution. En 2025, cette catégorie contribue à hauteur de 13 % à la croissance totale du marché alimentaire bio. Tous les circuits affichent une dynamique positive, avec des hausses particulièrement marquées en circuit spécialisé (+ 7,4 %), dans le circuit artisans-EAP (+ 6,2 %), en grande distribution (+ 5,5 %) et en vente directe (+ 4,1 %). Cette tendance s'inscrit toutefois dans un contexte de hausse des coûts : l'augmentation des prix de la farine, liée à des volumes de blé récoltés historiquement bas en 2024, a entraîné une progression des prix de 4,1 %. Le circuit de la boulangerie artisanale se distingue par une dynamique soutenue. Depuis 2020, il bénéficie de l'engagement croissant des professionnels, avec chaque année environ 190 boulangeries supplémentaires intégrant une offre de produits biologiques. Le bilan établi par FranceAgriMer fait cependant état d'une légère baisse des sorties de farines biologiques vers la boulangerie et les IAA (- 3 %).
- **Les œufs : + 9,5% :** La demande en œufs, bio et non bio, a connu une progression forte en 2025. Avec des prix en hausse de 2 %, la croissance des volumes de ventes d'œufs biologiques a été estimée à 7,5 % en 2025. Dans un contexte de début d'année 2025 marqué par des ruptures et des effets de substitution entre codes, les ventes d'œufs biologiques ont progressé dans tous les circuits et particulièrement dans les magasins spécialisés (19,5 %). Les ventes ont progressé dans les autres circuits à un niveau plus modéré : 4,5 % en GMS, 8,6 % en vente directe et 2,1 % en circuit artisans-EAP. La hausse des ventes des œufs contribue à 14 % de la croissance totale du marché alimentaire biologique en 2025.
- **Jus de fruits & de légumes, BRSA : + 4,6 %.** Le marché des jus de fruits et de légumes biologiques ainsi que des BRSA retrouve une dynamique positive en 2025, après une année 2024 marquée par un net recul (- 8,2 %). Cette reprise reste toutefois largement portée par une forte hausse des prix (+ 6,3 %), qui freine la consommation : les volumes demeurent en léger repli (- 0,9 %). La croissance du rayon est principalement soutenue par les bonnes performances des magasins spécialisés (+ 9 %) et de la grande

distribution (+ 4,6 %). En GMS, la tendance est contrastée : si les volumes de jus de fruits biologiques reculent, les ventes de jus frais et de boissons rafraîchissantes sans alcool progressent.

1.2.2.2 Familles de produits dont la valeur du marché est en croissance de plus de 2% et moins de 5% : volailles, produits laitiers, viande bovine, épicerie sucrée

-
- **Volailles : + 4,9 %.** Après un recul continu depuis 2021, la production et les ventes de volailles biologiques retrouvent une dynamique positive en 2025. La valeur des ventes progresse de + 4,9 %, portée essentiellement par une hausse des volumes (+ 4,1 %), dans un contexte de prix en faible hausse (+ 0,8 %). Selon l'observatoire du Synalaf, les mises en place de volailles de chair biologique ont augmenté de 6 % en 2025. La reprise est généralisée en GMS et en magasins spécialisés (+ 6,5 %), tandis que le circuit artisans-EAP recule (- 10 %) et que la vente directe affiche une croissance limitée (+1,5 %).
 - **Produits laitiers (hors lait) : + 4,8%.** Après une année de recul en 2024 (-2,1 %), les ventes de produits laitiers biologiques (hors lait) retrouvent une dynamique positive. Cette progression est principalement portée par les magasins spécialisés (+ 10,6 %), tandis que les ventes en grande distribution se maintiennent. Dans un contexte de prix quasi stables (+ 0,3 %), la croissance observée s'accompagne d'une hausse significative des volumes (+ 4,5 %), également soutenue par les circuits artisan-EAP et la vente directe. En GMS, un léger effet prix négatif favorise une reprise modérée des volumes, estimée à + 1,2 %. Presque toutes les catégories de produits sont en croissance dans ce circuit, les exceptions sont les laits infantiles, certains segments de fromages (notamment les fromages frais de brebis et les produits à poids fixe au rayon coupe) ainsi que les margarines (produit non laitier rattaché à cette famille). La catégorie dominante des produits ultra-frais, nature ou aromatisés, enregistre quant à elle une légère progression. Les ventes de produits laitiers contribuent à 9 % de la croissance totale du marché alimentaire biologique en 2025.
 - **Viande bovine : + 4,8 %.** En amont, la filière bovine biologique reste confrontée à des tensions d'approvisionnement, liées notamment à l'orientation d'une partie des animaux vers le conventionnel. Après une année 2024 en repli (- 5,2 %), la reprise observée en 2025 repose sur la bonne dynamique des magasins spécialisés (+10 %) et de la GMS (+ 5,7 %). Cette croissance est toutefois largement imputable à la hausse des prix (+ 6,5 %), dans un contexte global de sous approvisionnement du marché, tant en conventionnel qu'en bio.
 - **Épicerie Sucrée + 4,2% :** En GMS, plusieurs catégories contribuent particulièrement à la dynamique positive du rayon : le café (+ 15,1 % en valeur), les pâtes à tartiner (+10,7 %), les céréales (+ 4,2 %) et les tablettes de chocolat (+10,7 %). Les évolutions de prix sont toutefois très contrastées selon les produits : si ceux des pâtes à tartiner restent globalement stables (+0,3%), les prix du café et du chocolat en tablette connaissent de fortes hausses, respectivement de +18 % et +16 %. Ces tensions

s'expliquent notamment par une baisse de l'offre mondiale de matière première, tant conventionnelle que biologique, sur les filières café et cacao, entraînant des phénomènes de concurrence accrue entre origines et des effets de substitution sur les marchés. À l'inverse, certaines catégories marquent le pas, comme les aliments pour bébés, le thé, les produits du goûter et les confitures, qui enregistrent des dynamiques commerciales plus atones. Les ventes de produits d'épicerie sucrée contribuent à 19 % de la croissance totale de la valeur marché alimentaire biologique en 2025.

1.2.2.3 Familles de produits dont la valeur du marché est en croissance entre 0% et moins de 2% : traiteurs, épicerie salée, surgelés et charcuterie

- **Traiteur : + 1,6 %.** Après une année 2024 marquée par un net recul (- 7,2 %), le rayon traiteur enregistre une légère reprise en 2025. Dans un contexte de hausse modérée des prix (+0,4 %), les volumes repartent à la hausse (+ 1,2 %). Cette amélioration est principalement portée par les magasins spécialisés (+ 7,5 %), tandis que les ventes continuent de reculer en GMS (- 4,7 %), traduisant une dynamique contrastée selon les circuits.
- **Épicerie salée : + 1,3 %.** Après une baisse en 2024 (- 2,2 %), le rayon épicerie salée retrouve une légère croissance en 2025 (+ 1,3 %). Cette évolution est soutenue par un effet prix légèrement négatif (- 0,4 %), favorable à une reprise des volumes (+1,7 %). La dynamique positive des magasins spécialisés (+7,5 %) compense le recul des ventes en GMS (- 1,5 %). En grande distribution, les performances sont contrastées selon les catégories : les ventes d'huiles restent globalement stables (+ 0,2 %), tandis que les semoules, aides culinaires et le riz enregistrent des progressions marquées (respectivement + 7,2 %, + 6,3 % et + 11,6 %). À l'inverse, les ventes de soupes, de pâtes alimentaires et de sauces tomates sont orientées à la baisse.
- **Surgelés (y compris viande et produits de la mer) + 1,2 %.** Les ventes de produits surgelés affichent une légère progression en 2025 (+ 1,2 %), principalement portée par les magasins spécialisés (+ 7,5 %) et, dans une moindre mesure, par la GMS et les spécialistes du surgelé (+ 0,6 %). Toutefois, cette hausse en valeur masque une contraction des volumes (- 1,3 %), dans un contexte de hausse des prix estimée à + 2,5 %. La catégorie souffre d'une baisse des ventes de légumes et pommes de terre surgelées, des pizzas et des sorbets et glaces.
- **Charcuterie salaison + 0,2 %.** Après une année en baisse de -7,3 %, les ventes de produits charcutiers bio connaissent une accalmie. La valeur des ventes progresse légèrement (+ 0,2 %) mais la baisse des prix (- 2,9 %), stimule une reprise des volumes estimée à + 3,1 %. Le rayon connaît des évolutions contrastées entre circuits : chute en GMS (volume et valeur), mais hausse en volume et valeur en circuit bio. En GMS, les deux principaux produits sont les lardons et jambon cuit. Alors que le volume et la valeur des lardons chutent de 15,4% et 16,9%, les volumes de jambons vendus progressent de 5,1% mais

leur valeur baisse de 1,2%. En GMS, le jambon bio est vendu à 33 EUR / kg contre 14 EUR / kg en conventionnel, soit plus du double.

1.2.2.4 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

-
- **Viande d'agneau : - 1,0 %.** 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 est certes moins élevée en 2025 qu'en 2024 (- 4 %) mais reste 41% au-dessus de sa valeur de 2021. 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.
 - **Lait : - 0,7 %.** Après une très mauvaise année 2024 (- 4,9 %), les ventes de lait liquide bio sont de nouveau en baisse. Avec des prix en légère hausse (+ 0,2 %), les volumes vendus sont de nouveau en baisse de - 0,9 % en 2025. La progression des ventes en circuits bio (+ 8,1 % en valeur) et dans les autres circuits ne compense pas la baisse des ventes en GMS baisse (- 3,5 %). Dans ce circuit, les ventes de lait bio chutent plus lourdement que les ventes de lait conventionnel en valeur (- 1,7 %), mais suivent les tendances plus proches sur les ventes en volumes avec respectivement - 3,4 % et - 2,9 %.
 - **Viande porcine : - 5,4 %.** Les ventes de viande porcine sont à nouveau en recul, après la baisse de - 14,8 % de 2024. Le marché de la viande de porc biologique décline donc dans tous les circuits (-20 % en GMS, - 6,4 % en circuit spécialisé), sauf en vente directe (+ 14,5 %). Avec un effet prix de 0,2%, les volumes sont en baisse de 5,6 %. L'écart de prix entre viande de porc bio et conventionnelle sortie ferme est élevé et s'amplifie au stade de la deuxième transformation et en distribution. Ainsi en GMS, les saucisses bio (16 EUR / kg) sont vendues 50% plus cher qu'en conventionnel (10 EUR / kg).
 - **Le vin : - 2,4 %.** La récolte 2024 (mise en marché en 2025) est dans la moyenne basse des dernières années. Le volume total de vin bio produit est donc en légère baisse de 2,7 % par rapport au millésime précédent. L'évolution globale du secteur a fini par rattraper le marché du vin biologique qui jusqu'en 2024 avait plutôt résisté à cette baisse générale. Les ventes de vins bio reculent dans tous les circuits : - 3,8 % en GMS, -3,1% en magasins spécialisés, - 1,7 % chez les cavistes et - 2,4 % en vente directe. Les prix sont également en recul, estimé à -0,3%.
 - **Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées : - 0,5 %.** La valeur des ventes diminue légèrement dans tous les circuits mais est plus marquée en circuit spécialisé bio (-1,5%) contrairement à la GMS (-0,3%) et chez les artisans-EAP -0,5%). Les brasseries répondant à notre enquête sont plus nombreuses à indiquer une baisse du CA qu'une hausse. Les ventes de spiritueux demeurent très limitées.
 - **Produits de la mer frais et transformés : - 3,2 %.** Les principaux produits de la mer bio sont des produits premium transformés (saumon et truite fumés et crevettes cuites). On note un fort recul des

importations de crevettes de Madagascar, non compensées par d'autre origines. La GMS est le premier circuit de commercialisation de ces produits et accuse une baisse de - 3,8% qui n'est pas compensée par la hausse observée en magasins spécialisés (+ 5,9 %). Les produits frais (bars et daurades d'élevage, moules) sont des produits de niche.

Tableau 3 - Valeur des ventes par famille de produits de 2023 à 2025, parts de marché pour chaque famille de produits et évolution en valeur

Stade de détail M EUR TTC – France Métropolitaine	2023	2024	2025	PDM 2025	Evol 25/24
Fruits	933	945	1 019	8%	7,8%
Légumes	979	1 118	1 195	9%	6,9%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 912	2 063	2 214	18%	7,3%
Lait	394	391	388	3%	-0,7%
Produits laitiers	817	819	859	7%	4,8%
Œufs	612	666	729	6%	9,5%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 823	1 876	1 976	16%	5,3%
Viande bovine	387	348	365	3%	4,8%
Viande porcine	131	95	90	1%	-5,4%
Viande agneau	64	59	58	0%	-1,0%
Volaille	268	238	249	2%	4,9%
Charcuterie salaison	149	118	119	1%	0,2%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	1 000	859	882	7%	2,7%
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	2 823	2 735	2 857	23%	4,5%
Mer-Saurisserie-Fumaison	205	143	138	1%	-3,2%
Traiteur	339	303	308	2%	1,6%
Surgelés	237	230	233	2%	1,2%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	781	676	679	5%	0,4%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	921	924	981	8%	6,2%
Epicerie Sucrée	1 984	1 951	2 034	16%	4,2%
Epicerie Salée	1 788	1 773	1 796	14%	1,3%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 773	3 724	3 830	30%	2,8%
Boissons Végétales	170	177	188	1%	6,5%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	372	337	355	3%	5,3%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	542	513	543	4%	5,7%
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 315	4 237	4 373	35%	3,2%
Vins tranquilles et autres	1 235	1 452	1 418	11%	-2,4%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	90	89	88	1%	-0,5%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 325	1 541	1 512	12%	-1,8%
TOTAL GENERAL	12 081	12 176	12 617	100%	3,6%

Source : AND-International pour Agence BIO

1.2.3 ÉVOLUTION PAR COUPLE PRODUITS/CIRCUITS : LE DYNAMISME DES MAGASINS SPECIALISES TIRE LA CROISSANCE DU MARCHÉ

1.2.3.1 Evolution en valeur par coupe circuit / produit

L'analyse croisée par couple produits/circuit permet d'identifier précisément les principaux contributeurs à la croissance en valeur.

- En GMS, la progression concerne la quasi-totalité des familles de produits, à l'exception de l'ensemble traiteur–mer–surgelé et des boissons alcoolisées. Cette croissance demeure toutefois modérée et repose souvent davantage sur des effets prix que sur les volumes, ces derniers étant fréquemment en recul. Les hausses les plus nettes en volume concernent surtout les fruits et légumes frais, les produits laitiers frais ainsi que certains segments de l'épicerie (huile, café...). En valeur, la dynamique en GMS provient principalement de l'épicerie et des fruits et légumes, chacun contribuant à hauteur de +20 M EUR.
- Le circuit spécialisé enregistre les plus fortes progressions, avec une croissance généralisée à l'ensemble des rayons à l'exception des boissons alcoolisées. Les contributions les plus importantes proviennent de l'épicerie (+89 M EUR), des fruits et légumes (+86 M EUR) et de la crèmerie (+69 M EUR), qui constituent les principaux moteurs de la croissance.
- La vente directe affiche également une dynamique soutenue, notamment portée par les fruits et légumes (+41 M EUR). Ce circuit continue par ailleurs de se structurer, avec 28 457 producteurs en 2025, un chiffre en progression constante depuis plusieurs années (27 600 en 2024, 26 082 en 2023, 24 733 en 2022, 23 888 en 2021).
- La croissance du circuit des artisans-commerçants repose essentiellement sur le dynamisme des boulangeries spécialisées bio, avec une contribution notable de la boulangerie (+25 M EUR), tandis que d'autres segments y progressent plus modestement.
- À l'inverse, certains couples produits/circuits sont en recul. Le vin, tous circuits confondus, enregistre une baisse cumulée de 28 M EUR. Des diminutions plus contenues sont également observées en GMS sur les catégories traiteur, produits de la mer et surgelés. Des replis, plus modestes, sont aussi constatés dans le circuit artisans–EAP, notamment sur les produits d'épicerie et les produits carnés.

Au global, comme en 2024, le constat demeure que les entreprises les plus fortement engagées dans la production et la distribution de produits biologiques sont celles qui contribuent le plus à la croissance du marché.

Tableau 4 : Evolution en valeur par couples circuits/famille de produits entre 2024 et 2025

Contribution évolution CA en EUR TTC entre 2024 et 2025	GMS	MSBIO	ARTISAN - EAP	VD	TOTAL
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	↗ 20	↗ 86	↗ 4	↗ 41	↗ 151
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	↗ 8	↗ 69	↗ 3	↗ 20	↗ 100
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	↗ 5	↗ 12	↘ -2	↗ 9	↗ 23
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAÎCHES ET TRANSFORMÉES	↗ 13	↗ 81	↗ 1	↗ 29	↗ 123
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	↘ -10	↗ 14	↘ -1	↗ 0	↗ 3
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	↗ 12	↗ 19	↗ 25	↗ 2	↗ 58
SOUS TOTAL E1 Épicerie	↗ 20	↗ 89	↘ -7	↗ 4	↗ 106
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	↗ 19	↗ 9	↘ 0	↗ 2	↗ 29
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	↗ 39	↗ 98	↘ -8	↗ 6	↗ 135
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	↘ -8	↘ -4	↘ -3	↘ -14	↘ -28
TOTAL GENERAL	↗ 67	↗ 294	↗ 18	↗ 63	↗ 441

Source : AND-International pour Agence BIO / NB : couleur verte hausse > 25 M EUR, couleur jaune hausse entre 0 et 25 M EUR, couleur grise baisse de 0 à -25 MEUR et couleur rouge baisse > à -25 M EUR

1.2.3.2 Poids des familles et poids des circuits

L'analyse structurelle des gammes des tableaux 6 et 7 permet 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

Tableau 5 montre que :

- Les ventes bio des GMS reposent sur l'épicerie (41% du total) et la crèmerie (lait, œufs, produits laitiers frais, fromage) pour 20%. Le profil des gammes a peu évolué par rapport à 2024.
- Les gammes du circuit bio privilégient les fruits et légumes, la crèmerie et l'épicerie. La part des produits animaux est beaucoup moins développée qu'en GMS. La répartition entre les catégories varie imperceptiblement entre 2024 et 2025.
- 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 est principalement dominée par les légumes et le vin.

Tableau 5 – Profil de gamme des circuits en 2025 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 2025	GMS	Circuit Bio	Artisans - EAP	Vente directe	TOTAL
FRUITS	6%	12%	2%	11%	8%
LÉGUMES	4%	13%	4%	24%	9%
CRÈMERIE	20%	15%	3%	13%	16%
VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	8%	5%	5%	10%	7%
TRAITEUR, MER, SURGELÉ	8%	5%	2%	0%	5%
BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	4%	7%	32%	3%	8%
ÉPICERIE SUCRÉE	22%	18%	3%	2%	16%
ÉPICERIE SALÉE	19%	16%	5%	1%	14%
BOISSONS SANS ALCOOL	6%	4%	2%	1%	4%
VINS TRANQUILLES ET AUTRES	3%	3%	41%	34%	11%
CIDRES, BIÈRE ET 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 46%, en baisse de 1,8 points, 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 la valeur totale de la famille de produits.
- Le circuit bio progresse de 1,4 points pour atteindre 29% des parts de marché. Celui-ci se distingue par sa présence dans le rayon des fruits et légumes avec une part qui progresse. Ce circuit est marqué par une relative faiblesse des ventes de boissons alcoolisées, vin inclus.
- 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. Les cavistes et la vente directe comptent respectivement pour 38% et 40% de la valeur des ventes de vin.

Tableau 6 - Les circuits de distribution des gammes en 2025 en valeur et premiers circuits (en vert)

Poids des circuits au sein de chaque famille de produit en % valeur des ventes	GMS	Circuit Bio	Artisans - EAP	Vente directe	TOTAL
FRUITS	34%	46%	3%	18%	100%
LÉGUMES	21%	41%	4%	34%	100%
CRÈMERIE	58%	28%	2%	12%	100%
VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	51%	22%	8%	20%	100%
TRAITEUR, MER, SURGELÉ	66%	30%	4%	0%	100%
BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	23%	28%	43%	6%	100%
ÉPICERIE SUCRÉE	63%	34%	2%	2%	100%
ÉPICERIE SALÉE	61%	34%	4%	1%	100%
BOISSONS SANS ALCOOL	68%	21%	6%	5%	100%
VINS TRANQUILLES ET AUTRES	14%	8%	38%	40%	100%
CIDRES, BIÈRE ET AUTRES BOISSONS ALCOOLISÉES	59%	8%	6%	27%	100%
TOTAL GÉNÉRAL	48%	29%	10%	14%	100%

Source : AND-International pour Agence BIO

Tableau 7 – Valeur des ventes par produits et par circuits 2025

Stade de détail M EUR TTC – France Métropolitaine	TOTAL 2024	TOTAL 2025	GMS	MS BIO	ARTISANS-EAP	VENTE DIRECTE
Fruits	945	1 019	342	466	27	184
Légumes	1 118	1 195	252	487	49	406
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	2 063	2 214	594	953	77	590
Lait	391	388	291	69	3	25
Produits laitiers	819	859	433	238	27	161
Œufs	666	729	428	252	7	42
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 876	1 976	1 152	559	37	228
Viande bovine	348	365	211	54	41	59
Viande porcine	95	90	33	16	7	34
Viande agneau	59	58	16	11	17	15
Volaille	238	249	122	60	3	64
Charcuterie salaison	118	119	66	49	2	3
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	859	882	447	190	71	174
TOTAL B – CRÈMERIE et VIANDE	2 735	2 857	1 599	750	107	401
Produits de la mer frais et transformés	143	138	109	15	12	3
Traiteur	303	308	135	164	8	1
Surgelés (y compris viande et mer)	230	233	203	22	8	0
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	676	679	447	201	29	3
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	924	981	225	276	423	57
Épicerie Sucrée	1 951	2 034	1 276	687	40	31
Épicerie Salée	1 773	1 796	1 104	614	69	9
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 724	3 830	2 380	1 301	108	40
Boissons Végétales	177	188	95	90	1	2
Jus de fruits & de légumes, BRSA	337	355	242	74	22	17
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	513	543	337	164	23	19
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 237	4 373	2 717	1 465	132	60
Vins tranquilles et autres	1 452	1 418	194	110	542	572
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	89	88	52	7	5	24
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 541	1 512	246	117	553	596
TOTAL GENERAL	12 176	12 617	5 828	3 761	1 321	1 708

Source : AND-International pour Agence BIO

1.2.4 EVOLUTION DES VENTES DE MDD BIO EN GMS

L'évolution des ventes de produits PGC-FLS en GMS, tous circuits confondus, met en évidence une progression de la part de marché de ces produits dans trois grandes catégories : l'épicerie, le frais libre-service à poids fixe et les liquides. La part de marché des produits biologiques sous marque de distributeur (MDD) y apparaît nettement supérieure à celle de leurs équivalents conventionnels : elle s'établit entre 38 % et 60 % pour le bio, contre 18 % à 47 % pour le non bio. Par ailleurs, la croissance des ventes de produits biologiques sous MDD a été plus dynamique que celle des produits non biologiques.

Tableau 8 : Evolution des ventes de produits MDD PGC FLS en GMS

Produits	MDD BIO			MDD NON-BIO		
	PDM 2024	2025	Evol. en points	PDM 2024	PDM 2025	Evol. en points
Epicerie	37%	38%	1,3	32%	32%	0,2
FLS poids Fixe	59%	60%	1,1	47%	47%	0,1
Liquides	41%	41%	0,4	18%	18%	-0,3

Source : AND International d'après Circana/ Agence BIO – tous circuits GMS

1.3 ÉVOLUTION DES PRIX ALIMENTAIRES BIO: UNE HAUSSE MODEREE EN 2025, SUPERIEURE A L'INFLATION

La progression moyenne des prix dans le secteur alimentaire biologique est estimée à +1,6%. Celle-ci dépasse le niveau du secteur alimentaire général de 0,7 point puisque l'inflation des produits alimentaires hors tabac est mesurée à 0,9% sur 2025 par l'INSEE. L'inflation alimentaire 2025 est en légère baisse par rapport à son niveau observé en 2024 (1,3 %).

Les prix des produits alimentaires biologiques restent donc globalement à un niveau élevé après une hausse des prix en 2024 de +1,9%. L'évolution des prix des produits alimentaires biologiques est estimée à 1,4% dans les grandes et moyennes surfaces (GMS), à +2,9% en magasins spécialisés biologiques, à +1,7% dans le circuit artisan et enfin +1,7% en vente directe.

D'après Circana, l'évolution des prix des produits de grande consommation et frais libre-service (PGC-FLS) est en progression de 1,1 % pour les produits biologiques, tandis qu'elle est de -0,2 % pour les produits non biologiques.

Tableau 9 - Évolution des prix au détail et des volumes en 2025

Stade de détail M EUR TTC et en % – France Métropolitaine	Croissance 2025	Effet prix 2025	Evolution en volume 2025
Fruits	7,8%	1,7%	6,1%
Légumes	6,9%	3,2%	3,7%
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	7,3%	2,5%	4,8%
Lait	-0,7%	0,2%	-0,9%
Produits laitiers	4,8%	0,3%	4,5%
Œufs	9,5%	2,0%	7,5%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	5,3%	0,9%	4,4%
Viande bovine	4,8%	6,5%	-1,6%
Viande porcine	-5,4%	0,2%	-5,6%
Viande agneau	-1,0%	6,5%	-7,5%
Volaille	4,9%	0,8%	4,1%
Charcuterie salaison	0,2%	-2,9%	3,2%
SOUS TOTAL B2 Produits Carnés	2,7%	2,9%	-0,2%
TOTAL B - CRÈMERIE, PRODUITS CARNES	4,5%	1,5%	3,0%
Mer-Saurisserie-Fumaison	-3,2%	2,0%	-5,2%
Traiteur	1,6%	0,4%	1,2%
Surgelés	1,2%	2,5%	-1,3%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	0,4%	1,5%	-1,0%
TOTAL D - BOULANGERIE – PAT. FRAÎCHE	6,2%	4,1%	2,1%
Épicerie Sucrée	4,2%	2,3%	1,9%
Épicerie Salée	1,3%	-0,4%	1,7%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	2,8%	1,0%	1,8%
Boissons Végétales	6,5%	0,9%	5,6%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	5,3%	6,3%	-0,9%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	5,7%	4,5%	1,2%
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SS ALCOOL	3,2%	1,4%	1,8%
Vins tranquilles et autres	-2,4%	-0,3%	-2,1%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	-0,5%	1,1%	-1,7%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	-1,8%	-0,2%	-1,6%
TOTAL GÉNÉRAL	3,6%	1,6%	2,0%

Source : AND-International pour Agence BIO - Élaboration d'après Circana, RNM, Bioanalytics et enquêtes propres.

1.4 EN AMONT : ENTRE STABILISATION ET INCERTITUDES

Avec la crise de 2022, la dynamique de croissance de la production par les conversions visant à servir un marché en développement continu a été brisée. Le redémarrage progressif de la demande s'exprime d'abord par la valeur des ventes ; compte tenu de l'inflation spécifique cela ne se traduit pas par une croissance de la demande intermédiaire des transformateurs pour les matières premières agricoles ou issues de la première transformation. En 2025, le point d'équilibre est atteint dans différentes filières.

- **La filière laitière connaît une faible croissance des volumes** ; au stade agricole, le potentiel est orienté à la baisse en raison d'arrêts et notamment de départs en retraite. Cela n'est pas suffisant pour que les collecteurs renouent avec les politiques actives d'encouragement à la conversion. En aval, la question du marché du lait liquide reste un point négatif ; si le lait bio avait joué un rôle important dans la segmentation de l'offre durant la décennie 2010, il n'est pas certain que l'histoire se répète. En 2025, un tiers des répondants à notre enquête a déclaré avoir dû vendre en « non-bio » une partie de leurs volumes, dans une proportion variant de 0,5 % à 20%. L'impact sur le prix de vente est le plus souvent de l'ordre de 30%.
- L'activité de la filière porc bio s'était déjà presque stabilisée en 2024, mais la demande reste peu dynamique et certaines enseignes réduisent encore leurs gammes. De ce fait, la **résolution de l'équilibre carcasse est encore plus complexe**. Comme pour le lait, l'heure n'est pas encore à la mise en place de nouveaux producteurs, même si le potentiel tend à se réduire.
- Comme en 2024, **la production de viandes bovine et ovine 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 les autres circuits ne peuvent compenser ce recul (malgré la croissance en circuit bio).
- En grande culture, la moisson catastrophique en 2024 a contribué à **un rééquilibrage** par rapport à une offre qui avait été pléthorique l'année précédente. Les débouchés n'ont pas augmenté de manière significative : le dynamisme concerne la production d'œufs (premier poste de l'industrie de la nutrition animale), idem avec le poulet. La boulangerie spécialisée s'est bien portée, mais cela n'a pas compensé la réduction de la demande en farine des industriels (mauvaise année pour la biscuiterie, par exemple).
- **Le déclassement concerne 41% des entreprises de négoce de fruits et légumes** (contre 40% en 2024) ; le taux de déclassement déclaré est plus homogène en 2025 (de 1% à 35% contre 3% à 90% en 2024) pour une médiane à 10% (idem 24).
- **Le secteur du vin est en grave difficulté**, bio ou non. La question clé est l'évolution de la demande domestique en forte baisse, sans doute pour des motifs générationnels qui incluent le pouvoir d'achat, la culture et le contexte sociétal.

1.5 ÉCHANGES EXTERIEURS : CROISSANCE LIMITEE DES EXPORTATIONS ET DES IMPORTATIONS

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'analyse des échanges extérieurs repose sur les réponses des enquêtes menées auprès des préparateurs, détaillants et opérateurs. Sur les 850 réponses d'entreprises reçues, 200 ont renseigné des flux d'import et/ou d'exportation en 2025. Ces résultats sont consolidés avec les données d'importation direct issues des pays tiers fournies par les douanes. Pour les produits élaborés notamment en épicerie et produits traiteurs, des estimations sont établies à partir de la composition des aliments et la part des ingrédients importés par grands profils d'aliments biologiques. Par ailleurs, des données sectorielles sont également mobilisées (COP, sucre) pour compléter et croiser les résultats obtenus.

1.5.1 RÉSULTATS GÉNÉRAUX

Le **taux d'approvisionnement** hors de France est quasiment stable par rapport à l'année précédente, **avec 28,3 % en 2025 contre 28,9% en 2024** et 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 **2,38** milliards en 2025 contre 2,348 en 2024 et 2,35 milliards en 2023 et 2,830 milliards d'euros en 2020. La valeur des importations a **légèrement progressé de 1,4% entre 2024 et 2025**.

La valeur des exportations enregistre une **croissance de 2,4%** en 2025, pour atteindre 1,19 milliards d'euros contre 1,16 en 2024, (et 1,06 en 2023). Les exportations reposent majoritairement sur le vin (53 % de la valeur totale des exportations), les produits d'épicerie (23%) et les fruits et légumes (11%). On note une progression des exportations de bière et de cidre.

1.5.2 IMPORTATIONS ET ORIGINES

Le Tableau 10 présente l'évolution des importations en valeur au prix de gros. L'UE représente, comme en 2024, 47% de la valeur estimée des importations et les pays tiers, 52%. Les principales évolutions par famille de produits sont les suivantes :

- **Fruits et légumes.** La reprise des achats de banane constatée en 2024 s'est poursuivie en 2025, elle explique en grande partie la progression des importations de fruits. Cependant, les importations de légumes ont reculé, en raison d'une meilleure couverture nationale de la demande pour certaines espèces (par exemple en courgettes dont le taux d'import en circuit long est passé de 54 % en 2024 à 43 % en 2025).
- **Produits laitiers.** Les échanges de lait liquide sont en repli. Le marché des fromages méditerranéens progresse légèrement, à partir de produits AOP (importés) ou équivalents.

- **Viandes.** La filière bovine est perturbée en amont par l'envolée des prix des animaux, bio ou non. En dépit d'une demande peu dynamique, les situations de manque peuvent se produire ponctuellement, sans recours à l'import. Dans la filière porcine, il y a eu moins de surplus à exporter, mais certains ateliers de fabrication ont toujours recours à du porc origine UE.
- **Produits de la mer.** Les importations de saumon en provenance des pays tiers ont à nouveau reculé de 35%. Selon les données des douanes, les importations de crevettes de Madagascar se sont considérablement réduites (- 60%).
- **Céréales et oléoprotéagineux.** Les importations de céréales sont en baisse de 25% sur la campagne 25/26 et de 30% pour le blé tendre seul. Ainsi, 38 500 t de céréales ont été importées sur la campagne 2025/2026 contre 51 200 durant la campagne précédente. Les importations directes de graines et tourteaux de soja ont en revanche repris, à hauteur de 66 800 t, contre 32 200 t en 2024 et 64 000 t en 2023.
- Dans le domaine de **l'épicerie salée**, le marché de l'huile d'olive s'est stabilisé, tant en volume qu'en prix. Ce produit représente près du tiers de la valeur des importations de produits d'épicerie salée. La progression de la demande en riz a été servie par une bonne récolte 2025 en Camargue et le poids des importations s'est un peu réduit. On note par ailleurs que les produits à base de riz font généralement référence à des matières premières extérieures. La légère progression des importations repose sur le dynamisme de certains rayons, principalement fournis par des fabrications et des matières premières extérieures : tartinables, cornichons, graines salées, poivres, céréales d'accompagnement.
- **Le rayon épicerie sucré** a été marqué par la hausse des prix des produits dérivés du café et du cacao, dont les cours ont augmenté de manière significative (+40% pour le café, selon certains répondants). La demande en volume pour le café s'est néanmoins développée, alors que celle pour chocolat a reculé. D'un autre côté, le tassement des volumes de la biscuiterie, des compotes et confitures et la meilleure couverture nationale des besoins en farine ont eu tendance à réduire la valeur des importations. La balance entre ces deux tendances fait ressortir une croissance des importations estimée à 4%.

ZOOM SUR LES 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 l'extérieur de l'UE (fruits, café, thé, cacao et dérivés, crevettes), dont la valeur en 2025 est estimée à 1,051 Mds EUR contre 1,000 Mds EUR en 2024, soit une hausse de 5%. On peut y ajouter les achats de sucre (principalement pour l'industrie mais aussi pour la consommation en l'état), estimés à 73 M EUR contre 74 M EUR en 2024. L'évolution est de -1%.

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 670 M EUR, soit 5 % de moins qu'en 2024. L'évolution est surtout due aux légumes et aux produits de la mer.

Les principaux produits bio dit substituables sont essentiellement produits en UE. Cela inclut notamment certains fruits et légumes (kiwis, oignons, fromages méditerranéens), les produits oléagineux et matières grasses hors olive, la farine, le blé dur et dérivés, les ingrédients pour boissons végétales. Les produits substituables importés en 2025 ont été estimés à **620 M EUR**, contre 606 M EUR, soit une hausse de 2 %.

1.5.3 EXPORTATIONS ET DESTINATIONS

Le Tableau 11 présente la valeur des exportations par famille de produits. ; 56% sont à destination de l'UE et 44% à destination des pays non-UE. Les évolutions notables sont les suivantes :

- **Vin** : coup d'arrêt au développement des ventes extérieures, qui régressent légèrement, aussi bien vers l'UE qu'en dehors de cette zone.
- **Épicerie salée et sucrée** : On note une baisse des ventes (réexportations) vers l'UE en épicerie salée et un développement vers certains pays tiers, avec des produits variés (café, chocolat, boulangerie).
- **Fruits et légumes**. On observe une progression des ventes de fruits (pommes, noix, re-export de bananes) et de légumes (asperges, mâche, choux, aromatiques, tomates) vers le nord de l'Europe et vers la Suisse.
- **Lait et produits laitiers** : les exportations de lait en citerne reculent à nouveau et à mesure que le déséquilibre entre l'offre et la demande se réduit. Les ventes en UE de produits laitiers croissent (fromages, ULF).
- **Viandes** : les modestes flux d'exportations se sont maintenus dans le secteur de la volaille et se sont réduits dans le secteur porcin. Le marché bovin souffre d'insuffisance d'approvisionnement et n'a pas de capacité à exporter.

Tableau 10 – Estimation de la valeur des importations 2025 au prix de gros

Stade de gros en M EUR HT et en % – France Métropolitaine – 2025	CA au stade détail	Valeur au prix de gros	Taux d'importation au prix de gros	Dont UE	Dont pays tiers	Import. UE	Import. pays tiers	Total import	Evol. 25/24
	M EUR	M EUR	%	%	%	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR
Fruits	1 019	680	59,0%	20,3%	38,7%	138	263	401	6,1%
Légumes	1 195	797	12,4%	9,5%	2,9%	76	23	99	-3,9%
TOTAL A – FRUITS ET LEGUMES FRAIS	2 214	1 476	33,9%	14,5%	19,4%	214	286	500	4,0%
Lait	388	259	1,7%	1,7%	0,0%	4,5	0	5	0,0%
Produits laitiers	859	572	2,6%	2,3%	0,3%	13	2	15	25,0%
Œufs et ovoproduits	729	486	0,6%	0,6%	0,0%	3	0	3	50,0%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 976	1 317	1,7%	1,6%	0,2%	21	2	23	21,6%
Viande bovine	365	243	0,4%	0,4%	0,0%	1	0	1	0,0%
Viande porcine	90	60	3,3%	3,3%	0,0%	2	0	2	-33,3%
Viande agneau	58	39	5,1%	2,6%	2,6%	1	1	2	0,0%
Volaille fraîche et élaborée	249	166	0,6%	0,6%	0,0%	1	0,0	1	0,0%
Charcuterie salaison	119	79	8,6%	8,6%	0,0%	7	0	7	-9,3%
SOUS TOTAL B2 Viandes	882	588	2,2%	2,0%	0,2%	12	1	13	-11,7%
TOTAL B – CRÉMERIE et VIANDE	2 857	1 905	1,9%	1,7%	0,2%	32	3	35	7,0%
Mer-Saurisserie-Fumaison	138	92	62,9%	30,3%	32,5%	28	30	58	-34,8%
Traiteur	308	205	12,3%	12,3%	0,0%	25	0	25	4,2%
Surgelés	233	155	58,2%	44,1%	14,1%	69	22	90	3,3%
TOTAL C – TRAITEUR, MER, SURGELÉ	679	453	38,4%	26,9%	11,5%	122	52	174	-13,5%
TOTAL D – BOULANGERIE PÂTISSERIE	981	654	5,7%	5,7%	0,0%	37	0	37	0,0%
Épicerie Sucrée	2 034	1 356	58,4%	17,7%	40,7%	240	552	792	3,9%
Épicerie Salée	1 796	1 197	54,0%	32,0%	22,0%	383	263	646	1,3%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 830	2 553	56,3%	24,4%	31,9%	623	815	1 438	2,7%
Boissons Végétales	188	126	23,1%	14,8%	8,3%	19	10	29	5,6%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	355	236	55,6%	15,8%	39,9%	37	94	132	-1,1%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	543	362	44,4%	15,5%	28,9%	56	105	161	0,1%
TOTAL E – ÉPICERIE ET SANS ALCOOL	4 373	2 915	54,8%	23,3%	31,5%	679	920	1 599	2,4%
Vins tranquilles et autres	1 418	945	2,9%	2,7%	0,2%	25	2	27	-2,3%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	88	59	15,3%	13,6%	1,7%	8	1	9	12,5%
TOTAL F – BOISSONS ALCOOLISÉES	1 512	1 008	3,6%	3,3%	0,3%	33	3	36	1,0%
TOTAL GENERAL	12 617	8 411	28,3%	13,3%	15,0%	1 117	1 264	2 381	1,4%

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 11 – Estimation de la valeur des exportations 2025 au prix de gros HT

Stade de gros en M EUR HT et en % – France Métropolitaine – 2025	CA stade détail	Valeur au prix de gros	Taux d'exportation au prix de gros	Export. UE	Export. Pays tiers	Total export	Evol. 25/24
	M EUR	M EUR	%	M EUR	M EUR	M EUR	M EUR
Fruits	1 019	680	12,8%	65	22	87	16,0%
Légumes	1 195	797	5,6%	40	5	45	12,5%
TOTAL A – FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	2 214	1 476	8,9%	105	27	132	14,8%
Lait	388	259	1,5%	4,0	0	4	-73,3%
Produits laitiers	859	572	12,9%	54	20	74	9,6%
Œufs et ovoproduits	729	486	0,2%	1	0	1	0,0%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 976	1 317	6,0%	59	20	79	-5,4%
Viande bovine	365	243	0,4%	1	0	1	0,0%
Viande porcine	90	60	3,3%	2	0	2	-60,0%
Viande agneau	58	39	0,0%	0	0	0	-100,0%
Volaille Fraîche et élaborée	249	166	9,0%	13	1,9	14,9	20,2%
Charcuterie salaison	119	79	5,1%	4	0	4	33,3%
SOUS TOTAL B2 Viandes	882	588	3,7%	20	2	22	-2,2%
TOTAL B – CRÈMERIE et VIANDE	2 857	1 905	5,3%	79	22	101	-4,7%
Mer-Saurisserie-Fumaison	138	92	8,5%	7	1	8	0,0%
Traiteur	308	205	3,8%	7	1	8	-11,1%
Surgelés	233	155	1,3%	2	0	2	-33,3%
TOTAL C – TRAITEUR, MER, SURGELÉ	679	453	3,9%	16	2	18	-10,1%
TOTAL D – BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	981	654	0,7%	5	0	5	0,0%
Epicerie Sucrée	2 034	1 356	10,5%	90	52	142	18,3%
Epicerie Salée	1 796	1 197	10,7%	95	33	128	-4,5%
SOUS TOTAL E1 Epicerie	3 830	2 553	10,6%	185	85	270	6,3%
Boissons Végétales	188	126	4,5%	6	0	6	5,7%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	355	236	0,8%	2	0	2	0,0%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	543	362	2,1%	8	0	8	4,1%
TOTAL E – EPICERIE ET BOISS. SANS ALCOOL	4 373	2 915	9,5%	193	85	278	6,2%
Vins tranquilles et autres	1 418	945	67,4%	256	382	637	-1,8%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	88	59	37,4%	9	13	22	175,0%
TOTAL F – BOISSONS ALCOOLISÉES	1 512	1 008	65,4%	265	395	659	0,3%
TOTAL GENERAL	12 617	8 411	14,2%	663	530	1 193	2,4%

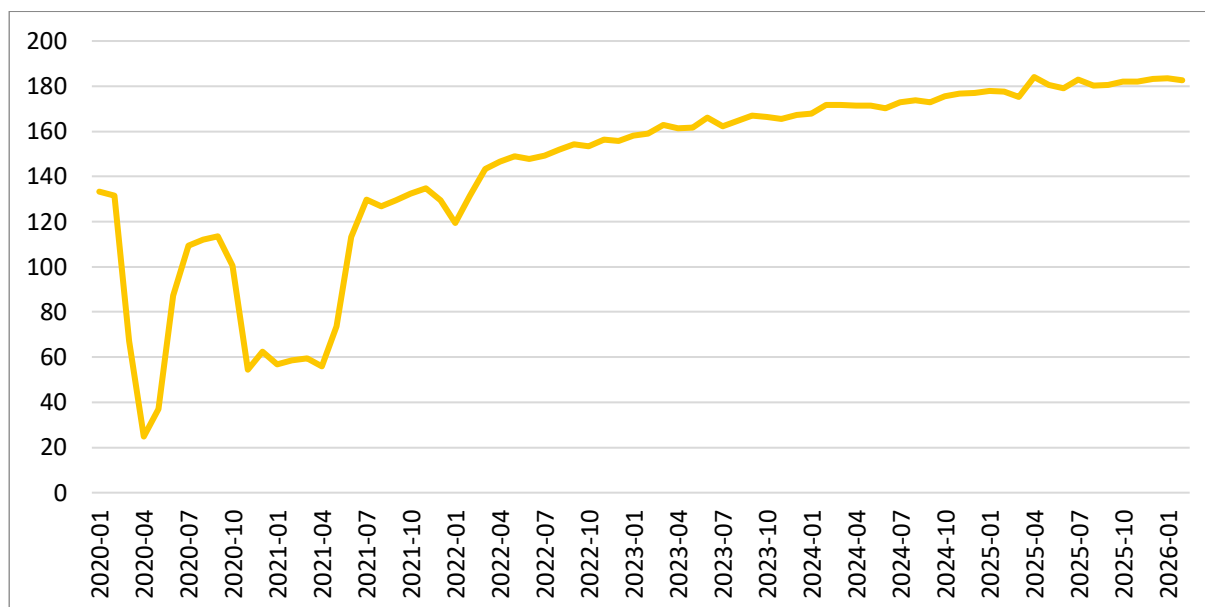
Source : AND-International pour Agence BIO

1.6 ANALYSE DES ACHATS DE PRODUITS BIO EN RESTAURATION : UNE CROISSANCE MODEREE EN 2025

1.6.1 CONTEXTE GENERAL DE LA RHD EN FRANCE

L'indice INSEE de chiffre d'affaires de la restauration permet de suivre le niveau d'activité de la restauration hors domicile en France (cf. graphique 1 ci-dessous). En 2025, l'activité des services de restauration a poursuivi son développement et était en moyenne supérieure de 7,74 points à l'année 2024 (172,72 vs 181,46). Après des fluctuations sur le premier semestre 2025, l'activité de restauration a progressé sur le reste de l'année.

Figure 4: 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 DES ACHATS DE PRODUITS BIO EN RHD

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'estimation de la valeur du marché des produits biologique en restauration hors domicile au stade de gros s'appuie sur l'analyse croisée des résultats des enquêtes préparateurs, grossistes et vente directe ainsi que l'enquête sur les approvisionnements des sociétés de restauration collective (SRC) menée par le SNRC et de l'enquête spécifique menée auprès des restaurants notifiés biologiques par l'Agence BIO. 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 **887 M EUR en 2025**, soit une progression globale de **4,7%** (+ 40 M EUR) par rapport à 2024 (**847 M EUR**). Cela étant, la croissance de la restauration hors domicile bio est plus faible en 2025 qu'en 2024 et en 2023, mais elle reste positive. Contrairement aux années précédentes, l'évolution de la valeur des achats est plus faible en restauration commerciale (+1,2%) qu'en restauration collective (+6,9%).

Tableau 12 : 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	2025	22/21	23/22	24/23	25/24
Restauration Commerciale	232	270	302	331	335	16,2%	12,1%	9,5%	1,2%
Restauration Collective	377	446	485	516	552	18,2%	8,8%	6,4%	6,9%
TOTAL	609	715	787	847	887	17,4%	10,1%	7,6%	4,7%

Source : Ecozept & AND -International pour Agence BIO

1.6.3 ÉVOLUTION 2025 VS 2024 : ENTRE CONTINUITE ET CHANGEMENT

Les évolutions entre 2025 et 2024 varient fortement selon les grandes catégories. Les principales tendances à retenir sont :

- Les **produits laitiers et fruits et légumes bio** sont les principaux moteurs de croissance de la restauration hors domicile.
- A contrario en restauration commerciale, le vin bio qui est la catégorie de produit la plus importante en achat, est en recul de 2,5%. De même l'épicerie bio recule en restauration collective de 4,1%
- Les **produits carnés et œufs bio** poursuivent leur croissance initiée l'année dernière, (+7,1%), principalement en restauration collective (+8,9%).

Les tendances par catégories de produits sont les suivantes :

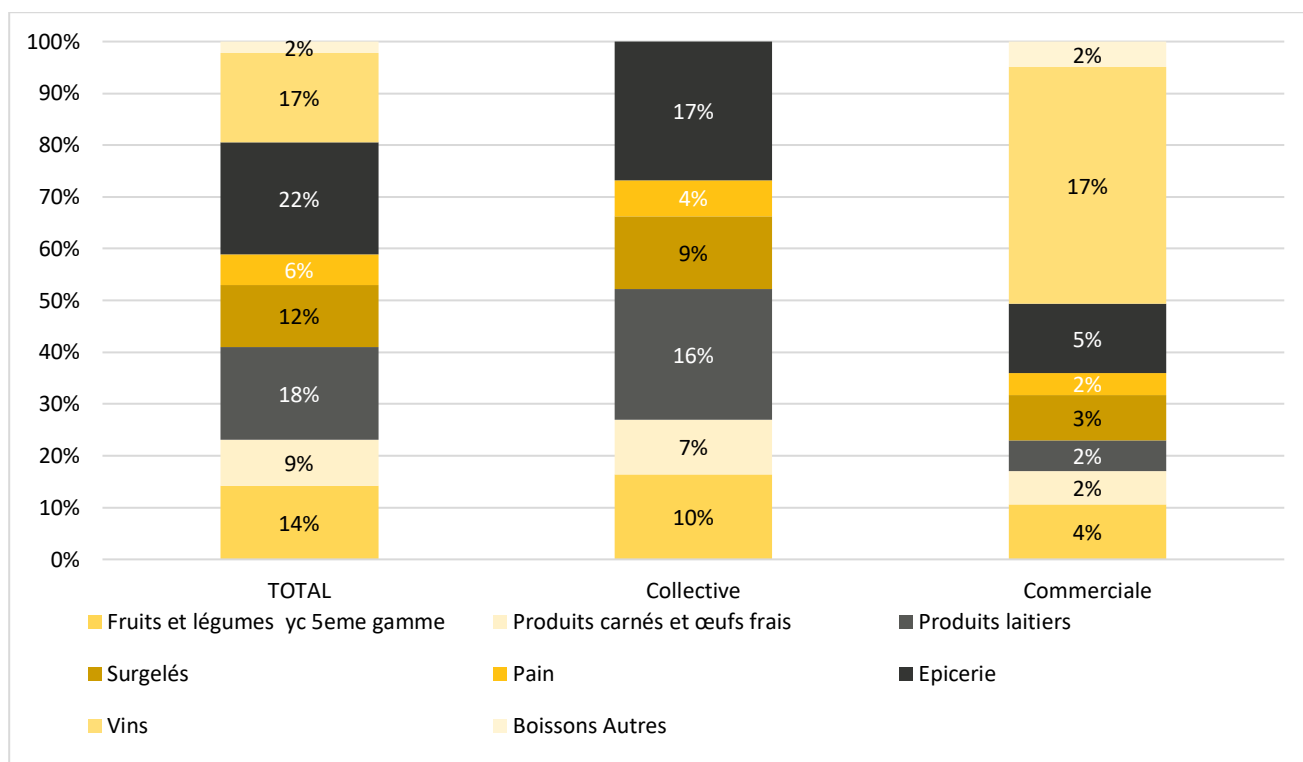
- **Les produits d'épicerie bio** : catégorie principale en valeur (191,6 M EUR), connaît un recul de 2,2%, malgré un léger développement en restauration commerciale (2,1%) – diminution de 4,1% en restauration collective qui est le principal acheteur de ce type de produits.
- **Les produits laitiers** : deuxième catégorie en valeur (159M EUR), connaît également une forte évolution de 13,4%/ La situation est similaire en restauration collective (12,6%) et commerciale 12,3%
- **Le marché du vin bio** : troisième catégorie de produits en valeur (153 M EUR), représente un peu moins de la moitié de la valeur du marché de la restauration commerciale. Le recul de 2,5% de cette catégorie impacte la vision globale du marché, il fait suite à une forte croissance en 2024 (+9,5%).
- **Fruits et légumes frais bio** : catégorie qui connaît la plus forte évolution (+15,2%), avec une croissance particulièrement élevée en restauration collective (+17,1%) mais également en restauration commerciale (+10,6%). La progression, par rapport à 2024, en restauration collective est nettement plus importante (+7,6% en 2024), tandis qu'elle est comparable en restauration commerciale (9,1% en 2024).
- **Les surgelés bio** : le segment connaît une situation contrastée, avec une croissance marquée en restauration collective (+10,4%). En restauration commerciale, la diminution de -2,4% fait suite à une très forte progression en 2024 (+24,2%).
- **Les produits carnés et les œufs bio** : les achats augmentent de 8,9% en restauration collective et de 2,5% en restauration commerciale. Ces augmentations sont dans la lignée des évolutions de l'année dernière.
- **Le pain bio** connaît une faible croissance en restauration collective (2,9%) et une stabilité (-0,1%) en restauration commerciale.
- **Les boissons bio** connaissent une croissance des achats de 4% avec une disparité entre la restauration commerciale (2,6%) et la restauration collective (+11,3%). Dans ce dernier secteur, les ventes diminuaient en 2024 de -5,4%.

Tableau 13: 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 2025 / 2024 en %			Parts des achats bio en RHD en %		
	TOTAL	Coll.	Com.	TOTAL	Coll.	Com.	TOTAL	Coll.	Com.
Fruits et légumes frais (yc 5G)	126	90	35	15,2%	17,1%	10,6%	14%	10%	4%
Produits carnés, produits de la mer et œufs frais	79	58	22	7,1%	8,9%	2,5%	9%	7%	2%
Produits laitiers	159	138	20	12,5%	12,6%	12,3%	18%	16%	2%
Surgelés	107	77	29	6,5%	10,4%	-2,4%	12%	9%	3%
Pain	52	38	14	2,1%	2,9%	-0,1%	6%	4%	2%
Épicerie	192	147	45	-2,7%	-4,1%	2,1%	22%	17%	5%
Vins	153	-	153	-2,5%	0,0%	-2,5%	17%	0%	17%
Boissons Autres	20	3	16	4,0%	11,3%	2,6%	2%	0%	2%
TOTAL	887	552	335	4,7%	6,9%	1,2%	100%	62%	38%

Source: Ecozept/AND-International pour Agence BIO

Figure 5: Le marché des denrées bio en restauration hors domicile par grandes familles de produit (part du marché total en valeur) -la restauration collective représentant 62% du marché et la restauration commerciale 38%



Source :Ecozept AND-International pour Agence BIO

1.6.4 ENQUETE AUPRES DES RESTAURANTS CERTIFIES BIOLOGIQUES : DES SITUATIONS DIVERGENTES

Afin de compléter l'analyse des tendances, une enquête a été menée auprès d'un panel de restaurants. Au total, nous avons collecté les réponses pour 30 établissements (dont une réponse groupée pour 17 restaurants) pour un parc total de 178 restaurants notifiés interrogés.

Cette enquête a permis d'estimer la valeur annuelle (2025) moyenne des achats de produits bio par restaurant à **170 K EUR**. Selon les résultats de l'enquête, les achats bio ont diminué de **6,7%** entre 2025 et 2024. Cette diminution est fortement impactée par le groupe de 17 restaurants qui connaît une diminution de ses achats de 9%. Le reste des répondants voient leurs achats augmenter de 3,4% ce qui est plus cohérent avec l'évolution de la valeur des ventes des fournisseurs de la restauration commerciale (grossistes, préparateurs, producteurs vendeurs en direct).

Les achats d'origine France représenteraient 63% des achats bio de ces restaurants.

En prenant en compte un parc de 178 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 **44,9 M EUR**, ce qui représenterait environ **13,4%** 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 généraliste, au prorata du chiffre d'affaires.

Pour la quatrième année consécutive, le nombre d'emplois dans la filière alimentaire est en diminution. Les effectifs de la filière sont estimés à 63 600 ETP. La perte est moins forte qu'en 2024, et le niveau reste proche de celui de 2019. Les effectifs des industries de transformation sont en légère baisse, avec un gain de productivité. Les effectifs dans le commerce progressent de l'ordre de 1 800 Équivalents Temps plein (ETP), principalement dans le circuit spécialisé. Le ratio CA / ETP s'améliore dans le secteur spécialisé, du fait des efforts de rationalisation.

Figure 6 – Evolution des emplois dans l'aval des filières bio de 2020 à 2025 en milliers d'ETP

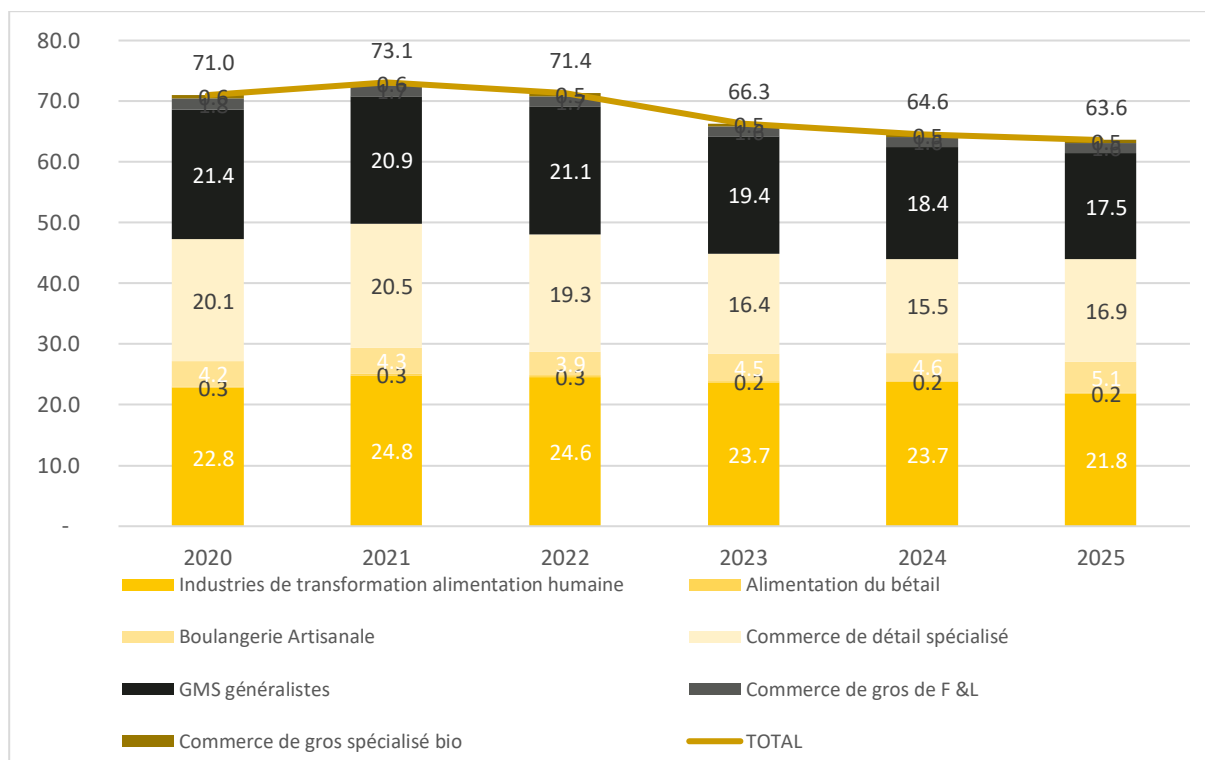


Tableau 14 – Evolution des emplois dans l'aval des Filières bio de 2024 à 2025 en milliers d'ETP

EMPLOIS en ETP	2024	2025	Evolution 25/24	
			ETP	%
Industries de transformation alimentation humaine	23 738	21 820	- 1 918	-8%
Alimentation du bétail	210	200	- 10	-5%
Boulangerie Artisanale	4 590	5 070	480	10%
Commerce de détail spécialisé	15 500	16 900	1 400	9%
GMS généralistes	18 430	17 500	- 930	-5%
Commerce de gros de F & L	1 620	1 600	- 20	-1%
Commerce de gros spécialisé bio	500	520	20	4%
TOTAL	64 588	63 610	- 978	-2%
Evolution en ETP et %	- 1 738	- 978		
	-3%	-2%		

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 **quatre indices territoriaux**

-Les données des panels de distributeurs (par région administrative) répartissent les ventes des GMS généralistes (Circana),

-La répartition des surfaces de magasins spécialisés par département (Biolinéaires). Un coefficient de pondération par département est introduit de manière à tenir compte d'un CA/ m² plus important dans les zones densément peuplées, où les coûts sont plus élevés, et d'un CA/m² plus bas dans les départements peu denses (< 50 habitants par km² à comparer à 20 000 habitants/km² dans Paris intra-muros),

-La répartition par département du nombre de producteurs en vente directe (source : Agence BIO),

- Les ventes du circuit artisans-EAP 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 (INSEE 01/2026 estimations). Les données par circuit ont été révisées à partir de 2021.

2.2.1 COEFFICIENTS ET VALEURS DES CONSOMMATIONS REGIONALES

La valeur moyenne des achats de produits alimentaires bio par habitant ressort à **183,5 EUR en 2024 et 184,0 en 2025**. Les coefficients de consommation par circuit de vente et par région ont peu évolué entre 2024 et 2025.

Tableau 15 – Coefficients de consommation par circuit selon les régions administratives

Coefficients en %	GMS		MS BIO		Artisans-EAP		Vente directe	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Auvergne Rhone Alpes	13,0%	13,0%	17,5%	17,7%	12,4%	12,4%	16,7%	16,6%
Bourgogne FC	3,4%	3,4%	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	5,4%	5,5%
Bretagne	7,8%	7,8%	6,7%	6,8%	5,2%	5,3%	7,4%	8,0%
Centre Val de Loire	3,1%	3,1%	2,3%	2,3%	3,9%	3,9%	3,2%	3,1%
Corse	0,7%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	1,3%	1,1%
Grand Est	6,5%	6,5%	6,5%	6,5%	8,4%	8,3%	5,1%	5,3%
Hauts de France	5,4%	5,4%	4,0%	3,9%	9,0%	8,9%	2,2%	2,2%
Ile de France	19,9%	19,8%	19,1%	18,5%	18,8%	18,9%	1,2%	1,3%
Normandie	4,1%	4,1%	3,3%	3,3%	5,0%	5,0%	3,9%	4,1%
Nouvelle Aquitaine	9,9%	9,8%	8,9%	9,1%	9,3%	9,3%	15,3%	14,7%
Occitanie	9,6%	9,4%	10,6%	10,9%	9,3%	9,4%	23,0%	22,5%
Pays de la Loire	7,1%	7,1%	5,3%	5,4%	5,9%	5,9%	6,3%	6,7%
Prov. Alpes Côte d'Azur	9,5%	9,8%	11,1%	10,9%	7,9%	8,0%	8,9%	8,9%

Source : AND-International 2025 d'après Circana Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

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 l'Ile-de-France, Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie, PACA et Nouvelle-Aquitaine.

Tableau 16 – Valeur des marchés bio par circuit selon les régions administratives.

CA en EUR/habitant	GMS		MS BIO		Artisans -EAP		Vente Directe		CA TOTAL	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Auvergne Rhone Alpes	751	758	606	666	162	164	276	284	1 795	1 872
Bourgogne FC	195	198	146	157	55	55	90	94	485	505
Bretagne	447	458	231	256	68	69	122	136	868	919
Centre Val de Loire	180	182	81	87	51	51	53	53	364	373
Corse	40	41	17	18	7	7	21	19	85	85
Grand Est	375	381	226	246	109	110	84	90	794	827
Hauts de France	311	317	139	147	117	118	37	38	604	620
Ile de France	1 146	1 155	664	694	245	249	19	22	2 074	2 120
Normandie	239	242	116	123	66	66	65	70	485	501
Nouvelle Aquitaine	569	574	309	344	122	123	251	250	1 250	1 292
Occitanie	552	552	367	411	122	124	378	385	1 418	1 471
Pays de la Loire	409	415	184	202	77	78	104	115	774	810
Pro.. Alpes Côte d'Azur	548	570	383	410	103	105	146	152	1 180	1 238
France (Hexagone)	5 761	5 841	3 467	3 761	1 303	1 321	1 645	1 708	12 176	12 631

Source : AND-International 2025 d'après Circana Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

La valeur de la consommation par habitant a peu varié entre 2024 et 2025, mais la croissance du marché est très légèrement plus rapide que celle de la population. Entre 2024 et 2025, la population a progressé de 0,7% et la valeur du marché bio de 3,7%.

La valeur moyenne des achats de produits alimentaires bio par habitant ressort à 183,5 EUR en 2024 et 184,0 en 2025.

Tableau 17 – Valeur des marchés bio par circuit et par habitant selon les régions administratives

CA en EUR/habitant	GMS		MS BIO		Artisans-EAP		Vente directe		CA TOTAL		POP. 1000 hab.	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Auvergne Rh-Alpes	91	91	73	80	20	20	33	34	217	225	8 260	8 303
Bourgogne FC	70	71	52	56	20	20	32	34	174	181	2 793	2 794
Bretagne	129	130	66	73	20	20	35	39	250	262	3 476	3 510
Centre Val de Loire	70	70	31	33	20	20	20	21	141	144	2 581	2 589
Corse	112	112	46	49	20	20	59	51	237	232	360	366
Grand Est	68	69	41	44	20	20	15	16	143	149	5 544	5 544
Hauts de France	52	53	23	25	20	20	6	6	101	104	5 974	5 966
Ile de France	92	92	53	55	20	20	2	2	167	168	12 451	12 595
Normandie	71	72	35	37	20	20	19	21	145	149	3 341	3 354
Nouvelle Aquitaine	92	92	50	55	20	20	41	40	202	207	6 191	6 242
Occitanie	89	88	59	66	20	20	61	62	229	235	6 202	6 247
Pays de la Loire	104	105	47	51	20	20	26	29	197	204	3 937	3 965
Provence Alpes Côte d'Azur	104	107	73	77	20	20	28	29	225	233	5 242	5 318
France (Hexagone)	87	87	52	56	20	20	25	26	184	189	66 352	66 793

Source : AND-International 2025 d'après Circana Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

La dépense moyenne annuelle par habitant dépasse 200 euros dans 7 régions, listées en ordre décroissant : Bretagne (262), Occitanie (235), PACA (233), Corse (232), AURA (225), Nouvelle Aquitaine (207) et Pays de la Loire (204).

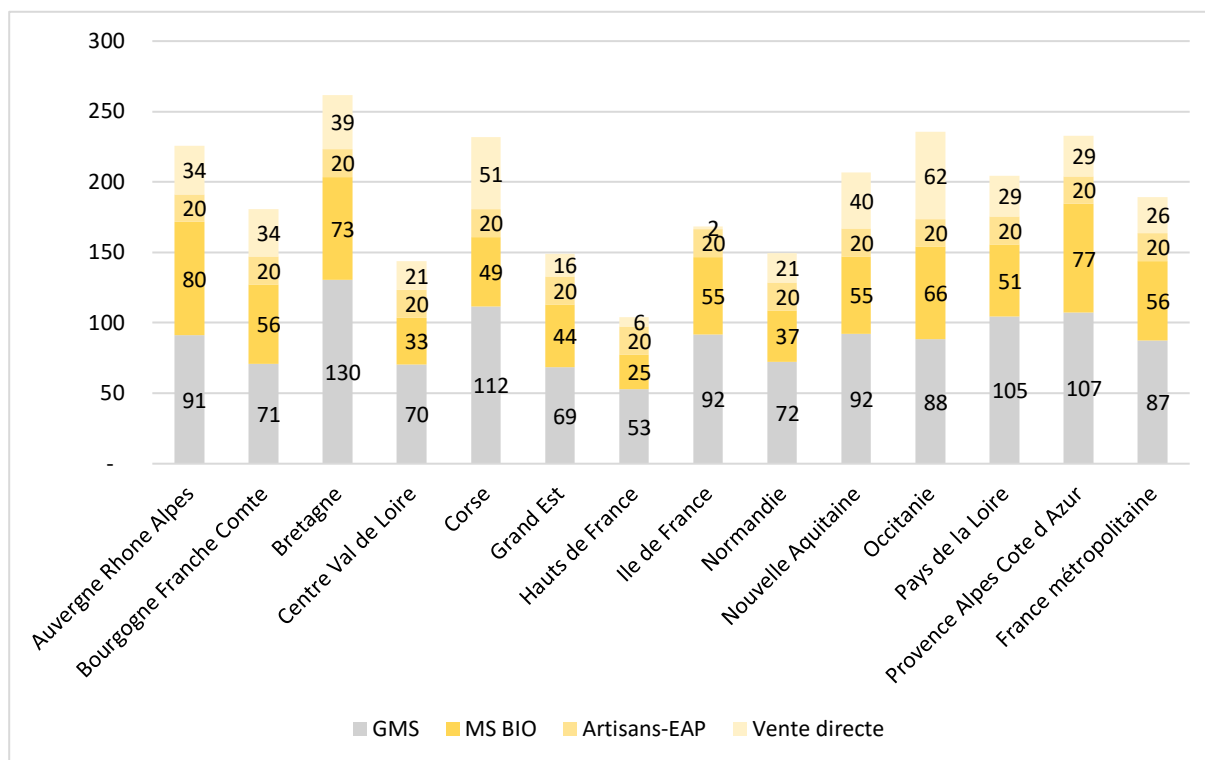
Cinq de ces régions constituent la totalité de la France méridionale et sont caractérisées par une part de vente directe supérieure à la moyenne nationale (14%), soit 27 % en Occitanie, 23 % en Corse, 20 % en Nouvelle Aquitaine, 16 % en AURA et 15 % en Bretagne ; seule la région PACA présente une proportion inférieure (13%).

Les dépenses moyennes sont inférieures à la moyenne nationale en Ile-de-France (168), handicapée par la faiblesse de la vente directe, et en Bourgogne-France-Comté (178). Cette dernière région, très rurale, affiche une valeur moyenne des ventes en GMS parmi les plus faibles et une valeur des ventes en VD proche de celle de la Bretagne.

Les dépenses alimentaires biologiques des autres régions sont inférieures à 150 EUR / habitant / an : Grand Est (149), Normandie (149), Centre Val de Loire (144) et surtout Hauts de de France (104), qui tient la lanterne rouge aussi bien en GMS qu'en circuit bio et qu'en vente directe.

L'évolution est positive pour toutes les régions sauf en Nouvelle Aquitaine (stabilité) ; elle est négative pour la Corse (forte baisse en GMS), l'Ile de France (Idem), et Centre Val de Loire.

Figure 7 – Les dépenses apparentes par habitant et par région administrative 2025 en EUR/habitant

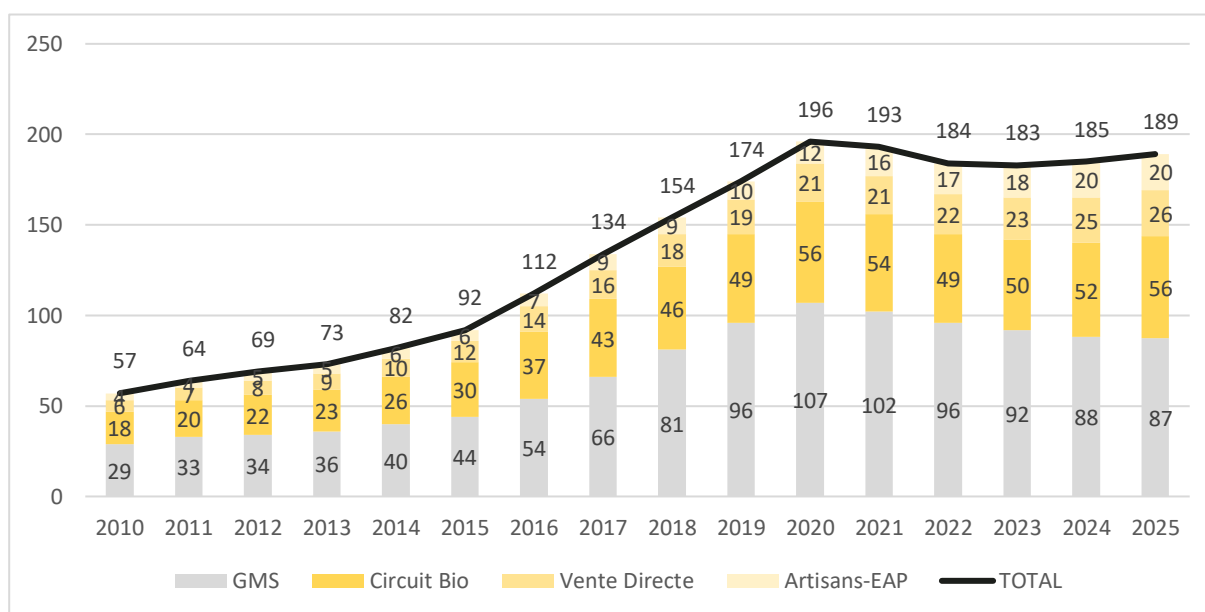


Source : AND-International 2025 d'après Circana Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

2.2.2 ÉVOLUTIONS DES CONSOMMATIONS INDIVIDUELLES

La consommation individuelle se tasse toujours en GMS et remonte un peu en circuit bio et vente directe.

Tableau 18 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2025



Source : AND-International 2026 d'après IRI, Circana, Bioanalytics INSEE et Agence BIO – NB : série révisée à partir de 2021 pour la vente directe et les artisans et 2022 pour l'ensemble des circuits

2.3 ANALYSE DU TAUX DE PENETRATION DANS LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE NATIONALE

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Cette analyse vise à mesurer la part de l'alimentation biologique dans l'alimentation générale, c'est à dire les dépenses totales alimentaires des français en euros courants, c'est à dire tenant compte de l'inflation. Pour établir le montant global, plusieurs redressements ont été réalisés pour établir un périmètre d'analyse comparable :

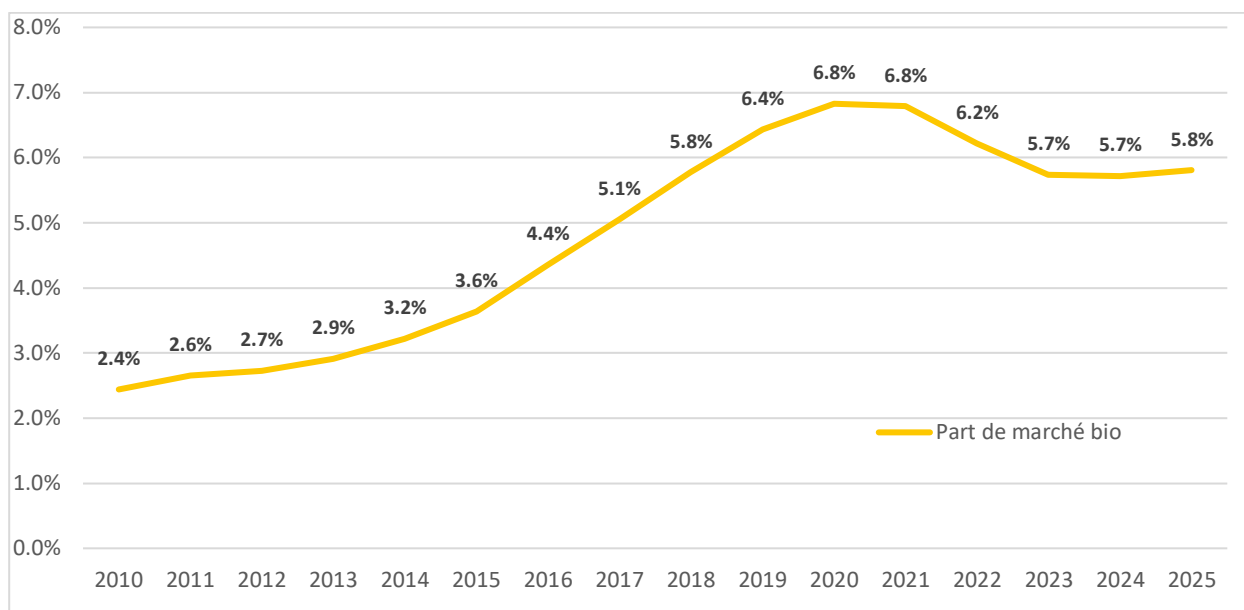
Les eaux minérales et les produits à base de tabac ont été retranchés de la rubrique 17 C1 (Produits des industries alimentaires, boissons et produits à base de tabac) car hors champ de la production biologique. Les produits suivants : Pommes de terre, Légumes frais, Fruits, Œufs, Miel, Produits de la pêche et de l'aquaculture issus de la rubrique 17 AZ (Produits de l'agriculture, de la sylviculture et de la pêche) ont été ajoutés au périmètre.

Les dépenses totales de consommation des ménages pour le périmètre d'analyse s'élèvent ainsi à 217 370 millions d'euros courants en 2025.

2.3.1 EVOLUTION DE LA PART DE L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE DANS LES DEPENSES DES MENAGES

La part de marché de l'alimentation bio dans les dépenses des ménages progresse légèrement 2025, sans pour autant, retrouver son maximum de 2020. Elle était, rapportée à cette série INSEE, de 6,9% en 2020, à l'apogée du développement des ventes d'aliments bio, elle est de **5,8% en 2025**, après l'épisode inflationniste débuté en 2022. La stabilisation des prix en 2025 a favorisé le retour des consommateurs vers des produits de qualité. En 2026, la reprise de l'inflation générale pourrait provoquer le mouvement inverse. La consommation alimentaire demeure une des variables d'ajustement pour le plus grand nombre des ménages.

Figure 8 : Part de marché des aliments biologiques auprès des ménages français depuis 2010 en %



Source : AND-International 2026 pour Agence BIO (d'après INSEE et Agence BIO)

2.3.2 EVOLUTION DE LA PART DE L'ALIMENTATION BIOLOGIQUE PAR FAMILLE DE PRODUITS

Les deux produits phares, lait et œufs enregistrent un vif recul de leur part de marché.

- **Les ventes d'œufs biologique ont représenté jusqu'à 32,2%** du total (en 2021) et n'en occupent plus que 25,8%. Le marché de l'œuf bio a progressé, mais la demande générale en œufs de consommation s'est développée, ce produit constituant une source de protéines animales bon marché, face aux viandes dont le prix a progressé.
- **La part de marché du lait bio (14,7%)** se maintient par rapport à 2024 (14,5%) en raison du recul général de la demande pour le lait liquide, éventuellement liée à la baisse de la natalité, enregistrée depuis 5 ans. Cette stabilisation fait suite à un recul sensible depuis le maximum de 18,2% en 2020. D'autres axes de segmentation, tel que le lait sans lactose, se sont développées depuis.

La part de marché des produits bio est supérieure en valeur à 10 % pour 1 autre catégorie.

- **Le vin (15,3 %)** progresse dans un contexte de recul général de la consommation. Pour la première fois depuis plus de dix ans, la dynamique de production et de commercialisation de vin bio s'est tarie en 2025. La part de marché se stabilise à 15,3% en valeur (15,0% en 2024). En euros courants, la valeur de la consommation globale de vin par les ménages, calculée par l'INSEE, a reculé de 3,9%. Notre estimation pour le seul vin bio est de -2,4%.

La part de marché des produits bio est supérieure en valeur à 5,8 % pour 5 autres catégories : les fruits, la viande ovine, les légumes, l'épicerie sucrée, les boissons végétales.

- **Les fruits (9,2 %).** La pénétration maximale avait été atteinte en 2020 avec un taux estimé à 10,9%. Le recul des GMS généraliste, sensible en 2021 à 2024 explique cette régression. Cependant, la hausse des prix en conventionnel, la résilience de la vente directe maraîchère et le soin apporté par le réseau des magasins à ce rayon essentiel explique le rebond de la part de marché à 9,2% en 2025 contre 0,0% en 2023 et 9,1% en 2024. Le tassement du prix des bananes, référence n°1, a tempéré la progression.
- **Les légumes frais et pommes de terre (8,8%).** La part des légumes et pommes de terre biologiques atteint en 2025 son maximum historique. Certaines raisons sont exposées dans le paragraphe précédent. Certains observateurs avancent aussi une résurgence de la peur des résidus de pesticides, non seulement dans les produits eux-mêmes mais aussi dans l'environnement (eau) ; en 2025 les débats publics portant sur ce thème ont été assez nourris et se prolongent en 2026, agissant comme d'autres événement le firent naguère comme un stimulus pour une consommation issue d'un mode de production moins exposé.
- **Viande ovine (8,5 %).** Il s'agit d'un marché très modeste qui repose autant sur la vente directe et les boucheries que sur les GMS et circuits spécialisés. La principale concurrence se situe en amont, en raison du manque d'animaux dans le circuit non bio (lui-même souvent certifié sur la base de Label Rouge ou d'AOP/IGP). La part de marché maximale avait été atteinte en 2020 (9,3%).
- **L'épicerie sucrée (7,7 %).** La part de marché bio avait atteint son maximum en 2021 avec 9,9 % pour tomber à 7,4% en 2024. Le recul vient de la distribution généraliste, dont les acteurs ont réduit l'exposition des produits ambiants bio (moins de référence, moins de rayons dédiés etc.). La légère reprise de la part de marché en 2025 vient notamment du prix élevé des produits à base de cacao et de café, qui tiennent une plus grande place dans la gamme bio que dans la gamme non-bio.
- **Les boissons sans alcool (6,7 %).** Cette part de marché est stable, elle repose en grande partie sur le segment des « boissons végétales » qui progresse plus vite en non-bio : +16% et 9 % en biologique (en GMS selon Circana). Concernant le segment des jus de fruits, sa partie bio régresse plus vite que la part non-bio (-3,3% versus -1,1%). Dans les deux cas l'effet prix est important et compense une chute en volume de près de 10% en bio et 6 % en non-bio. Cependant l'évolution positive des ventes en circuits bio corrige le handicap constaté en GMS.

La part de marché des produits bio est supérieure en valeur à 3 % pour 6 autres catégories : les l'épicerie salée, les surgelés, les viandes bovines et porcines, la volaille, la boulangerie-pâtisserie, les produits laitiers.

- **L'épicerie salée (5,5%).** Perte de 2 points de part de marché par rapport à 2020, en raison d'un recul général en GMS et des difficultés du marché de l'huile (prix en hausse puis en baisse), principal produit de l'épicerie salée bio. Le recul de la part de marché se poursuit en 2025.

- **Les surgelés (5,1 %).** Le maximum a été de 6,3% en 2021, puis le recul a été manifeste, notamment en ce qui concerne les surgelés sucrés. C'est encore le cas en 2025 avec, en GMS une régression des glaces et autres surgelés sucrés bio, qui contraste avec une progression en bio (effet canicule de juin-juillet). Le phénomène est comparable, dans une moindre mesure, pour les surgelés salés. La croissance de plus de 7% en valeur en circuits bio et une certaine reprise dans les circuits surgelés compensent le recul du circuit généraliste : le CA bio se maintient mais sa part de marché recule de 0,2 point.
- **Les viandes bovines (4,9 %).** Rappelons que le développement du marché des viandes bio entre 2010 et 2020 a notamment résulté de la volonté de certaines enseignes généralistes, qui ne soutiennent plus ce positionnement depuis la crise inflationniste. Cette remarque concerne aussi bien la viande bovine que la viande porcine. Pour le bovin, la pénétration a été en baisse de 2021 à 2024 et connaît un très léger regain en 2025. En effet, la valeur générale de la consommation des ménages a reculé de 0,6% selon l'INSEE ; notre estimation pour la viande bio est un recul en volume, mais une progression en valeur liée à un effet prix de 6,5%.
- **La viande fraîche porcine (4,3 %).** Le prix beaucoup élevé de la viande de porc bio (par rapport au conventionnel) et une moindre proportion de transformation, l'importance de la vente directe (plus de 170 exploitations) expliquent en partie qu'en dépit d'une part de moins 0,5 % dans les abattages, notre estimation ressort à plus de 4% en valeur de la viande fraîche. Surestimée ou non cette part de marché est en recul régulier depuis 2020. La saucisserie fraîche a reculé de 15% en volume en GMS en 2025 (Circana).
- **La boulangerie pâtisserie (4,2%).** Très légère progression de la part de marché du bio, dont la bonne tenue repose en priorité sur le circuit des magasins bio et sur les boulangeries spécialisées. La part de marché était en recul depuis 2021.
- **La viande de volaille (4,1 %).** Les mises en place de poulets bio ont été en croissance en 2025, notamment au premier semestre. La vente directe est dynamique, de même que les magasins spécialisés ; en GMS on note une croissance des produits élaborés. La part de marché « bio » beaucoup plus importante en valeur qu'en volume est estimée en hausse de 0,1 point.
- **Les produits laitiers autres que lait (4,0 %).** Après un recul continu de 2020 à 2024, une reprise est survenue en 2025, reposent sur les produits laitiers frais (yaourts et desserts) plus que sur le fromage.

La part de marché des produits bio est inférieure à 3 % en valeur pour 4 autres catégories : les produits traiteurs, les produits de la mer, la charcuterie-salaison, les autres boissons alcoolisées.

- **Les produits traiteurs (2,8 %).** Les produits très transformés comme les produits traiteurs ne sont pas au cœur de la demande alimentaire biologique, très axée sur des produits peu transformés.

Alors que la consommation de produits comme les pizzas et les sandwiches progresse en général, ce n'est pas le cas pour les produits bio (recul des ventes de pizzas bio en GMS de l'ordre de 30%). Il en va de même, dans une moindre mesure, pour les pâtes à dérouler, produit phare du traiteur bio en GMS. La PDM est estimée à 2,75%, en très léger recul.

- **Les produits de la mer (2,3 %).** Alors qu'en 2021, la part de marché était estimée à 3,6%, les mêmes informations convergent vers une PDM de seulement 2,3% en 2025. Le recul est dû à un fort recul du saumon et des crevettes.
- **La part de marché des autres produits alcoolisés (0,8 %)** est stable. Le recul avait eu lieu lors des années précédentes, avec une réorientation ou une cessation de l'activité de quelques brasseries artisanales bio. En GMS, la part de ce petit segment recule de seulement 0,1 point.
- **La charcuterie salaison (0,7 %).** Nouveau recul de la part de marché bio sur ce segment difficile, marqué par des écarts de prix considérables. Le développement de l'offre conventionnelle sans nitrite révèle que d'autres segmentations peuvent intéresser les consommateurs soucieux de leur santé.

[EVALUATION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE - ANNEE 2025]

Tableau 19 : Taux de pénétration de l'alimentation bio par catégorie de produits de 2023 à 2025 en euros courants

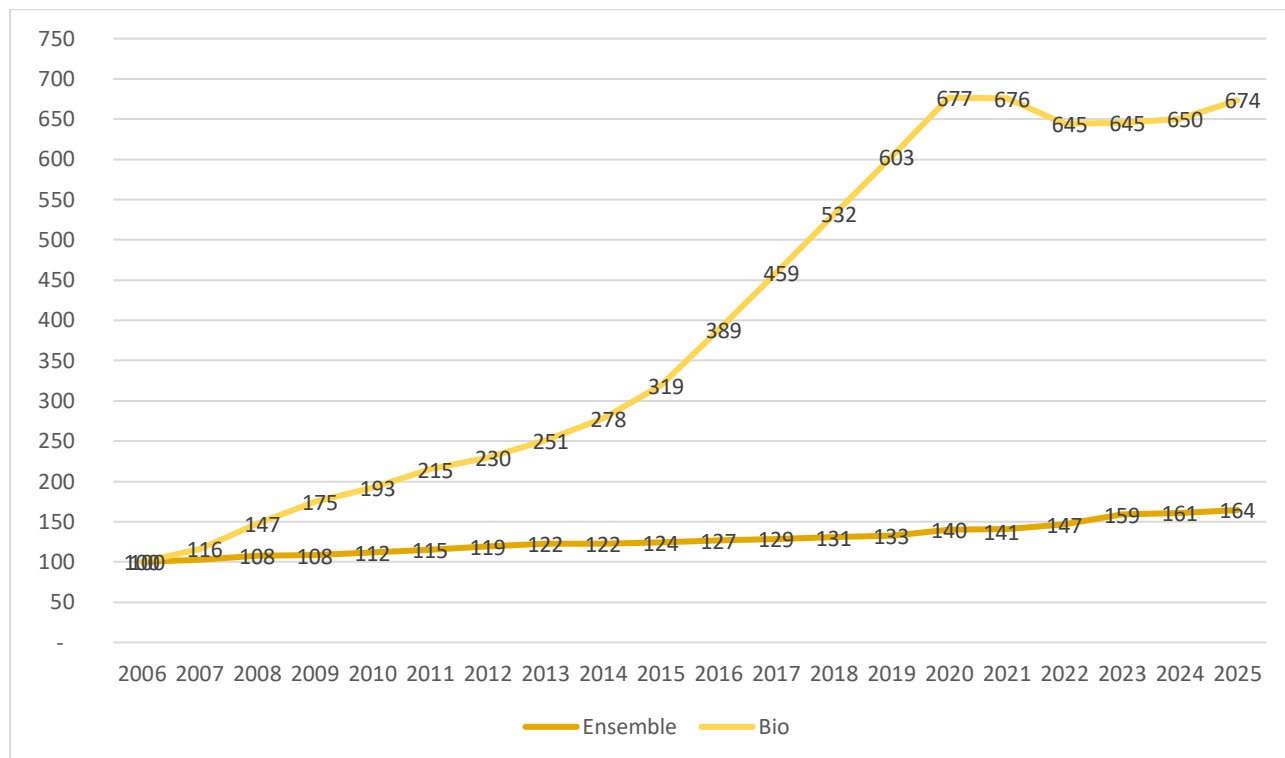
Stade de détail M EUR COURANTS	CA BIO 23	CA BIO 24	CA BIO 25	INSEE 23	INSEE 24	INSEE 25	PDM BIO 23	PDM BIO 24	PDM BIO 25	Évolution 23/22	Évolution 24/23	Évolution 25/24
Fruits	914	945	1 019	10 191	10 365	11 027	9,0%	9,1%	9,2%	-0,3%	0,2%	0,1%
Légumes	1 014	1 118	1 195	13 277	13 359	13 516	7,6%	8,4%	8,8%	-0,2%	0,7%	0,5%
TOTAL A - Fruits & Lég. Frais	1 928	2 063	2 214	23 468	23 723	24 543	8,2%	8,7%	9,0%	-0,2%	0,5%	0,3%
Lait	410	391	388	2 714	2 704	2 645	15,1%	14,5%	14,7%	-1,5%	-0,6%	0,2%
Produits laitiers	827	819	859	20 783	21 196	21 676	4,0%	3,9%	4,0%	-0,5%	-0,1%	0,1%
Œufs	651	666	729	2 510	2 542	2 829	25,9%	26,2%	25,8%	-2,8%	0,3%	-0,4%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 887	1 876	1 976	26 006	26 442	27 149	7,3%	7,1%	7,3%	-0,8%	-0,2%	0,2%
Viande bovine	367	348	365	7 629	7 503	7 458	4,8%	4,6%	4,9%	-0,5%	-0,2%	0,3%
Viande porcine	112	95	90	2 021	2 003	2 092	5,5%	4,8%	4,3%	-1,1%	-0,8%	-0,4%
Viande agneau	60	59	58	791	728	692	7,6%	8,1%	8,5%	-0,7%	0,5%	0,3%
Volaille	247	238	249	5 893	5 931	6 051	4,2%	4,0%	4,1%	-0,7%	-0,2%	0,1%
Charcuterie salaison	128	118	119	16 559	16 328	16 288	0,8%	0,7%	0,7%	-0,2%	0,0%	0,0%
SOUS TOTAL B2 Produits Carnés	913	859	882	32 894	32 492	32 581	2,8%	2,6%	2,7%	-0,5%	-0,1%	0,1%
TOTAL B - CRÈMERIE, CARNES	2 800	2 735	2 857	58 900	58 934	59 730	4,8%	4,6%	4,8%	-0,5%	-0,1%	0,1%
Mer-Saurisserie-Fumaison	165	143	138	6 108	5 922	5 940	2,7%	2,4%	2,3%	-0,7%	-0,3%	-0,1%
Traiteur	324	303	308	10 668	10 925	11 176	3,0%	2,77%	2,75%	-0,4%	-0,3%	0,0%
Surgelés	239	230	233	4 499	4 365	4 615	5,3%	5,3%	5,1%	-0,2%	0,0%	-0,2%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉS	727	676	679	21 275	21 212	21 731	3,4%	3,2%	3,1%	-0,4%	-0,2%	-0,1%
TOTAL D - BOUL-PAT FRAICHE	910	924	981	21 196	22 515	23 374	4,3%	4,1%	4,2%	-0,6%	-0,2%	0,1%
Épicerie Sucrée	1 987	1 951	2 034	25 830	26 418	26 524	7,7%	7,4%	7,7%	-0,9%	-0,3%	0,3%
Épicerie Salée	1 761	1 773	1 796	30 220	31 152	32 486	5,8%	5,7%	5,5%	-0,7%	-0,1%	-0,2%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 748	3 724	3 830	56 049	57 570	59 010	6,7%	6,5%	6,5%	-0,8%	-0,2%	0,0%
Boissons Végétales	174	177	188	7 756	7 649	8 128	6,8%	6,7%	6,7%	-0,6%	-0,1%	0,0%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	357	337	355									
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	531	513	543	7 756	7 649	8 128	6,8%	6,7%	6,7%	-0,6%	-0,1%	0,0%
TOTAL E - EPICERIE ET BRSA	4 279	4 237	4 373	63 805	65 219	67 138	6,7%	6,5%	6,5%	-0,8%	-0,2%	0,0%
Vins tranquilles et autres	1 348	1 452	1 418	9 967	9 668	9 287	13,5%	15,0%	15,3%	1,1%	1,5%	0,2%
Autres boissons alcool (yc bière)	88	89	88	11 833	11 613	11 567	0,7%	0,8%	0,8%	-0,04%	0,02%	0,00%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOL.	1 436	1 541	1 512	21 800	21 281	20 854	6,6%	7,2%	7,3%	0,4%	0,7%	0,0%
TOTAL GENERAL	12 081	12 176	12 617	210 445	212 883	217 370	5,7%	5,7%	5,8%	-0,5%	0,0%	0,1%

Source : AND International d'après INSEE et données marché bio 2025

2.3.3 EVOLUTION DE LA PART DE L'ALIMENTATION BIO DEPUIS 2006

La comparaison sur 20 ans rappelle quelle a été la progression du segment bio, comment cette dynamique s'est heurtée à la crise de la consommation et à l'inflation et enfin comment les acteurs des filières sont parvenus à enrayer le recul et à stabiliser la valeur du marché. De fait celle-ci a peu varié (en euros courants) depuis 2021. L'indice en 2025 est de 674 contre le maximum de 677 en 2020. Ces cinq années de stabilisation représentent néanmoins une perte en volume et une remise en cause du processus de développement. Tous les objectifs nationaux avaient tablé sur une croissance de la demande et le contraire s'est produit.

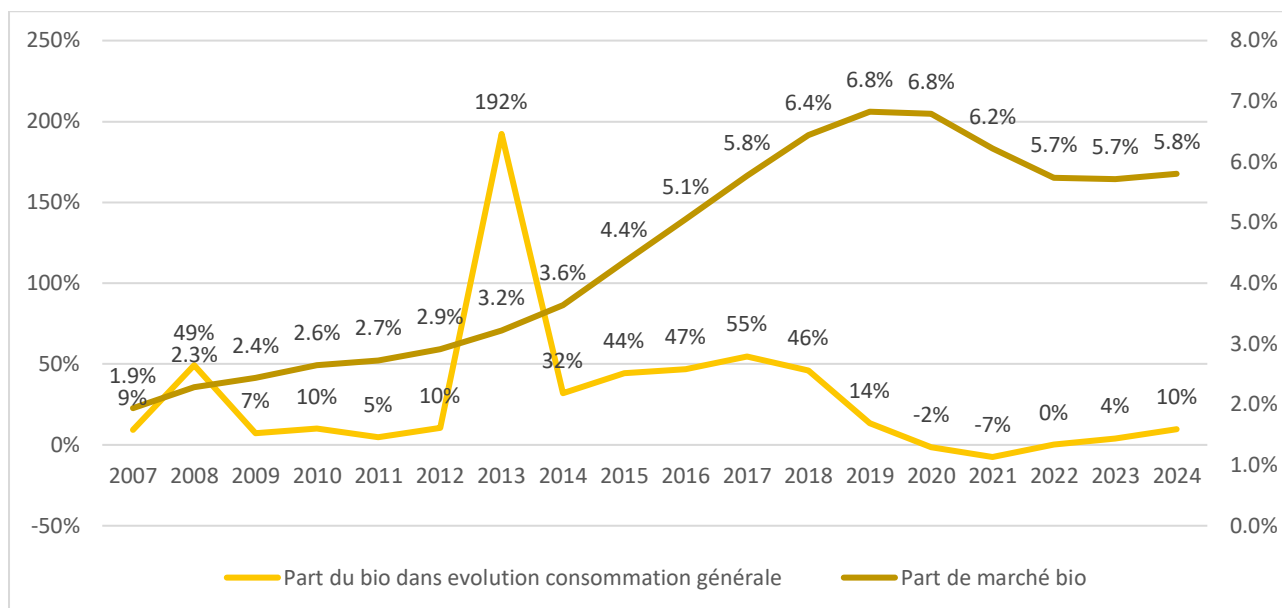
Figure 9 : Comparaison des ventes des indices de progression des ventes alimentaires bio et générales 100 = 2006 et part de marché bio



Source : Elaboration AND -International d'après INSEE et données Agence BIO / AND international

Les produits bio représentent une large part de la croissance du marché alimentaire. De 2021 à 2023, la contribution du marché bio à la croissance du marché alimentaire a été négative ou nulle. En 2025, la contribution est comparable à celle du début des années 2010, mais elle repose en priorité sur les circuits spécifiques que sont les magasins bio, les boulangeries bio, la vente directe, les épiceries alternatives. En grande distribution généraliste, certains rayons ont tiré le marché : fruits et légumes, produits laitiers frais et, en épicerie, les prix du café et des produits à base de cacao.

Figure 10: Contribution de l'évolution des ventes de produits alimentaires bio dans l'évolution de la consommation générale



2.3.4 DEPENSES ALIMENTAIRES PAR FAMILLES DE PRODUIT

Le secteur bio est de moins en moins « animal » avec 23 % de produits animaux contre 28 % en général. Les produits carnés bio ne représentent que 7 % de la valeur des ventes alimentaires bio, contre 16 % en général.

Le poids des fruits et légumes frais est en revanche plus important en bio (18 % contre 11 % ; pour mémoire les taux étaient de 17 % et 13 % en 2020).

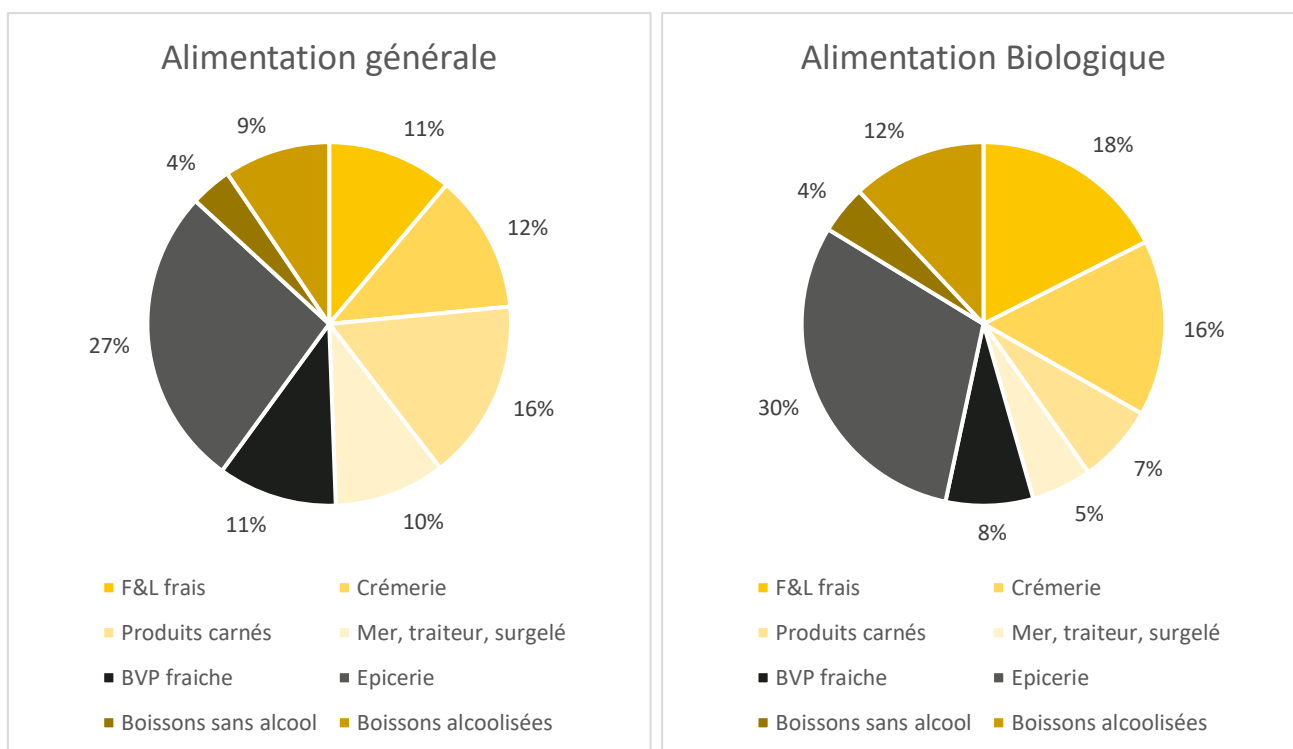
L'épicerie, salée et sucrée, paraît très développée (30 %) si l'on compare avec son poids dans l'alimentation générale (27 %).

Le poids des boissons alcoolisées est plus important en bio, en raison de l'importance fondamentale du vin biologique (12% en bio contre 9% en général). En 2021, le poids des boissons alcoolisées était de 10 % en bio contre 11% en général.

Le traiteur, les produits de la mer, les surgelés restent moins importants en bio (5% contre 10%), le recul est manifeste pour les produits de la mer, avec la baisse du saumon et des crevettes.

Le poids de la boulangerie présente un écart de presque 3 points : 7,8 % en bio, 10,6 % en général, dans les 2 cas l'importance du pain s'est accentuée, on pourrait établir un parallèle avec les œufs, à propos du redécollage de l'importance des aliments simples et bon marché.

Figure 11 : Comparaison des dépenses alimentaires nationales et biologiques par familles de produits en 2025



Source : Elaboration AND -International d'après INSEE et données Agence BIO / AND international

2.4 ANALYSE DU TAUX DE PENETRATION DANS LES VENTES DE PGC-FLS EN GMS

L'analyse du taux de pénétration des produits alimentaires biologiques couvre 206 catégories de produits sur les 237 suivies par le panel Circana au sein des grandes surfaces alimentaires généralistes (31 catégories n'ayant aucune activité bio). Cette analyse permet de mieux rendre compte des catégories de produits dont les parts de marché en bio sont les plus élevées. Chacune de ces catégories fait partie d'un sous rayon, lui-même inclus dans un des grands rayons (épicerie salée, épicerie sucrée, crémèrie, frais non laitier, surgelé et glaces, bières et cidres, BRSA et eaux, spiritueux et champagnes).

Le taux de pénétration est présenté pour chaque catégorie, en ordre décroissant. Les catégories 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 catégories dont la pénétration a augmenté sont signalées en vert. Les tableaux ci-dessous présentent les taux de pénétration bio par catégorie de produits observés en 2025 par ordre décroissant.

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Le taux de pénétration est calculé en 2025 et 2024 sur la base de la formule suivante : taux de pénétration = $CA\ BIO / (CA\ BIO + CA\ NON\ BIO)$ d'après les données CIRCANA (hors EDMP).

2.4.1 CATEGORIES DE PRODUITS PRESENTANT DES PARTS DE MARCHÉ SUPERIEURES A LA MOYENNE

2.4.1.1 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 une chute marquée de -2,5 points, qui est une des plus importantes observées. Les toasts galettes baissent également de près de -2 points. En revanche, les parts de marché bio des infusions, de l'alimentation infantile et des « céréales d'accompagnement » ont progressé en 2025.

Sur les 237 catégories de produits, le ratio de pénétration 2025 est supérieur à 30% dans six cas.

Tableau 20 : Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 30%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
BOISSON ET CREME VEGETALE	65,2%	63,9%	-1,4
TOASTS GAULETTES ET CRACKERS	42,9%	41,1%	-1,8
INFUSIONS	40,6%	40,7%	0,1
JUS DE LEGUMES	40,6%	38,1%	-2,5
ALIMENTS BEBE	32,4%	33,6%	1,3
SEMOULES & CEREALES D'ACCOMPAGNEMENT	30,3%	32,2%	2,0

Source : AND International d'après Circana

2.4.1.2 Taux de pénétration compris entre 20 % et 30 %

Les œufs, extrudés, entrées appertisées bio perdent entre -0,7 et -1,7 points de part de marché. En revanche, on note la progression des céréales et des substituts de sucre.

Tableau 21 Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 20% et inférieure à 30%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
EXTRUDES KG	29,6%	27,9%	-1,7
ENTREES APPERTISEES KG	25,9%	25,2%	-0,7
OEUFS CT	26,4%	25,2%	-1,2
EDULCORANTS ET SUBSTITUTS DE SUCRE CT	20,7%	22,0%	1,3
CEREALES KG	19,0%	20,3%	1,3

Source : AND International d'après Circana

2.4.1.3 Taux de pénétration compris entre 15 % et 20 %

Les évolutions sont assez diverses parmi ces produits :

- La part de marché des huiles bio progresse légèrement de 0,1 point, tirée par la croissance des volumes vendus (+3,3%) et par une baisse moins forte du prix moyen comparée à celle du prix des huiles non biologique.
- La part de marché des farines biologiques progresse de 1,3 point, tirée par une hausse importante des volumes vendus (+6,5%) tandis que les volumes de farines non biologiques diminuent (-1,2%).
- La progression de la part de marché bio du micro-segment « sirop d'érable » continue sur 2025, cette évolution est à rapprocher de la progression des substituts de sucre citée au paragraphe précédent.
- La part de marché des légumes secs bio recule une nouvelle année, tirée par des volumes et des prix en baisse.
- La part de marché des crêpes, galettes, tartes sucrées baisse légèrement de 0,5 point.

Tableau 22 : Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 15% et inférieure à 20%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
THES KG	20,6%	19,5%	-1,1
CREPES GALETES TARTES SUCREES RF KG	18,5%	18,0%	-0,5
HUILES LT	17,4%	17,5%	0,1
SIROPS D'ERABLE ET ASSIMILES LT	16,3%	16,5%	0,2
FARINES KG	14,6%	15,8%	1,3
LEGUMES SECS EN KG	16,3%	15,4%	-0,9

Source : AND International d'après Circana

2.4.1.4 Taux de pénétration compris entre 10 % et 15%

Parmi les catégories de produits ayant un taux de pénétration compris entre 10 et 15%, seules trois catégories progressent : les pâtes à tartiner, les aides culinaires et croutons et le maïs doux en conserve.

La plupart des autres catégories de produits ont connu des reculs modérés (moins de 0,5 point). Les conserves de tomates qui baissent de -1,7 point, en raison d'une chute des volumes (-10%) et du prix (-2,4%). Les laits infantiles baissent également de -0,7 point, portés par une baisse de -5,4% des volumes et des prix (-1,5%).

Tableau 23 Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 10% et inférieure à 15%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
SOUPES FRAICHES LT	15,0%	14,7%	-0,4
PATES A TARTINER KG	14,1%	14,3%	0,3
ULTRA FRAIS-HORS LAIT DE VACHE KG	14,4%	14,3%	-0,1
CIDRES LT	14,2%	14,2%	0,0
COMPOTES APPERTISEES KG	13,6%	13,6%	0,0
AIDES CULINAIRES ET CROUTONS KG	12,8%	13,5%	0,7
CONSERVES DE TOMATES LT	15,0%	13,2%	-1,7
LAITS INFANTILES KG	13,9%	13,2%	-0,7
MAIS DOUX EN CONSERVES LT	12,5%	13,1%	0,6
MIELS KG	12,6%	12,4%	-0,2
JUS DE FRUITS LT	12,3%	12,1%	-0,2
LAIT LC LT	12,2%	12,0%	-0,2
CAFES TORREFIES KG	12,1%	11,7%	-0,4
LEGUMES SECS APPERTISES LT	10,8%	10,6%	-0,2
LAIT FRAIS NATURE AROMATISE LT	10,4%	10,5%	0,0

Source : AND International d'après Circana

2.4.1.5 Taux de pénétration compris entre 4% et 10 %

Deux catégories de produits accusent un fort recul : les aides culinaires et substituts végétaux chutent de -1,8 points et les légumes appertisés de -1,4 points. Catégories sont marquées par des reculs compris entre -0,5 et -1,0 point : soupes et potages, sauces tomates, tablette de chocolat, saumon fumé et biscottes. Quelques produits voient leur part de marché progresser : concentrées pour boissons (+ 2 points), riz (+0,7 point) et jus de fruits et boissons rafraichissantes (+0,8 point).

Tableau 24: Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 4% et inférieure à 10%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
SOUPES ET POTAGES LT	10,3%	9,7%	-0,6
LEGUMES D'ACCOMPAGNEMENT CONS. LT	9,8%	9,5%	-0,3
PLATS CUISINES APPER. MO KG	9,6%	9,3%	-0,3
VINAIGRES LT	8,9%	9,1%	0,1
HARICOTS VERTS EN CONSERVES LT	9,0%	9,0%	0,0
LEGUMES SURGELES KG	8,7%	8,3%	-0,4
SAUCES HERBES INFUS. SGL KG	8,2%	8,3%	0,1
PETITS POIS EN CONSERVES LT	7,7%	8,0%	0,2
EAUX AROMATISEES LT	7,4%	7,7%	0,3
SUBSTITUTS ET AIDES CULINAIRES VEGETAL KG	9,5%	7,6%	-1,8
CONFITURES KG	7,7%	7,5%	-0,2
GOUTERS KG	7,7%	7,5%	-0,3
SAUCES TOMATES KG	8,0%	7,5%	-0,6
PETITS POIS CAROTTES EN CONSERVES LT	7,1%	7,2%	0,1
TABLETTES DE CHOCOLAT KG	7,5%	7,0%	-0,5

SAUMON FUME RF KG	7,4%	6,8%	-0,6
RIZ KG	6,1%	6,7%	0,7
PAINS GRILLES ET BRAISES KG	6,9%	6,7%	-0,2
BISCUITS SECS KG	6,7%	6,3%	-0,4
ULTRA FRAIS-NATURE ET AROMATISE KG	6,2%	6,0%	-0,1
LEGUMES DE SALADES APPERTISES LT	6,9%	5,5%	-1,4
FRUITS SECS KG	6,0%	5,4%	-0,5
BEURRES EN KG	5,1%	5,2%	0,0
CONCENTRES POUR BOISSONS LT	3,1%	5,1%	2,0
PLATS CUISINES APPER. BASE PATES KG	5,3%	5,0%	-0,3
KETCHUPS KG	5,3%	5,0%	-0,3
AIDE A LA PATISserie EN CT	4,9%	5,0%	0,1
4EME ET 5EME GAMME KG	5,2%	4,9%	-0,3
LEVURES ET SUCRES AROMATISES EN CT	4,7%	4,9%	0,2
BISCOTTES KG	5,6%	4,9%	-0,7
JUS DE FRUITS FRAIS ET BOISSONS RAFRAICHISSANTES EN LT	4,0%	4,8%	0,8
PAIN DE MIE = USAGE SEUL KG	4,6%	4,6%	0,0
ULTRA FRAIS YAOURT FROM FRUITS KG	4,5%	4,6%	0,1
SUCRES KG	4,7%	4,5%	-0,2
BISCUITS SALES KG	4,4%	4,4%	0,0
VIANDES HACHEES RF KG	4,2%	4,1%	-0,1
FROMAGES MEDITERRANEENS KG	4,5%	4,1%	-0,4
GRAINES SALEES KG	3,9%	4,0%	0,0
MARGARINES EN KG	4,0%	4,0%	0,0

Source : AND International d'après Circana

2.4.2 CATEGORIES DE PRODUITS PRESENTANT DES PARTS DE MARCHE INFÉRIEURES A LA MOYENNE

2.4.2.1 Taux de pénétration compris entre 2% et 4%

A ce niveau de parts de marché, le constat est que seulement 4 catégories sur 34 sont en progression. Les autres catégories reculent de façon limitée avec des baisses comprises entre -0,6 et -0,1 point.

Tableau 25 Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 2% et inférieure à 4%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
AUTRES PAINS PRE-EMBALLÉS KG	4,5%	3,9%	-0,6
PATES ALIMENTAIRES KG	4,0%	3,8%	-0,3
LIMONADES TONICS LIMES LT	3,7%	3,8%	0,0
SIROP DE SUCRE DE CANNE LT	4,2%	3,7%	-0,4
EPICES HERBES ET MELANGES KG	3,9%	3,7%	-0,2
PATES MENAGERES KG	3,8%	3,7%	-0,1
OLIVES KG	3,8%	3,6%	-0,1

CREMES DE MARRONS KG	4,1%	3,6%	-0,5
FLAGEOLETS EN CONSERVES LT	3,1%	3,4%	0,3
AUTRES POISSONS FUMES ET PREPARES KG	3,5%	3,4%	-0,2
SAURISSEIE KG	3,5%	3,2%	-0,3
PAINS SUEDOIS KG	3,4%	3,1%	-0,2
DESSERTS ET PATES SURGELES KG	3,5%	3,1%	-0,4
SAUCES CHAUDES KG	3,3%	3,0%	-0,3
PATES ET QUENELLES FRAICHES KG	3,1%	2,9%	-0,2
SAUCES FRAICHES LT	2,9%	2,8%	-0,1
POIVRES ET SELS KG	2,7%	2,7%	0,0
VIENNOISERIES INDUSTRIELLES KG	2,6%	2,7%	0,1
VINS EFFERVESCENTS HORS CHAMPAGNES LT	2,8%	2,7%	-0,1
LEGUMES MARINES KG	2,5%	2,7%	0,1
COOKIES KG	3,1%	2,6%	-0,5
PETITS DEJEUNERS CHOCOLATES KG	2,9%	2,5%	-0,3
FROMAGES DE CHEVRE ET BREBIS KG	2,7%	2,5%	-0,2
CONSERVES DE PATES KG	2,8%	2,5%	-0,3
CREMES FRAICHES ET UHT KG	2,5%	2,4%	0,0
PDTs ELABORES VOLAILLE KG	2,3%	2,4%	0,1
CHAMPIGNONS EN CONSERVES LT	2,5%	2,4%	-0,1
MOUTARDES ET PICALLILI KG	2,8%	2,3%	-0,5
PATES PRESSEES CUITES BLOC KG	2,2%	2,2%	0,0
FROMAGES POIDS FIXE RAYON COUPE KG	2,7%	2,2%	-0,5
MAYONNAISES KG	2,4%	2,1%	-0,2
BISCUITS PATISSIERS KG	2,3%	2,1%	-0,2
AIDE CULINAIRE RF KG	2,4%	2,0%	-0,4
ASPERGES EN CONSERVES LT	2,2%	2,0%	-0,2

Source : AND International d'après Circana

2.4.2.2 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 26 : Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 1% et inférieure à 2%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
BIERES DE SPECIALITE LT	2,0%	1,9%	0,0
SAUCES VINAIGRETTES KG	2,3%	1,9%	-0,3
FROMAGES RAPES KG	1,9%	1,9%	0,0
ULTRA FRAIS-DESSERT KG	1,9%	1,9%	0,0
BARRES CEREALIERES KG	1,8%	1,8%	0,0
DESSERT CREM DES LACTE LG CONS KG	2,4%	1,8%	-0,6
JAMBON CUIT ET EPAULE EN KG	1,8%	1,8%	0,0
SIROPS LT	1,9%	1,8%	-0,1
SOLUBLES KG	1,5%	1,7%	0,2

CORNICHONS KG	1,5%	1,7%	0,2
COMPOTES ET CONFITURES RF KG	1,9%	1,7%	-0,3
PIZZAS SURGELEES KG	2,1%	1,7%	-0,5
SORBET CREME GLACEE EN VRAC EN KG	1,9%	1,6%	-0,3
PLATS CUISINES SURGELES KG	1,2%	1,6%	0,4
FRUITS DE MER SGL KG	1,7%	1,6%	-0,1
DESSERTS PRETS A CONSOMMER KG	1,5%	1,4%	0,0
LAITS INDUSTRIELS KG	1,5%	1,4%	-0,1
VIANDES SURGELEES KG	1,4%	1,3%	0,0
BOISSONS AROMATISEES ALCOOLISEES LT	4,2%	1,3%	-3,0
PUREES POMMES DE TERRE DESHYDRATEES KG	2,6%	1,3%	-1,3
FROMAGE VEGETAL KG	1,0%	1,2%	0,2
PATES PERSILLEES KG	1,3%	1,2%	0,0
PATISSERIES INDUSTRIELLES INDIVIDUELLES KG	1,4%	1,2%	-0,1
SPECIALITES DE CONFISERIES DE SUCRE	1,6%	1,2%	-0,4
SALADES FRAICHES	1,2%	1,1%	-0,1
EXTRUDES ET TUILES	1,2%	1,1%	-0,1
SPEC GLACEES A PARTAGER	0,8%	1,1%	0,2
ULTRA FRAIS-SANTE ACTIVE	0,9%	1,0%	0,1
ROTIS PORC ET AUT SALAISON	1,2%	1,0%	-0,2
SAUCES FROIDES	1,1%	1,0%	-0,1
BISCUITS PETIT DEJEUNER	1,2%	1,0%	-0,2

Source : AND International d'après Circana

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

De manière générale, il s'agit de catégories de produits dont la part de marché reste limitée, ne dépassant pas 1 %. Ainsi, parmi les 237 catégories observées par Circana, 70 affichent des parts comprises entre 0,1 % et moins de 1 %, tandis que 31 présentent des niveaux nuls ou quasi nuls. Au total, 101 catégories se situent donc à des niveaux très faibles. Ce constat met en évidence que le marché biologique concerne de manière significative un peu plus de la moitié des catégories de produits, soit environ 57 %.

Tableau 27: Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 0,1% et inférieure à 1%

Catégorie de Produit	2024	2025	Evolution en points
PANES FRAIS	0,9%	0,9%	0,0
POISSONS SURGELES	0,9%	0,9%	0,0
CONSERVES DE SARDINES	1,0%	0,9%	-0,1
CHIPS	0,9%	0,9%	-0,1
BISCUITS SPECIALITES	0,9%	0,8%	0,0
VINS DE LIQUEURS	0,6%	0,8%	0,2
PATISSERIES INDUSTRIELLES A PARTAGER	1,0%	0,8%	-0,2
ALCOOLS BLANCS HORS RHUM	0,6%	0,8%	0,2
FROMAGES TRANCHES	0,9%	0,8%	-0,1

[EVALUATION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE - ANNEE 2025]

FROMAGES DE SPECIALITE	0,8%	0,8%	-0,1
CAFES DOSETTES	1,0%	0,8%	-0,3
ALIMENTS HUMIDES POUR CHIENS	0,7%	0,7%	0,0
SODAS ET BAF GAZEUSES	0,6%	0,7%	0,2
ASSORTIMENTS DE FROMAGE	1,1%	0,7%	-0,4
CHAMPAGNE	0,6%	0,7%	0,1
SAUCISSES FRAICHES RF	1,0%	0,7%	-0,2
BIERES SPECIALES BLONDES	0,6%	0,6%	0,0
PANACHE ET BIERE SANS ALCOOL	0,7%	0,6%	-0,1
BOISSONS A BASE DE THE	0,7%	0,6%	-0,1
DESSERTS A PREPARER	0,7%	0,6%	-0,2
FRUITS AU SIROP	0,6%	0,6%	0,0
SAUCISSERIE	0,6%	0,6%	0,0
VINS AROMATISES	1,0%	0,5%	-0,5
PATES MOLLES	0,5%	0,5%	0,0
APERITIFS ANISES	0,5%	0,5%	0,0
FRAIS EMBALLE CHARCUTERIE	0,7%	0,5%	-0,2
P FRAICHES ET F FONDUS	0,6%	0,5%	-0,1
TARTINABLES CONSERVES	0,4%	0,5%	0,1
CHARCUTERIE A RECHAUFFER	0,5%	0,5%	0,0
ALIMENTS AUTRES ANIMAUX	0,5%	0,5%	-0,1
SALADES DE FRUITS	0,4%	0,5%	0,1
CHARCUTERIE TRANCHEE EN KG	0,5%	0,4%	-0,1
JAMBON CRU EN KG	0,5%	0,4%	0,0
BOISSONS AUX FRUITS PLATES LT	0,4%	0,4%	0,0
FRAIS EMBALLE TRAITEUR LS	0,4%	0,4%	0,0
RILLETES FRAICHES	0,4%	0,4%	0,0
POMMES DE TERRE SURGELEES	0,6%	0,4%	-0,2
JAMBONS CUIITS DE VOLAILLES	0,5%	0,4%	-0,1
VIANDES ELABOREES REFRIGEREES	0,4%	0,4%	-0,1
SAUCISSON ET SAUCISSE SECHE	0,4%	0,3%	-0,1
PUNCH ET COCKTAI	0,3%	0,3%	0,0
PATES ET PDTS BASE TETE REFRIGEREES	0,4%	0,3%	-0,1
PIZZAS REFRIGEREES	0,5%	0,3%	-0,1
SAUCISSERIE DE VOLAILLE	0,3%	0,3%	0,0
ALCOOLS BRUNS HORS WHISKY	0,3%	0,3%	0,0
PLATS CUISINES APPER. EXOTIQUES	0,4%	0,3%	-0,1
SPEC GLACEES INDIVIDUELLES	0,3%	0,3%	0,0
ENTREES EXOTIQUES FRAICHES	0,5%	0,3%	-0,2
GAUFRETTES	0,3%	0,3%	0,0
VINS DOUX NATURELS	0,3%	0,3%	0,0
GATEAUX FROMAGERS ET TOURTEAUX	1,8%	0,3%	-1,5
CONSERVES AUTRES PRODUITS DE LA MER	0,3%	0,2%	0,0
LIQUEURS HORS CREMES DE FRUITS	0,3%	0,2%	0,0
PATES PRESSEES NON CUITES	0,3%	0,2%	0,0
PLATS CUISINES FRAIS	0,3%	0,2%	-0,1

[EVALUATION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE - ANNEE 2025]

SPECIALITES GLACEES FIN D'ANNEE	0,3%	0,2%	-0,1
EAU DE VIE ET FRUITS A L'ALCOOL	0,3%	0,2%	-0,1
CREMES DE FRUITS	0,4%	0,2%	-0,3
PLATS CUISINES APPER. FRANCAIS	0,1%	0,1%	0,0
ALIMENTS HUMIDES POUR CHAT	0,2%	0,1%	0,0
CONSERVES DE MAQUEREUX	0,1%	0,1%	0,0
LES PRET-A-GARNIR	0,1%	0,1%	0,0
BOISSONS ENERGETIQUES ET BOISSONS CHAUDES PRETES A BOIRE	0,1%	0,1%	0,0
RHUMS ET CACHACAS	0,2%	0,1%	-0,1
FROMAGES A CONSOMMER CHAUD	0,1%	0,1%	0,0
WHISKY	0,1%	0,1%	0,0
PUREES FRAICHES	0,1%	0,1%	0,0
BONBONS ET SUCETTES	0,1%	0,1%	-0,1
QUICHE/TARTE SALEE/TOURTE REFRIGEREES	0,1%	0,1%	-0,1
SAUCES DESHYDRATEES	0,0%	0,1%	0,0

Source : AND International d'après Circana

2.5 ANALYSE DES VENTES EN CIRCUIT EAP

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Les épiceries alternatives de proximité (EAP) sont les points de vente de détail qui proposent des produits bio, locaux, en vrac, zéro déchet, ou issus de magasins de producteurs, mais ne faisant parti ni du réseau bio, ni de la vente directe. Afin de connaître le poids des EAP dans la distribution de produits biologiques, une enquête auprès de ces points de vente sur l'évolution de leur vente par famille de produits a été réalisée. Le parc des épiceries alternatives de proximité a été estimé en 2025 à environ 500 points de vente, pour environ 55 000 m² de surface de vente.

Sur un total de 163 réponses, 107 réponses ont été exploitées pour une surface de vente moyenne de 110 m², allant de 8 à 480 m². Le chiffre d'affaires total moyen par point de vente s'élève à 760 000 EUR TTC, et varie de 95 000 EUR à 10 000 000 EUR soit environ 4 288 EUR / m² de chiffre d'affaires.

Les résultats de l'enquête ont montré que :

- Les produits alimentaires bio représentent 56 % environ du chiffre d'affaires total. Cela est très variable selon les EAP, les produits bio pouvant représenter entre 15 % et 90 % du chiffre d'affaires total mais 66 % du chiffre d'affaires alimentaire.
- La croissance consolidée de l'échantillon a été évaluée à 4,7 % entre 2024 et 2025.
- Parmi les points de vente qui ont constaté une croissance de leur chiffre d'affaires, la moyenne est de + 13,2 %.
- Parmi ceux qui ont constaté un recul, la moyenne est de - 12,4 %.

L'estimation doit prendre en considération plusieurs facteurs, tous caractérisés par une insécurité dans l'appréciation :

- Importance et l'évolution du parc de magasins. En 2023, ce parc a été évalué, par les observateurs du magazine Biolinéaires, à 1 200 points de vente. Ce chiffre a plus tard été corrigé pour atteindre environ 500 en 2025, nous proposons de retenir cette valeur comme estimation de la taille du parc. La réévaluation est en partie dû à des fermetures, mais surtout à la migration vers d'autres formats (p. ex. magasins bio, vente directe...).
- Les magasins enquêtés en 2025 nous indiquent en moyenne une croissance de 4,7 %.

2.6 ANALYSE DES VENTES DES PRODUITS EQUITABLES 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. 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.

2.6.1 ÉVOLUTION GENERALE DES VENTES DE PRODUITS EQUITABLES : CROISSANCE RECORD DE 23%

Les ventes de produits équitables ont été multipliées par 6 entre 2014 et 2025.

L'année 2025 confirme la dynamique du secteur **avec une croissance de 23%** des ventes tous circuits confondus, portée cette fois de façon quasi équilibrée par les deux filières : +21% pour les filières internationales et +26% pour les filières françaises. Les productions nationales représentent désormais environ 50% de l'univers du commerce équitable, 1 point de plus par rapport à 2024. L'année 2022 a marqué un coup d'arrêt très net 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 représentaient 49 % de l'univers du commerce équitable soit +12 points par rapport à 2023.

De manière structurelle, 98% 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 baisse (-9%) ; la gamme internationale se replie de 10% (-10% en 2024) tandis que la gamme d'origine française baisse de 6% (+37% en 2024).

Les ventes aux ménages en magasin représentent 86% des volumes, réparties comme suit : GMS (50%), magasins bio ou commerce équitable (22%), artisans commerçants (11%), vente en ligne (1%), autres (2%). Les 14% restants correspondent à la consommation hors domicile (restauration collective, cafés, hôtels, restaurants), qui relève de ventes B to B et n'est donc pas comptabilisée dans les achats des ménages.

Tableau 35 - Importance des ventes au détail de produits issus des Filières équitables de 2023 à 2025

En M EUR	2023	2024	2025	25/24	24/23
Total des ventes de produits issus des Filières internationales du commerce équitable	1327	1344	1 630	+21%	1%
Total des ventes de produits issus des Filières françaises du commerce équitable	791	1 310	1 640	+25%	67%
Total	2 118	2 654	3 270	+23%	25%

Source : Commerce Equitable France

2.6.2 ÉVOLUTION DES VENTES DE PRODUITS BIOLOGIQUES ET EQUITABLES

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. En 2025, 50% des produits issus du commerce équitable sont également certifiés biologiques en valeur, avec une double labellisation nettement plus fréquente au sein des filières internationales (67%) qu'au sein des filières françaises (32%). La double certification bio-équitable demeure ainsi une combinaison fréquente, en particulier à l'international, bien que non comparable à la série historique en % de références (78% en 2024).

La consommation des produits biologiques et équitables est mesurée en hausse de 11% entre 2024 et 2025. Pour 2025, Commerce Equitable France indique qu'en valeur, 50% des produits issus du commerce équitable sont également bio (RA 2025-2026, p.44), contre 56% en 2024 : la part de marché du double étiquetage recule donc en proportion, même si sa valeur progresse en absolu (estimation à environ 1 590 M€ sur la base du total 2025, à comparer aux 1 431 M€ de 2024).

Cela étant le développement du commerce équitable généraliste est surtout lié au développement des produits qui ne sont pas (encore) biologiques : la part des filières françaises dans les ventes de produits issus du commerce équitable est ainsi passée de 37% à 50% entre 2024 et 2025.

Ramenée au marché alimentaire biologique, et en considérant que les produits alimentaires représentent 98%, la part de la consommation alimentaire équitable et biologique est évaluée à près de 13% du marché alimentaire biologique.

Tableau 36 - Estimation des ventes au détail de produits biologiques et équitables depuis 2022 en M EUR

En M EUR	2022	2023	2024	2025	25/24	24/23	% Bio et Eq. 2024	% Bio et Eq. 2025
Total des ventes de produits issus des filières internationales du commerce équitable	961	899	957	1079	+13%	+6%	74%	67%
Total des ventes de produits issus des filières françaises du commerce équitable	380	363	474	510	+8%	+31%	37%	32%
Total	1 341	1 270	1 431	1 590	11%	12.6 %	56%	50%

Source : AND d'après Commerce Equitable France

2.6.3 VENTES PAR CIRCUITS ET PART DE MARCHE DES PRODUITS BIO ET EQUITABLES PAR RAPPORT AU TOTAL BIO DANS CHACUN DES CIRCUITS

En 2025, un peu plus de la moitié (51%) des ventes des produits bio et équitables sont réalisées en GMS, soit 820 M EUR, à comparer aux 5 828 M EUR de CA bio de ce circuit en 2025 (estimation AND/Ag. BIO) soit une pénétration du double étiquetage de **14% en hausse de 2 points par rapport à 2024**.

En ce qui concerne les réseaux spécialisés bio, la valeur des ventes des produits alimentaires avec double certification est de 360 M EUR en 2025, soit **9,6 %** des ventes alimentaires de ce circuit, soit +0,6 point par rapport 2024.

Pour ce qui est des artisans commerçants, le CA « bio et équitable » est de 210 M EUR soit **16%**, en retrait de -1 point par rapport à 2024.

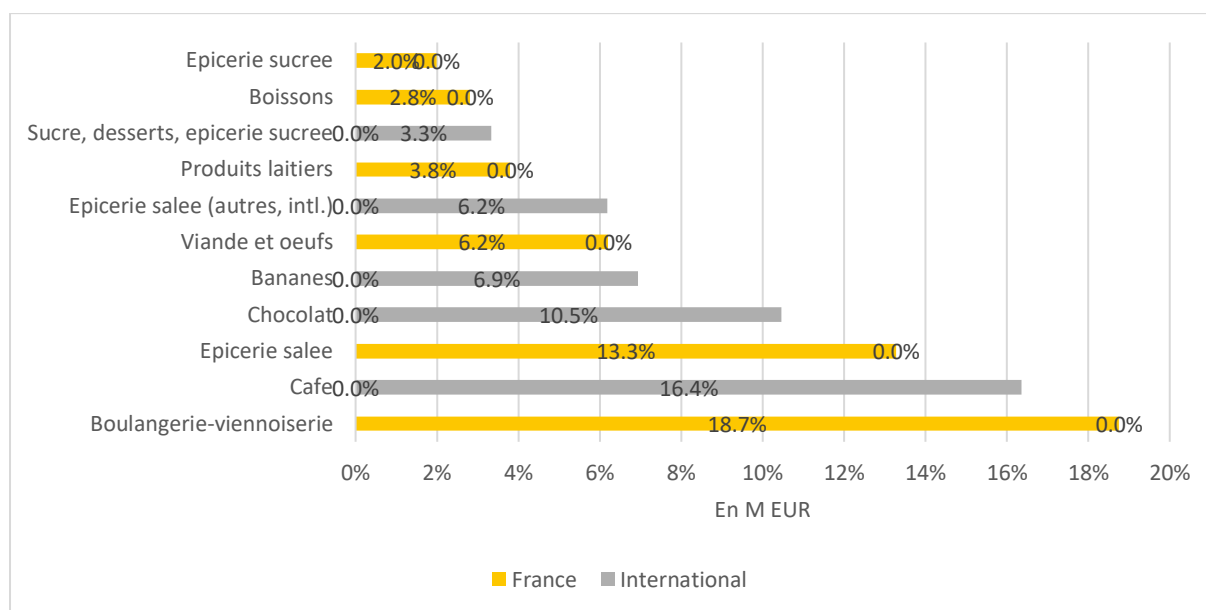
Tableau 37 - Estimation des ventes au détail de produits biologiques et équitables par circuit de distribution en 2025

Circuits de vente	PDM par circuits de vente en % - tous produits équitables	CA estimé pour produits bio et équitables en M€	PDM des produits bio et équitables par circuit de vente en %
GMS	51%	820	14%
Boutiques spécialisées bio ou commerce équitable	22%	360	9,6%
Artisans commerçants	13%	210	16%
Autres y compris consommation hors domicile, vente en ligne...	11%	180	ND
Total	100,0%	1 570	ND

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 origine 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) – 2025 en %



Source : AND-Agence BIO d'après les données Commerce Equitable France. /Répartition établie sur les catégories communiquées par CEF en 2025 (~90% du marché total ; Thé et tisanes, Surgelés et Fruits et légumes non détaillés cette année, contrairement à 2024).

3 FOCUS SECTORIELS

3.1 FOCUS SUR LE MARCHÉ DU VIN BIOLOGIQUE

POINTS CLES

Le secteur du vin en France connaît des difficultés structurelles en raison de la baisse de la consommation, qui touche le vin conventionnel et bio. Ainsi, en 2025, la commercialisation de vin bio français a baissé de 2,1% en valeur et 2,7% en volume (stade sortie chais, tous circuits confondus).

Malgré une hausse des surfaces, le rendement 2024 (vin commercialisé en 2025) a été plus faible que celui des années précédentes, le déclassement a légèrement augmenté ainsi que les mises en stock. Nous observons en effet des niveaux de déclassement significatifs depuis trois campagnes (20% du vin issu de raisin bio n'a pas été commercialisé en bio en 2025). Cela s'explique par des décalages entre offre et demande alors que les volumes de production de vin bio ont fortement augmenté au cours de la dernière décennie, le vin bio représente en effet 13% du vin produit en France.

Ainsi, les commercialisations de vin bio français étaient de 2,78 Mhl en 2025 pour un chiffre d'affaires (sortie filière) de 1,6 Mds€. Plus de la moitié du volume a été commercialisée sur le marché français (56%) et 44% vers les marchés exports. Au niveau français, le premier circuit est la vente directe, en volume et en valeur, suivi des cavistes, de la RHD, de la GMS et des magasins bio.

3.1.1 VOLUMES MIS EN MARCHÉ

La surface de raisins de cuve biologique en production était de 140 866 ha en 2024 (commercialisation en 2025), soit une augmentation de 12% par rapport à l'année précédente. Sur ces 140 866 ha de vigne, 93% sont estimés en production de raisins de cuve (soit 131 005 ha) et 7 % sont des jeunes plants non productifs. Le rendement a cependant été plus faible en 2024 que l'année précédente (34 hl/ha en 2024, et 37 hl/ha en 2023). Cette hausse de surface et cette baisse de rendements ont conduit à une augmentation du volume de production de 6% par rapport à l'année précédente (4,5 Mhl en 2024 contre 4,2 Mhl en 2023). A titre de comparaison, la récolte de la filière viticole française était de 27 Mhl en 2024 (hors vin pour Cognac et Armagnac), soit une baisse de 18% par rapport à l'année précédente. Le rendement moyen en France en 2024 (conventionnel et bio confondus) était de 37 hl/ha en AOP, 53 hl/ha en IGP et 44 hl/ha pour

les vins sans indications géographiques (VSIG). Il s'agit des rendements les plus faibles des trois derniers millésimes.¹

Le déclassement (vinification de raisin bio en vin conventionnel ou vente de vin bio sur le circuit conventionnel) est en hausse : 0,92 Mhl déclassés sur le millésime 2024 contre 0,74 Mhl pour le millésime précédent. Ce niveau de déclassement est comparable à celui connu deux ans auparavant.

Les importations de vin conventionnel sur le marché français sont importantes, 5,5 Mhl en 2025. Il s'agit principalement de vin espagnol en vrac, destiné à alimenter les marchés d'entrée de gamme. Les importations de vin bio sont très limitées, de l'ordre de quelques dizaines de milliers d'hectolitres (soit environ 2% du marché français). Cela représenterait environ 26 M€ en 2025 (en baisse de 2%), venant principalement d'UE (24 M€), notamment d'Italie.

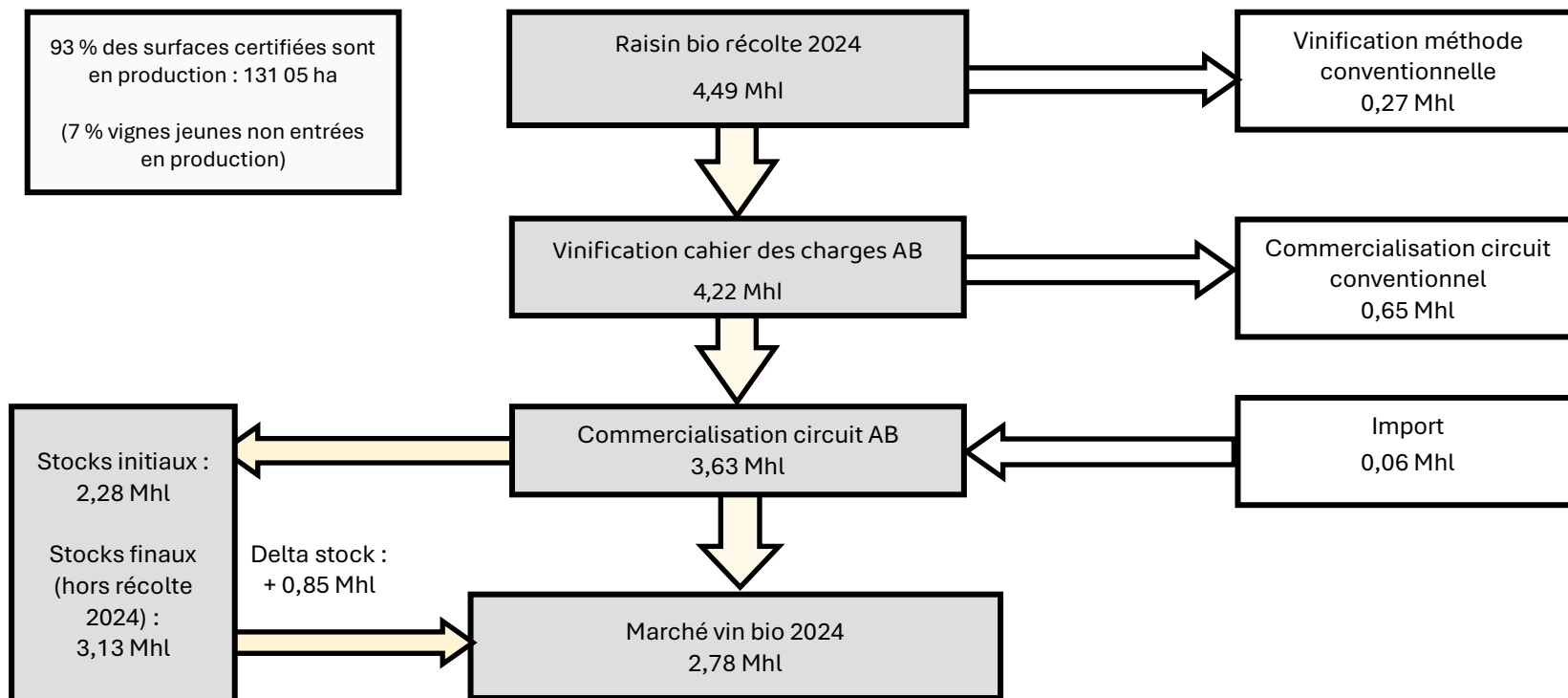
Les stocks continuent à augmenter, cela est lié à la croissance de la filière bio et aux difficultés de marchés rencontrées par certains opérateurs. Les stocks bio représentent ainsi 3,13 Mhl, soit 70% en volume du millésime ce qui est cohérent avec les standards de la filière viti-vinicole². Ainsi, en 2025, la mise en marché de vin biologique en France est estimée à 2,78 Mhl.

Ces éléments sont synthétisés dans le schéma de la page suivante.

¹ Source DGDDI / DGI / FranceAgriMer (VISIONet).

² Pour l'ensemble de la filière vin française : 30,6 Mhl de stocks en début de campagne 2024/2025 pour une récolte comprise entre 35 et 45 Mhl selon les années (y compris vins pour Cognac et Armagnac) – source DGDDI dans FranceAgriMer (VISIONet).

Figure 12 - Schéma de Filière : récolte 2024 et commercialisation 2025



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

Le tableau ci-dessous présente le détail des surfaces, rendements et production par bassin. La première région, l'Occitanie, représente plus d'un tiers des volumes (33%). Les trois bassins suivants (Rhône, Bordeaux et Provence / Corse) représentent chacun 10 à 15% des volumes totaux.

Tableau 28 - Bilan pour les principales régions viticoles (récolte 2024)

Bassins	Surface totale (1 000 ha)	Taux vignes en prod.	Surface en prod. (1 000 ha)	Rdt (hl/ha)	Vol. produit avec vignes bio (Mhl)	Déclass. / import / delta stock (Mhl)	Mise en marché (Mhl)
Occitanie	47,2	93%	44,0	38	1,5	1,71	2,78
Rhône	20,3		18,9	31	0,7		
Bordeaux	19,2		18,1	27	0,6		
Provence / Corse	17,4		16,2	36	0,6		
Loire	11,5		10,6	35	0,4		
Bourgogne / Beaujolais	7,7		7,3	25	0,2		
Nouvelle-Aquitaine	6,6		6,2	28	0,2		
Alsace	5,1		4,5	53	0,2		
Champagne	2,3		2,2	47	0,1		
Autre	3,4		3,0	23	0,1		
Total	140,9		131,0	34	4,5		

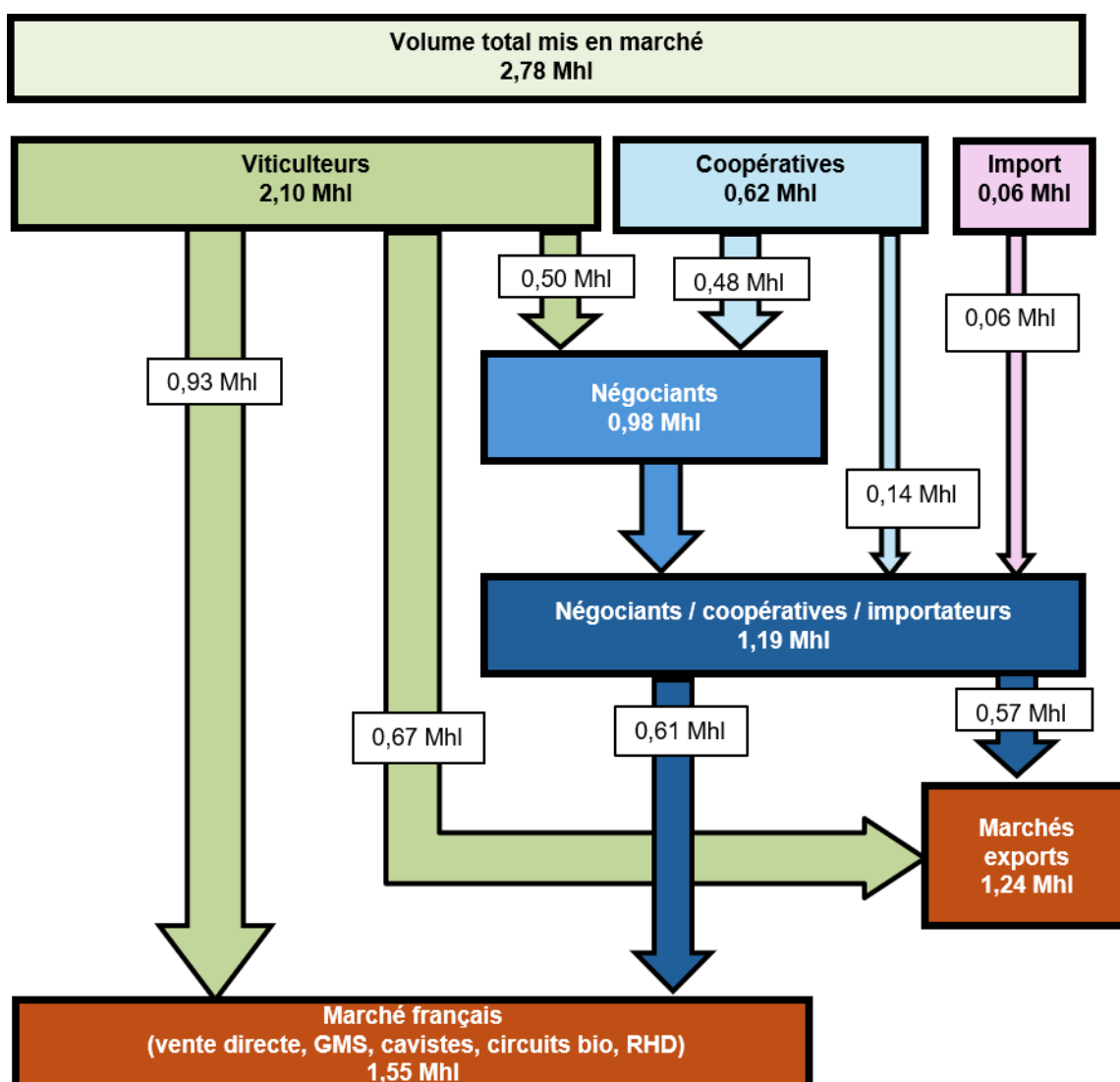
Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.1.2 SCHEMA DE MISE EN MARCHÉ DU VIN BIO

Plus des trois quarts des volumes de vin bio ont été vinifiés par des viticulteurs (76%) et environ un quart par les coopératives (22%). Chacun de ces deux types d'opérateurs a commercialisé une part significative de sa production via des négociants (notamment les coopératives). Ainsi, les négociants ont commercialisé près de 1 Mhl de vin bio, soit 35% de la production nationale.

Plus de la moitié du volume a été commercialisée sur le marché français (56%) et 44% vers les marchés exports. L'orientation à l'export est plus forte pour les négociants / coopératives (48% des volumes traités par ces opérateurs) que pour les viticulteurs (31%).

Figure 13 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2025



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.1.3 VOLUME ET VALEUR DES VENTES

Les ventes totales en 2025 représentaient 2,78 Mhl et 1,64 Mds EUR HT au stade sortie chais (-2,7% en volume et -2,2% en valeur par rapport à l'année précédente), 61 % des ventes en valeur ont été réalisées 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 français était de 1,0 Mds€ M€ HT au stade sortie chais, en baisse de 2,3% en valeur et 2,7% en volume. L'export de vin bio représentait 638 M€ en 2025, il a diminué de 2,5% en volume et 2,0% en valeur. Pour l'ensemble de la filière française (bio + conventionnel), les exportations ont également diminué en 2025 : -2,0% en volume et -3,8% en valeur d'après Eurostat.

Le premier circuit en volume au niveau français est la vente directe (16% des volumes), suivi des cavistes, la RHD et la GMS. Tous les circuits ont connu une baisse en 2025 pour le vin bio, en raison d'un contexte difficile sur le marché du vin (bio et conventionnel). A titre de comparaison, les ventes de vin conventionnel en grande distribution (hors effervescents) ont baissé de 2,6% en valeur et de 3,5% en volume en 2025 (source : CIRCANA).

Tableau 29 - Estimation des ventes de vin bio en 2025 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	63	43	258	386	750	181	930	665	1 595	-2,4%
	Négoce / coop	250	61	107	57	475	140	614	571	1 186	-3,1%
	Total	314	104	364	443	1 225	320	1 545	1 236	2 781	-2,7%
	Evol. N-1	-5,5%	-1,8%	-1,3%	-2,1%	-2,9%	-2,4%	-2,7%	-2,5%	-2,7%	/
	Part du total	11%	4%	13%	16%	44%	12%	56%	44%	100%	/

Valeur départ chais HT (million EUR)	Domaines	29	29	211	370	639	104	744	427	1 171	-2,1%
	Négoce / coop	85	26	68	39	218	43	261	211	471	-2,2%
	Total	114	55	279	409	857	147	1 004	638	1 642	-2,1%
	Evol. N-1	-3,8%	-3,1%	-1,6%	-2,4%	-2,2%	-2,5%	-2,3%	-2,0%	-2,1%	/
	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

3.1.4 MARCHÉ AU STADE DE DÉTAIL

En 2025, la valeur des ventes était de 1,42 Mds EUR TTC au stade de détail pour le marché des ménages, en baisse de 2,5% en valeur par rapport à 2024. Les deux premiers circuits en valeur étaient 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 30 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2025 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)	194	110	542	572	1 418
Prix (EUR TTC / litre)	6,5	10,7	15,1	13,2	11,9
% évolution valeur N-1	-3,8%	-3,1%	-1,7%	-2,4%	-2,5%

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.1.5 TRANSACTIONS VRAC

Les transactions vrac de vin bio sont suivies au niveau national et sur plusieurs bassins par des interprofessions : l'IGP Pays d'Oc par Inter Oc (première IGP française en volume) et l'AOP Côtes du Rhône par InterRhône. Ces données sur les transactions vrac constituent des indicateurs du marché, mais elles sont à considérer avec prudence car 1) elles correspondent à des flux intra-filière (ventes des viticulteurs au négoce) et 2) cela ne concerne qu'une partie des volumes car seule une partie des volumes est commercialisée en vrac. En effet, si un viticulteur conditionne lui-même ses vins en bouteille ou en Bag-in-Box, ces ventes ne sont pas couvertes par ces cotations vrac. Le vrac est notamment utilisé pour les circuits longs tels que la GMS ; le prix moyen en GMS est généralement plus bas que les prix sur les autres circuits.

3.1.5.1 Vin bio en France (IGP et vin sans indication géographique (VSIG))

Au niveau national, des données sont disponibles pour les ventes en vrac sous IGP et VSIG (pas de données disponibles pour les AOP). Les volumes de vin bio commercialisés en vrac ont augmenté au cours des deux dernières campagnes (311 140 hl en 2024/2025 contre 249 538 hl en 2022/2023). Ce niveau reste cependant nettement inférieur aux volumes commercialisés en 2020/2021 (447 022 hl). On observe une augmentation de la part des VSIG, qui représentaient 23% des volumes en 2020/2021 et 30% en 2024/2025.

Les prix sont à la baisse pour les IGP : 138 €/hl en 2024/2025 contre 144 à 174 €/hl au cours des campagnes précédentes. Le prix des VSIG s'est rapproché de celui des IGP (135 €/hl). Pour l'ensemble de la filière au niveau national (conventionnel + bio), cet écart est plus important : entre 15 et 18 €/hl selon la couleur pour la campagne 2024/2025 d'après FranceAgriMer.

Tableau 31 - Evolution des transactions de vin bio entre 2020/2021 et 2024/2025 en France

IG	2020/2021		2021/2022		2022/2023		2023/2024		2024/2025	
	Vol (hl)	Prix (€/hl)	Vol (hl)	Prix (€/hl)	Vol (hl)	Prix (€/hl)	Vol (hl)	Prix (€/hl)	Vol (hl)	Prix (€/hl)
IGP	342 576	157	238 590	174	197 650	156	192 831	144	211 435	138
VSIG	104 446	125	62 425	153	51 888	156	82 091	126	99 705	135
Total	447 022	/	301 015	/	249 538	/	274 922	/	311 140	/

Source : d'après données FranceAgriMer

3.1.5.2 IGP Pays d'Oc

L'IGP Pays d'Oc est la première IGP française. En bio, 124 498 hl ont été commercialisés en vrac sur la campagne (2024/2025), soit 59% des volumes d'IGP commercialisés en vrac en France sur cette campagne.

Les cours de l'IGP Oc bio était à 132 €/hl pour la campagne 2024/2025, en légère baisse (-2%) par rapport à la campagne précédente. Les volumes ont cependant nettement augmenté en 2024/2025 (+13%), notamment poussés par les vins blancs (+27%), les progressions étant plus modestes sur les rouges (+4%) et les rosés (+7%).

Tableau 32 - Evolution du prix vrac pour l'IGP Pays d'Oc en EUR/hl

Prix vrac en EUR/hl	Campagne 2022/2023	Campagne 2023/2024	Campagne 2024/2025	Evolution prix (versus campagne précédente)	Evolution volume (versus campagne précédente)
Rouge	139	128	123	-4%	+4%
Rosé	129	120	117	-3%	+7%
Blanc	163	150	148	-1%	+27%
Total	145	134	132	-2%	+13%

Source : d'après données Inter'Oc

3.1.5.3 AOP régionale Côtes du Rhône

Le cours du vrac bio en AOP Côtes du Rhône connaît une légère hausse en 2024/2025, à 142 €/hl (+1%) et une légère baisse de volume (-2,4%). La situation reste donc globalement négative en comparaison de celle connue quelques années auparavant (campagne 2018/2019 à 2021/2022, avec des prix compris entre 159 et 222 €/hl et des volumes compris entre 60 000 et 75 000 hl. Cette tendance est comparable à celle du conventionnel, le cours de l'AOP Côtes du Rhône régional rouge était de 119 €/hl en 2024/2025 (il était à plus de 130 €/hl quelques campagnes auparavant).

Tableau 33 - Évolution des transactions vrac entre 2018/2019 et 2024/2025 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)
2024/2025	52 804	142	425 998	119
2023/2024	54 113	139	353 670	107
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'un peu moins de deux tiers des volumes étaient des AOP (61 %), environ un tiers des IGP (34 %) et 5 % des VSIG.

Tableau 34 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2022

Volume sous indication géographique	Part du volume total
AOP	61 %
IGP	34 %
VSIG	5 %

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 22 % des vignes françaises pour la production de vin (hors Cognac et Armagnac) en 2024 et 19% si l'on compte toute la surface du vignoble français (y compris pour le Cognac et l'Armagnac).
- Le vin bio (et commercialisé en bio) issu de la récolte 2024 représentait 13 % du volume de production nationale (hors vin pour Cognac et Armagnac), le rendement des vignes bio est en effet inférieur au rendement moyen français.
- Le vin bio représentait 7 % de la consommation de vin en France (en volume).
- Le vin bio représentait 9 % des volumes exportés depuis la France et 6 % en valeur.

Tableau 35 – 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	643 326 ha pour production vin (733 621 ha en incluant Cognac et Armagnac)	140 866 ha	22% surface pour production de vin 19% de l'ensemble du vignoble (yc Cognac et Armagnac)	FranceAgriMer (Visionet)
Production de vin (hors vin pour Cognac)	27,3 Mhl	3,6 Mhl	13%	FranceAgriMer (Visionet)
Consommation en France	22,2 Mhl	1,5 Mhl	7%	FranceAgriMer (Visionet)
Exportations	13,0 Mhl 11,2 Mds€	1,2 Mhl 638 M€	9% volume 6% valeur	EUROSTAT - COMEXT

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 bio 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 biologique.

Tableau 36 – 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 (2025)
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

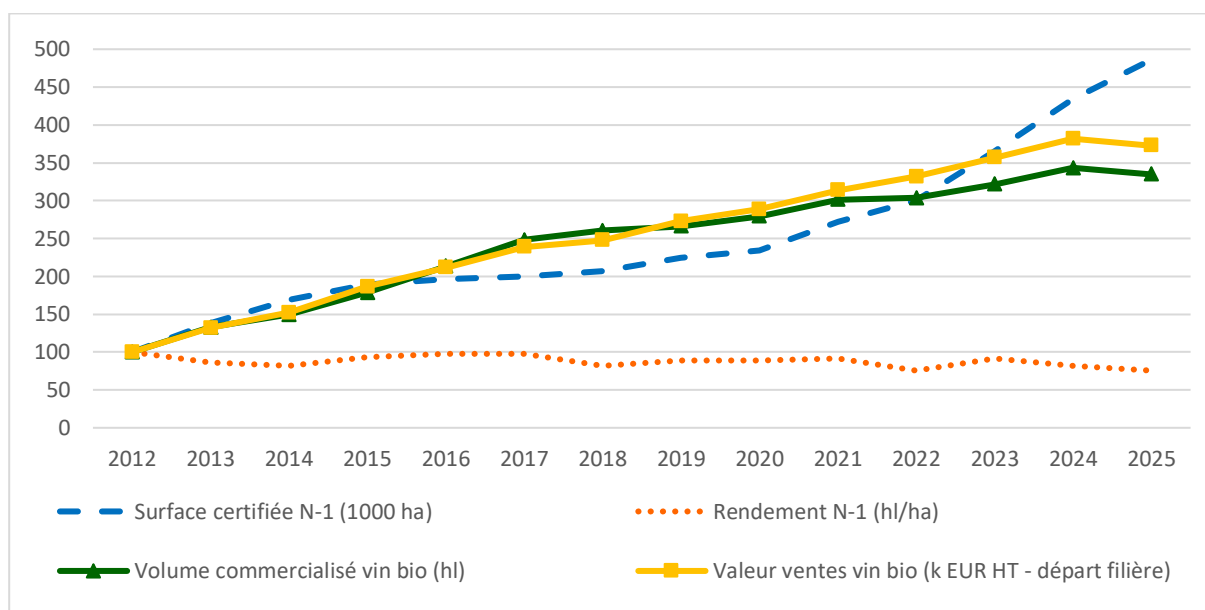
Le tableau ci-dessous présente l'évolution des surfaces de vignes certifiées en bio (y compris les vignes hors production), du rendement, du volume et de la valeur des ventes de vin bio (stade départ filière). Le graphique suivant présente les mêmes évolutions en indice (base 100 = 2012). Les surfaces ont quasiment été multipliées par cinq entre 2012 et 2025. 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). L'année 2025 est la première année de baisse des volumes commercialisés. Cela illustre les difficultés de marché dans le secteur du vin (baisse de la consommation structurelle) qui touche également le vin bio.

Tableau 37 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2025

Surfaces, rendements et volumes	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Surface certifiée N-1 (1000 ha)	29	40	49	55	57	58	60	65	68	79	87	106	126	141
Rendement N-1 (hl/ha)	45	39	37	42	44	44	37	40	40	41	34	41	37	34
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	2,78
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	1,64

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

Figure 14 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2025 (base 100=2012)



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.2 FOCUS SUR LE MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES BIOLOGIQUES

POINTS CLEFS

L'année 2025 s'inscrit dans un contexte économique globalement favorable, marqué par la poursuite de la désinflation amorcée en 2024. Le rayon fruits et légumes se distingue par une dynamique particulièrement soutenue, avec une hausse de 7,3 %. Cette progression est relativement homogène entre les fruits (+7,8 %) et les légumes (+6,9 %), bien que des disparités subsistent selon les espèces et les circuits de distribution.

Le marché de détail des fruits et légumes biologiques atteint ainsi une valeur de 2,214 milliards d'euros, pour un volume estimé à environ 650 000 tonnes, toutes espèces confondues.

La progression observée en 2025 prolonge la reprise engagée en 2024, après une phase de stagnation en 2023 et de recul en 2022 et 2021. Cette croissance du chiffre d'affaires repose davantage sur l'augmentation des volumes (+4 %) que sur celle des prix, limitée à environ +2,9 %.

S'agissant du marché conventionnel, l'année 2025 marque une rupture avec 2024, avec une hausse des achats de fruits et légumes frais en volume (+3 %), accompagnée d'une augmentation du prix moyen payé à l'achat (Interfel).

Dans ce contexte, les parts de marché des fruits et légumes biologiques poursuivent leur progression, atteignant 7 % en volume (+0,2 point) et 8 % en valeur (+0,2 point).

Enfin, la performance de la filière biologique s'explique par la croissance du chiffre d'affaires sur l'ensemble des circuits de distribution, traduisant un regain d'intérêt des consommateurs pour ces produits.

Tableau 38– 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
2025	Fruits	342	466	27	184	1019
	Légumes	252	487	49	406	1195
	TOTAL	594	953	77	590	2214
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 2025/2024	Fruits	5,2%	11%	170%	5,7%	%
	Légumes	1,6%	8,9%	411%	8%	11%
	TOTAL	3,7%	10%	305%	7,3%	%
Parts de marché 2025	Fruits	34%	46%	3%	18%	100%
	Légumes	21%	41%	4%	34%	100%
	Fruits	5,2%	11%	170%	5,7%	%

Source: Agence BIO - AND-International 2024

Les parts de marché de GMS ont très légèrement reculé au profit des artisans-commerçants (primeurs et EAP) qui enregistrent une nette augmentation de leur chiffre d'affaires, bien que représentant une très faible part de marché. 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 EVOLUTION DES VOLUMES POUR LES 22 ESPECES PRINCIPALES

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.

Les volumes commercialisés des 22 espèces de fruits et légumes suivis traduisent une progression de 8,5 % de la valeur des ventes, portée par une hausse de 6 % des volumes. Les prix moyens au détail augmentent de manière plus modérée (+2,3 %).

Cette évolution des prix masque toutefois de fortes disparités selon les espèces, allant de -10 % pour la mangue à +11 % pour le kiwi. En élargissant l'analyse à l'ensemble des gammes, au-delà des seules 22 espèces suivies, l'effet prix est estimé à +2,5 %.

[EVALUATION DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE - ANNEE 2025]

Tableau 39 – Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché et évolutions

Estimations 2025	Volume TOTAL (t)	Estim. RHD circuit long (t) p	Volume Détail (t)	Prix détail 2025 (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	123 800	7 400	117 400	2,17	79%	1%	20%	100%	7%	2,27	-4,4%	254 758	2,6%
Pomme	67 700	6 800	61 800	3,19	27%	49%	24%	0%	0%	3,24	-1,5%	197 142	-1,5%
Agrumes	51 500	500	51 000	4,55	38%	2%	60%	86%	1%	4,32	5,3%	232 050	6,2%
Pomme de Terre	65 500	2 200	63 600	2,13	19%	47%	35%	2%	5%	2,04	4,4%	135 468	9,9%
Carotte	69 100	4 400	65 300	2,22	36%	47%	17%	7%	7%	2,29	-3,1%	144 966	3,9%
Courgette	12 400	900	11 700	2,99	34%	25%	40%	43%	4%	3,20	-6,6%	34 983	-2,4%
Tomate	37 700	1 600	36 300	4,80	31%	49%	20%	35%	16%	4,51	6,4%	174 240	23,4%
Kiwi	21 300	800	20 600	7,34	26%	51%	24%	69%	10%	6,63	10,7%	151 204	22,0%
Avocat	12 400	100	12 300	5,62	38%	1%	61%	99%	12%	5,78	-2,8%	69 126	8,7%
Concombre	7 900	400	7 500	2,59	73%	5%	22%	22%	9%	2,48	4,4%	19 425	13,5%
Oignon	18 700	600	18 200	3,37	38%	48%	14%	14%	-4%	3,08	9,4%	61 334	5,4%
Poire	16 200	500	15 700	4,06	22%	53%	25%	16%	6%	3,91	3,8%	63 742	10,2%
Raisin	4 500	200	4 300	7,09	67%	25%	7%	54%	5%	6,96	1,9%	30 487	6,8%
Betterave	6 300	500	5 800	3,29	29%	10%	62%	10%	23%	3,25	1,2%	19 082	24,9%
Fraise	1 500	0	1 500	11,68	23%	41%	38%	9%	7%	10,79	8,2%	17 520	16%
Mangue	2 000	0	2 000	5,53	29%	0%	71%	100%	11%	6,16	-10,2%	11 060	-0,3%
Chou	26 900	400	26 600	3,19	29%	44%	27%	15%	2%	3,11	2,6%	84 877	4,2%
Courge	17 300	800	16 600	2,39	18%	39%	42%	13%	7%	2,28	4,8%	39 674	12,3%
Poireau	8 200	300	7 900	3,50	17%	55%	28%	1%	4%	3,43	2,0%	27 650	6,1%
Poivron	8 500	300	8 200	5,82	27%	49%	24%	68%	4%	5,51	5,6%	47 724	9,6%
Pêche Nectarine	9 900	0	9 900	7,67	12%	47%	41%	20%	5%	7,42	3,4%	75 933	8,9%
Abricot	6 500	0	6 500	5,41	18%	42%	40%	5%	12%	5,31	1,9%	35 165	13,5%
Total / Moyenne	595 800	28 700	570 700	3,38					6%	3,29	2,3%	1 927 610	8,5%

Source : Agence BIO - AND-International 2025 – d'après enquêtes amont et aval – KantarWP – Interfel

3.2.2 EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE FRUITS BIOLOGIQUES

Les évolutions des volumes sont en général stables ou orientées à la hausse. :

- Stabilité pour la pomme et les agrumes.
- Progressions comprises entre +5 % et +7 % pour le raisin, la pêche-nectarine, la poire, la fraise et la banane.
- Hausse plus marquée pour le kiwi (+10 %), la mangue (+11 %) et l'abricot (+12 %).

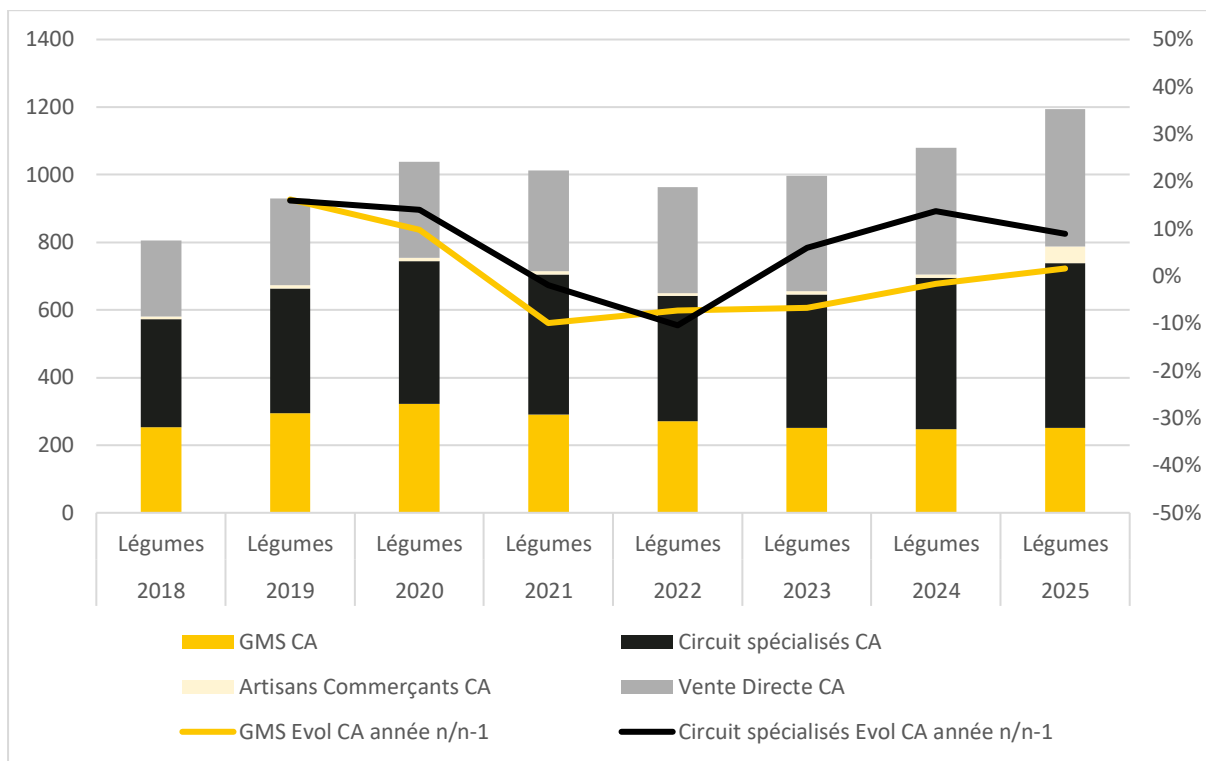
Les évolutions de prix sont nettement plus hétérogènes selon les espèces de fruits suivies.

- Baisse pour la mangue (-10 %), la pomme (-4 %) et la banane (-2 %).
- Hausse pour le raisin (+2 %), l'abricot (+2 %), la pêche-nectarine (+3 %), la poire (+4 %), les agrumes (+5 %) et la fraise (+8 %).
- Progression notable pour le kiwi (+11 %).

Les principales espèces consommées, en volume et valeur sont les suivantes :

- La banane reste le fruit bio le plus consommé, avec près de 120 000 tonnes (+7 %) pour 255 M€ (+3 %).
- Les agrumes occupent la deuxième position (232 M€), avec une hausse en valeur de +6,2%, portée principalement par les prix.
- La pomme voit sa valeur légèrement reculer (197 M€, -1,5%) en raison d'un effet prix négatif, malgré des volumes stables.
- Le kiwi enregistre la plus forte croissance en valeur (+22 %), sous l'effet combiné de la hausse des volumes (+10 %) et des prix (+11 %).
- La poire progresse de +10 % en valeur, soutenue par l'augmentation conjointe des volumes (+6 %) et des prix (+4 %).

Figure 15 : Evolution du chiffre d'affaires de légumes biologiques par circuit et taux d'évolution annuel en GMS et MSB depuis 2025



Source : AND International d'après données enquêtes

3.2.3 EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE LEGUMES BIOLOGIQUES

Les globalement orientés à la hausse, portés par les principales espèces :

- Forte progression de la tomate (+16 %),
- Hausse également pour la carotte (+7 %) et la pomme de terre,
- Dynamique positive pour la majorité des autres légumes.

Les évolutions de prix sont nettement plus contrastées selon les produits :

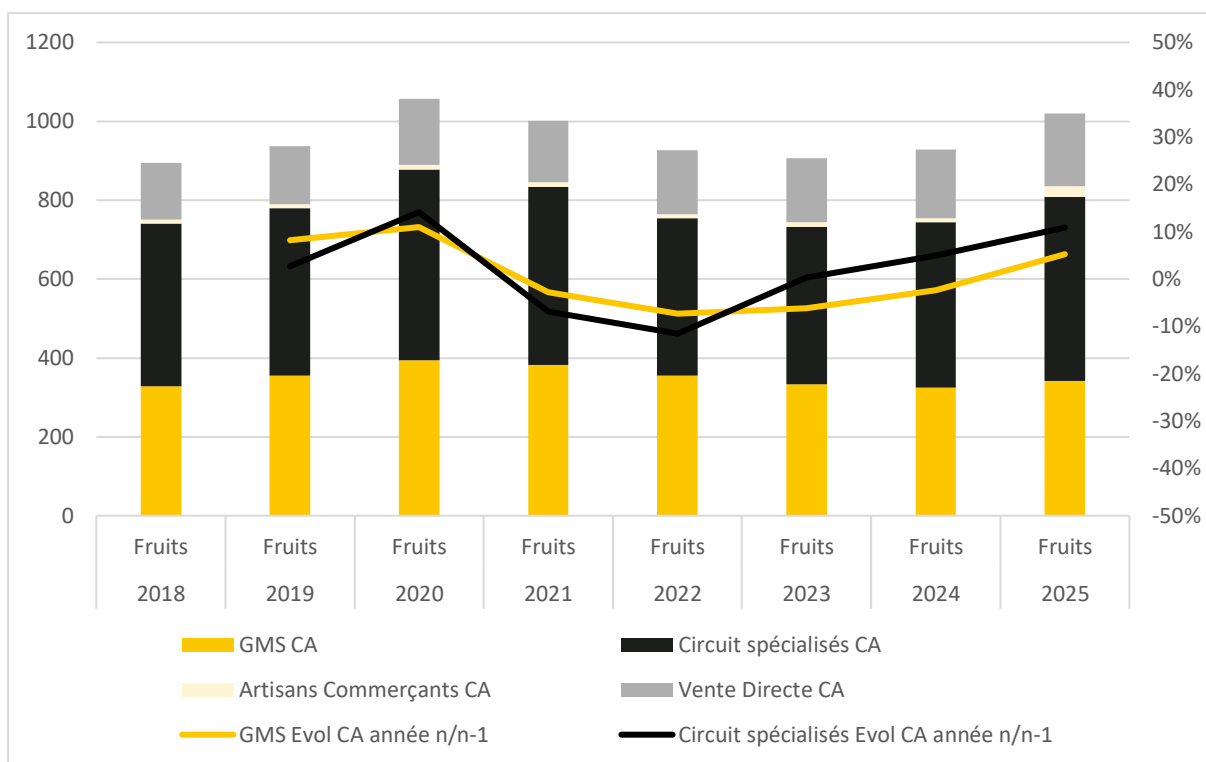
- Hausse modérée pour la tomate (+6 %),
- Repli pour la carotte (-3 %) et la courgette (-7 %),
- Orientation globalement positive pour les autres espèces.

La structure du marché évolue peu, avec le trio tomate-carotte-pomme de terre qui domine largement les volumes de légumes biologiques commercialisés :

- La tomate tire fortement la croissance (+23 % en valeur), avec un recours accru aux importations,
- La pomme de terre (+10 %) et la carotte (+4 %) progressent, cette dernière grâce aux volumes malgré un effet prix négatif,

- À l'inverse de la tomate, la carotte (7 %) et la pomme de terre (2 %) restent très majoritairement d'origine française,
- Hors courgette (-2 % en valeur), l'ensemble des légumes est en croissance, notamment la betterave (+25 %), le concombre (+14 %), le poivron (+10 %), l'avocat (+9 %), le poireau (+6 %) et l'oignon (+5 %)

Figure 16 : Evolution du chiffre d'affaires de fruits biologiques par circuit et taux d'évolution annuel en GMS et MSB depuis 2025



Source : AND International d'après données enquêtes

3.2.4 ECHANGES DE FRUITS ET LEGUMES BIOLOGIQUES

Exportations : progression en 2025

En 2025, une trentaine de sociétés sont identifiées comme exportatrices de fruits et légumes biologiques. Elles couvrent à la fois des activités de ré-export (notamment via le marché de Saint-Charles et les importateurs de bananes et fruits exotiques) et d'export de productions nationales (noix, pommes, poires, salades).

Parmi les opérateurs ayant répondu, 40 % déclarent une hausse de leurs exportations, tandis que 30 % évoquent une stabilité et 30 % une baisse. En l'absence de données exhaustives, les tendances observées suggèrent un recul des exportations de noix et de légumes destinés à la ratatouille, contrastant avec le dynamisme des fruits, en particulier des agrumes.

Dans ce contexte, la valeur des exportations est estimée à 132 millions d'euros en 2025, contre 115 millions d'euros en 2024. La progression apparaît légèrement plus marquée pour les fruits (+16 %) que pour les légumes (+13 %).

Tableau 40 – Évolution de la part d'origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2015 à 2025

Espèce	Origine France											Commentaires
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	
Banane	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	1%	Légère production française (Antilles)
Pomme	76%	85%	74%	84%	94%	91%	97%	99%	100%	100%	100%	Importations nulles depuis 2023
Agrumes	16%	5%	3%	3%	4%	9%	8%	8%	5%	4%	14%	Marché dominé par l'offre espagnole – Offre française record fin 2024.
Pomme de terre	94%	83%	82%	94%	83%	78%	98%	100%	100%	100%	98%	Offre française majoritaire, petit courant d'import UE
Carotte	79%	74%	69%	80%	85%	85%	89%	96%	96%	94%	93%	Baisse de l'offre française
Courgette	51%	74%	31%	45%	43%	45%	40%	52%	46%	42%	57%	Reprise de l'offre française
Tomate	29%	40%	22%	39%	41%	43%	52%	62%	62%	65%	65%	Stabilisation de l'offre française
Kiwi	44%	30%	42%	42%	46%	44%	43%	48%	40%	33%	31%	Insuffisance de l'offre française
Avocat	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	1%	Production sous serre dans les Pyrénées Orientales
Oignon	57%	60%	64%	55%	79%	85%	91%	94%	97%	89%	86%	Baisse de l'offre française
Con combre	-	-	-	40%	38%	40%	61%	60%	67%	71%	78%	Hausse globale des volumes bénéficiant à l'offre française
Poire	-	-	-	86%	85%	94%	89%	86%	94%	96%	84%	Poussée des importations
Raisin	-	-	-	50%	50%	28%	37%	43%	28%	27%	46%	Reprise de l'offre française
Betterave	-	-	-	80%	96%	96%	92%	77%	74%	89%	90%	Forte hausse des volumes
Fraise	-	-	-	-	-	53%	83%	83%	87%	87%	91%	Croissance de la production et de la demande
Mangue	-	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	Baisse du prix, croissance du volume
Chou	-	-	-	-	-	54%	65%	74%	65%	63%	70%	Recentrage FR de certaines enseignes
Courge	-	-	-	-	-	94%	89%	90%	95%	94%	87%	Simplification des gammes
Poireau	-	-	-	-	-	98%	95%	96%	99%	99%	99%	Faible progression du marché
Poivron	-	-	-	-	-	1%	18%	18%	17%	19%	22%	Faible progression du marché
Pêche-Nectarine	-	-	-	-	-	-	81%	80%	94%	89%	80%	La croissance est liée à l'importation

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

Hausse des importations

En parallèle, les importations globales progressent de 4 % en valeur, après +3 % en 2024. Cette évolution recouvre des dynamiques contrastées : les importations de fruits augmentent (+6 %), tandis que celles de légumes reculent (-4 %), traduisant un regain de compétitivité de l'offre nationale. Dans ce contexte, la part des approvisionnements extérieurs dans le marché français diminue de 4 points pour atteindre 36 %, alors

même que le volume global du marché est en légère hausse. La valeur des importations (aux prix de gros) est estimée à 500 millions d'euros en 2025, contre 481 millions en 2024 et 468 millions en 2023.

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 de données d'enquête.

3.3.1 PRODUCTION ET UTILISATIONS DE CEREALES BIOLOGIQUES

3.3.1.1 Collecte de céréales 2025/2026 : reprise de la collecte

Après la chute historique de la collecte de céréales sur la campagne 2024/2025, la récolte de céréales biologiques a bénéficié de conditions climatiques plus clémentes en 2025. Celle-ci est estimée en hausse de 23% pour atteindre **679 000 tonnes** contre 552 065 l'année précédente. Les collectes de blé tendre et de triticales progressent respectivement de 40% et 26% après une récolte particulièrement basse en 2024.

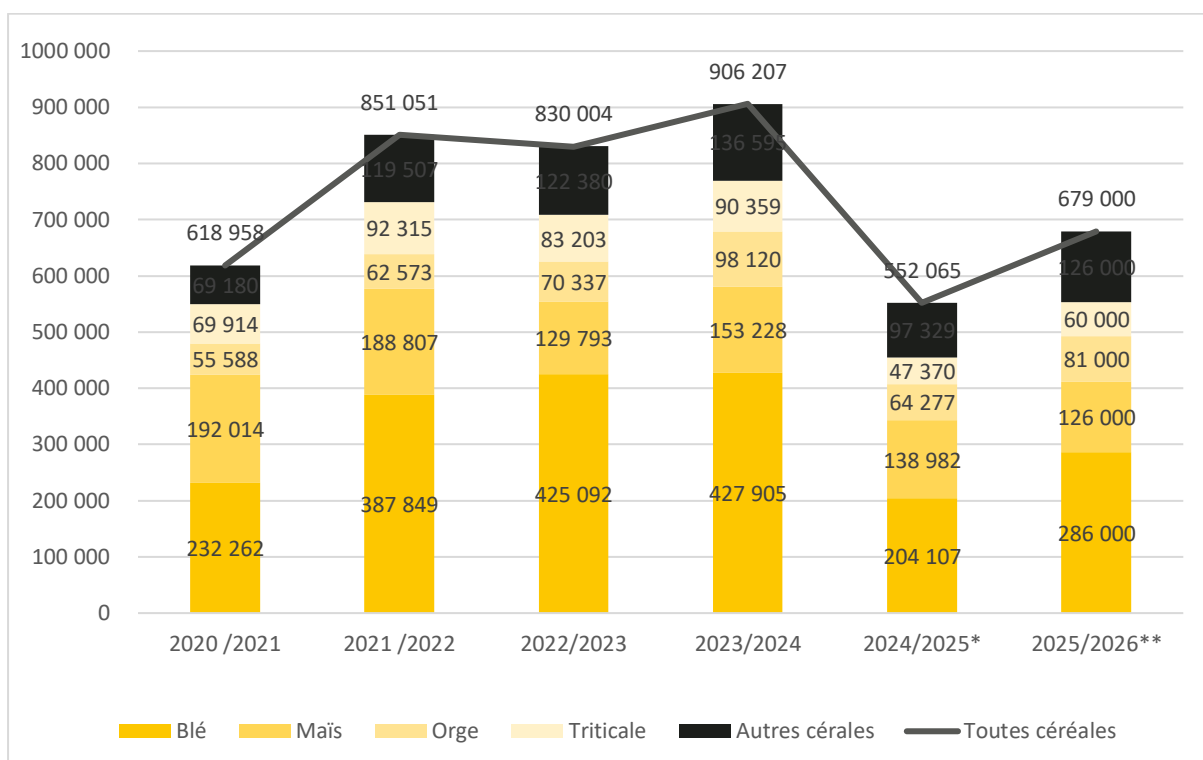
La collecte des principales céréales C2 dans la collecte bio totale repart à la hausse avec des volumes en hausse de 29% pour atteindre 13 300 tonnes. La collecte des autres céréales est estimée en hausse également de 29%.

Tableau 41 – Collecte de céréales bio et C2 depuis la campagne 2018/2019 en tonnes

COLLECTE	2019 / 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022 / 2023	2023 / 2024	2024/ 2025*	2025/ 2026**	Evol. N/N-1 *
Blé	255 758	232 262	387 849	422 989	427 905	204 107	286 000	40%
<i>Dont C2</i>	<i>65 219</i>	<i>61 919</i>	<i>67 878</i>	<i>40 529</i>	<i>22 169</i>	<i>4 328</i>	<i>5 500</i>	27%
Maïs	162 136	192 014	188 807	129 342	153 228	138 982	126 000	-7%
<i>Dont C2</i>	<i>69 192</i>	<i>50 829</i>	<i>25 957</i>	<i>7 512</i>	<i>3 465</i>	<i>1 476</i>	<i>2 500</i>	69%
Orge	65 753	55 588	62 573	70 325	98 120	64 277	81 000	26%
<i>Dont C2</i>	<i>24 269</i>	<i>15 582</i>	<i>14 797</i>	<i>8 803</i>	<i>5 983</i>	<i>1 155</i>	<i>1 500</i>	30%
Triticale	95 782	69 914	92 315	83 173	90 359	47 370	60 000	27%
<i>Dont C2</i>	<i>52 346</i>	<i>39 464</i>	<i>45 326</i>	<i>34 432</i>	<i>16 671</i>	<i>3 332</i>	<i>3 800</i>	14%
Autres	76 523	69 180	119 507	122 380	136 595	97 329	126 000	29%
Total	655 952	618 958	851 051	828 209	906 207	552 065	679 000	23%
<i>Dont. C2</i>	<i>211 026</i>	<i>167 794</i>	<i>153 958</i>	<i>91 276</i>	<i>48 288</i>	<i>10 291</i>	<i>13 300</i>	29%

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

Figure 17: 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 légèrement baissé sur 2025/2026 avec des volumes estimés autour de 8 000 t. Cette légère diminution traduit un meilleur équilibre de marché, après le mouvement historique de 2023-2024.

Tableau 42 : Déclassements BIO et C2

DECLASSEMENT BIO et C2	2023-2024	2024/2025*	2025/2025**	Evolution dernière campagne**
Blé	58 760	3 690	4 000	8%
Maïs	6 489	1 898	1 000	-47%
Orge	19 145	1 523	2 000	31%
Triticale	18 007	1 572	1 000	-36%
Toutes céréales	102 401	8 683	8 000	-8%

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

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 retrait de 24% sur la campagne 2025/2026 après une campagne 2024/2025 qui avait connu une hausse très nette des volumes.

Les importations représentent 7% de la collecte de céréales sur 2025/2026 soit le niveau de 2021/2022.

Tableau 43 – 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*	2025/ 2026**	Evol. dernière camp.**
Blé	112 411	82 458	51 802	35 353	9 500	1 115	43 196	30 000	-31%
Maïs	21 001	4 990	900	473	1 277	0	1 754	3 000	71%
Orge	21 098	10 948	13 090	10 915	2 887	500	2 301	3 500	52%
Triticale	13 770	12 789	17 024	3 884	0	0	3 483	2 000	-43%
Total	168 280	111 185	82 816	50 625	13 664	1 615	50 734	38 500	-24%
% importations 4 céréales /collecte	52%	19%	15%	7%	2%	0,2%	11%	7%	

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

Les importations directes de céréales biologiques en provenance des pays tiers ont légèrement progressé de 75% en 2025 pour atteindre 4 018 tonnes. Celles-ci sont principalement composées de riz et de quinoa. Alors que les importations de riz ont chuté de façon importante celles de quinoa et des autres céréales ont progressé. Le Pakistan, l'Inde, et la Bolivie sont les principaux fournisseurs de céréales biologiques issues de pays non-UE.

Tableau 44 – Importations de céréales directement depuis les pays tiers depuis 2018 en tonnes

IMPORTATIONS PAYS TIERS	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Evol. 25/24	Origines
Blés tendre et dur, épeautre	3 333	727	785	65	130	87	210	141%	Canada
Maïs	1 417	192	46	0	0	0	0	NC	-
Riz	2 337	3 541	3 210	1 784	1 325	963	1 793	86%	Thaïlande, Inde Pakistan Cambodge
Autres céréales (Quinoa, sarrasin, mil, fonio, Khorasan)	6 275	3 125	2 450	2 199	1 239	1 241	2 015	62%	Bolivie Pérou
Total	13 362	7 585	6 491	4 048	2 694	2 291	4 018	75%	

Source : Douanes Françaises

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 sont en retrait de 7% pour atteindre 37 500 t sur 2025/2026. Cette baisse est principalement liée aux baisses des volumes de blé et de maïs exportés.

Tableau 45 : Exportations et expéditions des 4 céréales bio principales en tonnes

EXPORTATIONS ET EXPÉDITIONS	2019/2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025*	2025/ 2026**	Evol. dernière camp.**
Blé	3 000	3 000	42 500	70 000	60 000	15 000	9 000	-40%
Maïs	9 000	14 000	46 000	36 000	31 165	11 000	9 000	-18%
Orge	4 000	2 500	6 505	12 000	25 000	14 000	19 000	36%
Triticale	1 000	500	2 500	4 000	3 000	500	500	0%
Total	17 000	20 000	97 505	122 000	119 165	40 500	37 500	-7%
% exportations 4 céréales /collecte	3%	4%	13%	17%	16%	9%	7%	

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

Solde import-export

Pour la seconde année consécutive depuis 2021, La France redevient importatrice nette en blé tendre bio et en triticale bio. Le solde prévisionnel des échanges s'équilibre et atteint - 1 000 tonnes sur 2025/2026.

Tableau 46 : Balance exports-imports des 4 céréales bio principales en tonnes

Balance export-import	2019/ 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025*	2025/ 2026**	Evol. dernière camp.**
Blé	-79 458	-48 802	7 147	60 500	58 885	-28 196	-21 000	-26%
Maïs	4 010	13 100	45 527	34 723	31 165	9 246	6 000	-35%
Orge	-6 948	-10 590	-4 410	9 113	24 500	11 699	15 500	32%
Triticale	-11 789	-16 524	-1 384	4 000	3 000	-2 983	-1 500	-50%
Total	-94 185	-62 816	46 880	108 336	117 550	-10 234	-1 000	-90%

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 très légère progression de 1,4% sur la campagne 2025/2026 pour atteindre 271 000 tonnes. Le niveau d'utilisation de céréales bio semble se stabiliser après 6 années de baisse continue.

Tableau 47 - Utilisations de céréales Bio et C2 par les FAB en années campagne

FAB	2019/ 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025*	2025/ 2026**	Evol. dernière camp.**
Blé	59 145	64 901	74 745	96 610	89 497	83 053	83 000	-0,1%
Maïs	117 309	136 445	121 713	98 670	88 767	106 091	101 000	-4,8%
Orge	40 029	47 488	38 659	24 749	23 195	28 967	35 000	20,8%
Triticale	71 998	75 583	81 317	55 710	50 019	43 794	47 000	7,3%
Autres céréales	13 754	6 341	10 660	8 646	6 200	5 334	5 000	-6,3%
Total	302 235	330 758	327 094	284 385	257 678	267 238	271 000	1,4%

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

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 48 - Utilisations de céréales Bio en meunerie en année campagne

MEUNERIE	2019/ 2020	2020 / 2021	2021 / 2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025*	2025/ 2026**	Evol. Dern. campagne**
Blé Tendre	193 995	196 030	206 616	187 880	182 678	186 000	187 000	1%
Autres céréales	15 278	15 479	15 900	17 786	17 386	17 551	16 500	1%
Total	209 273	211 509	222 516	205 666	200 064	203 551	203 500	0%

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

Farine biologique : bilan ressources et emplois

Le tableau suivant présente les bilans emplois ressources de la meunerie française depuis 2019.

Les ressources sont en légère hausse avec des importations en baisse, une reprise de stocks (grains et farine) de l'année précédente et un volume de grains mis en œuvre en progression.

Les utilisations sur le marché intérieur sont en légère hausse avec des exportations en hausse (+2%) des utilisations en sachets/amidonnerie/alimentation animale en baisse (-6%) et une progression des ventes en circuit « Boulangeries /secteur public/autres /mixes/ négociants » (+2%).

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

BILAN FARINE BIOLOGIQUE		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Evol
RESSOURCES	Stock début grains	8 014	11 761	13 895	10 718	13 800	10 816	9 599	-11%
	Entrées marché intérieur	157 476	180 847	213 048	195 398	177 573	181 389	181 032	0%
	Importations	28 255	22 116	15 175	8 481	1 274	1 230	988	-20%
	Excédents	405	217	368	3 077	2 797	3 466	7 157	106%
	Total des entrées	186 136	203 181	228 591	206 956	181 644	186 085	189 177	2%
	Grains mis en œuvre	179 616	196 711	227 655	200 964	182 864	182 991	187 377	2%
	Freintes grains	2 773	4 337	4 113	2 910	1 764	4 310	3 647	-15%
	Total sorties	182 388	201 048	231 768	203 874	184 628	187 302	191 024	2%
	Stock fin grains	20 552	26 480	24 569	24 045	25 020	18 914	15 710	-17%
	Stock début farine	6 780	8 748	9 670	9 089	10 886	9 932	10 252	3%
	Farine produite pure	140 056	153 375	155 283	150 637	140 037	138 747	143 483	3%
	Incorporations, achats de farine et reprises	29 971	34 017	32 986	32 596	24 601	27 384	26 647	-3%
	Total production de farine	170 028	187 392	188 269	183 234	164 638	166 131	170 129	2%
EMPLOIS	Boulangeries /secteur public/autres /mixes/ négociants*	111 424	113 603	121 489	119 942	111 946	111 437	113 343	2%
	Sachets/amidonnerie /alimentation animale	15 093	22 050	17 597	16 594	16 310	16 160	15 251	-6%
	Total utilisation marché intérieur	126 517	135 652	139 086	136 536	128 257	127 597	128 593	1%
	Total exportations en farine	9 205	11 293	10 110	9 442	8 721	9 470	9 632	2%
	Cessions à moulin	29 402	34 693	37 292	34 073	27 051	27 073	27 153	0%
	Freintes	2 935	4 833	2 361	1 386	1 563	1 671	3 395	103%
	Total sorties en farine	168 059	186 470	188 849	181 437	165 592	165 811	168 774	2%
	Stock fin farine	14 896	19 210	18 604	20 252	20 389	19 791	21 856	10%

Source : FranceAgriMer

Consommation de farine par les industries agroalimentaires (PAI)

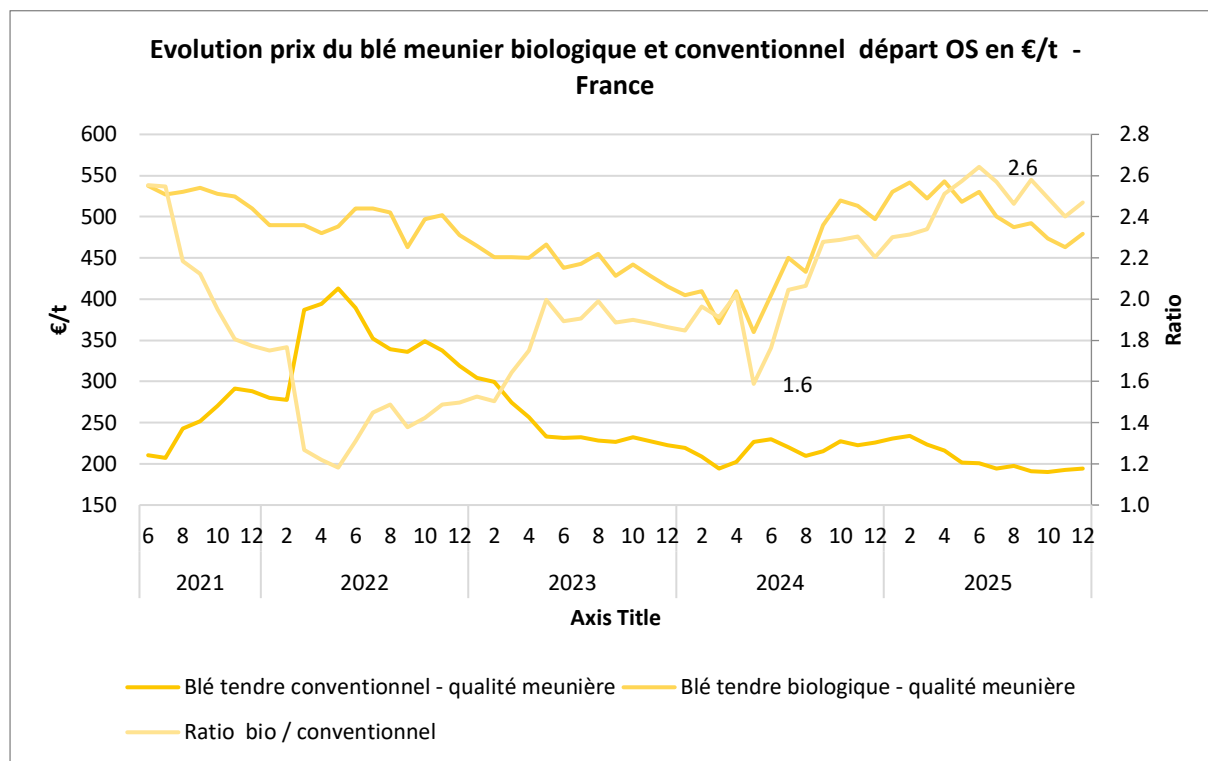
Les volumes de farine utilisée en tant que produit alimentaire intermédiaire (PAI) sont estimés dans le focus PAI du présent rapport.

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 meunier biologique a subi des variations importantes depuis 2021. 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 543 EUR/t en avril 2025 traduisant une tension sur le marché. Le ratio du prix bio /

conventionnel a suivi la même évolution avec une progression nette à partir de juin 2024, suite à la mauvaise récolte passant de 1,6 à 2,6 sur cette même période.

Figure 18 - Évolution prix du blé meunier biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021



Source : Élaboration AND international d'après DG AGRI

Après une progression forte en 2023, les prix des produits céréaliers ont connu des baisses mesurées comprises entre -0,3% et -3,1% à l'exception de la panification fraîche (+3,8%) et des produits de biscuiterie sucrée (+8,9%) qui subissent la progression des autres ingrédients comme le sucre et/ou le chocolat.

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	Prix 2025 EUR/KG	Evolution du Prix
Farine	1,94	1,90	1,85	-2,5%
Biscuiterie sucrée	11,96	12,44	13,55	8,9%
Panification sèche	5,51	5,41	5,24	-3,1%
Panification fraîche préemballée	11,32	11,41	11,85	3,8%
Pâtisserie industrielle	7,83	7,70	7,56	-1,8%
Pâtes ménagères	8,08	8,10	8,08	-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 en légère progression de +4% pour atteindre 203 600 tonnes, après une récolte 2024 en net retrait.

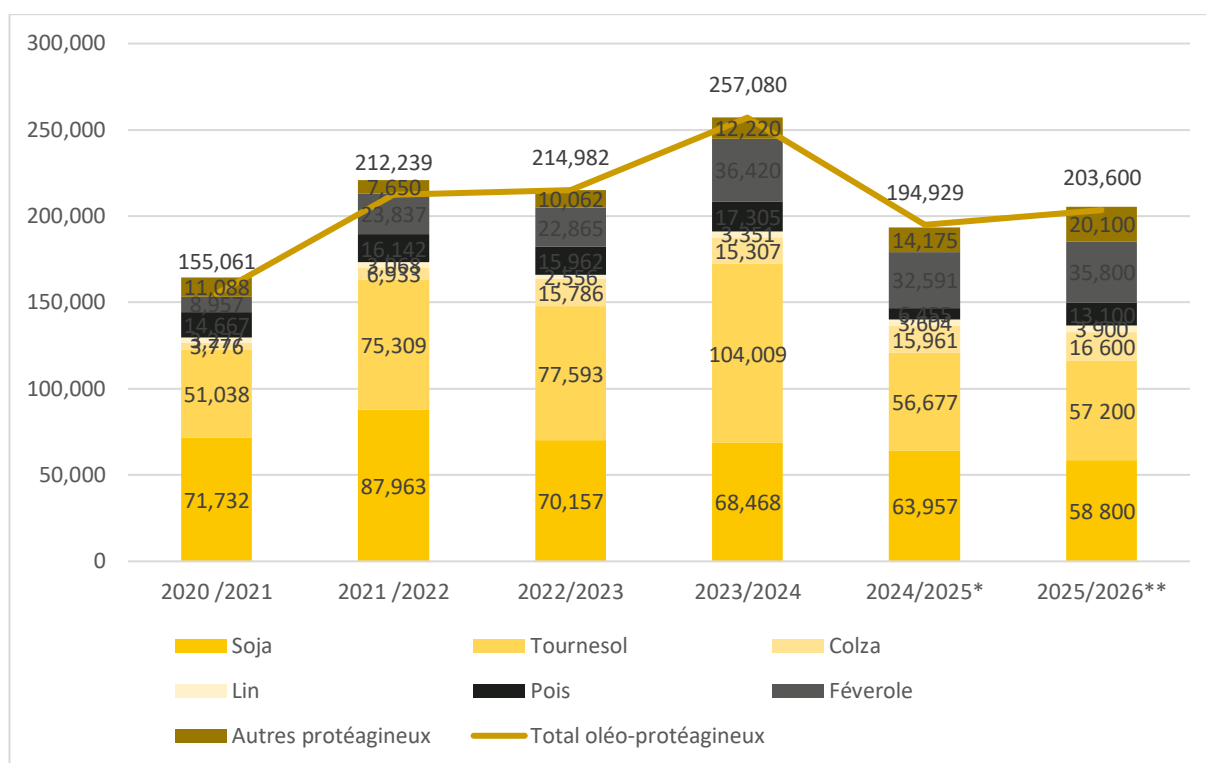
La collecte totale d'oléagineux représente plus des deux tiers du volume avec 134 600 tonnes, en baisse de 4% par rapport à la campagne précédente, principalement liée à la baisse des volumes prévisionnels de soja. La collecte de protéagineux en 2024/2025 est en hausse de 26% après une récolte 2024 marquée par la chute de la collecte de pois. A noter le développement de la collecte des autres protéagineux (lupin notamment) qui dépasse le volume collecté de pois avec 20 000 tonnes estimés.

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

COLLECTE	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022	2022/ 2023	2023/ 2024	2024/ 2025*	2025/ 2026**	Evol. Dern. Camp.**
Soja	61 501	71 732	87 963	70 157	68 468	63 957	58 800	-8%
Tournesol	30 405	51 038	75 309	77 593	104 009	56 677	57 200	1%
Colza	4 007	3 776	6 933	15 786	15 307	15 961	16 600	4%
Lin	3 038	3 277	3 068	2 556	3 351	3 604	3 900	8%
Total oléagineux	98 951	129 823	173 273	166 092	191 134	140 198	134 600	-4%
Pois	28 406	14 667	16 142	15 911	17 305	6 455	13 100	103%
Féverole	27 697	8 957	23 837	22 836	36 420	32 591	35 800	10%
Autres prot.	472	11 088	7 650	10 062	12 220	14 175	20 100	42%
Total prot.	56 838	25 238	38 966	48 809	65 945	54 730	69 000	26%
Total oléo-prot.	155 789	155 061	212 239	214 901	257 080	194 929	203 600	4%

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

Figure 19 : Évolution de collecte d'oléagineux et protéagineux biologiques et C2 en tonnes



Source : Élaboration AND-International d'après données FAM

3.3.2.2 Importations issues de pays tiers

Faute de bilans, les importations d'oléagineux ne sont connues pour que les produits importés directement de pays tiers sur le territoire français.

En protéagineux, les bilans en pois et féveroles font état de volumes importés (toutes origines) anecdotiques (entre 0 et 200 tonnes) et essentiellement en provenance d'UE.

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

Les importations d'oléoprotéagineux depuis les pays tiers doublé **en 2025** par rapport à 2024 pour s'établir à **37 669 tonnes**, mais celles-ci restent nettement inférieures à la moyenne des importations observées depuis 2019.

Celles-ci sont principalement composées de fèves de soja (31 770 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 biologiques, suivi par le Ghana et le Brésil qui restait relativement marginal auparavant. L'Egypte et la Chine sont les principaux fournisseurs des « autres » graines oléagineuses, c'est-à-dire les graines de courge et de lin. Le Mali est le premier fournisseur de graines de sésame biologique.

Les importations directes de légumes secs (lentilles et pois chiches) sont en légère hausse en 2025 par rapport à 2024 et proviennent majoritairement de Turquie.

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	2025	Evol. Dernière année	Origines
Fèves de soja, même concassées	39 584	44 861	44 067	62 652	49 678	12 751	31 770	149%	Togo, Ghana, Brésil
Graines de tournesol, même concassées	0	825	110	198	0	184	0	-100%	NC
Graines de navette ou de colza, même concassées	4 140	7 043	2 750	2 575	2 119	546	0	-100%	NC
Autres graines et fruits oléagineux, même concassés (lin, et autres graines oléagineuses)	2 945	3 480	2 899	1 668	2 061	2 938	3 867	32%	Egypte - Chine - Mali - Paraguay
Tous oléagineux	46 669	56 209	49 826	67 093	53 858	16 419	35 637	117%	
Légumes secs à cosse, (pois chiche, lentilles haricots)	2 265	3 104	2 965	3 149	2 992	2 649	2 032	-23%	Turquie
Tous protéagineux	2 265	3 104	2 965	3 149	2 992	2 649	2 032	-23%	
Tous oléoprotéagineux	48 934	59 313	52 791	70 242	56 850	19 068	37 669	98%	

Source : Douanes Françaises

Importations de tourteaux d'oléagineux bio : reprise des volumes

Les importations de tourteaux d'oléagineux bio depuis les pays tiers progressent en 2025 de **75%**, à hauteur de **35 604 tonnes**, soit le plus haut niveau observé depuis 2024. 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	2025	Evol. dernière année	Origines
Tourteaux de Soja	43 183	40 251	38 638	24 150	14 561	20 059	35 066	75%	Inde - Brésil - Ouganda
Tourteaux de Tournesol	0	60	183	0	0	0	0		
Autres tourteaux d'oléagineux	0	14	341	35	283	280	538	92%	Burkina Faso
Tous oléagineux	43 183	40 325	39 162	24 185	14 844	20 339	35 604	75%	

Source : Douanes Françaises

Importations d'huiles : des volumes en baisse

Les importations d'huiles biologiques depuis les pays tiers ont **progressé de 60% en 2024 après**, pour atteindre **8 255 tonnes**. L'huile d'olive est toujours la principale huile importée (55% du flux), en hausse de 46%, et celle-ci provient principalement de Tunisie.

Les importations d'autres huiles bio (karité, sésame) ont augmenté de 88% pour atteindre 2194 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	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Evol. Der. année	Origines
Huile d'olive	7 919	4 796	4 941	4 032	4 275	3 200	4 675	46%	Tunisie
Huile de Tournesol	1 824	539	414	470	575	97	182	88%	Emirats Arabes Unis
Huile de soja	86	0	0	0	0	0	231	NC	Togo
Huile Coco	972	834	920	661	479	685	973	42%	Philippines - Sri Lanka
Autres huiles végétales (karité, sésame, et autres huiles)	1 863	3 129	2 505	1 781	2 384	1 166	2 194	88%	Burkina Faso - Mali
Tous oléagineux	12 664	9 298	8 780	6 944	7 713	5 148	8 255	60%	

Source : Douanes Françaises

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

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 2025, les ventes de légumes secs bio consommés ont connu une nouvelle baisse de 1,3% pour un volume estimé à environ **11 500 tonnes** tous circuits confondus.

Tableau 55 : Consommation de légumes secs bio par les ménages depuis 2023

CONSOMMATION LÉGUMES SECS - EN TONNES	2023	2024	2025	Evol	Estimation conso. marché FR
LÉGUMES SECS APPERTISES LT	4 600	4 502	4 541	0,9%	9 500
LÉGUMES SECS EN KG IRI	3 413	3 339	3 245	-2,8%	6 800
TOTAL EN ÉQUIVALENT LÉGUMES SECS	5 713	5 590	5 515	-1,3%	11 500

Source : AND-International à partir de données Circana

Consommation d'huiles biologiques au stade de détail

La consommation d'huiles 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 39 800 tonnes en 2025. 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 depuis 2023

CONSOMMATION HUILE EN TONNES	2023	2024	2025	Evol	Estimation conso. marché FR
HUILES	19 366	19 098	19 724	3,3%	39 800

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

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

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

3.3.2.4 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 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. Seules les utilisations de pois et féveroles par les FAB sont suivies. Les données concernant les utilisations de tourteaux par les FAB ne sont plus disponibles depuis 2022/2023. Les volumes de protéagineux bio utilisés en alimentation animale sont en baisse de 6,5% 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	2025/2026*	Evolution
Pois	10 107	8 452	8 361	7 443	5 800	-22%
Féverole	12 373	13 175	15 371	14 174	14 500	2%
Tous protéagineux bio	22 480	21 627	23 732	21 707	20 300	-6,5%

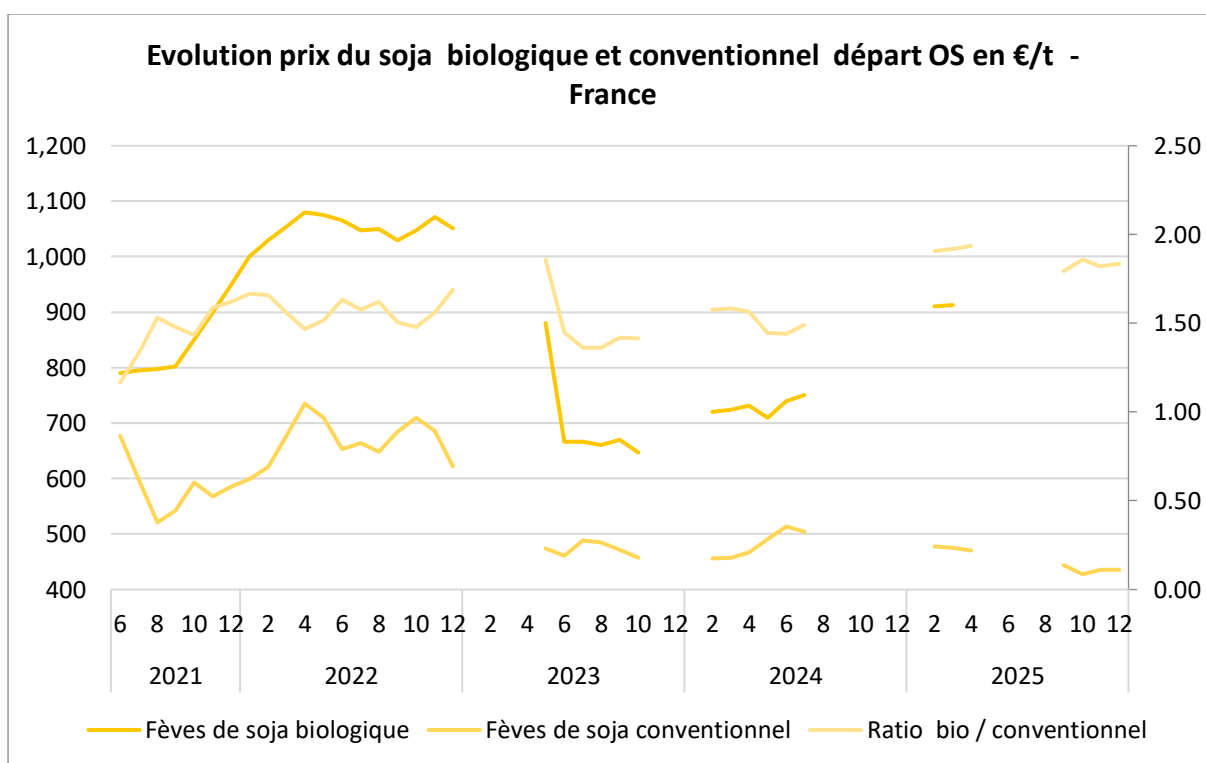
Source : AND International d'après FranceAgriMer / * Chiffres provisoires ** Estimation AND International sur base FAM (9 mois)

3.3.2.5 Évolution des prix du soja biologique – départ OS

Le prix du soja bio départ organisme stockeur est désormais suivi au niveau européen. Celui-ci a connu une hausse importante entre 2021 et 2022 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.

Sur 2025, le prix du soja bio se situe nettement au-dessus de celui de 2024 puisqu'atteignant 846 €/t contre 749€/t l'année précédente. Le ratio du prix bio / conventionnel a progressé, évoluant entre 1,6 et 1,9 sur la période.

Figure 20 - Évolution prix du soja biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021



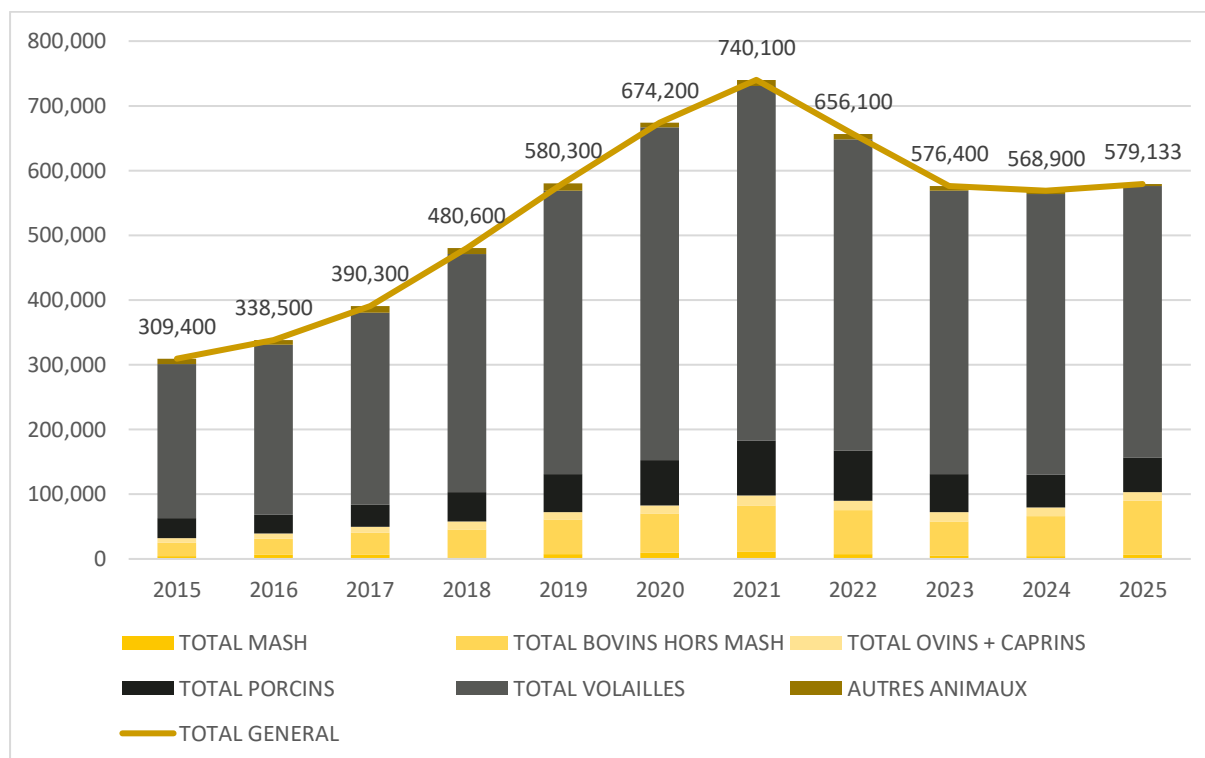
Source : Elaboration AND-International pour Agence BIO – Source : DG AGRI

3.3.3 ALIMENTATION ANIMALE : UNE PRODUCTION D'ALIMENTS BIO EN LÉGERE BAISSSE

En 2025, **579 000 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.

Après trois années de baisse, la fabrication d'aliments du bétail biologique se stabilise et progresse de 1,8%. Les aliments pour volailles représentent 76 % des volumes d'aliments biologiques produits et sont de nouveau en légère baisse (-0,9%). Au sein de cette catégorie, les volumes d'aliments pour volailles de chair (poulet, dinde et autres) sont en légère progression (+1,34%) tandis que ceux destinés aux pondeuses sont en légère baisse (-5,18%). Les volumes produits en 2025 se situent au niveau de ceux de 2019. Les fabrications d'aliments pour bovins représentent 14,3% du total (contre 11% en 2024) et progressent de 33,7%. Les aliments pour porcins comptent désormais pour 9% des volumes d'aliments bio fabriqués en 2025 contre 12% en 2022. Ceux-ci ont amorcé une reprise avec une hausse des volumes de 6% en 2024. La fabrication d'aliments pour ovins/caprins progresse de 3%.

Figure 21 - Fabrication d'aliments pour animaux de ferme biologiques depuis 2015



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

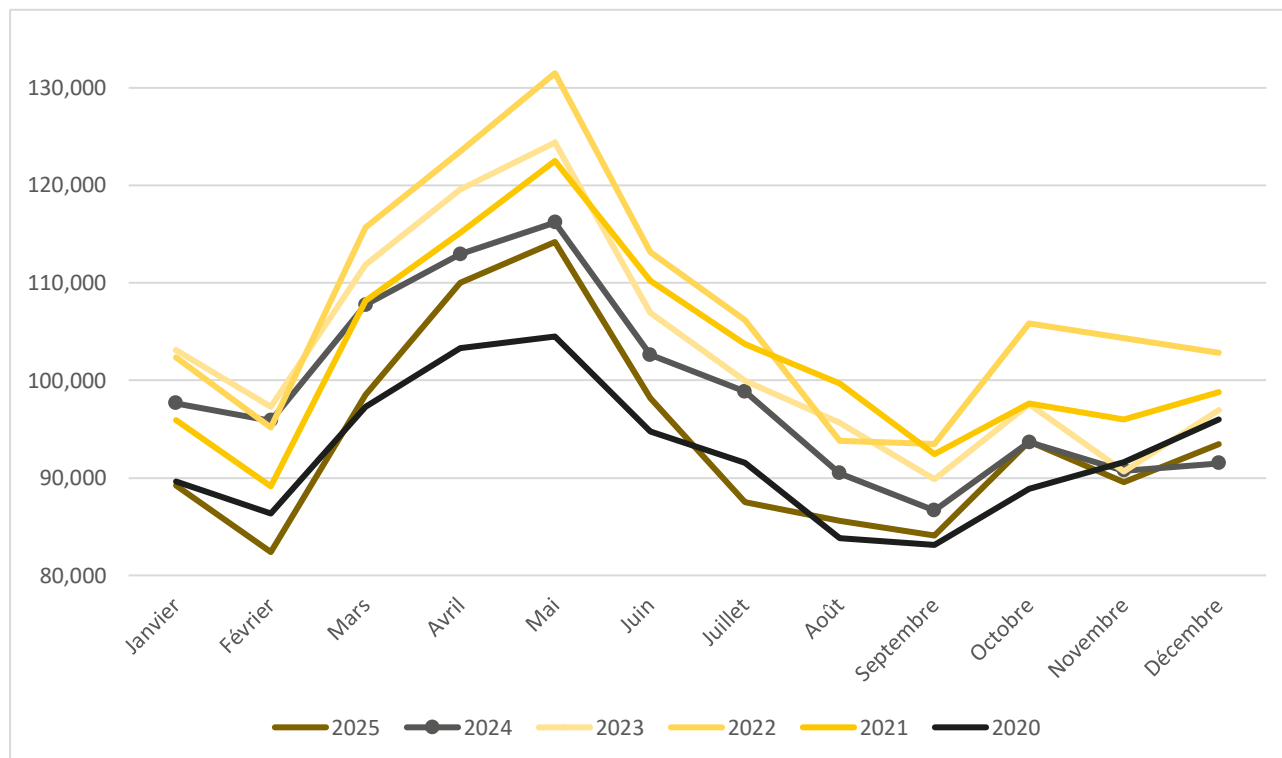
3.4 FOCUS SUR LE SECTEUR LAITIER BIOLOGIQUE

3.4.1 LA COLLECTE DE LAIT BIO S'EST ENCORE REDUITE

La collecte laitière biologique a atteint 1 186 millions de litres en 2025, **en baisse de 4,9 % par rapport à 2024** (-3,6 % ; -4,5 % en 2023 ; +2,7 % en 2022 ; +11 % en 2021, + 12 % en 2020) d'après l'enquête mensuelle laitière (SSP/FranceAgriMer). Il s'agit de la troisième année consécutive de réduction de la production. Dans le même temps, la collecte de lait non biologique a progressé de 2,0 % en 2025. La collecte de lait de vache biologique représente **4,8 % de la collecte totale pour l'année 2025** (contre 5,1% en 2024, 5,2% en 2023, 5,5 % en 2022, 5,2 % en 2021 et 4,6 % en 2020). Comme en 2024, le poids du lait bio a reculé du fait de la progression de la collecte non biologique et de la baisse de la collecte de lait biologique.

En 2025, selon l'IDELE, les conditions météorologiques ont été favorables à la production laitière, avec des fourrages à base d'herbe et de maïs de bonne qualité et en quantité. La croissance de la production a été stimulée par les prix payés relativement élevé, ce qui a encouragé les éleveurs à produire davantage (conservation du cheptel, décalage du départ en retraite, investissements). Toutefois, le redémarrage de la filière laitière pâti des incertitudes de la filière biologique, d'une conjoncture assez moyenne en dépit du redémarrage du marché des UFL, et reste marquée par le recul des volumes de lait liquide et la mutation de l'assortiment fromager.

Figure 22 – Collecte mensuelle de lait bio de 2020 à 2025 en milliers de litres



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

3.4.2 BAISSSE DU POTENTIEL DE PRODUCTION

Le nombre d'élevages laitiers bio a diminué de 7,6 % tandis que le cheptel certifié bio et en conversion a chuté de 5,8%. Avec 1 126 millions de litres, la collecte 2025 est revenue à 1% sous son niveau de 2020, et certaines entreprises ont dû déclasser une partie de leur production. Le cheptel a diminué de 16 687 têtes (- 5,9 %) en 2025. Il s'agit de la deuxième année de baisse depuis 2008. Le niveau d'équilibre offre / demande semble s'établir au niveau du potentiel existant en 2019.

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
2025	267 232

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

3.4.3 CONSOMMATION : REPRISE CONFIRMEE EN CIRCUIT BIO, PARTIELLE EN GMS

Le développement des ventes en circuit spécialisé bio résulte de l'augmentation de la fréquentation. La hausse de la valeur des ventes est estimée, sur la base des données BioAnalytics et des réponses des distributeurs, à plus de 8 %. La vente directe a également bien évolué, avec une croissance de 9,8%, qui repose sur 2 712 exploitants (bovin lait, ovin lait, caprins, produits laitiers) pour un CA moyen de plus de 70 000 euros. La fromages et beurre bio sont également distribués par les épiceries alternatives de proximité, avec un succès croissant, mais encore modeste. Ainsi, la stagnation des ventes des GMS est plus que compensée par l'évolution des autres circuits en ce qui concerne les produits laitiers, mais insuffisamment en ce qui concerne le lait en bouteille.

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

Ventes de lait et produits laitiers bio en GMS	CIRCANA (GMS)		
	Volume	Valeur	Prix
Lait UHT	- 3,4 %	- 3,5 %	- 0,2 %
Beurre	+ 0,9 %	+ 1,5 %	+ 2,4 %
Crème	+ 0,9 %	+ 0,7 %	- 0,2 %
Ultra Frais	+ 1,8 %	+ 2,6 %	- 0,8 %
<i>Dt. Dessert frais laitiers</i>	+ 0,3 %	+ 0,8 %	- 0,5 %
<i>Dt. Nature et aromatisé</i>	+ 0,7 %	+ 2,3 %	- 1,5 %
Fromages LS	- 1,5 %	- 1,3 %	- 0,2 %

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

Le marché des fromages bio est certes en recul en volume et en valeur, mais il est surtout en mutation. Sur les 17 catégories de fromages LS établies par Circana, 11 sont en recul et 6 en croissance (cf. tableau ci-dessus), mais la croissance des ventes de fromages méditerranéens (mozzarella et feta, notamment) compense presque le recul des « chèvres et brebis » et des fromages à la coupe préemballés.

Quoiqu'il en soit, il faut retenir que les 5 principales catégories (les 5 premières lignes du tableau) représentent 84% du total. Et que dans une logique d'assortiment resserré, les produits les plus en phase avec les modes de consommation actuels vont concentrer l'essentiel de la demande : succès des méditerranéens et des râpés (fromages à cuisiner), permanence des pâtes cuites (multi usage). On note aussi un décollage modeste mais rapide des fromages végétaux. Les deux principales catégories (méditerranéens et râpés) affichent un prix de vente moyen inférieur à 15 EUR / Kg (respectivement : 13,8 et 14,2).

Tableau 60 - Evolution des ventes de fromages bio en GMS 2025 selon CIRCANA

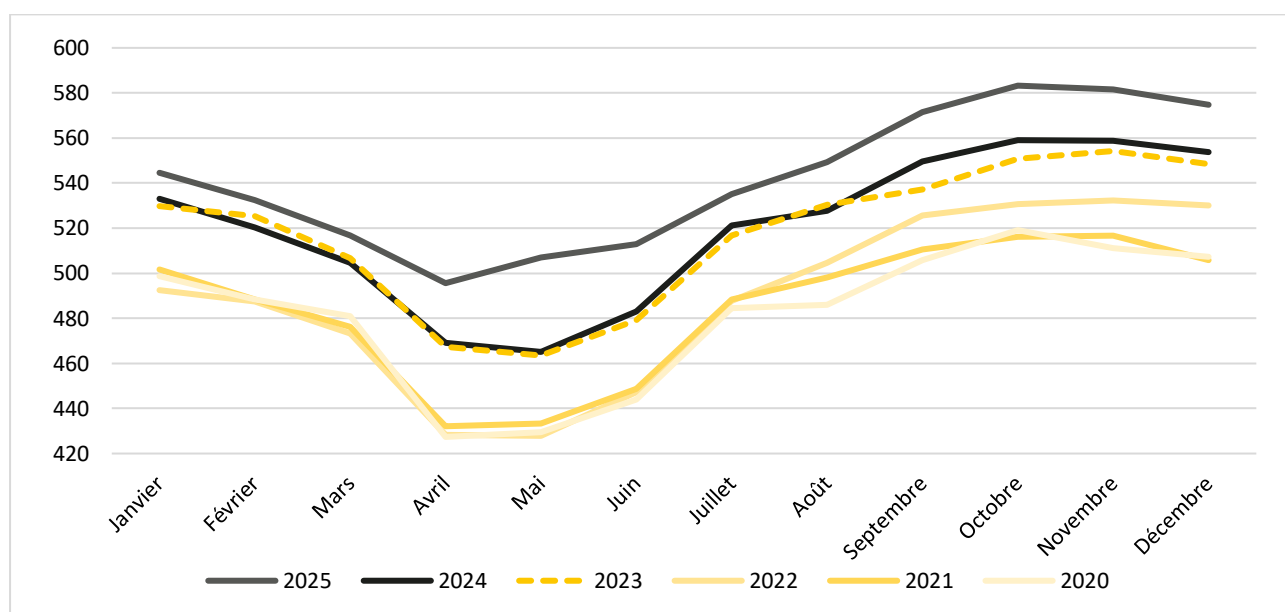
Ventes de fromages bio en GMS	CIRCANA (GMS)		
	Volume	Valeur	Prix
FROMAGES MEDITERRANEENS	4,2%	6,7%	2,4%
FROMAGES RAPES	0,0%	0,9%	0,9%
FROMAGES DE CHEVRE ET BREBIS	-6,3%	-6,6%	-0,4%
PATES PRESSEES CUITES BLOC	-0,1%	2,3%	2,4%
FROMAGES POIDS FIXE RAYON COUPE	-11,5%	-11,2%	0,4%
PATES MOLLES	-6,0%	-6,0%	0,0%
P FRAICHES ET F FONDUS	-15,9%	-15,2%	0,8%
FROMAGES TRANCHES	-6,0%	-7,0%	-1,1%
PATES PERSILLEES	-8,6%	-2,3%	6,9%
FROMAGES DE SPECIALITE	-5,6%	-8,1%	-2,7%
PATES PRESSEES NON CUITES	-2,1%	-16,3%	-14,4%
FROMAGES A CONSOMMER CHAUD KG	0,9%	-5,6%	-6,5%
FROMAGE VEGETAL KG	31,1%	26,3%	-3,7%
ASSORTIMENTS DE FROMAGE KG	11,9%	13,3%	1,3%
GATEAUX FROMAGERS ET TOURTEAUX KG	-87,0%	-86,1%	6,8%
FROMAGES APERITIFS / DES KG	5,0%	9,2%	4,0%
FROMAGES ALLEGES KG	-27,4%	-28,8%	-1,9%

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

3.4.4 LES PRIX PAYES AUX PRODUCTEURS : NETTE AUGMENTATION

Les prix payés aux producteurs en 2025 sont en croissance de 4,3% sur le cumul annuel. C'est la deuxième hausse significative depuis l'année du Covid et après un premier mouvement en 2023.

Figure 23 – Prix mensuel moyen réel du lait bio au stade agricole de 2020 à 2025 (EUR / 1000 l)

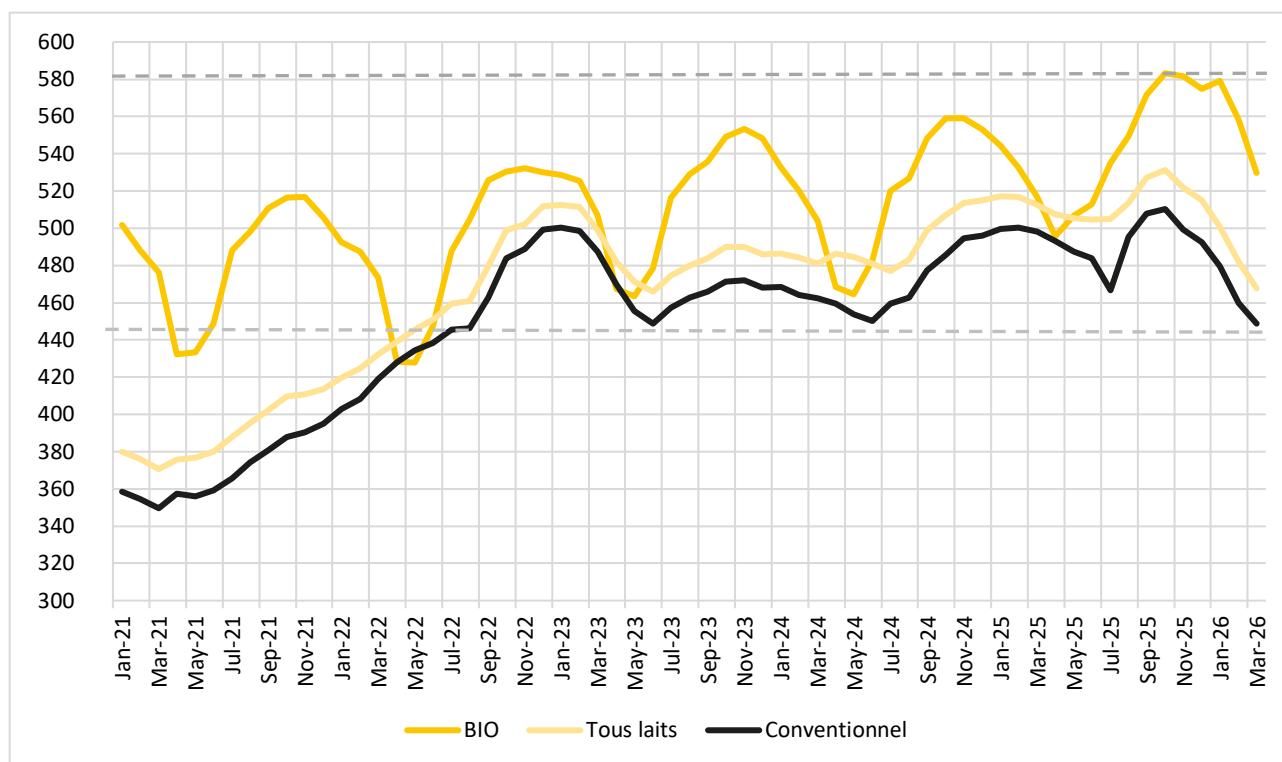


Source : AND International pour l'Agence BIO d'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

Depuis 2022 le prix bio a été régulièrement inférieur au prix « tous laits » (moyenne pondérée des prix conventionnels et bio, avril à mai) et même au prix du lait conventionnel (avril 2022 et en mai 2023). En 2025, le point bas de la courbe des prix bio a peu duré et celle-ci s'est rapidement élevée et a atteint son maximum depuis plusieurs années en octobre. Dans le même temps, le prix du lait conventionnel a diminué du fait du redressement du volume de production. La courbe a atteint son point le plus bas depuis 33 mois en mars 2026 (d'après les estimations SSP basée sur l'hypothèse de non-recoupement entre les collectes bio et AOP/IGP).

Ainsi le mouvement de convergence entre les prix bio et conventionnel semble s'être arrêté durant le second semestre 2025.

Figure 24 – Prix mensuel moyen réel du lait bio, du lait conventionnel et de la moyenne tous laits moyenne au stade agricole de janvier 2021 à mars 2026 (EUR / 1000 l).



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

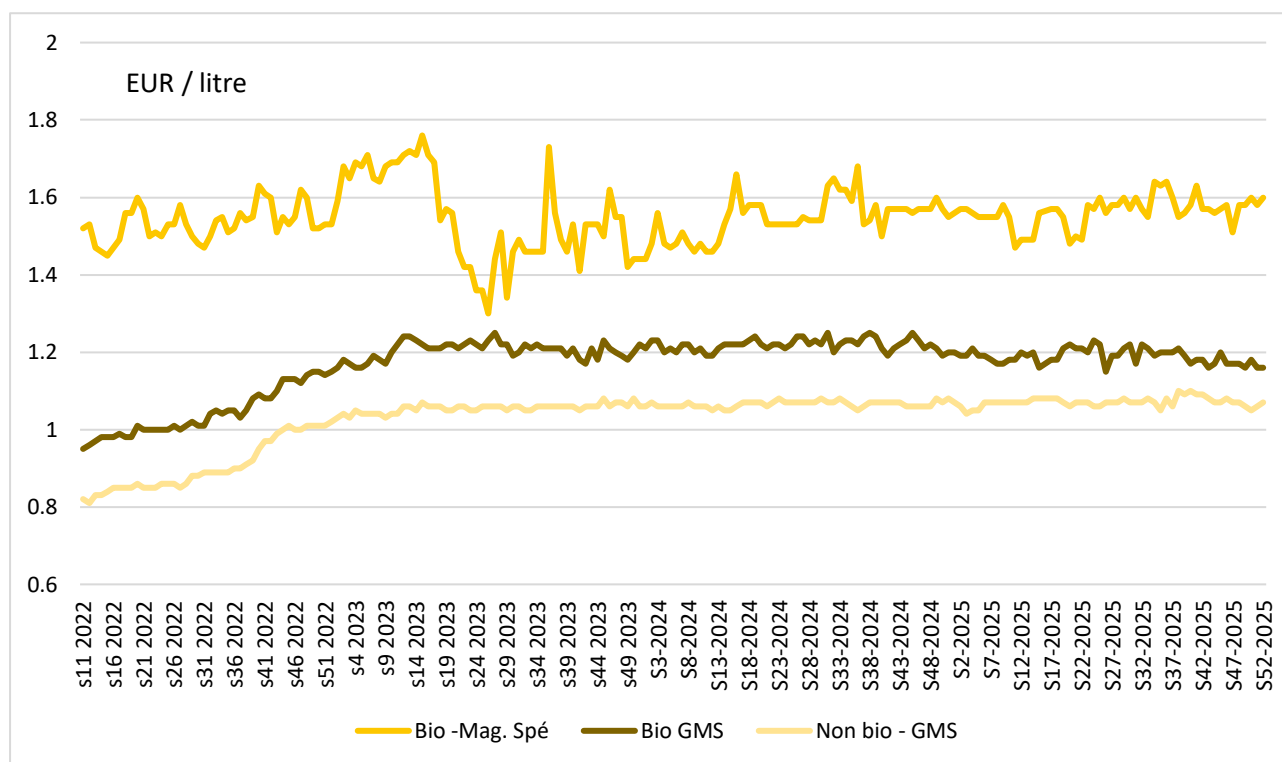
DECLASSEMENT 2025

2025 marque un recul sensible du déclassement, même si le phénomène n'a pas pris fin. Le rééquilibrage entre offre et demande est la raison de cette évolution. Selon l'enquête 2026 AND-International / Agence BIO auprès des préparateurs, une entreprise laitière sur 3 a déclassé ses produits (1 sur 2 en 2024). Le déclassement est moindre qu'en 2024 pour les fromageries, mais reste important pour certains collecteurs et acteurs de la filière ovine. La part de produits déclassés varie entre 0,5 et 20 % (médiane de 5 %), la baisse de prix varie entre 10 % et 20% pour une médiane de 5%.

3.4.5 LES PRIX DU LAIT BIO ET NON-BIO EN GMS SE RAPPROCHENT A NOUVEAU

- 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. Pour 2025, on constate que la convergence des prix au stade détail amorcée en 2023 se poursuit en GMS entre lait bio et lait non-bio. En revanche l'écart de prix entre le circuit bio et le circuit GMS tend à se rapprocher de ce qui prévalait en 2022.
- En GMS, l'écart de prix entre bio et non-bio était de 15 % en moyenne en 2022, et de 14 % en 2023 et 2024, mais il a été de 11 % en 2025. Par ailleurs Circana constate que le recul en volume de vente de lait bio (- 2,0 %) a été moindre que celui du lait non-bio (-5,0%)
- 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 2025 a été, selon le RNM, de 38 cts/l contre un écart de 33 cts/l en 2024. Il était de 49 cts/l en 2022. Cependant l'évolution des ventes de lait en circuit bio en circuit spécialisé a été positive.

Figure 25 – 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 du lait longue conservation se sont maintenus dans tous les circuits GMS, donnant toujours une belle illustration des politiques de prix mises en œuvre par les enseignes, entre le prix EDMP à 1,08 EUR / l jusqu'à 1,78 EUR / l dans les magasins de proximité, soit un écart de 70%.

Avec la stabilité des prix, l'évolution en valeur des ventes de chaque type de magasin ne repose que sur l'importance du recul en volume, soit : - 2,0 % en hyper, - 3,8 % en super, - 7,3% en EDMP, - 3,2% en drive, - 1,2% en magasins de proximité, - 22 % en livraison à domicile.

Tableau 61 – Prix du lait bio longue conservation dans les différents types de GMS selon Circana

Circuit	2021	2022	2023	2024	2025	Evolution 25/24
Hypermarchés	1,17	1,26	1,44	1,45	1,44	-0,7%
Supermarchés	1,23	1,33	1,53	1,54	1,54	0,0%
EDMP	0,9	0,97	1,11	1,08	1,08	0,0%
Proximité	1,42	1,53	1,76	1,78	1,78	0,0%
Drive	1,08	1,13	1,29	1,3	1,29	-0,9%
Livraison à Domicile	1,2	1,25	1,43	1,51	1,48	-2,0%

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

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

En 2025, la situation des éleveurs bio s'est améliorée selon l'Idèle, en raison d'une légère hausse des prix à la production (+ 4,2 % en moyenne pondérée sur l'année) et de bonnes conditions météorologiques, qui ont permis d'augmenter le volume livré par exploitation, ce qui a compensé en fin d'année la baisse du nombre de livreurs (3 600 selon FranceAgriMer, cité par l'IDELE).

3.4.7 REPRISE DES VOLUMES DE FABRICATION

Le tableau ci-dessous rappelle les évolutions des fabrications de produits laitiers biologiques selon l'enquête mensuelle laitière (actualisation de décembre 2025).

Les fabrications de produits laitiers biologiques ont décliné de 2021 à 2024, année durant laquelle les réductions ont été moins vives. En 2025, le mouvement s'est finalement inversé sauf pour l'embouteillage de lait. Les volumes de produits frais, qui avaient déjà retrouvé des couleurs en 2024, ont progressé de 9% en 2025 ; cette évolution résulte d'un développement des fabrications de toutes les catégories de produits, et en particulier des desserts frais.

Les fabrications de beurre ont progressé de 8%, celle de crème fraîche conditionnée de 2%. Les fabrications de fromage de vache sont également orientées à la hausse (+ 8 %), de même que les autres fromages (+ 14 %). La fabrication de poudre de lait est stable.

Les fabrications de lait liquide ont légèrement progressé, alors qu'elles reculaient depuis 2021. Ainsi le recul des ventes en GMS (- 3,5 %) a été compensée par les ventes des autres circuits.

Toutefois, le volume transformé reste très en deçà de celui de 2019 en ce qui concerne le lait (- 21 %), le beurre (- 21 %), la crème, (- 20 %), la poudre (- 12 %) ; presque au même niveau pour les produits frais (- 2 %), et au-dessus de cette année de référence pour les fromages de vache (+ 4 %), de chèvre (+ 1 %) et de brebis (+ 9 %).

Tableau 62 – Evolution des volumes fabriqués : lait et produits laitiers bio en millions litres ou 1000 tonnes

En 1000 tonnes ou millions de litres	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018
Lait liquide conditionné de vache	277,7	275,5	288,1	310,3	346,1	366,4	350,3	313
Produits frais	97,2	96,3	82,7	91,2	98,2	99,5	99,1	75,7
- yaourts/fermentés	75,3	69,3	65,6	71	74,9	76	76,5	55,4
- yaourts au lait de brebis + chèvre	10,8	17,5	7,7	8,5	9,1	9,5	9,1	7,5
- desserts frais	11,0	9,5	9,4	11,7	14,1	13,9	13,5	12,8
Crème conditionnée	8,3	8,2	8,6	9,4	12,7	12,4	10,4	7,4
Beurre	13,7	12,7	13,8	15,3	19,1	17,9	17,3	13,9
Fromages de vache	29,4	27,2	28,4	31,1	32,1	31,4	28,2	25,7
- dont frais de vache (*)	14,6	12,9	13,5	14,6	14,7	14,9	14,7	14,4
- dont autres de vache	14,8	14,3	14,9	16,5	17,4	16,6	13,5	11,3
Autres fromages	6,6	5,8	6,1	6,6	7,1	6,9	6,2	4,9
- dont chèvre	1,5	1	1,4	1,7	1,7	1,8	1,5	1,4
- dont brebis	5,1	4,8	4,7	4,9	5,3	5,1	4,7	3,5
Poudres	9,1	9	8,7	9,6	11,1	12	10,3	8,6
Fromage fondu	s	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

3.4.8 LES ECHANGES : IMPORTATIONS EN HAUSSE ET EXPORTATIONS EN BAISSÉ

Les échanges sont limités dans cette filière essentiellement franco-française, largement souveraine. 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). Ces constats sont complétés par des estimations, notamment le grand export de poudre de lait, réévaluées depuis 2023. 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, en réduction de 14% entre 2024 et 2025.

Au total, la valeur des exportations est estimée à 78 millions d'euros et celle des importations à 19,5 millions d'euros, les valeurs 2024 sont, respectivement de 83 M EUR et 17 M EUR, soit des évolutions de -6 % et 15 %. Les efforts d'exportation de 2024, se sont prolongés pour les produits transformés, mais les ventes de lait cru se sont réduites, en raison du rééquilibrage du marché intérieure. La structure des échanges est différente selon les produits bruts ou élaborés :

- Les exportations de lait en citerne se sont réduites, en raison du rééquilibrage du marché intérieur : moins de collecte, et une certaine reprise de la transformation dans l'hexagone.

- Les exportations reposent essentiellement sur les fromages bio : Comté et autres pâtes pressées cuites, pâtes pressées non cuites. Les destinations sont les pays frontaliers : Belgique et Allemagne en priorité. En ce qui concerne les pays non UE il s'agit de fromages (vers le Royaume Uni et la Suisse) et surtout de poudre de lait vers le Moyen Orient et Asie.
- 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. En outre les fabricants de desserts lactés utilisent du sucre et des fruits ou des arômes.

Tableau 63 – 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
2025	4,5	0	4	0	5	4
25/24	0%	ns	-73%	ns	0%	-73%
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
2025	13	2	54	20	15	74
25/24	30%	0%	20%	-13%	25%	9%
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
2025	17,5	2	58	20	19,5	22
25/24	17%	0%	-3%	-13%	15%	-73%

Source : Estimations AND International pour Agence BIO

3.4.9 CROISSANCE DE LA RESTAURATION HORS DOMICILE

Les produits laitiers bio constituent la seconde catégorie de produits alimentaires biologiques achetés en valeur par la restauration après l'épicerie et désormais devant le vin. Le marché des produits laitiers bio est estimé à 153 millions d'euros, en croissance de 13,4% en 2025, soit une accélération après l'année 2024 (+ 9,5%).

La restauration collective est le principal débouché (139 M EUR) en progression de 12,5% , soit 18 % 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 20M EUR, en hausse de 12,3%).

3.5 FOCUS SUR LES PRODUCTIONS AVICOLES

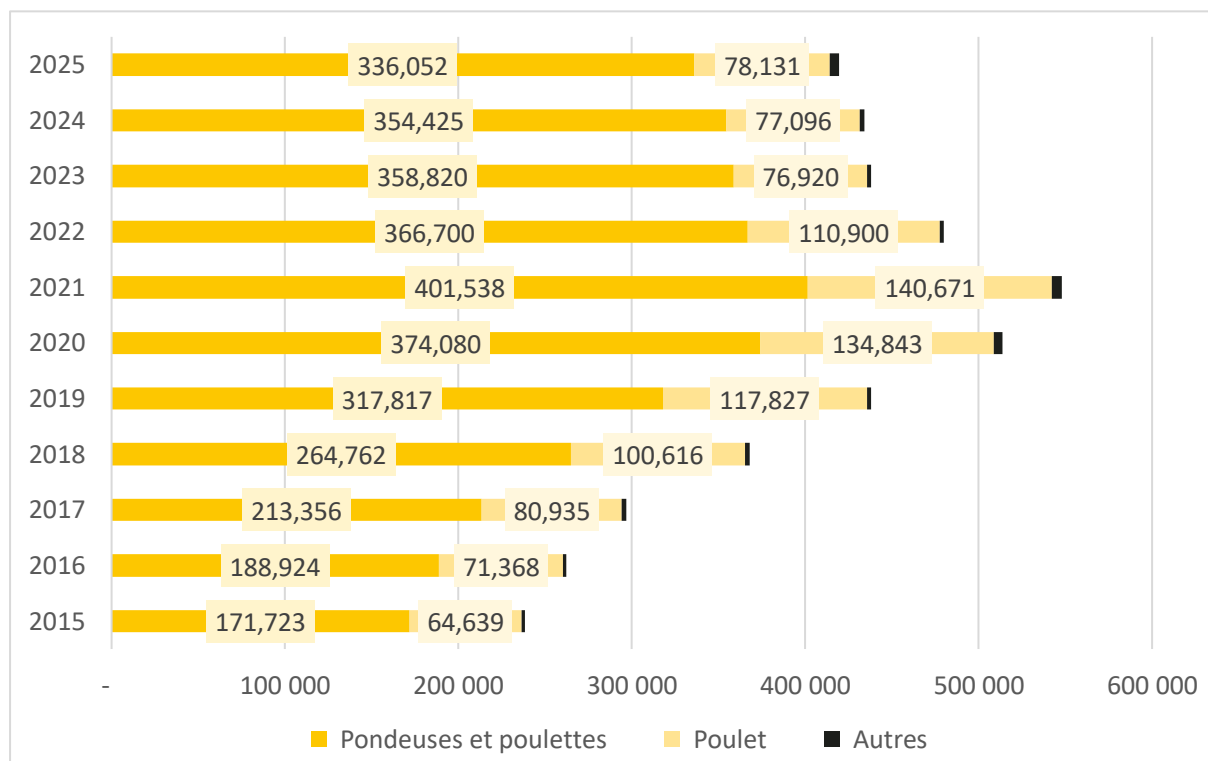
Les données concernant l'évolution de la production avicole bio proviennent de diverses sources qui ont chacune des périmètres et méthode différentes. Cette section vise à présenter l'ensemble des données connues.

3.5.1 PRODUCTION D'ALIMENTS COMPOSES BIO POUR VOLAILLES : NOUVEAU RECU DE 3,3%

La production d'aliments volailles suivie par LCA-SNIA poursuit son repli une nouvelle année consécutive. Cette évolution est principalement liée à la baisse de la production d'aliment « pondeuses » en net retrait de -5,2 % pour atteindre environ 336 000 tonnes, soit près de 19 000 t de moins qu'en 2024. Le recul le plus important a eu lieu en 2022 : -37 500 t. Toutefois, cette évolution est à rebours de la progression générale de la production et consommation d'œufs biologique observées.

La fabrication d'aliment pour volailles de chair a légèrement progressé de 1,3% en 2025, après avoir connu une chute de 47% entre 2021 et 2023. Cette stabilisation n'empêche pas que le niveau de production soit inférieur à celui de 2017. Cette hausse vient d'une stabilisation d'aliment pour poulets de chair et d'une reprise des fabrications d'aliment pour dinde, canard et pintade.

Figure 26 : Évolution de la production d'aliment composé biologique pour volailles (2015-2025)



Source : AND International d'après La coopération agricole Nutrition Animale / SNIA

3.5.2 PRODUCTION DE VIANDE DE VOLAILLE BIOLOGIQUE : REcul LIMITE EN 2025

Les données relatives à la production d'aliments composés, aux mises en place et aux abattages proviennent de sources distinctes dont les périmètres et les méthodes diffèrent. Les tendances observées entre ces indicateurs apparaissent partiellement convergentes mais présentent des écarts significatifs en termes d'ampleur, voire de sens d'évolution.

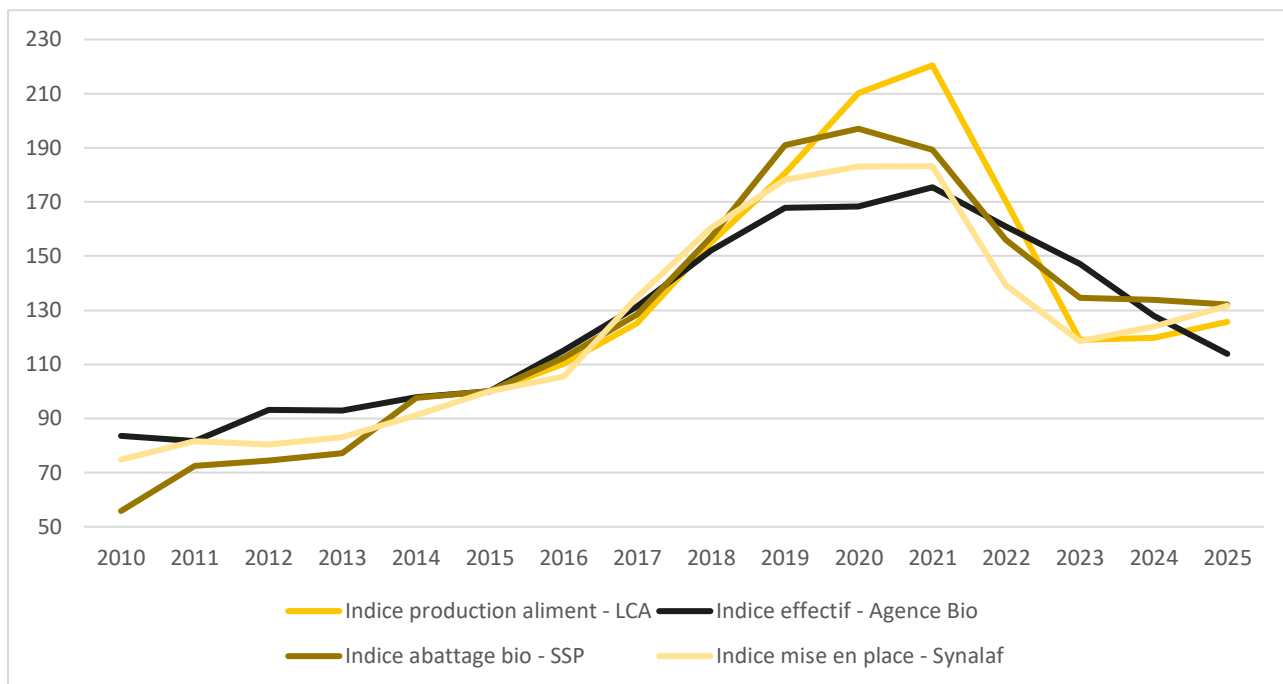
- Les volumes de volailles biologiques abattues baissent légèrement en 2025, avec une variation de - 1 %, d'après le SSP, pour la quatrième année consécutive. Après la chute des abattages en 2020 et 2021, les volumes sont restés relativement stables.
- Selon les données du Synalaf, les mises en place de poulets biologiques progressent de 6 % en 2025 pour atteindre 9,67 millions de têtes. Cette évolution est supérieure à celle de la production d'aliments composés, en hausse limitée à +1,3 % sur la même période.
- À l'inverse, les données issues des organismes certificateurs (OC) et de l'Agence BIO indiquent une poursuite de la contraction des effectifs. Après une baisse de 13 % en 2024, le cheptel de poulets biologiques reculerait de nouveau de 11 % en 2025 pour s'établir à 9,55 millions de têtes. L'écart entre les deux sources demeure toutefois limité à environ 1 % (soit 108 000 têtes).

Cependant sur une longue période, les données exprimées en indice sont convergentes et suivent des tendances similaires (cf. Figure 26)

Ces divergences s'expliquent principalement par les différences de périmètre et de méthode de mesure :

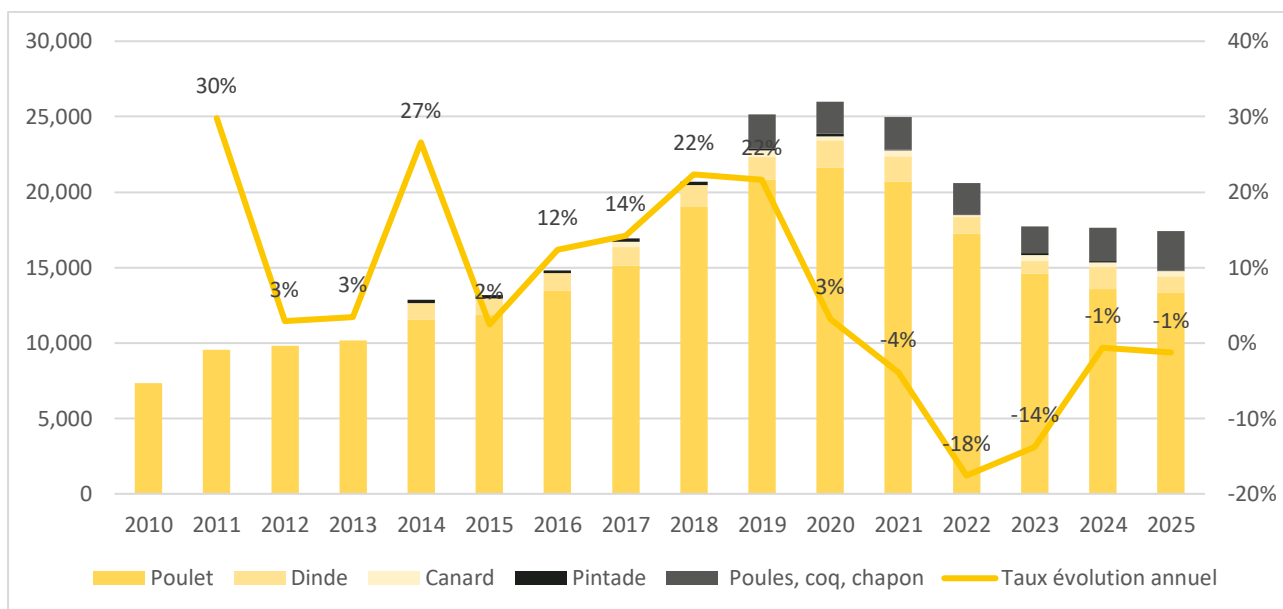
- **Synalaf** : suivi en flux de la production organisée (coopératives, fabricants d'aliments) qui représente environ 80 à 90% de la production nationale. Les données portent sur les mises en place, c'est-à-dire les entrées de poussins d'un jour dans les élevages. Le suivi est continu et mensuel, chaque bâtiment étant approvisionné en moyenne quatre fois par an, selon un cycle de production d'environ 81 jours complété par une période de vide sanitaire.
- **OC / Agence BIO** : suivi en stock des effectifs présents à une date donnée, correspondant au jour du contrôle annuel. Les comptages sont ainsi réalisés à des moments différents selon les exploitations, générant une hétérogénéité temporelle.
- **SSP** : les données proviennent des effectifs connus de la BD avicoles associés à des coefficients techniques moyens pour modéliser la production d'œufs bio.

Figure 27: Evolution comparée en indice des productions d'aliment, des effectifs, des mises en place et des abattages de volailles de chair bio – base 100 en 2015



Source : AND d'après données LCA, SSP, Agence BIO, Synalaf

Tableau 64 : Les abattages de volaille biologiques de 2010 à 2025



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

Le volume d'exportation mesuré par le Synalaf s'établit à 1 518 tonnes (-10%/2024 et +21%/2023), dont 20% de volaille entière (contre 50% en 2024). Les principaux pays de destination sont l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas.

3.5.3 PRODUCTION D'ŒUFS BIO EN 2025 : PROGRESSION DE LA PRODUCTION ET DE LA CONSOMMATION MAIS BAISSSE DE LA PRODUCTION D'ALIMENT

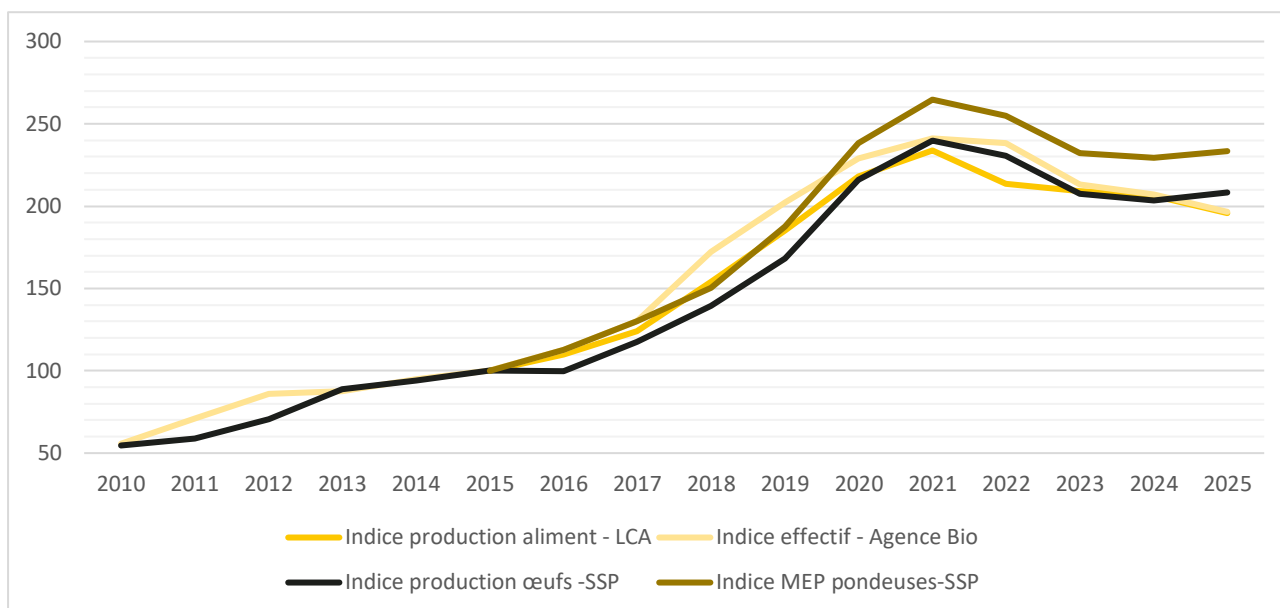
Les données relatives à la production d'aliments composés, aux effectifs et à la production d'œufs proviennent également de sources distinctes dont les périmètres et les méthodes diffèrent. Les tendances observées entre ces indicateurs apparaissent souvent convergentes, mais peuvent présenter des écarts significatifs en termes d'ampleur, voire de sens d'évolution.

- Ainsi, en 2025, la production d'aliment industriel pour les poules pondeuses bio a diminué de -5,2 %, selon LCA.
- Selon SSP, en 2025 la production totale d'œufs bio pour la consommation s'est élevée à 2,167 milliards pour une production totale de 15,823 milliards, soit 13,6% d'après le SSP. La production totale d'œufs biologiques progresse de 2,4% entre 2024 et 2025. Sur les 4 premiers mois de 2026, la progression se poursuivrait au rythme de 2,7%.
- Le cheptel total mis en place en 2025 est de 51,261 millions de poules dont 13% bio selon le CNPO, soit 6,664 millions de poulettes mises en place durant l'année 2025 (le CNPO indiquait 6,296 millions au 1^{er} janvier 2025). Comme pour la production d'œufs, le cheptel biologique progresse sur 2025 avec une croissance de 5,8 %.
- En parallèle, le cheptel recensé par l'Agence BIO et les organismes certificateurs (exprimé en effectifs théoriques, soit en places) est de 7,58 millions de pondeuses en 2025, contre 7,98 en 2024, soit une baisse de 5,1% (déjà en repli de 2,8 % en 2024 par rapport à 2023).
- Enfin, le volume de production suivi par le Synalaf est de 1,252 milliards d'œufs en 2025 en baisse de -4,3% par rapport à 2024 pour 4,17 millions de pondeuses transférées en atelier de ponte (-9,9%). Le volume suivi par le Synalaf correspond à environ 58% de la production estimée par le SSP.

Ces divergences entre sources s'expliquent principalement par les différences de périmètre, de méthode de mesure et de temporalité:

- **Synalaf** : suivi des entrées de poulettes et production d'œufs en filière longue organisée (coopératives, fabricants d'aliments) qui représente environ 55% à 65% de la production nationale.
- **OC / Agence BIO** : suivi en stock des effectifs présents à une date donnée, correspondant au jour du contrôle annuel. Les comptages sont ainsi réalisés à des moments différents selon les exploitations, générant une hétérogénéité temporelle.
- **SSP** : les données proviennent des effectifs connus de la BD avicoles associés à des coefficients techniques moyens pour modéliser la production d'œufs bio. Le modèle développé couvre l'ensemble de la production, y compris les volumes en filières courtes.

Tableau 65: Evolution comparée en indice des productions d'aliment pouleuse, des effectifs, de la production d'œufs bio – base 100 en 2015



Source : AND d'après données LCA, SSP, Agence BIO

Tableau 66 : Estimations des quantités d'œufs coquille par type de débouché

2025	Quantité	% du total
	En millions d'œufs	
GMS (calcul AND d'après panels)	1 267	58%
Circuit spécialisé bio (*)	546	25%
Transformation (ovoproduits)	85	4%
Vente directe	157	7%
Exportation coquille	4	0%
Artisans	4	0%
RHD coquille	3	0%
TOTAL	2 067	95%
TOTAL avant pertes **	2 175	100%

Source : AND international pour Agence BIO, d'après enquête propre, Synalaf, Agence BIO, Circana - *Hypothèse haute. Une hypothèse basse est de 325 millions d'œufs / ** Une perte en station de 5% est prise en compte dans cette approche.

Les prix des œufs bio ont progressé dans tous les circuits dans une fourchette comprise entre +0,9% et + 5,3% selon les sources.

Tableau 67:Évolution du prix de l'œuf bio aux grossistes et détail

Sources/ circuits en EUR/œu	Kantar (tous circuits)	RNM (GMS)	Circana GMS*	Bioanalytics (Circuit BIO)	RNM (Circuit BIO)	RNM (Cours Grossiste)
2023	0,36	0,34	0,38	0,40	0,42	0,33
2024	0,41	0,39	0,43	0,43	0,46	0,35
2025	0,40	0,38	0,42	0,43	0,46	0,36
Evolution 25/24	4,3%	5,3%	0,9%	2,5%	2,2%	5,6%
Evolution 25/23	1,7%	2,6%	-1,4%	2,5%	2,2%	8,6%

Le panel Circana indique une part de marché des œufs bio de 25% en valeur en 2025, contre 26 % en 2024 et 27% en 2023.

En volume, la pénétration de l'œuf biologique est de 16,8% entre 2025 en retrait de 0.4 point par rapport à 2024.

En 2024, les achats d'œufs non bio ont progressé de 5,3 % en volume et de 11,0 % en valeur selon Circana.

Selon les données de Kantar Worldpanel/FAM, les achats d'œufs des ménages ont augmenté de 4,6 % en volume, accompagnés d'une hausse du prix moyen de 3,3 %. Cette dynamique masque toutefois une profonde recomposition de la demande : les œufs issus d'élevages en cage enregistrent une baisse de 19,6 % des volumes achetés, tandis que les œufs au sol progressent de 25 %. Les œufs « plein air » affichent une hausse plus modérée de 6,7 % et les œufs biologiques de seulement 2,3 %. Malgré ce ralentissement de leur croissance, les œufs bio représentent encore 10,5 % des volumes achetés par les ménages.

Les réponses des 11 opérateurs de l'œufs et des ovoproduits montrent une progression du chiffre d'affaires bio de 4,8% entre 2024 et 2025, ce qui converge avec les données d'évolution présentées ci haut.

Concernant le marché des ovoproduits, le recul estimé à partir des volumes commercialisés de produits incluant des œufs (pâtes alimentaires et biscuits) est en légère baisse de 5%.

3.6 FOCUS SUR LE SECTEUR DES VIANDES DE BOUCHERIE BIOLOGIQUES

APPROCHE METHODOLOGIQUE

Depuis 2014, une enquête groupée Agence BIO / Interbev-Inaporc est réalisée par AND et Forebio. 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.

3.6.1 EVOLUTION DES TONNAGES PAR ESPÈCE

Le volume de viande de boucherie biologique au stade abattage est de 44 684 tonnes équivalent carcasse (TEC) en 2025. Ce tonnage est en recul de 2,8% pour la quatrième année consécutive après le pic de 2021 : -5,8 % en 2022, - 17,9 % en 2023 et -11,5 % en 2024 soit un repli de 33 % en quatre ans.

- Dans le secteur bovin, le recul global est de 1 421 tonnes équivalent carcasse (TEC), soit -5,2 %. On note une légère reprise des abattages de bovins laitiers (+0,5 %) et un nouveau recul des volumes de bovin viande (-4,5%), alors que les abattages de veaux reculent de 32% (-811 t). Les données bovin viande 2024 ont été légèrement révisées à la baisse (- 108 TEC).
- Dans le secteur ovin, on note une reprise de 67 TEC (+4,3%).
- Dans ces deux secteurs, l'effet d'étau constaté en 2024 s'est prolongé avec une demande peu dynamique et un amont phagocyté par les achats de la filière conventionnelle avec des prix en forte hausse.

Tableau 68 – Evolution du nombre de tête et tonnage de bétail bio abattus en France de 2022 à 2025

Abattages en têtes et TEC	2021		2022		2023		2024		2025		Evolution 24/23		Evolution 25/24	
	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC	TETES	TEC
Gros bovins laitiers	43 952	13 043	36 297	11 150	34 107	10 402	32 925	10 063	33 071	10 109	-3,5%	-3,3%	0,4%	0,5%
Gros bovins viande	56 293	20 564	51 977	19 234	43 528	15 747	40 790	14 585	40 114	13 929	-6,3%	-7,4%	-1,7%	-4,5%
Veaux	23 660	3 483	21 611	3 228	18 107	2 796	16 441	2 566	11 178	1 755	-9,2%	-8,2%	-32,0%	-31,6%
TOTAL BOVINS	123 905	37 090	109 885	33 611	95 742	28 945	90 156	27 214	84 363	25 793	-5,8%	-6,0%	-6,4%	-5,2%
OVINS	123 225	2 411	117 051	2 272	105 491	2 005	82 148	1 569	87 507	1 636	-22,1%	-21,7%	6,5%	4,3%
PORCINS	282 637	27 684	278 234	27 381	213 017	21 008	180 084	17 196	187 054	17 255	-15,5%	-18,1%	3,9%	0,3%
TOTAUX		67 185		63 265		51 958		45 979		44 684		-11,5%		-2,8%

Source :AND et FOREBIO d'après données Agence BIO et enquête Interbev / Inaporc

En 2025, les abattages français de gros bovins ont reculé de 1,9 % après une légère progression en 2024, pour un total de 1134 TEC, tandis que le tonnage des abattages de veaux a à nouveau reculé (-7,6% après -9,8% en 2024) et se sont établis à 136 200 TEC.

La part des abattages certifiés biologiques est stable pour les gros bovins (2,1%) et recule en ce qui concerne le veau (de 1,7 % à 1,3%), ce qui est logique au vu des taux de recul de l'ensemble des abattages (-7,6 %) et de celui des abattages bio (-32 %).

En revanche, la part du bio dans les abattages d'ovins progresse de 0,2 point. En effet, les abattages totaux reculent de 68 200 TEC à 66 200 TEC, alors que les abattages bio progressent de 67 TEC.

En 2025, la filière porcine biologique s'est presque stabilisée, avec une très légère reprise des abattages (+59 TEC, à 17 255 TEC), dans le même temps les abattages totaux ont également progressé (+ 13 000 TEC, à 2 130 200 K TEC). Ainsi la part des abattages bio est-elle restée stable entre 2024 et 2025

Tableau 69 - Part du bio dans les abattages nationaux d'animaux de boucherie en 2025

Animaux	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Bovins	2,50%	2,70%	2,50%	2,30%	2,10%	2,10%
Veau	1,90%	2,00%	2,00%	1,80%	1,70%	1,30%
Ovins	2,40%	3,00%	2,90%	2,70%	2,30%	2,50%
Porcins	1,00%	1,00%	1,30%	1,00%	0,80%	0,80%

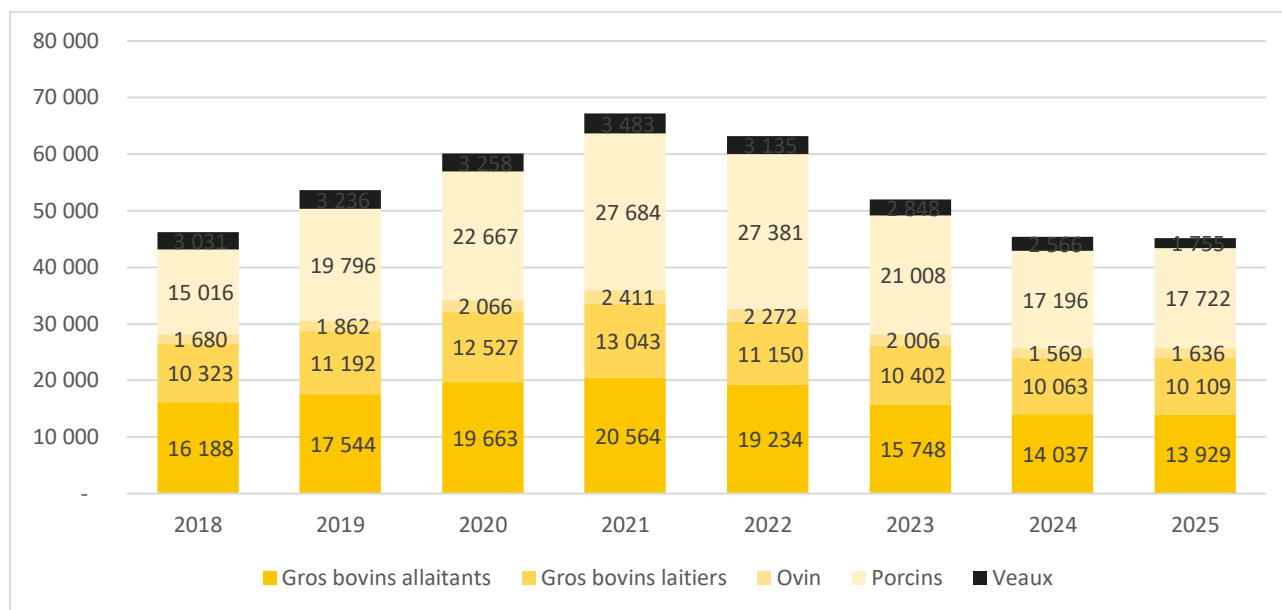
Source :AND et FOREBIO d'après données Agence BIO et enquête Interbev / Inaporc et SSP (abattages totaux)

3.6.2 EVOLUTION DES VOLUMES COMMERCIALISES PAR CIRCUITS ET ESPECES

3.6.2.1 Analyse générale

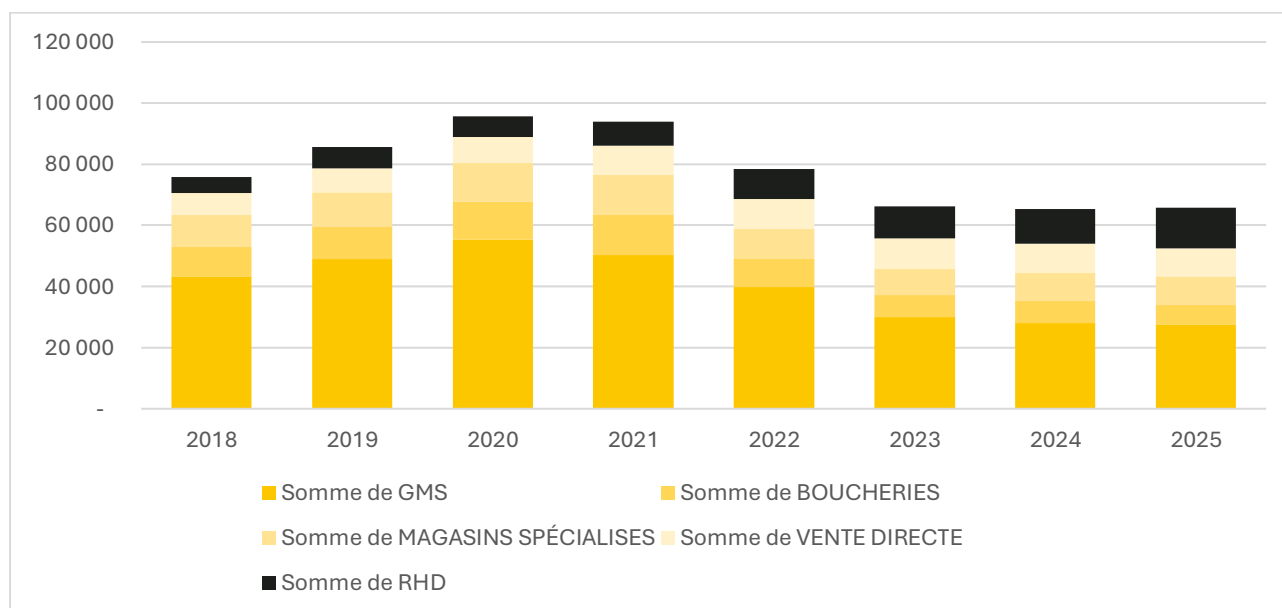
L'analyse des ventes selon les différents circuits de commercialisation met en évidence des dynamiques contrastées. Pour la viande de gros bovin, la restauration hors domicile (RHD) enregistre une forte progression (+20 %), suivie par le circuit biologique (+5 %). En revanche, les autres circuits sont en recul : la grande distribution (GMS) diminue légèrement (-1 %), la vente directe recule davantage (-4 %), et la boucherie artisanale subit une baisse plus marquée (-9 %). Cependant, compte tenu de la hausse des prix, ces baisses en volume se traduisent malgré tout par une augmentation en valeur des ventes. Par ailleurs, les écarts liés au déclassement, aux stocks ou aux exportations diminuent de manière significative.

Figure 28 : Evolution des ventes de viande biologique par espèce en TEC depuis 2018



Source :AND et FOREBIO d'après données Agence BIO et enquête Interbev / Inaporc et SSP (abattages totaux)

Figure 29 : Evolution des ventes de viande biologique par circuit en TEC depuis 2018



Source :AND et FOREBIO d'après données Agence BIO et enquête Interbev / Inaporc et SSP (abattages totaux)

Tableau 70 – Circuits de distribution de la viande bio en France de 2021 à 2025

Volume en tonnes équ. carcasse (TEC)	Années	GMS	BOUCHERIES	MAGASINS SPÉCIALISÉS	VENTE DIRECTE	RHD	Ecart (*)	TOTAL
Gros bovins allaitants	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
	2025	4 612	1 637	1 909	2 404	3 148	220	13 929
Gros bovins laitiers	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
	2025	6 365	238	638	423	1 844	601	10 109
Veaux	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	-	2 566
	2025	146	272	316	698	324		1 755
Total bovin	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
	2025	11 122	2 146	2 864	3 524	5 316	821	25 793
Ovin	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
	2025	276	292	189	449	228	203	1 636

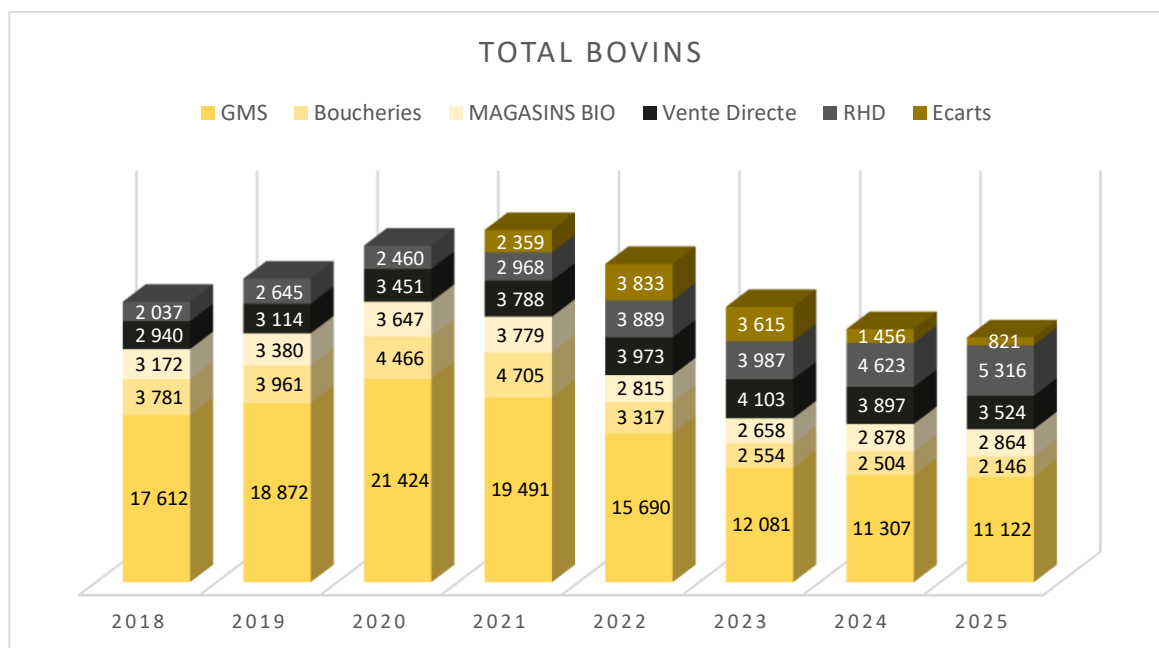
Source :AND et FOREBIO d'après données Agence BIO et enquête Interbev / Inaporc / *Ecart : (Stocks, déclassement, réaffectation (ex : label rouge), export, trimings).

3.6.2.2 Analyses spécifiques

Pour ce qui de la viande de veau, le recul est général : -40% en GMS et en boucherie, - 30% en magasin bio et RHD, -27% en vente directe.

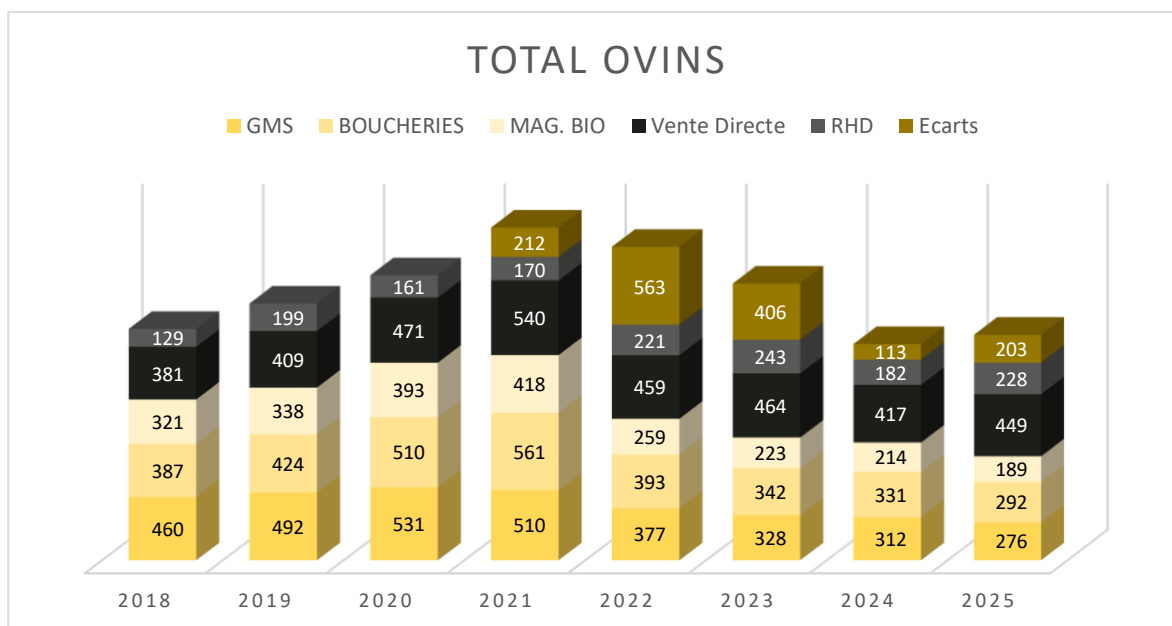
Pour les ovins, les estimations sont un recul de 12 % dans les principaux circuits (GMS, Bio, Boucherie), une progression de la vente directe (+8%) et de la RHD (+25%). Par ailleurs, les écarts ont presque doublé (écoulement en conventionnel) et représentent plus de 10% des volumes abattus.

Figure 30 - Evolution des débouchés de la viande bovine biologique, en TEC



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

Figure 31 - Evolution des débouchés de la viande ovine biologique, en TEC



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

3.6.3 LE STEAK HACHE : PRIX ET VOLUME

Le steak haché occupe une place prépondérante dans les ventes de viande bovine certifiée biologique. Selon les données Circana, le marché atteint 2 546 tonnes en 2024 en grande distribution (hypermarchés, supermarchés, e-commerce et magasins de proximité). Ce volume enregistre un léger recul de 0,3 % par rapport à l'année précédente, marquant une stabilisation après plusieurs années de contraction significative : -9 % en 2024, -19 % en 2023 et -18 % en 2022.

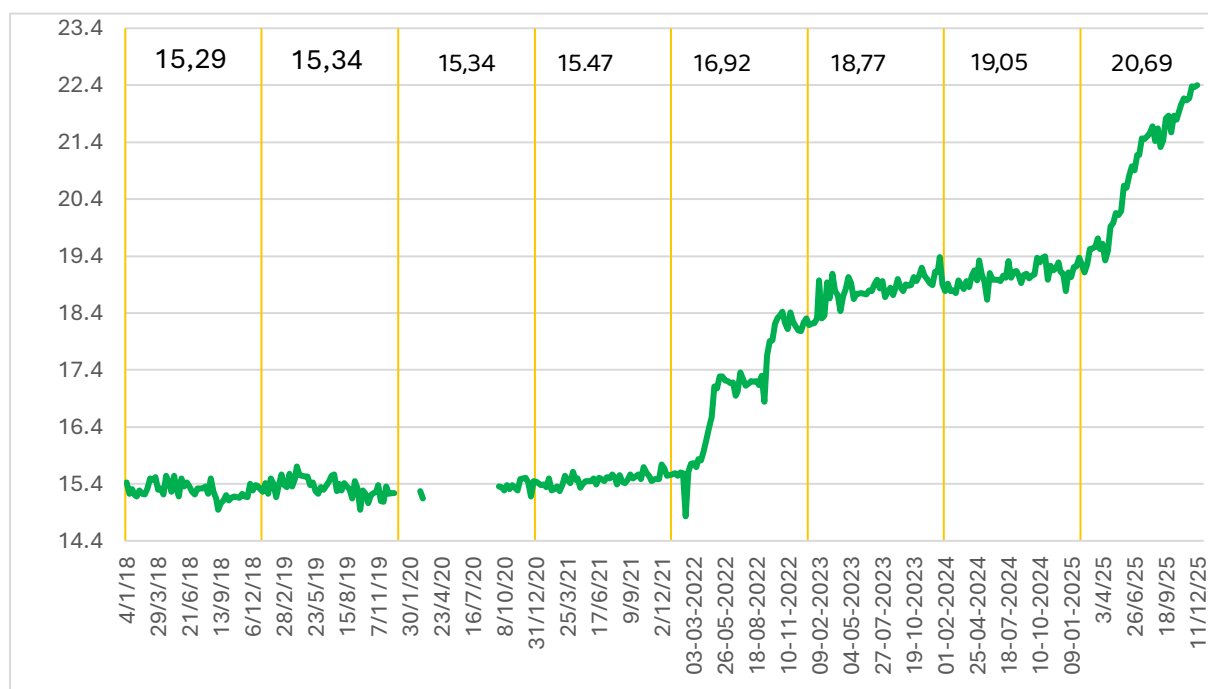
Malgré ces évolutions en volume, la demande semble relativement résiliente. En effet, la hausse marquée des prix (+7,6 % en 2024, pour un prix moyen de 22,1 €/kg) n'a pas entraîné de baisse notable des ventes, traduisant une certaine résistance du segment dans un contexte inflationniste.

Par ailleurs, le segment de la viande bio congelée — composé majoritairement de steak haché — représente un volume de 762 tonnes en 2025, en recul de 7 % par rapport à l'année précédente. Cette évolution confirme une dynamique plus défavorable pour les produits transformés et stockables.

Les prix du steak haché biologique en grande distribution sont suivis par le Réseau des Nouvelles du Marché (RNM), notamment pour le produit standard à 15 % de matière grasse. Entre 2016 et 2021, les prix sont restés relativement stables, oscillant entre 15 et 16 €/kg. À partir de la fin de l'année 2021, une phase de hausse soutenue s'est enclenchée, avec une augmentation moyenne annuelle d'environ 20 % jusqu'à fin 2023. En 2024, cette dynamique s'est atténuée, avec une progression plus modérée de +1,4 %. Toutefois, une reprise de la hausse est observée en 2025.

Cette tendance haussière des prix ne se limite pas au steak haché, mais concerne l'ensemble des catégories de viande bovine, reflétant des tensions structurelles sur les coûts de production et les équilibres de marché.

Figure 32 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2018 à 2025 en euros par kilogramme – données hebdomadaires.

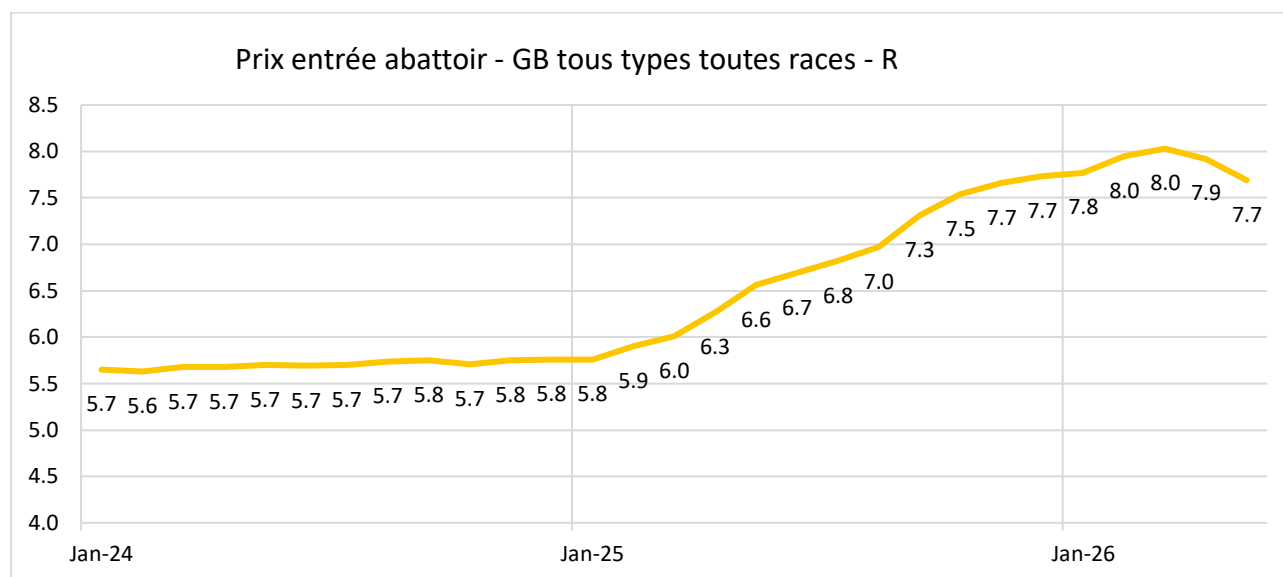


Source : AND International pour Agence BIO d'après RNM (Les données en haut du graphique sont les moyennes annuelles)

3.6.4 COTATIONS GROS BOVINS BIO – ENTREE ABATTOIRS

Les prix à l'abattoir ont progressé de manière significative tout au long de l'année 2025. La moyenne annuelle pour les animaux (tous types toutes races) de catégorie R a progressé de 18,7% en 2025.

Si l'on considère les 5 premiers mois de chaque année, la moyenne est de 5,7 EUR / kg carcasse en 2024, 6,1 EUR / kg en 2025 et 7,9 EUR / kg en 2026. Toutefois, la courbe atteint son zénith en mars (8,03 EUR / kg) et redescend depuis.



3.7 FOCUS SUR LES PRODUITS DE LA MER

En 2025, en France, la consommation des produits de l'aquaculture biologique a connu **une baisse en valeur de 6%**. Le secteur est caractérisé par une baisse des volumes consommés pour la plupart des segments de produits, notamment pour le saumon fumé et les crevettes, avec une chute des importations de crevettes bio de Madagascar et de saumon écossais, qui ont surpassé les hausses observées pour la crevette équatorienne et le saumon irlandais.

3.7.1 CONTEXTE : PRODUCTION ET ÉCHANGES EXTERIEURS

3.7.1.1 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 ont 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 ensuite significativement baissé en 2021, en particulier pour la truite et les huîtres. En 2022 et 2023 la tendance à la baisse s'est poursuivie avant un léger rebond en 2024, notamment grâce à la forte croissance des ventes d'huîtres bio par rapport à 2023 (+152% en volume).

En 2024, selon les chiffres Agreste de l'enquête aquacole, la **production aquacole biologique représentait un volume estimé à 4 416 tonnes en hausse de 23% par rapport à 2023**. Les principales espèces sont les moules, les huîtres et la truite : 897 tonnes de truite, 2 253 tonnes d'huîtres, 1 026 tonnes de moules, un volume estimé à 100 tonnes de poissons marins (bar commun/dorade royale), 37 tonnes de poissons d'étang et 103 tonnes d'algues. En outre, 6 tonnes d'œufs de truites biologiques ont également été produites.

Tableau 71: Production aquacole biologique en France (en tonnes)

Espèces	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024 vs 2023
Huîtres	883	1157	3178	1429	1076	894	2 253	152%
Moules	1 666	1882	3135	2545	927	1559	1026	-34%
Truite	1 518	1926	2346	1199	1281	856	897	5%
Bar/dorade*	101	258	100	100	100	100	100	0%
Poissons d'étang	22	254	43	46	27	30	37	22%
Autres mollusques	55	8	3	s	s	1	s	
Algues				92	315	143	103	-28%
Total	4 245	5 485	8 955	5 411	3 726	3 583	4 416	23%
Œufs de salmonidés	15	10	16	5	2	4	6	51%

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

3.7.1.2 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.

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, LS ou produits traiteur. La France est le principal marché pour la crevette tropicale en UE avec l'Espagne.

Historiquement, les premières crevettes bio ont été produites à Madagascar 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 en bio d'une partie de leur production en ciblant notamment le marché européen.

Concernant le bar et la dorade bio, quelques produits importés sont commercialisés sur le marché français. Des poissons provenant de Grèce (Golfe de Corinthe) et de Croatie sont disponibles dans certains circuits spécialisés. Des importations en provenance d'Italie 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 2023, 40% de la production de moules irlandaises était biologique, soit 6 328 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 dix dernières années et il est possible que des nouvelles origines soient présentes sur le marché français (Pays-Bas, Danemark, Italie, Allemagne...). Il existe également historiquement des petits volumes de moules bio importés de pays hors UE, notamment du Chili.

3.7.1.3 Exportations

Une partie des huîtres et moules bio françaises sont exportées en Espagne et en Italie. Par ailleurs, une part mineure des produits de truite et de saumon fumés sont également exportés vers les pays voisins (le marché suisse par exemple).

3.7.2 ESTIMATION DU MARCHÉ 2025

En 2025, le marché des produits de la mer bio est principalement du fait de la GMS.

- **GMS :** Trois produits concentrent l'essentiel des ventes en GMS: le saumon fumé (36%) et les autres poissons fumés et préparés (36%), suivis par les autres produits de saurisserie (28%). Les achats de produits biologiques à base de poissons et de produits de la mer ont connu une baisse de 4% en valeur en 2025 en GMS, en particulier à cause du saumon fumé (-8%) et de la saurisserie (-5%). En revanche, les autres poissons fumés ont bien résisté, avec une légère croissance en valeur (+2%). Entretemps les prix moyens sont restés plutôt stables : +2% en moyenne, +0,4% pour le saumon fumé, -2% pour les autres poissons fumés et préparés, +6% pour la saurisserie. La truite fumée a connu ces dernières années une croissance supérieure à celle du saumon fumé. Le développement des produits frais en LS, notamment sous vide se fait au détriment du vrac du rayon poissonnerie traditionnel. La part de marché de la moule en barquette connaît depuis quelques années une forte croissance. Pour les crevettes, le bio est fortement concurrencé par le label ASC.
- **Circuits spécialisés :** les circuits bio spécialisés sont en moyenne de plus petites surfaces qui lorsqu'elles ont un rayon poissonnerie frais, n'ont 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.

- **Artisans** : Les, 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 libre-service dans les GMS (MDD ou autre) ou dans les circuits spécialisés.
- La **vente directe** concerne avant tout la truite dans le Sud-Ouest et en Bretagne notamment et les huîtres et la moule dans les régions côtières. Elle est estimée à 2 millions d'euros.

Tableau 72 : Tableau récapitulatif (CA estimé 2025 en millions d'euros) par circuit et principales espèces

Chiffre d'affaire 2025 en M EUR TTC	GMS	Circuits spécialisés	Artisans- EAP	Vente directe	Total	Evol 25/24
Saumon	44	3	1	0	48	Saumon
Truite	27	5	3	0	35	Truite
Bar/dorade	2	1	0	1	4	Bar/dorade
Moule	5	1	1	1	6	Moule
Huître	13	4	5	1	23	Huître
Crevettes tropicales	17	1	3	0	21	Crevettes tropicales
Total	108	14	13	2	138	

Source : AND International d'après Circana, Bioanalytics, Douanes et enquêtes

3.7.3 TENDANCES PAR ESPECES ET TRANSFORMATION

3.7.3.1 Saumon

Pour le saumon bio, il y a 3 origines principales : Écosse, Irlande 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'Écosse, les données sont disponibles depuis le Brexit. Après la forte hausse observée en 2024, les importations de saumon bio ont diminué en 2025. En effet, la hausse des importations de saumon en provenance d'Irlande (+14% en volume, +4% en valeur) n'a pas compensé la forte baisse des importations de saumon bio en provenance du Royaume-Uni (-29% en volume et en valeur).

3.7.3.2 Crevettes

Concernant les importations de crevettes bio, on assiste à une baisse encore plus importante qu'en 2024 (- 43% en volume et -60% en valeur), principalement due à la baisse spectaculaire des importations en

provenance de Madagascar (-83% en volume, -84% en valeur). Au contraire, les importations en provenance d'Équateur ont rebondi après la baisse observée en 2024 (+22% en volume, +14% en valeur). À noter qu'une partie des importations de crevettes bio n'est pas rapportée dans les données des douanes car leur entrée sur le marché de l'UE est dans un port hors de France (Pays-Bas, Belgique, etc.).

3.7.3.3 Données de l'enquête des transformateurs

La transformation des produits de la mer inclue les métiers suivants :

- Filetage (saumon, truite, bar, dorade) ;
- 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.)

Les éléments transmis par les répondants à l'enquête sur l'évolution du CA bio entre 2024 et 2025 permettent de confirmer la tendance à la baisse pour le saumon fumé (en moyenne -9% en valeur), malgré des tendances contrastées chez les gros fumeurs.

3.8 FOCUS SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES INTERMEDIAIRES

L'industrie alimentaire produit une grande diversité d'aliments transformés. Ils sont élaborés à partir de matières premières et ingrédients, 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

La méthode s'appuie sur l'identification des principales catégories de produits alimentaires pouvant intégrer des PAI dans leur composition. Pour chaque catégorie de produits aliments, les volumes commercialisés recensés à partir des volumes commercialisés en GMS (y compris EDMP) sur la base des données Circana 2025. Les volumes totaux commercialisés sont ensuite extrapolés à l'ensemble des circuits de distribution en s'appuyant sur la part de marché de la GMS de la catégorie de produits considérée (épicerie sucrée, traiteur,). 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 **152 800 tonnes** au total. Le secteur des jus de fruits est très important, enregistrant des ventes en grandes surfaces avoisinant 95 900 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 2025. 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 73 - Estimation des volumes de fruits utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION DE FRUITS EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025 d'après Circana	2025 - 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	68 871	111 100	86%	95 900
Compotes appertisées	19 319	31 200	93%	29 000
Jus de fruits réfrigérés	11 215	18 100	120%	21 700
Confitures	5 340	8 600	45%	3 900
Sirops	1 609	2 600	68%	1 800
Yaourts	8 287	13 400	3%	300
Sorbet crème glacée en vrac	770	1 200	17%	200
TOTAL	115 411	186 200		152 800

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 **38 000 tonnes** en 2025 tous circuits confondus. Bien évidemment, le pain et la biscuiterie sont les principaux utilisateurs.

Tableau 74 - Estimation des volumes de farine utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION DE FARINE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025 d'après Circana	2025- ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de farine correspondants tous circuits
Biscuits salés et sucrés	8 325	56%	13 600	7 600
Panification sèche	8 219	80%	13 500	10 800
Pâtisserie industrielle	7 025	50%	11 500	5 800
Pains de mie / Panification fraîche	7 302	91%	12 000	10 900
Pâtes ménagères	2 172	70%	3 600	2 500
Pizzas surgelées et fraîches	836	28%	1 400	400
Farine utilisée comme PAI	33 879		55 600	38 000
Farine vendue en sachet	19 077	100%	33 492	33 500
Total	52 956		89 092	71 500

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 **30 000 tonnes** en 2025 tous circuits confondus. Le sucre est employé dans une très grande variété de produits : épicerie sucrée, boissons, produits laitiers.

Tableau 75 - Estimation des volumes de sucre utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION DE SUCRE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025 d'après Circana	2025- ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de sucre correspondants tous circuits
Pâtes à tartiner	9798	44%	15 600	6 900
Biscuiterie sucrée	7 112	20%	11 300	2 300
Confiture	5 341	40%	8 500	3 400
Yaourts	56537	4%	89 700	3 200
Céréales	25 225	7%	40 000	2 800
Sirops	1 609	75%	2 600	2 000
Jus de fruit	80 086	2%	127 100	2 000
Tablettes de chocolat	5 360	25%	8 500	2 100
BRSA gazeuses	7633	6%	12 100	800
Panification préemballée	10198	6%	16 200	900
Panification sèche	8219	4%	13 000	500
Viennoiserie industrielle	4528	7%	7 200	500
Surgelés sucrés	1562	15%	2 500	400
Sauces tomate	9107	4%	14 500	600
Desserts frais	6342	4%	10 100	400
Ketchups	1329	16%	2 100	300
Petits déjeuners chocolatés	509	23%	800	200
Desserts ambiants	290	20%	500	100
Spécialités de confiseries de sucre	44	60%	100	100
Bonbons et sucettes	63	51%	100	100
Soupes et potages	11507	1%	18 300	100
Compote de fruits appertisée	19319	1%	30 700	200
Barres céréalières	203	24%	300	100
Confiseries de chocolat	18	36%	-	-
Petites confiseries de sucre		60%	-	-
TOTAL	271 939		431 800	30 000

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

La consommation de sucre en morceaux ou en poudre est estimée à 7 500 t, soit 20 % d'un marché total estimé à 37 500 t. Les 80% restants sont utilisés pour la fabrication de produits transformés. 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. 65% des volumes y sont en effet associés, tandis que les boissons (sirops, BRSA, et jus de fruits) représentent 18% des volumes. Les industries de la farine (biscuiterie, panification fine, barres céréalières, panification sèche) et les produits laitiers sucrés (yaourts, desserts et desserts frais) représentent également 12 % des volumes respectivement.

3.8.4 L'UTILISATION DES LEGUMES SOUS FORME DE PAI

Les légumes sous forme de PAI représentent **42 900 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 76 - Estimation des volumes de légumes utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION DE LEGUMES EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025	2025 - 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	12 531	30%	59 700	17 900
Légumes secs appertisés	4541	90%	21 600	19 400
Plats cuisinés	4303	18%	20 500	3 700
Ketchups	1329	20%	6 300	1 200
Pizzas	836	18%	4 000	700
TOTAL	23 540		112 100	42 900

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 fabriqués localement. La consommation apparente de semoule biologique à travers les produits transformés est estimée à 15 400 tonnes dont près de 8 900 pour les pâtes.

Tableau 77 - Estimation des volumes de semoule utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSUMMATION DE SEMOULE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025 d'après Circana	2025 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de semoule correspondants tous circuits
Pâtes alimentaires	15167	27%	24 900	6 600
Semoules et céréales d'accompagnement	9517	38%	15 600	5 900
Pâtes fraîches	2540	55%	4 200	2 300
Plats cuisinés appertisés à base de pâtes et MO	3124	12%	5 100	600
TOTAL	30348		49 800	15 400

Source : AND I à partir de données Circana et enquête

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 53 % des volumes totaux de viande sous forme de PAI, soit près de **8500 tonnes**, tous circuits confondus.

Tableau 78 - Estimation des volumes de viandes biologiques utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSUMMATION DE VIANDE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025	2025 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de viande correspondants tous circuits
Charcuterie	3404	53%	6 700	3 500
Viandes hachées	2546	100%	5 000	5 000
Viandes surgelées	763	98%	1 500	1 500
Plats cuisinés	4303	16%	8 400	1 300
Viande élaborées fraîches	79	99%	200	200
Saucisses fraîches	241	80%	500	400
Saucisserie	260	80%	500	400
Produits élaborés volaille	4439	40%	8 700	3 500
Pizzas fraîches et surgelées	836	8%	1 600	100
TOTAL	16 871		33 100	15 900

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 **14 350 tonnes** tous circuits confondus en 2025. Le principal débouché est constitué par les conserves. 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 79 - Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agro-alimentaires en tonnes en 2025

CONSOMMATION D'HUILE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025	2025 - ESTIMATION		
		Volumes vendus TOUS CIRCUITS	Coefficients conversion	Volumes d'huile équivalents TOUS CIRCUITS
Total conserves	38 649	63 000		4 520
<i>Conserves salades de légumes</i>	38284	62 800	7%	4 400
<i>Conserves de poissons</i>	130	200	20%	40
<i>Conserves de viande</i>	235	400	20%	80
Pâte à tartiner	9798	16 100	17%	2 740
Plats cuisinés	4303	7 100	4%	280
Soupes fraîches	1024	1 700		
Margarine	1564	2 600	58%	1 510
Biscuiterie sucrée & salée	8 325	13 600	7%	880
Total sauces	10 458	17 100	0%	1 480
<i>Sauces herbes</i>	89	100	78%	80
<i>Sauce fraîche</i>	120	200	78%	160
<i>Sauces tomates</i>	9107	14 900	3%	
<i>Vinaigrette</i>	263	400	78%	310
<i>Sauce froide</i>	215	400	3%	10
<i>Sauce chaude</i>	664	1 100	3%	30
Pâte ménagère	2172	3 600	12%	430
Viennoiseries	4 528	7 400	10%	700
Potage	11507	18 900	3%	570
Chips	397	700	35%	250
Panification sèche et fraîche	15 521	25 400	1%	250
TOTAL	108 246	168 400		14 350

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 **1 900 tonnes** selon nos résultats, un volume faible par rapport aux 1,3 millions tonnes des œufs frais bio vendus dans l'ensemble des circuits en 2024.

Tableau 80 – Estimation des volumes d'œuf utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION D'ŒUFS EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025	2025 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de beurre correspondants tous circuits
Biscuits sucrés	7112	7%	12 100	800
Pâtes fraîches	2540	8%	4 300	300
Pâtes sèches	15167	3%	25 700	800
TOTAL	24 819		42 100	1 900

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 **2 500 tonnes**, ce qui représente 17% des ventes totales du marché du beurre bio sur l'ensemble des circuits de distribution.

Tableau 81 – Estimation des volumes de beurre utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION DE BEURRE EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025	2025 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de beurre correspondants tous circuits
Viennoiserie industrielle	4528	25%	7 800	2 000
Pâtes ménagères	2172	2%	3 700	200
Biscuits secs	1888	1%	3 300	-
Pâtisserie industrielle	7025	3%	12 100	300
TOTAL	15 613		26 900	2 500

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 **3 800 tonnes** tous circuits confondus.

Tableau 82 - Estimation des volumes de malt utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes

CONSOMMATION DE MALT EN TONNES EQ.	Tonnes GMS 2025	2025 - ESTIMATION AND		
		Coefficients de conversion	Estimation des ventes en volume tous circuits	Estimation des volumes de malt correspondants tous circuits
Bières et panaches	12 353	18%	20 900	3 800

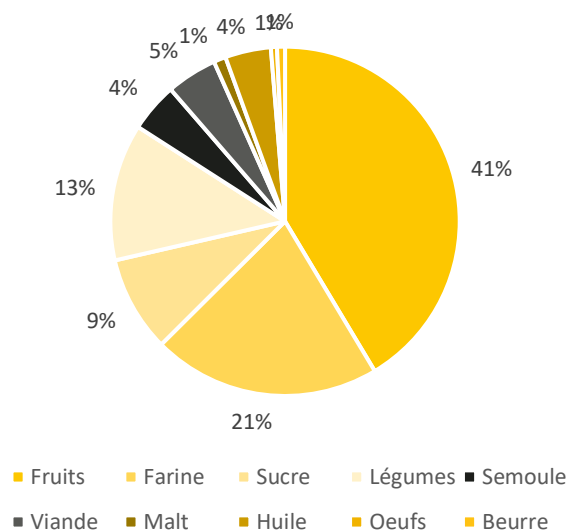
Source : AND I à partir de données Circana et enquête

3.8.11 SYNTHÈSE

Le volume total de PAI bio mis en œuvre dans les industries de transformation est estimé à près de **338 350 tonnes** en 2025. Les fruits représentent près de 41% des volumes de l'ensemble des PAI utilisés dans l'agro-alimentaire.

Tableau 83 - Estimation des volumes des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire

En tonnes	Consommation apparente éq PAI tous circuits en 2025
Fruits	140 100
Farine	71 500
Sucre	30 000
Légumes	42 900
Semoule	15 400
Viande	15 900
Malt	3 800
Huile	14 350
Œufs	1 900
Beurre	2 500
TOTAL	338 350



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

3.9 FOCUS SUR LES VENTES DE PRODUITS BIOLOGIQUES AU SEIN DES ARTISANS BOULANGERS

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 biologiques au sein de ce circuit sont surtout le fait des familles d'artisans suivantes : boulangeries (pain), boucheries (viande et volaille), 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 spécifique au circuit artisan est réalisée sur chacune de ces quatre familles. En 2026, le secteur de la boulangerie a été l'objet de cette enquête.

PERIMETRE D'ANALYSE

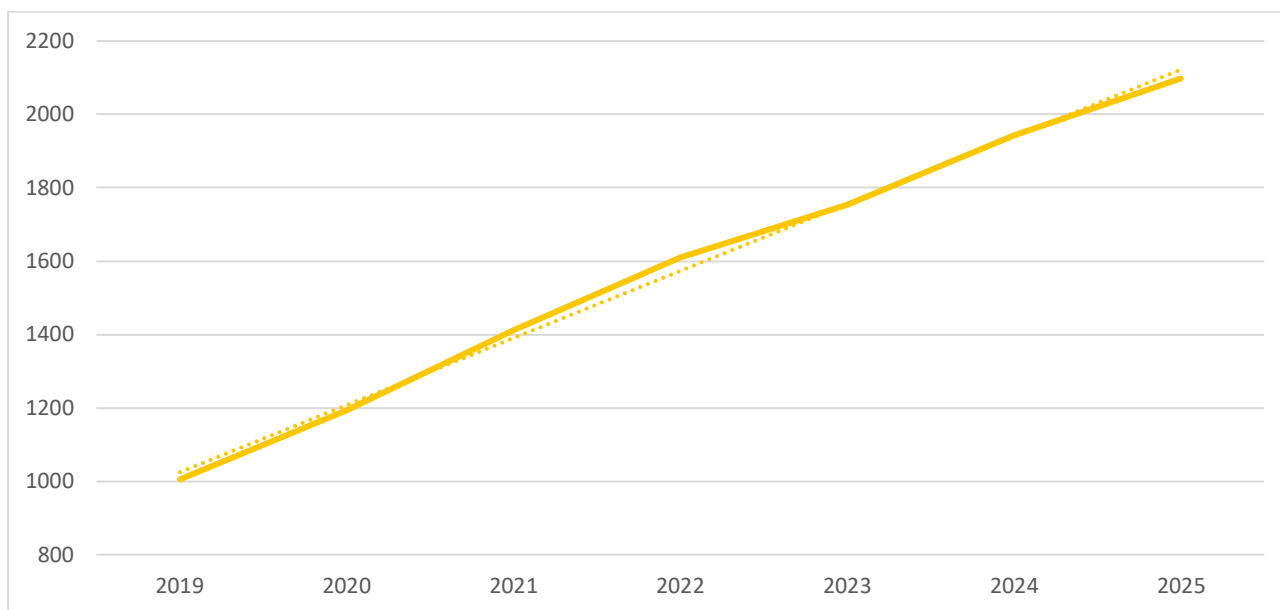
L'analyse porte sur les ventes de produits biologiques réalisées par les artisans boulangers-pâtisseries enregistrés dans la sous-classe 10.71 C de la Nomenclature nationale d'activités françaises (NAFrev2). Cela comprend la fabrication à caractère artisanal associée à la vente au détail de pains, de viennoiseries (croissants par exemple), de pâtisseries fraîches, de gaufres et crêpes, ainsi que la fabrication à caractère artisanal de quiches, tartes salées, tourtes fraîches et de croque-monsieur crus, associée à la vente au détail de produits de boulangerie. Les autres sous classes ont été exclus du périmètre d'analyse car ne commercialisant pas directement des produits boulangers auprès des consommateurs. A titre indicatif, les autres sous-classes sont : 10.71A (fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche), 10.71B (cuisson de produits de boulangerie – terminaux de cuisson), 10.71D (pâtisserie artisanale).

3.9.1 CONTEXTE GÉNÉRAL

Le secteur de la boulangerie-pâtisserie artisanale (code NAF 10.71C) est composé de **30 004** entreprises en France (hors terminaux de cuisson), représentant un chiffre d'affaires **de 14,97 Mds EUR** (Observatoire des Métiers et de l'Alimentation, données 2025). Environ 7% de ces boulangeries font partie de chaînes, représentant environ 9% du chiffre d'affaires total du secteur d'après les données existantes des principales chaînes. Les principales chaînes sont Marie Blachère, Ange, Paul et La Panetière.

On compte en moyenne 46 boulangeries pour 100 000 habitants (cette densité était de 53 en 2005). Depuis 2017, le nombre de boulangeries-pâtisseries est resté relativement stable, celui-ci ayant légèrement baissé passant de 31 093 entreprises en 2017 à 30 004 entreprises en 2023. Le secteur s'est considérablement renouvelé avec environ 1500 créations annuelles depuis 2021 jusqu'à atteindre un record en 2023 avec 1700 nouvelles entreprises créées. En parallèle, le chiffre d'affaires du secteur a progressé passant de 12,96 Mds EUR en 2021 à 14,97 Mds EUR en 2023 soit une hausse de 15,5% sur cette période.

D'après les données de l'Agence BIO, environ **2100 entreprises de boulangerie-pâtisserie** relevant du code NAF 10.71.C sont notifiées en 2025. Ce nombre a doublé depuis 2019, progressant à un rythme moyen de **190 nouvelles boulangeries engagées par an** sur cette période.

Figure 33 : Evolution du nombre de boulangeries notifiées en AB depuis 2019

3.9.2 MÉTHODE

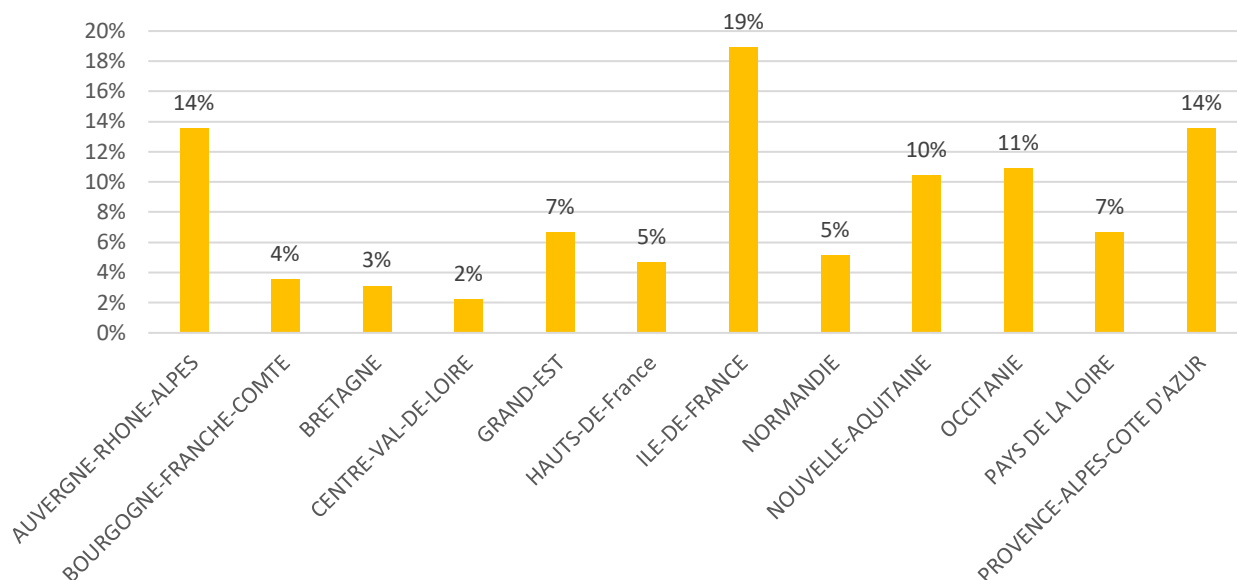
La méthode pour estimer le poids économique du secteur de la boulangerie-pâtisserie artisanale biologique s'est appuyée sur plusieurs étapes. Dans un premier temps, les entreprises exerçant une activité biologique ont été identifiées à partir de la base de données de notification de l'Agence BIO : 2100 entreprises engagées en 2025. Dans un second temps, un appariement des bases de données société.com avec la base de données Agence BIO a permis de construire un échantillon de 765 entreprises ayant un chiffre d'affaires connu, puis de réaliser une stratification selon quatre classes de chiffre d'affaires. Les résultats de l'enquête téléphonique réalisée auprès de 470 entreprises de boulangeries dont 93 ayant une activité bio ont permis de mesurer le poids du chiffre d'affaires biologique par classe de taille et d'estimer la part des boulangeries 100% biologiques. Enfin, les données ont été extrapolées au niveau national en se basant sur la structure des entreprises de boulangeries bio (répartition des boulangeries par classe de chiffre d'affaires moyens et taux de chiffre d'affaires moyen biologiques). Ce résultat a ensuite été croisé avec d'autres méthodes d'extrapolation pour valider l'ordre de grandeur de l'activité biologique.

ENQUETE TELEPHONIQUE - ECHANTILLONAGE

La construction de l'échantillon s'est appuyée sur une liste de 2 757 entreprises toujours en activité avec une stratification par département et chiffre d'affaires, générant approximativement 2,19 milliards d'euros de d'activité soit environ 15% du CA national du secteur. L'enquête téléphonique a permis de collecter les réponses de 450 entreprises pour un chiffre d'affaires total de 81 M EUR, soit 0,6% du secteur sur les mois de février et avril 2026. Les résultats présentent une marge d'erreur maximale de $\pm 4,3$ % et un niveau de confiance de 95 %. La répartition des boulangers interrogés est présentée ci-dessous, trois régions concentrant près de la moitié des réponses : Ile-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Auvergne Rhône-Alpes.

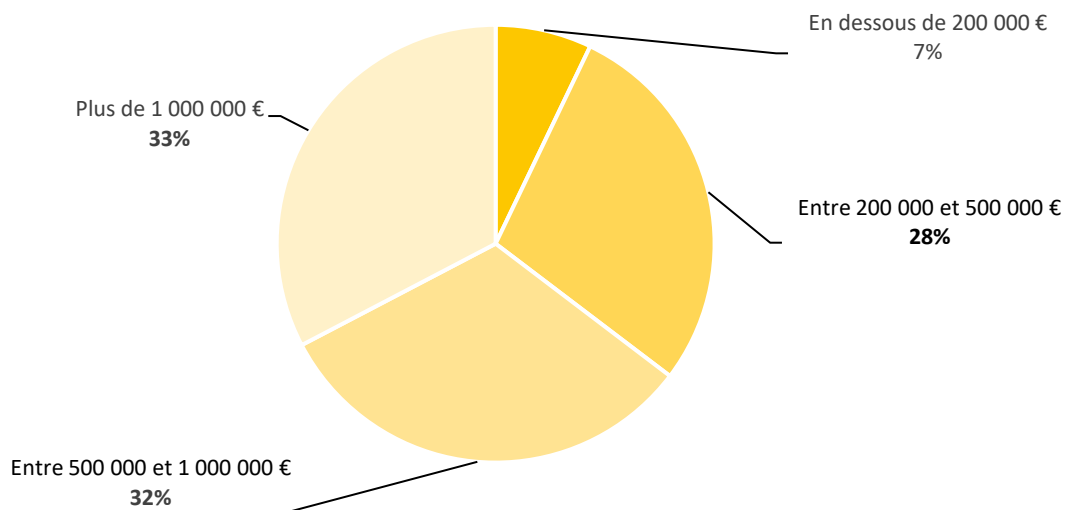
A noter que seule la région Ile-de-France est sous-représentée dans notre échantillon : elle concentre 29% des boulangeries au niveau national, mais seulement 19% des répondants de l'échantillon en sont issus.

Figure 34 - Répartition des répondants par région (450 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

Figure 35 - Répartition par classe de chiffre d'affaires des répondants de l'enquête (450 répondants)



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

3.9.3 RÉSULTATS GÉNÉRAUX

Le secteur de la boulangerie-pâtisserie biologique artisanale a été estimé à **414,6 M EUR en 2025** sur un total de chiffre d'affaires consolidé pour ces entreprises de **1 520,6 M EUR**. Les ventes de produits boulangers et pâtisseries biologiques représentent ainsi en moyenne 27% du chiffre d'affaires consolidé de ces entreprises. Au niveau national, les ventes de produits boulangers et pâtisseries biologiques représenteraient **2,8% du chiffre d'affaires national du secteur**.

Les boulangeries de grande taille (> 1000 K EUR de chiffre d'affaires) sont celles qui contribuent le plus aux ventes de produits biologiques : Elles représentent plus de la moitié de l'activité bio (56%). Le tableau suivant présente la répartition des 2102 entreprises de boulangerie-pâtisserie ayant une activité biologique selon quatre classes de taille.

Tableau 84 : Estimation du chiffre d'affaires de l'activité biologique en boulangerie-pâtisserie (10.71C) en 2025

Classe de chiffre d'affaires	Nbre boulangeries bio	Nbre en %	CA total en KEUR	CA total en %	CA Bio total en KEUR	CA bio total en %
En dessous de 200 KEUR	340	16%	38 600	3%	5 800	1,4%
Entre 200 et 500 K EUR	617	29%	215 900	14%	55 900	13,5%
Entre 500 et 1 000 K EUR	667	32%	470 100	31%	119 400	28,8%
Plus de 1 000 K EUR	478	23%	796 000	52%	233 500	56,3%
TOTAL	2 102	100%	1 520 600	100%	414 600	100%

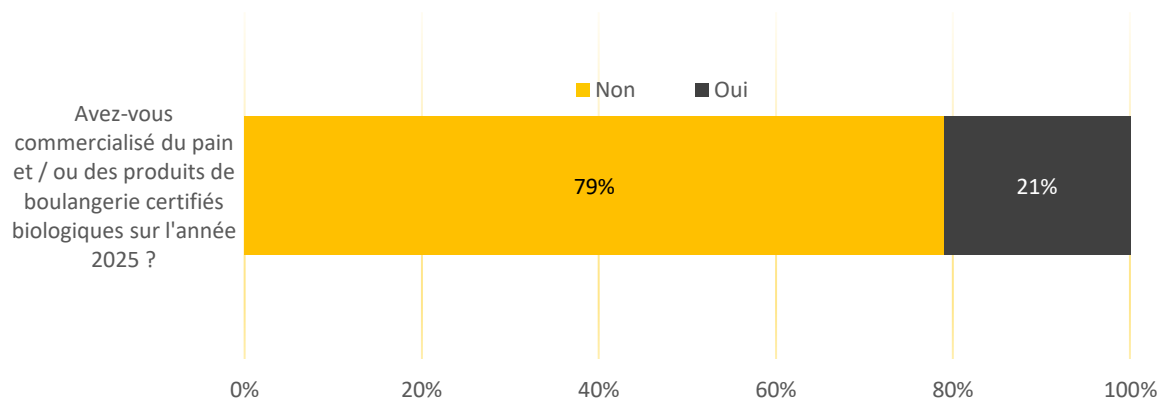
Source : Elaboration AND-International d'après societe.com, enquête téléphonique et Agence BIO

3.9.4 RÉSULTATS DE L'ENQUETE TELEPHONIQUE

Offre de produits boulangers biologiques et échantillon de répondants

Sur l'échantillon interrogé, moins d'un quart des boulangers interrogés (21%) avaient commercialisé du pain et/ou des produits de boulangerie certifiés biologiques.

Figure 36 - Commercialisation de pain et / ou des produits de boulangerie certifiés biologiques par boulangerie (450 répondants)

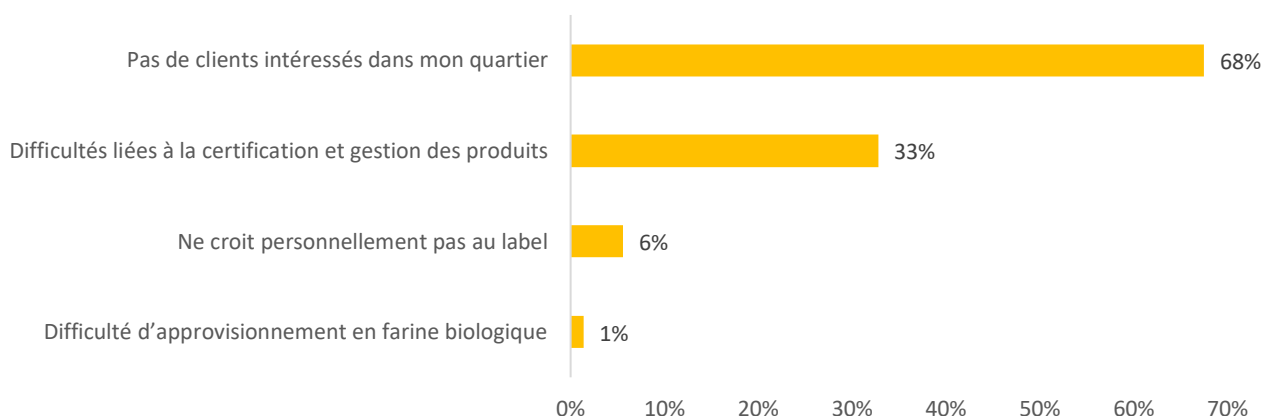


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=450)

Motivations évoquées pour proposer ou non des produits boulangers biologiques

Parmi les entreprises ne proposant pas de produits biologiques, le manque d'intérêt perçu de la clientèle du quartier pour les produits biologiques apparaît comme la principale raison avancée par les deux tiers des boulangers. Les exigences liées à la certification, dont la gestion séparée des ingrédients et produits biologiques vis-à-vis du reste des ingrédients et produits, est le second critère, et sont évoquées par seulement un tiers d'entre eux. La défiance vis-à-vis du label ou la difficulté d'approvisionnement sont minoritaires.

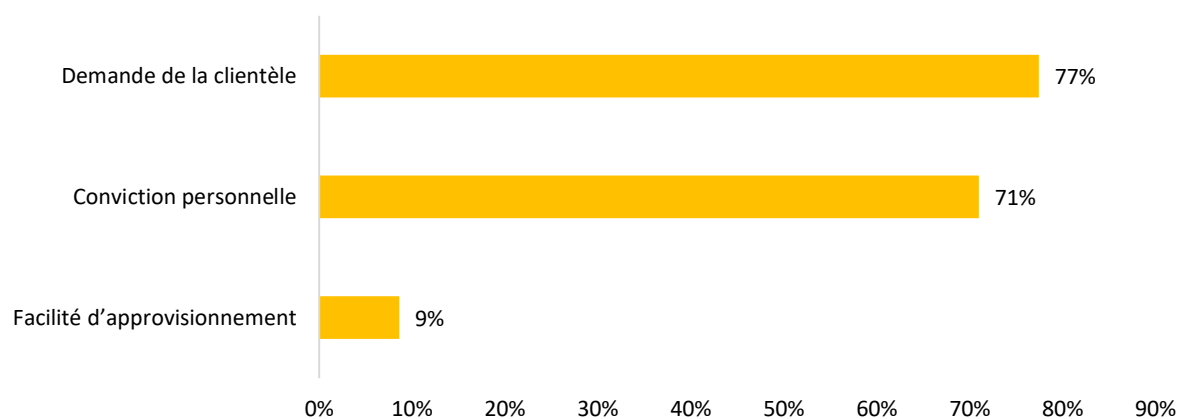
Figure 37 - Principales raisons évoquées par les interrogés expliquant l'absence de commercialisation de produits bio en boulangerie



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=357)

A l'inverse, parmi les boulangeries qui proposent des produits bio, 77% indiquent que leur commercialisation répond avant tout à une demande de la clientèle et 71% le font par conviction personnelle.

Figure 38 - Principales raisons évoquées par les interrogés motivant leur commercialisation de produits bio en boulangerie

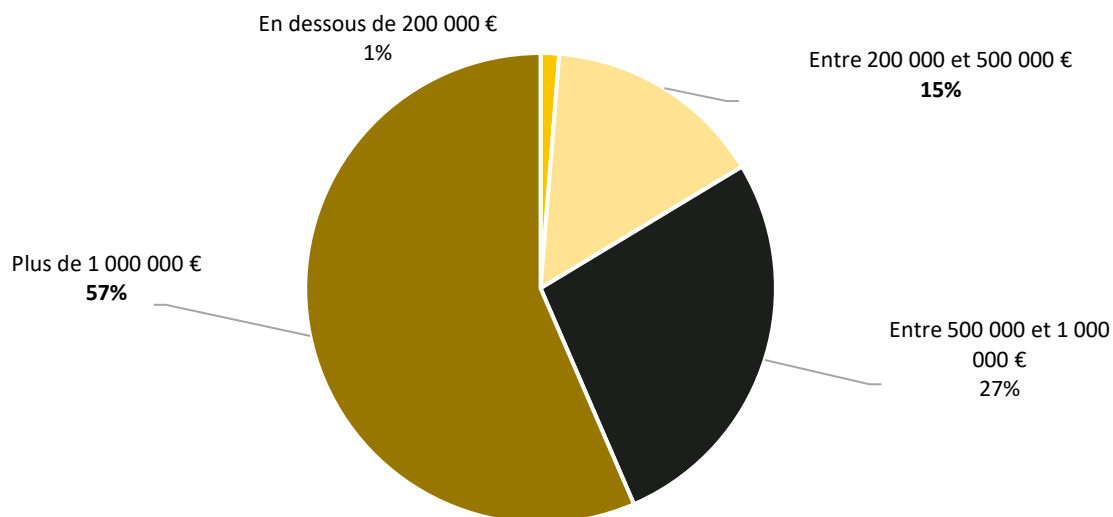


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

Distribution du CA bio et part du chiffre d'affaires bio de l'échantillon

Le chiffre d'affaires lié aux ventes de pains et produits biologiques est supérieur à 1 million € pour plus de la moitié des boulangers interrogés.

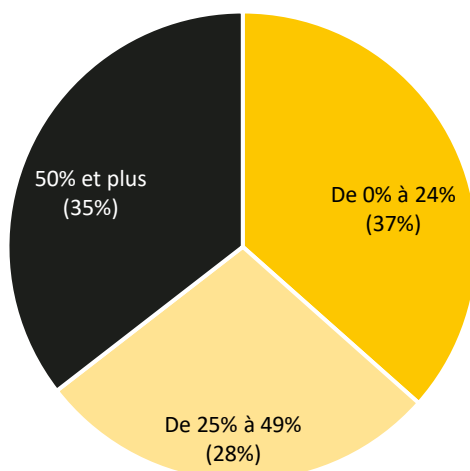
Figure 39 - Répartition des boulangers par chiffre d'affaires des ventes bio



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

La proportion des ventes bio dans les ventes totales est très variable d'une boulangerie à l'autre. Le chiffre d'affaires bio représente **moins de 25% du chiffre d'affaires pour 37% des boulangers interrogés**. Une proportion équivalente de boulangers réalise en revanche plus de 50% de son chiffre d'affaires avec les ventes bio.

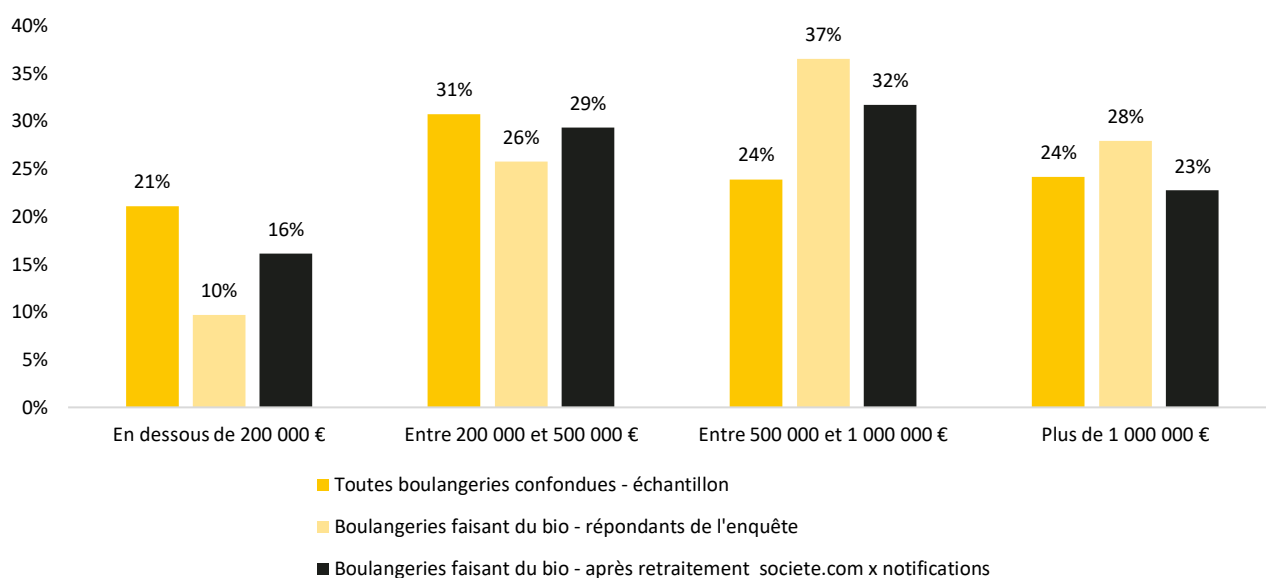
Figure 40 - Répartition des boulangers selon la part du bio dans le chiffre d'affaires 2025



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

Par rapport à l'échantillon global, les boulangers bio enquêtés sont moins présents dans la tranche en dessous de 200 000 € de chiffre d'affaires (10 % contre 21 %). À l'inverse, ces boulangeries sont davantage représentées dans les tranches 500 000 à 1 000 000 € (37 % contre 24 %) et plus de 1 000 000 € (28 % contre 24 %). Cela suggère que la pratique du bio est relativement plus fréquente parmi les boulangeries de taille économique plus importante. Le tableau suivant présente la répartition des boulangers de l'échantillon, des boulangers bio ayant répondu à l'enquête ainsi que la répartition calculée à partir des données Agence BIO et societe.com.

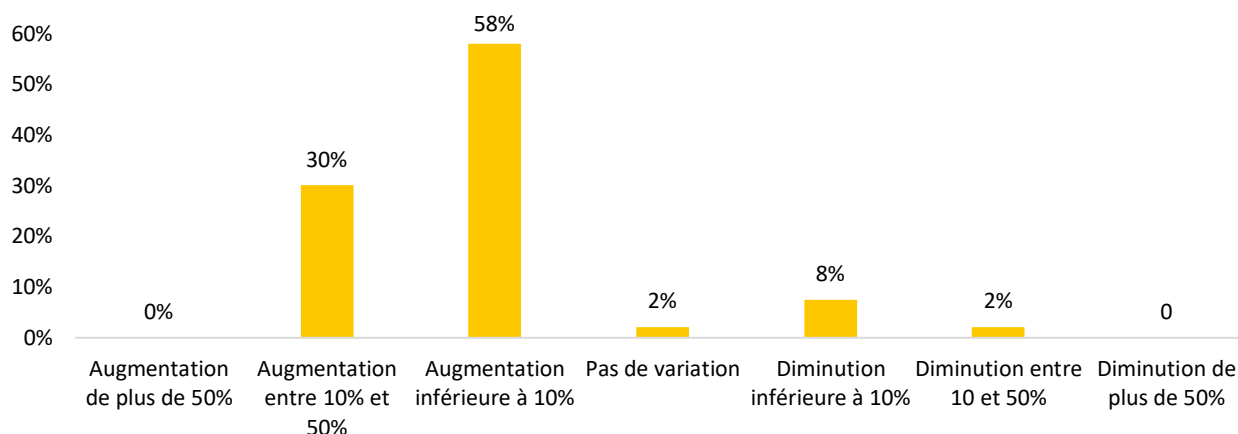
Figure 41 - Comparaison de la structure de chiffre d'affaires : échantillon total et boulangeries faisant du bio



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026

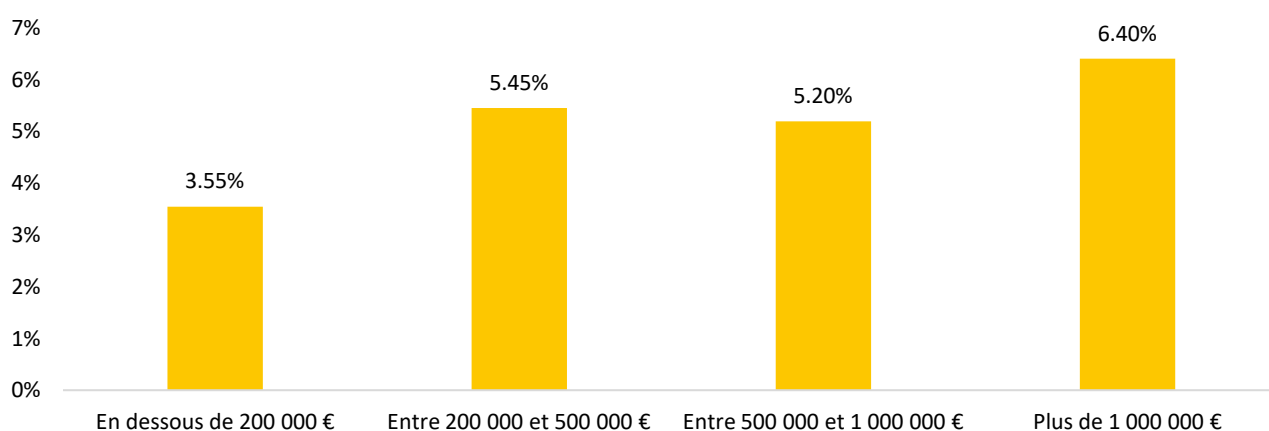
Evolution des ventes de produits biologiques en boulangerie en 2025

Près des deux tiers des boulangers interrogés déclarent avoir observé une évolution de leurs ventes de produits biologiques en boulangerie entre 2024 et 2025. Parmi eux, 58 % estiment que leurs volumes ont progressé de 0 % à 10 %, et 30 % d'entre ont indiqué une augmentation de leurs volumes comprise entre 10 et 50 %. La proportion de boulangers ayant vu leurs ventes de produits biologiques en boulangerie diminuer (toutes proportions confondues) demeure faible : 10 % des répondants. Au sein de toutes les catégories de taille de boulangeries, la vente de produits bio en boulangerie est constatée en hausse de 6,2 % sur l'année 2025.

Figure 42 - Evolution des ventes de produits biologique en boulangerie entre 2024 et 2025, en valeur

Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n= 93)

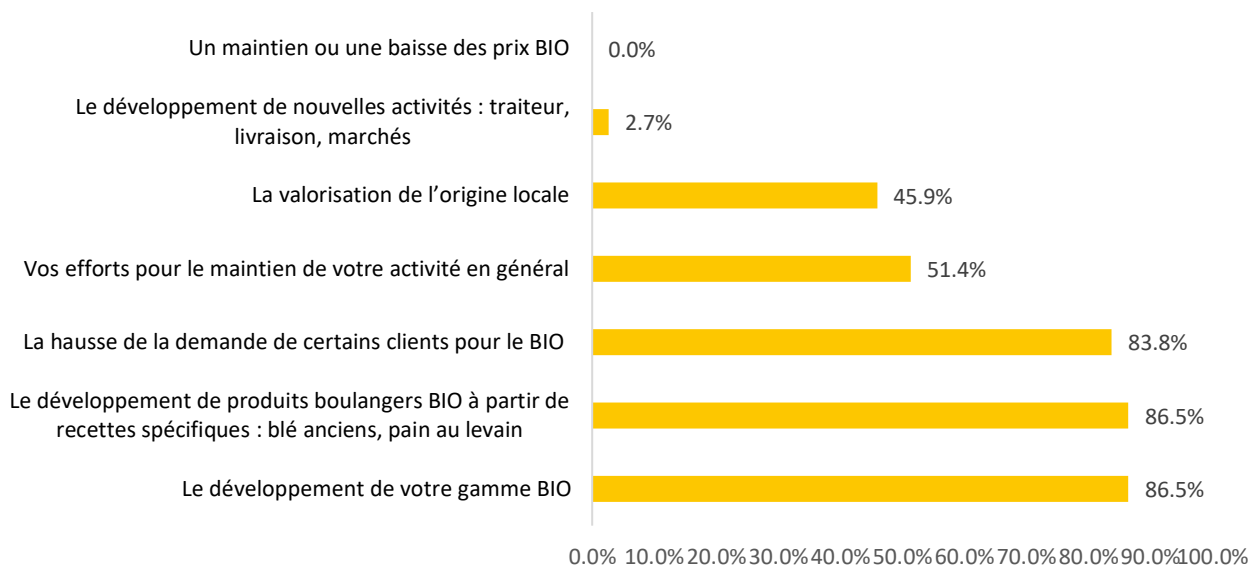
La croissance des ventes de produits biologiques est plus élevée parmi les boulangeries de taille supérieure à 1 M EUR de chiffre d'affaires, tandis que la croissance est plus faible parmi les entreprises ayant un chiffre d'affaires inférieur à 200 K EUR.

Figure 43 - Evolution moyenne des ventes de produits bio en boulangerie entre 2024 et 2025, en valeur, par catégorie de chiffre d'affaires total

Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n= 93)

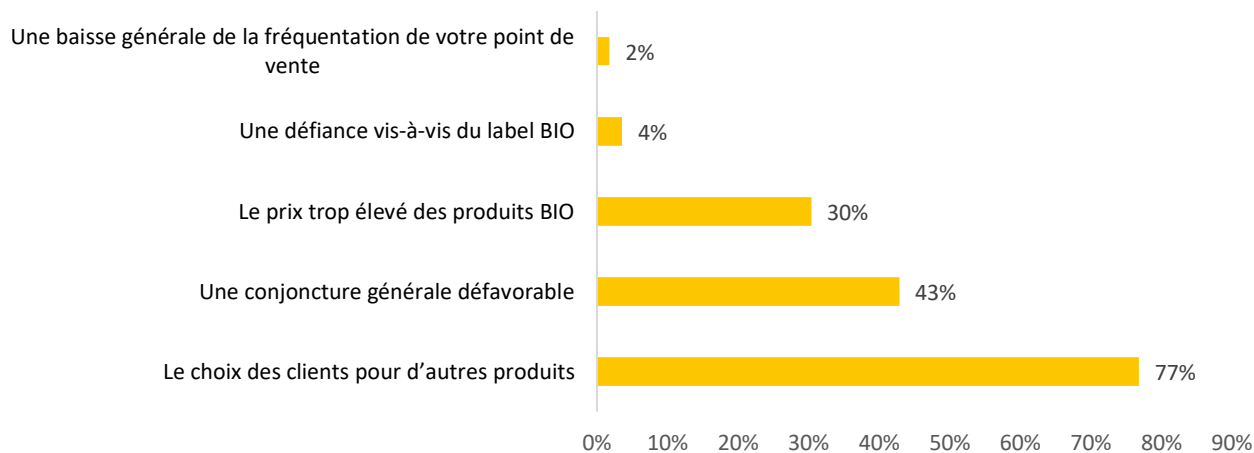
Explications concernant l'évolution des ventes de produits biologiques

Cette hausse des ventes de produits bio en boulangerie est poussée par la demande des consommateurs et le développement de produits boulangers en bio, et permise par la qualité, la diversité et le maintien des prix des produits bio en boulangerie. 2,7% des boulangers interrogés indiquent également que des pâtisseries supplémentaires et des dégustations ont pu expliquer cette hausse.

Figure 44 - Explication de la hausse des ventes de produits bio en boulangerie entre 2024 et 2025 (37 répondants)

Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n= 93)

Les freins à la commercialisation de produits bio en boulangerie sont pour 77% des boulangers la concurrence d'autres produits non labellisés bio. Une grande partie d'entre eux, 43%, note également une conjoncture générale défavorable expliquant comme frein à la commercialisation de produits biologiques, tandis que 30% relèvent des prix trop élevés pour ces produits bio. Une défiance vis-à-vis du label bio qui expliquerait une baisse ou stabilité des produits bio vendus reste très marginale, de même que la baisse de fréquentation du point de vente. Enfin, 4% des boulangers évoquent d'autres raisons tels que des travaux ou la fidélité de la clientèle vis-à-vis d'autres produits ou commerces non labellisés biologiques.

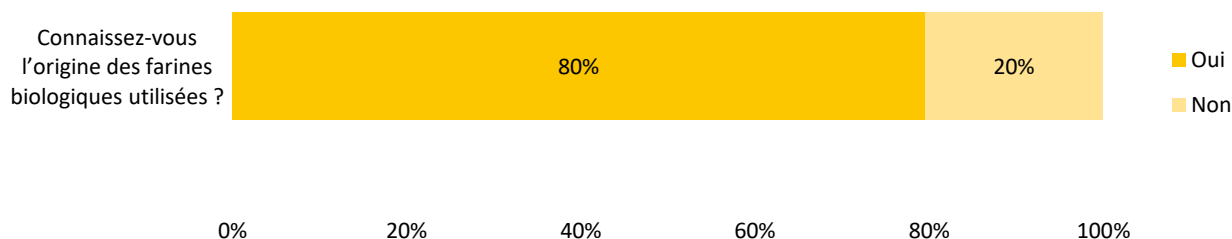
Figure 45 - Explication de la baisse ou la stabilité des ventes de produits bio en boulangerie entre 2024 et 2025 (56 répondants)

Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n= 93)

ORIGINE ET UTILISATION DES FARINES BIOLOGIQUES EN BOULANGERIE

La très grande majorité des boulangers déclare connaître l'origine des farines biologiques qu'ils utilisent, soit 80%.

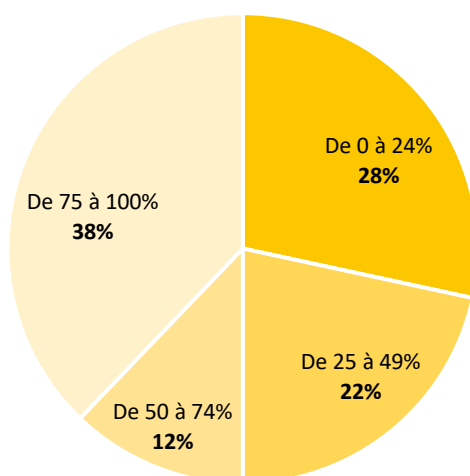
Figure 46 - Part des boulangers ayant connaissance de l'origine des farines biologiques utilisées



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n= 93)

Parmi eux, 38% indiquent que les farines biologiques d'origine française représentent entre 75% et 100% du total de leurs approvisionnements en farines biologiques. À l'inverse, 28% des boulangers estiment que ces farines comptent pour moins d'un quart des farines utilisées. Les situations intermédiaires (25 à 74%) concernent 34% des répondants, ce qui traduit une intégration progressive des farines biologiques d'origine française dans les approvisionnements. Le secteur apparaît ainsi relativement polarisé, entre des boulangers très engagés dans l'utilisation de farines bio d'origine française et d'autres qui y recourent encore de manière limitée.

Figure 47 - Proportion de farines biologiques d'origine France en pourcentage du total des farines utilisées par les artisans (74 répondants)

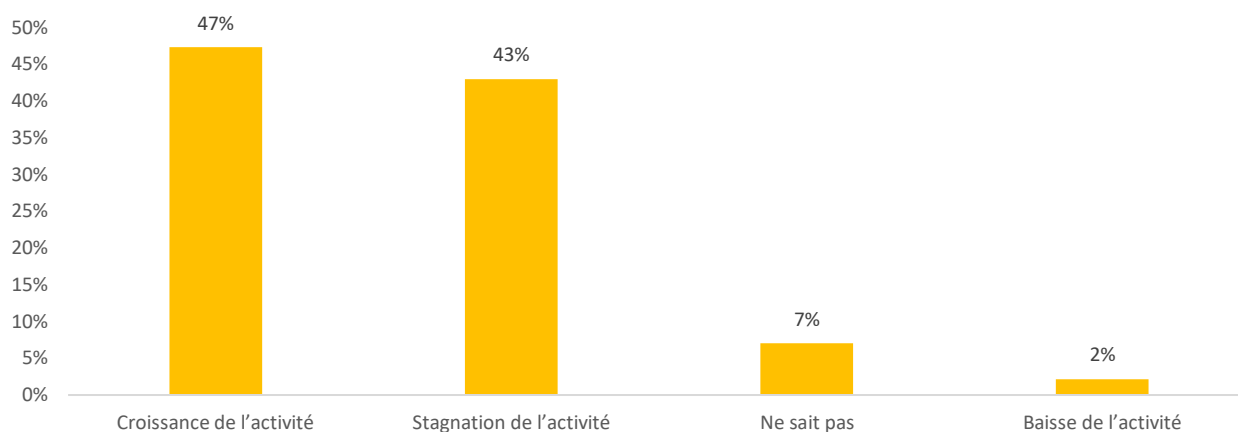


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n= 93)

Perspectives d'Evolution pour 2026

Une croissance de l'activité, tant globale que bio, est attendue par la majorité des interrogés. Une stagnation de l'activité est quant à elle attendue par 43% des sondés, tandis que la baisse de l'activité envisagée est marginale pour 2026.

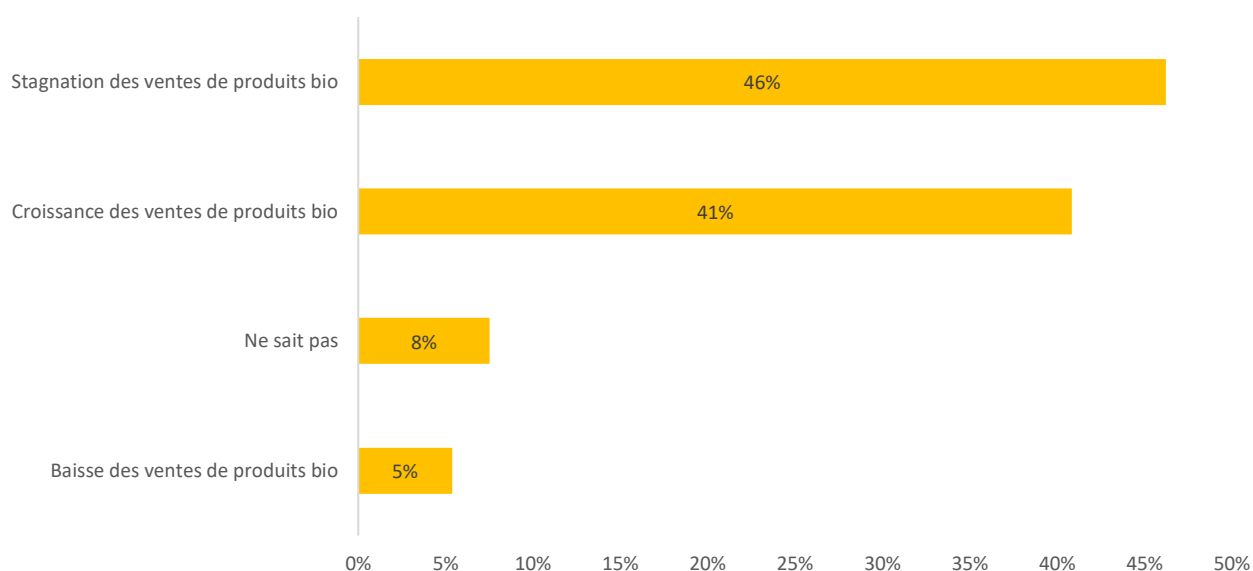
Figure 48 - Perspectives d'évolution pour 2026 pour l'ensemble de l'activité des boulangeries vendant une partie de leurs produits en bio



Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

Plus des deux tiers des sondés prévoient une évolution à la hausse de leurs ventes bio, auxquels s'ajoutent 46% des interrogés qui visent une stagnation de la gamme bio.

Figure 49 - Perspectives d'évolution pour 2026 pour le bio vendu dans les boulangeries qui en commercialisent

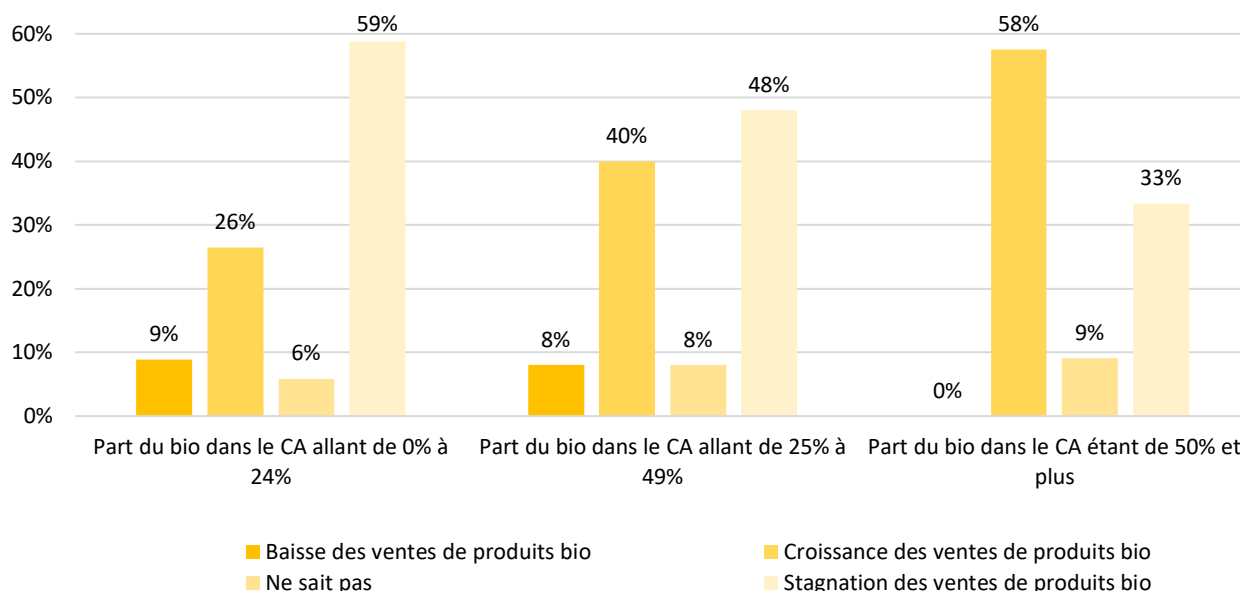


Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

Ceci est observé en particulier pour les boulangers dont la part de bio dans le CA est déjà supérieure à 50% : 58% des boulangers de cette catégorie prévoient une croissance des ventes de leurs produits bio. A

l'inverse, pour les boulangers dont la part de bio dans le CA est moindre (de 0 à 24%), des prévisions de stagnation sont partagées par un plus grand nombre (59%).

Figure 50 - Perspectives d'évolution pour 2026 pour le bio, selon la part de produits bio dans le chiffre d'affaires des boulangers interrogés



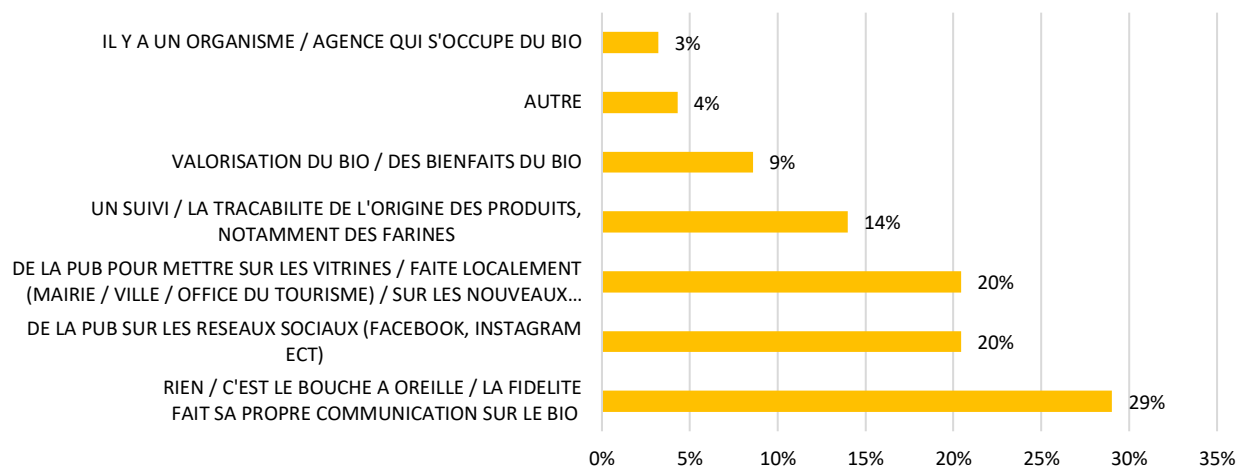
Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

Les évolutions à la hausse, la stagnation ou la baisse des ventes bio sont observées indifféremment selon la taille des effectifs des boulangeries. Les boulangers qui prévoient une croissance des produits bio sont surtout représentés en Auvergne-Rhône-Alpes, Île de France, Occitanie et Pays de la Loire. Les seules régions où une baisse des ventes de bio est prévue en boulangerie sont les Hauts-de-France et l'Île-de-France.

Attentes en matière de communication

À propos des attentes des boulangers en matière de communication et d'information sur les produits bio vendus, 29% des interrogés misent sur le bouche à oreille, tandis que 20% privilégieraient une communication qu'ils réaliseraient eux-mêmes via leurs réseaux sociaux, ou en physique (publicités à afficher sur les vitrines, ou publicités faites par les pouvoirs publics localement, communication auprès des restaurateurs). D'autres attentes sont également relevées, telles qu'une meilleure information sur la traçabilité des produits bio commercialisés. Aussi, 9% des répondants souhaiteraient la mise en place de campagnes de communication valorisant les bienfaits du bio. Enfin, 4% des sondés évoquent le besoin d'une dynamique des pouvoirs publics, des partenariats avec des associations sportives, des prix plus attractifs, ou proposent même que les collectivités s'approvisionnent directement en boulangerie (pour la restauration collective ?). Une minorité souhaite également qu'un organisme soit créé pour diffuser de l'information sur les produits bio vendus en boulangerie.

Figure 51 - Attentes des boulangers en matière de communication et d'information sur les produits bio en boulangerie



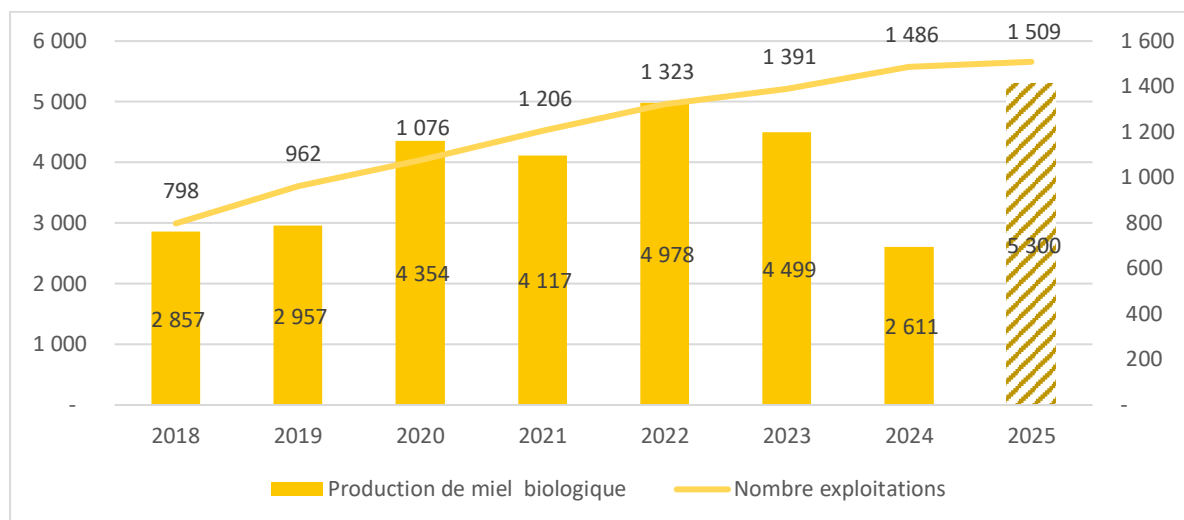
Source : Elaboration AND-I pour Agence BIO 2026 (n=93)

3.10 FOCUS APICULTURE

3.10.1 PRODUCTION

La production française de miel biologique est le fait de 1 492 producteurs (+8%) pour un total de 265 140 ruches (+7%) en 2024.

Figure 52 : Evolution du nombre de ruches et du nombre d'apiculteurs biologiques et/ou en conversion



Source : Agence BIO et FranceAgriMer, estimation pour 2025

En 2024, la production de miel biologique s'établissait à environ 2611 t d'après FranceAgriMer (Observatoire de la production de miel, 2025). Nous pouvons estimer une production nationale de 5300 t en 2025 sur la base d'un rendement moyen 2018-2024.

3.10.2 IMPORTATIONS PROVENANT DE PAYS TIERS

Les importations en provenance des pays tiers sont relativement limitées. Celles-ci ont atteint 212 tonnes en 2025, soit une hausse de 32,6%.

3.10.3 CONSOMMATION

La consommation de miel a pu être estimée en volume pour l'année 2024 à partir des données Circana et de l'observatoire de FranceAgriMer. Le marché du miel biologique s'élèverait à près de 4900 tonnes pour une valeur total d'environ 69,3M 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 53 : Estimation des ventes de miel biologiques par circuit en volume et en valeur en 2024

Ventes au détail en volume et valeur	Volume		Valeur	
	En tonnes	Part de marché en %	En M EUR	Part de marché en %
GMS	2 274	46%	31,2	45%
Magasins spécialisés biologiques	710	14%	9,8	14%
Vente directe	1 790	37%	26,9	39%
Artisans	100	2%	1,4	2%
Total	4 900	100%	69,3	100%

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

Sur 2025, les ventes de miel de biologique en GMS ont diminué de 0,7% en valeur mais ont progressé de 1,6% en volume.

[TABLE DES TABLEAUX]

Tableau 1 : Évolution des ventes par circuit en millions d'euros courant TTC au stade détail depuis 2022	4
Tableau 2 – Évolution des parts de marché des différents formats dans la valeur des ventes des aliments bio à poids fixe au sein du circuit GMS.....	8
Tableau 3 -Valeur des ventes par famille de produits de 2023 à 2025, parts de marché pour chaque famille de produits et évolution en valeur	15
Tableau 4 : Evolution en valeur par couples circuits/famille de produits entre 2024 et 2025	17
Tableau 5 – Profil de gamme des circuits en 2025 en % de la valeur des ventes et principales familles (en vert)	18
Tableau 6 - Les circuits de distribution des gammes en 2025 en valeur et premiers circuits (en vert).....	19
Tableau 7 – Valeur des ventes par produits et par circuits 2025.....	20
Tableau 8 : Evolution des ventes de produits MDD PGC FLS en GMS.....	21
Tableau 9 – Évolution des prix au détail et des volumes en 2025.....	22
Tableau 10 – Estimation de la valeur des importations 2025 au prix de gros.....	27
Tableau 11 – Estimation de la valeur des exportations 2025 au prix de gros HT	28
Tableau 12 : Estimation de la valeur des achats de produits alimentaires biologiques dans la restauration hors domicile	30
Tableau 13: Valeur des achats de produits alimentaires biologiques en RHD par famille et par circuit au stade de gros.....	32
Tableau 14 – Evolution des emplois dans l'aval des filières bio de 2024 à 2025 en milliers d'ETP.....	35
Tableau 15 – Coefficients de consommation par circuit selon les régions administratives	36
Tableau 16 – Valeur des marchés bio par circuit selon les régions administratives.....	37
Tableau 17 – Valeur des marchés bio par circuit et par habitant selon les régions administratives.....	38
Tableau 18 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2025 Erreur ! Liaison incorrecte. Source : AND-International 2026 d'après IRI, Circana, Bioanalytics INSEE et Agence BIO – NB : série révisée à partir de 2021 pour la vente directe et les artisans et 2022 pour l'ensemble des circuits	39
Tableau 19 :Taux de pénétration de l'alimentation bio par catégorie de produits de 2023 à 2025 en euros courants	45
Tableau 20 :Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 30%	49
Tableau 21 Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 20% et inférieure à 30%	49
Tableau 22 : Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 15% et inférieure à 20%	50
Tableau 23 Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 10% et inférieure à 15%.....	51
Tableau 24: Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 4% et inférieure à 10%	51
Tableau 25 Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 2% et inférieure à 4%.....	52
Tableau 26 :Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 1% et inférieure à 2%.....	53
Tableau 27 :Catégories de produits dont la part BIO / Total est supérieure à 0,1% et inférieure à 1%	54
Tableau 28 - Bilan pour les principales régions viticoles (récolte 2024).....	65
Tableau 29 - Estimation des ventes de vin bio en 2025 par circuit et type d'acteur en volume (1 000 hl) et valeur (million EUR HT départ chais).....	67
Tableau 30 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2025 par circuit en valeur (M EUR TTC au stade de détail).....	68
Tableau 31 - Evolution des transactions de vin bio entre 2020/2021 et 2024/2025 en France	69
Tableau 32 – Evolution du prix vrac pour l'IGP Pays d'Oc en EUR/hl.....	69

Tableau 33 - Évolution des transactions vrac entre 2018/2019 et 2024/2025 pour les Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours).....	70
Tableau 34 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2022	70
Tableau 35 - Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à l'ensemble de la filière vin en France.....	71
Tableau 36 - Répartition des ventes en volume sur le marché français – Nombre de bouteilles consommées pour 10 bouteilles vendues.....	71
Tableau 37 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2025	72
Tableau 38- Chiffre d'affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio en grande distribution	74
Tableau 39 - Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché et évolutions.....	76
Tableau 40 - Évolution de la part d'origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2015 à 2025.....	80
Tableau 41 - Collecte de céréales bio et C2 depuis la campagne 2018/2019 en tonnes	82
Tableau 42 : Déclassements BIO et C2.....	83
Tableau 43 - Importations et introductions des 4 céréales principales depuis la campagne 2018/2019 en tonnes.....	84
Tableau 44 - Importations de céréales directement depuis les pays tiers depuis 2018 en tonnes.....	84
Tableau 45 : Exportations et expéditions des 4 céréales bio principales en tonnes.....	85
Tableau 46 : Balance exports-imports des 4 céréales bio principales en tonnes.....	85
Tableau 47 - Utilisations de céréales Bio et C2 par les FAB en années campagne.....	86
Tableau 48 - Utilisations de céréales Bio en meunerie en année campagne.....	86
Tableau 49 - Bilan emploi ressources grains et farine de blé tendre bio en année civile	87
Tableau 50 - Évolution des prix des produits alimentaires composés principalement de farine en GMS.....	89
Tableau 51 - Collecte d'oléagineux et de protéagineux bio et C2 sur les 6 dernières campagnes en tonnes.....	89
Tableau 52 : Importations de graines d'oléoprotéagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes	91
Tableau 53 : Importations de tourteaux d'oléagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes.....	91
Tableau 54 : Importations directes d'huiles bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes	92
Tableau 55 : Consommation de légumes secs bio par les ménages depuis 2023	93
Tableau 56 : Évolution de la consommation d'huile bio au stade détail en tonnes depuis 2023	93
Tableau 57 : Protéagineux bio mis en œuvre en alimentation animale depuis 2021/2022 en tonnes.....	94
Tableau 58 - Evolution du cheptel de vaches de laitières certifiées bio et en conversion en nombre de têtes.....	97
Tableau 59 - Evolution des ventes bio en GMS 2024 selon CIRCANA.....	98
Tableau 60 - Evolution des ventes de fromages bio en GMS 2025 selon CIRCANA.....	99
Tableau 61 - Prix du lait bio longue conservation dans les différents types de GMS selon Circana.....	102
Tableau 62 - Evolution des volumes fabriqués : lait et produits laitiers bio en millions litres ou 1000 tonnes.....	103
Tableau 63 - Echanges de produits laitiers bio : estimations – en millions d'euros.....	104
Tableau 64 : Les abattages de volaille biologiques de 2010 à 2025.....	107
Tableau 65 : Evolution comparée en indice des productions d'aliment pouleuse, des effectifs, de la production d'œufs bio – base 100 en 2015	109
Tableau 66 : Estimations des quantités d'œufs coquille par type de débouché.....	109
Tableau 67 : Évolution du prix de l'œuf bio aux grossistes et détail	110
Tableau 68 - Evolution du nombre de tête et tonnage de bétail bio abattus en France de 2022 à 2025	111
Tableau 69 - Part du bio dans les abattages nationaux d'animaux de boucherie en 2025.....	112
Tableau 70 - Circuits de distribution de la viande bio en France de 2021 à 2025.....	114

Tableau 71 : Production aquacole biologique en France (en tonnes)	119
Tableau 72 : Tableau récapitulatif (CA estimé 2025 en millions d'euros) par circuit et principales espèces	121
Tableau 73 - Estimation des volumes de fruits utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	123
Tableau 74 - Estimation des volumes de farine utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	124
Tableau 75 - Estimation des volumes de sucre utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	125
Tableau 76 - Estimation des volumes de légumes utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	126
Tableau 77 - Estimation des volumes de semoule utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	127
Tableau 78 - Estimation des volumes de viandes biologiques utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	127
Tableau 79 - Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agro-alimentaires en tonnes en 2025	128
Tableau 80 - Estimation des volumes d'œuf utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	129
Tableau 81 - Estimation des volumes de beurre utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	129
Tableau 82 - Estimation des volumes de malt utilisés par l'industrie en France en 2025 en tonnes	130
Tableau 83 - Estimation des volumes des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire	130
Tableau 84 : Estimation du chiffre d'affaires de l'activité biologique en boulangerie-pâtisserie (10.71C) en 2025	134

[TABLE DES FIGURES]

Figure 1: Evolution de la répartition des ventes de produits biologiques par circuits et formats GMS en % depuis 2021.....	6
Figure 2 : Répartition des ventes de produits alimentaires biologiques par circuit et format GMS en 2025 en % et évolution 25/24 en points.....	7
Figure 3– Répartition des ventes en valeur par grandes familles de produits et évolution 2025/2024 en points	9
<i>Figure 4: Indice mensuel d'activité dans la restauration (INSEE, base 100 en 2021).....</i>	<i>29</i>
<i>Figure 5: Le marché des denrées bio en restauration hors domicile par grandes familles de produit (part du marché total en valeur) -la restauration collective représentant 62% du marché et la restauration commerciale 38%.....</i>	<i>32</i>
Figure 6 – Evolution des emplois dans l'aval des filières bio de 2020 à 2025 en milliers d'ETP	34
Figure 7 – Les dépenses apparentes par habitant et par région administrative 2025 en EUR/habitant	39
Figure 8 : Part de marché des aliments biologiques auprès des ménages français depuis 2010 en %	41
Figure 9 : Comparaison des ventes des indices de progression des ventes alimentaires bio et générales 100 = 2006 et part de marché bio.....	46
Figure 10 : Contribution de l'évolution des ventes de produits alimentaires bio dans l'évolution de la consommation générale.....	47
Figure 11 : Comparaison des dépenses alimentaires nationales et biologiques par familles de produits en 2025	48
Figure 18 - Schéma de filière : récolte 2024 et commercialisation 2025	64
Figure 19 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2025	66
Figure 20 – Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2025 (base 100=2012)	72
Figure 12: Evolution du chiffre d'affaires de légumes biologiques par circuit et taux d'évolution annuel en GMS et MSB depuis 2025.....	78
Figure 12: Evolution du chiffre d'affaires de fruits biologiques par circuit et taux d'évolution annuel en GMS et MSB depuis 2025.....	79
Figure 13 : Évolution de la collecte de céréales biologiques et C2 en tonnes.....	83
Figure 14 – Évolution prix du blé meunier biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021	88
<i>Figure 15: Évolution de collecte d'oléagineux et protéagineux biologiques et C2 en tonnes.....</i>	<i>89</i>
Figure 16 - Évolution prix du soja biologique et conventionnel départ OS en EUR/t en France depuis 2021	94
<i>Figure 17 - Fabrication d'aliments pour animaux de ferme biologiques depuis 2015.....</i>	<i>95</i>
Figure 21 – Collecte mensuelle de lait bio de 2020 à 2025 en milliers de litres	96
Figure 22 – Prix mensuel moyen réel du lait bio au stade agricole de 2020 à 2025 (EUR / 1000 l).....	99
Figure 23 – Prix mensuel moyen réel du lait bio, du lait conventionnel et de la moyenne tous laits moyenne au stade agricole de janvier 2021 à mars 2026 (EUR / 1000 l).	100
Figure 24 – Prix TTC du litre de lait ½ écrémé UHT bio et conventionnel de 2022 à 2024 – Bouteille plastique.....	101
Figure 30 : Évolution de la production d'aliment composé biologique pour volailles (2015-2025).....	105
Figure 31: Evolution comparée en indice des productions d'aliment, des effectifs, des mises en place et des abattages de volailles de chair bio – base 100 en 2015	107
Figure 25 : Evolution des ventes de viande biologique par espèce en TEC depuis 2018	113
Figure 26 : Evolution des ventes de viande biologique par circuit en TEC depuis 2018.....	113
Figure 27 - Evolution des débouchés de la viande bovine biologique, en TEC.....	115
Figure 28 - Evolution des débouchés de la viande ovine biologique, en TEC.....	115

Figure 29 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2018 à 2025 en euros par kilogramme – données hebdomadaires.	116
Figure 32 : Evolution du nombre de boulangeries notifiées en AB depuis 2019.	132
Figure 33 - Répartition des répondants par région (450 répondants)	133
Figure 34 - Répartition par classe de chiffre d'affaires des répondants de l'enquête (450 répondants)	133
Figure 35 - Commercialisation de pain et / ou des produits de boulangerie certifiés biologiques par boulangerie (450 répondants)	135
Figure 36 - Principales raisons évoqués par les interrogés expliquant l'absence de commercialisation de produits bio en boulangerie.	135
Figure 37 - Principales raisons évoqués par les interrogés motivant leur commercialisation de produits bio en boulangerie.	136
Figure 38 - Répartition des boulangers par chiffre d'affaires des ventes bio	137
Figure 39 - Répartition des boulangers selon la part du bio dans le chiffre d'affaires 2025	137
Figure 40 - Comparaison de la structure de chiffre d'affaires : échantillon total et boulangeries faisant du bio	138
Figure 41 - Evolution des ventes de produits biologique en boulangerie entre 2024 et 2025, en valeur	139
Figure 42 - Evolution moyenne des ventes de produits bio en boulangerie entre 2024 et 2025, en valeur, par catégorie de chiffre d'affaires total	139
Figure 43 - Explication de la hausse des ventes de produits bio en boulangerie entre 2024 et 2025 (37 répondants)	140
Figure 44 - Explication de la baisse ou la stabilité des ventes de produits bio en boulangerie entre 2024 et 2025 (56 répondants)	140
Figure 45 - Part des boulangers ayant connaissance de l'origine des farines biologiques utilisées.	141
Figure 46 - Proportion de farines biologiques d'origine France en pourcentage du total des farines utilisées par les artisans (74 répondants)	141
Figure 47 - Perspectives d'évolution pour 2026 pour l'ensemble de l'activité des boulangeries vendant une partie de leurs produits en bio.	142
Figure 48 - Perspectives d'évolution pour 2026 pour le bio vendu dans les boulangeries qui en commercialisent	142
Figure 49 - Perspectives d'évolution pour 2026 pour le bio, selon la part de produits bio dans le chiffre d'affaires des boulangers interrogés.	143
Figure 50 - Attentes des boulangers en matière de communication et d'information sur les produits bio en boulangerie.	144
Figure 51 : Evolution du nombre de ruches et du nombre d'apiculteurs biologiques et/ou en conversion.	145
Figure 52 : Estimation des ventes de miel biologiques par circuit en volume et en valeur en 2023	146



ALIMENTER *DEMAIN*