

BAROMÈTRE : MORAL DES TRANSFORMATEURS BIO

Résultats complets

Septembre 2026



BAROMÈTRE MORAL DES TRANSFORM ATEURS BIO

I. METHODOLOGIE

II. PROFIL DES ENTREPRISES RÉPONDANTES

III. SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS

1. DYNAMIQUE ACTUELLE ET MORAL

2. SITUATION ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

3. STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT 2026

4. APPROVISIONNEMENTS

5. ENGAGEMENT EN BIO : MOTIVATIONS ET FREINS

6. VISION SUR LA FILIÈRE ET POLITIQUE PUBLIQUE DE SOUTIEN

ANNEXES



I. MÉTHODOLOGIE ET PONDÉRATION

Méthodologie d'enquête

📌 Base totale : 1 122 répondants

- Terrain 21 avril au 31 mai 2026
- Contact par mail des 14 176 transformateurs bio par l'Agence Bio
- 5 relances au total (+ mail d'invitation)

📌 Base apurée : 874 répondants

- Retrait des répondants incomplets

📌 Base finale redressée : 874 répondants

- 6 Variables de redressement :
 - Ancienneté d'engagement dans le bio
 - Critère de mixité
 - Région recodée en 9 (Nord, Centre-Ouest, IDF, Est, Auvergne Rhône Alpes, Nouvelle Aquitaine, Occitanie, PACA Corse, DROM)
 - Tranche d'effectifs (Moins de 10 salariés, entre 10 et 49 salariés, plus de 50 salariés)
 - Catégorie d'entreprise (PME, ETI, GE)
 - Classification (Artisans-commerçants, Commerce de gros, entreprise transformation Agro-alimentaire)



Redressement

Redressement par les variables issues de la base Insee

- Ancienneté d'engagement dans le bio, Critère de mixité, Région, Tranche d'effectifs, Catégorie d'entreprise, Classification
- Quelques valeurs manquantes pour les entreprises ayant répondu au questionnaire
- Nous avons donc procédé à un comblement des valeurs manquantes par d'autres variables
- PME/ETI/GE manquait (n=110) , nous l'avons complété à partir de :
 - L'auto-positionnement en PME/ETI/GE dans la réponse au questionnaire
 - Sinon, la tranche de la taille d'effectif du questionnaire
 - Sinon, la tranche de la taille d'effectif de l'Insee
- Région (n=15) remplacée par :
 - La région du siège social
- Tranches d'effectif (n=7) remplacées par
 - L'auto-positionnement dans la réponse au questionnaire



Lecture et interprétation des résultats principaux

Les résultats sont arrondis au point de pourcentage près

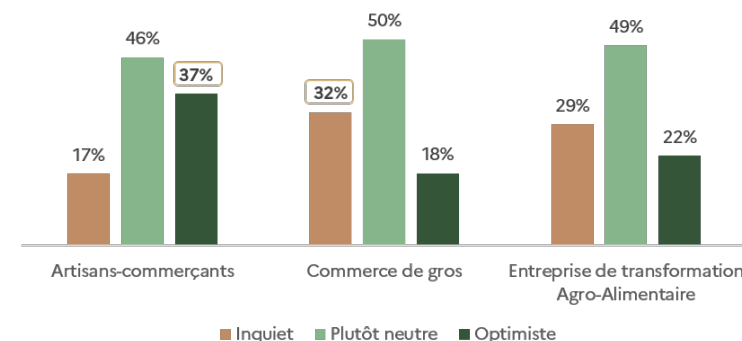
Des tests statistiques ont été réalisés sur les tris croisés, afin de déterminer si la réponse à une question pour un type d'entreprises est différente des autres types (z-tests)

Les résultats commentés dans ce document ne concernent que les différences significatives à 5 % (sauf mention contraire)

Ils sont aussi indiqués sur les graphiques par un encadré autour du chiffre différent des autres : dans le graphique de droite, les artisans-commerçants sont plus souvent optimistes que les deux autres types de transformateurs

Pour des raisons d'effectif, il n'a pas toujours été possible de déterminer si un groupe d'entreprise donnait des réponses différentes des autres, en particulier si le nombre d'individus de ce groupe est inférieur ou égal à 30

Quel est votre état d'esprit lié à l'activité bio est aujourd'hui :



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Méthodologie des régressions (1/2)

 **L'objectif est d'identifier les caractéristiques des entreprises qui sont associées au niveau de**

- Fierté exprimée d'être en agriculture biologique
- État d'esprit pour du développement de la bio dans les 5 ans (pessimiste > optimiste)
- Confiance en la politique publique de soutien à l'agriculture biologique
- Satisfaction vis-à-vis de la communication autour du bio

afin de comprendre quels facteurs contribuent le plus à expliquer les différences de score observées entre les entreprises

 **La régression linéaire permet une analyse « toutes choses égales par ailleurs » et distingue l'effet spécifique de chaque variable**

- Distinguer l'effet de chaque variable considérée : caractéristiques de l'entreprise, état d'esprit (voir variables incluses page suivante)

Méthodologie des régressions (2/2)

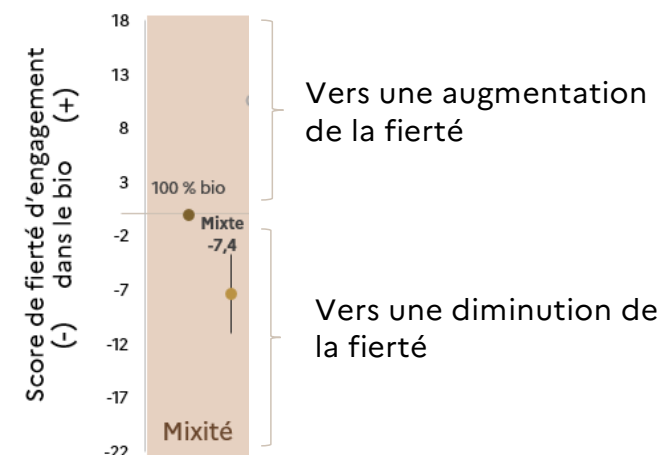
Etape initiale : un groupe de variables explicatives, identique pour les 4 variables de curseurs étudiées

- Caractéristiques : Classification groupe (Artisans-commerçants, Commerce de gros, Entreprise de transformation Agro-alimentaire), Mixité, Catégorie d'entreprise (ETI, PME, GE), Région recodée selon AB, Ancienneté dans le bio, Tranche d'effectifs
- Dynamique des ventes dans le bio, Approvisionnements origine régionale, Approvisionnements origine France, les motivations à s'engager dans le bio, certains clients (> de 20 % des transformateurs ont pour clients)

Etape intermédiaire : sélection des variables selon le critère BIC (les variables non retenues par le BIC ne figurent donc pas dans les analyses suivantes)

Etape finale : visualisation et interprétation des résultats

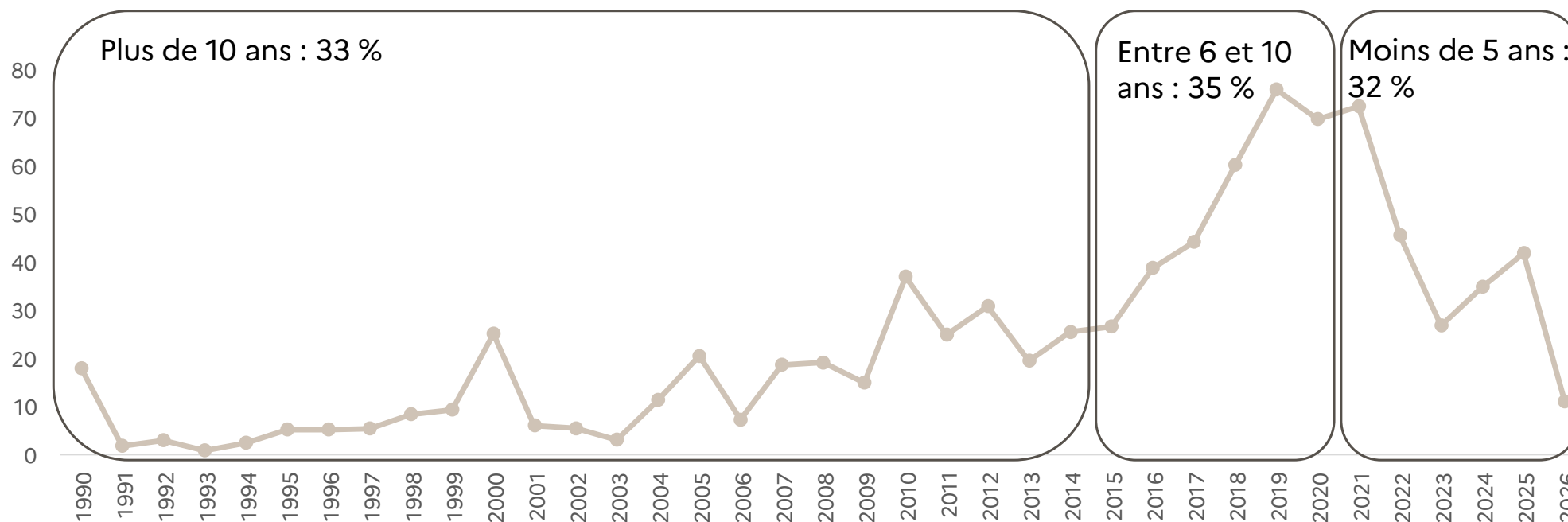
- Les variables sur l'axe horizontal sont les modalités de référence (ici, entreprises 100 % bio)
- Les modalités de variables situées au-dessus de l'axe horizontal ont un score de fierté supérieur aux entreprises concernées par les modalités de références toutes choses égales par ailleurs (et inversement)
 - Les variables grisées ne sont pas statistiquement significatives contrairement à celles en gras.
 - Les barres noires verticales correspondent à la marge d'erreur à 5% : si elles coupent l'axe horizontal, l'impact mesuré pour la modalité n'est **pas significatif** (par rapport à la classe de référence)



II. PROFIL DES ENTREPRISES RÉPONDANTES

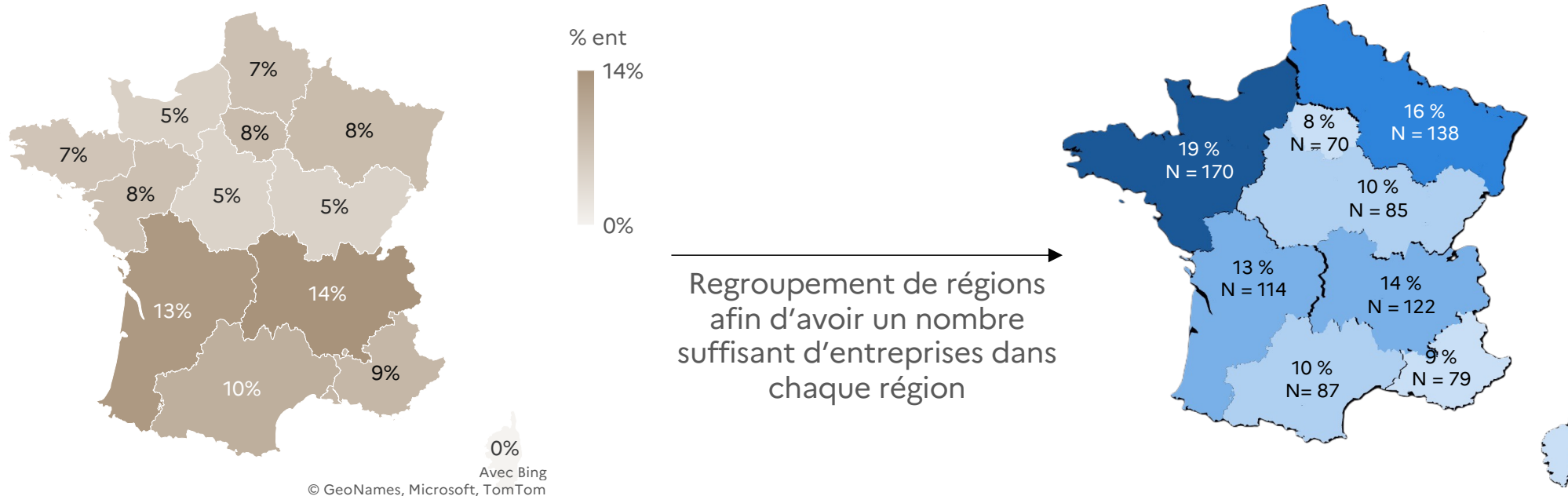
Un tiers d'entreprises engagées dans le bio depuis moins de 5 ans

Année d'engagement en agriculture biologique (déclaration des répondants)



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Plus d'entreprises transformatrices dans les régions du Sud de la France



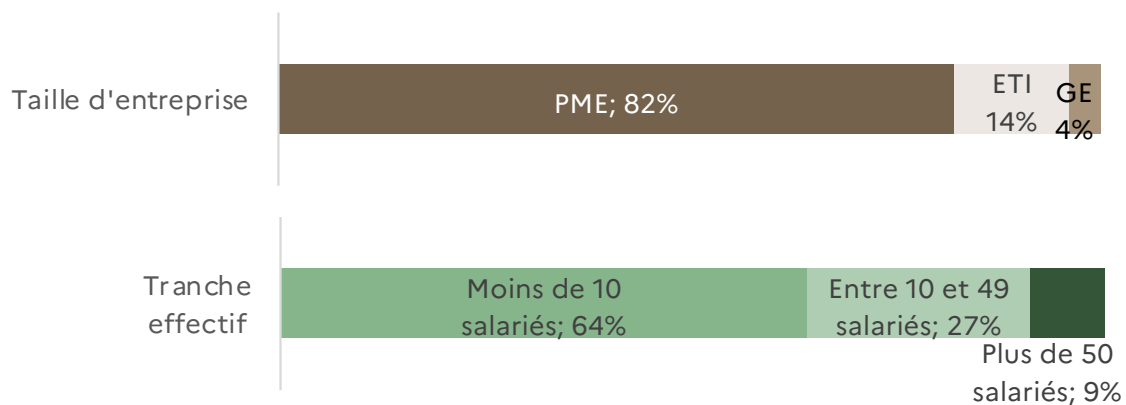
A gauche : Répartition des entreprises transformatrices ayant répondu à l'enquête selon les régions administratives

A droite : Répartition des entreprises transformatrices ayant répondu à l'enquête selon les régions recodées avec Nord Est (Hauts de France et Grand Est), Ouest (Bretagne, Normandie, Pays de la Loire), CVL et BFC (Centre Val de Loire et Bourgogne-Franche-Comté), Auvergne-Rhône Alpes, Nouvelle Aquitaine, Occitanie, PACA Corse, Ile-de-France

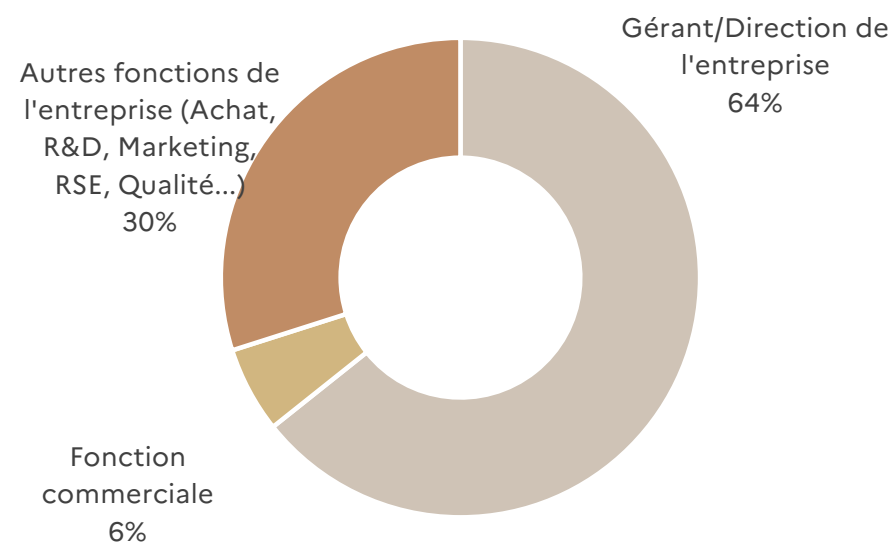
~ 1 % (Guadeloupe,
La Réunion)

Caractéristiques des entreprises interrogées

Taille de l'entreprise et nombre de salariés



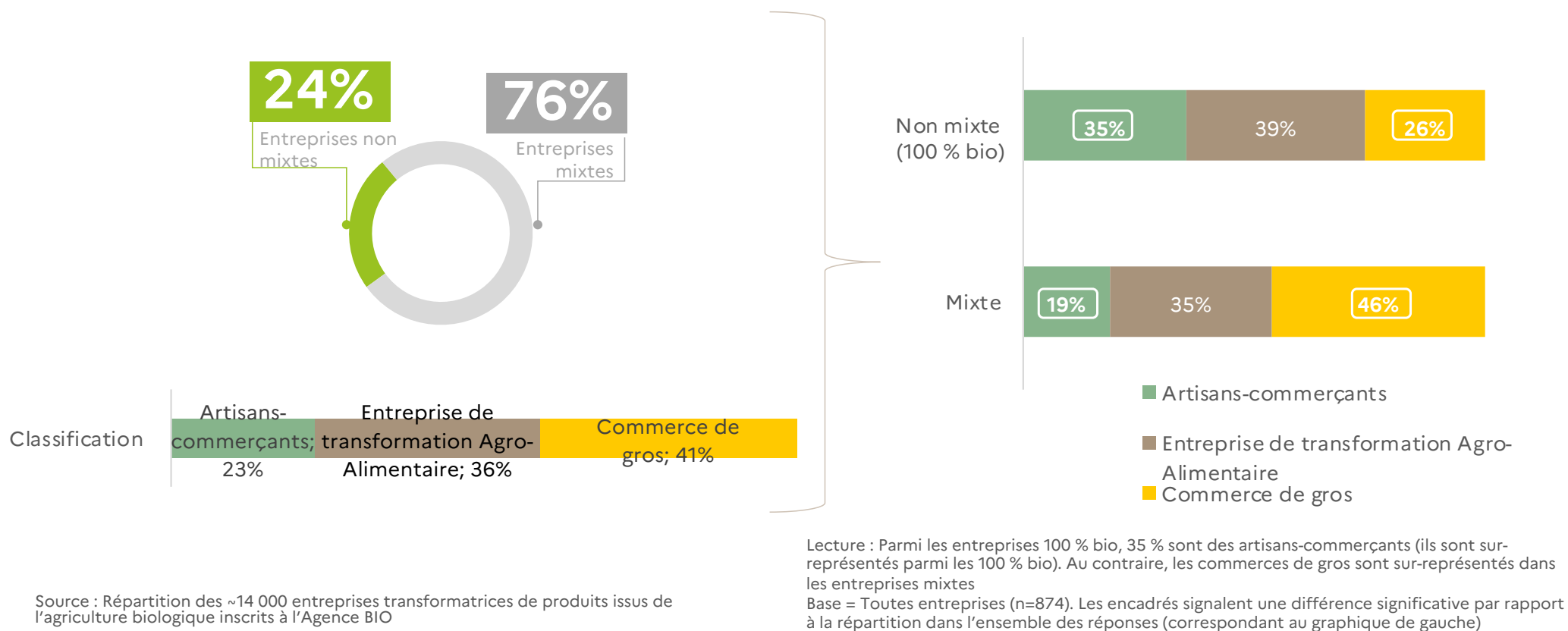
Fonction occupée par la personne qui a répondu



Source : Répartition des ~14 000 entreprises transformatrices de produits issus de l'agriculture biologique inscrits à l'Agence BIO

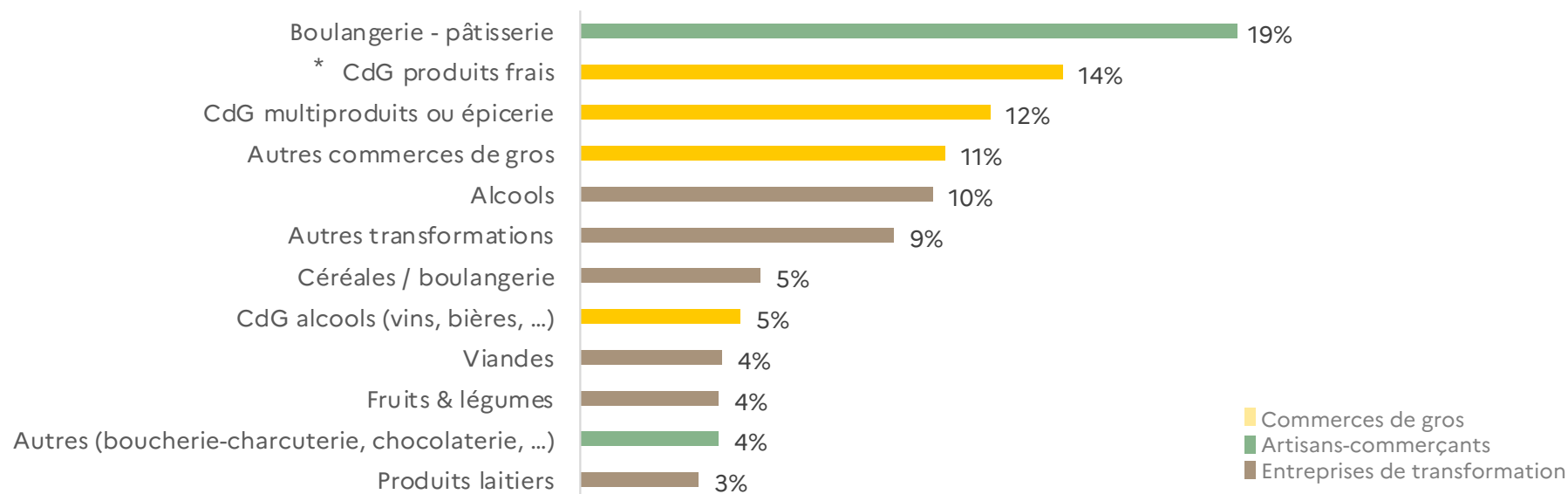
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Un quart d'entreprises transformatrices sont 100 % bio



La boulangerie/pâtisserie domine les artisans-commerçants

Répartition des entreprises par catégorie



*CdG : commerce de gros

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

III. SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS

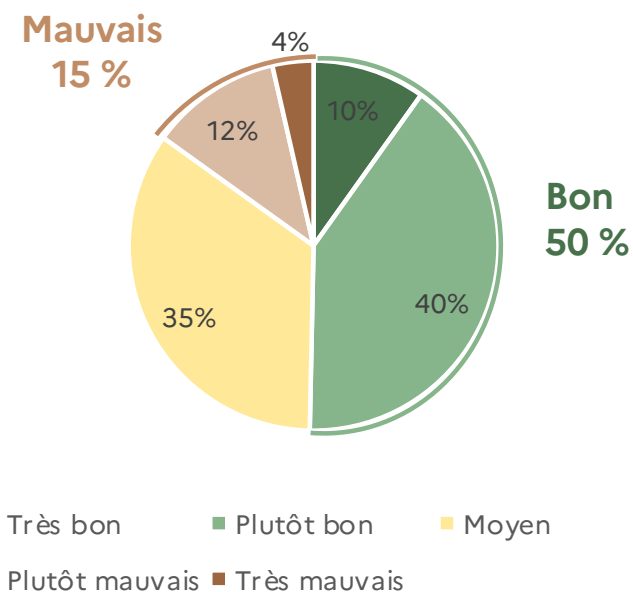
Dynamique actuelle et moral

Un moral plutôt bon

- 50 % des transformateurs qualifient le moral de leur entreprise comme bon ou très bon
- Les artisans-commerçants ont davantage le moral, sont davantage optimistes

Malgré un contexte tendu, un quart des transformateurs restent optimistes

- 40 % des transformateurs ressentent une baisse des ventes en 2026
 - Les entreprises mixtes d'autant plus touchées (43 %)
- 28 % des transformateurs sont inquiets pour leur activité bio, 24 % sont optimistes
 - Les commerces de gros sont plus inquiets (32 %)



Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

Situation économique de l'entreprise

Une part de bio variable dans les entreprises interrogées

- 25 % sont des entreprises exclusivement en bio
- Pour la majorité des entreprises à l'activité mixte, le bio ne représente qu'une faible part (moins de 20 % de l'activité pour 46 % du total des entreprises interrogées, soit pour 61 % des entreprises mixtes)

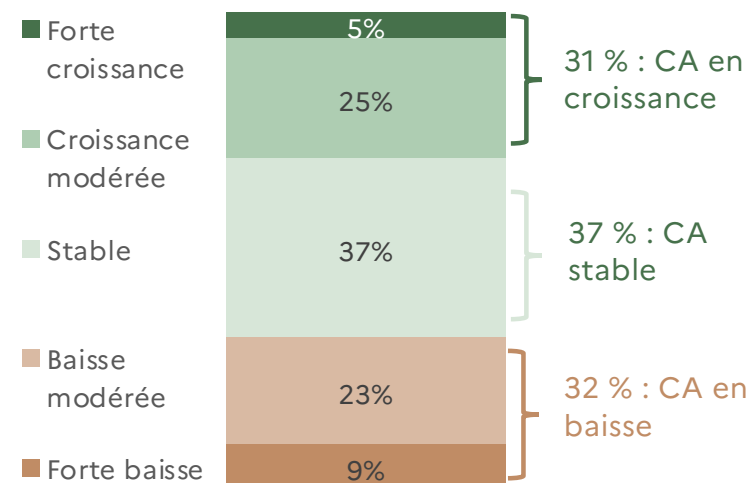
Des difficultés liées au contexte des dernières années

- Une dynamique 2024-2025 mitigée : presque 1/3 d'entreprises ayant un CA en baisse, 1/3 en hausse et 1/3 stable
- Depuis 2021, 47 % des entreprises ont vu leurs marges à la baisse

Perspectives : Des perspectives de maintien ou d'augmentation de l'activité en bio

- C'est particulièrement le cas des artisans-commerçants, dont les deux tiers souhaitent maintenir leur activité
- Une entreprise sur cinq souhaite augmenter leur part de bio dans leur activité : surtout celles ayant entre 20 et 50 % de leur CA actuellement en bio
- Une reprise de la demande motiverait 40 % des entreprises à augmenter leur activité bio

Quelle a été l'évolution de votre CA BIO 2025 vs CA BIO 2024 ?

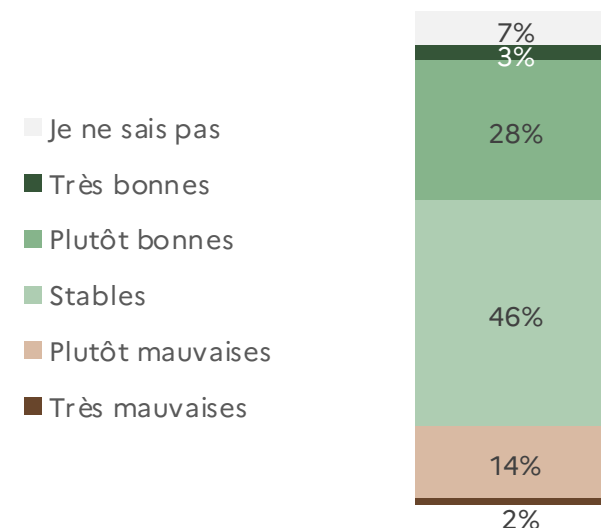


Stratégie et développement

Perspectives : Entre 30 et 40 % des entreprises prévoient un développement de leur entreprise

- 31 % des entreprises ont de bonnes perspectives de développement de leur entreprise en 2026, 53 % ont un développement prévu (extension de gamme, nouveau produit bio ou non bio)
- Un développement concentré sur les entreprises récemment entrées en bio, ou plus petites, ou en 100 % bio
 - Pour la majorité (80 %) ce développement est unique
- Un quart des entreprises souhaitent intégrer un nouveau label
 - Label RSE (7 %), Label d'ancrage local (7 %)
- 42 % des entreprises ont un projet d'investissement en 2026, 44 % ont lancé un nouveau produit en 2026
 - Nouvelle recette (19 %), nouvel ingrédient (15 %)

Quelles sont les perspectives de développement de votre entreprise sur 2026 ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

Approvisionnement

Une origine souvent diversifiée au-delà de la France

- Plus de 9 transformateurs sur 10 s'approvisionnent en France, un tiers seulement ont 100 % de leur approvisionnement Français
- 15 % des entreprises prévoient une augmentation de leur approvisionnement en France, 5 % prévoient des diminutions
- 21 % des entreprises s'approvisionnent dans la région

Une certaine pression ressentie de la part des distributeurs vis-à-vis des prix ou des approvisionnements (pour 59 %)

- 24 % ne ressentent aucune pression

Des difficultés d'approvisionnement concernant certains produits et de leur contexte

- 32 % des entreprises ont cité une difficulté d'approvisionnement
- Celles-ci concernaient des produits, des origines (producteur, local), ou des difficultés liées aux aléas climatiques

Avez-vous des difficultés d'approvisionnement pour une/des matières premières ou une/des origines ?



Engagement en bio

Une moitié d'entreprises transforment du bio par choix

- C'est une conviction pour eux, et une réponse à la demande des clients
- 53 % ressentent des difficultés vis-à-vis de cet engagement, y compris une remise en question (8 %)
- Ces difficultés sont notamment liées au prix des produits, et à la baisse de la demande des clients
- → l'aspect demande du client est primordial dans les deux cas

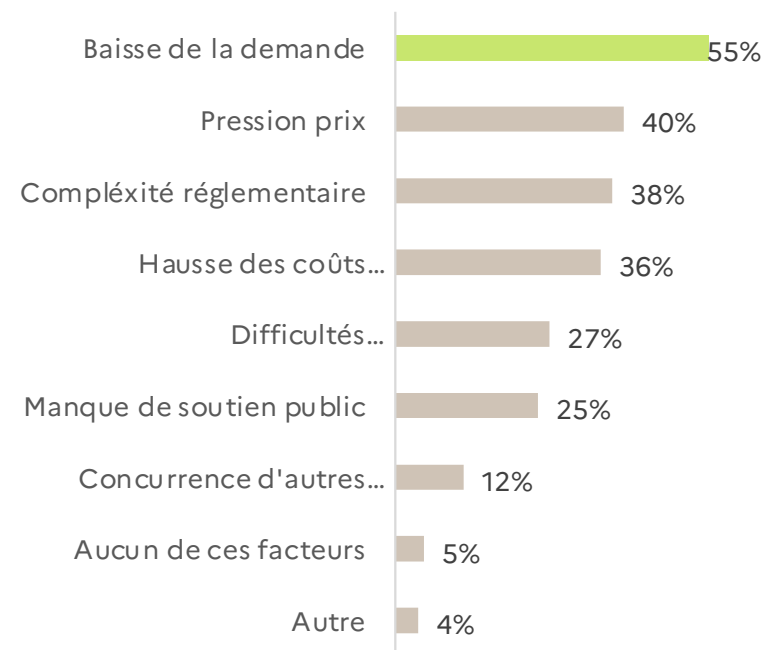
L'environnement domine l'engagement en bio (pour 56 %), puis la santé des consommateurs (pour 46 %)

- En parallèle, les résultats du baromètre consommateur montre que 33 % des consommateurs le font pour préserver leur santé, 12 % pour préserver l'environnement

Leviers et menaces de l'engagement en bio

- La baisse de la demande est perçue comme la première menace
- Seuls 12 % des transformateurs ne sont pas satisfaits de leur engagement dans le bio
- 70 % des transformateurs sont fiers d'être en AB

Selon vous, quels sont les facteurs qui pourraient remettre en question votre engagement en bio ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

Vision sur la filière et politique publique de soutien

Un accompagnement restreint à 56 % des transformateurs

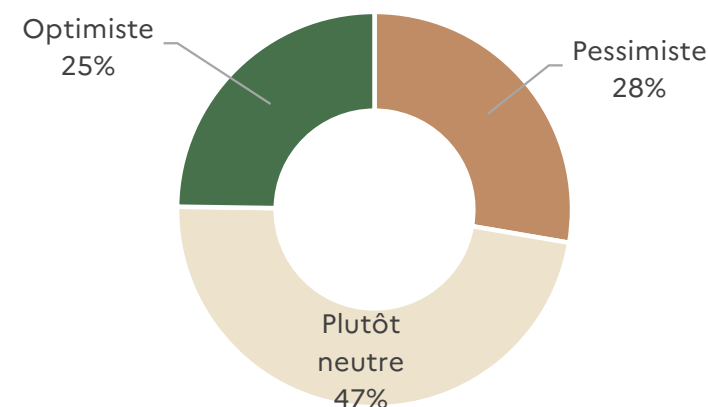
Peu de satisfaction et de confiance envers l'action publique

- Seules 9 % des entreprises sont satisfaites de la communication nationale autour du bio
- 62 % des entreprises sont peu confiantes sur les orientations de la politique publique de soutien à l'AB
- Malgré cela, 25 % de transformateurs sont optimistes, 28 % sont plutôt pessimistes sur le développement de la bio dans les 5 ans

Des besoins liés à la demande client

- Besoin d'une meilleure valorisation des prix, dans un contexte où l'attention au prix est forte chez le consommateur
- Besoin d'améliorer la connaissance des consommateurs, un moyen de leur faire comprendre les écarts de prix ?
- Besoin de campagnes de promotion du bio
- Besoin d'une simplification administrative

Quel est votre état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans :

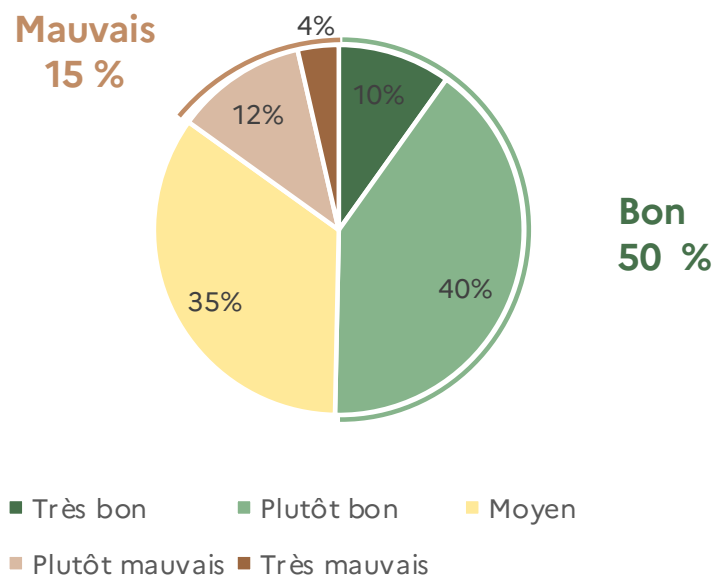


01

DYNAMIQUE ACTUELLE ET MORAL

Le moral en berne pour 15 % des entreprises

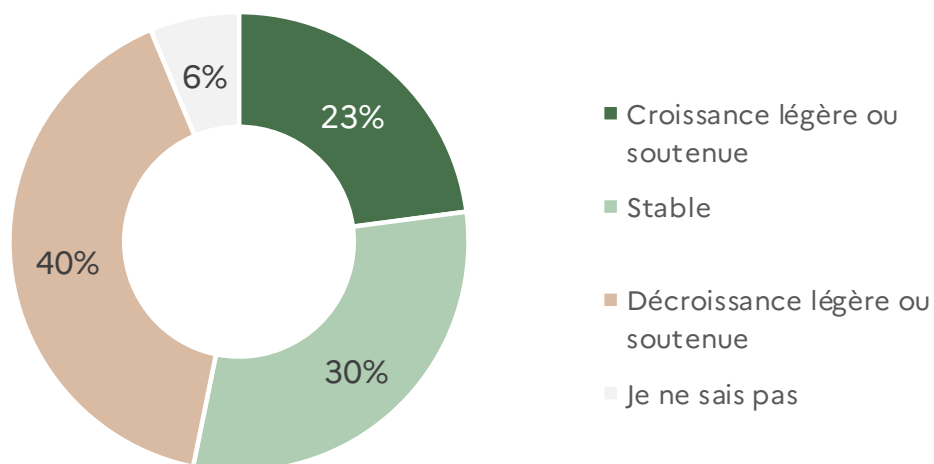
Globalement, comment qualifieriez-vous le moral dans votre entreprise
aujourd'hui ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

La dynamique des ventes est à la baisse pour 4 entreprises sur 10

En ce début 2026, quelle dynamique ressentez-vous au niveau des ventes BIO ?

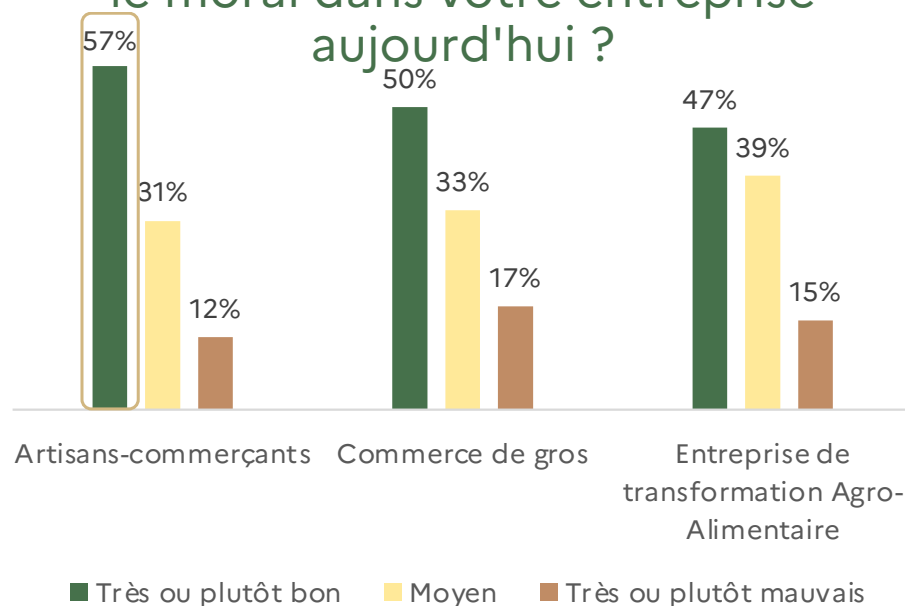


- Les entreprises 100 % bio (non-mixtes) ressentent davantage une croissance légère ou soutenue que la moyenne (33 %)
- À l'inverse, les entreprises mixtes déclarent davantage une décroissance légère ou soutenue (43 %)

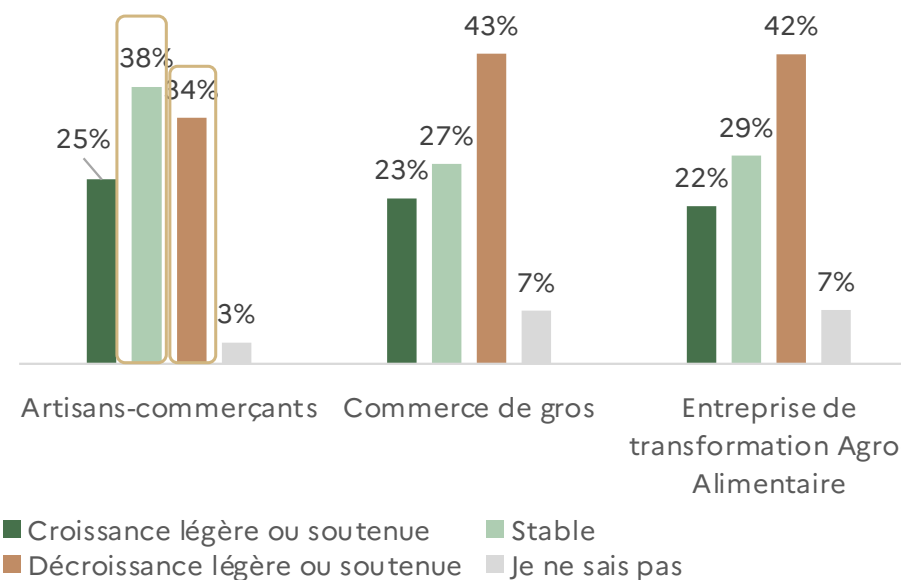
Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

Un meilleur moral et plus de stabilité chez les artisans

Globalement, comment qualifieriez-vous le moral dans votre entreprise aujourd'hui ?



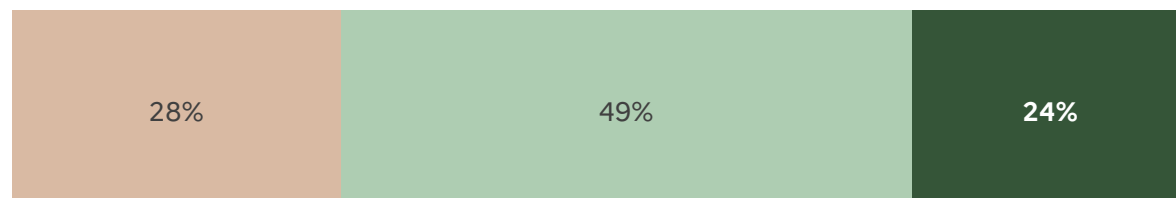
En ce début 2026, quelle dynamique ressentez-vous au niveau des ventes BIO ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

Davantage d'inquiets que d'optimistes

Quel est votre état d'esprit lié à l'activité bio aujourd'hui :



■ Inquiet ■ Plutôt neutre ■ Optimiste

Base : Toutes les entreprises (n=874)

La mention « inquiet » est attribué à une note de 0 à 33 sur 100, « Plutôt neutre » à une note de 34 à 66 sur 100 et « Optimiste » de 67 à 100 sur 100

Un quart des entreprises se déclarent plutôt inquiètes vis-à-vis de leur activité et un quart se disent optimistes

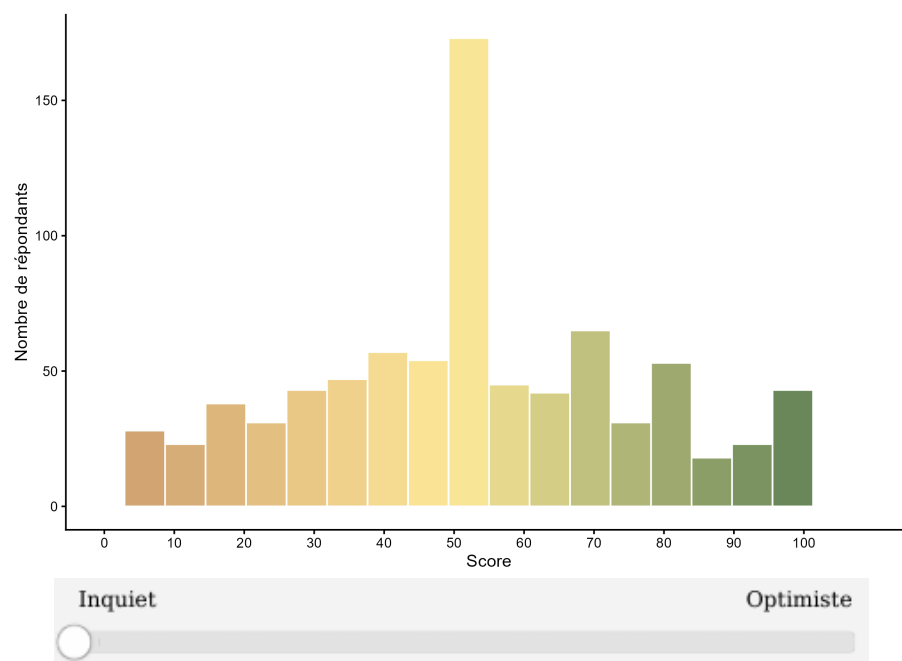
La note moyenne est de 48

Les **100 % bio** (non mixtes) s'avèrent plus optimistes que la moyenne (38 %)

Les **jeunes entreprises** (moins de 5 ans) sont plus optimistes (28 %), tandis que les intermédiaires semblent plus inquiètes (33 %) et les plus anciennes (plus de 10 ans) sont plutôt neutres (56 %)

Détails des réponses

Quel est votre état d'esprit lié à l'activité bio aujourd'hui :



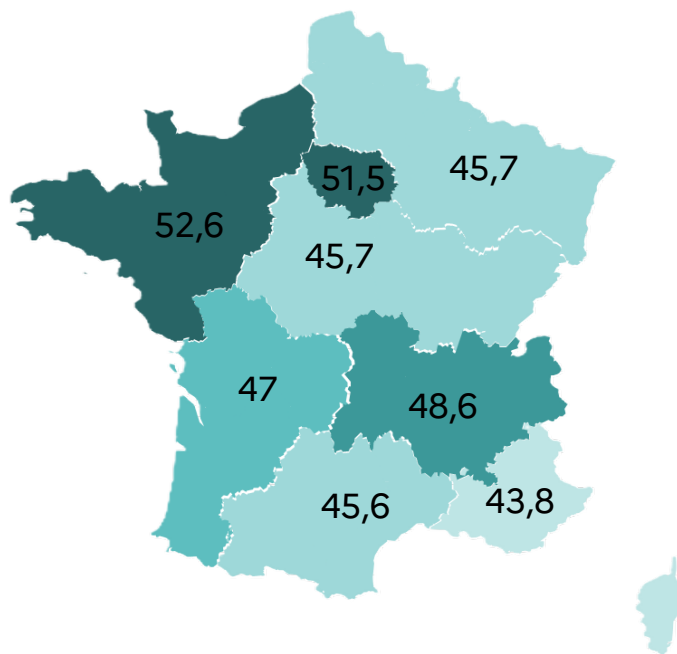
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Différences avec la moyenne (note de 48) significative :

- Artisans commerçants : 57
- 100 % bio : 53
- Centre-Ouest : 53
- Moins de 5 ans : 50
- Moins de 10 salariés : 49
- PME : 49
- Mixte : 46
- Commerce de gros : 45
- Entreprise de transformation : 45
- ETI : 40

Plus d'optimisme au Nord-Ouest et en Île-de-France

Note moyenne de l'état d'esprit lié à l'activité bio aujourd'hui :



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

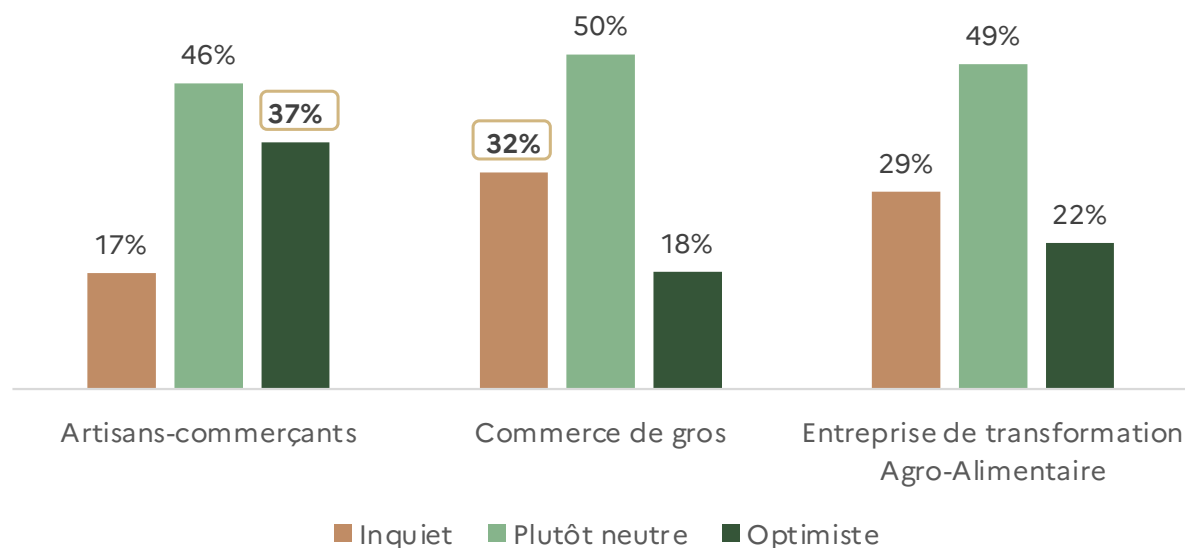
La note moyenne au niveau national est de 48

Cette note est significativement plus élevée dans les régions de l'ouest (Bretagne, Normandie, Pays de la Loire)

Pour les autres régions, l'écart n'est pas significatif

Les commerces de gros sont plus inquiets, les artisans plus optimistes

Quel est votre état d'esprit lié à l'activité bio est aujourd'hui :



Les artisans sont davantage optimistes que les commerces de gros ou les entreprises de transformation agro-alimentaire

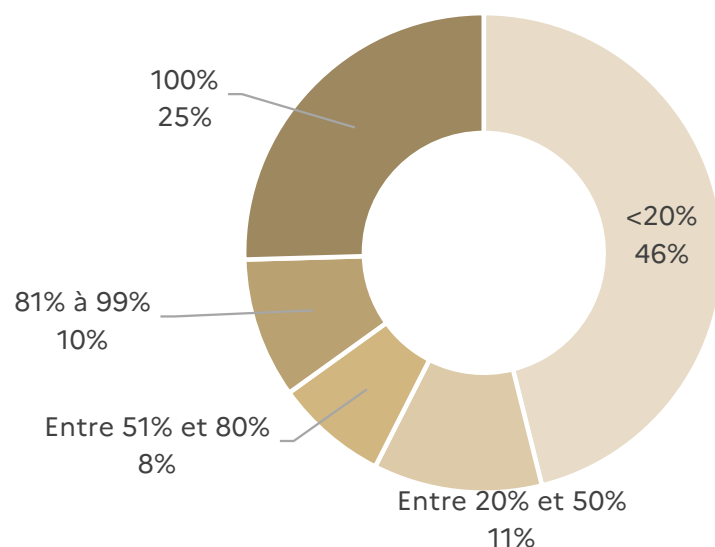
Ce sont aussi eux qui ont davantage le moral, et voient leurs ventes stables ou en croissance

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

02 SITUATION ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

Un quart d'entreprises 100 % bio

Quel est le pourcentage de bio dans votre chiffre d'affaires global ?



Selon les réponses au questionnaire, 25 % des agences ont une activité exclusivement bio.

Parmi les entreprises les plus jeunes, 47 % ont un CA à plus de 80 % bio

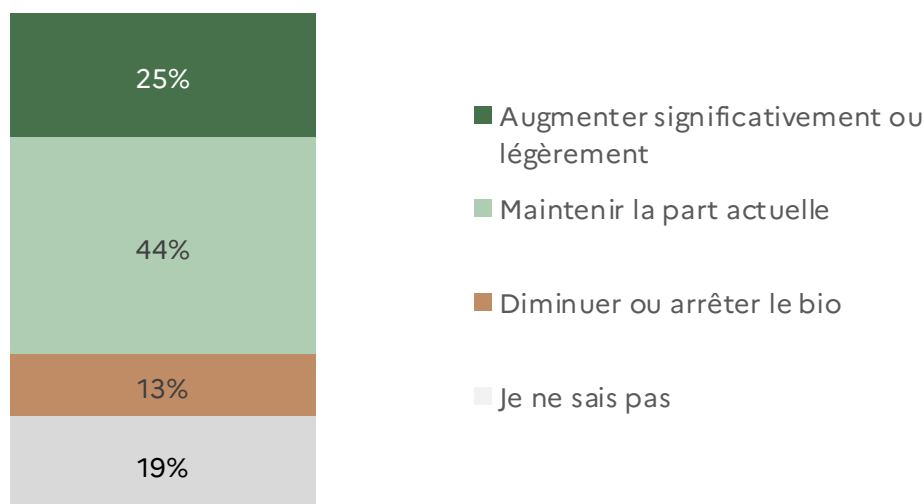
Parmi celles qui ont plus de 10 ans, la majorité (60 %) ont un CA bio inférieur à 20%

Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à réponse unique

Seules 13 % des entreprises envisagent de diminuer leur activité en bio

Au cours des 2 à 3 prochaines années, envisagez-vous de faire évoluer la part du bio dans votre activité ?

(Réponses des entreprises à l'activité mixte)



Une entreprise sur cinq n'étant pas en 100 % bio souhaite augmenter sa part de bio au cours des prochaines années

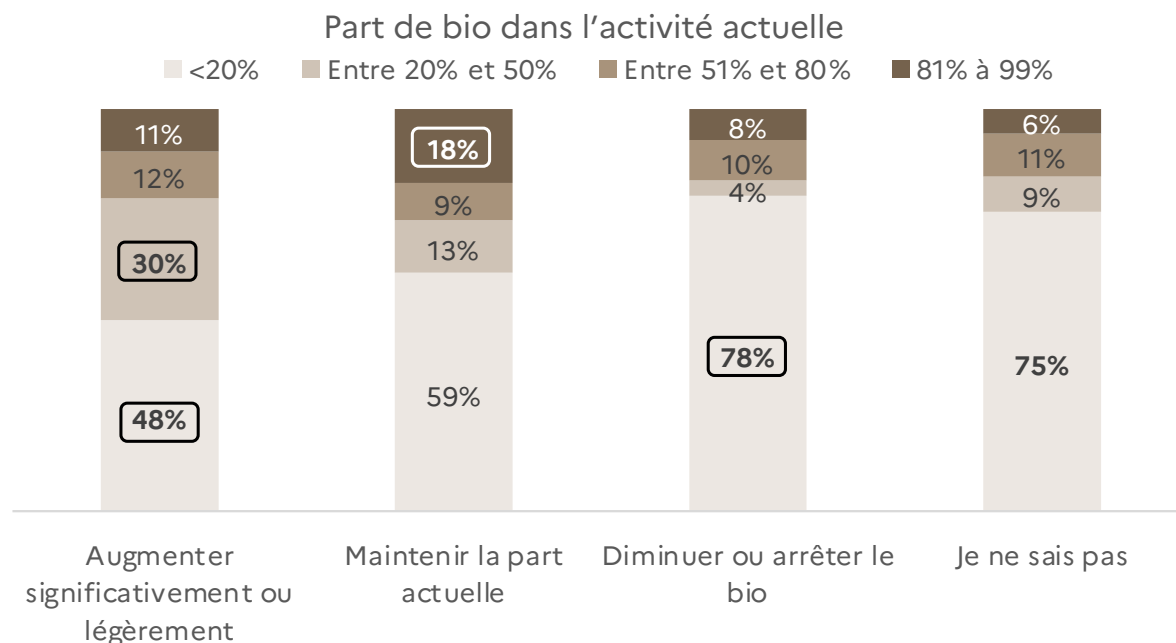
56 % des **artisans** souhaitent maintenir leur part de bio actuelle soit 14 pts de plus que la moyenne

Les entreprises engagées dans le bio depuis moins de 5 ans sont moins souvent dans l'optique de maintenir leur activité : elles sont davantage (mais NS) à vouloir augmenter ou diminuer/arrêter leur activité en bio

Base : Entreprises n'étant pas à 100 % bio (n=574), question fermée à réponse unique

Les entreprises souhaitant diminuer le bio sont celles en faisant le moins

Evolution de la part de bio envisagée dans les 2-3 prochaines années selon la part de bio initiale dans l'activité



Parmi les entreprises souhaitant faire augmenter leur part de bio, les entreprises ayant entre 20 et 50 % de leur CA en bio sont très présentes (30 % contre 11 % dans l'ensemble).

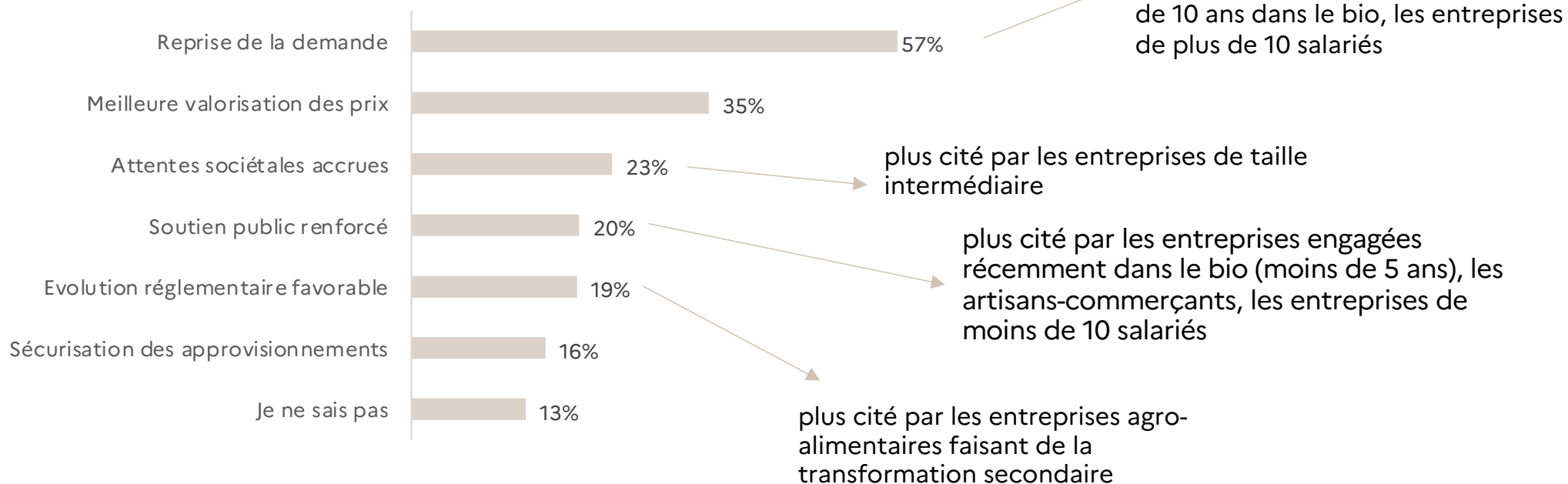
Au contraire, parmi les entreprises souhaitant diminuer ou arrêter le bio, les entreprises ayant <20 % de leur CA en bio sont sur-représentées (78 % contre 46 % dans l'ensemble)

Les entreprises (mixtes) ayant plus de 80 % de leur CA en bio souhaitent davantage que les autres maintenir leur part actuelle

Base : Entreprises n'étant pas à 100 % bio (n=574), question fermée à réponse unique

La reprise de la demande influencerait l'activité bio

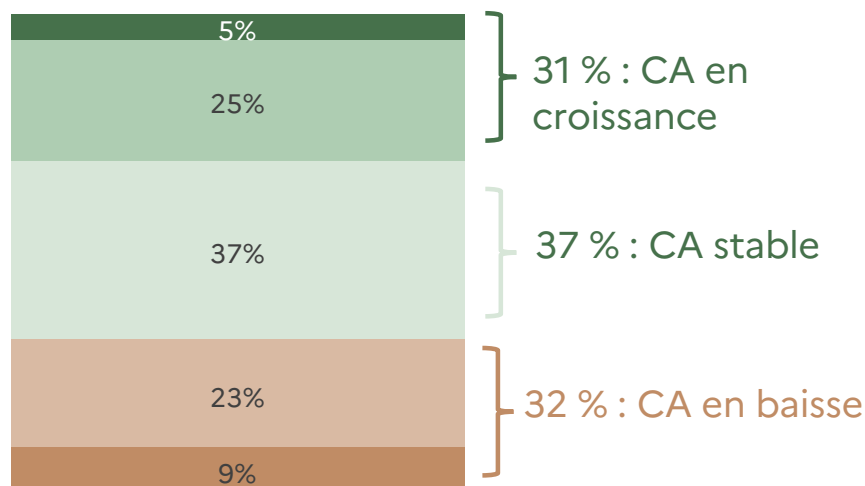
Quels facteurs influenceraient votre décision
d'augmenter la part du bio ?



Base : Entreprises n'étant pas à 100 % bio (n=574), 3 réponses maximum

Sur la période 2024-2025 : autant de baisses que de hausses du CA

Quelle a été l'évolution de votre CA BIO 2025 vs CA BIO 2024 ?



■ Forte baisse ■ Baisse modérée ■ Stable ■ Croissance modérée ■ Forte croissance

Ancienneté : Plus de croissance pour les jeunes entreprises

- Moins de 5 ans : croissance (39 %)
- Plus de 10 ans : baisse (38 %)

Effectif : plus de croissance pour les petites entreprises

- Moins de 10 salariés : croissance (37 %)
- Entre 10 et 49 salariés : baisse (44 %)

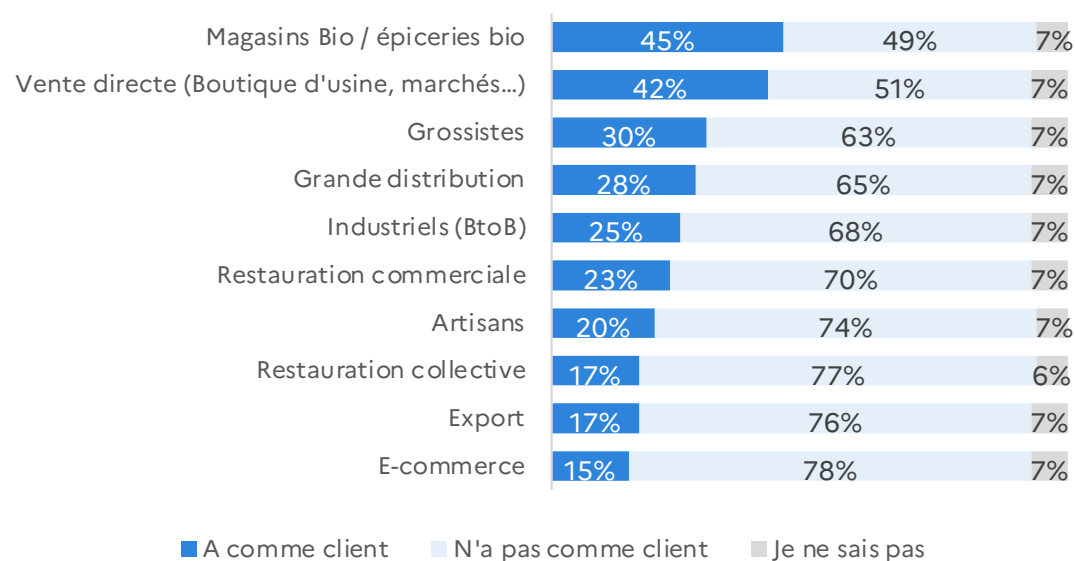
Mixité : plus de croissance pour les entreprises 100 % bio

- Mixtes : baisse (36 %)
- Non mixte : croissance (46 %)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Magasins bio et vente directe : les principaux clients du bio

Type de clients des entreprises (à partir de la part de leur chiffre d'affaires bio)



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Des clients différents selon l'ancienneté et la taille de l'entreprise

Ancienneté en bio :

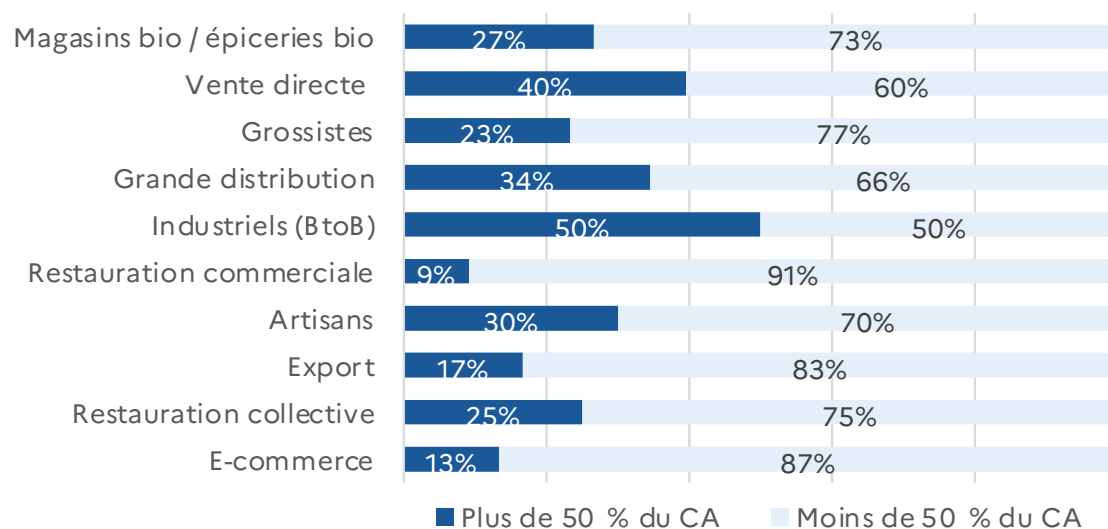
- Les entreprises faisant du bio depuis plus de 10 ans commercent plus avec la grande distribution (39 %), les commerces de gros (39 %), les industriels (36 %), l'export (28 %)
- Celles en faisant depuis moins de 5 ans font davantage affaire avec la restauration commerciale (28 %), et en vente directe (50 %)

Effectif :

- Les entreprises de moins de 10 salariés vendent plus souvent aux magasins bio (52 %), à la restauration commerciale (26 %), ou font de la vente directe (49 %)

Les industriels occupent une part importante de l'activité (pour les entreprises concernées)

Comment se répartit le CA bio de l'entreprise en fonction de vos types de clients ? (pour les entreprises ayant ces clients)



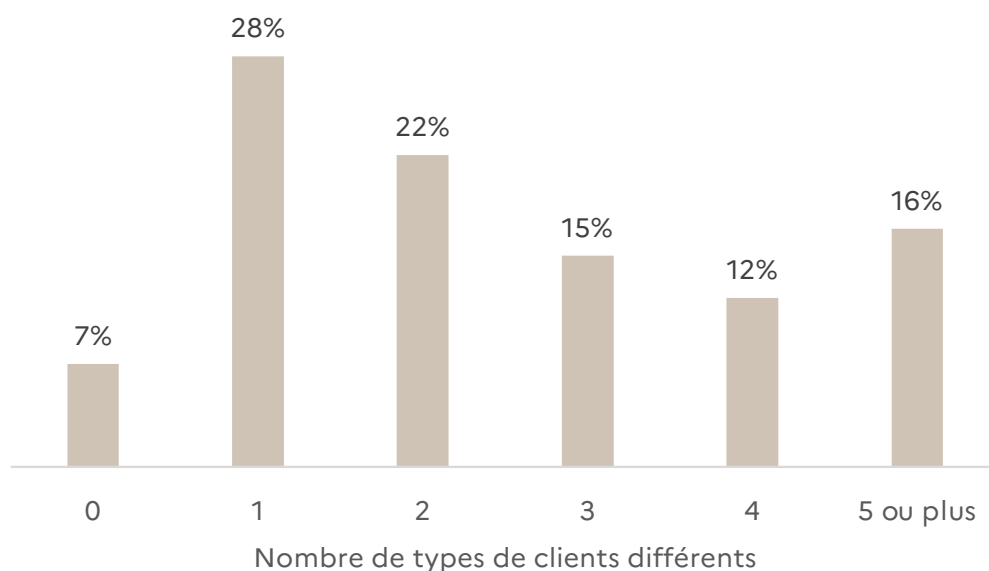
Parmi les entreprises qui ont ce type de client :

- La restauration commerciale représente une petite part des débouchés (91 % font moins de 50 % de leur CA bio avec ce type de client)
- Les industriels représentent une part importante des débouchés (50 % y font plus de 50 % de leur CA bio)
- La vente directe et la grande distribution représentent des voies intermédiaires (respectivement 40 % et 34 % des entreprises font plus de 50 % de leur CA avec ce type de client)

Base : Entreprises traitant avec chaque type de client
Les types de clients apparaissent selon la part d'entreprises faisant affaire avec eux

28 % des entreprises ne traitent qu'avec un seul type de client

Nombre de types de clients différents



Note : 57 entreprises (7 %) n'ont sélectionné aucun client parmi les types de clients proposés, la plupart en répondant ne pas savoir la part du chiffre d'affaires avec chaque type de client. Ce sont plus souvent des personnes aux fonctions « Autre » qui ont apporté ce type de réponse

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

En moyenne, une entreprise a 2,6 types de clients pour son activité bio

Effectif : les petites entreprises ont davantage de clients différents

- Moins de 10 salariés : en moyenne 2,8 types de clients
- Plus de 10 salariés : en moyenne 2,3

Les entreprises 100 % bio ont davantage de types de clients différents

- Mixtes : moyenne de 2,4
- Non mixte : moyenne de 3,3

47 % évaluent leurs marges à la baisse depuis 2021

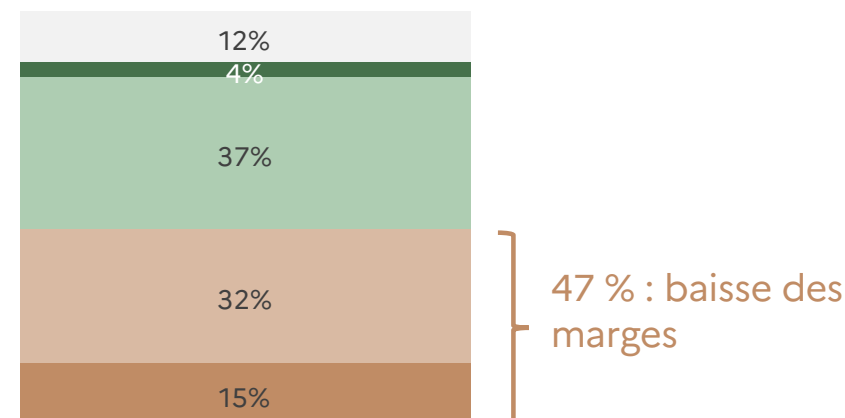
Comment évoluent vos marges sur les produits bio depuis 2021 ?

Les petites entreprises sont plus sujettes à la baisse de marge

- Moins de 10 salariés : plus nombreux à citer une baisse modérée (35 %)

Les entreprises de transformation agroalimentaire sont plus nombreuses à ressentir une forte baisse (18 %)

- Parmi ces entreprises, c'est particulièrement le cas des entreprises de transformation secondaire (61 % ressentent une baisse)
- Les artisans-commerçants sont nombreux à ressentir une stabilité des marges (46 %)



■ Forte baisse ■ Baisse modérée ■ Stable ■ En hausse ■ Je ne sais pas

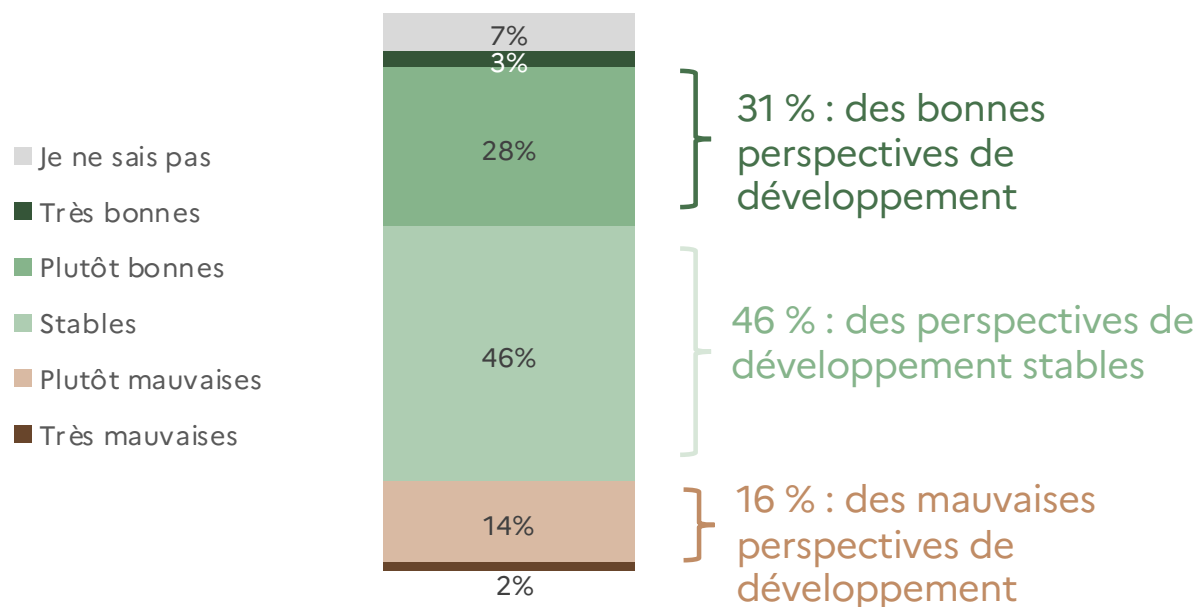
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

03 STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT 2026

Pour 2026, les ¾ prévoient une stabilité ou un bon développement de leur entreprise

Quelles sont les perspectives de développement de votre entreprise sur 2026 ?



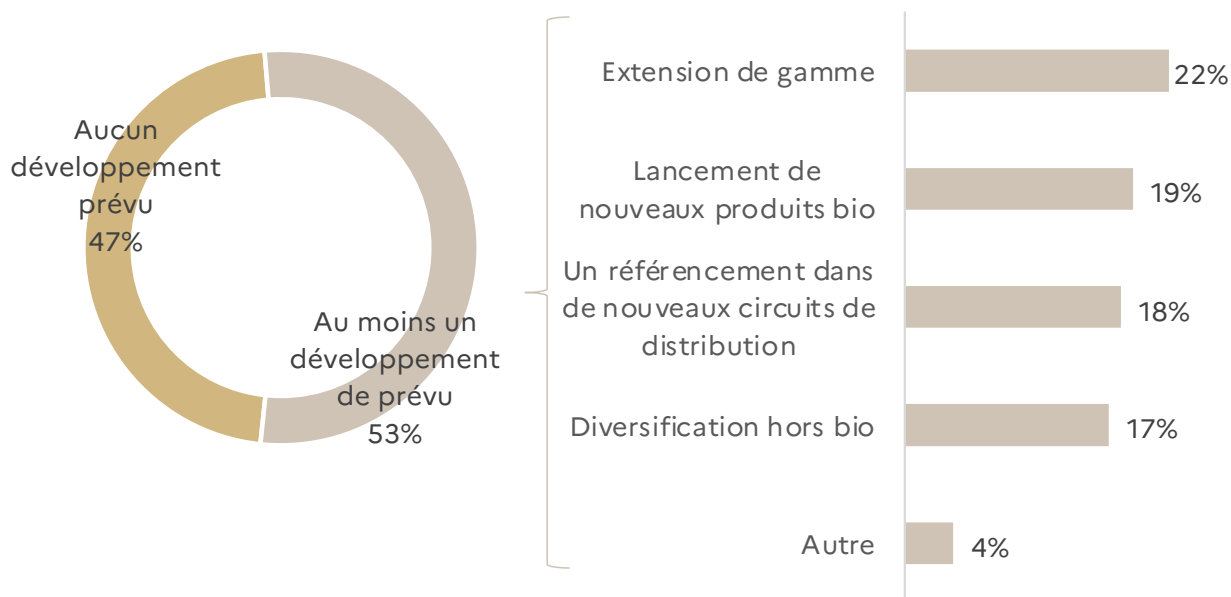
De meilleures perspectives pour les entreprises nouvellement lancées dans le bio :

- Depuis moins de 5 ans : davantage expriment de très ou plutôt bonnes perspectives (38 %)
- Plus de 10 ans : davantage expriment des perspectives stables (51 %)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

53 % des entreprises prévoient un développement

Avez-vous prévu en 2026 :



Base : Toutes les entreprises (n= 874),
question fermée à choix multiple

Un développement concentré sur les entreprises récemment entrées en bio, ou plus petites, ou en 100 % bio

Ancienneté bio :

- Moins de 5 ans : nouveaux produits bio (25 %), extension de gamme (32 %), nouveaux circuits de distribution (23 %)
- Entre 6 et 10 ans : 53 % ne prévoient aucun développement

Effectif :

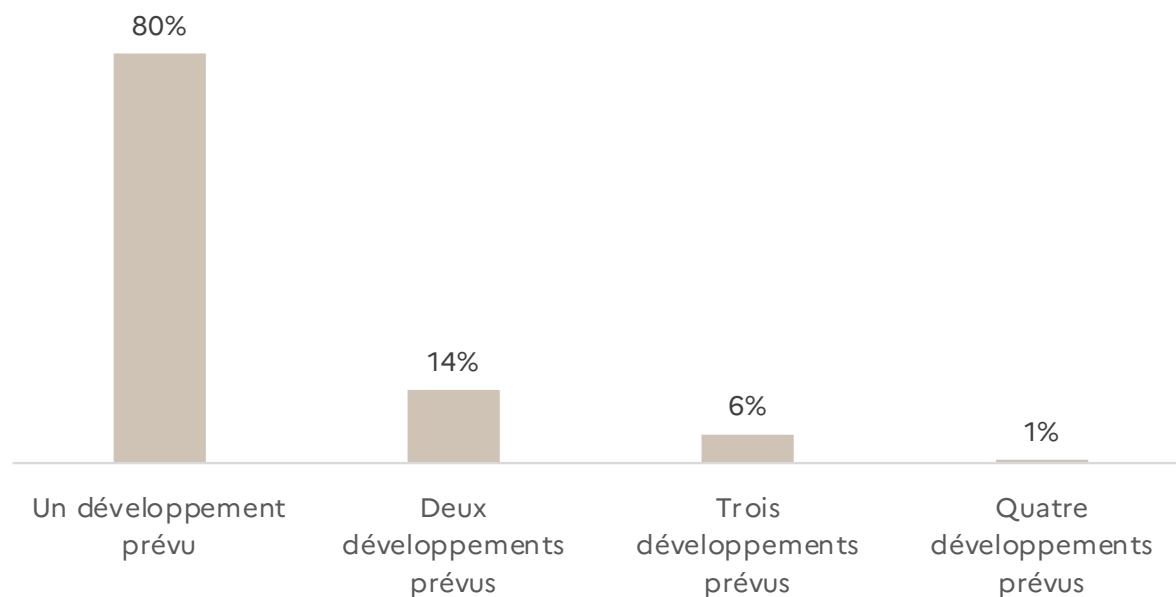
- Moins de 10 salariés : nouveaux produits (21 %), extension de gamme (25 %), nouveaux circuits de distribution (22 %)
- Entre 10 et 49 salariés : 53 % ne prévoient aucun développement

Mixité :

- 100 % bio (Non mixte) : nouveaux produits bio (34 %), extension de gamme (36 %), nouveaux circuits de distribution (28 %)
- Mixte : diversification hors bio (21 %), 53 % ne prévoient aucun développement

Pour la majorité, un unique développement est privilégié

Nombre de développements prévus en 2026 :

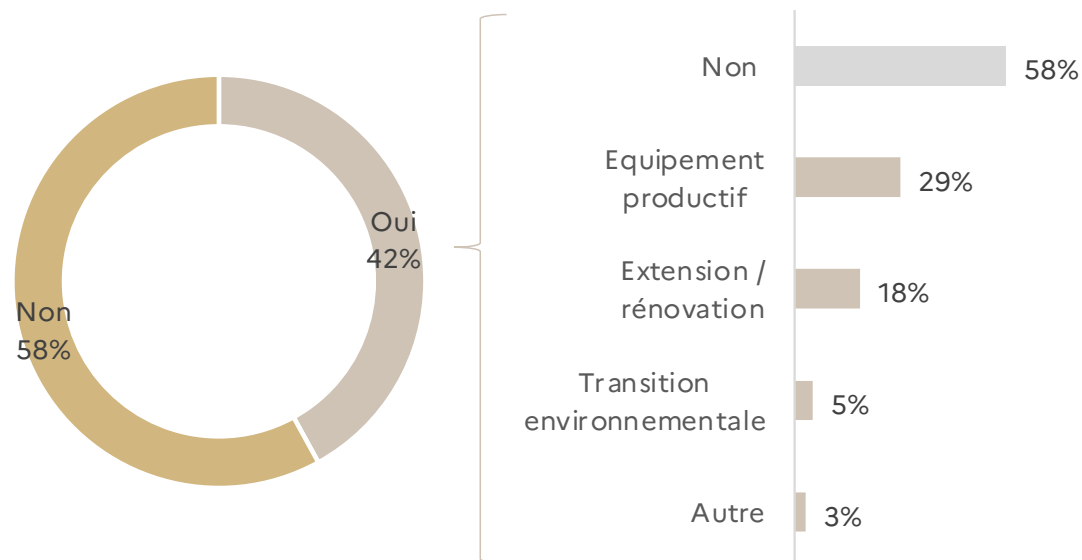


Base : Toutes les entreprises (n= 874)

- Parmi ceux qui prévoient un lancement de nouveaux produits bio (51 %), une extension de gamme (53 %), plus de la moitié ont de bonnes ou de très bonnes perspectives de développement.
- Les entreprises qui ont sélectionné un des 6 développements possibles ont plutôt des perspectives stables. Tandis que celles qui ont sélectionnées 2 développements ou plus ont de bonnes ou de très bonnes perspectives.

42 % des entreprises ont un projet d'investissement en 2026

Avez-vous des projets d'investissement en 2026 ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874),
question fermée à choix multiple

Des investissements dépendant de la catégorie et de l'âge de l'entreprise

📌 Catégorie d'entreprise :

- Commerce de gros : plus nombreux à ne pas prévoir d'investissement (67 %)
- Entreprise de transformation agro alimentaire : équipement productif (41 %), extension / rénovation (24 %)

📌 Ancienneté Bio :

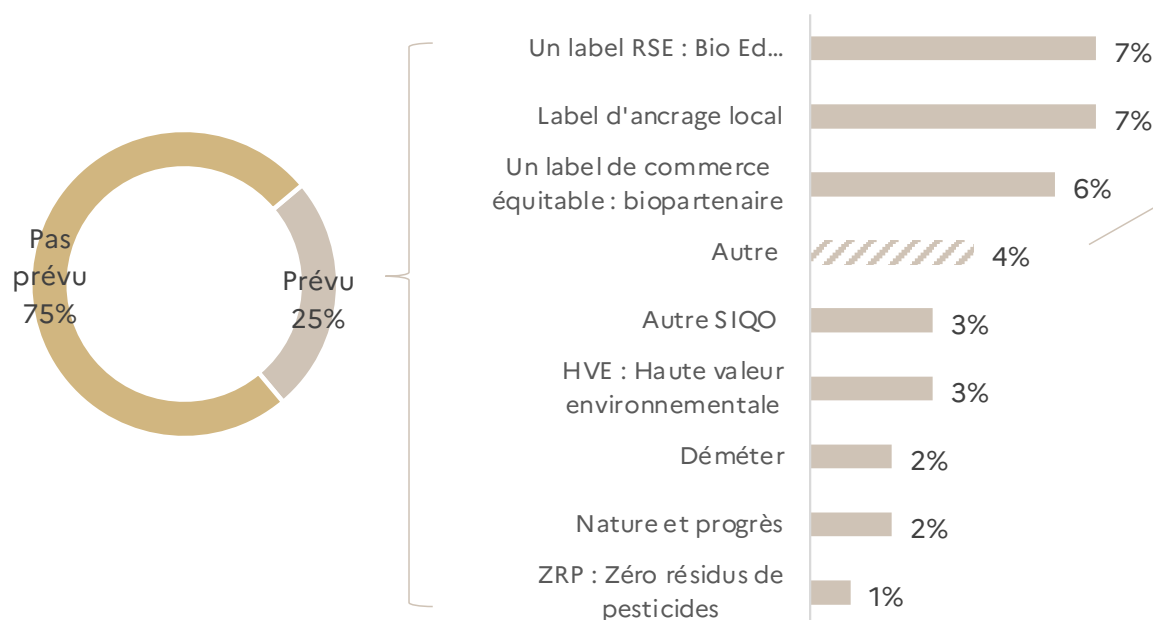
- Plus de 10 ans : équipement productif (34 %)
- Entre 6 et 10 ans : extension / rénovation (22 %)

📌 Effectif :

- Plus de 50 salariés : équipement productif (40 %)

Un quart des entreprises prévoient l'intégration d'un autre label que le bio

Souhaitez-vous intégrer d'autres labels sur vos produits dans les prochaines années ?



Parmi les autres labels cités : Ecotable, Boulanger de France, sans gluten, PME+, végétan, ...

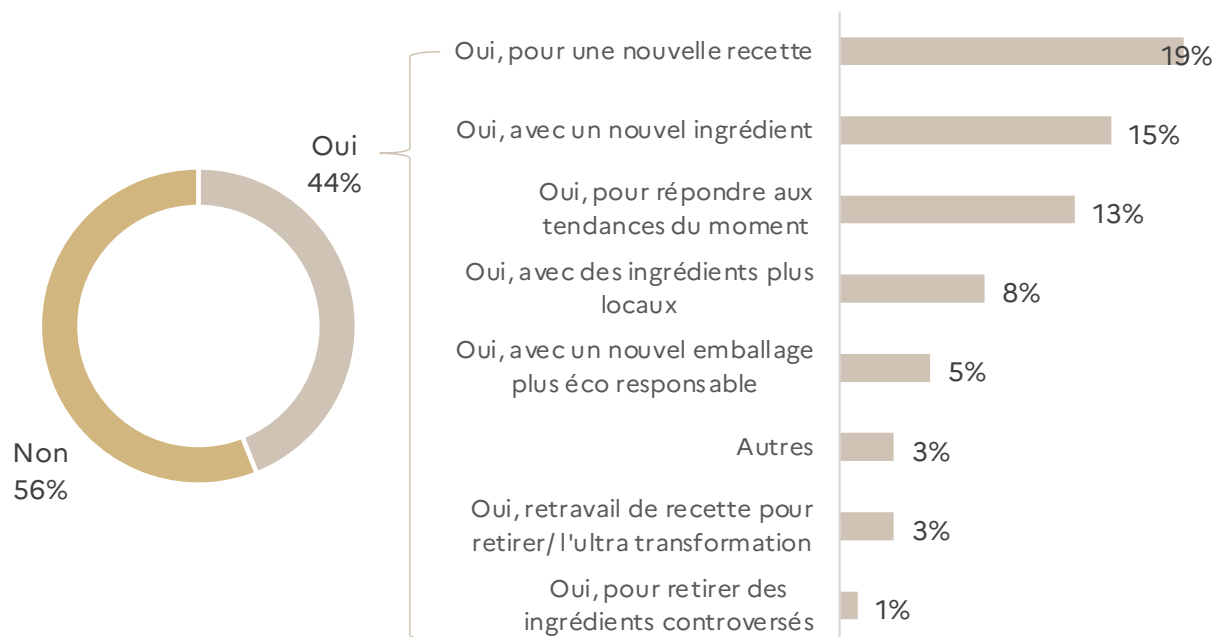
Des entreprises moins enclines à ces autres logos :

- Les artisans-commerçants sont moins nombreux à vouloir intégrer un autre label que le bio (81 % ne l'envisagent pas)
- 29 % des entreprises engagées dans la bio depuis moins de 5 ans souhaitent en intégrer un autre les années prochaines

Base : Toutes les entreprises (n= 874),
question fermée à choix multiple

44 % des entreprises ont lancé un nouveau produit en 2026

Avez-vous lancé des nouveaux produits en 2026 ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874),
question fermée à choix multiple

📌 Catégorie d'entreprise :

- Artisans-commerçants : nouvel ingrédient (22 %), nouvelle recette (26 %)
- Entreprise Agro-alimentaire : nouvelle recette (25 %)
- Les commerce de gros sont plus nombreux à ne pas avoir lancé de nouveau produit (67 %)

📌 Ancienneté de bio :

- Moins de 5 ans : ingrédients locaux (13 %)
- Entre 6 et 10 ans : nouvelle recette (23 %)

📌 Effectif :

- Moins de 10 salariés : ingrédients plus locaux (10 %)

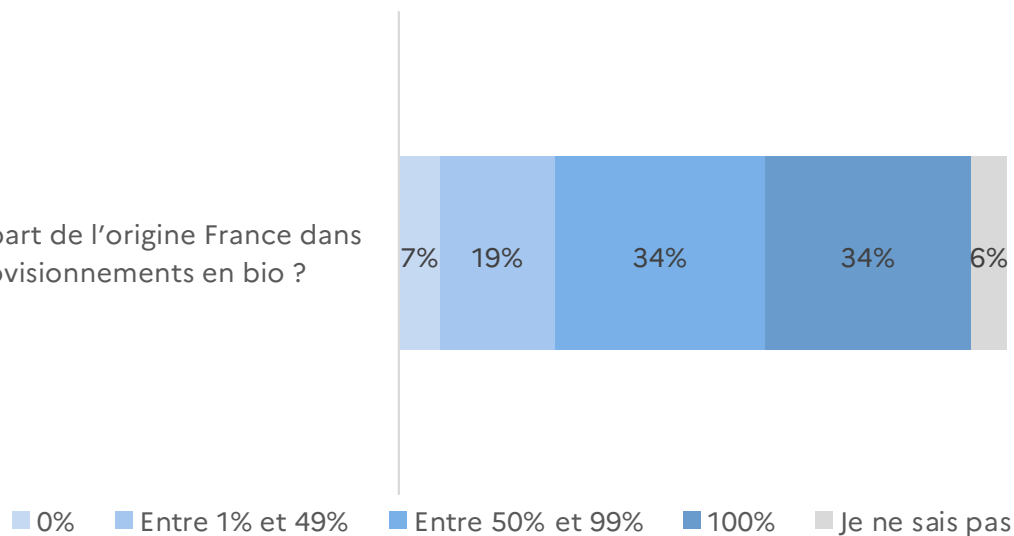
📌 Mixité :

- 100 % bio : nouvel ingrédient (25 %), nouvelle recette (30 %)
- Les entreprises mixtes sont plus nombreuses à ne pas avoir lancé de nouveau produit (60 %)

04 APPROVISIONNEMENT

Plus de 9 transformateurs sur 10 s'approvisionnent en France

Quelle est la part de l'origine France dans vos approvisionnements en bio ?



Catégorie d'entreprise :

- Artisans-commerçants : entre 50 et 99 % (48 %)
- Commerce de gros : 0% (12 %)

Mixité :

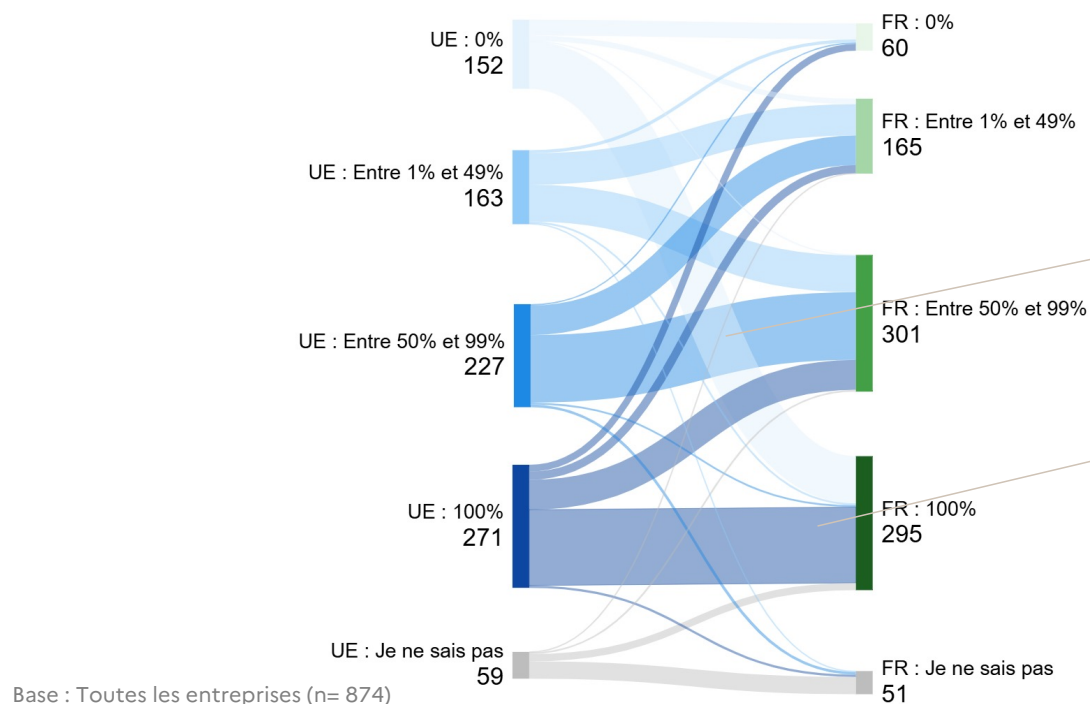
- 100 % bio : entre 1 % et 49 % (24 %) et entre 50 % et 99 % (38 %)
- Mixte : 100% (33 %)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La difficulté d'interpréter la question de l'origine UE



Part des approvisionnements Union Européenne (colonne de gauche) et France (colonne de droite)



Le croisement entre approvisionnement France et UE montre que la question sur l'UE a été comprise de manière différente par les répondants :

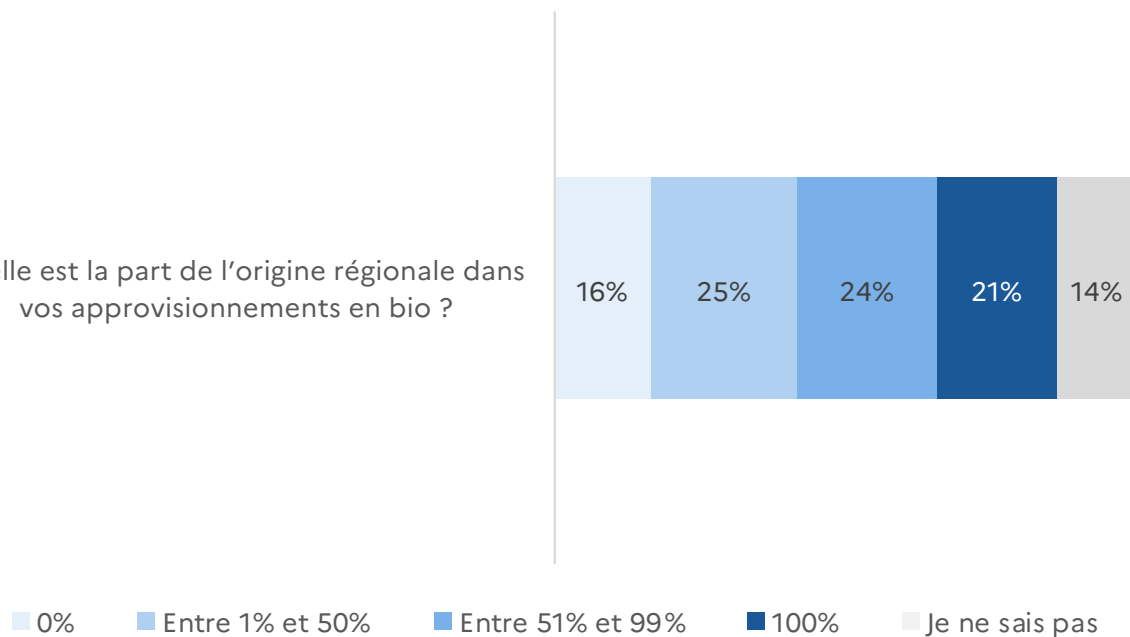
Ce flux (0 % en UE et 100 % en France) montre que certains ont compris « UE hors France »

Ce flux (100 % en UE et 100 % en France) montre que certains ont compris « UE y compris France »

Le croisement des deux questions ne nous permet pas de déduire l'approvisionnement hors UE (comme 0 % UE peut vouloir dire tout hors UE ou tout en France)

Une entreprise sur cinq avec un approvisionnement 100 % régional

Quelle est la part de l'origine régionale dans vos approvisionnements en bio ?



Catégorie d'entreprise :

- Plus d'approvisionnement local pour les artisans – commerçants : entre 51 et 99 % (36 %)
- Une part plus importante des commerces de gros n'ont aucun approvisionnement régional (25 %)

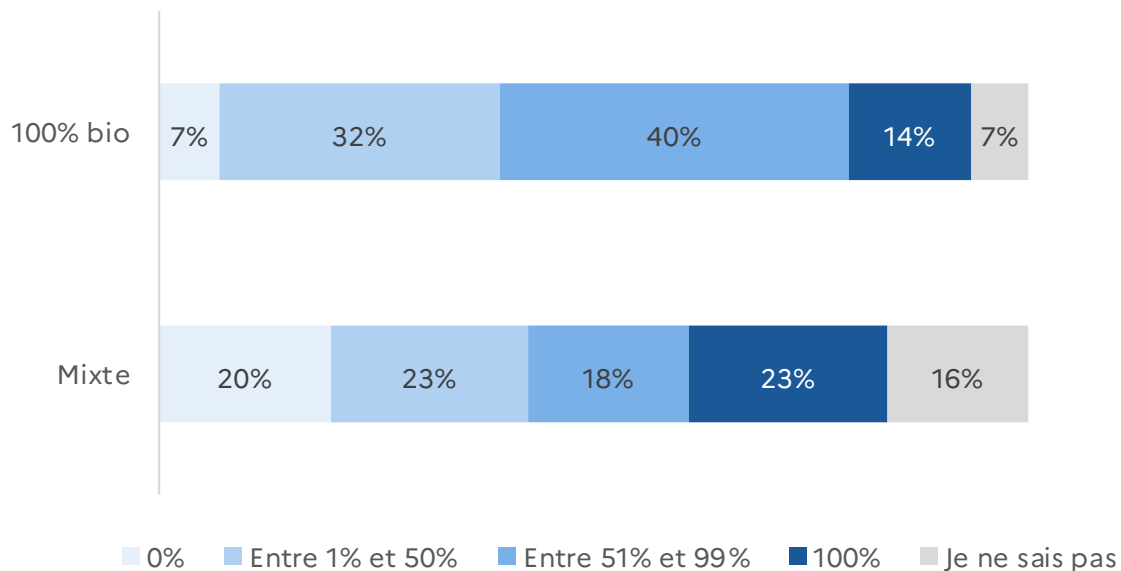
Effectif :

- Les entreprises de moins de 10 salariés sont plus nombreuses à avoir plus de la moitié de leur approvisionnement en local (29 % ont entre 51 % et 99 % de leur approvisionnement local)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La part de bio régional plus importante pour les entreprises 100 % bio

Quelle est la part de l'origine régionale dans vos approvisionnements en bio ?



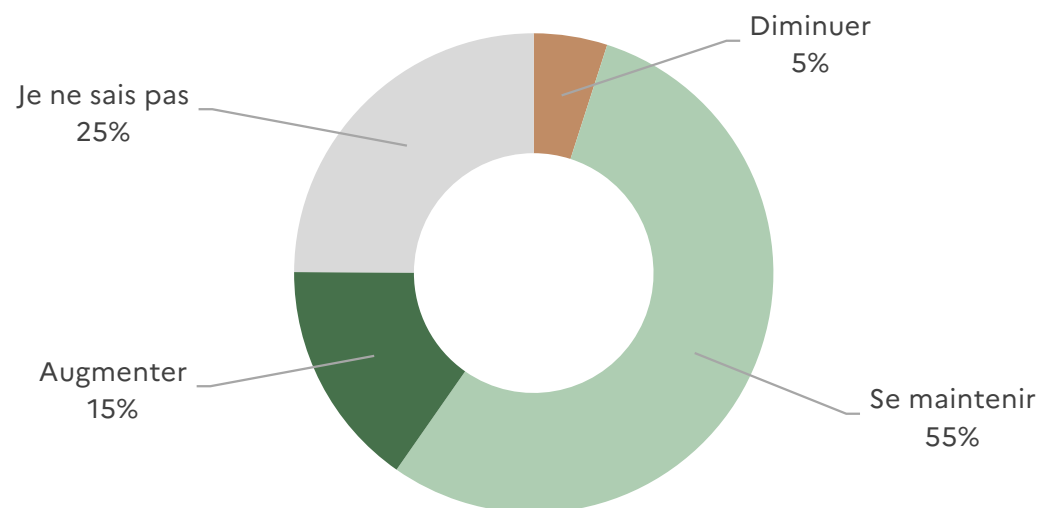
Les entreprises 100 % bio :

- Sont moins nombreuses que les mixtes à s'approvisionner en 100 % régional
- Mais sont plus nombreuses à avoir plus de 50 % de leur approvisionnement bio en régional
- Et sont beaucoup moins nombreuses à avoir 0 % de leur approvisionnement bio en régional

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La part de l'origine France devrait se maintenir

L'origine France de vos approvisionnements bio va dans les prochaines années :



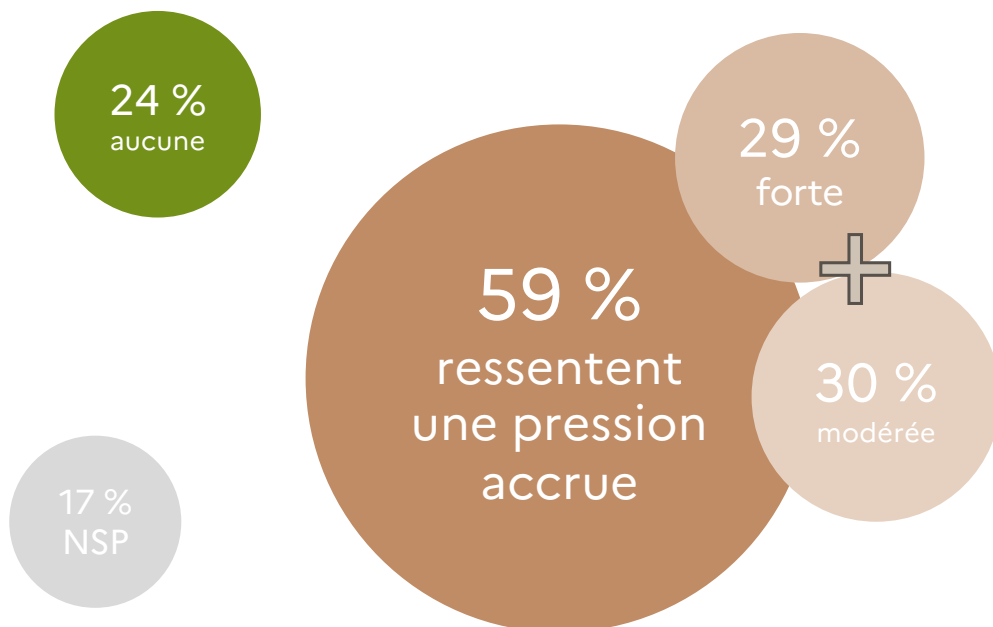
 **L'ambition d'augmenter l'approvisionnement en France est particulièrement présente chez :**

- Les entreprises de moins de 10 salariés (18 %)
- Les entreprises en 100 % bio (25 %)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La pression prix des distributeurs est ressentie pour 6 entreprises sur 10

Ressentez-vous une pression accrue des distributeurs vis-à-vis des prix et/ou des approvisionnements ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

☑ Cette pression est plus forte chez :

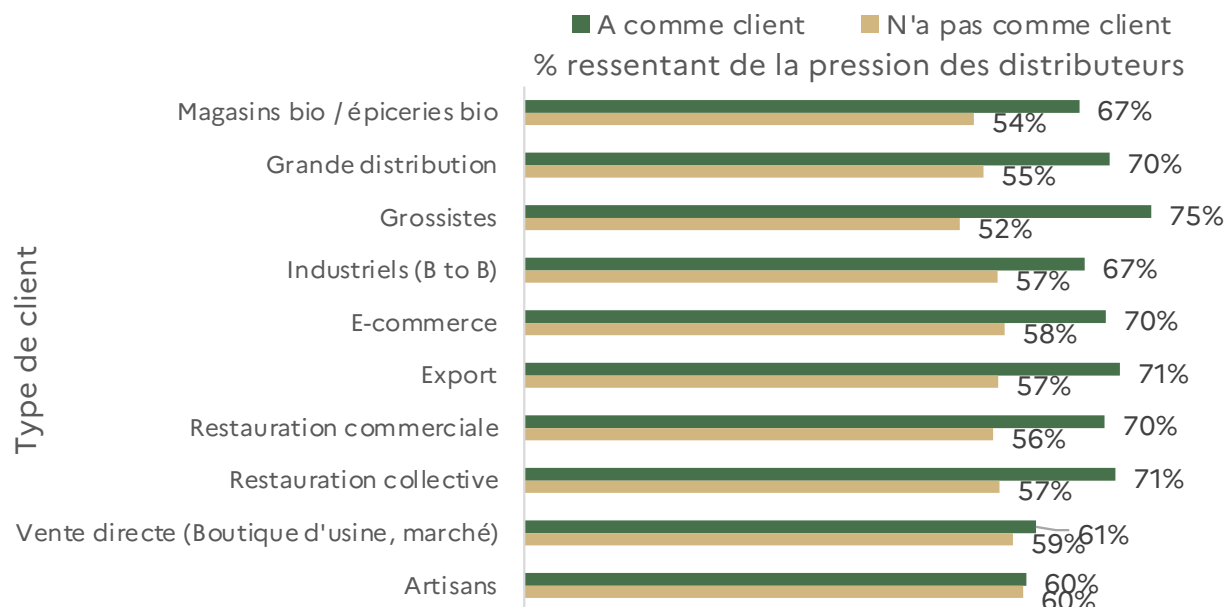
- Commerce de gros : Forte pression (37 %)
- Les entreprises en bio depuis plus de 10 ans (34 % ressentent une forte pression)

☑ Et moins forte chez :

- Les entreprises en 100 % bio : pression modérée (36 %)
- Les artisans – commerçants sont plus nombreux à ne pas ressentir de pression (37 %)

Moins de pression ressentie pour les entreprises ayant parmi leurs clients la vente directe ou les artisans

Part d'entreprises ressentant de la pression des distributeurs, en fonction du type de client



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Par rapport à l'ensemble des entreprises, celles ayant pour clients :

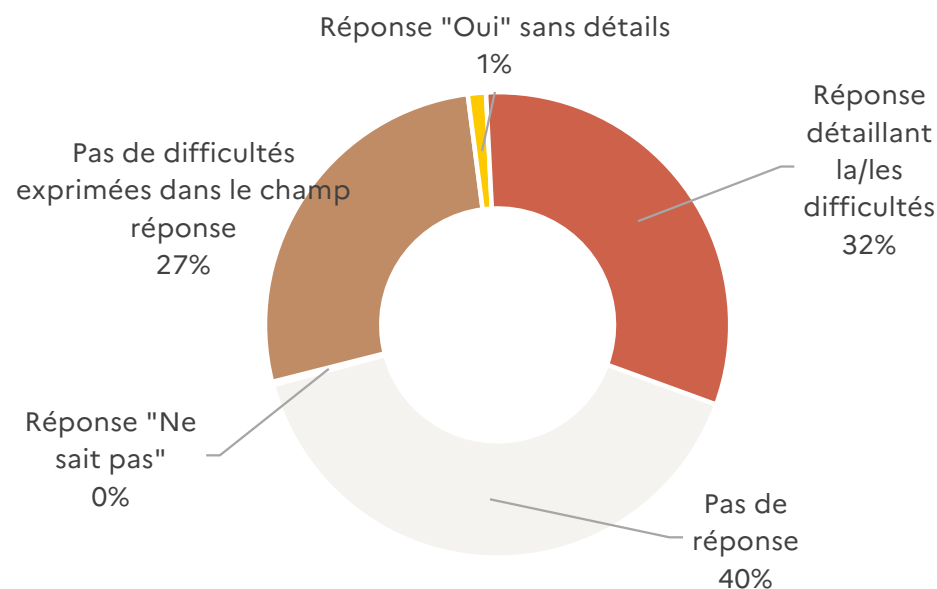
- Magasins bio / épiceries bio
- Grande distribution
- Grossistes
- Industriels (B to B)
- E-commerce
- Export
- Restauration commerciale

Ressentent plus de pression que celles ne les ayant pas comme client

Attention, les entreprises ont en moyenne 2,6 types de clients ([diapo précédentes](#))

Des difficultés d'approvisionnement variées

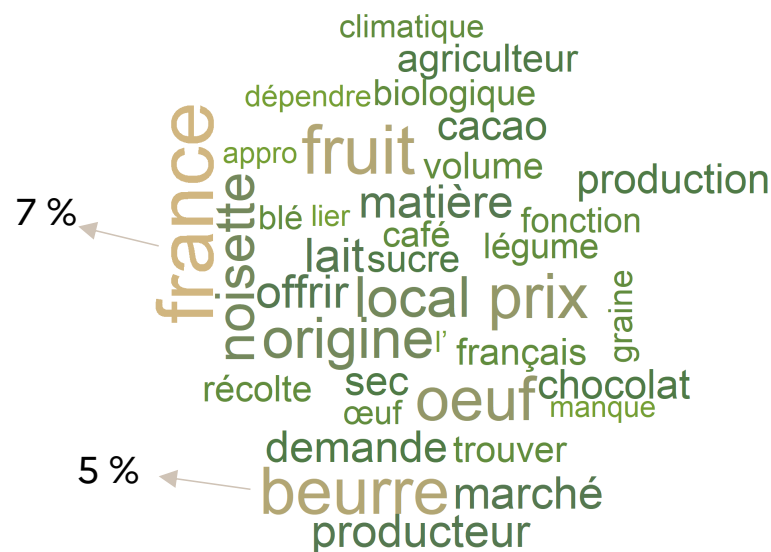
Avez-vous des difficultés d'approvisionnement pour une/des matières premières ou une/des origines ?



Base : gauche : toutes entreprises. A droite : Entreprises ayant déclaré des difficultés d'approvisionnement (n= 274)

Des difficultés d'approvisionnement variées

Avez-vous des difficultés d'approvisionnement pour une/des matières premières ou une/des origines ?



7 % mentionnent des difficultés d'approvisionnement pour l'origine France

4 % des entreprises ayant cité des difficultés d'approvisionnement citent le climat ou les événements climatiques

- Le changement climatique
- La saisonnalité,
- La sécheresse

30 % des entreprises ayant cité des difficultés d'approvisionnement citent une filière

- Les produits laitiers (9 %) (voir détails page suivante)
- Les céréales (9 %)
- Les fruits (7 %)
- Le cacao (7 %)
- La viande ou l'élevage (6 %)

Base : Entreprises ayant déclaré des difficultés d'approvisionnement (n= 274)

Zoom : difficultés d'approvisionnement en produits laitiers

Les difficultés d'approvisionnement concernent le beurre origine France et le lait

La difficulté d'approvisionnement du beurre / beurre de tourage d'origine France

« beurre Bio origine France, gros conditionnement » *Commerce de gros de produits frais en mixte, exerçant en Bretagne*

« Beurre et beurre tourage origine France bio » *Artisan-commerçant en boulangerie/ pâtisserie en non mixte exerçant en PACA*

Le prix du beurre

- « non, juste que les prix de certains produits en bio sont très chers notamment le beurre et le chocolat », *artisan-commerçant en boulangerie / pâtisserie mixte exerçant en Occitanie*

- « Le Beurre reste encore très cher » *Artisan-commerçant en boulangerie / pâtisserie 100 % bio exerçant en Occitanie*

Concernant le lait : concurrence des industries agro-alimentaires ou des laiteries

- « C'est difficile de trouver du lait pour un petit artisan, car les industriels s'accaparent la matière première avec des contrats qui enferment le producteur de lait avec une unique laiterie collectrice. » *Entreprise de transformation Agro-Alimentaire de produits laitiers 100 % bio exerçant en Nouvelle Aquitaine*

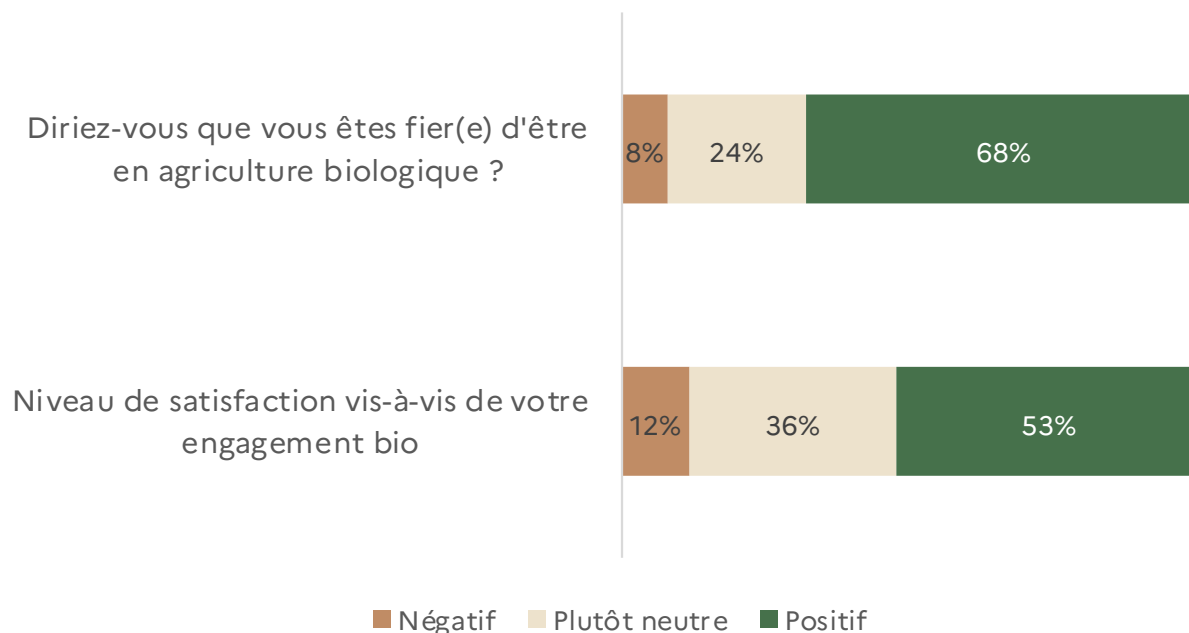
- « Appro en lait , pb de la main mise des laiteries classiques qui limitent la vente de lait des producteurs vers d'autres acheteurs qu'eux-mêmes » *Commerce de gros de produits frais mixte exerçant en Normandie*

Exemples de verbatim concernant les difficultés d'approvisionnement en produits laitiers

05

ENGAGEMENT EN BIO : MOTIVATIONS ET FREINS

Plus de la moitié sont fiers et satisfaits de leur engagement



Base : Tous les répondants (n=874)

La mention « négatif » est attribué à une note de 0 à 33 sur 100 (très insatisfait ou Pas du tout fier(e)), plutôt neutre à une note de 34 à 66 sur 100 et « positif » de 67 à 100 sur 100 (très satisfait ou très fier(e))

Plus de fierté (68 %) que de satisfaction (53 %)

Une satisfaction et une fierté plus forte pour les petites entreprises en bio :

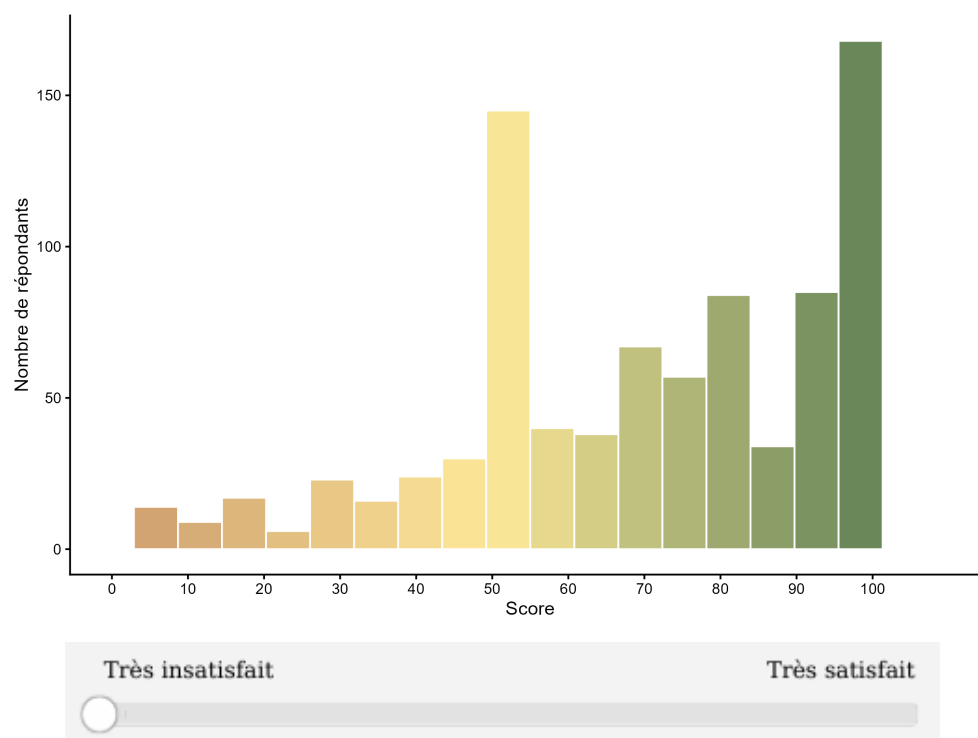
- 100 % bio : plus satisfaits que la moyenne (75 %) et plus fier d'être bio (89 %)
- Moins de 10 salariés : plus satisfaits (59 %) et plus fiers (73 %)
- Artisans-commerçants : plus satisfaits (66 %) et plus fiers (76 %)

Moins de satisfaction pour les entreprises en bio depuis 6 à 10 ans :

- Entre 6 et 10 ans : plus insatisfait (16 %)

La satisfaction est meilleure pour les entreprises 100 % bio ...

Niveau de satisfaction vis-à-vis de votre engagement bio :



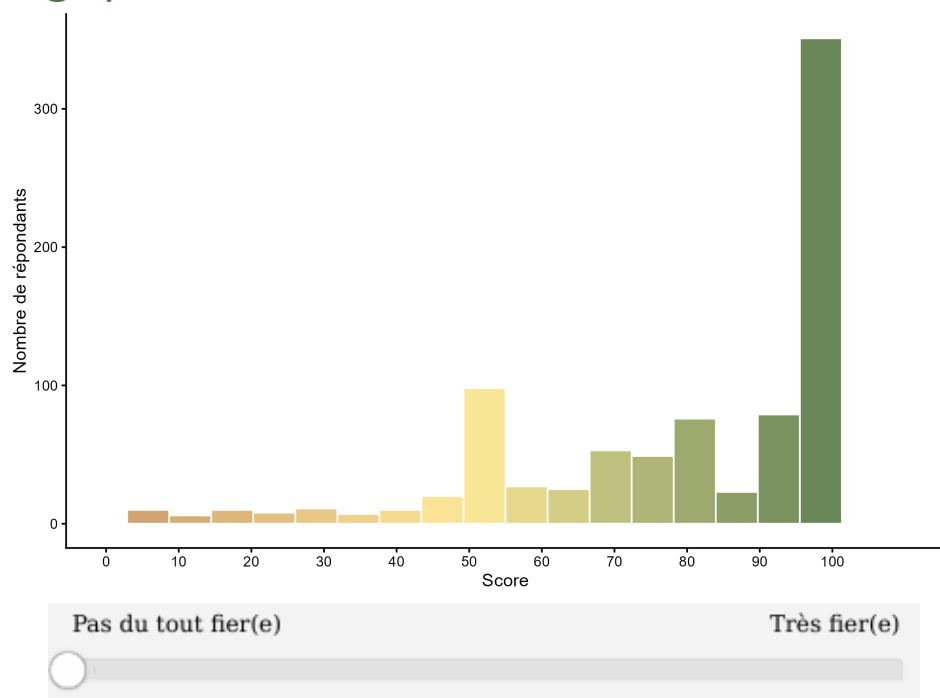
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Différences significatives avec la satisfaction moyenne (note de 66) :

- 100 % bio : 78
- Artisans-commerçants : 73
- Moins de 10 salariés : 68
- PME : 68
- Entreprise de transformation agro alimentaire : 65
- Commerce de gros : 63
- Mixte : 62
- Entre 10 et 49 salariés : 61
- ETI : 56

... et la fierté aussi

Diriez-vous que vous êtes fiers d'être en agriculture biologique ?



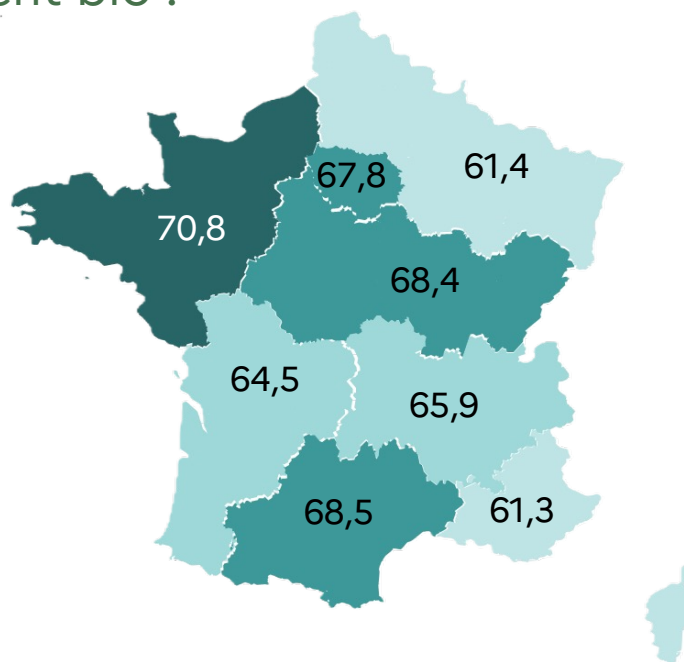
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Différences significatives avec la fierté moyenne (note de 75) :

- 100 % bio : 90
- Artisans-commerçants : 81
- Moins de 10 salariés : 79
- Moins de 5 ans : 77
- PME : 77
- Commerce de gros : 72
- Mixte : 70
- Entre 10 et 49 salariés : 68
- ETI : 65

Les régions Nord+Est et PACA moins satisfaites de leur engagement bio

Note moyenne de satisfaction vis-à-vis de
l'engagement bio :



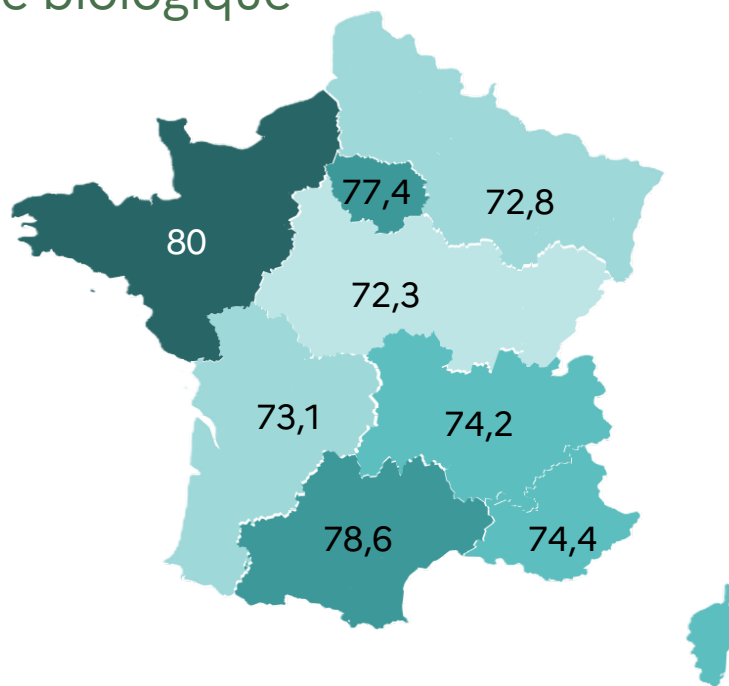
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La note moyenne au niveau national est
de 66

- ☑ Cette note est significativement plus élevée dans les régions de l'ouest (Bretagne, Normandie, Pays de la Loire)
- ☑ Elle est plus faible dans la région PACA/Corse et dans la région Nord + Grand Est

Et une fierté plus grande dans l'Ouest

Note moyenne du sentiment de fierté d'être en agriculture biologique



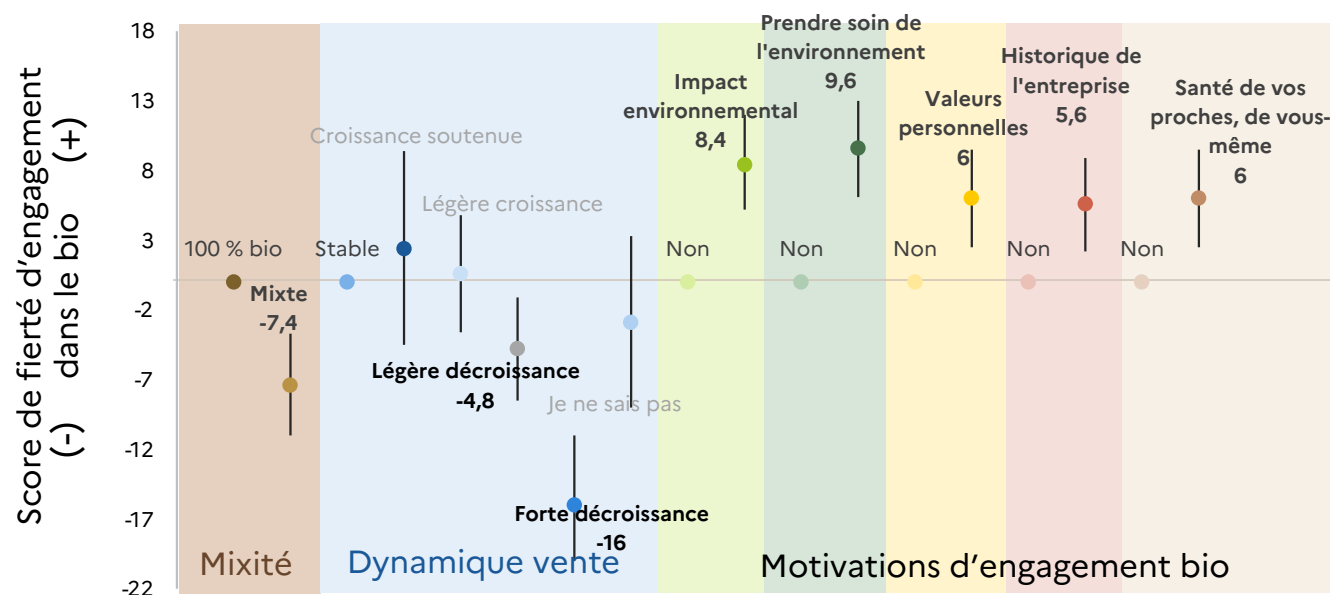
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La note moyenne au niveau national est de 75

📌 Cette note est significativement plus élevée dans les régions de l'ouest (Bretagne, Normandie, Pays de la Loire)

La fierté à être en bio liée à la dynamique des ventes, les motivations d'être en bio et le fait d'être 100 % bio

Déterminants de la fierté de l'engagement bio



- Note de lecture : Les entreprises mixtes obtiennent un score de fierté inférieur de 7,4 points à celui des entreprises 100 % bio, toutes choses égales par ailleurs
- Toutes choses égales par ailleurs, les entreprises motivées par la réduction de l'impact environnemental, le soin à l'environnement, engagées dans le bio pour être en accord avec leurs valeurs personnelles ou pour leur santé ou celle de leurs proches ont un score **de fierté plus élevé** que les entreprises sans ces motivations
- Les entreprises en décroissance ont **moins de fierté** par rapport aux entreprises stables, toutes choses égales par ailleurs

Question : « Diriez-vous que vous êtes fiers d'être en agriculture biologique ? »

Base : Toutes les entreprises (n= 874), pondéré

Les transformateurs semblent moins satisfaits que les producteurs vis-à-vis de leur engagement en bio

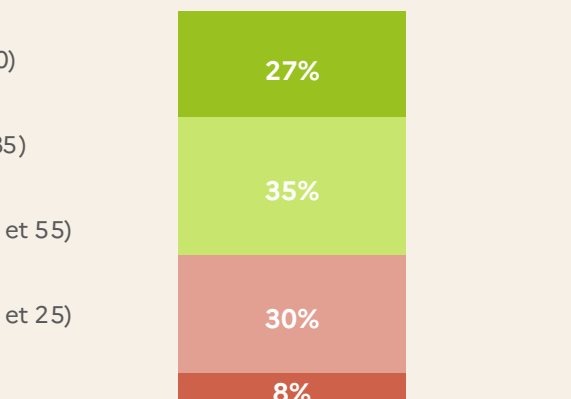


Pour les transformateurs :

Q : Niveau de satisfaction vis-à-vis de votre engagement bio (échelle de 1 à 100, coupée en 4 à 25, 50 et 75)
Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026

62 % de transformateurs donnant une note de 56 ou plus pour leur satisfaction vis-à-vis de leur engagement en bio

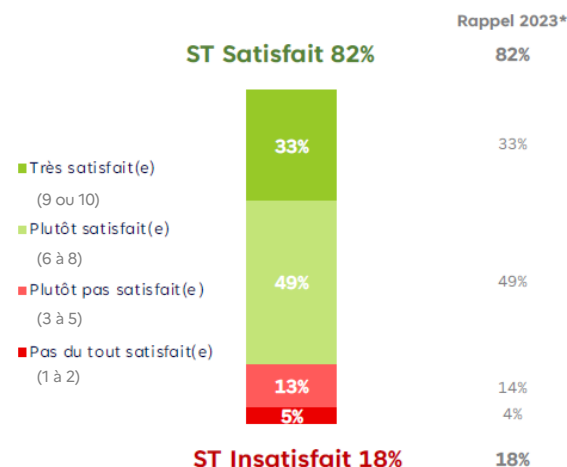
- Très satisfait (entre 86 et 100)
- Plutôt satisfait (entre 56 et 85)
- Plutôt pas satisfait (entre 26 et 55)
- Pas du tout satisfait (entre 0 et 25)



Pour les producteurs :

Q : Quel est votre niveau de satisfaction concernant votre engagement en agriculture biologique ? Vous en êtes...
Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025

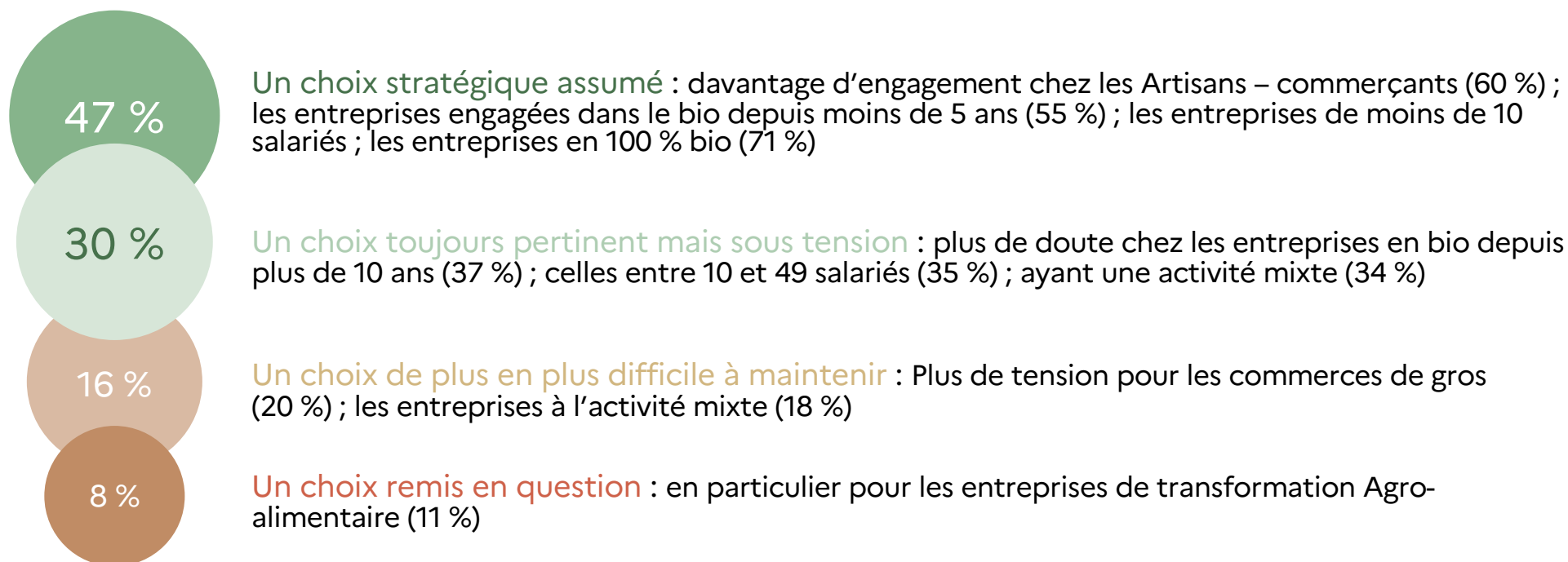
Satisfaction de l'engagement en agriculture biologique



*Adaptation de l'échelle numérique en échelle sémantique : cf. note de lecture

L'engagement bio est d'abord un choix stratégique assumé

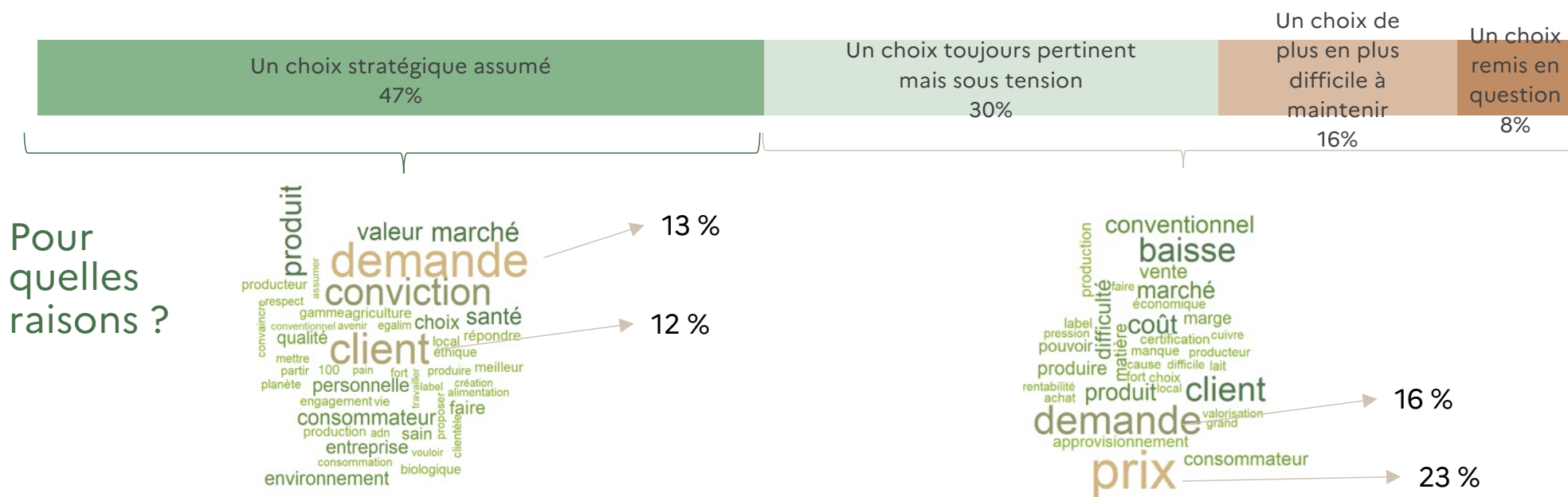
Votre engagement en bio est-il aujourd'hui ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La demande justifie à la fois le choix assumé et les difficultés rencontrées

Votre engagement en bio est-il aujourd'hui ?

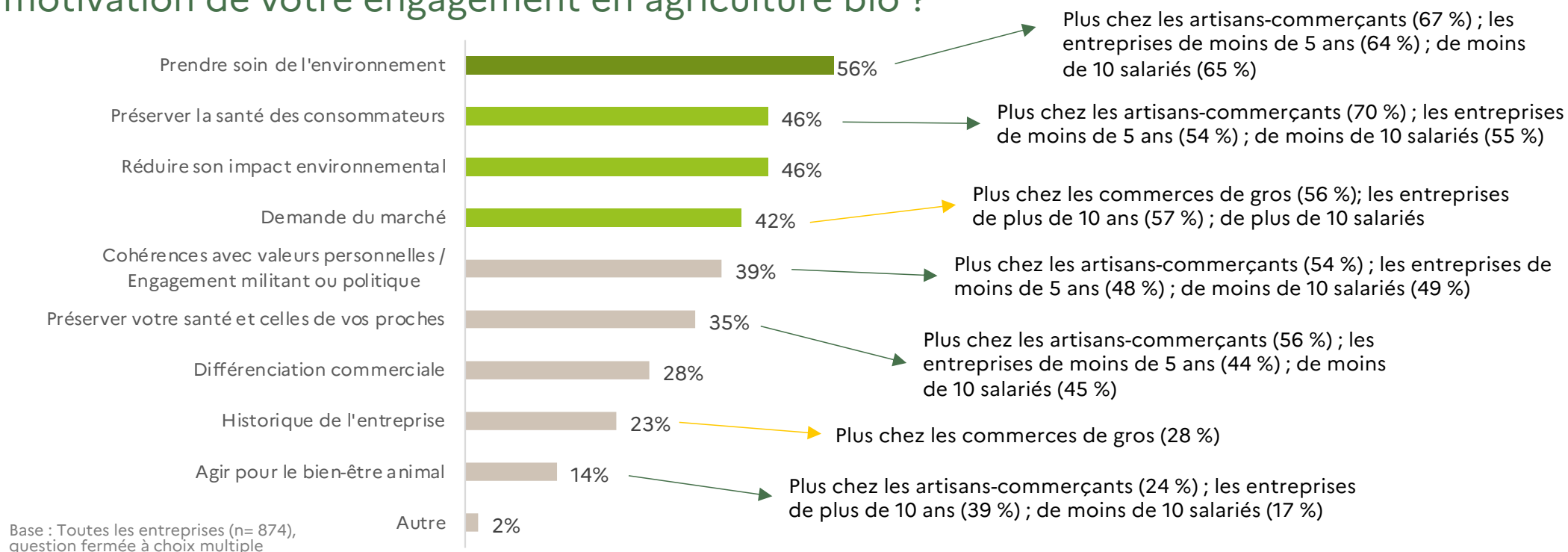


Base : Les entreprises ayant répondu « Un choix stratégique assumé » (n=328)

Base : Les entreprises ayant répondu « Un choix toujours pertinent mais sous tension » ou « Un choix de plus en plus difficile à maintenir » ou « Un choix remis en question » (n=318)

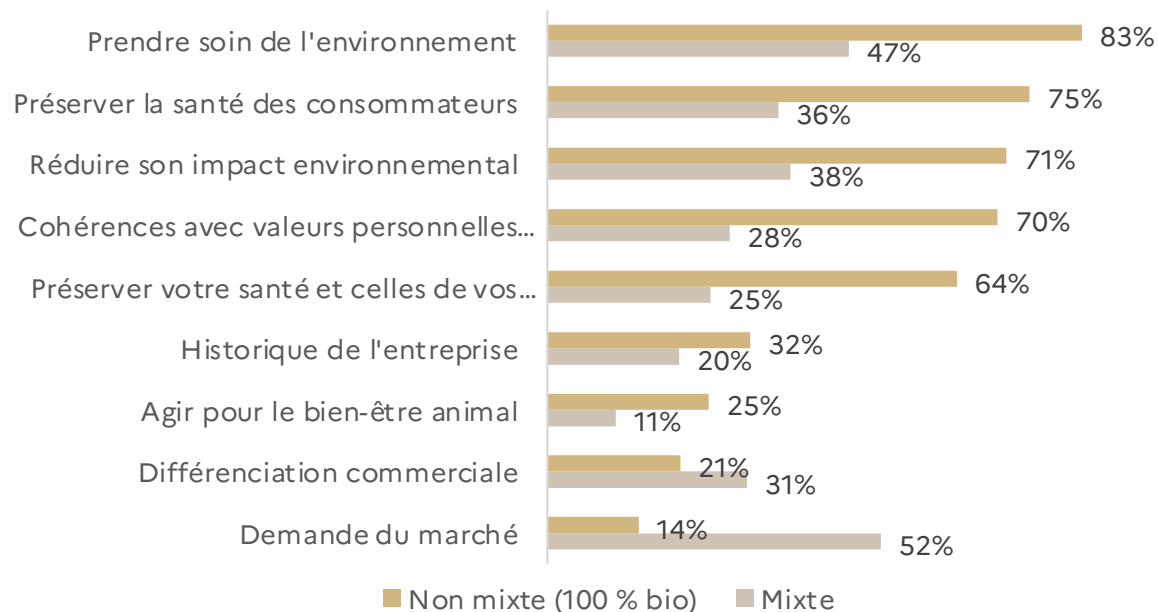
Prendre soin de l'environnement : la première motivation à s'engager bio

Pour vous, quels sont les principaux facteurs de motivation de votre engagement en agriculture bio ?



Un engagement santé et environnement CRÉDOC pour les entreprises en 100 % bio

Pour vous, quels sont les principaux facteurs de motivation de votre engagement en agriculture bio ?



☑ Pour les entreprises en 100 % bio :

- Davantage d'engagement pour des raisons liées à la santé et à l'environnement
- Les facteurs de marché (différenciation commerciale et demande du marché sont moins fortes)

Base : Toutes les entreprises (n= 874),
question fermée à choix multiple

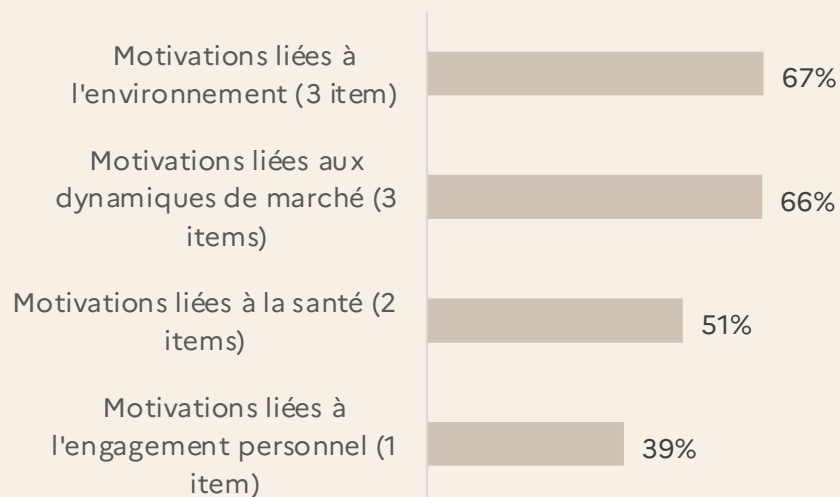
L'environnement comme première motivation de l'engagement en bio des transformateurs et des producteurs



Pour les transformateurs :

Q : Pour vous, quels sont les principaux facteurs de motivation de votre engagement en agriculture bio ? (9 items en choix multiple)
Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026

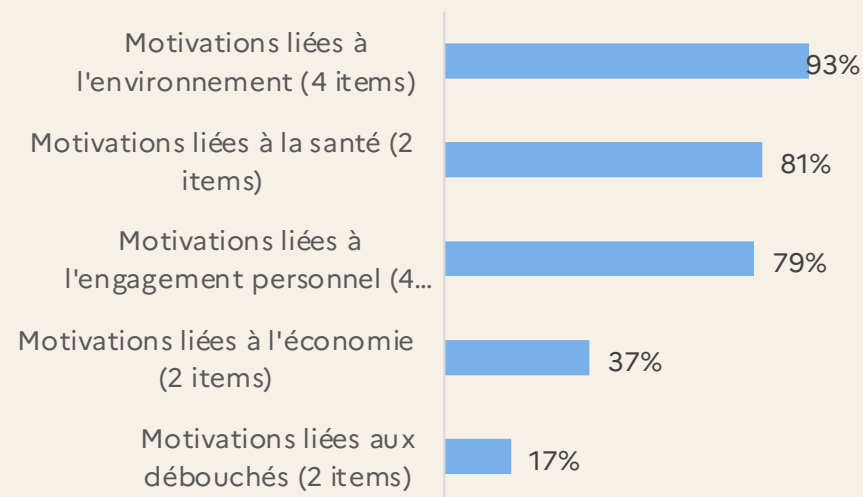
Transformateurs



Pour les producteurs :

Q : Pour vous, quels sont les principaux facteurs de motivation de votre engagement en agriculture bio ? (14 items en choix multiple)
Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025

Producteurs



L'environnement comme première motivation de l'engagement en bio des transformateurs et des producteurs



Producteurs :

Q : Pour vous, quels sont les principaux facteurs de motivation de votre engagement en agriculture bio ? (14 items en choix multiple)
Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025

Environnement

Santé

Engagement
personnel



Transformateurs :

Q : Pour vous, quels sont les principaux facteurs de motivation de votre engagement en agriculture bio ? (9 items en choix multiple)
Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026

Environnement

Marché

Santé



Consommateurs :

Q : Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ? (12 items, une seule réponse possible)
Baromètre des produits biologiques en France, 2026

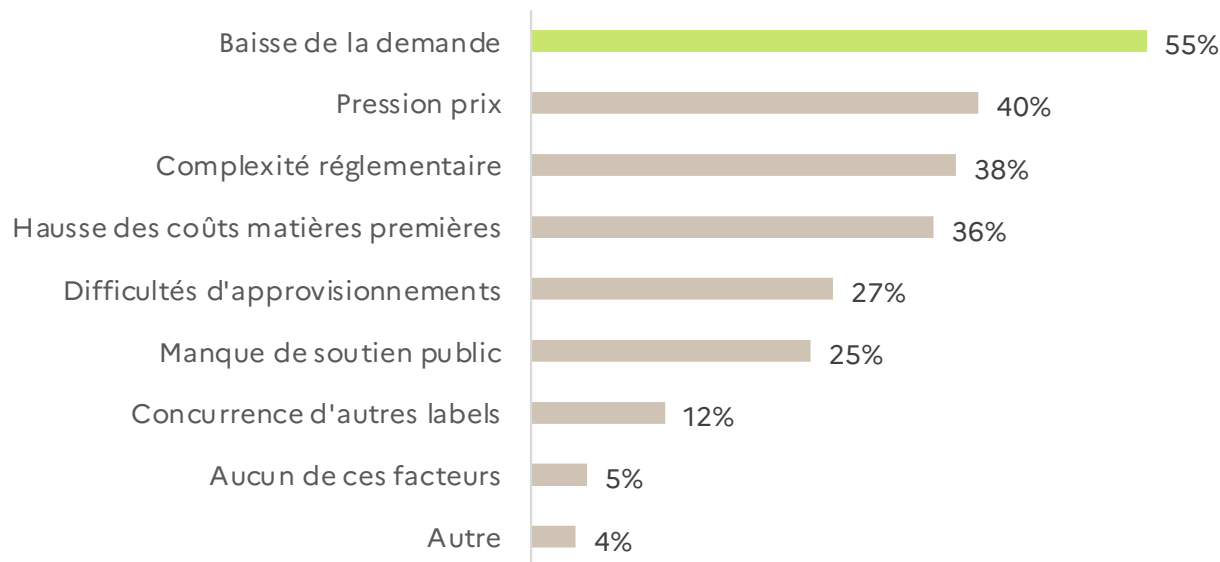
Santé

Environnement

Goût

La baisse de la demande pourrait remettre en question cet engagement

Selon vous, quels sont les facteurs qui pourraient remettre en question votre engagement en bio ?



Plus crainte pour les commerces de gros, les entreprises de plus de 10 salariés, les entreprises de plus de 10 ans, les entreprises à l'activité mixtes

Des différences sont observées pour les autres facteurs, selon :

📌 Catégorie d'entreprise :

- Commerce de gros : Concurrence d'autres labels (16 %)

📌 Ancienneté bio :

- Moins de 5 ans : Manque de soutien public (33 %)

📌 Effectif :

- Moins de 10 salariés : Manque de soutien public (31 %), Complexité réglementaire (41 %)

📌 Mixité :

- 100 % bio : Manque de soutien public (34 %)

Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à choix multiple

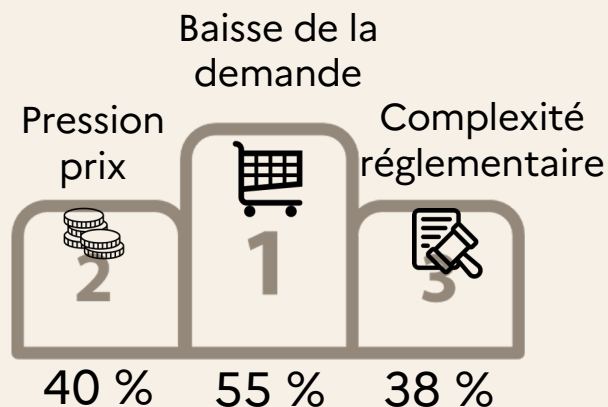
Une remise en question dépendant moins du soutien politique ou public que pour les producteurs



Pour les transformateurs :

Q : Selon vous, quels sont les facteurs qui pourraient remettre en question votre engagement en bio ? (9 items en choix multiple)

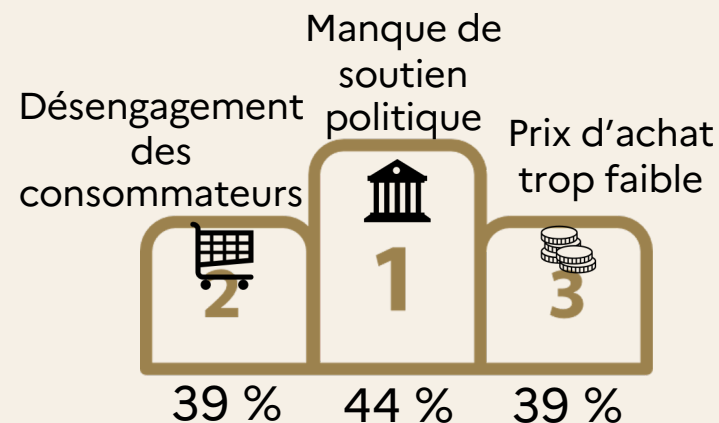
Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026



Pour les producteurs :

Q : Selon vous, quels sont les facteurs qui pourraient remettre en question votre engagement en bio ? (24 items en choix multiple)

Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025



Manque de soutien public : 25 % (6^{ème} place/9)



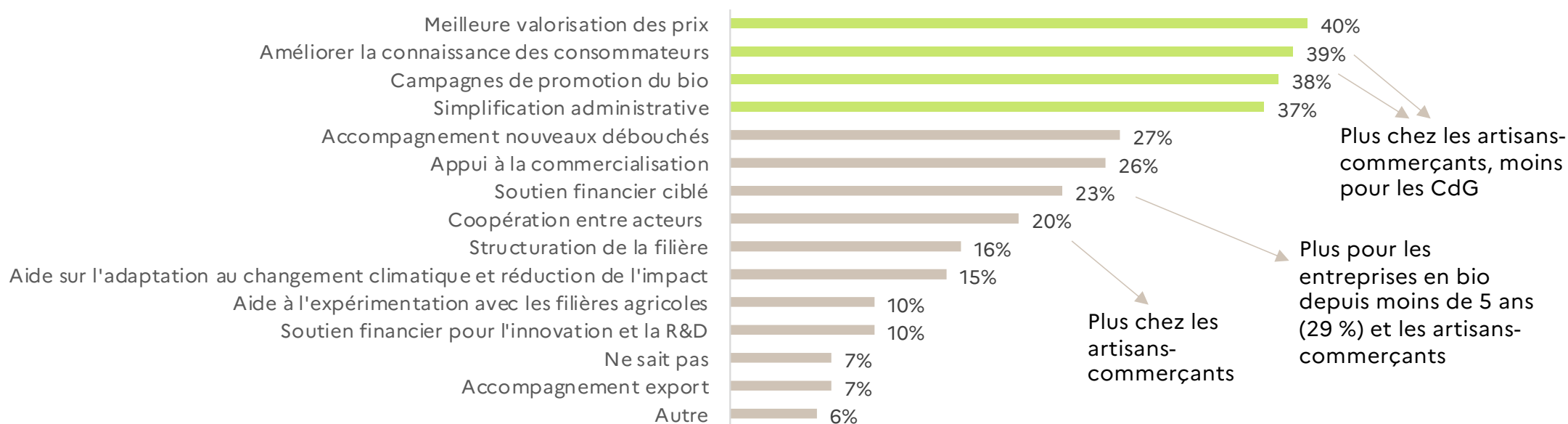
L'augmentation des normes réglementaires du cahier des charges européen agriculture biologique : 21 % (8^{ème} place/24)

06

VISION SUR LA FILIÈRE ET POLITIQUE PUBLIQUE DE SOUTIEN

Quatre besoins principaux identifiés

Selon vous, les entreprises de transformations bio ont principalement besoin de :

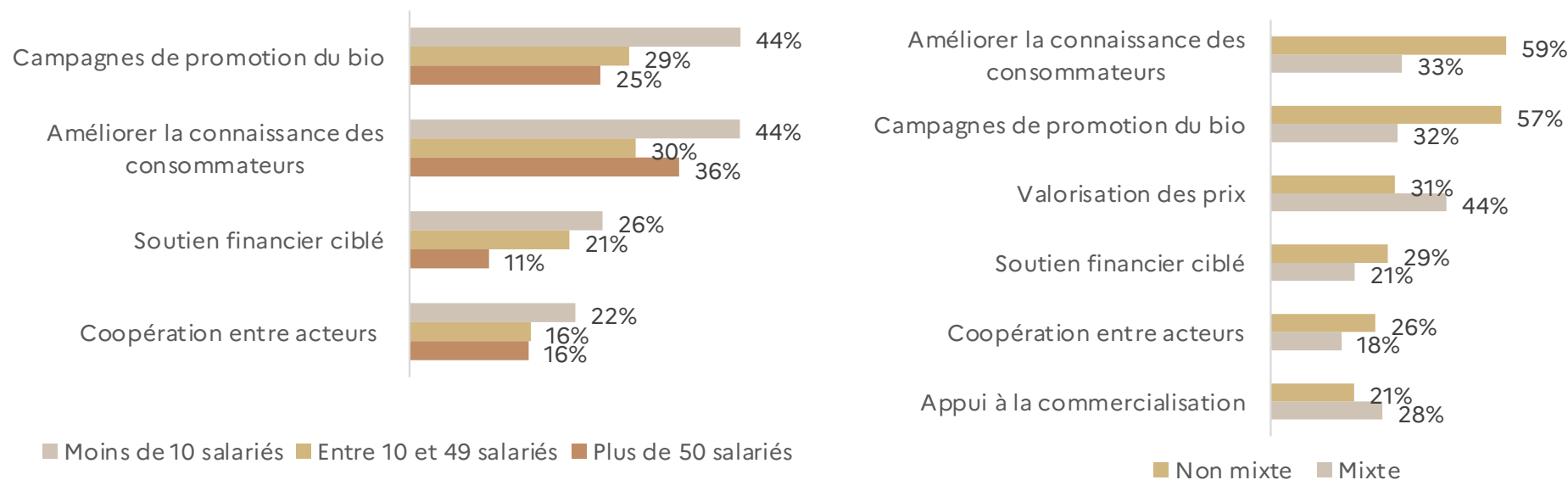


Les tris selon le nombre d'employés et la mixité de l'entreprise sont présentés dans la diapositive suivante

Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée avec 3 réponses maximum

Des besoins qui varient selon la mixité et les effectifs

Selon vous, les entreprises de transformations bio ont principalement besoin de :
(sélection des réponses)



Seulement les modalités avec une différence significative sont montrées
Base : Toutes les entreprises (n= 874), 3 réponses maximum

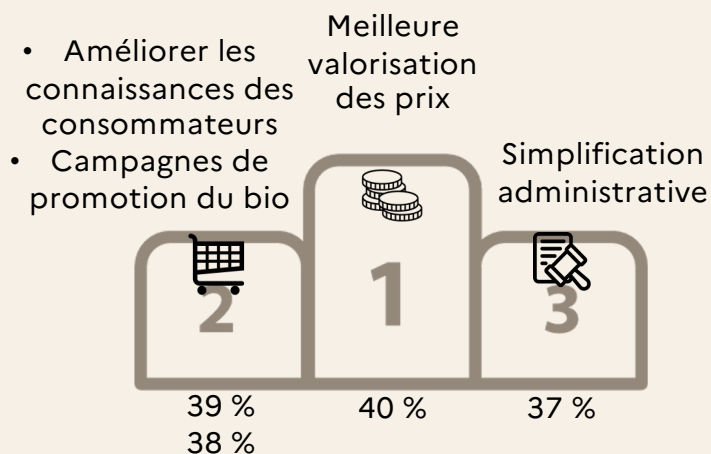
Les besoins des transformateurs recoupent ceux des producteurs : prix et communication



Pour les transformateurs :

Q : Selon vous, les entreprises de transformations bio ont principalement besoin de : (3 choix max parmi 13)

Source : Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026



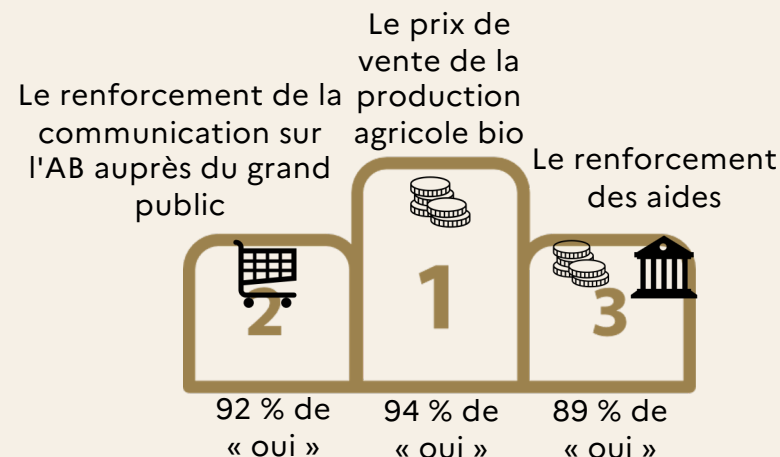
Soutien financier ciblé : 23 % (7^{ème} place)



Pour les producteurs :

Q : À votre avis, de quoi ont besoin les agricultrices.trices bio, pour pérenniser le développement de l'agriculture bio ? (12 questions à répondre par « oui, tout à fait », « oui, plutôt », « Non, plutôt pas » et « Non pas du tout »)

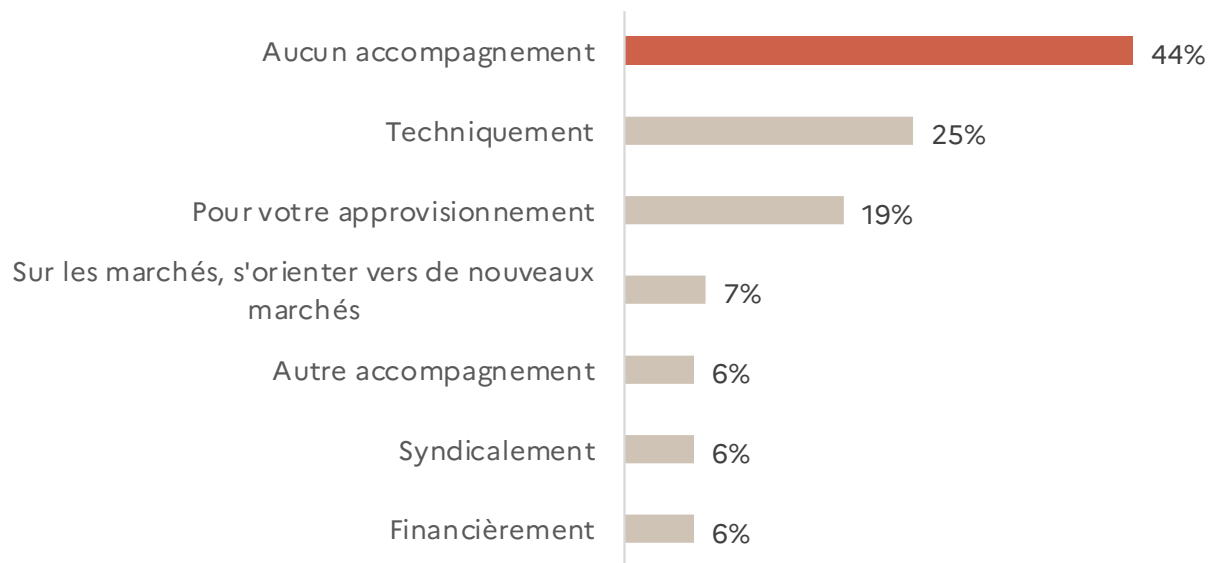
Source : Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025



L'allègement de la réglementation : 40 % de « oui »

Presque la moitié ne sont pas accompagnés

Est-ce que vous êtes accompagnés dans votre activité bio :



 Le fait de ne pas être accompagné concerne davantage :

- Les artisans-commerçants (52 % n'ont sélectionné aucun accompagnement) et moins les commerces de gros (38 %)

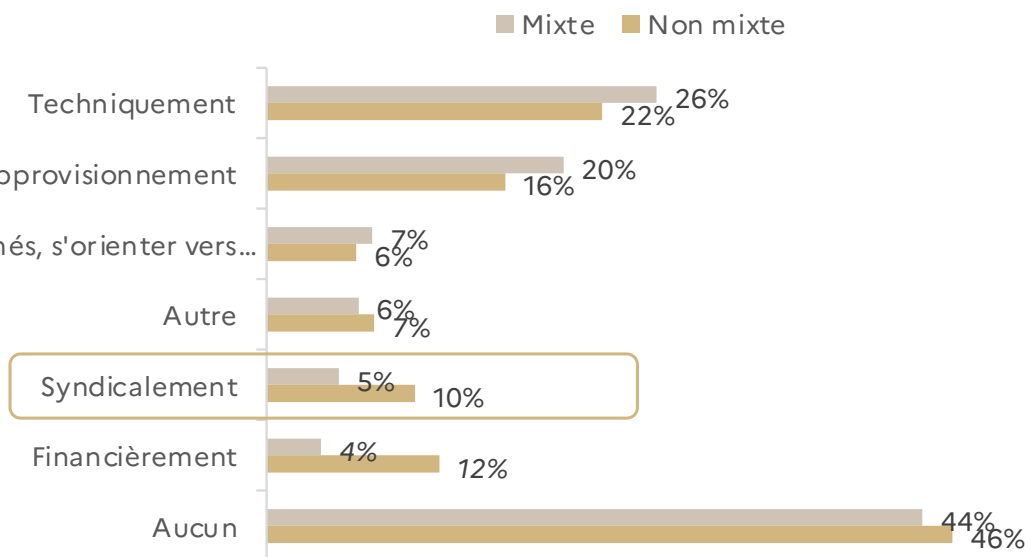
 L'accompagnement diffère selon le type d'entreprise :

- Les commerce de gros citent plus souvent l'accompagnement technique (30 %)

Base : Toutes les entreprises (n= 874) question fermée à choix multiple, l'item « Aucun accompagnement » n'était pas montré a été déduit des réponses « Autres »

Un accompagnement similaire entre entreprises mixtes et 100 % bio

Est-ce que vous êtes accompagnés dans votre activité bio ? Selon l'activité bio



Globalement, très peu de différences sur l'accompagnement des entreprises, qu'elles soient mixtes ou 100 % bio

- L'accompagnement est légèrement différent syndicalement selon l'activité bio. Les 100 % bio ont plus d'accompagnement syndicalement

Base : Toutes les entreprises (n= 874) question fermée à choix multiple, l'item « Aucun accompagnement » n'était pas montré a été déduit des réponses « Autres »

Un niveau de confiance et de satisfaction de l'action publique plutôt bas

Satisfaction vis-à-vis de la communication nationale
autour du bio



■ Très insatisfait ■ Plutôt neutre ■ Très satisfait

Quel est votre niveau de confiance dans les orientations
de la politique publique de soutien à l'agriculture
biologique actuelle :



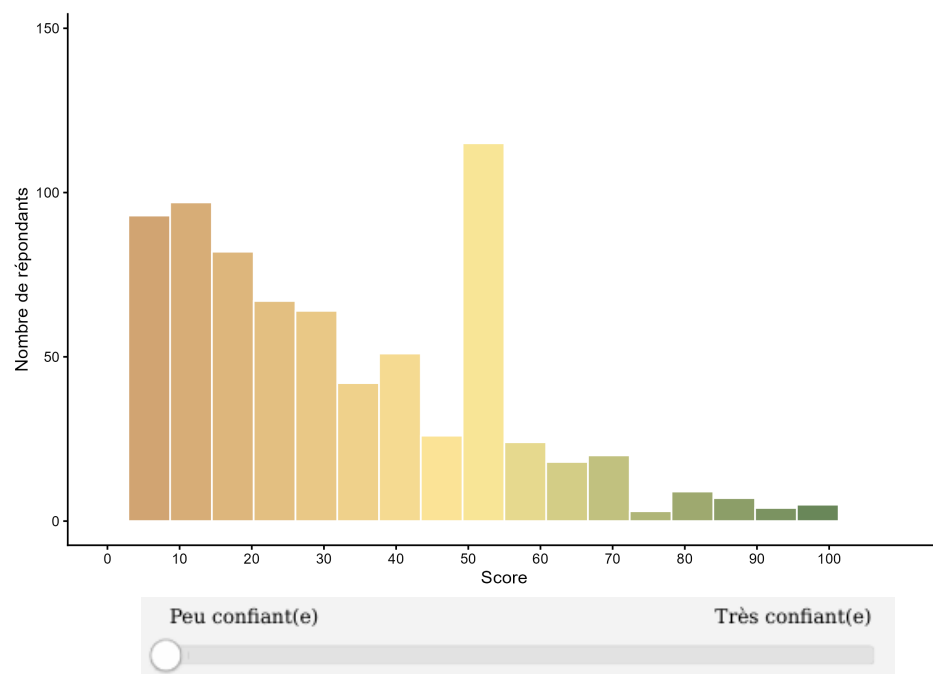
■ Peu confiant(e) ■ Plutôt neutre ■ Très confiant(e)

Base : Toutes les entreprises (n=874)

La mention « positif » est attribué à une note de 0 à 33 sur 100, plutôt neutre à une note de 34 à 66 sur 100 et « négatif » de 67 à 100 sur 100

Une confiance plutôt basse dans les orientations de la politique publique

Quel est votre niveau de confiance dans les orientations de la politique publique de soutien à l'agriculture biologique actuelle :



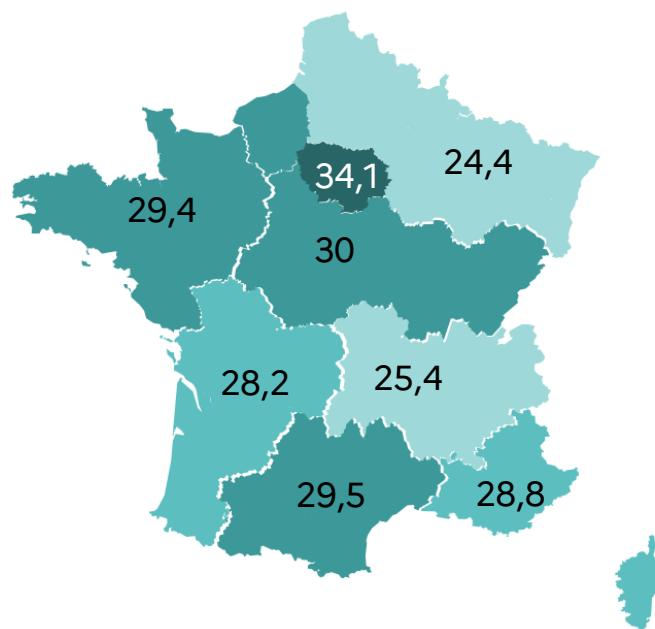
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Différences significatives avec la confiance moyenne (note de 28) :

- GE : 44
- Plus de 50 salariés : 34
- IDF : 34
- Entre 10 et 49 salariés : 33
- Commerce de gros : 32
- Mixte : 31
- Plus de 10 ans : 30
- PME : 28
- Moins de 10 salariés : 25
- Entreprise de transformation agro alimentaire : 24
- 100 % bio : 20

La confiance dans la politique publique de soutien au bio est plus élevée en région parisienne

Note moyenne du niveau de confiance dans les orientations de la politique publique de soutien à l'agriculture biologique actuelle :



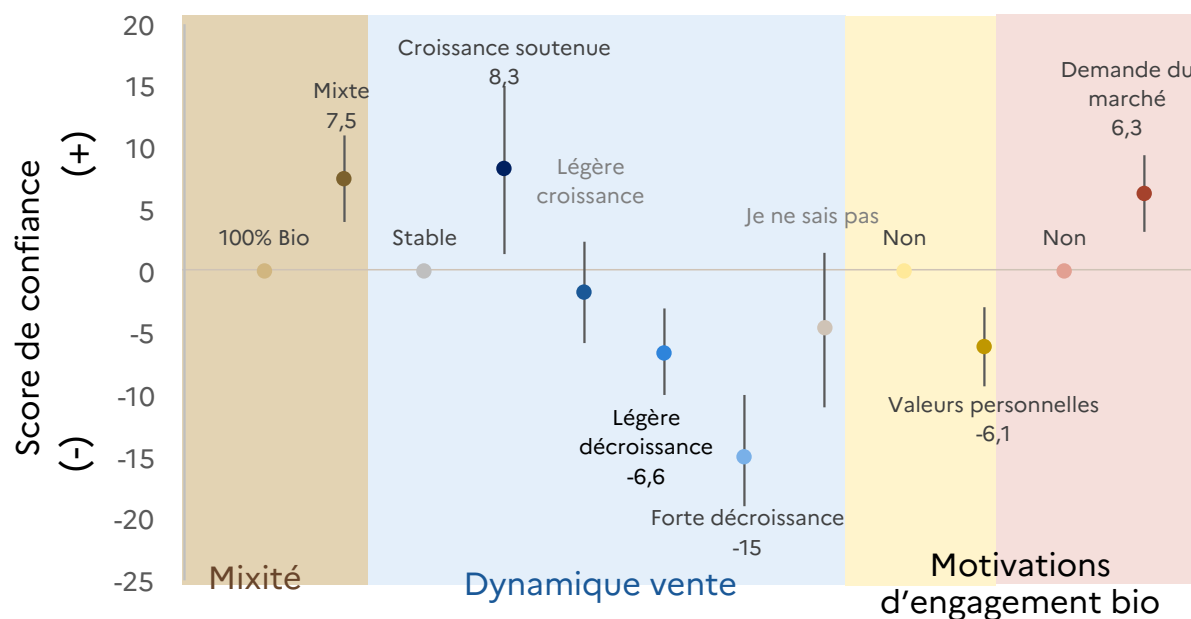
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

La note moyenne au niveau national est de 28

- ☑ Cette note est significativement plus élevée en Île-de-France
- ☑ Elle est significativement plus basse dans les régions Nord+Est et Aura (significatif à 10 %)

Une plus forte confiance dans les orientations de la politique publique chez les entreprises mixtes, en croissance, réactives au marché

Score de confiance dans les orientations de la politique publique de soutien à l'agriculture biologiques actuelle



- Note de lecture : les entreprises mixtes ont un score supérieur de 7,5 points à celui des 100 % bio
- Toutes choses égales par ailleurs, les transformateurs **motivés par la demande du marché ont un score de confiance plus élevé** que ceux sans cette motivation
- Toutes choses égales par ailleurs, les transformateurs **motivés par leurs valeurs personnelles ont un score de confiance plus faible** que ceux sans cette motivation
- Les transformateurs en croissance ont aussi un score plus élevé que ceux en décroissance

Question : « Quel est votre niveau de confiance dans les orientations de la politique publique de soutien à l'agriculture biologique actuelle ? »

Base : Toutes les entreprises (n= 874), pondéré

Une confiance dans les orientations de la politique publique pour la bio plus importante pour les transformateurs

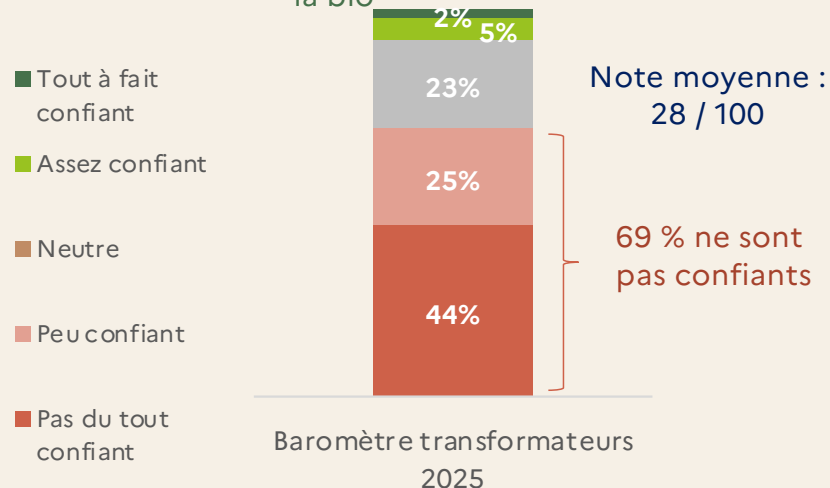


Pour les transformateurs :

Q : Quel est votre niveau de confiance dans les orientations de la politique publique de soutien à l'agriculture biologique actuelle ? (échelle de 0 à 100)

Source : Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026

7 % de transformateurs confiants
dans les orientations politiques pour
la bio

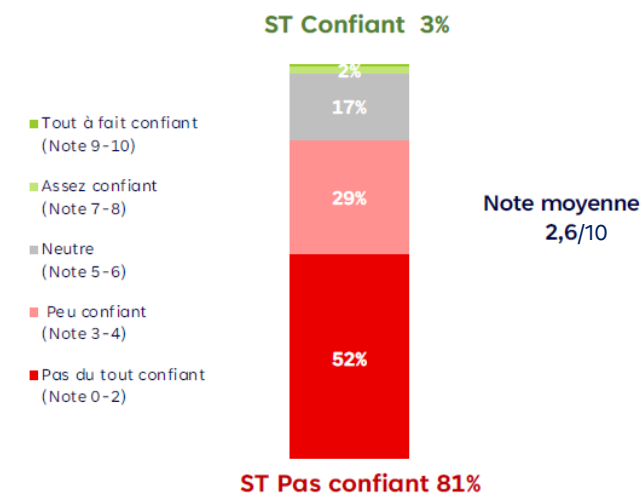


Pour les producteurs :

Q : Sur une échelle de 0 à 10, quel est votre niveau de confiance dans les orientations politiques mises en place aujourd'hui pour soutenir le développement de l'agriculture biologique ?

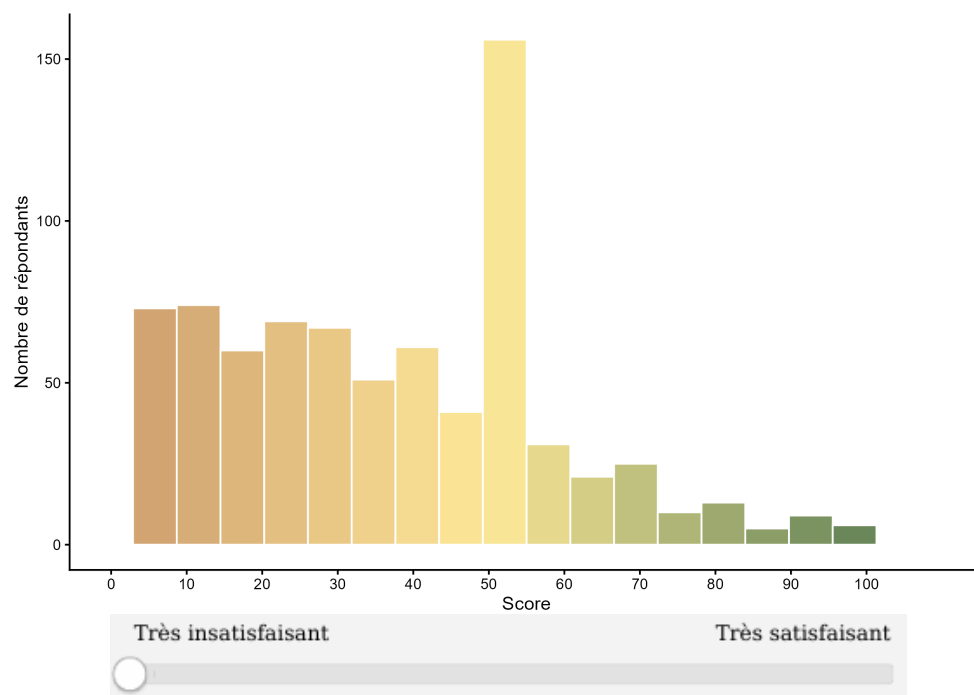
Source : Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025

Niveau de confiance dans les orientations politiques mises en place aujourd'hui pour soutenir le développement de l'agriculture biologique



Plus d'insatisfaits que de satisfaits de la communication

Satisfaction vis-à-vis de la communication nationale
autour du bio :



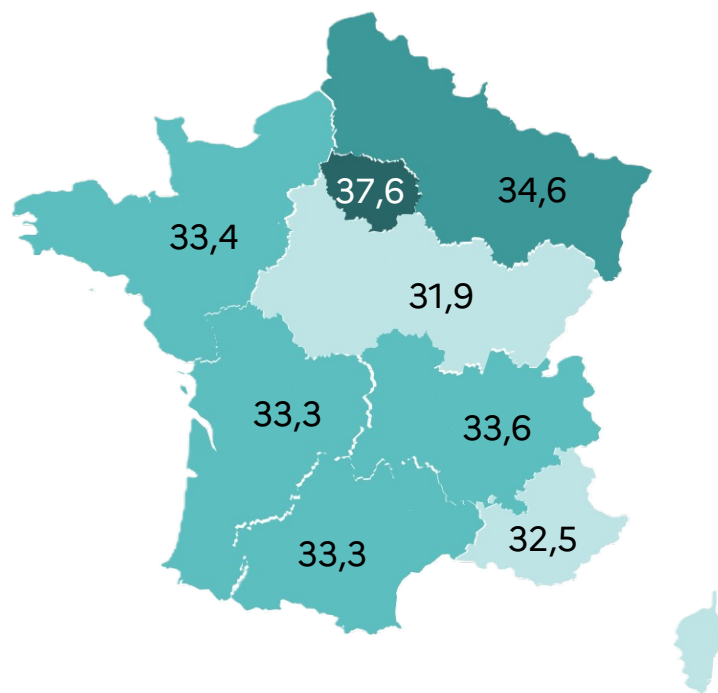
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Différences significatives avec la
satisfaction moyenne (note de 34) :

- GE : 43
- Entre 10 et 49 salariés : 38
- Plus de 10 ans : 37
- Commerce de gros : 36
- Mixte : 36
- Moins de 10 salariés : 31
- Entreprise de transformation agro
alimentaire : 31
- 100 % bio : 27

Plus de satisfaction envers la communication en Île-de-France

Satisfaction vis-à-vis de la communication nationale autour du bio



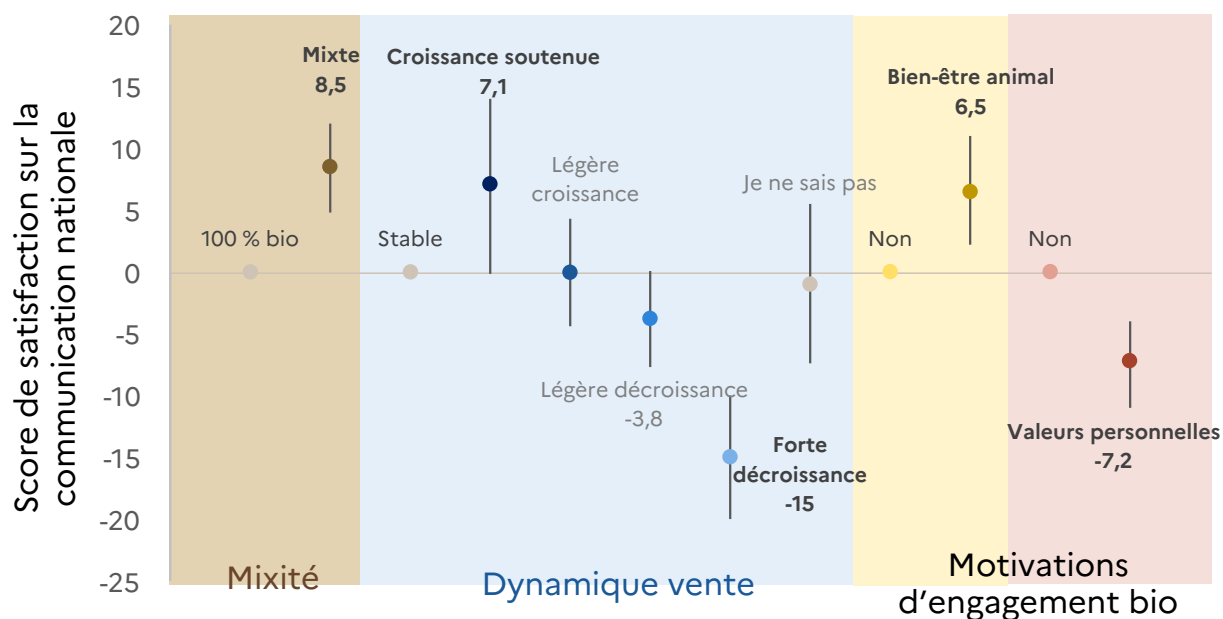
La note moyenne au niveau national est de 34

 Cette note est significativement plus élevée en Île-de-France

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Une faible satisfaction envers la communication pour les entreprises en 100 % bio, engagées pour leurs valeurs personnelles

Score de satisfaction sur la communication nationale autour du bio



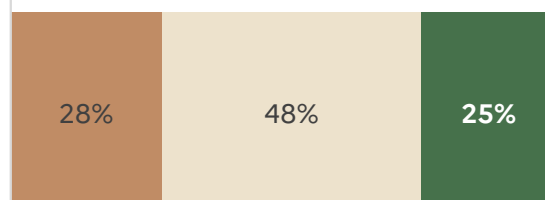
- Note de lecture : les entreprises mixtes ont un score supérieur de 8,5 points à celui des 100 % bio
- Toutes choses égales par ailleurs, les transformateurs **motivés par le bien-être animal ont un score de satisfaction plus élevé** que les entreprises sans cette motivation
- Toutes choses égales par ailleurs, les transformateurs **motivés par leurs valeurs personnelles ont un score de confiance plus faible** que les entreprises sans cette motivation

Question : « Satisfaction vis-à-vis de la communication nationale autour du bio »

Base : Toutes les entreprises (n= 874), pondéré

Un état d'esprit concernant le développement mitigé

Quel est votre état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans :



■ Pessimiste ■ Plutôt neutre ■ Optimiste

Malgré cela, 25 % de transformateurs sont optimistes

- Artisans –commerçants plus optimistes (34 %) et les entreprises de transformation agro alim plus pessimistes (33 %)
- 100 % bio plus optimistes (38 %) et les mixtes plus neutres (50 %) et surtout plus pessimistes (30 %)
- Moins de 10 salariés : plus optimistes (29 %)

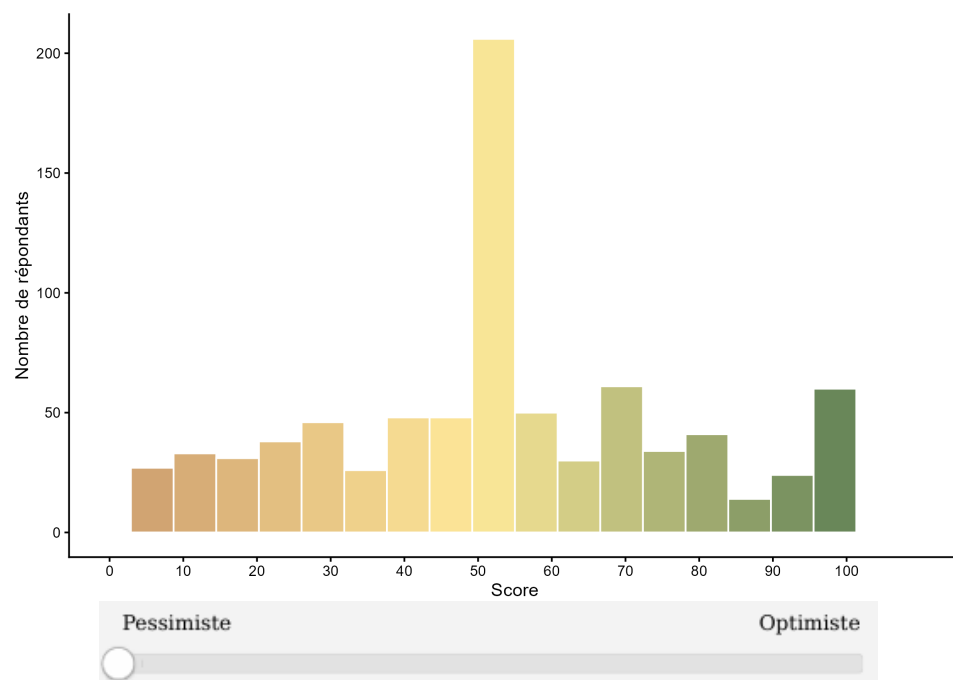
La note moyenne est de 48

Base : Toutes les entreprises (n=874)

La mention « pessimiste » est attribué à une note de 0 à 33 sur 100, plutôt neutre à une note de 34 à 66 sur 100 et « optimiste » de 67 à 100 sur 100

Beaucoup d'entreprises ni optimistes, ni pessimistes

Quel est votre état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans :



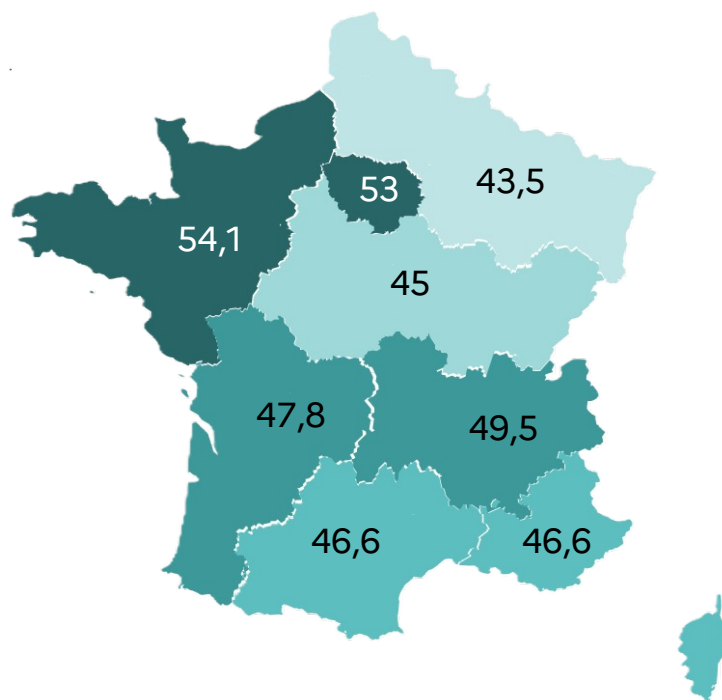
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Différences significatives avec l'optimisme moyen (note de 48) :

- 100 % bio : 56
- Artisans-commerçants : 55
- Moins de 10 salariés : 50
- PME : 49
- Mixte : 46
- Entreprise de transformation agro alimentaire : 45
- Entre 10 et 49 salariés : 44
- ETI : 40
- Moins de 5 ans : 52

Plus d'optimisme à l'Ouest pour le développement de la bio à 5 ans

Note moyenne de l'état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans :



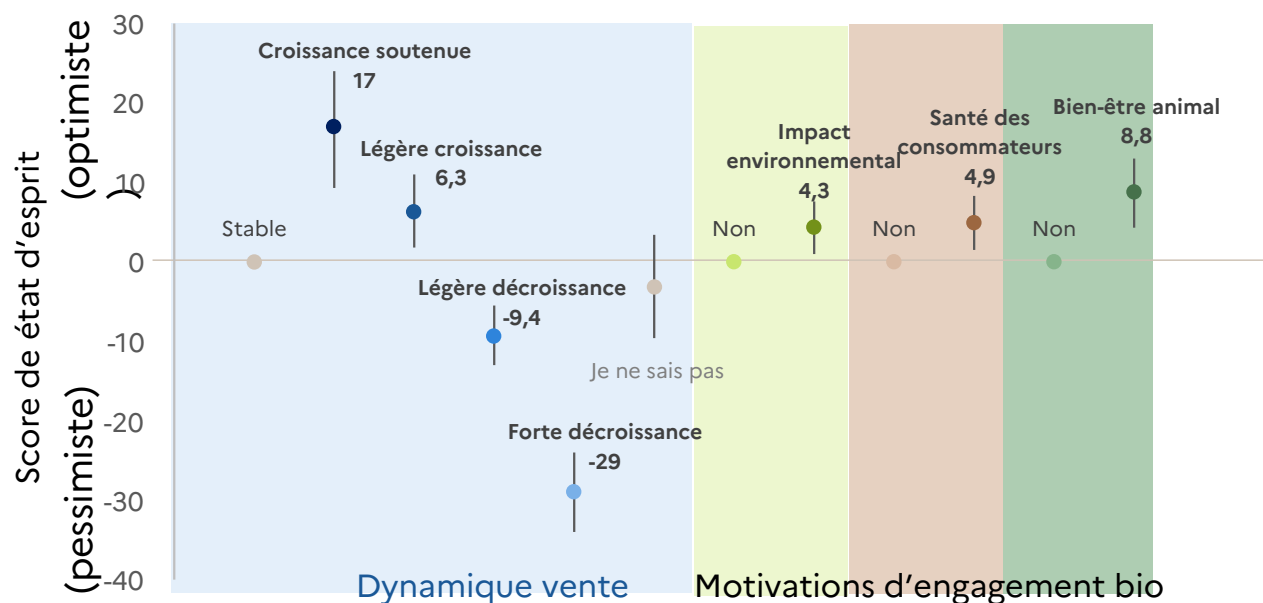
La note moyenne au niveau national est de 48

- ☑ Cette note est significativement plus élevée dans les régions de l'Ouest
- ☑ Et plus faible dans les régions du Nord et de l'Est

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

L'optimisme dans le développement du bio dans les 5 ans dépendant de la dynamique des ventes de l'entreprise

Score état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans :



Question : « Quel est votre état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans ? »

Base : Toutes les entreprises (n= 874), pondéré

- Note de lecture : les entreprises qui déclarent une croissance soutenue ont un score de 17 points supérieur à celui des entreprises stables
- En revanche, les entreprises connaissant une **forte décroissance** de leurs ventes ont un **score d'état d'esprit de 29 points inférieur** à celui des entreprises stables
- Toutes choses égales par ailleurs, **les transformateurs motivés par l'impact environnemental, la santé des consommateurs et le bien-être animal ont un score d'état d'esprit plus élevé** que les autres : ils sont plus optimistes sur le développement du bio dans les 5 ans, par rapport aux entreprises sans ces motivations
- La mixité ne joue pas un rôle déterminant dans l'état d'esprit pour la bio à 5 ans, elle n'est donc pas représentée



• CONCLUSIONS

Un moral plutôt bon malgré le contexte tendu

- La moitié des transformateurs qualifient le moral de leur entreprise comme bon ou très bon, 15 % le qualifient de mauvais
- Une baisse des ventes en 2026 pour 40 % des transformateurs, les entreprises 100 % bio résistent mieux
- Des marges en baisse depuis 2021 pour 47 % des entreprises

Un optimisme limité mais des perspectives positives

- 28 % des transformateurs sont inquiets pour leur activité bio, 24 % sont optimistes (surtout chez les artisans-commerçants, les entreprises en 100 % bio)
- L'optimisme est plus fort pour les entreprises en croissance et engagées dans le bio pour des raisons de santé, environnementales ou de bien-être animal
- Plus d'entreprises souhaitent augmenter leur part de bio (25 %) que d'entreprises souhaitant la diminuer ou arrêter le bio (13 %)
- Les perspectives de développement concernent davantage les entreprises nouvellement en bio, et celles à 100 % bio

Un engagement pour la bio, et une grande fierté à être en bio

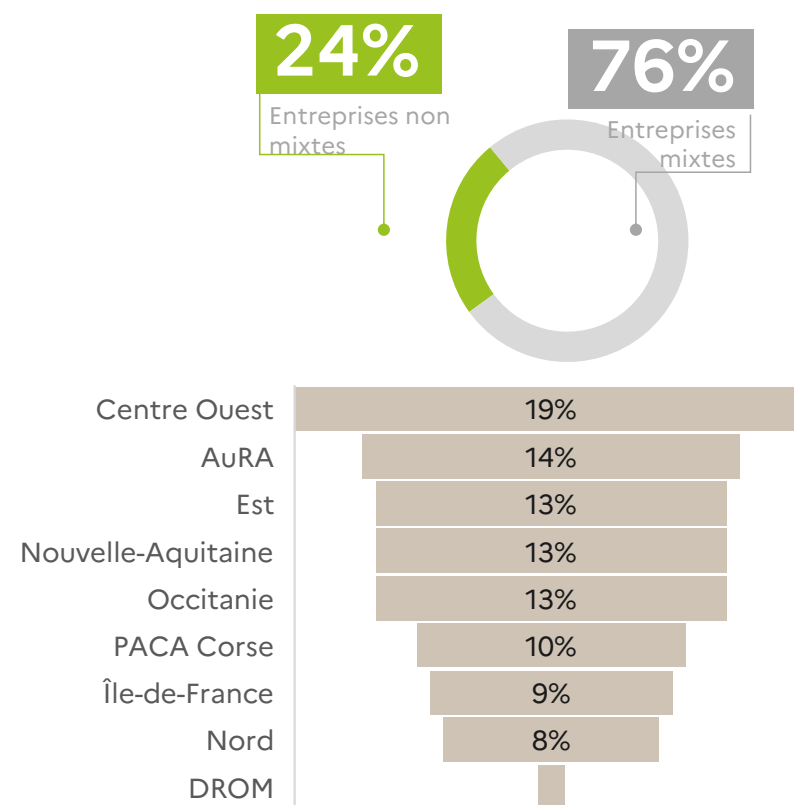
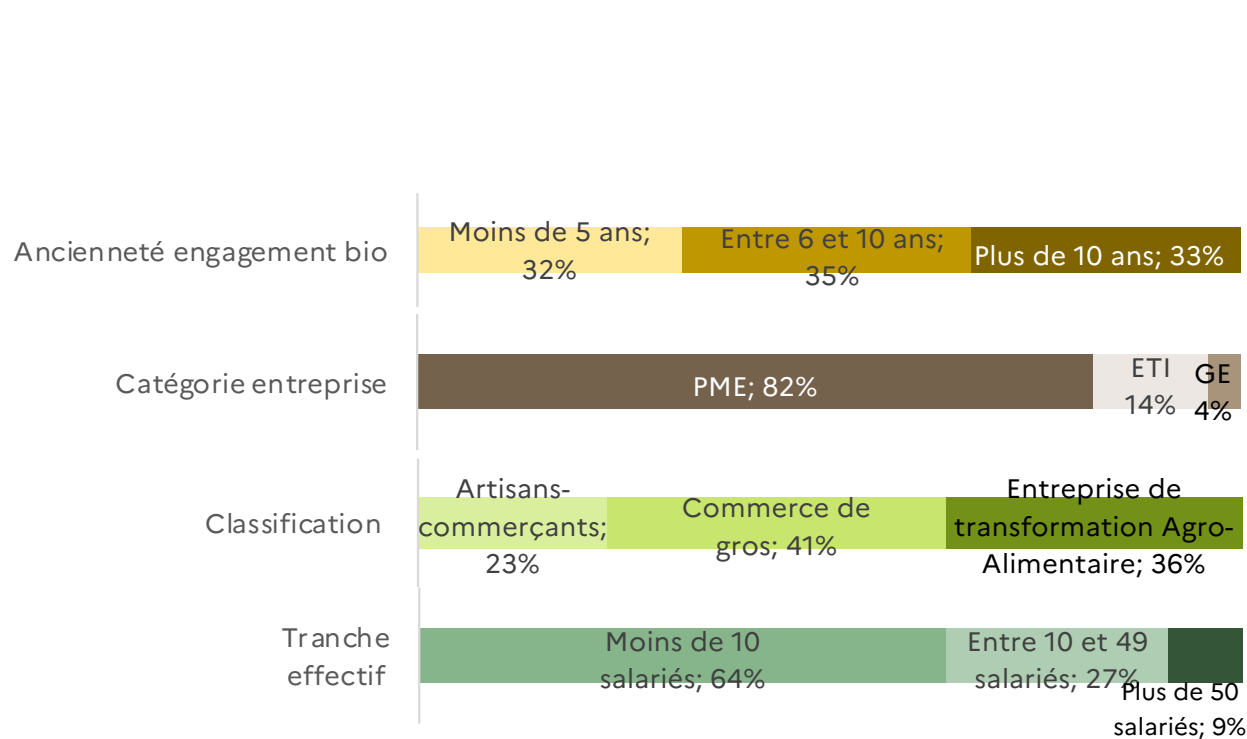
- 7 transformateurs sur 10 affirment leur fierté à être en bio, mais cette fierté peut être challengée par une activité en baisse
- L'engagement en bio est assumé pour 47 % des entreprises, 30 % ressentent une tension; dans les deux cas, le marché et la demande jouent un rôle important
- Face au rôle important de la demande, apparaît une insatisfaction vis-à-vis de la communication autour du bio
- Les orientations de la politique de soutien à l'AB convainquent peu, avec une faible confiance de la part des transformateurs
- La confiance et la satisfaction dans la communication sont moindres chez les entreprises 100 % bio, celles ayant des difficultés, et celles dont l'engagement est personnel - cela traduit un engagement fort de ces entreprises (et non uniquement une réponse au marché)



● ANNEXES

Détails de la pondération

Caractéristiques des entreprises interrogées (variables de redressement)



Source : Répartition des ~14 000 entreprises transformatrices de produits issus de l'agriculture biologique inscrits à l'Agence Bio

Pondération 1/3

Variable	Modalité	Brut dans l'enquête	Après redressement = quotas	Effectifs
Tranche d'effectif	Entre 10 et 49 salariés	25%	27%	236
	Moins de 10 salariés	69%	64%	559
	Plus de 50 salariés	6%	9%	79
Mixité	Non mixte	36%	24%	210
	Mixte	64%	76%	664
Ancienneté engagement bio	Moins de 5 ans	34%	32%	280
	Entre 6 et 10 ans	35%	35%	306
	Plus de 10 ans	31%	33%	188

Pondération 2/3

Variable	Modalité	Brut dans l'enquête	Après redressement = quotas	Effectifs
Catégorie entreprise	ETI	9%	14%	122
	GE	2%	4%	35
	PME	89%	82%	717
Classification	Artisans-commerçants	25%	23%	201
	Commerce de gros	32%	41%	358
	Entreprise de transformation Agro-Alimentaire	43%	36%	315

Pondération 3/3

Variable	Modalité	Brut dans l'enquête	Après redressement = quotas	Quotas
Région	Auvergne-Rhône-Alpes	15%	14%	122
	Centre Ouest	19%	19%	166
	DROM	1%	1%	9
	Est	13%	13%	114
	Nord	10%	8%	70
	Nouvelle-Aquitaine	7%	13%	114
	Occitanie	12%	13%	114
	PACA Corse	13%	10%	87
	Île-de-France	11%	9%	79

Distribution des poids

0%	1%	10%	25%	50%	75%	90%	99%	100%
0.3925	0.4396	0.5895	0.6852	0.9243	1.1879	1.5017	2.3969	3.4240

Médiane : 0,92

Moyenne : 1



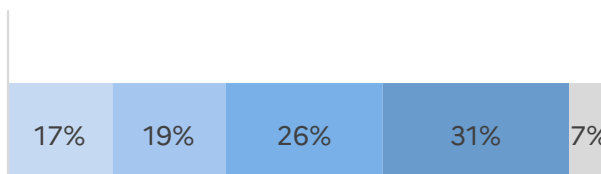
ANNEXES

Résultats complémentaires

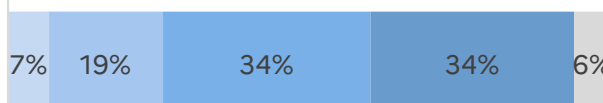


Annexe : question de l'origine UE

Quelle est la part de l'origine Union Européenne dans vos approvisionnements en bio ?



Quelle est la part de l'origine France dans vos approvisionnements en bio ?



0% Entre 1% et 49% Entre 50% et 99% 100% Je ne sais pas

☑ Catégorie d'entreprise :

- Artisans-commerçants : entre 50 % et 99 % (37 %)
- Commerce de gros : 0 % (23 %)

☑ Mixité :

- 100 % bio : entre 50 % et 99 % (54 %)
- Mixte : 0% (8 %), 100 % (37 %)

Attention, la question sur l'origine UE est difficile à interpréter car elle a été comprise différemment selon les répondants (France incluse ou non dans l'UE selon les réponses)

Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Pas de comparaison possible
entre ces deux indicateurs



Pour les transformateurs :

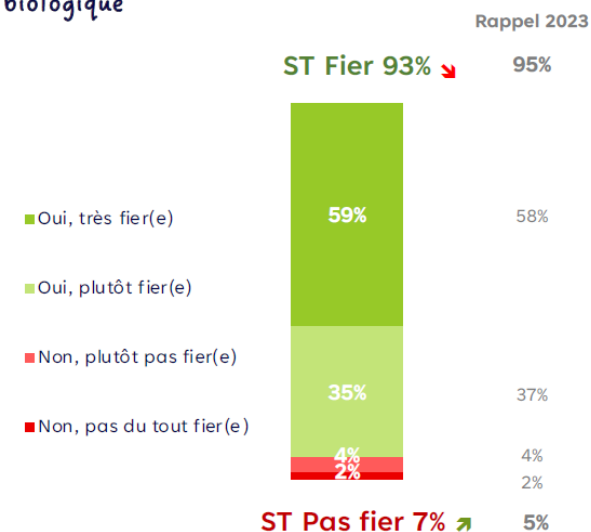
Q : Diriez-vous que vous êtes fiers d'être en agriculture biologique ? (échelle de 1 à 100, coupée en 4 à 25, 50 et 75)
Baromètre du moral des transformateurs bio, 2026



Pour les producteurs :

Q : Diriez-vous que vous êtes fier(e) d'être en agriculture biologique ?
Baromètre du moral des agricultrices et agriculteur bio, 2025

Fierté d'être en agriculture biologique



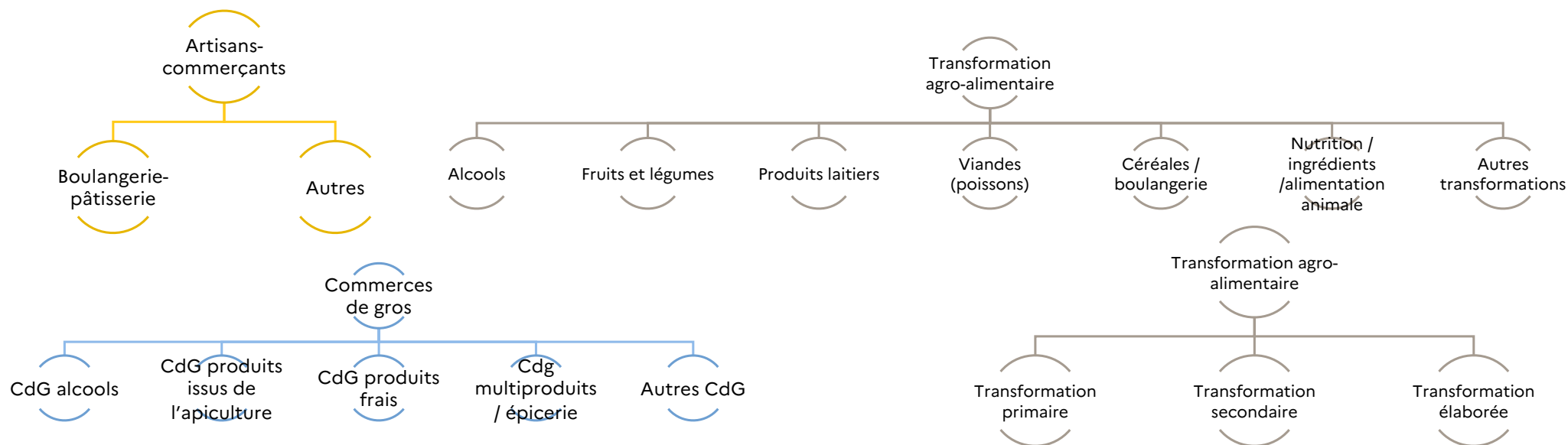


ANNEXES

Catégorisation des
entreprises



Regroupement des catégories (1/2)



Regroupement des catégories (2/2)

	N dans l'enquête	N dans la base	% réponses
Artisans-commerçants	220	3289	7%
Autres (boucherie-charcuterie, chocolaterie, ...)	39	414	9%
Boulangerie - pâtisserie	181	2875	6%
Commerce de gros	281	5704	5%
Autres CdG (animaux, semences, produits non alimentaires, ...)	73	1565	5%
CdG alcools (vins, bières, ...)	35	1226	3%
CdG produits frais	92	1356	6%
CdG multiproduits ou épicerie	81	1553	6%
Entreprise de transformation Agro-Alimentaire	373	5125	7%
Autres transformations	90	1639	7%
Céréales / boulangerie	56	1230	7%
Viandes	40	649	9%
Alcools	116	457	9%
Fruits & légumes	41	473	6%
Produits laitiers	30	677	6%

	N dans l'enquête	N dans la base	% réponses
Entreprise de transformation Agro-Alimentaire	373	5125	7%
Élaborée	106	1223	9%
Primaire	54	797	7%
Secondaire	213	3105	7%