



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Pour un monde plus Bio

CRÉDOC

CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET
L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE

BAROMÈTRE : MORAL DES TRANSFORMATEURS BIO

Présentation Natexpo

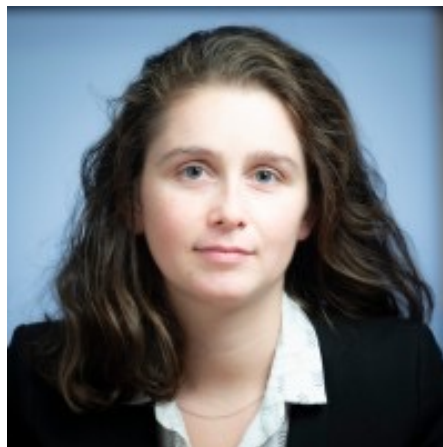
28 septembre 2026



Présentation des intervenant.e.s



Fanny MOREL
Agence BIO
*Observatoire national
de l'agriculture
biologique*



Marianne BLEHAUT
CREDOC
*Directrice du pôle
Data et Economie*



Adrien PETIT
Cluster BIO
Directeur

Principaux objectifs et contexte

- Après deux éditions dédiées aux producteurs bio en 2023 et 2025, l'objectif de ce baromètre est d'ouvrir ce type d'enquête aux opérateurs de l'aval
- Objectif COP Agence BIO 2024-2028 : Mieux connaître toute la filière bio, y compris l'aval.
- Alors que le secteur traverse une période économique difficile, la perte d'opérateurs aval observée depuis 4 ans menace l'équilibre amont/aval. Même si l'amont reprend, un aval affaibli fragilise toute la chaîne.
- L'objectif de ce baromètre du moral des entreprises de transformation bio est de mieux cerner leurs besoins et leurs inquiétudes



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

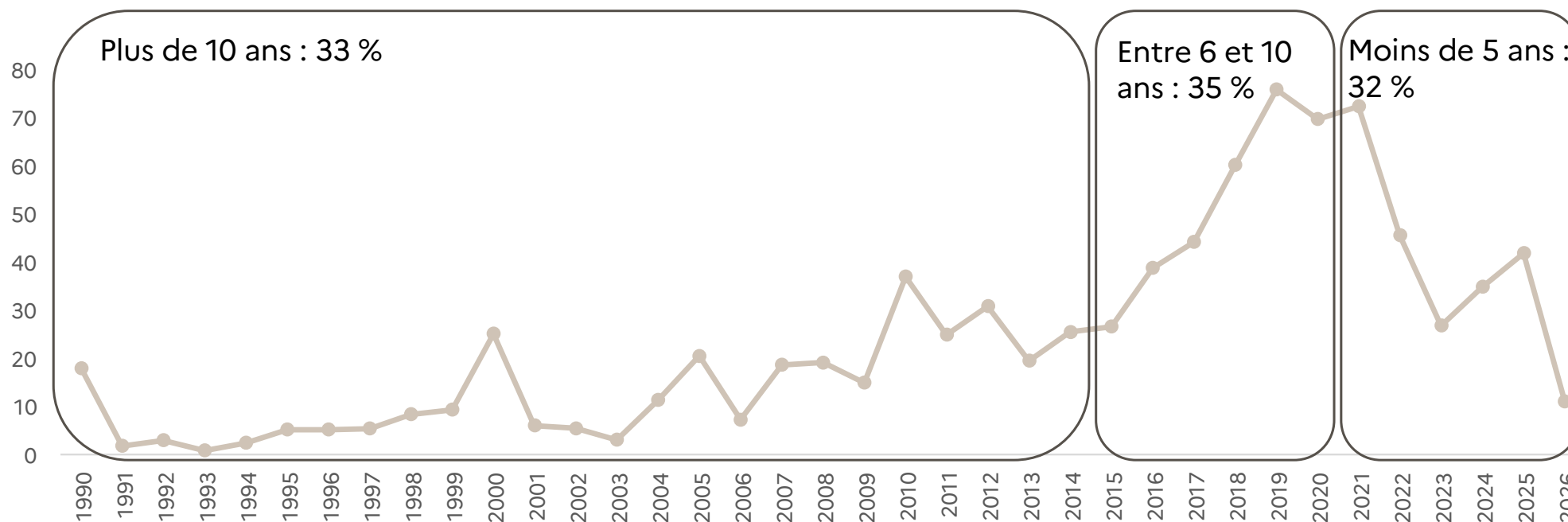
- 6 Variables de redressement :
 - Ancienneté d'engagement dans le bio
 - Critère de mixité
 - Région recodée en 9 (Nord, Centre-Ouest, IDF, Est, Auvergne Rhône Alpes, Nouvelle Aquitaine, Occitanie, PACA Corse, DROM)
 - Tranche d'effectifs (Moins de 10 salariés, entre 10 et 49 salariés, plus de 50 salariés)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



II. PROFIL DES ENTREPRISES RÉPONDANTES

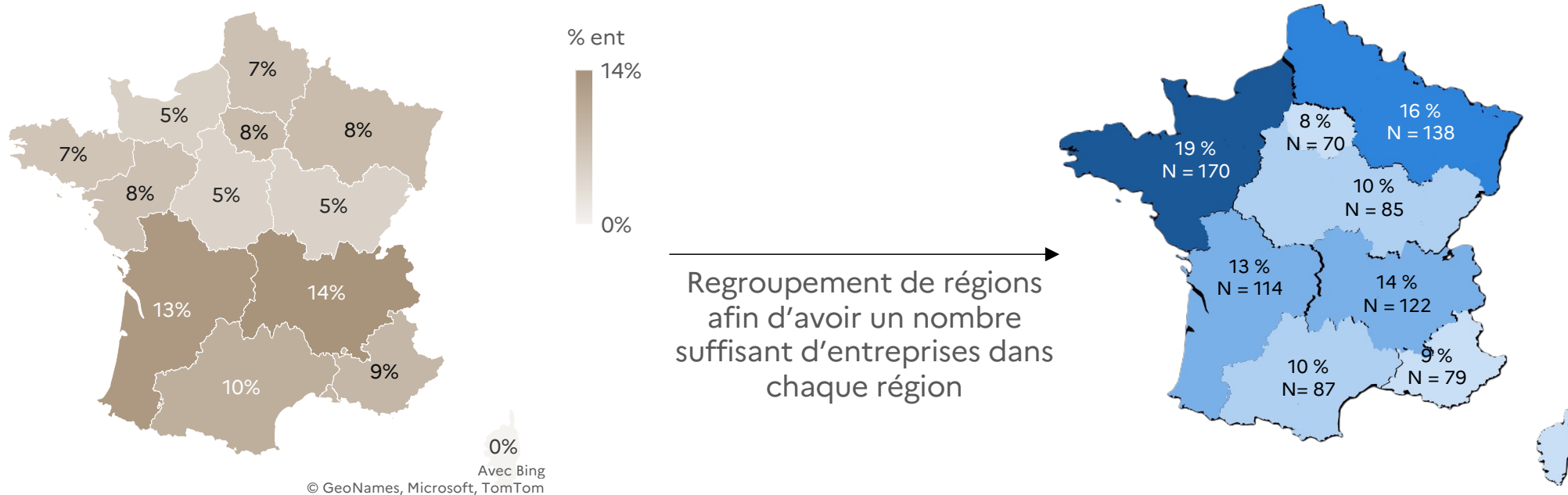
Un tiers d'entreprises engagées dans le bio depuis moins de 5 ans

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



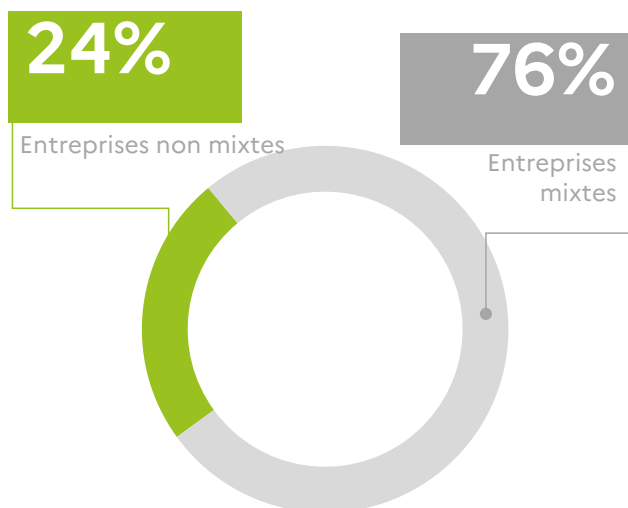
A gauche : Répartition des entreprises transformatrices ayant répondu à l'enquête selon les régions administratives

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

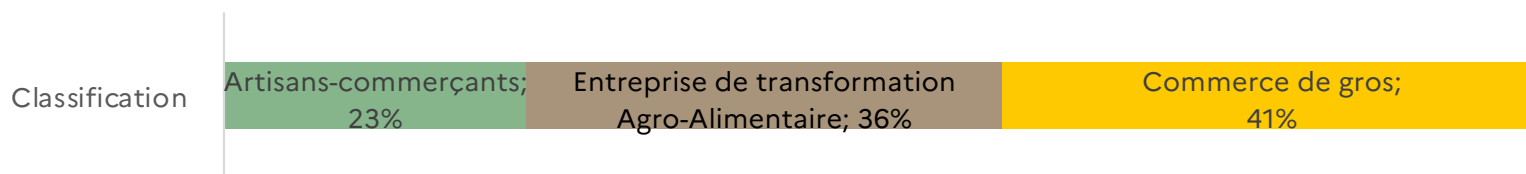
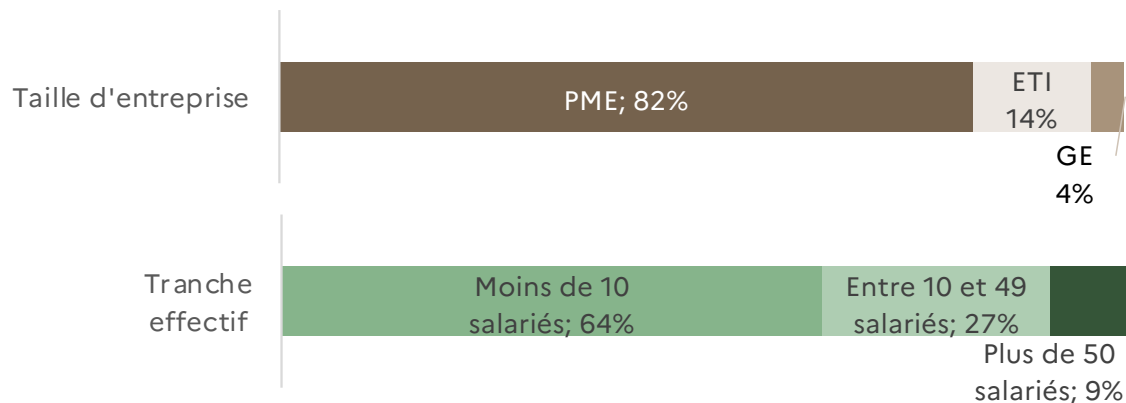
~ 1 % (Guadeloupe,
La Réunion)

Une majorité de petites entreprises à l'activité mixte

Type d'activité



Taille de l'entreprise, nombre de salariés, en ancienneté dans la bio



01

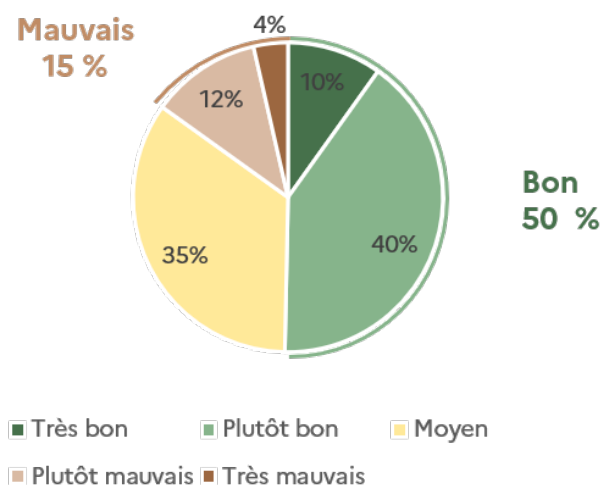
DYNAMIQUE ACTUELLE ET MORAL

Un moral plutôt bon

Un moral plutôt bon

- 50 % des transformateurs qualifient le moral de leur entreprise comme bon ou très bon

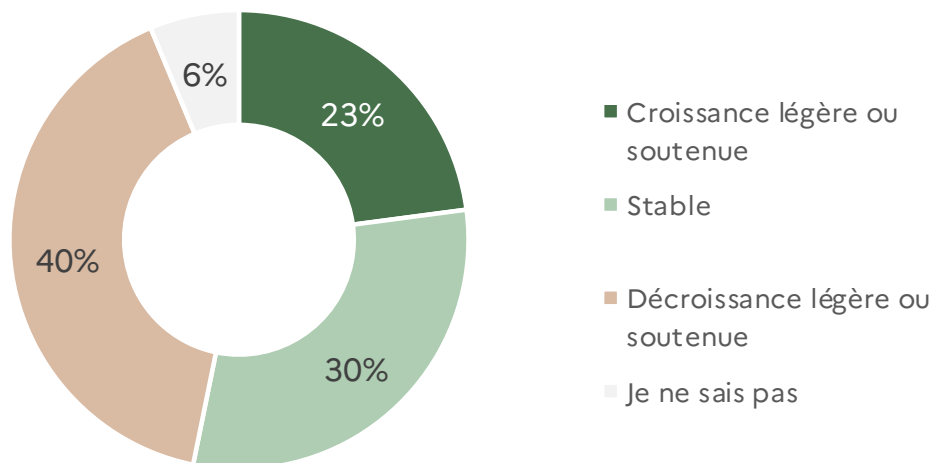
Globalement, comment qualifieriez-vous le moral dans votre entreprise aujourd'hui ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874), questions fermées à réponse unique

La dynamique des ventes bio est à stable ou en croissance pour la moitié des entreprises

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

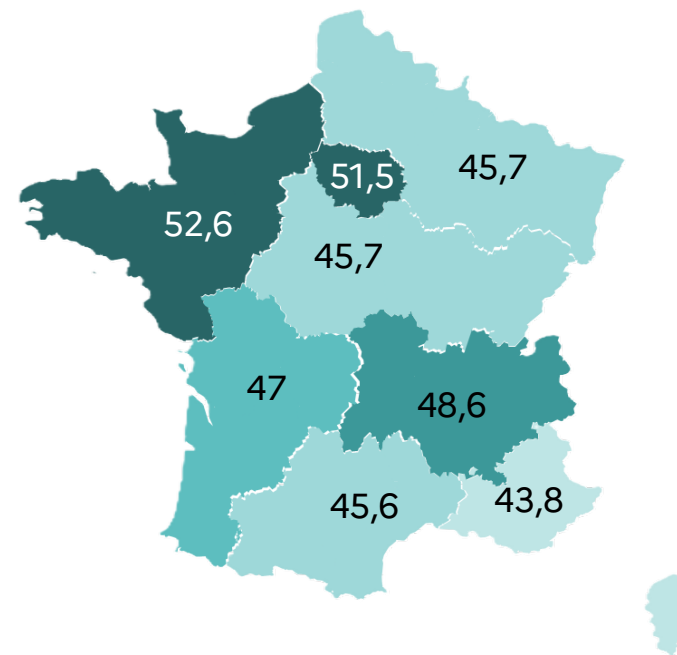
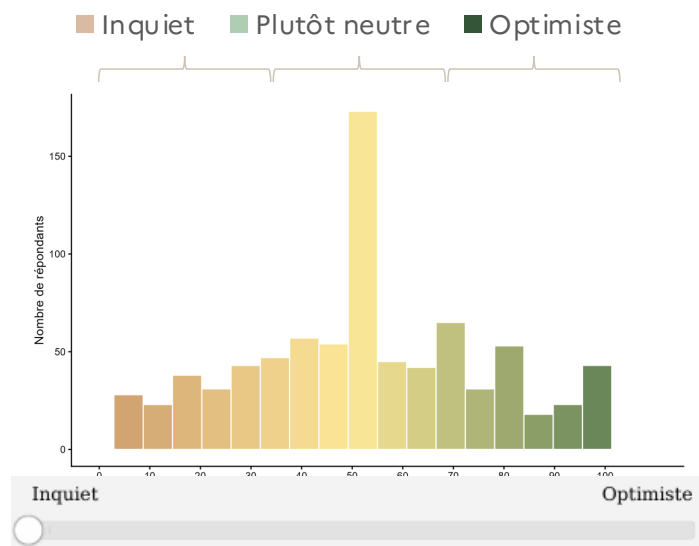
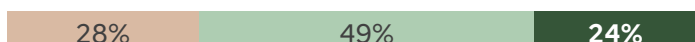


- Les entreprises 100 % bio (non-mixtes) ressentent davantage une croissance légère ou soutenue que la moyenne (33 %)
- À l'inverse, les entreprises mixtes déclarent davantage une décroissance légère ou soutenue (43 %)

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

Un état d'esprit mitigé

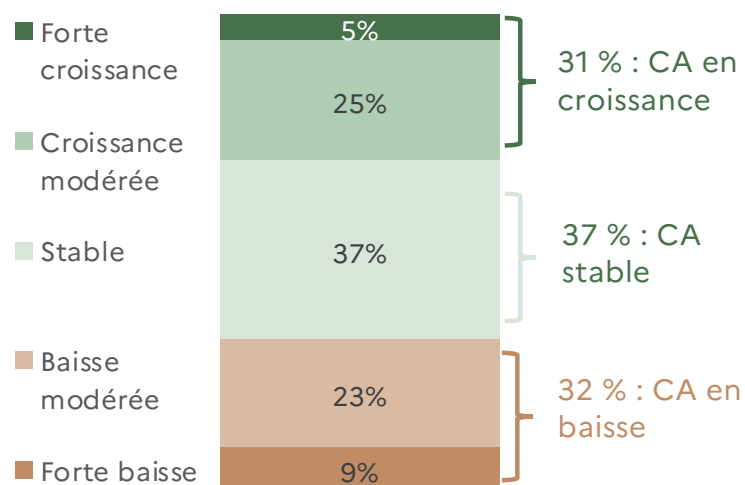
Quel est votre état d'esprit lié à l'activité bio aujourd'hui : note moyenne de 48



02 SITUATION ÉCONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

Plus des deux tiers des transformateurs ont un CA stable ou en croissance

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

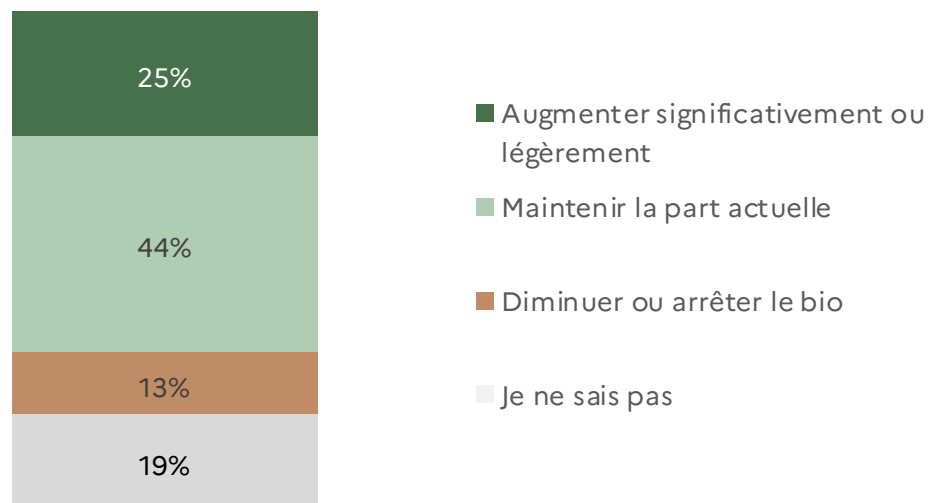


Base : Toutes les entreprises (n= 874)

Des perspectives de maintien ou d'augmentation de l'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)

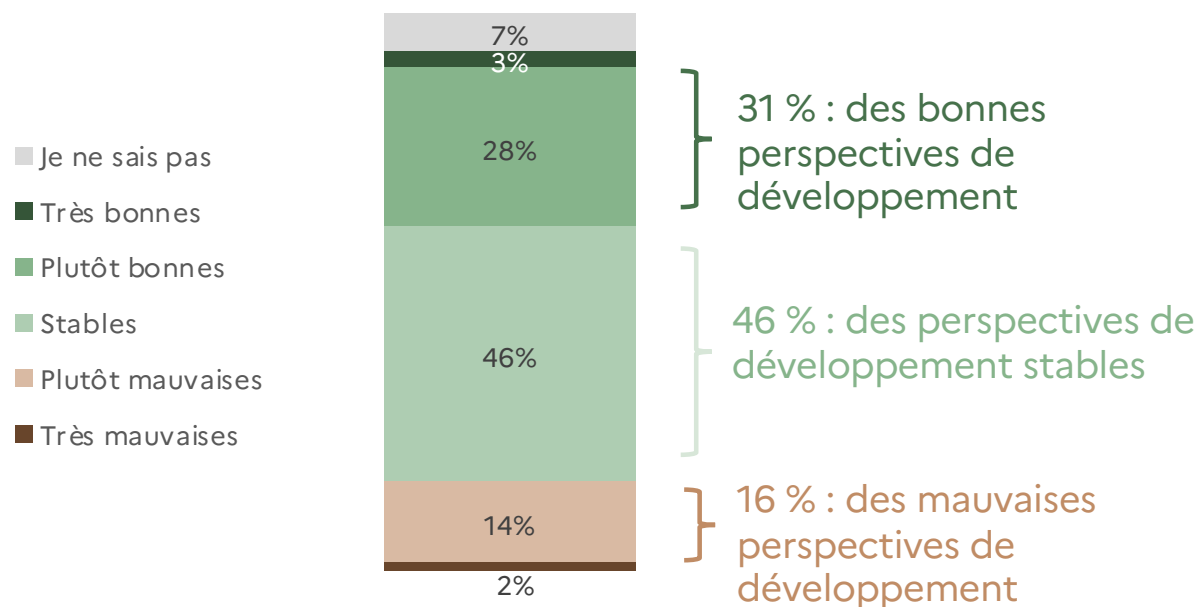


Base : Entreprises n'étant pas à 100 % bio (n=574), question fermée à réponse unique

03 STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT 2026

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

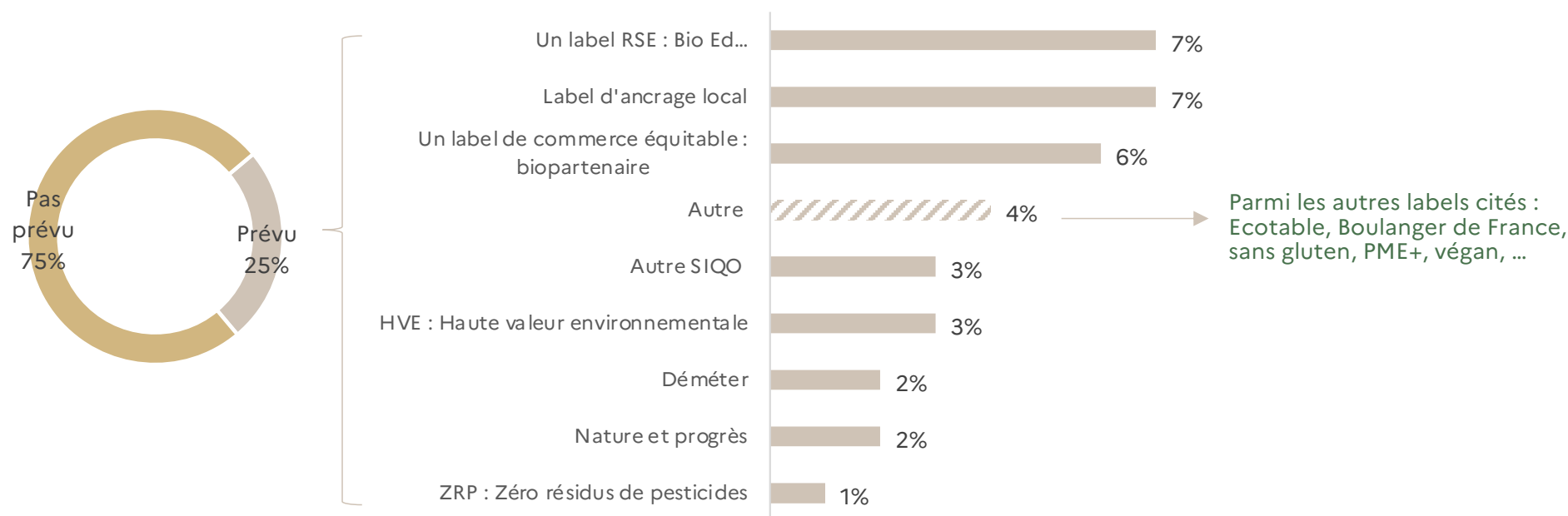
Quelles sont les perspectives de développement de votre entreprise sur 2026 ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

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 ?

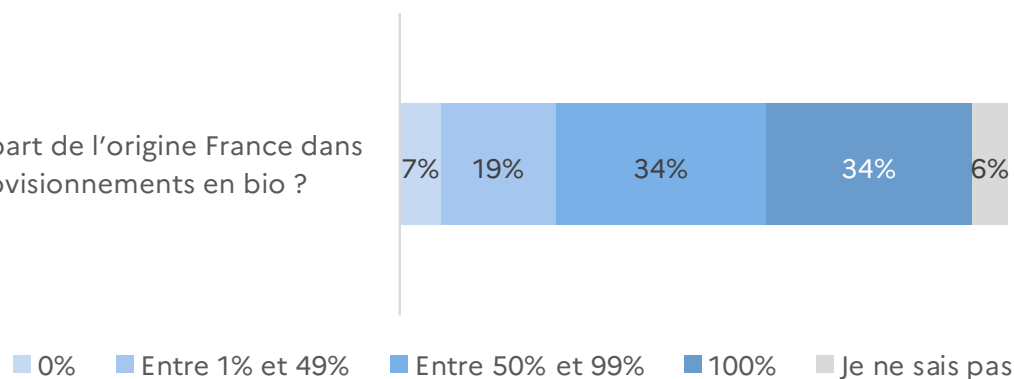


Base : Toutes les entreprises (n= 874),
question fermée à choix multiple

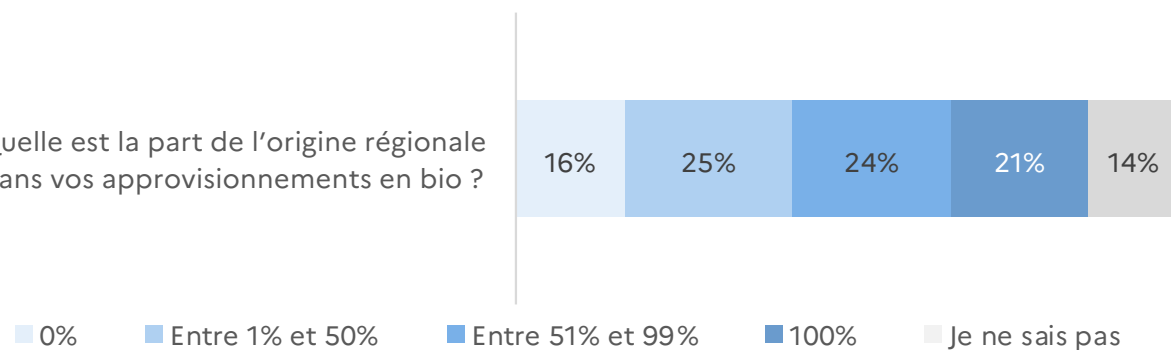
04 APPROVISIONNEMENT

Un tiers d'approvisionnement Français exclusif

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



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



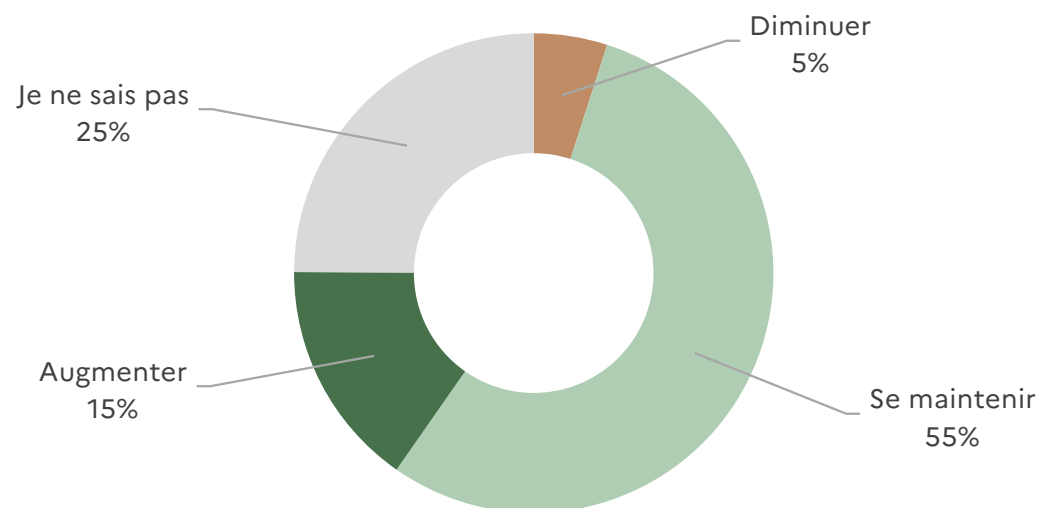
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

L'origine souvent diversifiée au-delà de la France

- Plus de 9 transformateurs sur 10 s'approvisionnent en France, un tiers ont 100 % de leur approvisionnement Français
- 21 % des entreprises s'approvisionnent dans la région

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 en 100 % bio (25 %)**

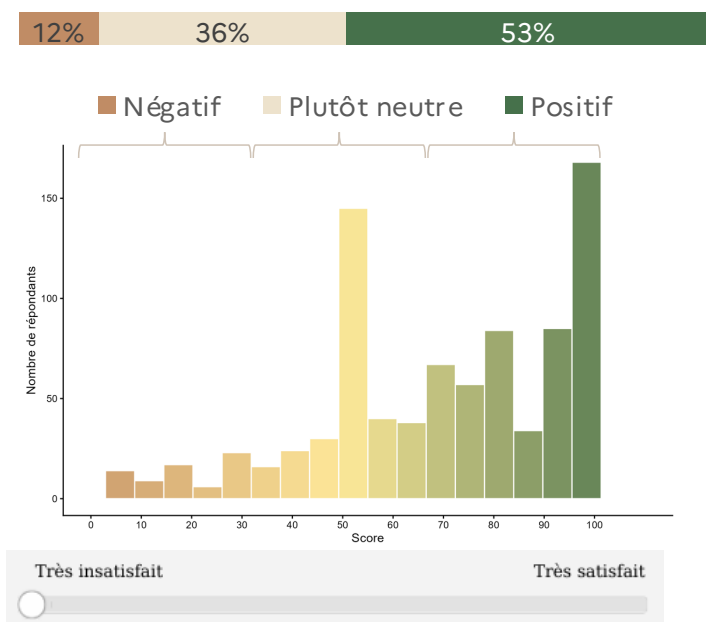
Base : Toutes les entreprises (n= 874)

05

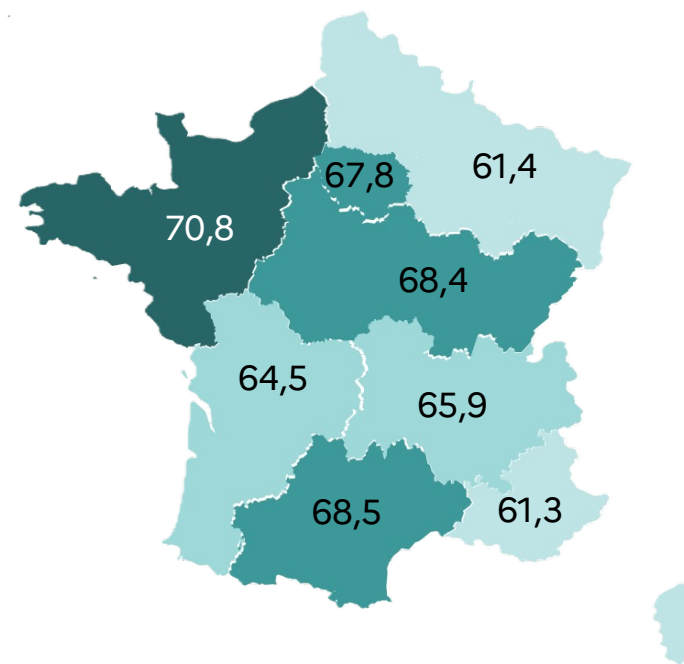
ENGAGEMENT EN BIO : MOTIVATIONS ET FREINS

Plus de la moitié des transformateurs sont satisfaits de leur engagement en bio...

Niveau de satisfaction vis-à-vis de votre engagement bio : une note moyenne de 66

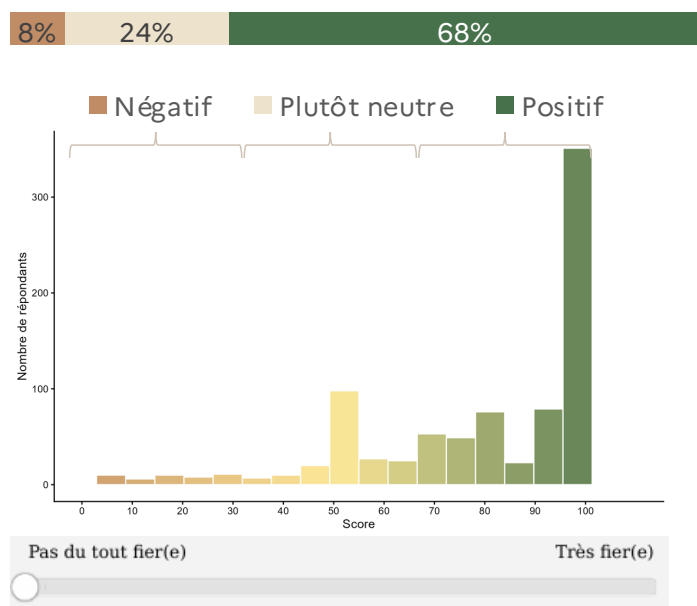


Base : Toutes les entreprises (n= 874)

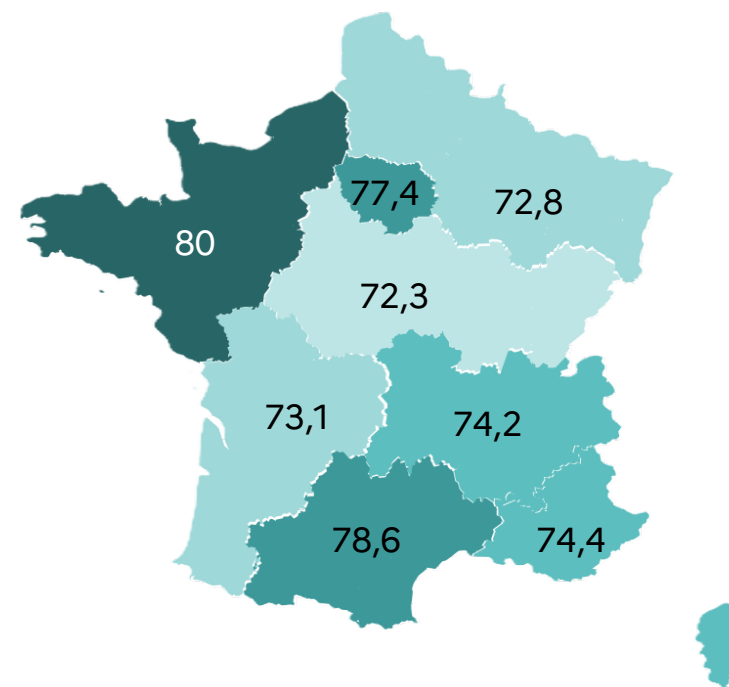


... et deux tiers en sont fiers

Diriez-vous que vous êtes fiers d'être en agriculture biologique ? Note moyenne : 75

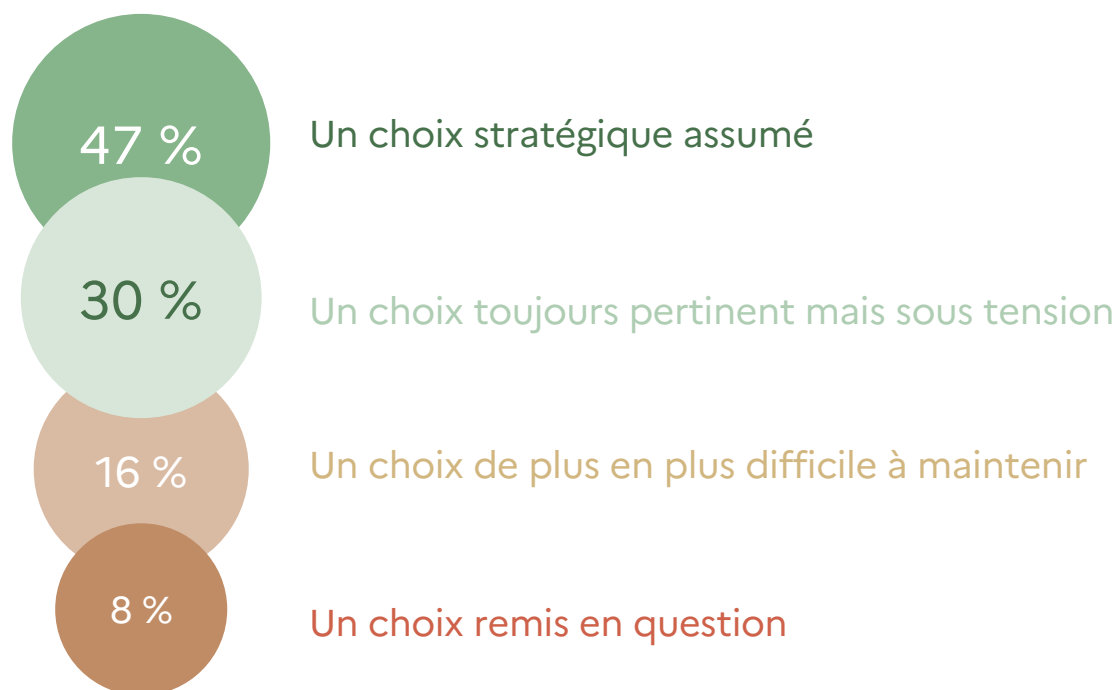


Base : Toutes les entreprises (n= 874)



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

Votre engagement en bio est-il aujourd'hui ?



Base : Toutes les entreprises (n= 874)

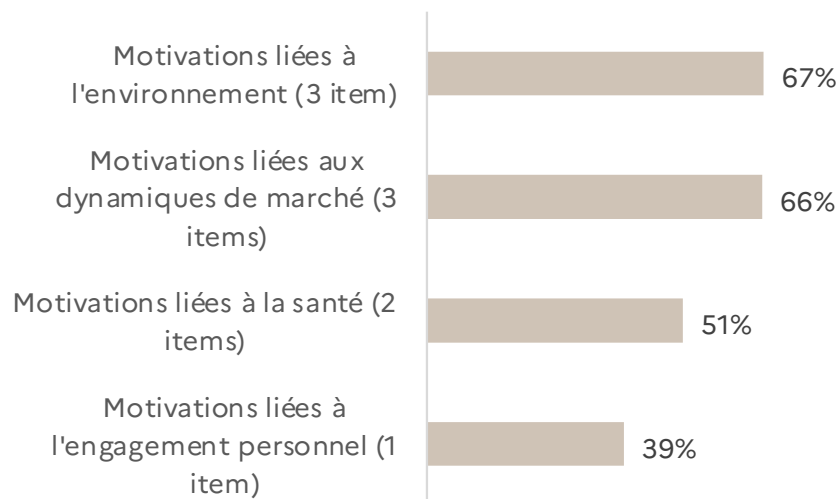
L'environnement comme première motivation de l'engagement en bio des transformateurs et des producteurs



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

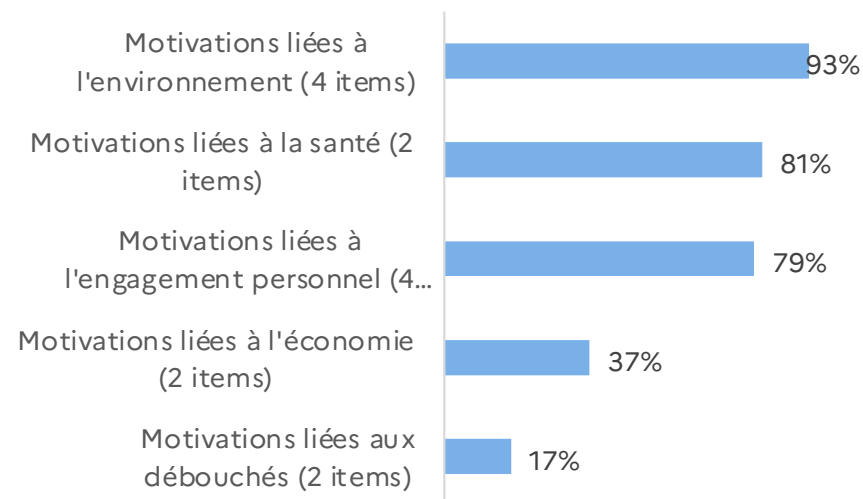
Transformateurs



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

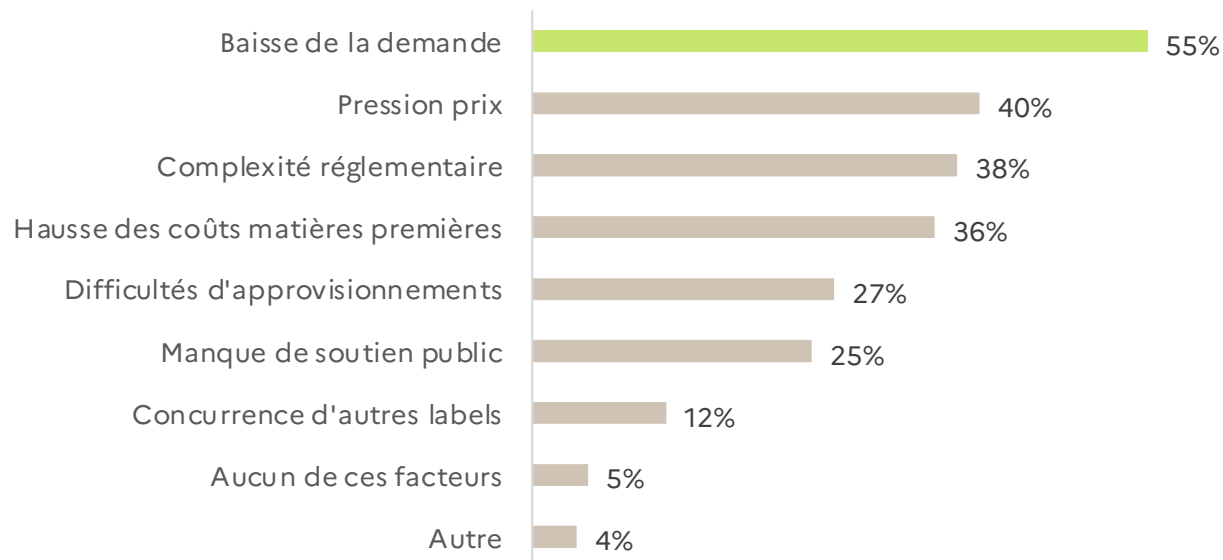
Santé

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 ?



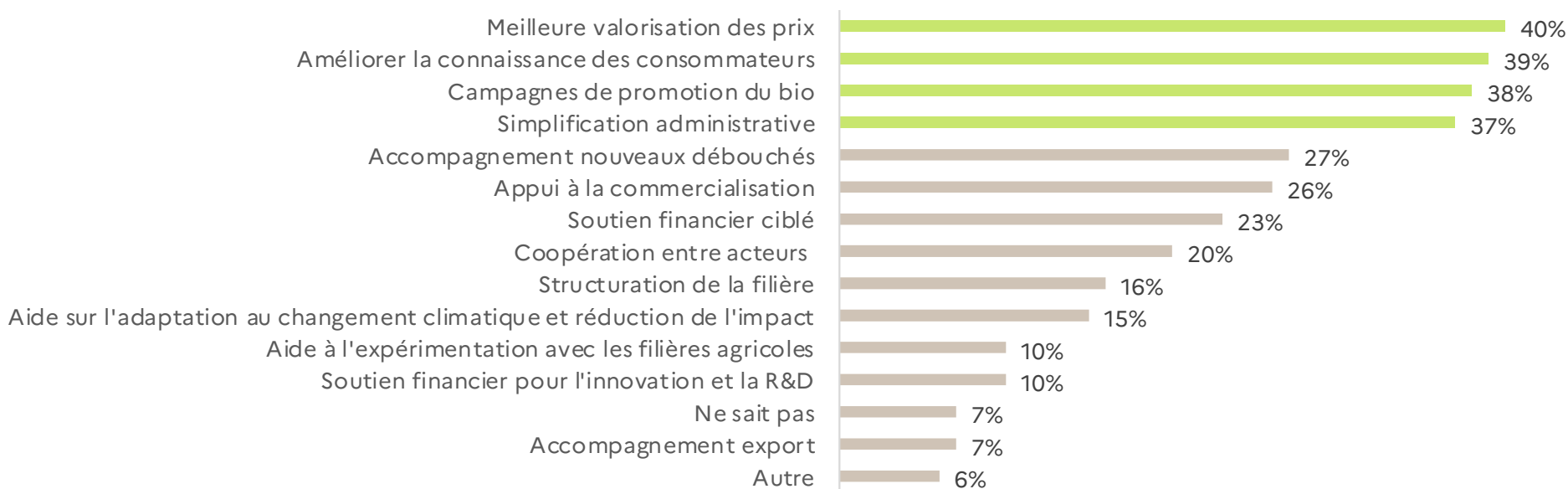
Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée à choix multiple

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 :

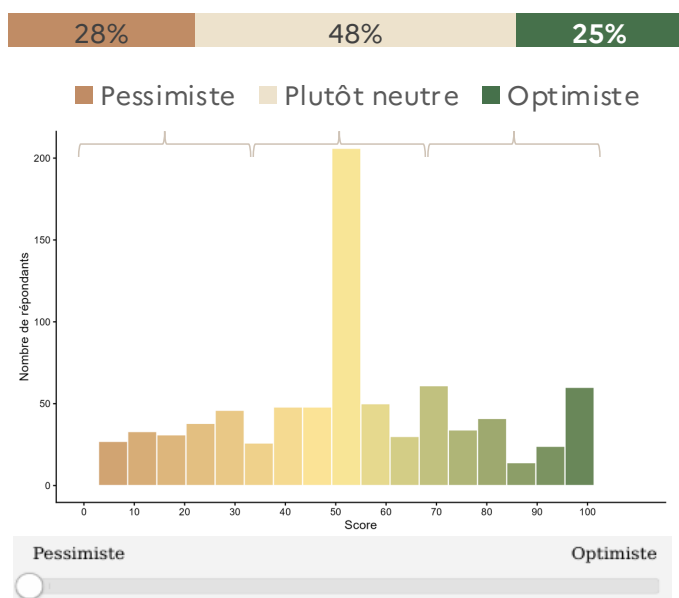


Les tris selon le nombre d'employés et
la mixité de l'entreprise sont présentés
dans la diapositive suivante

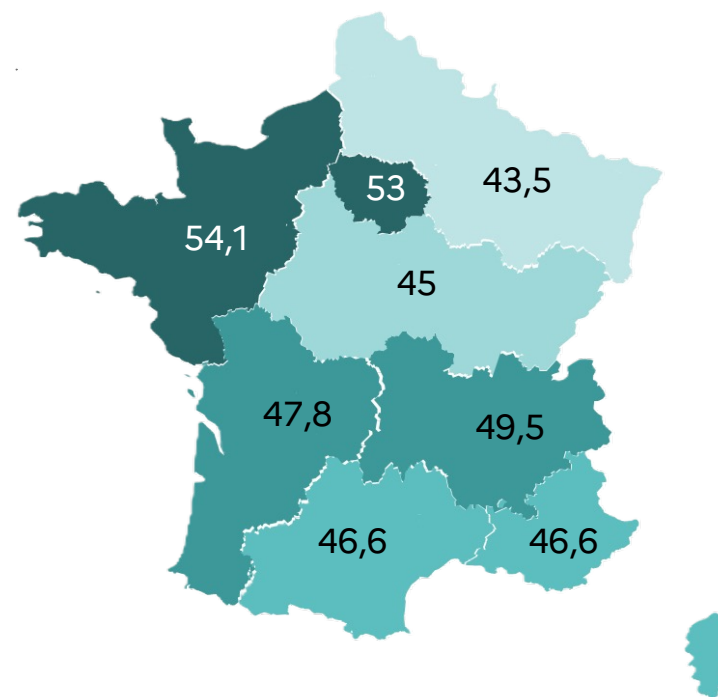
Base : Toutes les entreprises (n= 874), question fermée avec 3
réponses maximum

Beaucoup d'entreprises ni optimistes, ni pessimistes

Quel est votre état d'esprit pour le développement du bio dans les 5 ans ?
(moyenne : 48)



Base : Toutes les entreprises (n= 874)





• CONCLUSIONS

AGIR ENSEMBLE POUR LA FILIERE BIO REGIONALE



BAROMETRE DE CONJONCTURE DES ENTREPRISES BIO EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



natexpo LYON 2026
28 - 29 SEPT.



Le Bio un ancrage régional fort et historique en Auvergne-Rhône-Alpes

Dynamique régionale forte !



◦ 1ère région en **transformateurs bio**

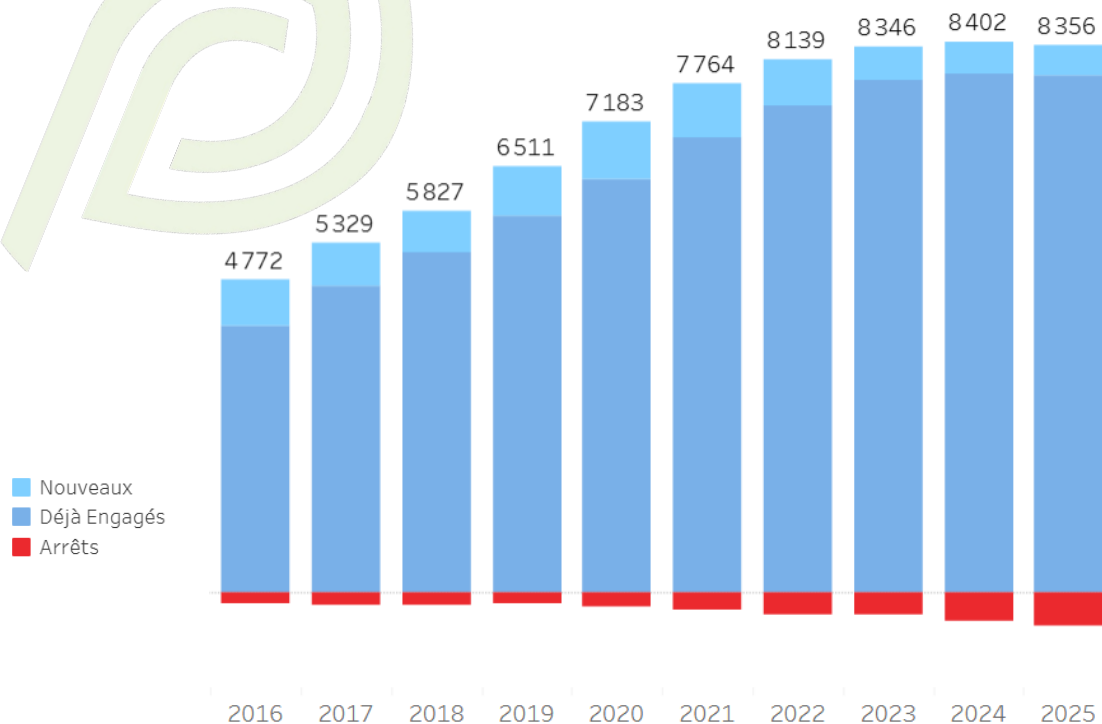


◦ 2ème en **distributeurs spécialisés**

◦ 3^{ème} région de France **en surfaces agricoles** biologiques



Une légère baisse du nombre de fermes



Source : Agence Bio/OC -

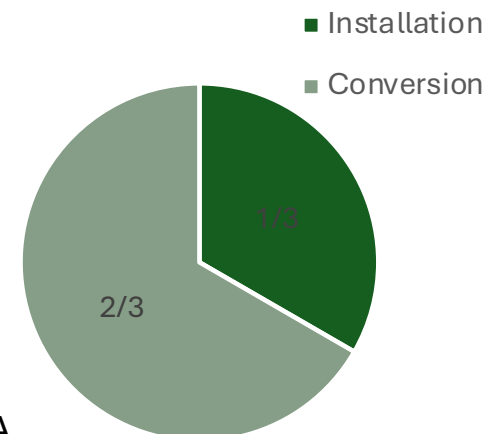
90,5% des producteurs constatent les impacts du changement climatique dans leur travail

17,3%
Des fermes de la région **sont BIO**

86%
des producteurs bio d'AuRA déclarent que **l'AB contribue à leur bonheur**

86%
Des producteurs bio souhaitent **augmenter ou maintenir leur activité bio à l'avenir**

Nouveaux



10,8%
Des surfaces agricoles en Bio avec 308 810 ha soit **+0,1%**

Le poids économique du Bio en Auvergne-Rhône-Alpes



5 centrales d'achats bio dans la région : 17 % de CA de la distri bio (720 millions de CA)



2eme région en nbre de magasins bio derrière Ile-de-France



700 millions d'euros de CA



4 antennes :

Ekibio, BPC Kambio, Alpes Biscuits, Alpha Nutrition, Nateva : 131 millions d'euros de CA (20% du CA du groupe en région) 357 salariés (22% des effectifs du groupe)



47 millions d'euros de CA et 50 salariés



102 millions d'euros de CA dont 15% en bio



475 millions d'euros de CA dont 10% en bio



21 millions d'euros de CA. Pionnier de la fabrication et distribution de pain bio national

Berceau d'initiatives fortes et uniques

Sièges de labels, groupements
et association d'ampleurs
nationales et internationales



Des événements reconnus
d'envergures internationales



Territoire pilote "Bio région"



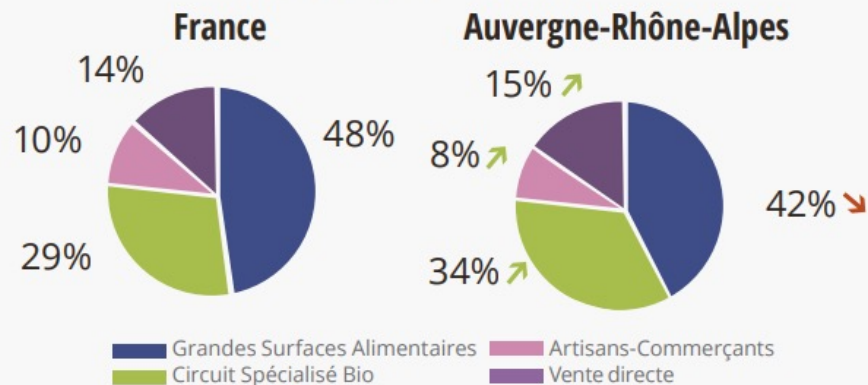
52% de produits bio dans les collèges,
31% des surfaces et des 34% des fermes

1ère ville en taux de produits bio dans les
cantines avec 74,5% de produits bio

ville de
Saint-Étienne

La consommation bio par la distribution : une consommation régionale majoritairement issue de la GSA

Répartition des ventes de produits alimentaires bio selon les circuits en 2024²⁵



Tendance encore + marquée en Auvergne-Rhône-Alpes :

Poids du bio dans le CA PGC FLS en GMS : **4,2%** sur les 12 derniers mois vs **3,9%** au national.

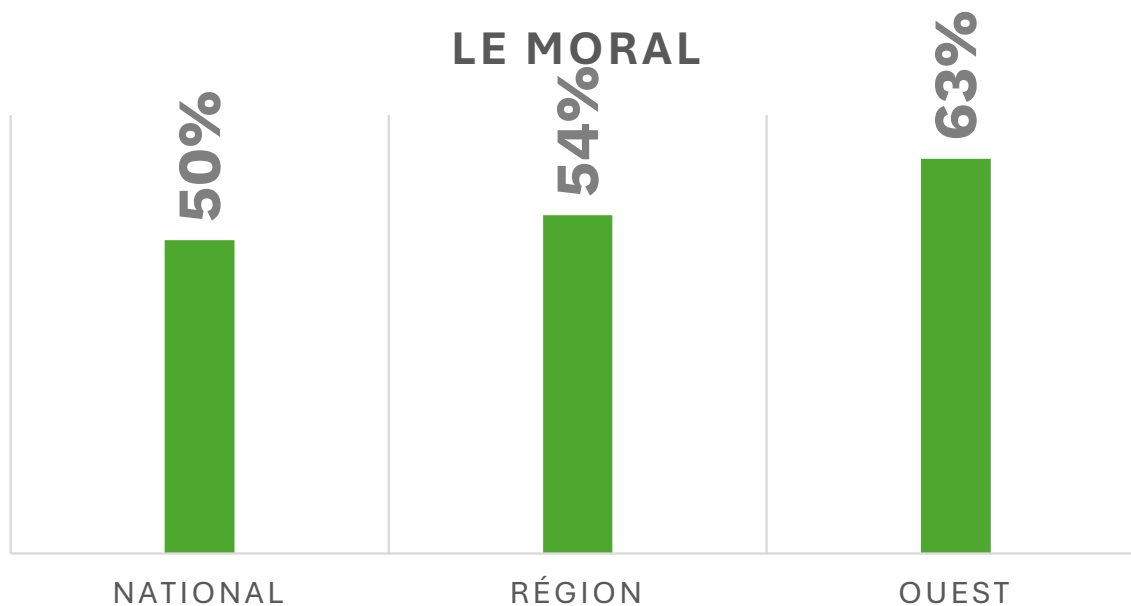
- **PDM val GSA <** moyenne nationale : 42%
- **Consommation en MSB >** moyenne nationale
- **Vente directe (producteurs, circuits courts) : dynamique + forte** par rapport aux autres régions.



Les Auvergne-Rhône-Alpins sont 60% à estimer que le bio est développé en région.
=> 70% considèrent qu'il est important que le bio se développe en région dont 41% des non-consommateurs !

Le moral des transformateurs

Bon à très bon dans 54% des entreprises

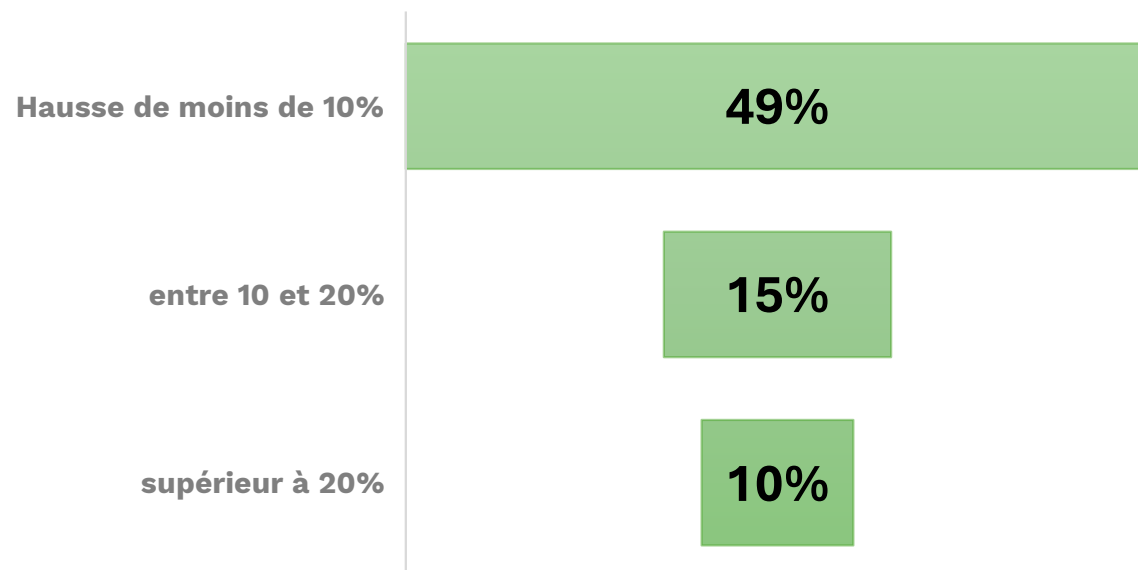


BAROMÈTRE
DE CONJONCTURE
DES ENTREPRISES BIO
en Auvergne-Rhône-Alpes

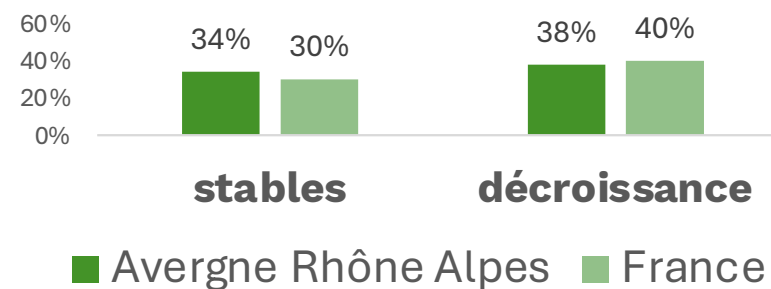
Mars 26

Evolution du chiffre d'affaires

Baromètre Cluster sur la hausse du CA



Dynamique des ventes début 2026

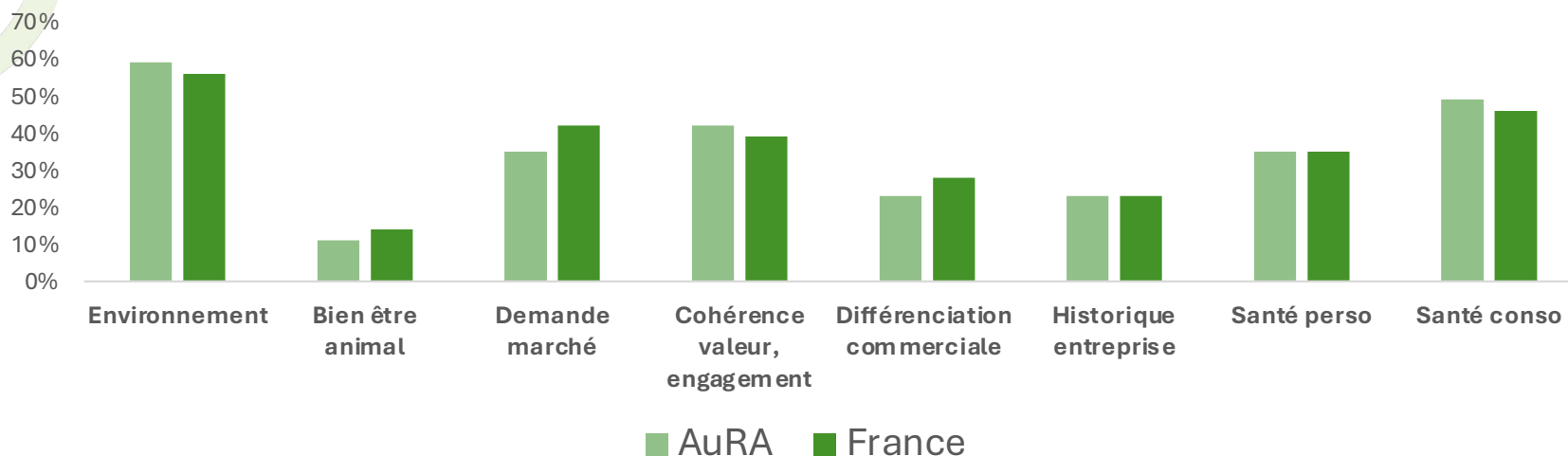


Les motivations des entreprises

Les motivations

64% des transformateurs régionaux se disent fiers d'être en agriculture biologique vs 68%

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

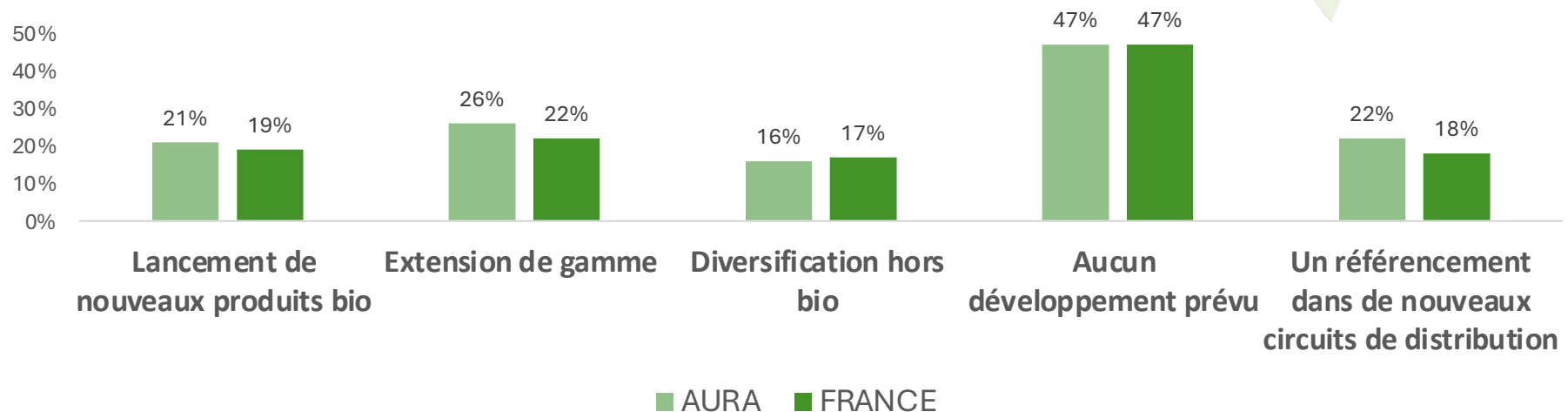


Pistes de développement prévues

Les perspectives

**40% des entreprises
ont des marges stables
=> 27% Stable France**

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

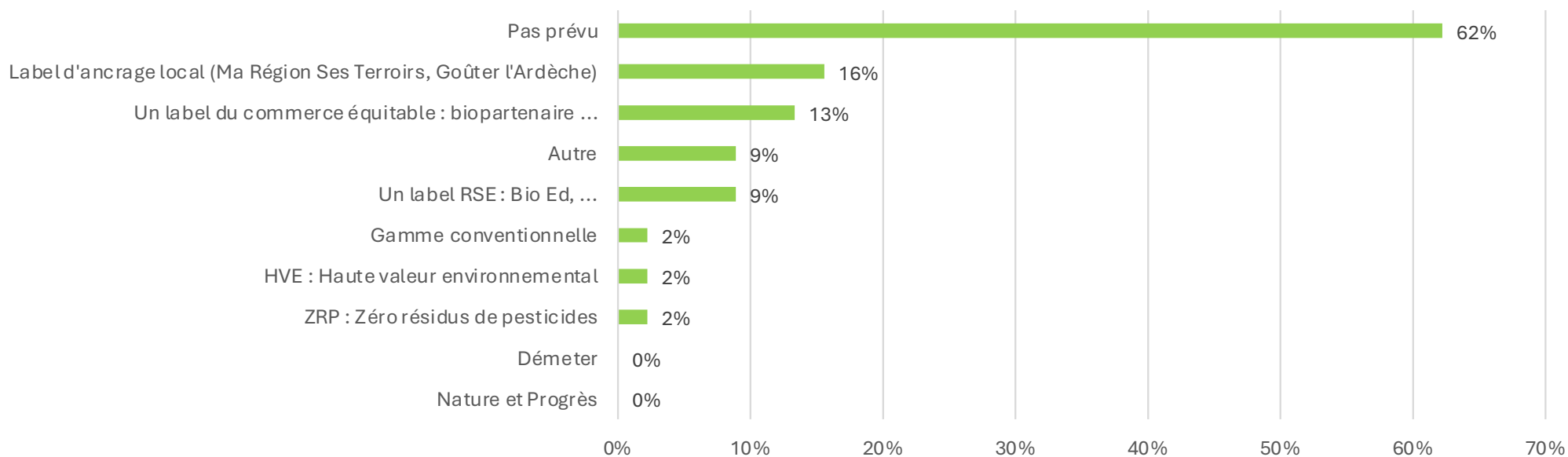


Dynamique d'innovation

Local et équitable

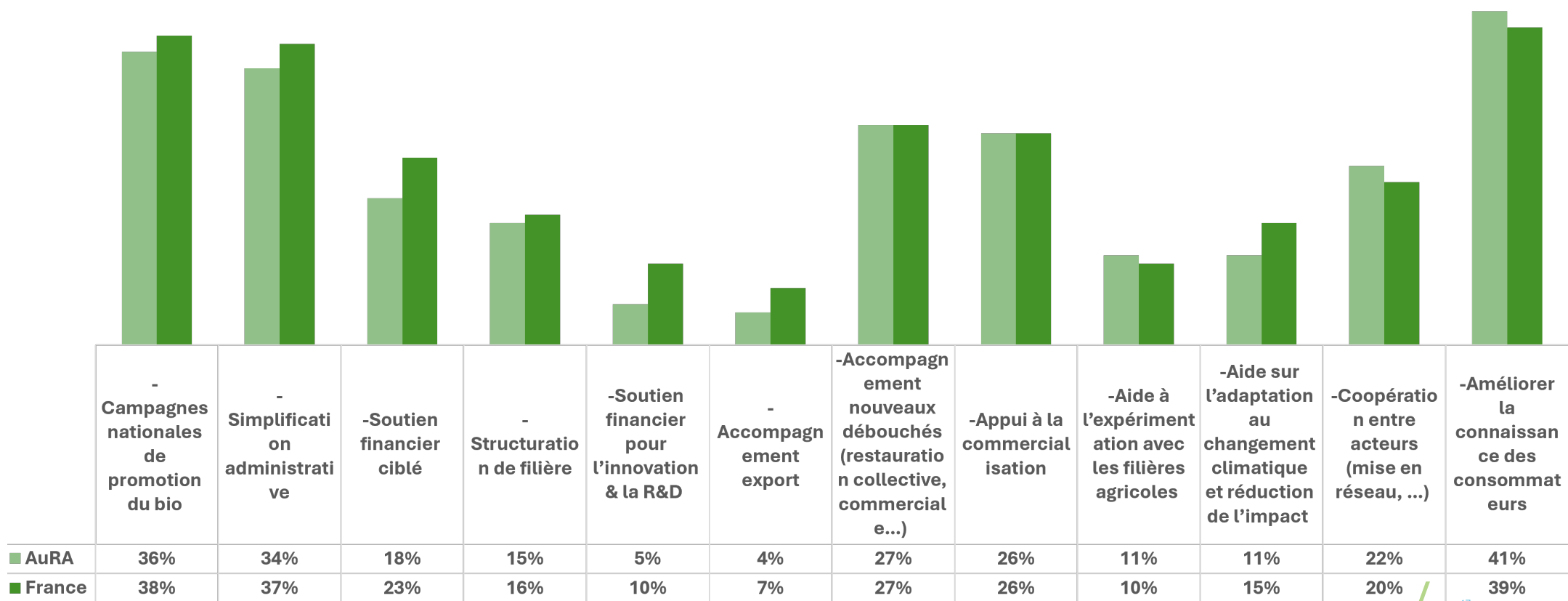


Souhait d'intégrer d'autres labels sur les produits bio dans les prochaines années ?



Les besoins et attentes des entreprises

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



Les circuits de distribution : priorités des entreprises

Magasins bio et restos

TOP 3

Resto
Collective

Magasins bio /
Epiceries

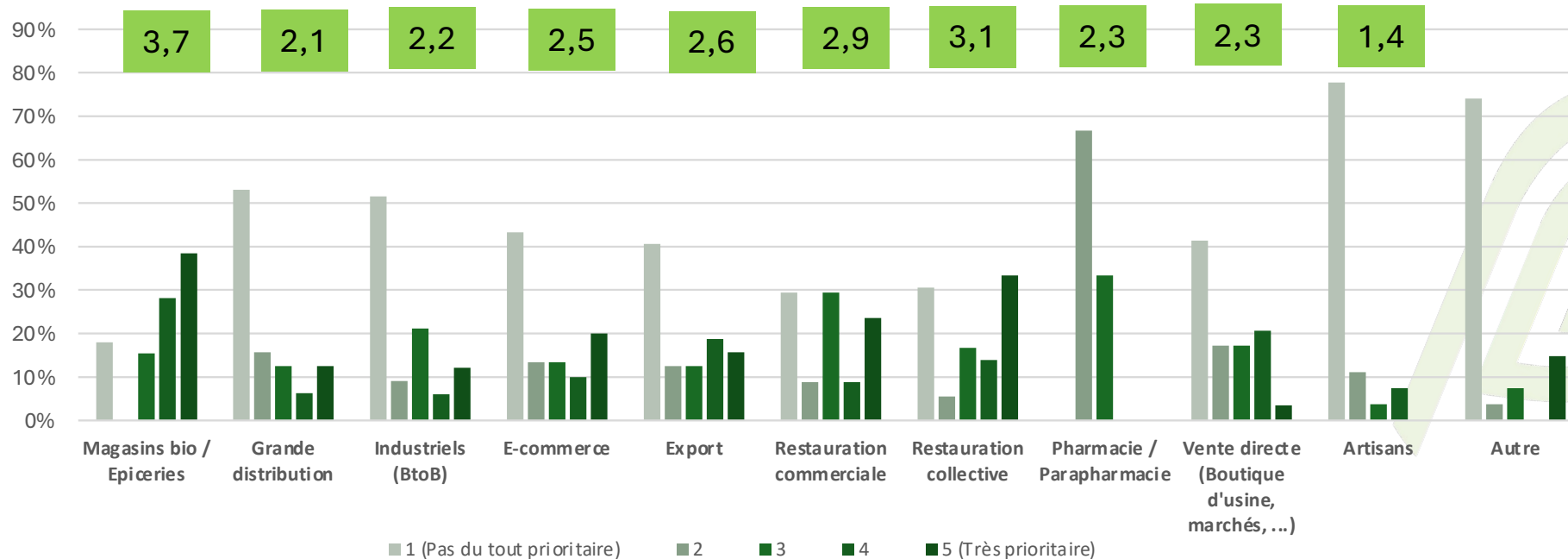
Resto
Commercial

2

1

3

Les circuits de distributions à développer en priorité en 2026





**VOUS REMERCIE
ET
À BIENTÔT :-)**

Contacts :

Adrien Petit

apetit@cluster-bio.com

Bastien Boissonnier

bboissonnier@cluster-bio.com

natexpo **LYON 2026**
28 - 29 SEPT.