

La consommation des produits biologiques

Un marché de l'ordre de 4 milliards d'euros avec :

- 3,75 milliards d'euros d'achats de produits bio pour la consommation à domicile en 2011
- 158 millions d'euros de produits bio achetés en restauration collective en 2011

Avec 3,75 milliards d'euros TTC de chiffre d'affaires en 2011 (contre 2,1 milliards d'euros en 2007), la consommation de produits bio à domicile a atteint 2,3% du marché alimentaire total (contre 1,3% en 2007). Le marché s'est élevé à 3,91 milliards d'euros en intégrant les achats par la restauration collective.

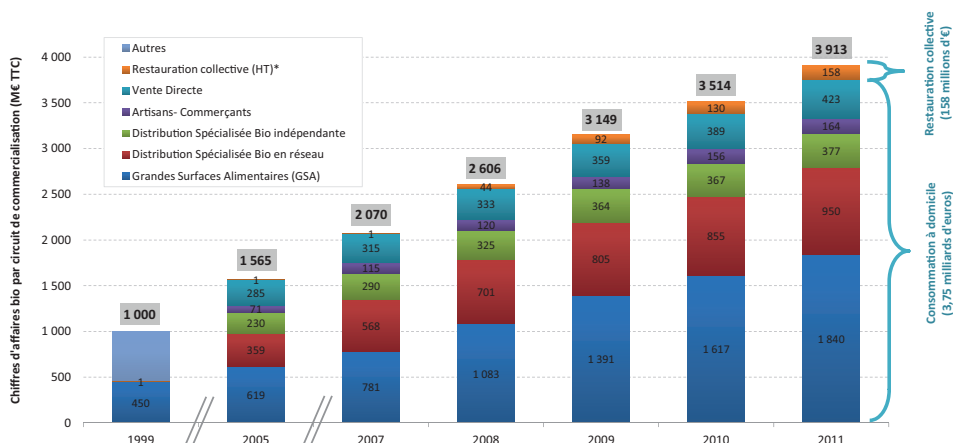
de 1999 à 2005, tous secteurs de produits confondus. En 2006, la croissance s'est accélérée. De 2008 à 2011, le marché a progressé de 47%.

Entre 2010 et 2011, les achats par le consommateur final ont progressé de 11%, en valeur, d'après les estimations réalisées par AND-I / Agence BIO.

Ce marché est structurellement en augmentation, avec une croissance moyenne de l'ordre de 10% par an

Des ventes en croissance dans tous les circuits de distribution à des rythmes variables

Evolution de la consommation alimentaire bio par circuit de distribution



* : seule la valeur (HT) des achats de produits ou ingrédients servis en restauration collective est prise en compte (Agence BIO - CSA)

Source : Agence BIO / ANDi—2011

Sources

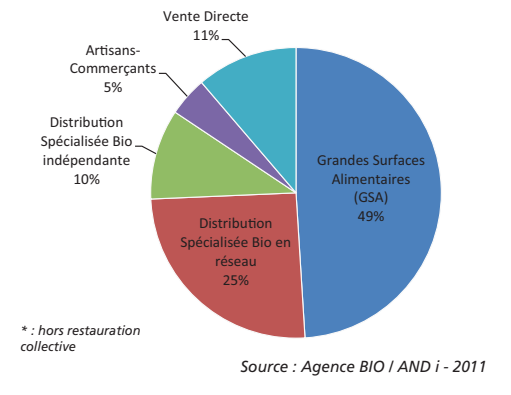
L'enquête Agence BIO / AND-International a été réalisée fin 2011 – début 2012, avec 579 répondants représentant plus de 75% du marché au stade détail.

Des circuits de distribution variés

Les produits bio sont principalement commercialisés dans 4 circuits de distribution :

- **GSA** (grandes surfaces alimentaires: super marchés, hypermarchés, hard discount et magasins de vente de produits surgelés),
- **magasins spécialisés bio** (en réseau ou indépendants),
- **vente directe du producteur au consommateur** (notamment à la ferme, sur les marchés ou via les paniers),
- **artisans-commerçants**

Répartition en valeur des ventes de produits bio en 2011*



En 2011, 84% des ventes ont été réalisées via les GSA et les magasins spécialisés bio, 11% directement du producteur au consommateur et 5% par les artisans-commerçants.

Evolution du chiffre d'affaires alimentaire bio par circuit de distribution depuis 2005

En millions d'€	Chiffres d'affaires TTC						Croissance					Parts de Marché					
	2005	2007	2008	2009	2010	2011	07/05	08/07	09/08	10/09	11/10	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	619	781	1 083	1 391	1 617	1 840	26%	39%	28%	16%	14%	40%	38%	42%	46%	48%	49%
Distribution Spécialisée Bio en réseau	359	568	701	805	855	950	58%	23%	15%	6%	11%	23%	27%	27%	26%	25%	25%
Distribution Spécialisée Bio indépendante	230	290	325	364	367	377	26%	12%	12%	1%	3%	15%	14%	13%	12%	11%	10%
Artisans-Commerçants	71	115	120	138	156	164	62%	4%	15%	13%	5%	5%	6%	5%	5%	5%	4%
Vente Directe	285	315	333	359	389	423	11%	6%	8%	8%	9%	18%	15%	13%	12%	11%	11%
TOTAL (hors RHD)	1 564	2 069	2 562	3 057	3 384	3 755	32%	24%	19%	11%	11%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Restauration collective (HT)*	1	1	44	92	130	158	0%	4300%	109%	41%	22%						
TOTAL	1 565	2 070	2 606	3 149	3 514	3 913	32%	26%	21%	12%	11%						

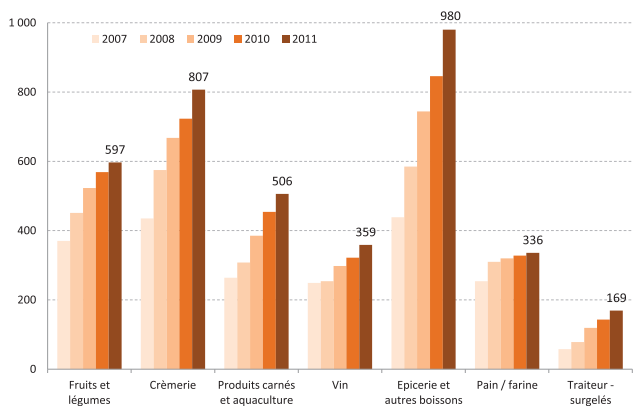
* : valeur des achats effectués par les opérateurs

Source : Agence BIO / AND i - 2011

La part de marché des GSA est passée de 45% au début des années 2000 à 40% en 2005. Elle s'est accrue au cours des 3 dernières années pour atteindre 49% en 2011.

La hausse des achats concerne toutes les catégories de produits

Les ventes de produits bio au **rayon épicerie et boissons** ont plus que doublé en 4 ans (2007 à 2011), ceux du **rayon crèmerie et viandes** ont quasi doublé. Sur la même période, les ventes de **produits traiteurs et surgelés** ont presque triplé. Les ventes de **fruits et légumes** ont été multipliées par 1,6, celles de **vins** par 1,4 et celles de pain et farines par 1,3.



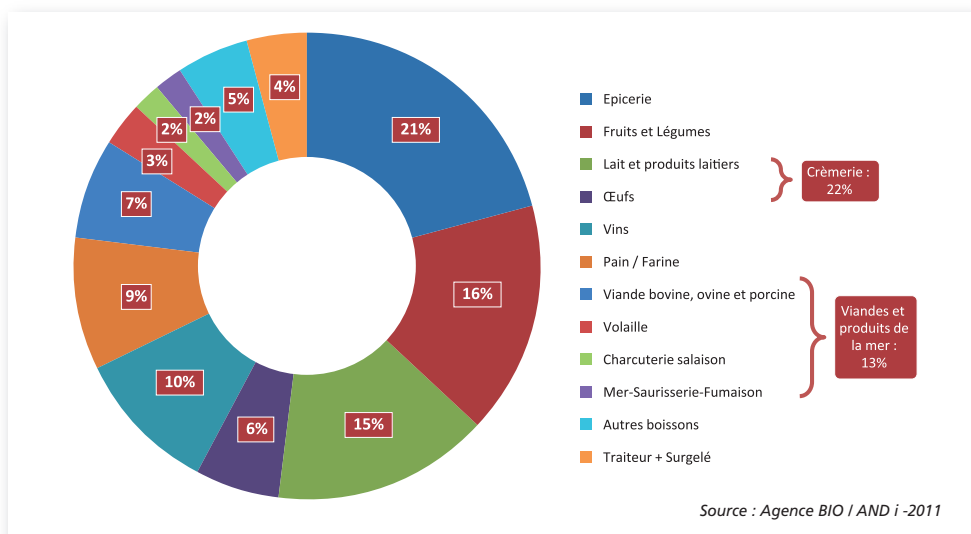
Source : Agence BIO / AND i - 2011

Plus de la moitié des ventes de produits bio au rayon frais

D'après les estimations réalisées par Agence BIO / AND-I en 2011 :

- 22% des ventes de produits bio ont été effectués dans le **rayon crèmerie** (15% lait et produits laitiers et 6% œufs),
- 21% dans le rayon des produits d'**épicerie** (à quasi parité épicerie sucrée et salée),
- 16% dans le rayon des **fruits et légumes frais**,
- 9% dans le secteur du **pain et de la farine**,
- 10% dans le secteur des **vins issus de raisins bio** et 5% avec les **autres boissons** : jus de fruits et boissons végétales (boissons à base de soja...),
- 10% au rayon des **viandes rouges et blanches** et 2% pour les charcuteries et salaisons,
- 4% de produits **traiteurs et surgelés** et 2% de produits de la mer et des rivières.

Répartition des ventes de produits biologiques par catégorie, tous circuits confondus en 2011



Des différences selon les circuits de distribution

La **gamme des produits alimentaires bio vendus en magasins spécialisés bio** est très large avec des milliers de références. Les produits d'épicerie sucrée et salée y occupent la première place, devant le rayon crèmerie, les fruits et légumes et le pain.

En **super et hypermarchés (GSA)**, le rayon crèmerie l'emporte (œufs, lait, autres produits laitiers), devant l'épicerie, les fruits et légumes et le pain.

La **vente directe** des producteurs aux consommateurs est surtout développée en fruits et légumes et en vin.

Les **ventes assurées par les artisans** concernent majoritairement le pain et la farine, ainsi que le vin.

Évolution de la valeur des ventes au détail par famille de produits biologiques

Stade de détail (Millions €)	2011											
	2005	2007	2008	2009	2010	Total 2011	Evol. / 10	GSA	Mag. spéc. bio	Artis.-com.	Vente directe	Part des appro. ext.
Viande bovine	84	109	112	136	146	159	9%	103	9	26	22	1%
Viande porcine	22	27	36	40	52	58	12%	31	12	7	8	1%
Viande agneau	13	26	29	29	32	35	9%	15	3	10	7	1%
Volaille	60	70	79	92	109	119	9%	65	34	3	17	1%
Charcuterie salaison	12	26	35	51	65	75	15%	50	23	1	1	15%
Mer-Saurisserie-Fumaison	4	5	17	36	50	60	20%	50	8	1	1	80%
Total produits carnés et produits de la mer	194	264	308	385	454	506	11%	314	89	48	55	12%
Lait	99	138	195	237	245	269	10%	223	40	0	6	15%
Produits laitiers	132	162	210	235	269	311	16%	194	77	2	38	11%
Œufs	95	136	170	196	209	228	9%	143	72	2	10	1%
Total crèmerie	326	435	575	668	723	807	12%	560	189	4	54	10%
Traiteur - surgelés	38	58	78	119	143	169	18%	109	55	5	0	42%
Épicerie sucrée	166	190	251	323	365	414	13%	168	236	3	7	70%
Épicerie salée	134	167	226	275	315	374	19%	181	189	1	3	45%
Total traiteur, surgelés et épicerie	337	415	555	717	823	958	16%	459	479	9	10	55%
Vin	189	249	254	298	322	359	11%	72	111	56	120	1%
Boissons végétales	29	39	44	58	61	65	7%	31	33	0	1	80%
Jus de fruits & de légumes	33	40	55	77	90	109	21%	75	28	0	6	80%
Autres boissons	2	3	9	11	15	18	20%	7	3	1	7	17%
Total boissons	253	331	362	443	487	551	13%	186	175	56	134	26%
Pain / Farine *	190	254	310	320	328	336	2%	134	142	40	20	32%
Fruits et Légumes	264	370	451	523	569	597	5%	188	252	7	150	48%
TOTAL	1 564	2 069	2 561	3 056	3 384	3 755	11,0%	1 841	1 326	164	423	32%

* : les approvisionnements externes en pain et farine concernent l'approvisionnement en grains

Source : Agence BIO / AND i - 2011

Des prix à la vente des produits bio stables depuis 2009

En 2011, les prix de vente des produits bio n'ont, en moyenne, pas augmenté. La croissance de 11% des achats de produits bio par les ménages entre 2010

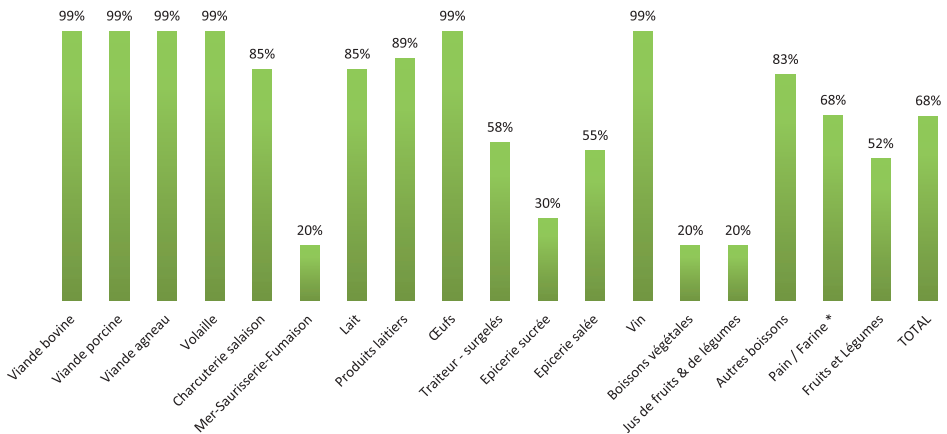
et 2011 est donc liée à une augmentation des volumes de produits vendus.

Des approvisionnements à l'extérieur de la France plus ou moins développés suivant les secteurs

En moyenne, tous secteurs confondus, l'étude réalisée pour 2011 amène à estimer à 32% la valeur des produits bio consommés en France

provenant d'un autre pays (contre 35% en 2010 et 38% en 2009).

Part des produits consommés en France venant de France, en 2011



* : les approvisionnements externes en pain et farine concernent l'approvisionnement en grains

Source : Agence BIO / AND i -2011

Comme le montre le schéma ci-dessus, l'offre française permet de satisfaire toutes les attentes dans le secteur des vins issus de raisins bio, des viandes bovines et ovines et quasiment toutes pour les œufs, les volailles et la viande porcine (sauf charcuterie salaison).

Parmi les produits bio consommés en France provenant d'un autre pays :

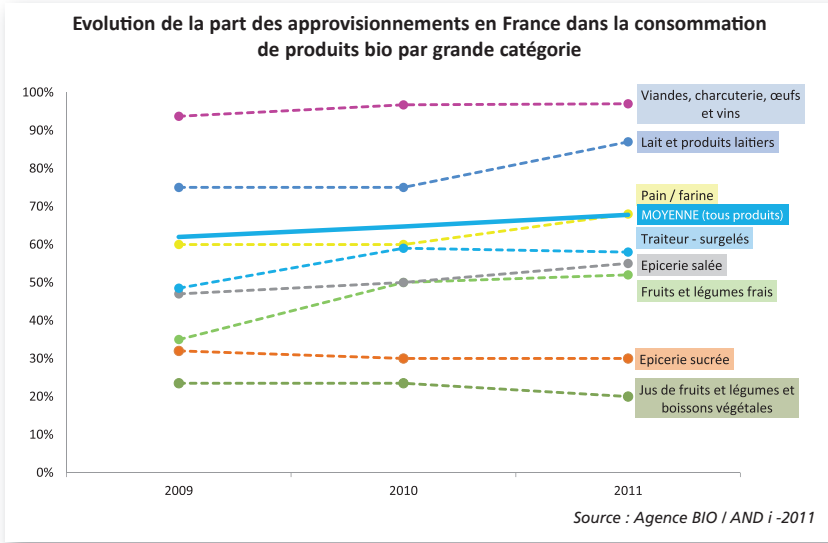
- 31% sont des **produits exotiques** qui ne peuvent être produits sous nos latitudes (bananes, autres fruits exotiques et certains agrumes, café, thé, cacao, huile de palme...);
- 33% sont des **productions pour lesquelles la France n'a pas d'atout particulier** mais qui sont produits dans l'espace européen (certains agrumes,

soja pour l'alimentation humaine, produits de l'aquaculture, légumes méditerranéens, divers produits d'épicerie);

- 36% sont constitués par des **achats extérieurs relais**, portant sur des produits pour lesquels la France aurait une forte vocation naturelle mais **manque momentanément de volume**. S'agissant du lait, l'offre bio a beaucoup augmenté et les achats dans les pays voisins de la France ont donc diminué en 2011. Ils continuent de décroître en 2012, année où l'offre française permet de satisfaire toute la demande. Dans le secteur des céréales et des fruits et légumes, un mouvement dans le même sens est engagé.

En d'autres termes, plus de la moitié des produits importés concernent des produits exotiques ou des produits pour lesquels la France a peu de possibilité de production.

La baisse des importations des autres produits (au sens large, y compris échanges intracommunautaires) se poursuit en 2012.



Une partie des entreprises commercialise également des produits bio à l'extérieur de la France

Les ventes de produits bio à l'extérieur de la France, ont été estimées à 192 millions d'euros en 2011, au stade de gros départ de France. Elles étaient essentiellement constituées de vins issus de raisins bio

pour près de 46% (plus 10 points par rapport à 2010) et de fruits et légumes pour 16% (y compris de réexportation), devant les spécialités des secteurs de l'épicerie ou à base de viande.



De nombreux consommateurs achètent des produits bio dans plusieurs circuits

En 2011,

- **les actes d'achats les plus nombreux ont été effectués en GMS : 65% des consommateurs bio y ont acheté des produits bio** (baisse de 5 points par rapport à 2010), pour un budget total représentant **49% de la valeur totale des achats de produits bio en France** ;
- **31% des consommateurs de produits bio en ont acheté en magasins spécialisés** (augmentation de 8 points par rapport à 2010, soit un niveau équivalent à 2009), pour un budget total de **35% de la valeur des achats de produits bio en France** ;
- **26% des consommateurs de produits bio en ont acheté à la ferme** et **43% sur les marchés** ; la vente directe au consommateur a été estimée à **11%** de la valeur des achats de produits bio en France,
- **20% des consommateurs de produits bio en ont acheté chez les artisans commerçants**, pour **5%** de la valeur totale des achats.

Baromètre CONSOMMATEURS

En 2011, 40% des Français ont déclaré consommer au moins un produit bio au moins une fois par mois

D'après le baromètre CSA/Agence BIO 2011 réalisé fin novembre 2011 auprès d'un échantillon de 995 personnes représentatif de la population française en terme de sexe, âge – 15 ans et plus, catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, région et taille d'agglomération :

- ⇒ **6 Français sur 10 ont déclaré consommer des produits bio ne serait-ce que de temps en temps en 2011 (ils étaient 4 sur 10 en 2001).**
- ⇒ **4 Français sur 10 consomment au moins un produit bio au moins 1 fois par mois.**
- ⇒ **2 Français sur 10 consomment au moins un produit bio au moins 1 fois par semaine.**
- ⇒ **6% des Français consomment au moins un produit bio chaque jour.**

Les consommateurs de produits biologiques sont fidèles, avec une ancienneté moyenne de 9 ans.

Tendance 2012 :

En novembre 2011, **18% des acheteurs de produits bio avaient l'intention de développer leur consommation bio** au cours des 6 mois suivant l'enquête et **78%** de la maintenir.

Source : Baromètre CSA / Agence BIO - 2011

Principaux lieux d'achat cités en 2011 par catégorie de produits biologiques dans le cadre du baromètre « Consommation et perception des produits biologiques » CSA / Agence BIO

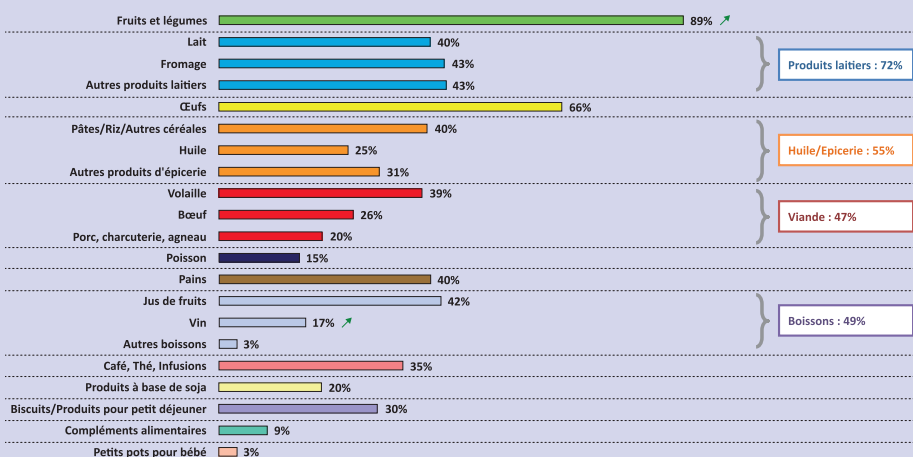
Où achetez-vous principalement ces produits ?

Familles de produits	GMS	Marché	Magasins spécialisés	A la ferme	Artisans
Fruits et légumes	30%	42%	14%	14%	1%
Lait	61%	3%	22%	15%	0%
Fromage	35%	29%	22%	11%	3%
Autres produits laitiers	59%	12%	21%	6%	2%
Œufs	43%	17%	18%	22%	1%
Pâtes, Riz, Autres céréales	58%	2%	41%	0%	0%
Huile	59%	0%	31%	7%	3%
Autres produits d'épicerie	48%	6%	41%	5%	0%
Volaille	26%	11%	17%	29%	17%
Bœuf	22%	5%	20%	24%	30%
Porc, Charcuterie, Agneau	20%	2%	30%	19%	29%
Poissons	38%	19%	22%	3%	18%
Pain	24%	13%	32%	3%	28%
Jus de Fruits	66%	3%	29%	2%	0%
Vin	35%	3%	49%	9%	4%
Autres boissons	51%	0%	49%	0%	0%
Café, thé, infusions	68%	2%	28%	0%	2%
Produits à base de soja	62%	0%	38%	0%	0%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	66%	0%	34%	0%	0%
Compléments alimentaires	19%	0%	77%	0%	4%
Tous Produits	65%	43%	31%	26%	20%

Les fruits et légumes et produits laitiers bio : au premier rang des produits achetés

89% des consommateurs acheteurs de produits bio disent consommer des fruits et légumes bio. Les produits laitiers suivent (72%), les œufs (66%), les produits d'épicerie (huiles, pâtes, riz : 55%), les boissons (49%), la viande (47%), et le pain (40%).

Base « consommateur et acheteur bio » : 289



Source : Baromètre CSA / Agence BIO - 2011

Focus sur la vente directe des producteurs aux consommateurs

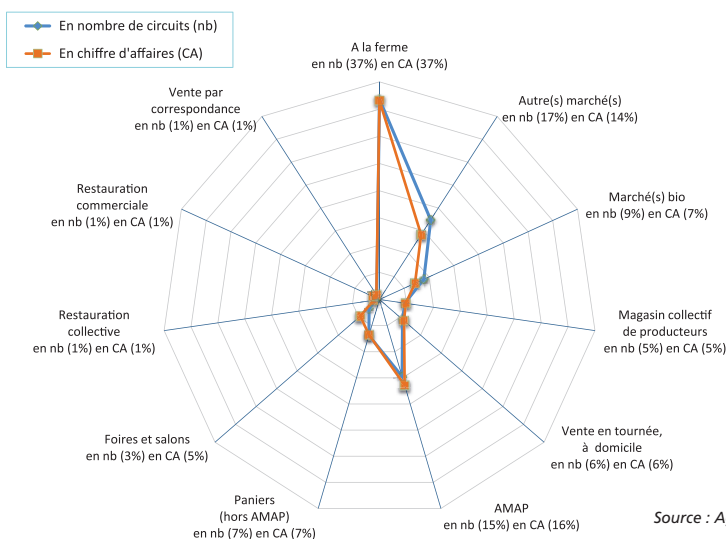
Plus d'1 agriculteur bio sur 2 commercialise tout ou partie de sa production directement au consommateur et près d'1 agriculteur bio sur 10 y trouve la totalité de son revenu

La valeur des ventes de produits bio par les producteurs directement aux consommateurs a été estimée à 423 millions d'euros en 2011

L'enquête « vente directe » réalisée par l'Agence BIO en mai 2012 (échantillon de 633 répondants ; il était notamment demandé d'estimer le chiffre d'affaires réalisé en 2011 dans les 2 circuits principaux pour chaque catégorie de produit) a fait ressortir le fait que

la vente à la ferme est le circuit le plus cité (37%) devant les marchés (26%) et les AMAP, Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (15%), toutes catégories de produits confondus.

Répartition du principal circuit de distribution en vente directe tous produits confondus, en 2011



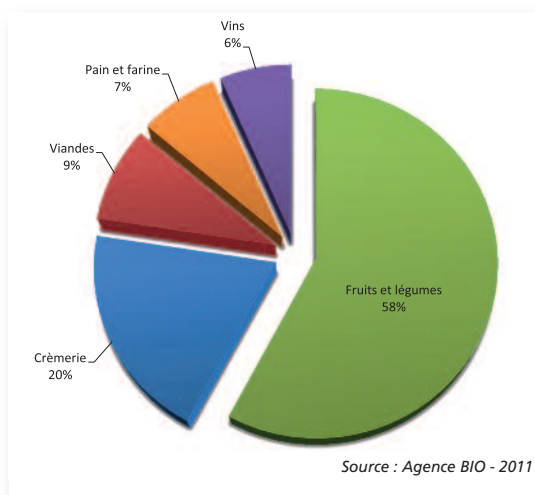
- **Pour les fruits et légumes**, la vente sur les marchés représente 34% des circuits cités et 32% du chiffre d'affaires (CA), la vente à la ferme représente respectivement 27% et 13%, indiquant que ce circuit est souvent utilisé mais génère assez peu de CA dans ce cas précis. Les AMAP comptent pour 20% des circuits cités et 34% du CA, devant les marchés.
- **Les produits carnés** sont commercialisés en vente directe principalement à la ferme (53% des circuits et 40% du CA). La vente en tournée et/ou à domicile est également forte dans ce secteur (19% des circuits cités, 25% du CA).
- **Le secteur du pain et des farines** est très présent sur les marchés (52% des circuits cités, 47% du CA) et représente une forte part du CA dans le cas de la restauration collective (29%) alors que ce circuit est assez peu utilisé (3%).
- **Pour la vente directe de vins**, la ferme est le circuit de distribution qui domine largement (63% des circuits cités, 69% du CA) devant la vente en foires et salons (13% en nombre et CA).

Les fruits et légumes, produits les plus vendus sur les marchés

La répartition des produits vendus par circuit a été estimée à partir des chiffres d'affaires déclarés par les répondants et de leurs deux principaux circuits de distribution utilisés en vente directe.

Dans la **vente sur les marchés** (bio et mixte), la place des **fruits et légumes** est prépondérante (près de 60%). Les **produits de crèmerie bio** (produits laitiers et œufs) représentent 20% des ventes bio. Dans le cas particulier des marchés uniquement bio, les fruits occupent près de 85% des ventes réalisées via ce circuit.

Répartition des cinq premiers produits bio commercialisés sur les marchés en 2011



Dans le cas de la **vente à la ferme**, la vente de vins bio représente près des deux tiers du chiffre d'affaires généré par ce circuit.

Les **magasins collectifs de producteurs** proposent une large gamme de produits avec environ 30% des ventes en produits carnés, 30% de produits de crèmerie et 26% de fruits et légumes. Le vin représentant pour

sa part 13% du chiffre d'affaires de ce circuit.

Le **circuit AMAP** est dominé par les fruits et légumes (près de 80%) tout comme les paniers (plus de 90%).

Les vins sont omniprésents dans les circuits de vente directe utilisant les **foires et salons**, la **vente par correspondance** et la **restauration commerciale**.

Répartition du principal circuit de distribution en vente directe par catégorie de produits en 2011 (en nombre d'utilisation et chiffre d'affaires)

	Fruits et légumes		Crèmerie		Viandes		Pain et farine		Vins	
	Nb	CA	Nb	CA	Nb	CA	Nb	CA	Nb	CA
A la ferme	27%	13%	28%	17%	53%	40%	27%	9%	63%	69%
Autre(s) marché(s)	20%	16%	28%	37%	5%	10%	41%	42%	5%	4%
Marché(s) bio	14%	16%	7%	6%	2%	2%	11%	5%	1%	0%
Magasin collectif de producteurs	4%	3%	8%	15%	6%	9%	3%	2%	2%	2%
Vente en tournée, à domicile	2%	0%	2%	2%	19%	25%	0%	0%	4%	6%
AMAP	20%	34%	21%	20%	10%	11%	5%	2%	1%	0%
Paniers (hors AMAP)	12%	17%	5%	2%	3%	1%	5%	7%	0%	0%
Foires et salons	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	13%	13%
Restauration collective	0%	0%	1%	0%	0%	0%	3%	29%	0%	0%
Restauration commerciale	0%	1%	0%	0%	0%	0%	3%	5%	5%	3%
Vente par correspondance	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	4%	2%

6 agriculteurs sur 10 pratiquant la vente directe estiment que cette activité va prendre de l'ampleur en 2012

En moyenne, 35% des répondants à l'enquête estiment que leur activité vente directe va se stabiliser en 2012, et 7% pensent qu'elle va diminuer.

Regard sur la consommation de produits bio en régions

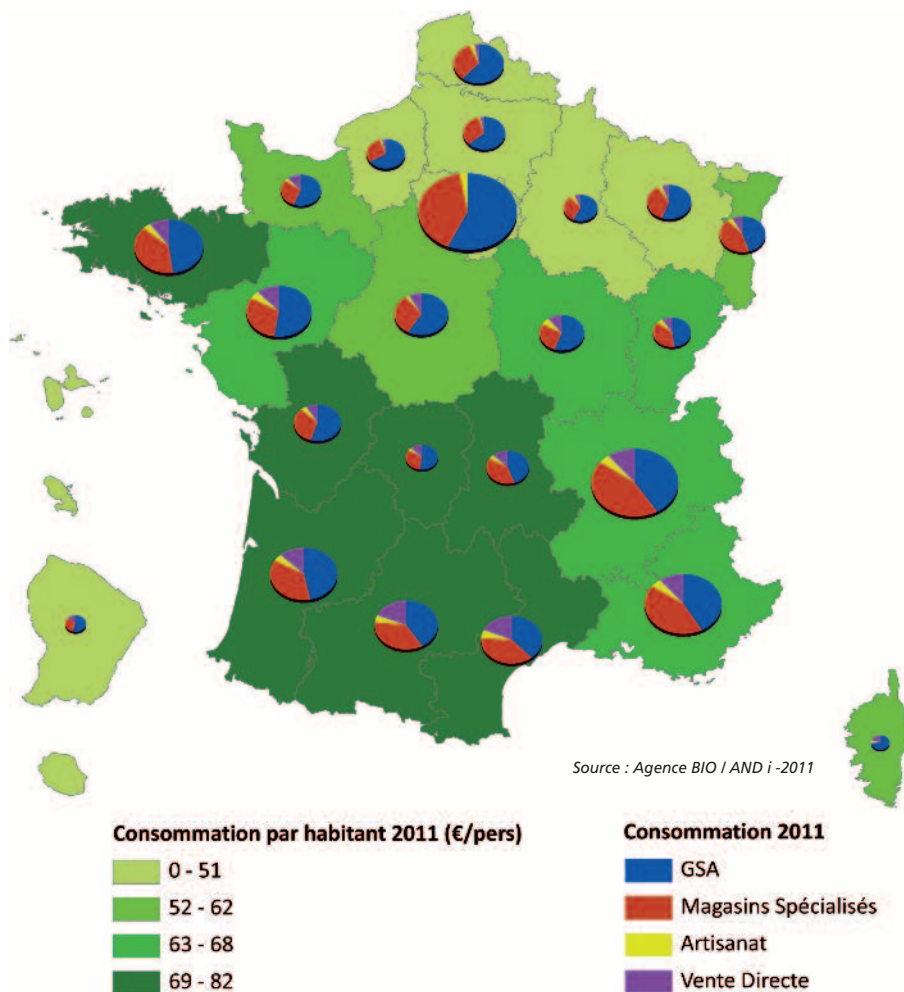
Une première estimation de la **répartition de la consommation à domicile de produits biologiques par région ramenée à la population** fait ressortir **des écarts importants**. La Bretagne a une dépense moyenne par habitant plus de 2 fois supérieure à celle du Nord-Pas de Calais.

La **place des différents circuits de distribution est également variable à l'échelle régionale**. En Rhône-Alpes, PACA et Alsace, plus de 40% des achats

de produits bio sont réalisés dans les **réseaux spécialisés**. En Corse, Haute-Normandie et Picardie, plus de 60% des achats sont effectués dans la **grande distribution**. La **vente directe** représente environ 20% de la commercialisation en Corse, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon.

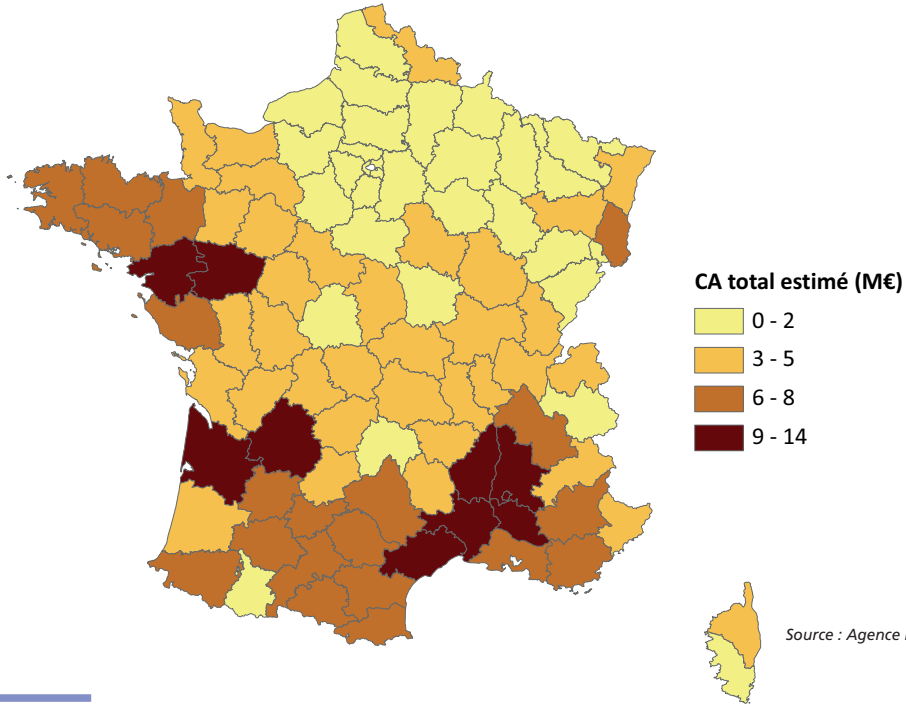
Suivant les régions, les catégories de produits peuvent être plus ou moins présentes, en relation notamment avec l'offre régionale.

Répartition régionale et par circuit de distribution de la consommation à domicile de produits biologiques en 2011



Focus sur la vente directe dans le territoire

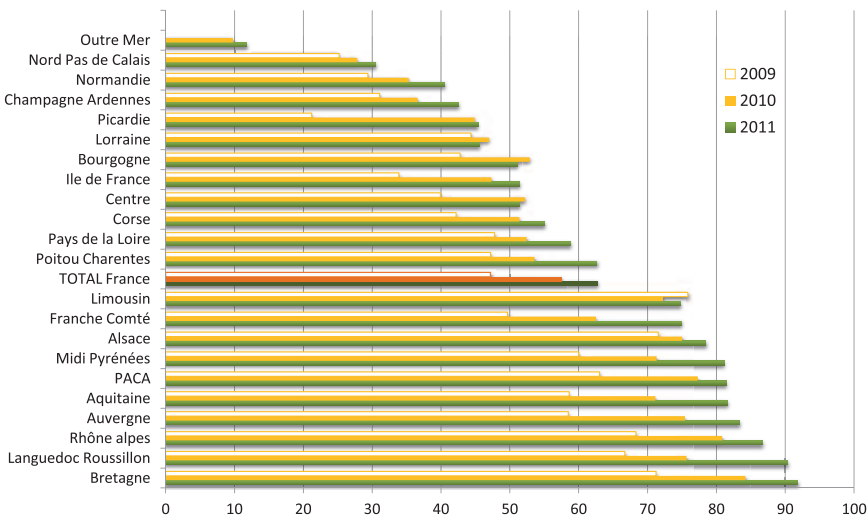
Répartition départementale du chiffre d'affaires réalisé en vente directe par les producteurs bio en 2011



Focus sur les magasins spécialisés en régions

De 2009 et 2011, le nombre de points de vente en circuits spécialisés bio (en réseau ou indépendants) et leurs surfaces ont respectivement augmenté de 18 et 35% à l'échelle nationale. De fortes différences existent d'une région à l'autre.

Surfaces des magasins spécialisés bio (m²) pour 10 000 habitants



Source : Agence BIO / AND i -2011