

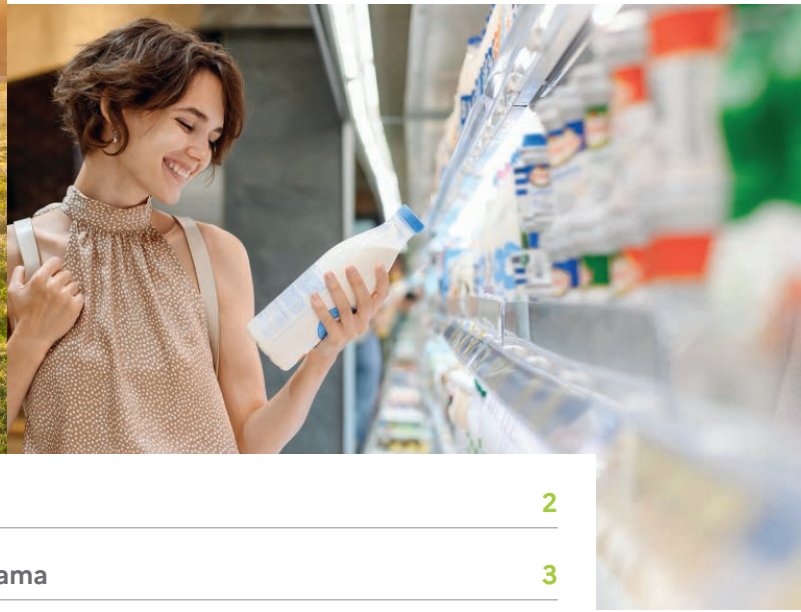


Les chiffres du BIO Panorama 2022



Pour nous,
pour la planète,
#BIO RÉFLEXE

Sommaire



| | |
|---|----|
| Sommaire | 2 |
| Les clefs pour comprendre le panorama | 3 |
| Mot d'accueil de Philippe Leymat et édito de Laure Verdeau et Loïc Guines | 4 |
| Bio et consommation | 6 |
| Bio et production agricole | 10 |
| Bio et souveraineté alimentaire | 14 |
| Bio et local: Territoire BIO engagé et Établissement BIO engagé | 15 |
| Bio en France et ailleurs | 16 |
| Bio et viticulture | 20 |

Pour nous,
pour la planète,
#BIO RÉFLEXE

Un panorama du secteur bio

L'Agence BIO s'appuie sur une cinquantaine de sources; son système d'information bio géré par l'Agence BIO et alimenté par les données des 10 organismes certificateurs agréés en France lui permet de recenser les entreprises, les fermes, les surfaces et les cheptels certifiés bio. Chaque jour ces 10 organismes certificateurs agréés réalisent plus de 300 contrôles dans les fermes et les entreprises engagées en bio et remontent à l'Agence BIO les activités et les productions certifiées bio.

Pour cautionner ces chiffres, l'Agence BIO s'appuie sur: ses membres; son réseau d'observatoire régionaux de l'agriculture biologique (ORAB) dont font partie notamment les antennes régionales des **chambres d'agricultures** et de la **FNAB**, les associations **InterBIO Régionales**, les **DRAAF**, les interprofessions nationales de filières (**Interbev, Interfel, Intercéréales, Terres Univia, CNIEL...**) et le **SYNALAF...**

Calcul de la part bio de la Surface Agricole Utile (SAU) et du nombre de fermes

La surface agricole utile bio recensée par les organismes certificateurs lors des contrôles sur place est ramenée à la dernière valeur de la SAU estimée par la statistique agricole annuelle du **service de la statistique et de la prospective** du ministère en charge de l'agriculture. Le nombre de fermes engagées en agriculture biologique - sous contrat avec un organisme certificateur - est ramené au nombre de fermes recensées en 2020 lors du recensement agricole.

Évaluation de la consommation alimentaires des Français en 2022

Le cabinet d'étude AND International (ANDI) réalise, pour l'Agence BIO, une évaluation du marché alimentaire bio dans ses 6 circuits de distribution en enquêtant l'ensemble des opérateurs bio et en s'appuyant sur les données et les analyses d'autres organismes tels que:

- **NielsenIQ** pour les ventes en grandes et moyennes surfaces (GMS) de produits de grande consommation à poids fixe en frais et libre-service (PGC FLS),
Note: cette source, tout comme Circana (anciennement IRI), très reprise dans les médias représente 83% des ventes de la GMS soit 42% du marché bio et doit être combinée avec d'autres données pour une analyse plus approfondie.
- **l'Agence Good**, pour la gestion de la base BioAnalytics® des ventes et le suivi de l'inflation dans le réseau des magasins spécialisés bio.
- **l'ObSoCo** pour le baromètre annuel de la perception des produits bio par les Français et son approfondissement en focus group.
- **Kantar WorldPanel** pour les éléments de consommation des fruits et légumes frais.
- **Ekozept** en coopération avec ANDI, pour l'analyse de la restauration commerciale, du réseau spécialisé bio, des circuits de l'épicerie alternative et du vrac.
- **FranceAgriMer** pour les données de prix (réseau des nouvelles des marchés) et des filières telles que les produits laitiers et les grandes cultures bio (Enquête mensuelle laitière, états statistiques et bilans).
- **L'INSEE** pour le suivi de la consommation et de la conjoncture économique générale.

- **La Direction générale des douanes** et des droits indirects du ministère en charge de l'économie et des finances pour le suivi des imports de produits depuis les pays tiers.

- **GIRA Foodservice** pour les éléments généraux relatifs à la restauration hors domicile.

Calcul de la part de bio dans les achats des ménages à domicile et pour la restauration hors domicile

La part de la consommation alimentaire bio à domicile par les ménages est calculée en rapportant l'estimation de la valeur des ventes de produits bio de l'année à la consommation alimentaire des Français publiée par **l'INSEE** à laquelle est appliquée l'évolution de l'indice des prix à la consommation (données CVS-CJO).

La part des achats bio de la restauration hors domicile, est calculée en ramenant les achats bio en euros hors taxes issue de l'enquête des fournisseurs et des SRC, à l'estimation des achats globaux de **GIRA FoodService**.

Calcul de l'inflation dans les évolutions des ventes de produits bio

Une inflation globale ou « effet prix » de l'évolution des ventes, est calculée grâce à la moyenne pondérée des effets prix de chaque groupe de produits bio selon la valeur des ventes de l'année précédente. L'effet prix est calculé pour chaque rubrique produit à partir d'une enquête auprès de la distribution, de données de prix **FranceAgriMer/RNM**, du panel distributeur **NielsenIQ**, du panel consommateur **Kantar** en fruits et légumes. Pour le vin, le calcul tient compte des données du panel distributeur **NielsenIQ** et des 1200 réponses des vigneron bio à l'enquête.

Informations à l'international

Dans les autres pays, les informations concernant les surfaces et le nombre de fermes bio sont issues d'**Eurostat** ou des statistiques officielles nationales. Un certain nombre de structures en charge de l'agriculture bio publie des données sur le marché. Pour les autres pays, ces chiffres proviennent du rapport **FIBL pour l'IFOAM** ou des correspondants internationaux de l'Agence BIO. Celle-ci s'appuie également sur les publications des structures en charge de la bio et sur une veille active.



Le mot d'accueil de Philippe Leymat

Président d'Interbio Nouvelle-Aquitaine

Deuxième région en termes de développement de l'agriculture biologique, la Nouvelle-Aquitaine bénéficie d'un plan d'action volontariste et coordonné. D'une part, les acteurs de l'amont (Chambre régionale d'agriculture et Fédération régionale des agriculteurs bio) et de l'aval se sont réunis il y a plus de 20 ans au sein d'une interprofession, Interbio Nouvelle-Aquitaine, pour mettre en place la stratégie de développement de la filière. D'autre part, les pouvoirs publics régionaux (Conseil Régional, DRAAF et Agences de l'Eau) ont encadré les objectifs de développement et les engagements financiers sous la forme d'un Pacte régional de développement et de promotion de l'agriculture biologique signé avec la profession. La signature du nouveau pacte 2023/2027 est à venir.

Sur l'initiative d'Interbio, des actions innovantes sont également nées dans la région telles que la première marque bio locale (Bio Sud-Ouest France) en 2006, ou encore le premier label destiné aux collectivités engagées dans le développement de l'agriculture biologique (Territoire Bio Engagé) en 2012.

Nous sommes très attachés à une relation étroite avec l'Agence BIO dont nous sommes le relais en région. Actuellement nous renforçons nos actions sur la valorisation des produits bio locaux auprès de la distribution et de la restauration collective et nous travaillons à calculer la chaîne de valeurs de nos produits avec comme objectif le maintien des revenus des producteurs bio, indispensable à tout développement.

Nous sommes très heureux de vous accueillir pour partager avec vous et vous faire découvrir nos réussites bio.

Édito



Par

Loïc Guines

Président de l'Agence BIO

Un secteur d'avenir se pilote autant par l'offre que par la demande. C'est l'enseignement d'airain que tire le secteur bio de 2022, après quatre décennies d'efforts (couronnées de succès) pour répondre à la demande des Français en bio made in France.

Si nous voulons atteindre notre objectif national de 18% de bio dans les champs, il faut le retrouver dans les assiettes. Transition alimentaire et transition agroécologique vont de pair.

Après une première baisse de marché en 2021 à -1,3%, la première réponse, coordonnée, fut celle de la campagne « pour nous, pour la planète #bioreflexe » qui a montré son efficacité tant pédagogique que commerciale, partout où elle a été déployée. Cette campagne est le maillot de l'équipe de France du bio, qui prouve que **la bio est l'affaire de tous**. Face au ralentissement, la réponse doit être collective, aux côtés des pouvoirs publics.



et

Laure Verdeau

Directrice de l'Agence BIO

En 2022, plus inquiétant que la baisse du marché, c'est la baisse de la part du bio dans le panier des Français.

Elle passe de 6,5% à 6%... Tandis que chez nos voisins danois, autrichiens, luxembourgeois, suisses, elle est à 10% ou au-delà.

Imaginons : si demain nous atteignons ce taux ? la bio sortirait définitivement de son segment de marché pour devenir le vecteur clé de la transition agricole et alimentaire.

Devenir champion de la consommation bio, quel meilleur moteur pour garder notre place de champion européen de la production bio ?

Pour cela, il nous faut désormais informer les citoyennes et les citoyens. En éduquant nos enfants à **l'agriculture et l'alimentation favorable à la santé commune** tout au long de la scolarité.

En accompagnant les changements d'usage : la transition alimentaire requiert autant de planification, de persévérance, et d'information que la transition énergétique.

À l'Agence BIO, nous le vérifions tous les jours : un citoyen informé sur la bio devient naturellement un consommateur averti. Pour aller un cran plus loin, à nous de l'aider à en mettre un peu plus chaque jour dans son assiette. **En expliquant les vertus du bio bien sûr, et surtout comment en manger sans bouleverser**

son budget... Alors informons largement, régulièrement, pratiquement !

Le bio, fer de lance et aiguillon de la transition en cours, est également un vecteur de souveraineté alimentaire.

Avec plus de 70% du bio consommé en France qui est made in France, il est donc possible de conjuguer souveraineté et transition, d'autant que la Cour des Comptes a reconnu les bienfaits du bio, tant sur le climat et l'environnement que sur l'emploi en juin 2022.*

Enfin, le bio rend le métier d'agriculteur attractif.

Entre 1 candidat.e sur 4, et 1 candidat.e sur 2 suivant les régions, souhaite faire son installation en bio. Avec un agriculteur sur deux qui part à la retraite dans les 10 ans qui viennent, il est crucial d'attirer et d'accompagner ces talents pour assurer la relève.

À nous de nous mobiliser pour trouver les débouchés, que ce soit dans les foyers, à la cantine, ou au restaurant. Kebabs, étoilés, pizzerias, brasseries... Tous les chefs ont leur rôle à jouer pour mettre en valeur et faire connaître les produits des agricultrices et agriculteurs bio.

C'est ainsi que l'agriculture biologique contribuera à montrer la voie dans la transition alimentaire et agroécologique.

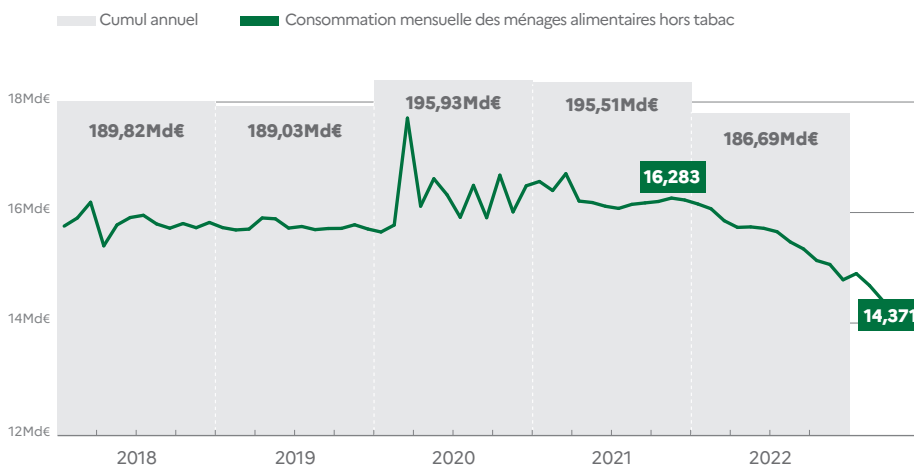
Bonne lecture.

*www.ccomptes.fr/fr/publications/le-soutien-lagriculture-biologique

Consommation et inflation

Un recul inédit de la consommation alimentaire des ménages français de -5,1% hors inflation en 2022

Évolution de la consommation alimentaire des Français HORS INFLATION depuis 2018



Source: INSEE, séries CVS-CJO

Nota: l'indice est calculé ici sur la base des prix de l'année antérieure et ne tient donc pas compte de l'inflation de l'année 2022.

En 2022, l'inflation met à mal le pouvoir d'achat des Français et les conduit à devoir dépenser plus et à consommer moins.

La consommation alimentaire des ménages à domicile atteint 199 Mds€ 2022 (vs 196 en 2021). Cette hausse de 3 Mds€ s'explique par les +6,8% d'inflation moyenne des produits alimentaires selon l'INSEE car, calculée hors inflation, la consommation alimentaire des ménages à domicile accuse une baisse de 5,1%.

Les produits alimentaires biologiques sont également touchés par l'inflation mais dans une moindre mesure (+4%, source ANDI) et sur les produits de grande consommation à poids fixe cette inflation est nettement plus marquée en grande distribution (+6,7%, source NielsenIQ) qu'en magasins spécialisés (+2,8%, source Good, Bioanalytics).

L'année 2022 est donc marquée par un net recul de la consommation alimentaire des ménages à domicile.



Focus consommateur

73%

des pertes du bio en valeur vont vers d'autres offres labellisées.



Les Français portent moins d'attention aux logos en 2022.

Ils sont notamment 65% à se dire attentifs au logo AB au moment de choisir un produit alimentaire, soit une baisse de 11 points par rapport à 2021, pour revenir au niveau d'attention observé en 2015.

Source: Baromètre des produits biologiques en France, 2022 réalisé par l'ObSoCo pour l'Agence BIO

Comme pour la grande majorité des labels de qualité et environnementaux, le bio a connu **une importante baisse d'intérêt pour les consommateurs en comparaison avec 2021.**

Source: Agence BIO/ObSoCo 2023, Kantar WorldPanel



Le bio très dépendant de la consommation à domicile

| | Ventes HT (M€) | | Croissance | Répartition |
|--|----------------|--------------|------------|-------------|
| | 2021 | 2022 | | |
| Restauration hors domicile (achats stade de gros HT) | 609 | 715 | +17% | 8% |
| Dont restauration collective | 377 | 445 | +18% | |
| Part bio des achats | 7% | 7% | -2% | |
| Dont restauration commerciale | 232 | 270 | +16% | 3% |
| Part bio des achats | 2% | 1% | -16% | |
| Marché au stade de gros HT pour la consommation à domicile* | 8 439 | 8 039 | -5% | 92% |
| Total marché BIO HT | 9 048 | 8 754 | -3% | 100% |

Source: Agence BIO / ANDI 2023





* la valeur du marché bio au stade de gros représente la valeur de l'ensemble des produits bio consommés en France avant leur distribution au détail, hors exportations.

8%
restauration hors domicile (restaurant, cantines...)

92%
consommation à domicile

La consommation bio à domicile: 4 débouchés

Les 4 circuits pour la consommation à domicile sont constitués de près de **128 000 points de vente**:

| | | | |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
| 18 000 magasins de la grande distribution <small>Source INSEE</small> | 3 086 magasins bio spécialisés, en baisse de 3,2% <small>Source Biolinéaires</small> | 26 300 fermes bio qui vendent en direct (+3%) <small>Source Agence BIO</small> | 80 000 artisans et petits commerces* |

*33000 boulangers, 17000 bouchers, 16000 primeurs, 10000 cavistes...

Sources: fédérations dédiées

Les achats des ménages de produits alimentaires biologiques pour leur consommation «à domicile» baissent de

4,6%

soit près de **600 millions d'euros de perte.**

La part des produits bio dans le panier est en baisse avec

6%

en valeur en 2022.

(Vs 6,4% en 2021)

Évolution du marché alimentaire à domicile entre 2021 et 2022 par circuits de distribution

| | Ventes TTC (M€) | | Évol. |
|--|-----------------|--------------|-------|
| | 2021 | 2022 | |
| Consommation alimentaire des ménages* | 196 687 | 199 385 | 1,4% |
| Part de l'alimentation biologique | 6,44% | 6,06% | |

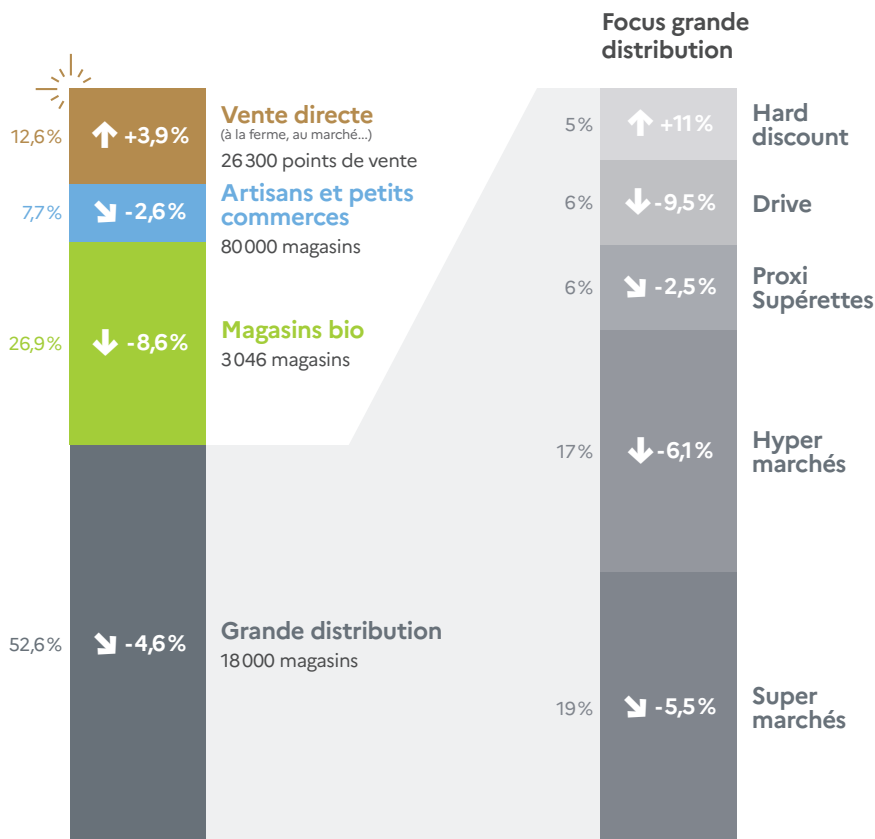
| | Ventes TTC (M€) | | Évol. | Parts de marché |
|--|-----------------|---------------|--------------|-----------------|
| | 2021 | 2022 | | |
| Grande distribution | 6 668 | 6 358 | -4,6% | 53% |
| Magasins bio spécialisés | 3 552 | 3 247 | -8,6% | 27% |
| Artisans-Commerçants (boulangeries, cavistes, bouchers...) | 959 | 934 | -2,6% | 8% |
| Vente Directe (à la ferme, sur les marchés...) | 1 480 | 1 538 | 3,9% | 13% |
| Total Marché à domicile (TTC) hors RHD | 12 659 | 12 076 | -4,6% | 100% |

Source Agence BIO / ANDI

*INSEE - Consommation des ménages en biens Alimentaire et boissons. Volumes aux prix de l'année précédente chaînés corrigées de l'inflation - Données de mars 2023 - cvs cjo



Les débouchés de la consommation à domicile



La vente directe tire son épingle du jeu #Bio&Local

La vente directe : **+3,9%** portée par les ventes de vin bio.

1/4 des boulangers et bouchers diversifiés ont renoncé au bio entre 2021 et 2022.

↓ -8,6%

Les magasins bio

En 2022, le recul du circuit bio a été accéléré par les fermetures de magasins et les disparitions d'enseignes. **3 086 points de vente bio** étaient recensés par Biolinéaires fin 2022 contre 3 258 fin 2021, **soit un recul de 5,3%**.

↘ -4,6%

La grande distribution généraliste

Réduction du nombre de références bio. Les enseignes discount réalisent une croissance de l'ordre de 11% liée à l'augmentation de leur fréquentation et l'accroissement de leur gamme biologique.

↘ -2,6%

Les artisans

Une baisse moindre grâce au lien de proximité avec le client et parce qu'une grande partie des ventes repose sur les cavistes.

↑ +3,9%

La vente directe

Son dynamisme vient à la fois d'un plus grand chiffre d'affaires des vendeurs déjà établis en 2021 et de l'augmentation du nombre d'exploitants, qui pratiquent la vente directe aux consommateurs.

Les filières françaises premières touchées

Ventes des produits alimentaires bio au stade de détail en fonction des circuits de distribution

| | 2021 | 2022 | | | | | Évolution vs. 2021 |
|--------------------------------|---------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|---------------|---------------|--------------------|
| | Rappel | Distribution généraliste | Distribution spé. bio | Artisans, commerces | Vente directe | TOTAL | |
| Fruits | 1001 | 355 | 399 | 11 | 161 | 926 | ↓ -7% |
| Légumes | 1014 | 270 | 371 | 9 | 314 | 964 | ↘ -5% |
| Crèmerie* | 1 867 | 1191 | 425 | 7 | 189 | 1 812 | ↘ -3% |
| Viandes | 1 153 | 574 | 184 | 89 | 153 | 1000 | ↓ -13% |
| Traiteur, mer et surgelés | 848 | 559 | 185 | 31 | 3 | 778 | ↓ -8% |
| Boulangerie pâtisserie fraîche | 970 | 273 | 295 | 296 | 58 | 921 | ↓ -5% |
| Épicerie sucrée | 2 084 | 1310 | 599 | 92 | 26 | 2026 | ↘ -3% |
| Épicerie salée | 1 873 | 1180 | 518 | 90 | 7 | 1795 | ↘ -4% |
| Boissons sans alcool | 552 | 361 | 154 | - | 18 | 533 | ↘ -3% |
| Vins | 1 207 | 228 | 110 | 307 | 589 | 1233 | ↑ 2% |
| Autres boissons alcoolisées | 89 | 58 | 8 | 2 | 21 | 89 | ↗ 0% |
| TOTAL | 12 659 | 6 358 | 3 247 | 934 | 1 538 | 12 076 | ↘ -4,6% |

Y compris produits exotiques

*Lait, produits laitiers et œufs - **Source:** ANDI pour Agence BIO 2023

La consommation bio hors domicile: 2 débouchés



170 000
restaurants

fast-food, étoilés, bistros,
glaciers, pizzerias...



80 000
cantines

restauration scolaire, d'entreprises
ou d'administration



Le marché des produits bio en restauration tous circuits confondus s'élève à 715 M€ hors taxe, en hausse de 17%. En 2022, l'ensemble de la restauration reprend une activité « normale » par rapport à une année 2021 encore marquée par les couvre-feux sur le premier trimestre. En 2022, les denrées bio

représentent moins de 2% des achats des restaurateurs.

Le marché bio de la restauration collective (sous contrat et en régie) s'élève à 445 M€ et à 270 M€ en restauration commerciale. Les denrées bio représentent 7% des achats de la restauration collective.

Les opérateurs et surfaces agricoles

Des conversions au bio en baisse, des arrêts en légère hausse : un solde positif à 3,5%

Avec +3,5%, le nombre de producteurs engagés en agriculture biologique continue de progresser en 2022 mais à un rythme nettement inférieur qu'en 2021 (+9%).

En 2022, le nombre de nouveaux producteurs bio est en baisse par rapport à l'année 2021. On enregistre 5 330 nouveaux producteurs bio en 2022 (vs 7 706 nouveaux producteurs bio en 2021). Parallèlement, on enregistre 3 290 arrêts de certification biologique en 2022 (vs. 2 510 en 2021).

Parmi les arrêts de certification enregistrés en 2022, il apparaît que la moitié des arrêts relève de départs à la retraite (liquidation, changements administratifs de l'exploitation ou autres cessions...), et non d'un changement dans le choix de conduite de la ferme.

Le solde entre les arrivées (9,1%) et les sorties du bio (5,6%) reste encore positif mais traduit un réel coup de frein dans la dynamique des conversions*.

*Chiffres révisés au 31 mai 2023

Une stagnation des surfaces : +10% de surfaces certifiées bio et -40% en 1^{ère} année de conversion

Les surfaces certifiées bio, c'est-à-dire arrivées au terme de leur conversion et produisant des cultures bio mises sur le marché, progressent de 10% en 2022 et atteignent 2,4 millions d'hectares. Avec les surfaces en conversion, la France compte un total de 2,88 millions d'hectares conduits selon le cahier des charges de l'agriculture biologique, soit une progression de 4% par rapport à 2021. Les surfaces conduites en bio représentent 10,7% de la surface agricole française totale.

En 2022, les surfaces en première année de conversion diminuent de 40%. Toutefois, en considérant à la fois les surfaces encore engagées en 2^e et 3^e année de conversion et le rythme de sortie du bio de l'ordre de 6%, la surface certifiée bio devrait encore augmenter de l'ordre de 10% en 2023.

Le cap des 60 000 fermes engagées en tout ou partie en agriculture biologique est franchi en 2022.

Les fermes engagées en bio représentent
14,2%
du nombre des fermes françaises

La part du bio dans l'emploi agricole s'élève à
16,3%



Emploi

Une filière bio avec plus de **215 000 emplois directs**

En 2022, les fermes bio comptent plus de

144 000

emplois équivalent temps plein (ETP).

Par ailleurs, les entreprises de l'aval des filières bio génèrent plus de **71 000 emplois.**

Source : Agence BIO/ANDI

Selon le recensement agricole 2020, les fermes engagées en bio emploient en moyenne **2,39 ETP** contre **1,59 en non bio**. En fonction des filières, les exploitations bio nécessitent généralement plus de main d'œuvre, c'est le cas en viticulture où 3,46 ETP en bio sont employés, avec un recours plus important à la main d'œuvre salariée.

Les fermes bio génèrent **30%** d'emplois en plus, à la fois pour la main d'œuvre agricole mais aussi pour la vente à la ferme pratiquée par **25 942 fermes** soit **43% des bio.**

Source : Agence BIO d'après Agreste RA 2020

Une baisse inédite du nombre d'entreprises de l'aval certifiées bio

Le recul du marché bio en 2022 déséquilibre les filières de la production agricole. En prise directe avec une consommation de bio en berne, les entreprises de l'aval des filières (transformateurs, distributeurs,...) certifiées pour une activité bio passent de 29 184 à 28 547, soit une baisse inédite de -2%.

Ces arrêts de certification concernent de nombreuses boulangeries qui ne proposent désormais plus de pain bio, des boucheries qui renoncent à leur activité bio ou bien encore des magasins généralistes qui vendent essentiellement des produits préemballés ne nécessitant plus de certification.

Principaux indicateurs de l'évolution de la production bio entre 2015 et 2022

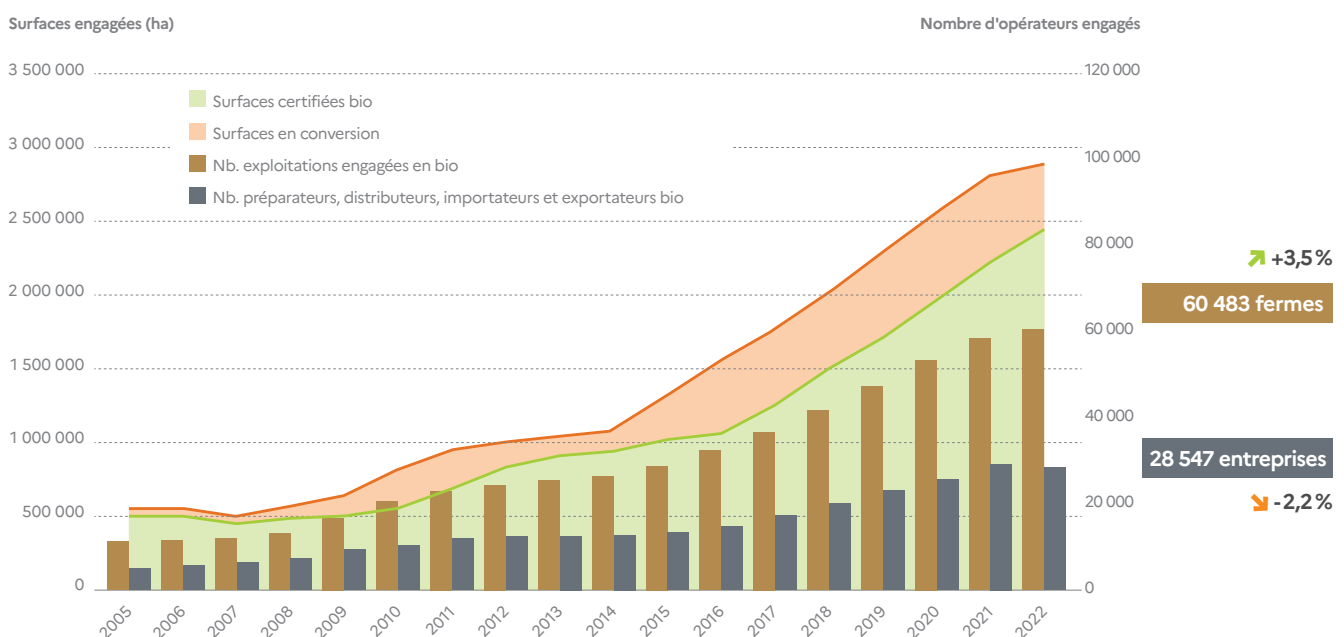
Source: Agence BIO (OC) 2023, Agreste (RA et SAA)

| | 2015 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Évol. 22/21 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------------|---------------------------|-------------|
| Surface agricole utile des exploitations selon Agreste, SAA | 26 967 070 | 26 943 455 | 26 855 402 | 26 828 922 | 26 828 922 ⁽²⁾ | |
| Nb d'exploitations agricoles selon les Recensements Agricoles ⁽³⁾ | (465 565) | (426 262) | 416 436 | 416 436 ⁽²⁾ | 416 436 ⁽²⁾ | |
| Nb d'exploitations en production biologique | 28 814 | 47 003 | 53 208 | 58 438 | 60 483 | 3,5% |
| Nb d'entreprises de l'aval ⁽⁴⁾ certifiées pour une activité bio | 13 503 | 22 856 | 25 821 | 29 184 | 28 547 | -2,2% |
| Nb total d'opérateurs ⁽⁵⁾ certifiés pour une activité bio | 42 317 | 69 859 | 79 029 | 87 622 | 89 030 | 1,6% |
| Surfaces en production biologique (ha) | 1 315 680 | 2 279 340 | 2 547 014 | 2 801 533 | 2 876 053 | 2,7% |
| dont surfaces certifiées bio | 1 015 553 | 1 703 265 | 1 955 047 | 2 214 771 | 2 431 312 | 10% |
| dont surfaces en conversion | 300 102 | 576 075 | 591 966 | 586 762 | 444 741 | -24% |
| Surfaces en 1 ^è année | 215 701 | 269 023 | 278 339 | 258 451 | 156 042 | -40% |
| Surfaces en 2 ^è ou 3 ^è année | 84 401 | 307 052 | 313 628 | 328 312 | 288 699 | -12% |
| Part des surfaces en production biologique dans la SAU | 4,88% | 8,46% | 9,49% | 10,44% | 10,71% | |
| Part des exploitations bio dans l'ensemble des exploitations agricoles⁽¹⁾ | 6,0% | 10,6% | 12,1% | 13,4% | 14,0% | |

⁽¹⁾ hors aquaculture, micro-exploitations (<0,2ha) et petits ruchers (<50 ruches) - ⁽²⁾ à défaut de données actualisées, le dernier chiffres connu est utilisé dans le calcul - ⁽³⁾ Des estimations intermédiaires sont entre parenthèses - ⁽⁴⁾ Transformateurs, distributeurs, grossistes, exportateurs - ⁽⁵⁾ Fermes et entreprises.

Évolution des surfaces, des fermes et des entreprises engagées en bio

Source: Agence BIO/OC 2023



- ↑ ≤ -9%
- ↗ +0,5% à +9%
- -0,5% à +0,5%
- ↘ ≤ -9%
- ↓ ≥ -9% à -0,5%

Les différentes filières

Des filières végétales encore en croissance mais qui amorcent une décélération des conversions...

En 2022, le recul est général, à l'exception de certains fruits (baies et petits fruits). Les surfaces en première année de conversion baissent par rapport à 2021. Les reculs les plus importants touchent les grandes cultures (-59%) et la vigne (-48%) qui contrairement aux autres filières, avaient maintenu un rythme important de conversion en 2021.

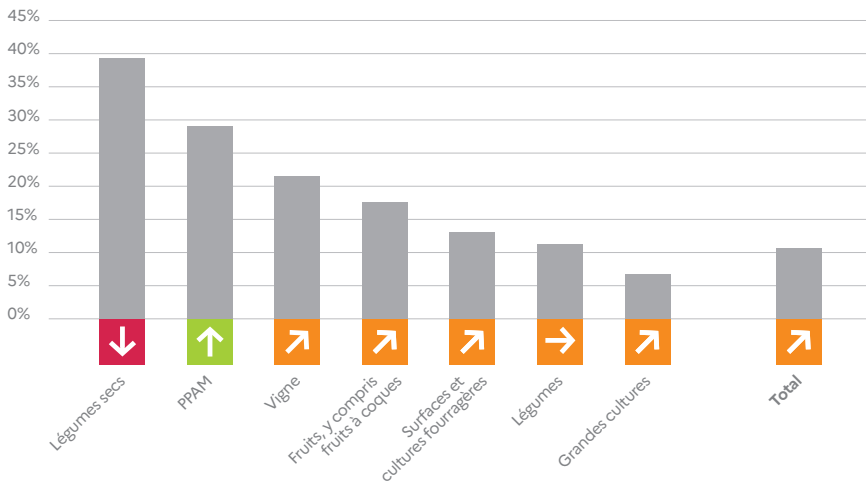
En 2022, les surfaces certifiées bio continuent de progresser de plus de 18% pour les grandes cultures, les fruits à noyaux et à pépins et la vigne.

En ce qui concerne la part des surfaces françaises cultivées en bio, seules quelques productions présentent un taux de plus de 20% de leurs surfaces conduites en bio : les légumes secs, les plantes à parfum aromatiques et médicinales, la vigne.



Part des surfaces en bio

Source: Agence Bio/OC - Agreste 2021



La part des surfaces conduites selon le cahier des charges de l'agriculture biologique continue de progresser dans nombre de filières mais ralentit.

Des filières animales très contrastées dans leurs évolutions

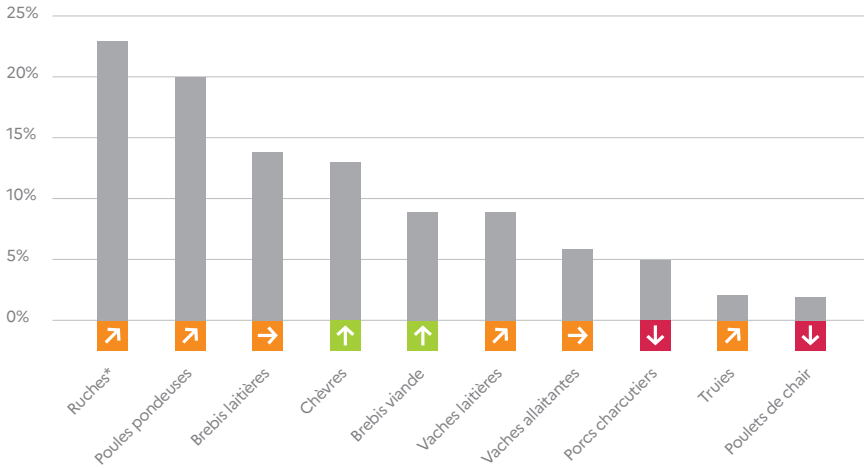
Concernant les animaux, les résultats sont plus contrastés entre les filières avicoles d'une part, qui ont opéré de profonds changements d'orientation pilotés par les intégrateurs, et une reprise très partielle de la production après l'influenza aviaire et d'autre part, les filières bovine et porcine qui ont subi de plein fouet une baisse de la demande en 2022.

Dans la filière porcine, c'est la production de porc charcutiers bio et les cheptels reproducteurs bio qui affichent une baisse historique de -7% par rapport à 2021. À l'inverse, les plus fortes progressions se retrouvent dans les productions de petits ruminants (brebis viande +11% et chèvres +11%). L'apiculture marque le pas après une année 2021 de fort développement.



Part du cheptel en bio

Source: Agence Bio/OC - Agreste 2021



* Nombre de ruches

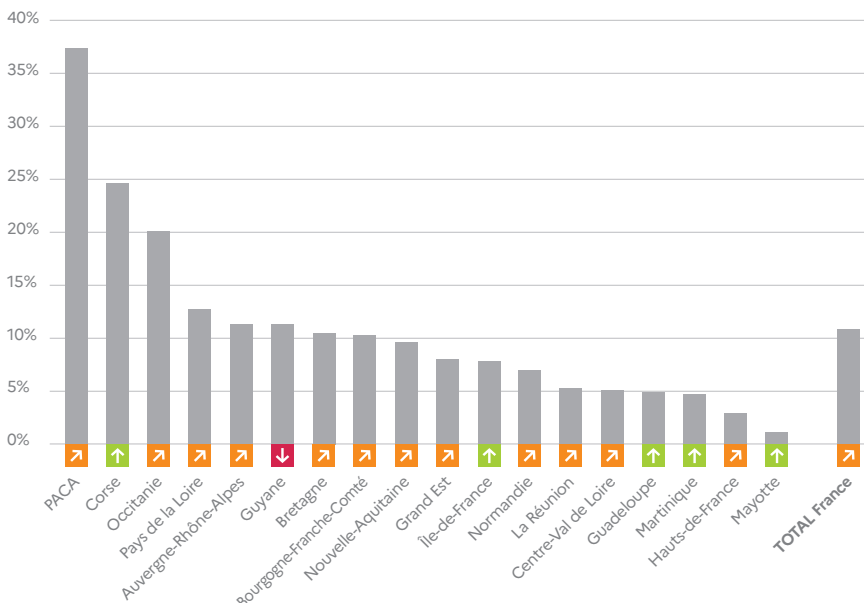
Que ce soit en filières végétales ou animales, les organisations de producteurs ont dû soutenir, en 2022, la trésorerie des exploitations, en maintenant les prix aux producteurs et en finançant le dégageement en conventionnel de produits bio.



Le bio sur les territoires

Part du bio dans la SAU %

Source: Agence Bio/OC - Agreste 2021



Objectif de 18% de surface agricole bio en France à horizon 2027.

L'ensemble des régions connaît cette baisse de dynamique de conversion, à l'exception des régions d'outre-mer dont la situation du secteur bio est très différente avec une demande dynamique qui tire la croissance de la production. Néanmoins, la surface bio continue de progresser dans toutes les régions françaises. Les régions les plus dynamiques en termes de croissance, sont les Antilles, la Corse et l'Île-de-France grâce au développement des grandes cultures notamment.

Les régions enregistrant les plus fortes baisses de conversions en 1^{ère} année sont la Bourgogne-Franche-Comté (-65%), la Normandie (-62%), le Grand Est (-56%).

Trois régions ont atteint et même dépassé l'objectif des 18% de surface agricole bio en France en 2027: PACA avec plus de 30%, 24% en Corse et 20% en Occitanie. Ainsi, 8 régions sur 18 affichent une part supérieure ou égale à 10% de la SAU et la Nouvelle Aquitaine à 9,7%.

Le bio, un marché très Made in France

Côté import

30% de produits bio ont été importés* contre 32% en 2021.

En valeur absolue, les produits importés représentent un montant 2,4 mds€ en 2022 contre de 2,7 mds€ en 2021.

En excluant les produits « tropicaux**», le taux d'importation se réduit à 17%.

En lien direct avec une baisse de la demande, entre 2021 et 2022, les imports ont diminué pour toutes les catégories de produits:

- les produits de la mer, traiteurs et surgelés (-12%)
- les boissons sans alcool, principalement les jus de fruits (-11%)
- les produits de l'épicerie (-9%)
- les fruits et légumes (-9%).

Seules les boissons alcoolisées, dont le vin, ont progressé du fait du développement de la gamme de références étrangères.

* Y compris l'introduction depuis les autres États membres de l'Union européenne

83% du bio consommé en France est produit en France**

La majorité des produits consommés en bio sont d'origine France : les œufs, le lait et les produits laitiers, le vin, les viandes fraîches et transformées, le pain frais, les légumes et la majorité des produits traiteurs et surgelés!

Classement des principaux produits bio "origine France" en 2022



Source: Agence BIO/ANDI 2023

Côté export

À l'inverse, les ventes à l'export (y compris l'expédition vers l'Union européenne) se maintiennent à 1,05 md€ contre 1,04 md€ en 2021.

Recul des exports de certains produits tels que l'épicerie (-2%) et les produits laitiers (-10%), alors que les exportations ont progressé pour la viande porcine (+33%) et les fruits et légumes (+5%).

L'export repose toujours sur le vin (54% des exports en croissance de 2%), l'épicerie et boissons sans alcools (21%) les fruits et légumes (12%) et les produits de l'élevage (10%).

* Y compris l'introduction depuis les autres États membres de l'Union européenne.

** À l'exclusion des produits tropicaux qui ne peuvent pas être produits dans l'hexagone.



Bio et souveraineté alimentaire : un mariage heureux

Cette souveraineté des filières bio françaises est un atout alors que le consommateur porte son attention sur l'origine des produits, 1^{er} critère après le prix.

(Extrait de la 20^e édition du baromètre de perception et de consommation des produits biologiques par les Français, menée par l'ObSoCo pour l'Agence BIO).

Un label pour du bio local



Philippe Lassalle Saint Jean

Président du jury
Territoire BIO Engagé

10 ans de réussite en quelques chiffres

10

ans en 2022 de ce label créé par INTERBIO Nouvelle-Aquitaine pour valoriser le fait d'avoir atteint le pourcentage donné de surfaces bio de sa région et plus de 22% d'approvisionnement bio en restauration collective

24

nouvelles candidatures en 2022 en Nouvelle-Aquitaine

259

lauréats dont 64 établissements, labellisés en Nouvelle-Aquitaine depuis 10 ans

375

lauréats au niveau national, dont 72 établissements, répartis dans les 6 régions où le label est déployé: Bretagne, Centre-Val de Loire, Hauts-de-France, Pays de la Loire, Nouvelle-Aquitaine et Occitanie.

Le label Territoire BIO Engagé est la première démarche de labellisation bio des collectivités territoriales en France. Pour l'obtenir, il faut mettre du bio dans les champs ou dans les cantines, ou les deux. Établissement engagé fonctionne sur le même principe. C'est un peu le label Villes et Villages Fleuris, pour la place faite au bio!

“

Le label TBE/EBE vient récompenser un engagement avant tout politique à destination des citoyens.nes d'un territoire à échelle humaine où tout le monde se côtoie au quotidien sans vraiment savoir ce que l'un fait pour l'autre. Engagement qui récompense plus de bio dans les champs ou dans l'assiette, qui s'inscrit dans un rythme des saisons, dans des achats de plus en plus locaux, une démarche qui va au-delà de la simple prise en compte de la réalisation d'un pourcentage.

Les cérémonies de remises sont l'occasion de mettre en avant cet engagement des professionnels, du citoyen et du politique. Je retiens des moments émouvants de mes plus de dix ans de remises, des prises de paroles d'agriculteurs passionnés, émus, qui témoignent de leur quotidien dans leur fermes, des personnels de cuisines qui retrouvent du sens en éduquant leurs convives, des femmes et des hommes qui souvent ne pratiquent pas de discours en public, et où les mots laissent place à l'émotion, des enfants représentant les élèves qui parfois jugent leurs aînés ou nous remercient.

Plus de bio, plus de local, plus de prise en compte de l'environnement, plus de reconnaissance. Cette «famille des TBE» s'agrandit de mois en mois, c'est à la fois une surprise et une fierté, elle devient une communauté où le bon sens paysan parfois perdu sur une ou deux générations reprend à nouveau ses droits!

Et ce n'est que le début.

”



**BORDEAUX
MÉTROPOLE**



Labellisation d'une métropole: la première de France

La labellisation de Bordeaux métropole démontre qu'il est possible de mener un projet de territoire ambitieux y compris sur un bassin urbain. Bordeaux Métropole mène depuis 2021 une concertation avec ses 28 communes et a réuni près de 400 acteurs issus du monde de l'agriculture et de l'alimentation métropolitain pour aboutir à l'écriture d'un Projet Alimentaire de Territoire. Avec 20,5% de surface agricole bio sur son territoire, Bordeaux Métropole est la première métropole de France labellisée.

Le bio français dans l'Union Européenne

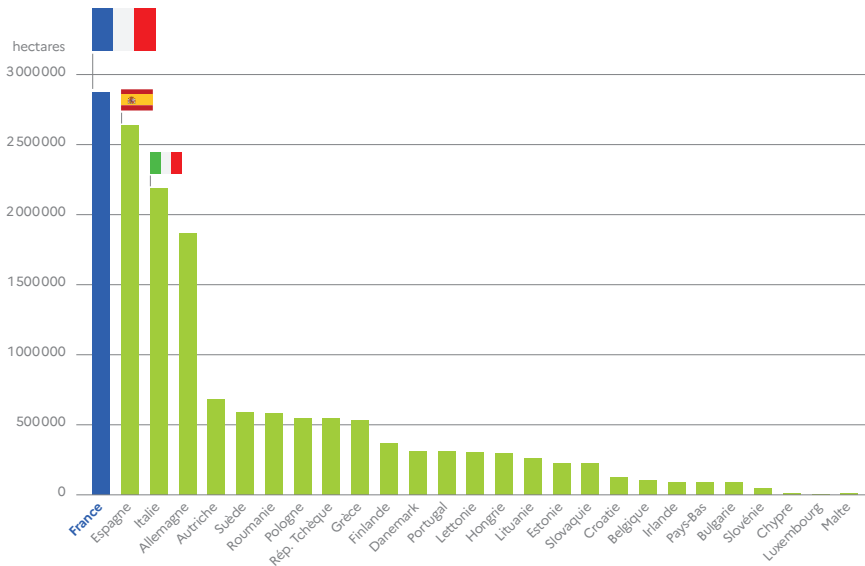
La France est le premier pays bio de l'Union européenne en termes de surfaces devant l'Espagne et l'Italie.

En pourcentage de bio des surfaces agricoles, elle est 13^{ème}.

S'agissant du nombre de fermes bio, la France arrive en deuxième position, derrière l'Italie. La France est en cinquième position pour la part de fermes en bio.

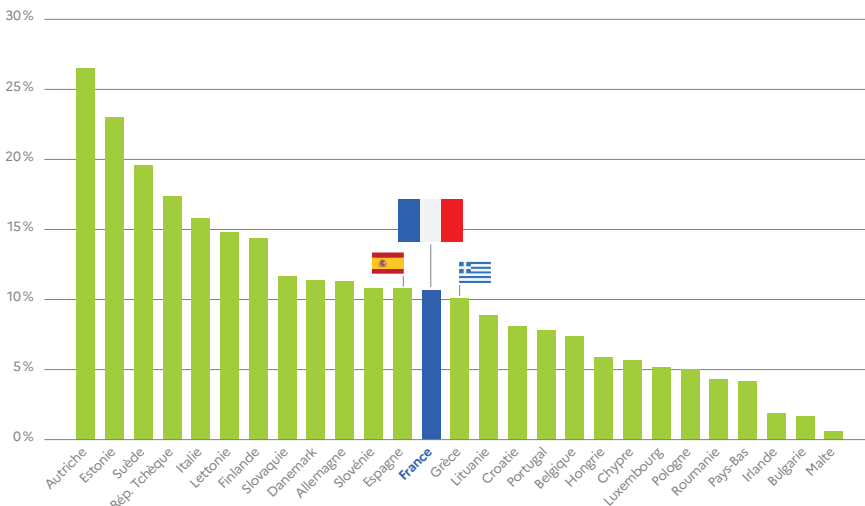
Surfaces conduites en bio

Source: Agence BIO d'après différentes sources européennes



Part de la surface agricole en bio

Source: Agence BIO d'après différentes sources européennes



La France : première en Union européenne pour ses surfaces bio mais 13^e pour sa part de terres agricoles cultivées en bio

La stratégie européenne "De la ferme à la table" vise la mise en place "d'un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement".

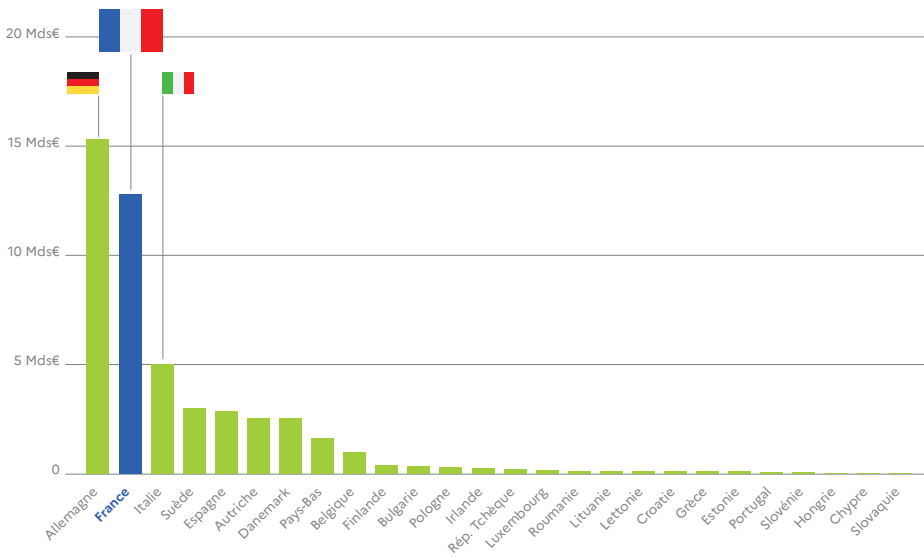
La Commission européenne souhaite pour cela une augmentation importante des surfaces consacrées au bio dans l'Union européenne et fixe un objectif de 25% à l'horizon 2030. Le marché aura un rôle essentiel.

L'objectif français est fixé à **18%** des surfaces agricoles en 2027



Marchés bio de l'UE

Source: Agence BIO d'après différentes sources européennes

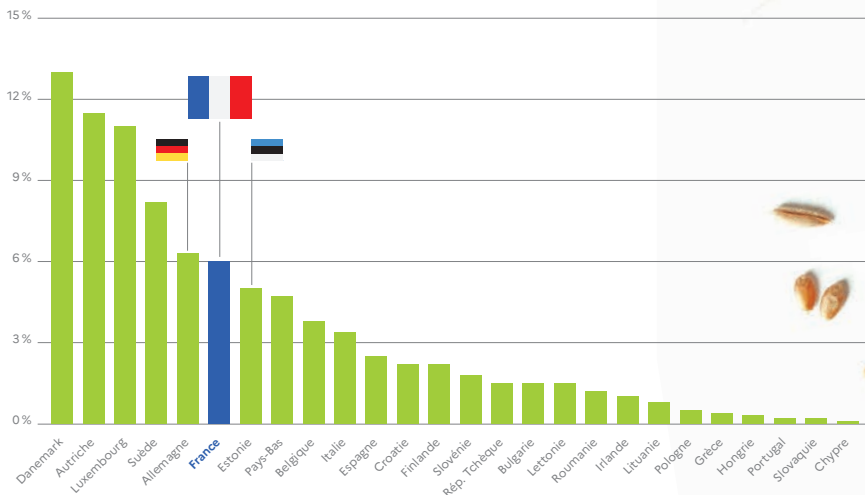


Deuxième en Union européenne pour la taille de son marché en chiffre d'affaires, la France distancée pour la part du bio dans les achats alimentaires



Part des produits bio dans la totalité des achats alimentaires

Source: Agence BIO d'après différentes sources européennes



Stimuler la demande de bio hors domicile, une stratégie gagnante pour des pays européens



AUTRICHE

En Autriche, championne de l'Union européenne avec 26,5% de sa surface agricole en bio, l'introduction de bio dans la restauration scolaire a débuté au milieu des années 90. L'objectif gouvernemental est de 23% de bio en restauration collective d'ici fin 2023 et 55% d'ici 2030.



DANEMARK

Au Danemark, les cuisines publiques ont développé l'utilisation de produits bio suite au premier plan de développement de l'agriculture biologique de 1995. Pour cela, le Parlement danois a mis en place, en 1997, un fonds pour soutenir les projets d'introduction de produits bio en restauration collective. Un logo dans les cantines signalant la part du bio existe depuis 2009.



SUÈDE

En Suède, depuis 2017, il existe un objectif national de 60% de produits bio dans toutes les municipalités d'ici 2030.



ALLEMAGNE

En Allemagne, la part obligatoire de 20% de bio dans les cantines publiques va être augmentée à 30%. Un nouveau label bio a été créé pour encourager le bio dans les cantines et stimuler la demande.



ITALIE

En Italie, le bio à la cantine c'est depuis 1986. La loi italienne prévoit que les cantines scolaires utilisent au moins 50% de produits biologiques.



FRANCE

En France, la loi EGAlim fixe un minimum de 20% de produits biologiques en restauration collective. En 2022, la part des achats de produit bio HT atteint 7% dans ce débouché.



Des marchés bio en Europe freinés eux aussi par la crise

Si chaque pays n'édite pas ses chiffres de façon annuelle comme la France, les premières données chiffrées disponibles montrent que la France n'est pas le seul pays à connaître une baisse de son marché bio en 2022.

Le marché bio allemand recule de 3,5% par rapport à 2021, s'établissant à 15,3 Mds€, tandis que le marché bio finlandais baisse de 8%.

Et d'autres progressent...

Dans le même temps **le marché bio espagnol progresse de 3,8%.**

Après plusieurs années de baisse, le marché bio suédois progresse de 2,5% en 2022 par rapport à 2021. En Suède, la vente directe et la restauration hors domicile progressent.

D'autres marchés bio en progression hors Union européenne



ROYAUME-UNI

Le marché bio britannique progresse de **1,6% en 2022** par rapport à 2021, pour atteindre **3,5 Mds€**.

Ce marché maintient sa croissance pour la onzième année consécutive. Cette hausse est due à la croissance forte en restauration hors domicile: +152%. Elle s'explique par le retour des consommateurs vers ce circuit après le pic de la pandémie de Covid 19.



SUISSE

Le marché bio suisse recule de 3,3% en 2022 par rapport à 2021, cependant, **la part de marché bio augmente, passant de 10,9% en 2021 à 11,2% des achats alimentaires en 2022** car les ventes de produits conventionnels ont davantage reculé que celles de bio.

Ce sont les ventes en direct et en distribution spécialisée bio qui reculent le plus.



USA

Le marché bio des États-Unis atteint **57,2 mds€, soit une croissance de 4,3%** en 2022 par rapport à 2021.

La part de marché bio s'élève à 6%. Les légumes sont restés la première catégorie de produits bio vendue aux États-Unis.

L'USDA (équivalent du ministère de l'Agriculture aux États-Unis) a lancé un programme de soutien aux producteurs et transformateurs souhaitant passer au bio: **l'Organic Transition Initiative doté de 300 M\$.**

La filière vins bio en croissance



Côté consommation

Le marché du vin bio en France s'élève à 1,2 Md€ TTC en 2022 (hors Restauration Hors Domicile) soit une augmentation de + 2,2% en valeur par rapport à 2021. Avec la restauration hors domicile, il s'élève à près de 1,5 Md€ en 2022.

En 2022, le vin bio a représenté 6% de la consommation en volume de vin en France en volume.

Le marché intérieur représente 61% de la valeur des ventes de vin bio au stade du départ de chais, y compris pour la restauration et l'export 39%.

Sur 5 débouchés, 3 sont en croissance :

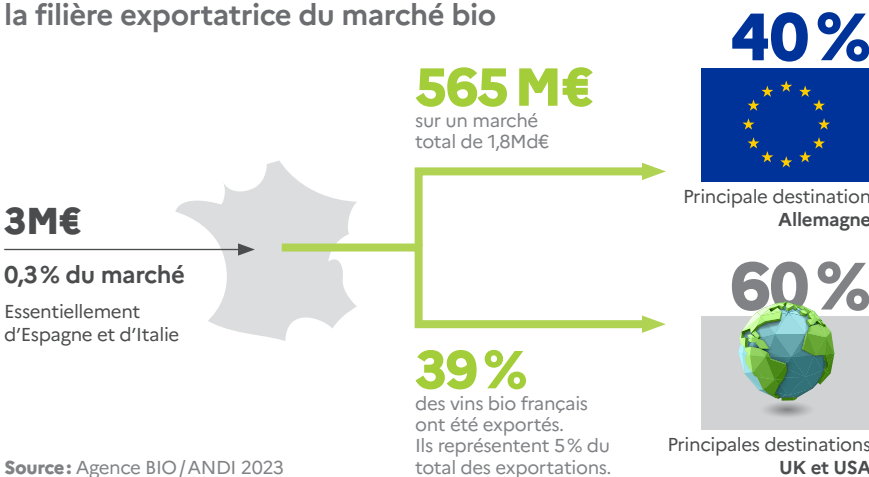
| | Ventes* (M€ HT) | Evol. /2021 | Répartition |
|----------------------|-----------------|-------------|-------------|
| Total ménages France | 769 | ↗ 3% | 53% |
| Vente directe | 421 | ↑ 5% | 29% |
| Caviste | 159 | ↑ 8% | 11% |
| GMS | 134 | ↓ -7% | 9% |
| Magasin bio | 55 | ↓ -7% | 4% |
| Restauration | 129 | ↑ 12% | 9% |
| Total France | 898 | ↑ 5% | 61% |
| Export | 565 | ↗ 2% | 39% |
| Total | 1 463 | ↑ 6% | 100% |

* Valeur hors taxes au stade départ de chais - Hors vin de cognac
Source: Agence BIO/ANDI 2023

Côté import et export

Le marché bio exporte 39% de ses ventes, soit 565 M€, ce qui équivaut à 5% du vin exporté par la France.

La filière viticole bio française: la filière exportatrice du marché bio



Source: Agence BIO/ANDI 2023

Coté production

10%

du volume de vin français de la récolte 2021 est produit en bio

Le gel en 2021 a eu pour conséquence une vendange peu abondante. La hausse des surfaces certifiées bio (+5,1%), et l'augmentation plus lente des stocks ont conduit à la mise en marché en 2022 de volumes restés stables par rapport à l'année précédente, soit

2,5 millions d'hectolitres

En 2022, la part des surfaces consacrées au vignoble bio a dépassé

21%

Plus du tiers de ces surfaces est encore en conversion fin 2022.

La dynamique très forte observée en 2021 avec + 24 800 ha de vignes en 1^{ère} année de conversion, s'est tari en 2022 avec moins de 13 000 ha nouvellement engagés.



Un petit tour dans nos régions

La Gironde reste le premier département viticole français avec près de 1300 vignobles engagés en bio et plus de 27 200 ha, soit 23% de ses surfaces de vignes conduites selon le cahier des charges de l'AB. Fin 2022, plus de la moitié de ces surfaces sont encore en conversion (14 400 ha) dont 2 358 ha en première année.

La région viticole du Languedoc-Roussillon représente à elle seule plus de 53 000 ha, soit 31% des surfaces de vigne bio française. Les Côtes-du-Rhône rassemblent plus de 36 200 ha soit 21% du vignoble bio.

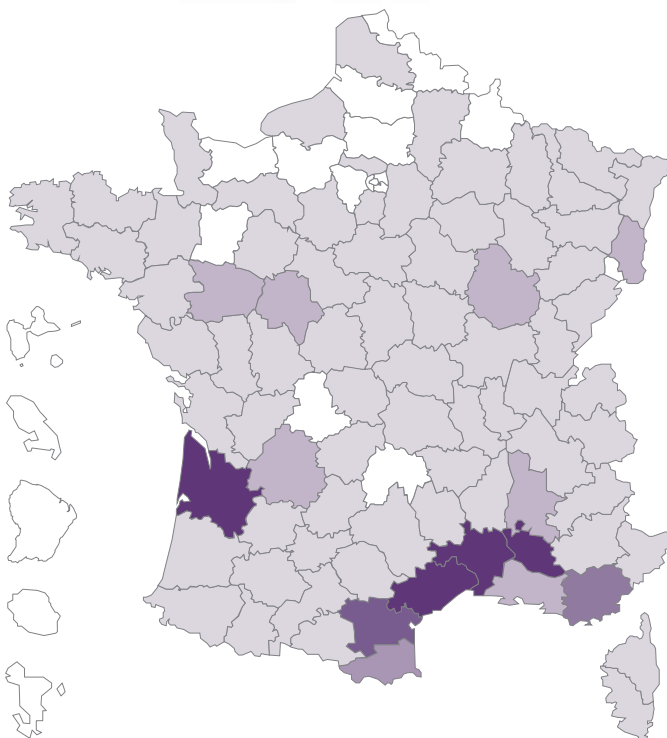
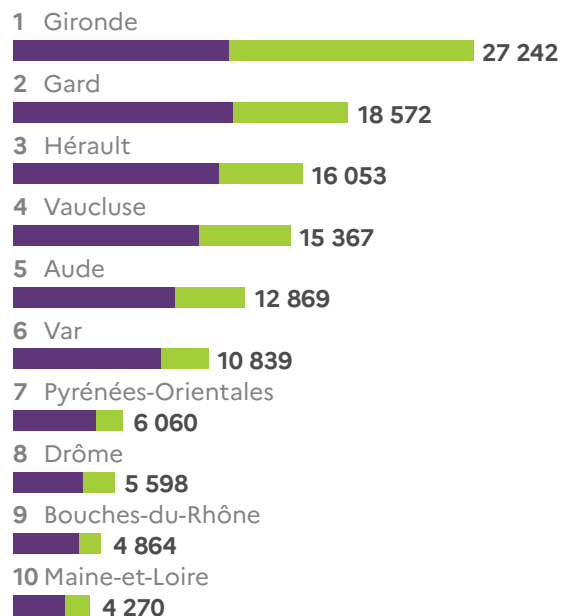
En 2021, la dynamique de conversion a été particulièrement marquée en Champagne. Entre la Marne et l'Aube, 859 ha ont été nouvellement engagés en 2021 sur moins de 2 500 ha engagés au total. Cette dynamique ralentit en 2022 avec 318 ha de vigne nouvellement engagés sur ces deux départements.

Quatre départements rassemblent 45% des surfaces de vigne bio de France: la Gironde, le Gard, l'Hérault et le Vaucluse. En 2022, seul le Vaucluse reste parmi les départements les plus dynamiques en termes de progression du nombre de vignobles engagés en bio (+6,4% vs +4,7% au niveau national).



Classement des surfaces bio et en conversion (Top 10)

Source: Agence BIO/OC



Surface bio et en conversion



Retrouvez cette carte et bien plus encore sur dataBIO: www.agencebio.org/dataBIO



Le regard de Pierre-Henri Cosyns

Président de Vignerons BIO Nouvelle-Aquitaine

“

Avec plus de 34000 ha engagés, la Nouvelle-Aquitaine est un leader des vins d'Appellation d'Origine Contrôlée certifiés Vins Biologiques.

Malgré un marché complexe et les aléas climatiques, en développant la recherche participative, un réseau de conseillers spécialisés et une viticulture bio d'excellence, nos millésimes sont réguliers et de grande qualité. L'évolution et les tendances du marché du vin bio sont scrutées par notre service économie. Ainsi, Vignerons Bio Nouvelle Aquitaine, accompagne les vignerons bio dans la promotion et la communication de leurs domaines et de leurs cuvées bio. Car, aujourd'hui, plus que jamais, « La réussite, c'est un

peu de savoir, un peu de savoir-faire et beaucoup de faire-savoir ». Si le consommateur de vin est désormais un hédoniste engagé, il faut l'informer que seuls les vins bio répondent durablement à ses attentes et aux enjeux environnementaux. Le Vigneron Bio de Nouvelle-Aquitaine, c'est : le vigneron qui bichonne la biodiversité, le vigneron qui protège les ressources naturelles, le vigneron qui innove avec des vins singuliers, sans soufre, sans intrants, le vigneron qui participe au réseau local, le vigneron nouvellement installé, le vigneron qui emploie près de deux fois plus de main d'œuvre, le vigneron qui ne déçoit pas... Le vigneron Bio de Nouvelle Aquitaine, c'est donc le vigneron qu'on aime avoir comme voisin.

”



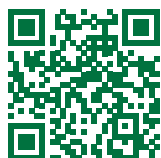
Les chiffres du BIO - Panorama 2022

Juin 2023

Direction de la publication: Laure Verdeau

Conception / création: *Heidi*

Crédits photo: Agence BIO, Faust Favart, Patrick Lazic, iStock



Essayez notre outil
de data-visualisation «dataBIO»
www.agencebio.org/databio

Contactez-nous

www.agencebio.org/contact

Retrouvez-nous sur:



@agencebio



@agence_bio



@agriculturebio



@Agence BIO