

Edition 2023

Le marché alimentaire bio en 2022



OBSERVATOIRE NATIONAL
DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

AND INTERNATIONAL



Estimation de la consommation des ménages en produits alimentaires biologiques en 2022

Étude réalisée par AND-International
pour l'Agence BIO

Enquêtes réalisées auprès des opérateurs économiques des filières biologiques
entre janvier et avril 2023 sur leur activité 2022.

Rédaction AND International

C. Renault, C Lepeule, T. Chever, V. Romieu, L. Herry, B Shaer (Ecozept)

Relecture Agence BIO - Observatoire national de l'agriculture biologique :

S. Le Douarin, D. Fléchet, N. Rabenandrasana

Le présent document constitue le rapport d'une étude financée par l'Agence BIO
dans le cadre du fonds de structuration des filières bio « Avenir bio » ainsi
qu'indiqué dans le préambule des appels à projets.

Retrouvez les données principales du rapport sur le site internet de l'Agence BIO.

Sommaire

1.	Résultats généraux.....	1
1.1.	Un recul de près de 5% en valeur et 9% en volume.	1
1.2.	La dynamique des circuits et des produits en 2022 : le circuit spécialisé bio en difficulté, recul en GMS, la vente directe résiste.....	2
1.2.1.	Le recul principal vient du circuit spécialisé.....	2
1.2.2.	Le recul des ventes de produits frais peu transformés, notamment d'origine animale provoque des difficultés pour l'amont des filières.	3
1.2.3.	Le recul touche particulièrement les viandes biologiques.....	3
1.2.4.	Couples produits/circuits : la vente directe et le EDMP conservent une croissance.	7
1.3.	Une hausse des prix mesurée mais variable selon les familles de produits.	10
1.4.	Les échanges extérieurs.....	11
1.4.1.	Données générales : repli des importations	12
1.4.2.	Données par secteur.....	12
1.4.1.	Origines et destinations	12
2.	Analyses transversales	13
2.1.	Les emplois dans l'aval des filières bio : premier recul essentiellement dû au commerce de détail spécialisé.	13
2.2.	Recul de la pénétration des produits bio en grande distribution	14
2.2.1.	Approche détaillée des données NielsenIQ.....	14
2.3.	Le commerce équitable bio représente 10,5% des ventes bio. En 2022, le marché est en croissance grâce aux produits français, notamment en boulangerie.....	16
2.4.	Estimation des marchés régionaux.....	18
2.4.1.	Aspect méthodologique.....	18
2.4.2.	Coefficients et valeurs des consommations régionales.....	18
2.4.3.	Évolutions	20
2.5.	Le marché de la restauration	22
2.5.1.	Valeur du marché des produits bio en restauration	22
2.5.2.	Répartition par famille de produits.....	23
2.5.3.	Les produits par circuit.....	24
2.5.4.	Éléments de méthode.....	24
3.	Approfondissements sectoriels.....	25
3.1.	Les fruits et légumes frais	25
3.1.1.	Estimation des volumes des espèces principales.....	26
3.1.2.	Données relatives aux échanges de fruits et légumes biologiques.....	28
3.2.	Marché du vin biologique	30
3.2.1.	Volume mis en marché	30
3.2.2.	Schéma de la mise en marché du vin bio.....	32
3.2.3.	Volume et valeur des ventes.....	33
3.2.4.	Marché au stade de détail	33
3.2.5.	Transactions vrac	34
3.2.6.	Part des AOP/IGP/VSIG	37
3.2.7.	Situation de la filière bio par rapport à l'ensemble de la filière viti-vinicole française.	37
3.2.8.	Évolutions de la filière vin bio sur longue période.....	40
3.2.9.	Aspects méthodologiques.....	41
3.3.	Les céréales.....	42
3.3.1.	Collecte céréales 2022/2023 : une récolte en légère baisse marquée par une forte diminution du maïs	42

3.3.2.	Échanges de céréales 2022/2023 : les exportations de céréales biologiques atteignent des records.....	43
3.3.3.	Utilisations des céréales en alimentation animale	44
3.3.4.	Production de farine : nouveau ralentissement de la croissance sur 2022/2023.....	45
3.3.5.	Les débouchés de la farine et des céréales pour l'alimentation humaine.....	45
3.3.6.	Un effet prix variable selon le stade de la filière et le type de produit.....	46
3.4.	Les oléo-protéagineux	47
3.4.1.	Une collecte d'oléo-protéagineux en hausse.....	47
3.4.2.	Échanges : la croissance des importations se poursuit.....	47
3.4.3.	Les débouchés des protéagineux pour l'alimentation humaine.....	49
3.4.4.	Les débouchés des oléagineux pour l'alimentation humaine.....	49
3.4.5.	Utilisations des oléo-protéagineux en alimentation animale	51
3.5.	Alimentation animale	51
3.6.	Le secteur laitier en 2022 : une situation critique	53
3.6.1.	Collecte : une croissance modérée en raison du manque de fourrage	53
3.6.2.	Légère baisse des conversions en 2022	54
3.6.3.	Consommation : accélération du recul.	54
3.6.4.	Les prix en amont : un prix moyen réel exceptionnel et paradoxal.....	55
3.6.5.	Les écarts de prix au détail évoluent de manière imperceptible.....	56
3.6.6.	Recul des fabrications, recul des ventes en GMS.	57
3.6.7.	Les échanges : baisses des expéditions de produits laitiers, hausse de celles de lait...	58
3.6.8.	Poursuite de la reprise en restauration.	58
3.7.	Les viandes de boucherie.....	59
3.7.1.	Tonnages et circuits	59
3.7.2.	Le steak haché : prix et volume.....	61
3.8.	Les productions avicoles.....	62
3.8.1.	La production d'aliment composé pour volailles chute de 13 % et se place en deçà du volume de 2020.	62
3.8.2.	La volaille de chair : retour en 2018.....	62
3.8.3.	Les œufs : production et ventes en recul, prix en hausse.....	63
3.9.	Le marché du bio en France : produits de l'aquaculture biologique	66
3.9.1.	Éléments de contexte	66
3.9.2.	Tendances et estimation du marché français en 2022	68
3.10.	Les Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI)	69
3.10.1.	L'utilisation de farine sous forme de PAI	69
3.10.2.	L'utilisation du sucre sous forme de PAI.....	70
3.10.3.	L'utilisation de semoule sous forme de PAI	72
3.10.4.	L'utilisation de fruits sous forme de PAI	72
3.10.5.	L'utilisation des légumes sous forme de PAI.....	73
3.10.6.	L'utilisation de viande sous forme de PAI.....	73
3.10.7.	L'utilisation d'huile sous forme de PAI.....	74
3.10.8.	L'utilisation du beurre sous forme de PAI.....	75
3.10.9.	L'utilisation d'œufs sous forme de PAI	75
3.10.10.	Synthèse.....	76

Tableaux et figures

Tableau 1 - Résultats généraux.....	1
Tableau 2 - Evolution du poids des formats dans le marché des aliments bio à poids fixe de la distribution généraliste.....	3
Tableau 3 - Valeur des ventes par famille de produits.....	6
Tableau 4 – Valeur des ventes par produits ventilée par circuits.....	7
Tableau 5 - Les taux de croissance des produits ventilés par circuits.....	8
Tableau 6 - Le profil de gamme des circuits en 2022 et premiers produits (en vert).....	9
Tableau 7 - Les circuits de distribution des gammes en 2022 et premiers circuits (en vert).....	9
Tableau 8 - Évolution des prix au détail et croissance déflatée.....	10
Tableau 9 - Echanges Extérieurs.....	11
Tableau 10 - Estimation des emplois dans l’aval des filières bio de 2012 à 2022.....	13
Tableau 11 – Parts de marché des produits bio en grande distribution généraliste selon Nielsen (1) par familles de produits.....	14
Tableau 12 – Part de marché (*) des produits bio en grande distribution généraliste selon Nielsen : les sous familles dont le ratio dépasse 10 %.....	15
Tableau 13 - Importance des ventes au détail de produits issus des filières équitables de 2020 à 2022.....	16
Tableau 14 Importance des ventes au détail de produits biologiques issus des filières équitables en 2021.....	16
Tableau 15 Coefficients de consommation par circuit selon les régions administratives.....	18
Tableau 16 – Valeur des marchés bio par circuit selon les régions administratives (M EUR), population (millier habitants) et montant par habitant (EUR).....	19
Tableau 17 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2022.....	21
Tableau 18 - Estimation de la valeur du marché alimentaire des produits bio dans la restauration.....	22
Tableau 19 – Les ventes de produits bio par famille et par circuit.....	24
Tableau 20– Chiffre d’affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio.....	25
Tableau 21 – Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché et évolutions.....	26
Tableau 22 – Évolution de la part d’origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2015 à 2022.....	28
Tableau 23 - Bilan pour les principales régions viticoles.....	31
Tableau 24 - Estimation des ventes de vin bio en 2022 par circuit et type d’acteur en volume (1 000 hl) et valeur (million EUR HT départ chais).....	33
Tableau 25 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2022 par circuit en volume (hl) et valeur (M EUR TTC au stade de détail).....	33
Tableau 26 - Prix, volume et valeur des échanges en IGP vrac bio pour la campagne 2021/2022.....	34
Tableau 27 – Comparaison des prix vrac des vins IGP bio et conventionnels (€/hl).....	34
Tableau 28 - Evolution des transactions vrac entre 2020 et 2021 pour le Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours).....	36
Tableau 29 – Comparaison des cours bio et conventionnel pour le Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours).....	36
Tableau 30 - Evolution des transactions vrac entre 2020 et 2022 pour le Bordeaux rouge bio.....	37
Tableau 31 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2021.....	37
Tableau 32 – Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à l’ensemble de la filière vin en France.....	38
Tableau 33 – Répartition des ventes en volume sur le marché français – Nombre de bouteilles consommées pour 10 bouteilles vendues.....	39
Tableau 34 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2022.....	40
Tableau 35 – Taux de retour de l’enquête directe auprès des viticulteurs et négociants/coopératives.....	41
Tableau 36 – Représentativité de l’enquête directe auprès des viticulteurs par bassin.....	41
Tableau 37 – Collecte de céréales bio et C2 depuis 2016/2017 en tonnes.....	42
Tableau 38 – Importations et introductions des 4 céréales principales depuis 2016/2017 en tonnes.....	43
Tableau 39 – Importations de céréales directement depuis les pays tiers depuis 2018 en tonnes.....	43
Tableau 40 : Exportations et expéditions des 4 céréales principales depuis 2016/2017 en tonnes.....	44
Tableau 41 : Balance exports-imports depuis 2016/2017 en tonnes.....	44
Tableau 42 – Utilisations de céréales Bio et C2 par les FAB en années campagne.....	44
Tableau 43 – Utilisations de céréales Bio en meunerie en années campagne.....	45
Tableau 44 : Utilisation du blé tendre Bio en meunerie en années civiles.....	45

Tableau 45 – Estimation des volumes de farines utilisés dans les produits vendus en France en 2022 en tonnes	46
Tableau 46 – Collecte d’oléagineux et de protéagineux bio et C2 sur les 6 dernières campagnes en tonnes	47
Tableau 47 : Importations de graines d’oléo-protéagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes.....	48
Tableau 48 : Importations de tourteaux d’oléagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes.....	48
Tableau 49 : Importations directes d’huiles bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes	49
Tableau 50 : Consommation de légumes secs par les ménages en 2022	49
Tableau 51 : Estimation des volumes d’huile bio utilisés dans les produits agroalimentaires en tonnes en 2022	50
Tableau 52 : Utilisations d’oléo-protéagineux en alimentation animale depuis 2016/2017 en tonnes.....	51
Tableau 53 – Evolution du cheptel de vaches de laitières certifiées bio et en conversion	54
Tableau 54 - Evolution des achats des ménages en GMS 2022 selon NIELSEN IQ	54
Tableau 55 – Prix du lait bio longue conservation dans les différents types de GMS selon Nielsen IQ	57
Tableau 56 – Données sur les produits de consommation.....	57
Tableau 57 – L’abattage du bétail bio en France de 2019 à 2022	59
Tableau 58 – Circuits de distribution de la viande bio en France de 2014 à 2022	60
Tableau 59 Les abattages de volaille AB de 2010 à 2022 en tec	62
Tableau 60 Estimations des quantités d’œufs coquille par type de débouché	64
Tableau 61 Estimation des volumes de farine utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes.....	70
Tableau 62 Estimation des volumes de sucre utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes.....	70
Tableau 63 Estimation des volumes de semoule utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes.....	72
Tableau 64 Estimation des volumes de fruits utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes.....	72
Tableau 65 Estimation des volumes de légumes utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes.....	73
Tableau 66 Estimation des volumes de viandes biologiques utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes	73
Tableau 67 Estimation des volumes d’huile bio utilisés dans les produits agro-alimentaires en tonnes en 2022.....	74
Tableau 68 Estimation des volumes de beurre utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes	75
Tableau 69 Estimation des volumes d’œuf utilisés par l’industrie en France en 2022 en tonnes.....	75
Tableau 70 Estimation des volumes des principaux PAI utilisés dans l’industrie alimentaire en tonnes.....	76
Figure 1 - Répartition de la valeur des ventes aux ménages selon les circuits de distribution en 2022	2
Figure 2– Répartition des ventes par grandes familles de produits (2022).....	5
Figure 3 Répartition par produits des ventes de produits alimentaires issus du commerce équitable (bio et non bio confondus) – 2022 en %	17
Figure 4 – Les dépenses apparentes par habitant et par région administrative 2022 en EUR/habitant.....	20
Figure 5 – Évolution des ventes en GMS et part du bio en GMS selon les régions administratives.....	20
Figure 6 Indice mensuel d’activité dans la restauration (INSEE, base 100 en 2015)	22
Figure 7 - Le marché des denrées bio par grandes familles de produit (part du marché total en valeur)	23
Figure 8 - Schéma de filière : récolte 2021 et commercialisation 2022	30
Figure 9 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2022.....	32
Figure 10 - Evolution des transactions vrac de vin IGP bio en France par couleur entre la campagne 2016/2017 et la campagne 2021/2022	35
Figure 11 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2021 (base 100=2012).....	40
Figure 12 : Fabrication d’aliments pour animaux de ferme biologiques de 2010 à 2022 en tonnes.....	52
Figure 13 – Collecte mensuelle de lait bio en 2018, 2019, 2020, 2021 et 2022.	53
Figure 14 – prix mensuel moyen réel du lait bio au stade agricole en 2019, 2020, 2021 et 2022	55
Figure 15 – Prix mensuel moyen réel du lait bio et du lait conventionnel au stade agricole en 2021, 2022 et 2023	56
Figure 16 – Prix TTC du litre de lait ½ écrémé UHT en 2022 – Bouteille plastique.....	56
Figure 17 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2016 à 2022 en euros par kilogramme	61
Figure 18 Évolution de la production d’aliment composé biologique pour volailles	62
Figure 19 Evolution du prix de l’œuf bio en GMS (en EUR/œuf).....	64

Glossaire

Artisans commerçants	Boulangeries, boucheries, primeurs, cavistes. Sont également incluses dans ce circuit, les Épicerie Alternatives de proximité (EAP) qui proposent souvent une offre autour du vrac et des produits bio.
C2	Production agricole issue d'un atelier en deuxième année de conversion
CDF-NA / SNIA,	Coop de France Nutrition Animale / Syndicat National de l'Industrie de la Nutrition Animale (Il s'agit des organisations professionnelles – coopératives d'une part et autres entreprises d'autre part du secteur de la fabrication d'aliments pour animaux de ferme).
CEF	Commerce Équitable France
CVS CJO	Corrigé des variations saisonnières – Corrigé des jours ouvrables
EAP	Épicerie Alternative de Proximité
EDMP / SDMP	Enseigne à Dominante de marque propre (ex hard discount) ou Supermarché à Dominante de Marque Propre
EUR	Euros
GSA / GMS	Grandes Surfaces Alimentaires ou Grandes et Moyennes Surfaces
Hyper(marché)	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est comprise est supérieure à 2500 m ²
MSB/GSS	Magasin spécialisé bio ou Grandes surfaces spécialisées
INSEE	Institut National de la Statistique et des Études Économiques
M EUR	Million d'euros
Proxi(mité)	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est inférieure à 400 m ²
RHD	Restauration hors domicile
SSP	Service de Statistique et de Prospective (ministère de l'Agriculture)
SONITO	Société nationale interprofessionnelle de la tomate d'industrie
Super(marché)	Magasin en libre-service à dominante alimentaire dont la surface est comprise entre 400 m ² et 2500 m ²
Synalaf	Syndicat National des Labels Avicoles de France
VD	Vente directe

1. Résultats généraux

1.1. Un recul de près de 5% en valeur et 9% en volume.

La valeur des ventes au détail des produits alimentaires biologiques a reculé de 4,6% en 2022 en comparaison de 2021. La hausse moyenne des prix de ces produits a été de 4%. Le recul en volume est ainsi de l'ordre de 8,6 %. Il s'agit d'évolutions inédites. Leur ampleur provoque des difficultés pour les exploitations agricoles et les entreprises de transformation et de distribution, notamment les acteurs spécialistes des produits certifiés biologiques.

Tableau 1 - Résultats généraux

Millions d'euros	Chiffres d'affaires TTC			Croissance			Parts de marché		
	2020	2021	2022	20/19	21/20	22/21	2020	2021	2022
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) Y compris E-commerce	6 936	6 668	6 358	12%	-3,9%	-4,7%	54,1%	52,7%	52,7%
Total Circuit Spécialisé Bio	3 618	3 552	3 247	13%	-1,8%	-8,6%	28,2%	28,1%	26,9%
<i>Dont réseaux bio spécialisé y compris E-commerce</i>	3 161	3 110	2 849	16%	-1,6%	-8,4%	24,6%	24,6%	23,6%
<i>Dont Distribution Spécialisée bio indépendante</i>	457	442	398	-3%	-3,4%	-10,0%	3,6%	3,5%	3,3%
Artisans-Commerçants	906	959	934	16%	5,8%	-2,6%	7,1%	7,6%	7,7%
Vente Directe	1 371	1 480	1 538	12%	7,9%	3,9%	10,7%	11,7%	12,6%
TOTAL	12 831	12 659	12 076	13%	-1,3%	-4,6%	100%	100%	100,0%

Élaboration AND international pour l'Agence BIO

Quelle est l'évolution de la part de marché de l'alimentation biologique ?

Le marché alimentaire français a connu, dans sa globalité, un recul en volume, mais une progression en valeur, en raison de la plus forte hausse des prix alimentaires constatée depuis le début du XXI^e siècle. Concrètement, la valeur de la consommation (corrigé des variations saisonnières – corrigé des jours ouvrables CVS-CJO), mesurée aux prix de l'année précédente a reculé de 4,5% (186 690 millions d'euros selon les données INSEE de mars 2023) et l'inflation moyenne annuelle des produits alimentaires et des boissons alcoolisées a été de 7,2% en 2022¹. La progression de la valeur des ventes de l'ensemble des produits alimentaires est ainsi de 2,4%, à comparer à -4,6% pour l'alimentation biologique. **La part de l'alimentation biologique passe ainsi de 6,5% en 2021 à 6,0% en 2022.**

Les tendances principales sont donc les suivantes :

- L'évolution de la valeur du marché BIO en 2022, inflation comprise, est de -4,6%, soit un recul **de 582 millions d'euros**.
- Le circuit le plus pénalisé est celui des MSB (magasins spécialisés bio) avec un recul de **8,6 %**, soit **305 millions d'euros**.
- Le circuit des GMS connaît un recul de 4,7 %, soit 310 millions d'euros.
- Les artisans commerçants ne reculent que de 2,6%, soit 25 millions d'euros.
- La vente directe des exploitants agricoles a connu un développement de 3,9 %, soit 58 millions EUR.
- **Les ventes via le E-commerce ont reculé en 2022.** Selon NielsenIQ les ventes de produits bio à poids fixe ont reculé de 9,5% et les ventes de E-commerce bio, selon notre enquête, ont reculé de 1%. Nous estimons ainsi l'ensemble du E-commerce bio à **901 millions d'euros en 2022 contre 1 milliard** en 2021. (NB : ces données sont comprises dans les rubriques « GSA » et « réseaux bio et E-commerce »).

¹ Il faut distinguer deux concepts : l'inflation moyenne annuelle (calculée sur l'ensemble de l'année) et le glissement annuel qui compare un même mois d'une année sur l'autre. A fin décembre 2022, l'inflation moyenne annuelle des prix alimentaires est de 7,2%, le glissement annuel est de 12,1%. Ce dernier a atteint 14,3% en avril 2023.

1.2. La dynamique des circuits et des produits en 2022 : le circuit spécialisé bio en difficulté, recul en GMS, la vente directe résiste.

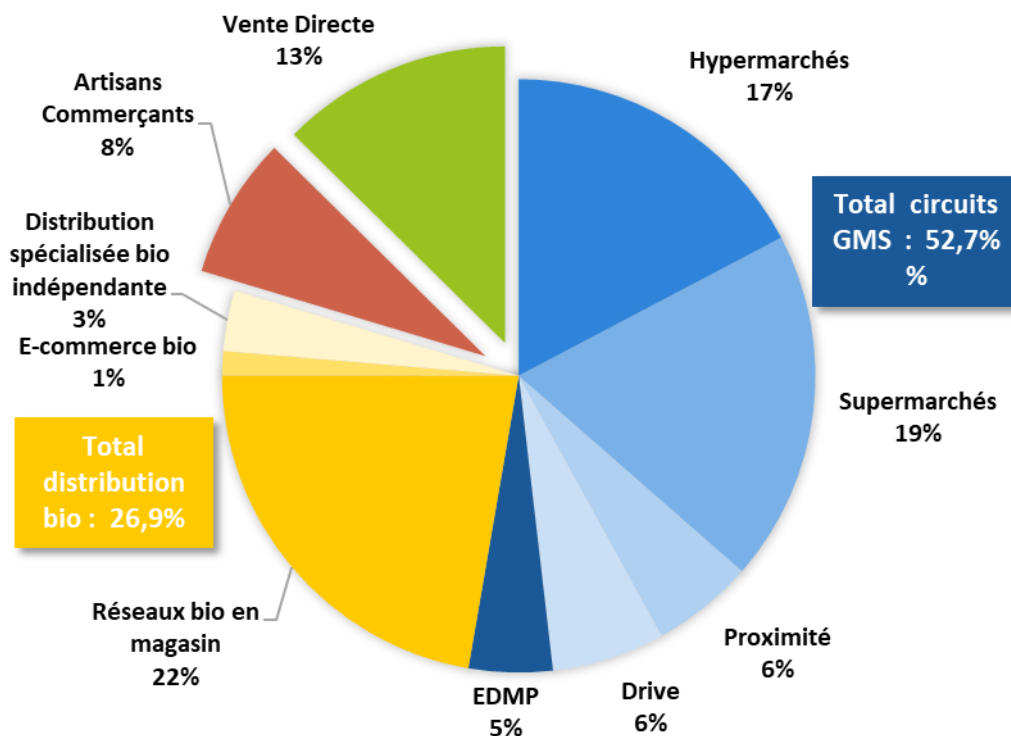
1.2.1. Le recul principal vient du circuit spécialisé.

L'année 2022 restera marquée par un net recul de la consommation alimentaire des ménages à domicile. Les données de l'INSEE mesurant cette grandeur **aux prix de l'année précédente** accusent une baisse de 4,5 %. Compte tenu d'une inflation moyenne des prix des produits alimentaires de 6,8% (Source : INSEE), la valeur nominale des ventes a légèrement cru. Il n'en va pas ainsi pour les ventes de produits alimentaires biologiques, dont la valeur nominale a reculé de 4,7% (cf. tableau 1).

Le recul a touché presque tous les circuits sauf les EDMP (Enseigne à dominante de marques propres), c'est-à-dire les enseignes allemandes qui dominent ce type de circuit, et la vente directe, dont le dynamisme vient à la fois d'un plus grand chiffre d'affaires des vendeurs déjà établis en 2021 et aussi de l'augmentation du nombre d'exploitants, nouvellement convertis ou non, qui pratiquent la vente directe aux consommateurs.

Mais le recul le plus important vient des réseaux de magasins spécialisés, victimes d'un retournement de tendance au moment même où d'importants investissements ne sont qu'au début de leur cycle d'amortissement. En 2021, le « circuit bio » avait mieux résisté que la moyenne du marché en raison des ouvertures de magasins, programmées au moment de l'accélération de la demande. En 2022, le recul du circuit bio a été accéléré par les fermetures de magasins et les disparitions d'enseignes. Les ouvertures avaient amené un suréquipement dans certaines zones de chalandises (centres des grandes villes), les fermetures vont en 2023 donner un peu d'air aux magasins qui ont tenu, sans garantir leur survie pour autant.

Figure 1 - Répartition de la valeur des ventes aux ménages selon les circuits de distribution en 2022



Élaboration AND international pour l'Agence BIO

La distribution généraliste, moins exposée aux conséquences de ce retournement de tendance n'abandonne pas le segment bio, mais par une réduction de nombre de références, resserrement des linéaires consacrés au bio, elle s'est adaptée à la nouvelle situation. Toutefois, les EDMP, dont le poids

du CA alimentaire bio est moindre que dans le hyper ou supermarchés, ont réalisé une forte croissance, liée à leur succès général et à l'élargissement de leur gamme biologique.

En effet, à l'heure de la crise inflationniste et de la réduction du pouvoir d'achat des catégories sociales modestes et moyennes, le segment des produits bio, qui fut naguère un générateur de trafic pour les hyper et supermarchés, prend les allures d'un repoussoir quand le mot d'ordre des ménages est aux économies et que le nombre de concitoyens qui peinent à se nourrir augmente de manière significative.

Tableau 2 – Évolution du poids des formats dans le marché des aliments bio à poids fixe de la distribution généraliste

	2021	2022	Évolution
Hypermarchés	33,2%	33,0%	-0,2%
Supermarchés	36,7%	36,7%	0,1%
Proximité	10,3%	10,6%	0,3%
Drive	12,3%	11,5%	-0,8%
SDMP	7,5%	8,2%	0,7%
Total	100,0%	100,0%	

AND international d'après NielsenIQ / Agence BIO

1.2.2. Le recul des ventes de produits frais peu transformés, notamment d'origine animale provoque des difficultés pour l'amont des filières.

L'équilibre économique des exploitations, des entreprises de collecte et de première transformation est ainsi presque totalement lié au marché. Cette approche d'un développement du secteur porté principalement par le marché a fonctionné depuis le milieu des années 2000, en raison, d'une part du développement continu de la demande, et d'autre part, d'un volume d'offre inférieur à la demande.

En 2022, la demande s'est tassée au moment où l'offre, développée par des investissements importants depuis 5 ans était parvenue à un niveau élevé. Ceci a entraîné de graves conséquences pour les producteurs et leurs partenaires de mise en marché. En effet, ceux-ci sont dans l'obligation de « déclasser » une partie leurs produits (i.e. Les vendre en tant que produits conventionnels). Les taux de déclassement ont ainsi atteint 40 % à certaines périodes de l'année, pour de nombreux produits (lait, œufs, porc...). La pérennité de certaines entreprises est mise en question (avec, déjà, des cas de liquidation ou de redressement judiciaire), il en va de même pour des centaines d'exploitations agricoles qui abandonnent la certification bio.

1.2.3. Le recul touche particulièrement les viandes biologiques

Familles de produits dont la valeur du marché est encore en croissance : vin, œufs, autres boissons alcoolisées.

Le vin : + 2,1 %. La dynamique du secteur viti-vinicole biologique français est liée d'une part à la croissance des surfaces et, d'autre part, à la dynamique des circuits alternatifs : cavistes et vente directe. Cependant, la hausse du prix de vente moyen au détail est estimée à 3,2% : la progression en valeur correspond à un recul en volume. Du fait du gel, la vendange 2021 avait été peu abondante, si bien que l'équilibre offre/ demande n'a pas été rompu. En 2023, il sera moins aisé d'écouler la vendange 2022, dont les rendements ont fortement progressé.

Les œufs : + 0,6 %. Le secteur des œufs bio est pénalisé par les difficultés liées à l'application du règlement de 2018, impliquant une alimentation 100% bio et renchérissant considérablement les coûts de production, déjà opérés par la hausse des prix de l'énergie et des fourrages. C'est pourquoi la progression de 0,6 % en valeur, correspond en fait à un recul de 7,4 % en volume, en raison d'une

progression de 8 % du prix moyen. La crainte des professionnels est que, lorsque l'offre « non-bio » sera revenue à son niveau normal (qui n'a pas été atteint en raison de l'épizootie d'influenza aviaire dans l'ouest du pays), le recul des achats d'œufs bio soit très significatif.

Les autres boissons alcoolisées : + 0,1 %. Ce secteur composite a connu un recul des ventes en ce qui concerne le cidre et les spiritueux, compensé par le dynamisme de l'offre de bière artisanale bio, qui repose sur les créations d'entreprises et la commercialisation en direct de ces établissements **locaux**, qui recueillent l'adhésion des consommateurs.

Familles de produits dont l'évolution de la valeur des ventes est comprise entre 0 % et -4,7 %.

Jus de fruits et légumes et BRSA : -2,5 %. Avec un effet prix de 2,1%, la progression en volume est ici de 0,4 %. Cette hausse mesurée est liée à un faible recul dans le circuit GMS et au développement de la vente directe.

Épicerie sucrée : -2,8 %. Ce secteur composite inclue des familles de produits dont le marché s'est développé, l'alimentation infantile, les boissons chaudes, les produits diététiques. Il y a eu un faible recul des ventes de produits pour le petit déjeuner, lié à la progression des ventes de pâtes à tartiner et de céréales pour déjeuner. En revanche, des gammes importantes comme la biscuiterie et le chocolat-confiserie sont en net recul.

Lait : - 3,5 %. Le recul modéré en valeur des ventes de lait (essentiellement ½ écrémé UHT) est lié à une hausse du prix de 7%. Il y a donc eu recul en volume de l'ordre de 10,5 %, contre une baisse de seulement 2,5% pour le lait non-bio.

Épicerie salée : - 4,1 %. Contrairement à l'épicerie sucrée, tous les segments de l'épicerie salée sont en recul, à l'exception des ventes d'aliments pour animaux. Les secteurs les plus impactés sont les plats cuisinés et les soupes, les moins impactés sont les sauces et les conserves.

Familles de produits dont l'évolution de la valeur des ventes est comprise entre - 4,7% % et - 9 %.

Légumes frais : - 5,0 %. L'effet prix moyen des légumes frais est assez faible (0,4%), si bien que le recul en valeur est proche de l'évolution du volume, qui est donc en baisse. Les évolutions sont très variables selon les espèces : progression des poivrons, tomates, concombres ; régression importante des pommes de terre, des carottes, des betteraves et des choux (y compris chou-fleur).

Produits laitiers : - 5,2 %. En circuit long, le recul des ventes touche toutes les gammes de produits, sauf le fromage fondu. Les ventes directes sont estimées en hausse (fromages, beurre, crème). Compte tenu d'une hausse moyenne des prix de près de 4 %, le recul en volume est de l'ordre de 10%. La progression modérée de la collecte (en raison des effets de la sécheresse sur les rendements des prairies et donc des vaches laitières) a limité le déclassement, pourtant important.

Surgelés : - 5,4 %. La baisse des ventes concerne toutes les catégories de produits, mais elle est plus marquée dans le circuit des GMS non spécialisées dans le grand froid, pour les produits sucrés. Le recul est également important dans le secteur des légumes.

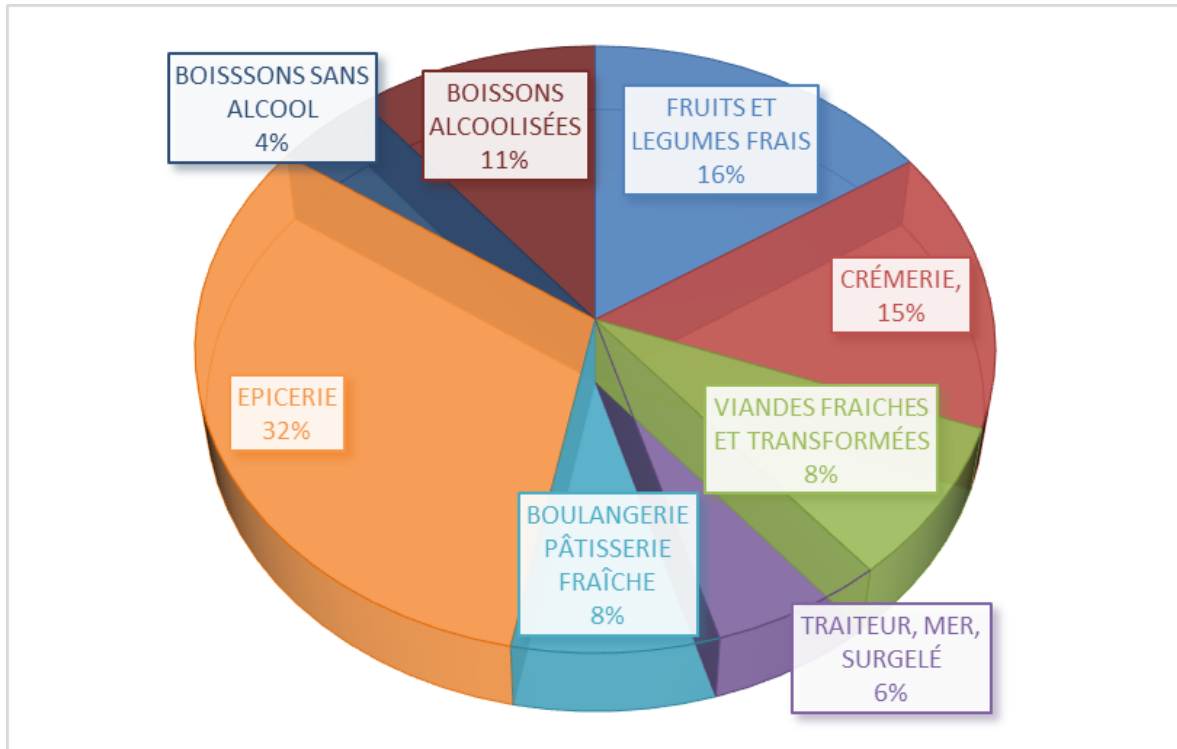
Boissons Végétales : - 5,6%. Les boissons végétales constituent une gamme emblématique de l'alimentation biologique. Le marché bio est beaucoup plus important que le marché non-bio. En 2022, en GMS, le recul du rayon bio correspond à 50% de la progression du conventionnel. Pour référence, l'écart de prix moyen est nul.

Fruits : -7,5%. Le recul des exotiques (banane, mangue, agrumes) est plus important que celui des fruits tempérés (pomme, pêche nectarines, kiwi). Néanmoins, il y a des exceptions avec une

progression notable de la valeur des ventes d'avocats (peut-être lié à une mauvaise image environnementale de l'avocat non-bio). On note une forte progression du marché fraises bio, encore confidentiel, toutefois. Mauvaise année pour les abricots.

Traiteur : - 8,8%. Les ventes ont généralement reculé, mais la baisse a davantage concerné les produits de restauration rapide (sandwiches et pizzas) que les produits à cuisiner (exemple : pâtes ménagères).

Figure 2– Répartition des ventes par grandes familles de produits (2022)



Élaboration AND international pour l'Agence BIO

Familles de produits dont l'évolution de la valeur des ventes est inférieure à - 9 %.

Produits de la mer frais et transformés -10,6%, Viande bovine -10,0%, Viande agneau : -20%, Volaille -14%, Viande porcine -15% et Charcuterie salaison : -15%. Les viandes fraîches ont connu des hausses de prix de 8 % à 10%, si bien que l'ordre de grandeur du recul des volumes est de l'ordre de 20%. La filière porc est en grande difficulté. Pour les produits de la mer, le recul concerne aussi bien les poissons fumés que les crevettes. Le secteur des « produits carnés » au sens large est le plus impacté.

Tableau 3 - Valeur des ventes par famille de produits

Stade de détail M EUR	2020	2021	2022	PDM 2022	Crois. 22/21
Fruits	1 056	1 001	926,1	8%	-7%
Légumes	1 039	1 014	963,5	8%	-5%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	2 095	2 015	1 890	15,6%	-6,2%
Lait	431	407	393	3%	-4%
Produits laitiers	902	853	809	7%	-5%
Œufs	630	607	611	5%	1%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 963	1 867	1 812	15%	-3%
Viande bovine	446	431	387	3%	-10%
Viande porcine	159	154	131	1%	-15%
Viande agneau	79	80	64	1%	-20%
Volaille	308	313	268	2%	-14%
Charcuterie salaison	189	176	149	1%	-15%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	1 181	1 153	1 000	8%	-13%
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFORMÉES	3 143	3 020	2 812	23,3%	-6,9%
Mer-Saurisserie-Fumaison	223	230	205	2%	-11%
Traiteur	367	368	335	3%	-9%
Surgelés	253	251	237	2%	-5%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	843	848	778	6,4%	-8,3%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	960	970	921	7,6%	-5,1%
Épicerie Sucrée	2 104	2 084	2 026	17%	-2,76%
Épicerie Salée	1 946	1 873	1 795	15%	-4,13%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	4 050	3 956	3 821	32%	-3,4%
Boissons Végétales	184	180	170	1%	-6%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	377	372	362	3%	-2%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	562	552	533	4%	-3%
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 612	4 508	4 354	36,1%	-3,4%
Vins tranquilles et autres	1 103	1 207	1 233	10%	2%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	75	89	89	0,7%	0%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 178	1 296	1 322	10,9%	2%
TOTAL GENERAL	12 831	12 659	12 076	100%	-4,6%

1.2.4. *Couples produits/circuits : la vente directe et le EDMP conservent une croissance.*

Tableau 4 – Valeur des ventes par produits ventilée par circuits

2022 Stade de détail en millions d'euros	TOTAL 2021	TOTAL 2022	GMS 2022	BIO 2022	Artisans 2022	VD 2022
Fruits	1 001	926	355	399	11	161
Légumes	1 014	964	270	371	9	314
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	2 015	1 890	625	770	20	474
Lait	407	393	316	57	-	21
Produits laitiers	853	809	482	191	3	132
Œufs	607	611	393	177	4	36
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 867	1 812	1 191	425	7	189
Viande bovine	431	387	241	45	49	53
Viande porcine	154	131	73	22	14	22
Viande agneau	80	64	19	13	19	13
Volaille	313	268	140	61	4	62
Charcuterie salaison	176	149	102	42	2	3
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	1 153	1 000	574	184	89	153
TOTAL B - CRÈMERIE, VIANDES FRAICHES ET TRANSFO.	3 020	2 812	1 765	610	96	341
Mer-Saurisserie-Fumaison	230	205	164	18	20	2
Traiteur	368	335	183	149	2	1
Surgelés	251	237	211	17	8	-
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	848	778	559	185	31	3
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	970	921	273	295	296	58
Épicerie Sucrée	2 084	2 026	1 310	599	92	26
Épicerie Salée	1 873	1 795	1 180	518	90	7
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 956	3 821	2 489	1 117	182	33
Boissons Végétales	180	170	82	86	-	2
Jus de fruits & de légumes, BRSA	372	362	279	68	-	16
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	552	533	361	154	-	18
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 508	4 354	2 850	1 271	182	51
Vins tranquilles et autres	1 233	1 233	228	110	307	589
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	89	89	58	8	2	21
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 296	1 322	286	117	309	610
TOTAL GENERAL	12 659	12 076	6 358	3 247	934	1 538

Tableau 5 - Les taux de croissance des produits ventilés par circuits

Taux de croissance 2022 / 2021	Cr. GMS 2022	Cr BIO 2022	Cr Artisans 2022	Cr VD 2022	TOTAL
Fruits	-7,2%	-11,5%	-11,0%	3,7%	-7,5%
Légumes	-7,4%	-10,5%	-11,0%	5,2%	-5,0%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	-7,3%	-11,0%	-11,0%	4,7%	-6,2%
Lait	-3,1%	-4,0%	0,0%	-8,0%	-3,5%
Produits laitiers	-6,8%	-7,0%	-10,0%	4,5%	-5,2%
Œufs	1,5%	-3,0%	-5,0%	10,0%	0,6%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	-3,2%	-5,0%	-7,3%	3,9%	-3,0%
Viande bovine	-10,0%	-15,5%	-20,0%	8,5%	-10,0%
Viande porcine	-17,0%	-20,0%	-20,0%	4,0%	-15,0%
Viande agneau	-16,0%	-28,0%	-20,0%	-15,0%	-19,8%
Volaille	-15,0%	-20,0%	-20,0%	-6,0%	-14,4%
Charcuterie salaison	-15,0%	-15,5%	-20,0%	-5,0%	-15,1%
SOUS TOTAL B2 Viandes	-13,3%	-18,6%	-20,0%	-0,9%	-13,3%
TOTAL B - CRÉMERIE, VIANDES	-6,7%	-9,5%	-19,2%	1,7%	-6,9%
Mer-Saurisserie-Fumaison	-10,0%	-12,0%	-15,0%	-2,0%	-10,6%
Traiteur	-9,0%	-9,0%	-10,0%	58,0%	-8,8%
Surgelés	-5,0%	-8,5%	-10,0%	0,0%	-5,4%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	-7,8%	-9,3%	1,0%	24,9%	-8,3%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	-2,0%	-3,0%	-10,0%	-3,3%	-5,1%
Épicerie Sucrée	-1,0%	-8,0%	10,0%	-2,0%	-2,8%
Épicerie Salée	-3,5%	-7,5%	8,0%	13,0%	-4,1%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	-2,2%	-7,8%	9,0%	1,0%	-3,4%
Boissons Végétales	-2,5%	-8,5%	0,0%	0,0%	-5,6%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	-1,5%	-8,5%	0,0%	10,0%	-2,5%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	-1,7%	-8,5%	0,0%	8,6%	-3,5%
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	-2,1%	-7,9%	9,0%	3,6%	-3,4%
Vins tranquilles et autres	-7,0%	-7,0%	8,0%	5,0%	2,1%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	-2,3%	-7,0%	5,0%	10,0%	0,1%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	-6,1%	-7,0%	8,0%	5,0%	0,7%
TOTAL GENERAL	-4,7%	-8,6%	-2,6%	3,9%	-4,6%

AND international pour Agence BIO

En dépit du recul des ventes, la structure des gammes de chaque circuit reste identique.

Les produits frais (origine France pour leur grande majorité) ont fait les frais de la désaffection relative des consommateurs pour les produits bio. Pour caricaturer : les ventes de yaourts et de carottes ont fortement chuté, celles de « pet-food » et de « baby-food » ont continué à croître.

Le recul du circuit spécialisé a des aspects structurels : quand un magasin ferme, quand une enseigne disparaît, cela impacte toutes les gammes de produit. Toutefois, la crèmerie a mieux résisté que les autres gammes. Cela peut être dû à l'originalité des gammes proposées dans ce rayon, avec les prix de ventes différenciés, mais accessibles. En revanche, le recul important du rayon fruits et légumes peut sembler surprenant. En effet, les prix de détail de ce rayon sont souvent moins élevés que ceux des produits bio en distribution généralistes, voire moins élevés que ceux des produits conventionnels. Ce cas illustre la problématique d'image portée par ce circuit.

Les cavistes ont continué de bénéficier de la dynamique de l'offre (vin et bière) alors que les bouchers, boulangers et primeurs sont davantage impactés par le recul de la demande et ont été près de 25% à « arrêter le bio ».

- La vente directe est dynamique, l'estimation est réalisée à périmètre constant.

Tableau 6 - Le profil de gamme des circuits en 2022 et premiers produits (en vert)

	GMS	Distri. bio	Artisans commerçants	Vente Directe
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	10%	24%	2%	31%
TOTAL B - CRÉMERIE, PRODUITS CARNES	28%	19%	10%	22%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	9%	6%	3%	0%
TOTAL D – BOULANGERIE, PÂTISSERIE FRAÎCHE	4%	9%	32%	4%
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	45%	39%	19%	3%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	4%	4%	33%	40%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Source: Agence BIO - AND-International 2022

Tableau 7 - Les circuits de distribution des gammes en 2022 et premiers circuits (en vert)

	GMS	Distri. bio	Artisans commerçants	Vente Directe	TOTAL
TOTAL A - FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	33%	41%	1%	25%	100%
TOTAL B - CRÉMERIE, PRODUITS CARNES	63%	22%	3%	12%	100%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	72%	24%	4%	0%	100%
TOTAL D – BOULANGERIE, PÂTISSERIE FRAÎCHE	30%	32%	32%	6%	100%
TOTAL E - ÉPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	65%	29%	4%	1%	100%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	22%	9%	23%	46%	100%

Source: Agence BIO - AND-International 2022

Le tableau 6 montre que :

- Les gammes bio des GMS reposent sur les produits frais (crèmerie, boucherie, mer et traiteur) et l'épicerie. Le recul des ventes de 2022 a favorisé l'épicerie, qui représente désormais 45% des ventes bio des GMS.
- Les gammes du circuit bio privilégient les fruits et légumes et l'épicerie. Le recul des ventes de 2022 n'a pas modifié les équilibres entre les rayons.
- Les boulangers et cavistes sont les plus impliqués du secteur de l'artisanat commercial alimentaire. En 2022, les épiceries « alternatives et vrac » (EAP), qui commercialisent une grande part de bio sans être exclusives, ont retrouvé une croissance, perdue en 2021, après une période de boom. Les cavistes restent dynamiques, tandis que les boulangers, les primeurs et les bouchers se sont partiellement détournés des produits bio.

La vente directe reste l'affaire des maraîchers, arboriculteurs et, plus que jamais, des viticulteurs : l'équilibre entre produits n'a pas changé depuis 2021.

Le tableau 7 montre que :

- Malgré le recul des ventes, la distribution généraliste domine encore le marché pour trois groupes de produits : épicerie, produits animaux, traiteurs/surgelés/mer ;
- Le circuit bio se distingue toujours sur les fruits et légumes, avec l'avantage de ne pas être contraint à l'emballage des lots, mais il est dommage que ce secteur ait connu un recul important.
- La boulangerie est le secteur où l'artisanat est en pointe, avec les cavistes. Une enquête qualitative réalisée au début de 2023 montre toutefois que certains boulangers ont abandonné la gamme bio.
- Les achats de vin sont très importants en vente directe. Pour les fruits et légumes, la vente directe est importante, elle demeure dynamique, réalisant l'équation recherchée par les consommateurs : local et bio.

1.3. Une hausse des prix mesurée mais variable selon les familles de produits.

Tableau 8 - Évolution des prix au détail et croissance déflatée

Stade de détail en millions d'euros	TOTAL 2021	TOTAL 2022	Croissance 2022	Effet prix	Croissance déflatée
Fruits	1 001	926	-7%	1,8%	-9%
Légumes	1 014	964	-5%	0,4%	-5%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	2 015	1 890	-6%	1,1%	-7%
Lait	407	393	-4%	7,0%	-11%
Produits laitiers	853	809	-5%	3,9%	-9%
Œufs	607	611	1%	8,0%	-7%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 867	1 812	-3%	5,9%	-9%
Viande bovine	431	387	-10%	9,5%	-20%
Viande porcine	154	131	-15%	7,0%	-22%
Viande agneau	80	64	-20%	10,0%	-30%
Volaille	313	268	-14%	8%	-22%
Charcuterie salaison	176	149	-15%	-1,0%	-14%
SOUS TOTAL B2 Viandes fraîches et transformées	1 153	1 000	-13%	7,2%	-21%
TOTAL B - CRÉMERIE, PRODUITS CARNES	3 020	2 812	-7%	6,4%	-13%
Mer-Saurisserie-Fumaison	230	205	-11%	2,0%	-13%
Traiteur	368	335	-9%	4,9%	-14%
Surgelés	251	237	-5%	4,5%	-10%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	848	778	-8%	4,0%	-12%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	970	921	-5%	5,0%	-10%
Épicerie Sucrée	2 084	2 026	-3%	3,9%	-7%
Épicerie Salée	1 873	1 795	-4%	4,1%	-8%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 956	3 821	-3%	4,0%	-7%
Boissons Végétales	180	170	-6%	2,0%	-8%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	372	362	-2%	2,1%	-5%
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	552	533	-3%	2,1%	-6%
TOTAL E - EPICERIE ET BOISSONS SANS ALCOOL	4 508	4 354	-3%	3,8%	-7%
Vins tranquilles et autres	1 207	1 233	2%	3,2%	-1%
Cidres, Bières et autres boissons alcoolisées	89	89	0%	2,0%	-2%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 296	1 322	2%	3,1%	-1%
TOTAL GENERAL	12 659	12 076	-4,6%	4,0%	-8,6%

AND international pour Agence BIO

L'inflation dans le secteur alimentaire biologique ressort à + 4,0 %, soit moins que dans le secteur alimentaire non biologique (7,2 % en moyenne en 2022, selon l'INSEE).

- Ceci s'explique par le fait que les prix directeurs² des matières premières bio (lait, blé) n'ont pas subi la hausse des commodités conventionnelles (céréales notamment), ceci s'explique aussi par la saturation du marché intérieur français : l'excédent d'offre a conduit à un plafonnement des prix, en dépit de la hausse des coûts (énergie et transport, sécheresse).
- Cette modération tarifaire n'a pas favorisé les ventes de produits bio pour autant : une partie des consommateurs, en recherche d'économies, en raison des tensions sur le revenu disponible après leurs dépenses obligatoires, ont préféré se détourner de produits « réputés chers » et reporter leur choix vers des aliments conventionnels.
- Au sein des gammes bio, les productions animales sont celles dont les prix ont le plus progressé. La charcuterie, est le seul groupe de produits affichant une baisse de prix en 2022, reflétant la crise singulière qui touche la filière.
- Cette analyse nous permet d'évaluer une baisse des volumes vendus de l'ordre de 8,6%, tous produits confondus

² Prix directeur : prix qui influence les autres prix (ceux des produits substituables ou similaires).

1.4. Les échanges extérieurs

Tableau 9 - Échanges Extérieurs

	2022 Stade de détail	Valeur au prix de gros	Taux d'appro. Hors France 2019	Dont UE	Dont Non UE	Vente hors France (% du CA France)	Import UE	Import Pays tiers	Export UE	Export 1/3	Total import	Total export	Evol import	Evol export
	M EUR	M EUR	%	%	%	%	M EUR	M EUR	M EUR	M€	M EUR	M EUR	%	%
Fruits	926	617	60,6%	25,9%	34,6%	14,0%	160	214	58	28	374	86	-9%	4%
Légumes	964	642	17,8%	14,9%	2,8%	6,2%	96	18	38	2	114	40	-10%	8%
TOTAL A - FRUITS ET LEGUMES FRAIS	1 890	1 260	38,8%	20,3%	18,4%	10,0%	256	232	96	30	488	126	-9%	5%
Lait	393	262	0,8%	0,8%	0,0%	12,6%	2	0	33	0	2	33	-33%	22%
Produits laitiers	809	539	1,5%	1,1%	0,4%	7,0%	6	2	28	10	8	38	-27%	-12%
Œufs et ovoproduits	611	407	0,5%	0,5%	0,0%	0,5%	2		2		2	2	-33%	-33%
SOUS TOTAL B1 Crèmerie	1 812	1 208	1,0%	0,8%	0,2%	6,0%	10	2	63	10	12	73	-29%	0%
Viande bovine	387	258	0,4%	0,4%	0,0%	0,4%	1		1		1	1	0%	100%
Viande porcine	131	87	3,4%	3,4%	0,0%	22,9%	3		20		3	20	0%	33%
Viande agneau	64	43	4,7%	2,3%	2,3%	2,3%	1	1	0	1	2	1	100%	ns
Volaille fraîche et élaborée	268	178	0,6%	0,6%	0,0%	3,6%	1	0	6	1	1	7	0%	-64%
Charcuterie salaison	149	100	25,1%	25,1%	0,0%	5,0%	25		5		25	5	-19%	11%
SOUS TOTAL B2 Viandes	1 000	666	4,8%	4,7%	0,2%	5,0%	31	1	32	2	32	34	-14%	-12%
TOTAL B - CRÉMERIE et VIANDE	2 812	1 875	2,3%	2,2%	0,2%	5,7%	41	3	95	12	44	107	-19%	-4%
Mer-Saurisserie-Fumaison	205	137	89,8%	33,3%	56,6%	5,1%	46	77	6	1	123	7	-9%	0%
Traiteur	335	224	13,4%	13,4%	0,0%	3,6%	30	0	7	1	30	8	-30%	45%
Surgelés	237	158	55,6%	39,0%	16,6%	1,3%	62	26	2	0	88	2	-9%	0%
TOTAL C - TRAITEUR, MER, SURGELÉ	778	518	46,4%	26,5%	20,0%	3,3%	137	104	15	2	241	17	-12%	17%
TOTAL D - BOULANGERIE PÂTISSERIE FRAÎCHE	921	614	5,9%	5,9%	0,0%	0,8%	36	0	5	0	36	5	-10%	0%
Épicerie Sucrée	2 026	1 351	56,0%	18,0%	38,0%	7,6%	243	513	82	21	756	102	-7%	-13%
Épicerie Salée	1 795	1 197	55,0%	31,0%	24,0%	9,8%	371	287	93	24	658	117	-11%	10%
SOUS TOTAL E1 Épicerie	3 821	2 548	55,5%	24,1%	31,4%	8,6%	614	800	175	45	1 414	219	-9%	-2%
Boissons Végétales	170	114	22,5%	14,5%	7,9%	5,3%	17	9	6	0	26	6	-9%	1%
Jus de fruits & de légumes, BRSA	362	242	69,5%	19,9%	49,7%	0,0%	48	120	0	0	168	0	-12%	ns
SOUS TOTAL E2 Boissons sans alcool	533	355	54,5%	18,2%	36,3%	1,7%	65	129	6	0	194	6	-11%	1%
TOTAL E - EPICERIE, BOISSONS ALCOOL	4 354	2 903	55,4%	23,4%	32,0%	7,8%	679	929	181	45	1 608	225	-9%	-2%
Vins tranquilles et autres	1 233	822	0,6%	0,6%	0,0%	68,7%	5	0	226	339	5	565	102%	2%
Cidres, Bières, boissons alcoolisées	89	59	15,2%	13,5%	1,7%	8,5%	8	1	3	2	9	5	13%	-67%
TOTAL F - BOISSONS ALCOOLISÉES	1 322	881	1,6%	1,5%	0,1%	64,7%	13	1	229	341	14	570	35%	1%
TOTAL GENERAL	12 076	8 051	30,2%	14,4%	15,8%	13,0%	1 162	1 269	621	429	2 431	1 050	-10%	0,2%

Élaboration AND international pour Agence BIO

1.4.1. Données générales : repli des importations

Le taux d'approvisionnement hors de France est de 28,9% contre 31,9 % en 2021, 33,5 % en 2020 et 33,1 % en 2019. En valeur absolue, les produits importés représentent un montant **2,40 milliards d'euros en 2022 contre 2,66 milliards d'euros en 2021**, et 2,83 milliards d'euros en 2020. Si nous excluons les produits « exotiques » (cf. ci-après) le taux d'importation se réduit à 17,2% en 2022.

Le recul des achats extérieurs, engagé en 2021 se poursuit donc en 2022. Les mêmes causes produisent les mêmes effets : progression de la production nationale mais aussi recul de la consommation.

Les ventes extérieures sont de 1,050 milliard d'euros contre 1,047 en 2021 et 0,887 en 2020.

L'export repose toujours sur le vin (54 % des exports), les fruits et les produits animaux.

1.4.2. Données par secteur.

Fruits et légumes. La valeur des importations/introductions de fruits et légumes bio a chuté de 9% entre 2021 et 2022. Ceci s'explique notamment par le recul des achats de bananes, principal poste d'importation de ce secteur, la réduction à néant des achats de pomme de terre, des volumes d'agrumes et de nombreuses autres espèces (carottes, tomates, ...) mais aussi la quasi-disparition des introductions de pommes. Les professionnels de ce secteur annoncent d'ailleurs un potentiel de production national bientôt égal à deux fois la consommation. A l'inverse on note la progression des achats d'avocats, betteraves, poivrons, pêches, poires). La valeur des exportations/ expéditions de fruits et légumes biologiques est en très légère progression, les principaux flux sont les pommes et les noix.

Viandes Le marasme du marché hexagonal n'a pas stimulé les ventes de viande de boucherie. En ce qui concerne la volaille, le manque de production dû à la grippe aviaire a ralenti le flux externe. Le ralentissement du marché de la charcuterie n'a pas stimulé les introductions.

Produits de la mer. On note un recul des achats de saumon et de crevettes.

Le bilan céréalier est très positif. Les données de FranceAgriMer portant sur la campagne 2022-2023 établies au 1^{er} janvier 2023 montrent que les importations de blé tendre ont diminué de 73% par rapport à la campagne précédente et ne sont que de 9 500 tonnes, soit 3% de la collecte, dans le même temps les exportations sont de 65 000 t, en hausse de 53%. Une situation comparable est constatée pour l'orge, le triticale et le maïs.

Dans le domaine des **produits élaborés** (épicerie, boisson), le tassement de la demande et le développement des approvisionnements nationaux (céréales) entraîne un recul estimé de 9% de la valeur des importations. Les importations nécessaires aux boissons sans alcool sont stables. Le développement de la fabrication de bière entraîne une croissance des achats de houblon, mais la filière française se structure et compte combler ce déficit.

1.4.1. Origines et destinations

L'UE représente 47% de la valeur estimée des importations et les pays tiers, 53%. On distingue 3 types d'origines.

1) **les produits exotiques** (fruits, café, thé, cacao et dérivés, crevettes) dont la valeur en 2022 serait de **1,052 Mrd EUR**, soit 7% de moins qu'en 2021 ;

2) **les produits méditerranées** (légumes, agrumes, tomate d'industrie, blé dur et dérivés) pour une valeur de **739 M €EUR** soit 1% de moins qu'en 2021 ;

3) **les produits substituables** qui peuvent être faits en France, soit **569 M EUR**, en baisse de 22% (grâce aux progrès des récoltes de pommes, de pomme de terre et de céréales). Enfin les importations de sucre sont estimées à 83 M EUR en baisse de 10% par rapport à 2021.

2. Analyses transversales

2.1. Les emplois dans l'aval des filières bio : premier recul essentiellement dû au commerce de détail spécialisé.

Tableau 10 - Estimation des emplois dans l'aval des filières bio de 2012 à 2022

	EMPLOIS	2012	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Evol. 22 / 21
1	Emplois dans les industries de transformation alimentation humaine	9 700	12 350	14 514	17 400	20 011	22 750	24 789	24 572	- 217
2	Alimentation du bétail	140	188	216	230	250	262	265	260	- 5
3	Boulangerie Artisanale	nd	2 984	3 288	3 613	4 300	4 176	4 320	3 900	- 420
4	Commerce de détail spécialisé	8 400	15 300	17 300	18 000	19 400	20 100	20 500	19 300	- 1 200
5	GMS généralistes (série révisée)	5 737	9 930	11 432	14 522	17 300	21 355	20 949	21 100	151
6	Commerce de gros de F & L	607	1 200	1 350	1 550	1 700	1 780	1 730	1 700	- 30
7	Commerce de gros spécialisé bio	370	425	480	520	550	580	550	520	- 30
	TOTAL	24 954	42 377	48 581	55 835	63 511	71 003	73 103	71 352	- 1 750
	Croissance			6 204	7 255	7 676	7 492	2 100	- 1 750	
				15%	15%	14%	12%	3%	-2%	

Élaboration AND International pour Agence BIO

(*) Équivalent Temps plein

Pour la première fois depuis plus de 15 ans, le nombre d'emplois dans la filière alimentaire est en diminution, revenant à son niveau de 2020.

Les deux tiers de la contraction sont dus au commerce de détail spécialisé, secteur dont les effectifs avaient plus que doublé lors des 10 années précédentes.

En ce qui concerne la grande distribution généraliste, l'effectif total 2020 des hypermarchés et supermarchés est de 594 660 selon l'INSEE (ESANE), en progrès par rapport aux années précédentes, la part de CA alimentaire est de 72,7% (INSEE – E 2022-16 – la situation du commerce en 2022 - décembre 2022).

2.2. Recul de la pénétration des produits bio en grande distribution

2.2.1. Approche détaillée des données NielsenIQ

En comparant les données générales des ventes de produits emballés à poids constant et les données de ventes de produits bio, sur la même base méthodologique, il est possible de proposer une approche des parts de marché des produits emballés **en grande distribution généraliste**. Deux tableaux sont proposés ci-après : le premier présente les résultats par familles de produits, le second présente les 37 familles ou sous-familles pour lesquels le taux de pénétration est supérieur à 10 %.

Tableau 11 – Parts de marché des produits bio en grande distribution généraliste selon NielsenIQ (1) par familles de produits.

Famille	PDM BIO 21	PDM BIO 22	Évolution
EPICERIE SALEE	7,27%	6,47%	-0,80%
AIDE CULINAIRE	9,59%	8,51%	-1,08%
ASSAISONNEMENTS ET CONDIMENTS	12,72%	11,25%	-1,47%
CONSERVES BOCAL ET METAL	8,35%	7,78%	-0,56%
FECULENTS	11,72%	9,91%	-1,81%
ALIMENTS POUR ANIMAUX DE COMPAGNIE	0,36%	0,33%	-0,03%
PLAT CUISINE	2,74%	2,32%	-0,43%
POTAGES ET CROUTONS	14,68%	13,00%	-1,67%
PSA + CHIPS	5,39%	4,91%	-0,48%
SAUCES	7,79%	6,75%	-1,04%
EPICERIE SUCREE	8,74%	8,21%	-0,52%
ALIMENTATION INFANTILE	34,22%	33,55%	-0,68%
BISCUITERIE	5,04%	4,33%	-0,71%
BOISSONS CHAUDES	10,24%	9,72%	-0,52%
CONFISERIE & CHOCOLAT	2,88%	2,60%	-0,28%
DIETETIQUE	3,37%	8,12%	4,76%
PETIT DEJEUNER & TARTINABLES	12,66%	11,64%	-1,02%
SUCRE DESSERT & AIDE PATISSERIE	12,81%	12,27%	-0,54%
FRAIS - LAITIER	9,29%	8,55%	-0,74%
CORPS GRAS	6,69%	6,06%	-0,63%
FROMAGES	2,73%	2,42%	-0,31%
LAIT	25,92%	24,26%	-1,66%
ŒUFS	47,77%	43,85%	-3,92%
ULTRA FRAIS	6,20%	5,51%	-0,69%
FRAIS NON LAITIER	3,71%	3,15%	-0,56%
CHARCUTERIE LS	1,88%	1,65%	-0,22%
FRUITS LEGUMES LS	9,12%	7,88%	-1,24%
TRAITEUR DE LA MER LS	7,25%	6,44%	-0,81%
TRAITEUR LS	2,89%	2,42%	-0,47%
VIANDE FRAICHE LS	3,36%	2,69%	-0,67%
LIQUIDES - ALCOOL	1,12%	1,12%	0,00%
BIERES & CIDRES	2,21%	2,10%	-0,11%
SPIRITUEUX	0,11%	0,14%	0,04%
VINS EFFERVESCENTS	1,82%	1,78%	-0,04%
LIQUIDES SANS ALCOOL	4,39%	4,01%	-0,38%
EAUX	0,25%	0,26%	0,01%
JUS DE FRUITS LEGUMES	20,21%	19,89%	-0,32%
SIROPS & CONCENTRES	9,11%	8,35%	-0,76%
SOFT DRINKS	1,17%	0,99%	-0,18%
SURGELE SALE	3,27%	3,36%	0,09%
PLATS & TARTES SURGELES	1,23%	1,29%	0,06%
SURGELES AIDES CULINAIRES	13,27%	13,29%	0,02%
SURGELES LEGUMES	6,49%	6,23%	-0,27%
SURGELES POISSONS & VIANDES	2,58%	2,86%	0,28%
SURGELE SUCRE	1,95%	1,57%	-0,38%
GLACES	1,69%	1,34%	-0,35%
SURGELES SUCRES DIVERS	4,59%	4,28%	-0,31%

(1) Ventes Bio/ventes non Bio Hypermarchés, Supermarchés, Magasins de proximité, Hard-discount/EDMP, drive. Source : NielsenIQ Élaboration AND international pour l'Agence Bio

En 2021, pour 14 des 39 familles de produits distingués par NielsenIQ, la part des produits bio avait augmenté. En 2022, seules 6 familles étaient encore concernées par une hausse : les produits diététiques (+4,7 points), les eaux, les plats et aides culinaires surgelés, les poissons et viandes surgelées, qui sont des familles dont le CA bio est assez limité.

Les reculs les plus importants (en points) concernent les œufs, les féculents, le lait, les potages, c'est-à-dire les produits phare du bio en distribution généraliste (bons marchés, cohérents avec l'image de l'alimentation biologique, chiffres d'affaires élevés).

Tableau 12 – Part de marché (*) des produits bio en grande distribution généraliste selon NielsenIQ : les sous familles dont le ratio dépasse 10 %

	2 021	2 022	Évolution
BOISSONS VEGETALES	ns	ns	en baisse
INFUSION	81%	75%	-5,94%
ALIMENT INFANTILE HUMIDE	59%	60%	0,53%
ŒUFS	48%	44%	-3,92%
CONCENTRES D'AGRUMES	41%	40%	-1,11%
LEGUMES CUIITS PREEMBALLES	35%	33%	-1,58%
JUS DE LEGUMES	36%	33%	-3,50%
THE	32%	32%	-0,70%
CEREALES A CUIRE	32%	28%	-4,51%
LEGUMES SECS	31%	27%	-3,45%
CEREALES	27%	26%	-1,38%
FARINES	31%	24%	-6,87%
SOUPE FRAICHE	26%	22%	-4,52%
COMPOTE EPICERIE	21%	22%	0,07%
MIEL	22%	20%	-1,83%
HERBES SURGELEES	1%	20%	18,79%
JUS DE FRUITS	20%	19%	-0,20%
ALIMENTATION INFANTILE LAIT	20%	19%	-0,89%
CIDRE	18%	19%	0,93%
LAIT LONGUE CONSERVATION	20%	19%	-1,62%
HUILES	23%	19%	-4,25%
LEGUMES NON-CUISINES SURGELES	19%	19%	-0,19%
PATE A TARTINER	17%	17%	-0,33%
POTAGE	17%	15%	-1,90%
CONSERVES SALADE DE LEGUME	16%	14%	-2,12%
LAIT FRAIS	15%	14%	-1,31%
CONSERVES LEGUMES HS/SAUMURES	15%	14%	-1,06%
FRUITS SECS	14%	13%	-1,42%
CONFITURE	13%	13%	-0,71%
PANIFICATION SECHE	14%	13%	-1,06%
PRODUIT POUR PATISSERIE	12%	12%	-0,03%
FRUITS ET COULIS SURGELES	12%	12%	-0,27%
POISSONS FUMES	13%	11%	-1,59%
PATE MENAGERE	12%	11%	-1,56%
VINAIGRE	11%	11%	-0,10%
SAUCE CHAUDE	11%	10%	-1,36%
PLAT ITALIEN	11%	10%	-1,42%

(*) CA Bio / CA non Bio- Source : AND international pour Agence Bio, d'après NielsenIQ

2.3. Le commerce équitable bio représente 10,5% des ventes bio. En 2022, le marché est en croissance grâce aux produits français, notamment en boulangerie.

Commerce Équitable France¹, collectif de concertation et de représentation des acteurs français du commerce équitable publie un rapport annuel : l'observatoire du commerce équitable, qui présente un état des lieux de la consommation équitable en France.

Ce document contient notamment des informations concernant l'importance des ventes des produits qui bénéficient de la double certification : agriculture biologique et commerce équitable.

Les tableaux ci-dessous reprennent les données communiquées sur ce croisement.

Tableau 13 - Importance des ventes au détail de produits issus des filières équitables de 2020 à 2022

En M EUR	2020	2021	2022	22/21	21/20
Total des ventes de produits issus des filières internationales du commerce équitable	1 182	1 334	1 335	+0,1%	+12,8%
Total des ventes de produits issus des filières françaises du commerce équitable	645	707	746	5,5%	9,6%
Total	1 827	2 041	2 081	2%	12%

Source : Commerce Équitable France (CEF)

Les ventes de produits équitables ont été multipliées par 3,6 entre 2014 et 2021. 2022 marque un coup d'arrêt très net pour les filières internationales et un ralentissement de la croissance pour les filières françaises qui ne progressent « que » de 5,5 % en 2022. L'essor des filières françaises remonte à 2016 et leur tout début à 2014. En 7 ans, ces productions nationales ont acquis un poids de 35 % dans l'univers du commerce équitable.

De manière structurelle, 95% de la valeur des ventes de produits équitables concernent des produits alimentaires. Les 5% restant concernent principalement la cosmétique (55%) l'horticulture ornementale (18%), le textile (18%), mais aussi le tourisme, l'artisanat, les huiles essentielles (liste non limitative).

En 2022, les acteurs du commerce alimentaire de détail ont adapté leur gamme pour répondre à la paupérisation de nombreux ménages : le nombre de références équitables a chuté de 18% (9 355 références en 2022), soit une baisse de 2,6% pour les références d'origine françaises et de 20% pour les produits internationaux.

Les ventes aux ménages en magasin, hors restauration, ne représentent que 86% des ventes, le reste est réalisé en restauration (16%), en vente directe et en ligne.

83% des références équitables sont également biologiques. Il s'agit de la double certification la plus fréquente.

Le tableau 14 détaille ce constat.

Tableau 14 Importance des ventes au détail de produits biologiques issus des filières équitables en 2021.

En M EUR	2021	2022	Évolutions
Total des ventes de produits issus des filières internationales du commerce équitable	880	961	+ 9 %
Total des ventes de produits issus des filières françaises du commerce équitable	402	380	-5%
Total	1 282	1 341	+5%

Source : d'après Commerce Équitable France

¹ (CEF - <https://www.commerceequitable.org/>)

Ramené au marché alimentaire biologique, et en considérant que les produits alimentaires représentent 95% de 1,341 milliards d'euros, **la part du bio + équitable sur le total bio est de 10,5%.**

Quels sont les lieux de vente ? Quelle est part de marché des produits bio et équitables par rapport au total bio dans chacun des circuits ?

46% des ventes des sont réalisées en GMS, soit 618 millions d'euros, à comparer aux 6,358 milliards d'euros de CA bio de ce circuit en 2022 (estimation AND/Agence BIO) soit un taux de pénétration du double étiquetage de **9,7%**.

En ce qui concerne les réseaux spécialisés bio, la valeur des ventes des produits alimentaires avec double certification est de 288 millions, soit **8,9 %** des ventes alimentaires ce circuit.

Pour ce qui est des artisans commerçants, le CA « bio et équitable » est de 196 millions d'euros soit une part de **21,0 %**

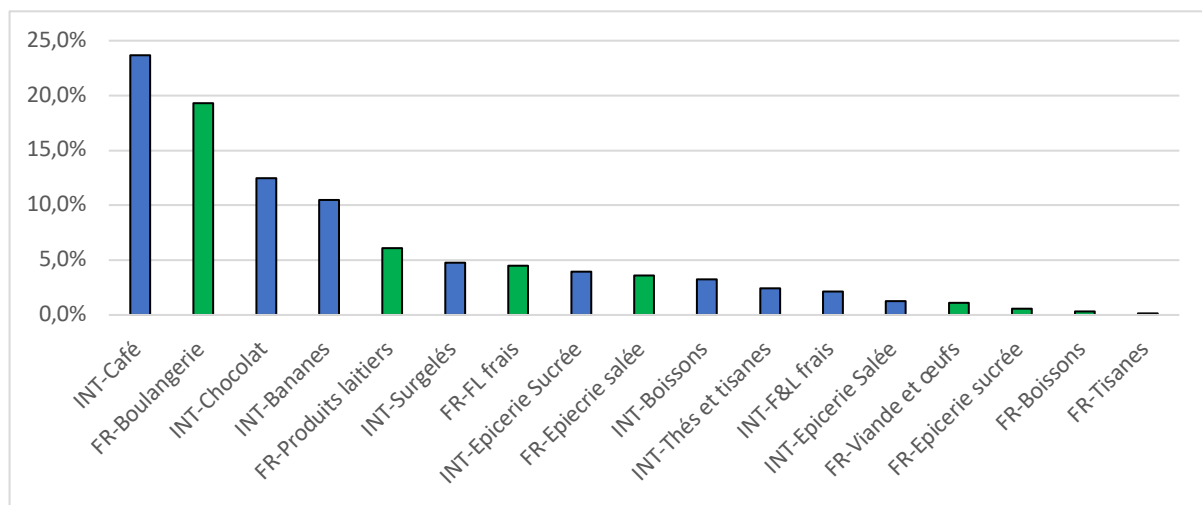
Les commentaires de CEF soulignent la poussée du commerce équitable « France » dans le circuit artisanal.

Le CEF propose également une analyse par famille de produits, pour laquelle la part des produits bio n'est pas indiquée. Elle montre que le café 23,4 % représente un quart des ventes totales (origine France et Internationale), la boulangerie-vienniserie, 20,8 %, les produits chocolatés, 12,4 % et les bananes 10,4 %, soit les deux tiers du commerce équitable alimentaire pour 4 familles de produits.

A noter, la forte présence du commerce équitable dans le secteur de la banane bio : CFE évalue que **80% des bananes bio vendues en France sont également labellisées commerce équitable** (en valeur).

L'essor récent et en cours du commerce équitable « origine France », notamment en boulangerie, devrait encore modifier cette répartition dans les années à venir.

Figure 3 Répartition par produits des ventes de produits alimentaires issus du commerce équitable (bio et non bio confondus) – 2022 en %



AND-Agence bio d'après les données CEF. Les barres vertes correspondent aux gammes françaises les barres bleues, aux gammes internationales

2.4. Estimation des marchés régionaux

2.4.1. Aspect méthodologique

Le niveau de consommation régionale est abordé en utilisant trois indices territoriaux :

- Les données NielsenIQ (par régions administrative) répartissent les ventes des GMS généralistes,
- Les données Bio Linéaires sur la répartition des surfaces de magasins spécialisés par département. Un coefficient de pondération par département est introduit de manière à tenir compte d'un CA / m² plus important dans les zones densément peuplées, où les coûts sont plus élevés et d'un CA / m² plus bas dans les départements peu denses (< 50 habitants par km² à comparer à 20 000 habitants / km² dans Paris intra-muros),
- Les données de l'Agence BIO sur la répartition par département du nombre de producteurs en vente directe.

Sur la base de ces coefficients, la valeur du marché est calculée selon les 13 régions métropolitaines et par circuit, il en est déduit la consommation par habitant en fonction de la population (INSEE, 2020). Le circuit « artisan commerçant » est intégré sans coefficients régionaux, sur la simple base démographique.

2.4.2. Coefficients et valeurs des consommations régionales

Tableau 15 Coefficients de consommation par circuit selon les régions administratives

	Coefficient GMS	Coefficient BIO	Coefficient VD	Coefficient Artisan
Auvergne Rhône Alpes	13,2%	17,0%	17,1%	12,5%
Bourgogne Franche Comte	3,3%	4,0%	5,3%	4,2%
Bretagne	7,5%	6,0%	8,1%	5,2%
Centre Val de Loire	3,0%	2,6%	3,0%	3,9%
Corse	0,6%	0,6%	1,3%	0,5%
Grand Est	6,4%	7,1%	5,4%	8,4%
Hauts de France	5,1%	4,8%	3,0%	9,1%
Ile de France	21,4%	18,9%	0,9%	18,8%
Normandie	3,9%	8,8%	4,7%	9,3%
Nouvelle Aquitaine	9,6%	3,5%	14,3%	5,0%
Occitanie	9,5%	10,7%	21,4%	9,3%
Pays de la Loire	6,6%	10,8%	6,4%	7,8%
Provence Alpes Côte d'Azur	9,8%	5,1%	9,0%	5,9%

Agence BIO - AND-International 2023 d'après NielsenIQ, Biolinéaires et Agence BIO

Tableau 16 – Valeur des marchés bio par circuit selon les régions administratives (M EUR), population (millier habitants) et montant par habitant (EUR)

En M EUR	GMS	BIO	VD	Artisans	CA total	1000 habitants	CA par habitant (EUR)
Auvergne Rhône Alpes	837	553	263	116	1 770	8 197	216
Bourgogne Franche Comte	213	130	81	40	464	2 786	166
Bretagne	476	196	125	49	846	3 430	247
Centre Val de Loire	193	85	46	36	360	2 572	140
Corse	41	19	20	5	85	351	241
Grand Est	407	230	84	79	800	5 562	144
Hauts de France	325	155	46	85	611	5 981	102
Ile de France	1 357	613	14	175	2 159	12 359	175
Normandie	250	286	72	87	695	6 110	114
Nouvelle Aquitaine	612	114	221	47	994	3 317	300
Occitanie	604	347	329	87	1 366	6 101	224
Pays de la Loire	417	351	99	73	940	5 160	182
Provence Alpes Côte d'Azur	624	167	139	55	985	3 907	252
France métropolitaine	6 358	3 247	1 538	934	12 076	65 835	183

Agence BIO - AND-International 2021 d'après NielsenIQ, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

La valeur moyenne des achats de produits alimentaires bio par habitant ressort à **183 EUR en 2022** (193 en 2021, 196 EUR en 2020, 174 EUR en 2019, 154 EUR en 2018, 133 EUR en 2017, 113 EUR en 2016).

Les régions en pointe sont :

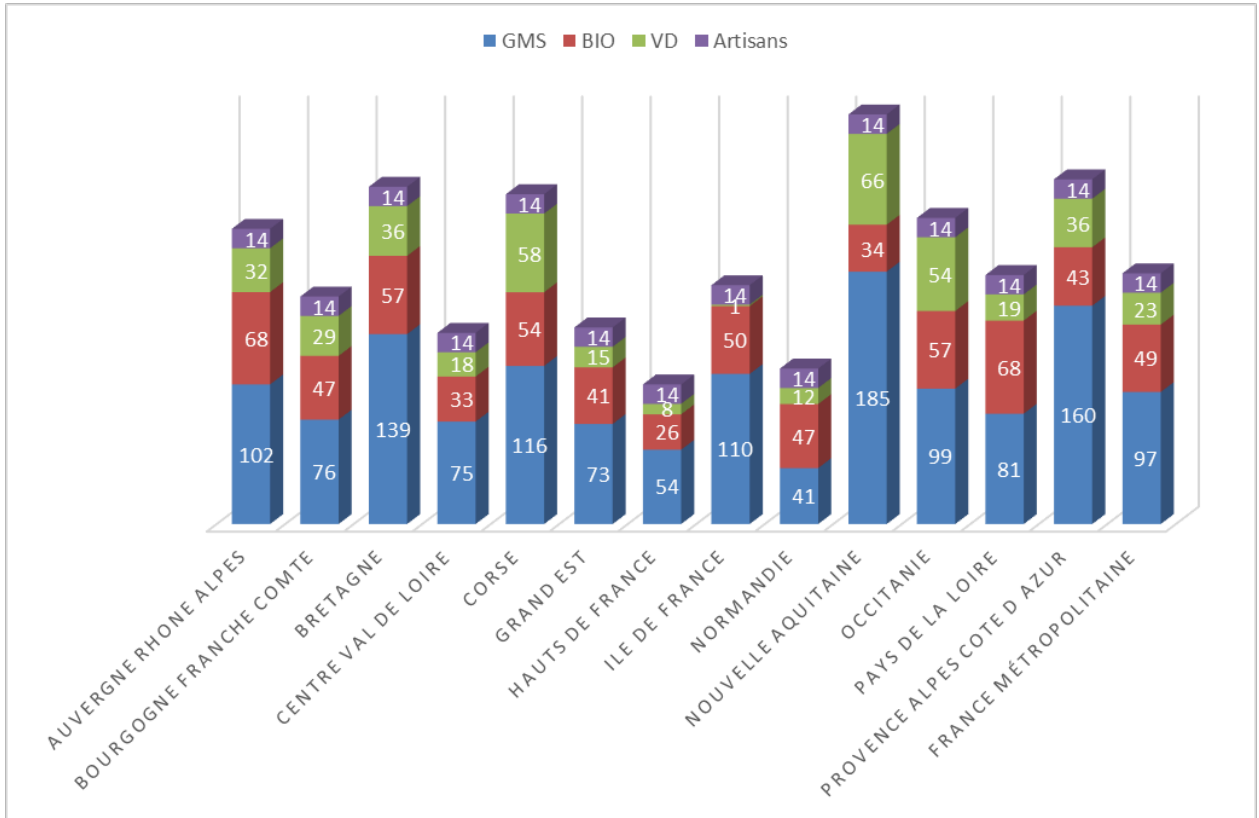
La Nouvelle Aquitaine avec 300 EUR/habitant. C, cette région, avec moins de 6% de la population métropolitaine enregistre presque 10% des ventes en GMS, elle est en outre, très bien dotée en matière de vente directe.

Les ventes d'aliments bio par habitant dépassent 200 EUR dans 5 régions : PACA (252 EUR), la Bretagne (247 EUR), la Corse (241 EUR), Occitanie (224 EUR), Auvergne Rhône Alpes (216 EUR).

Les ventes bio par habitant sont comprises entre 150 et 200 EUR dans trois régions, Pays de la Loire (182 EUR/habitant), L'île de France (175 EUR/habitant), La Bourgogne-Franche Comté (166 EUR/habitant).

Les régions les moins consommatrices, sont le Grand Est (144 EUR/habitant), le Centre Val-de-Loire (140 EUR/habitant), la Normandie (114 EUR/habitant) et enfin, les Hauts-de-France (102 EUR/habitant).

Figure 4 – Les dépenses apparentes par habitant et par région administrative 2022 en EUR/habitant



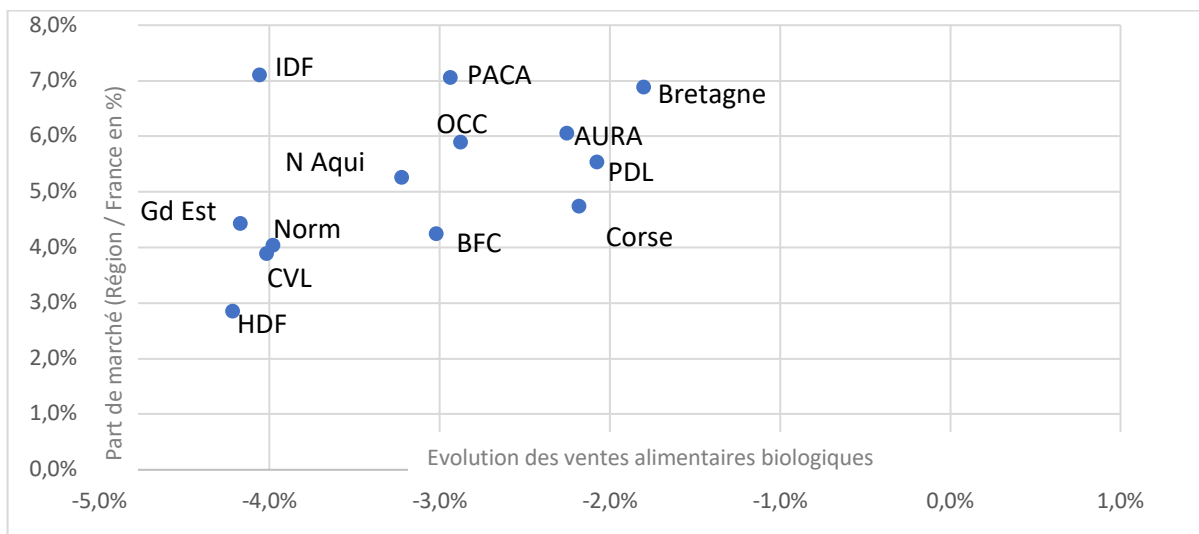
Agence BIO - AND-International 2021 d'après Nielsen IQ, Biolinéaires et Agence BIO

2.4.3. Évolutions

-2431- Évolution des ventes en GMS selon les régions.

Le graphique ci-dessous indique quels sont les évolutions des ventes alimentaires bio en GMS (hypers, supers et proximité) et leurs parts de marché, selon les régions.

Figure 5 – Évolution des ventes en GMS et part du bio en GMS selon les régions administratives



Calcul AND pour Agence Bio. Source : NielsenIQ

Les évolutions régionales sont très contrastées :

- Le recul est moindre dans les régions où la part de marché est plus importante : Bretagne, AURA, Pays-de-la-Loire et, dans une moindre mesure, PACA, Occitanie et Nouvelle-Aquitaine ;
- Le cas de L'Île-de-France est à part : le poids du bio dans le CA alimentaire des GMS est important et le recul est fort. Déjà en 2021, la région capitale avait représenté 40% du recul des ventes, en 2022, le ratio est de 27%. La Nouvelle-Aquitaine pèse pour 10% dans le recul hexagonal en 2023.
- Le recul est proportionnellement plus important dans les régions où les ventes d'aliments biologiques sont les moins développées : Hauts-de-France, Normandie, Centre-Val de Loire, Grand Est).

-2432- Évolution des consommations individuelles en France métropolitaine

Tableau 17 – Valeur de la consommation individuelle par circuit de 2010 à 2022

EUR/ hab /an	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
GMS	29	33	34	36	40	44	54	66	81	96	107	102	97
Circuit Bio	18	20	22	23	26	30	37	43	46	49	56	54	49
Vente Directe	6	7	8	9	10	12	14	16	18	19	21	23	23
Artisans	4	4	5	5	6	6	7	9	9	10	12	14	14
TOTAL	57	64	68	74	81	93	113	133	154	174	196	193	183

Agence BIO - AND-International 2020 d'après, NielsenIQ, Biolinéaires, INSEE et Agence BIO

Comme en 2021, la consommation individuelle se tasse dans les deux principaux circuits : les GMS et les magasins spécialisés. La valeur moyenne repasse sous le niveau de 100 EUR/an/habitant pour les GMS et sous le celui de 50 EUR/an/habitant dans le circuit spécialisé, soit le niveau de 2019.

2.5. Le marché de la restauration

2.5.1. Valeur du marché des produits bio en restauration

Le marché des produits bio en restauration tous circuits confondus est estimé à 724 millions d'euros en 2022 avec une progression globale comparable à celle de 2021 (gain d'un peu plus de 100 millions d'euros), mieux répartie, toutefois, entre restauration collective et restauration commerciale, en raison, d'une part, des échéances EGALIM et, d'autre part, de la pleine ouverture des restaurants commerciaux.

Tableau 18 - Estimation de la valeur du marché alimentaire des produits bio dans la restauration

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	22/21	21/20	20/19	19/18	18/17
Commerciale	269,5	232	215	253	229	207	16%	8%	-15%	10%	11%
Collective	445,5	377	290	387	320	250	18%	30%	-25%	21%	28%
TOTAL	715	609	505	640	550	456	17%	21%	-21%	16%	20%

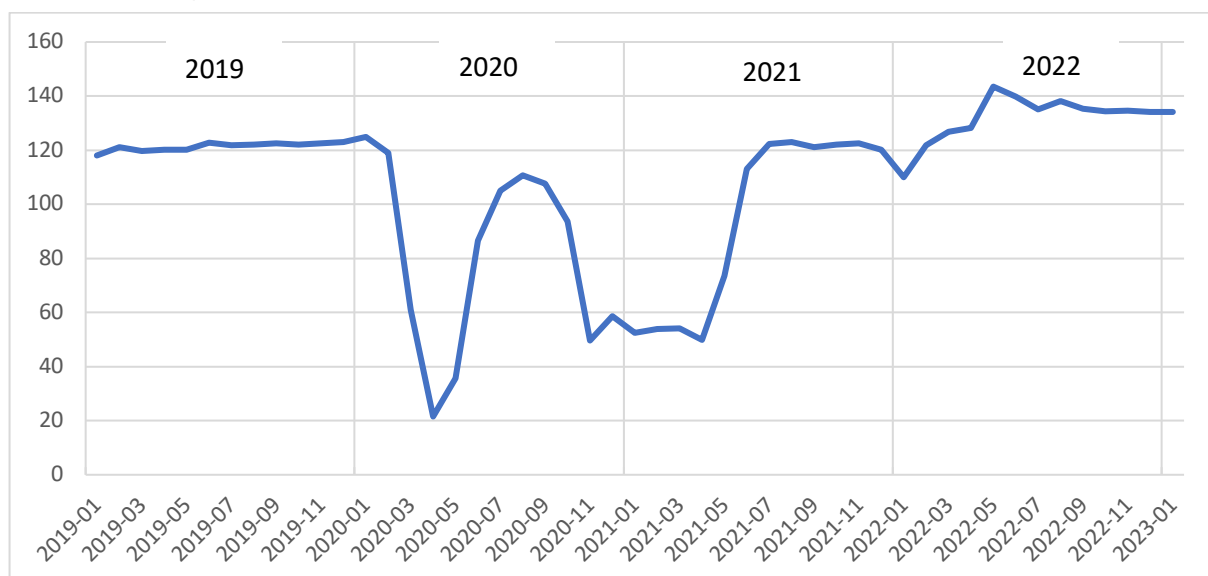
Source : Agence BIO / AND -international

La pénétration du bio est caractérisée par des taux très variés selon les restaurants et les types de circuits.

En 2022, la restauration hors domicile a pu être mise en œuvre sans restriction

L'indice INSEE (activité des services) de la restauration a suivi le mouvement décrit dans figure 6 ci-dessous. En 2022, l'activité s'est développée bien au-delà de la référence de 2019. Cependant, après un pic en mai 2022 (indice 143), on note un ressac et une stabilisation entre les indices 134 et 135 depuis septembre 2022. Sur une année complète, la progression entre 2021 et 2022 est de l'ordre de 40%. L'évolution a été différenciée selon les types d'activités. La restauration collective avait déjà repris en 2022, notamment dans le secteur scolaire, alors que la restauration commerciale a dû attendre davantage pour être en pleine activité. Dans ce dernier secteur, la restauration rapide a été plus dynamique que la restauration à table. En outre, les prix ont fortement progressé, en raison du renchérissement du coût des denrées, de l'énergie et de la main d'œuvre. La progression de l'indice en 2022 s'interrompt en juin.

Figure 6 Indice mensuel d'activité dans la restauration (INSEE, base 100 en 2015)



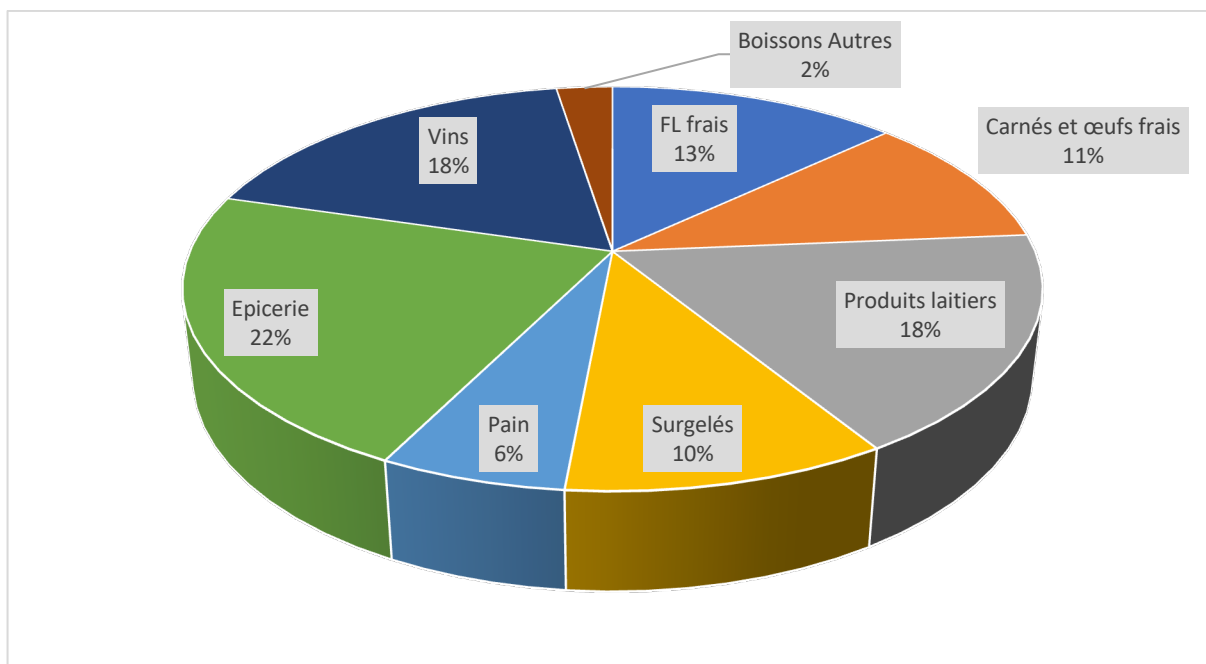
Source INSEE graphique AND pour Agence bio

Pour ce qui est des denrées biologiques, la croissance 22/21 atteint 17% en moyenne après une reprise de 21 % en 2021 par rapport au point bas de 2020. L'estimation de la valeur du marché atteint donc un niveau supérieur à celui de 2019 (soit 11% de croissance entre 2022 et 2019).

La pénétration des denrées bio se serait à peu près maintenue, sachant que l'évolution des achats de denrées par les entreprises du secteur aurait cru, selon certaines études, de 15 % à 18 %, essentiellement en raison de la hausse des prix.

2.5.2. Répartition par famille de produits.

Figure 7 - Le marché des denrées bio par grandes familles de produit (part du marché total en valeur)



Source : Agence BIO / AND-International

Les produits d'épicerie. Cette catégorie reste la principale, avec une croissance plus rapide que la moyenne.

Le marché des boissons est au second rang. La diffusion du vin bio en restauration commerciale connaît un moindre dynamisme que l'ensemble du segment, mais la bière bio, poussée par le développement du nombre de brasseries locales stimule ce segment, de même que les efforts des producteurs de sirops, qui ont trouvé en restauration une alternative partielle au tassement de la demande des GMS et circuits bio.

Le troisième segment est celui des produits laitiers, qui se développe plus rapidement en restauration collective que commerciale.

Les fruits et les légumes frais ont connu davantage de succès en restauration commerciale, certains restaurants étant à la recherche de produits locaux ultra frais, les légumes bio répondant à cette demande, notamment dans les régions où le réseau de producteurs est dense.

Le segment des surgelés reste le plus dynamique, avec des offreurs spécialisés ou non.

Le segment des produits carnés est à la peine, en raison du coût élevé de ces produits, de la disponibilité limitée de la volaille (crise de l'Influenza aviaire) et, en restauration collective, de la généralisation des repas végétariens hebdomadaires.

2.5.3. *Les produits par circuit*

Tableau 19 – Les ventes de produits bio par famille et par circuit

2022 En million EUR	Valeur 2022			Croissance 2022 / 2021			Répartition des ventes		
	TOTAL	Collective	Commerci ale	TOTAL	Collective	Commerci ale	TOTAL	Collective	Commerci ale
FL frais	93,0	67,0	26,0	16%	12%	30%	13%	9%	4%
Carnés et œufs frais	75,0	53,0	22,0	7%	8%	5%	10%	7%	3%
Produits laitiers	124,6	111,6	13,0	14%	15%	8%	17%	16%	2%
Surgelés	74,0	51,0	23,0	42%	46%	35%	10%	7%	3%
Pain	41,7	30,7	11,0	16%	18%	10%	6%	4%	2%
Épicerie	161,3	129,3	32,0	21%	20%	28%	23%	18%	4%
Vins	128,0	-	128,0	12%		12%	18%	0%	18%
Boissons Autres	17,5	3,0	14,5	25%	50%	21%	2%	0%	2%
TOTAL	715,0	445,5	269,5	18%	18%	16%	100%	62%	38%

Source : Agence BIO / AND-International

2.5.4. *Éléments de méthode*

La méthode proposée s'inspire de celle qui est mise en œuvre depuis 2006 pour suivre les ventes auprès des ménages dans le commerce de détail, c'est-à-dire :

- Une approche simultanée de l'amont, c'est-à-dire les différentes catégories d'offres (grossistes bio, grossistes RHD, transformateurs), producteurs et de l'aval.
- Le recoupement des résultats partiels obtenus dans chaque investigation spécifique ;
- Une focalisation sur les acteurs identifiés comme principaux ;
- Un tableau croisé circuits/produits qui nécessite l'établissement d'hypothèses cohérentes.

Les avantages et les limites sont les mêmes que ceux des travaux sur le commerce de détail. Le recoupement des résultats des différentes catégories évite de retenir des estimations incohérentes ou irréalistes. La focalisation sur les grands comptes permet de saisir les tendances principales, mais constitue aussi la limite de l'approche quand il s'agit de secteurs dispersés, en l'occurrence les producteurs pratiquant la vente directe et la restauration indépendante.

3. Approfondissements sectoriels

3.1. Les fruits et légumes frais

Jusqu'en 2021, le marché des fruits et légumes biologiques avait connu 15 années de croissance continue des ventes. Si l'année 2021 marquait déjà un retournement de conjoncture, manifeste en circuits longs, l'année 2022 a été encore plus agitée avec l'inflation des prix des produits courants qui s'est accélérée et un épisode de sécheresse record lors de l'été qui a impacté la production de fruits et légumes. Le marché de détail des fruits et légumes bio atteint la valeur de 1,890 milliards d'euros, pour un volume estimé de l'ordre de 681 500 tonnes, toutes espèces confondues (estimation AND international pour l'Agence BIO).

La valeur des ventes au détail de fruits et légumes issus de l'agriculture biologique, toutes espèces confondues a baissé de 6,2 % sur un an en 2022. La baisse de 4,3% amorcée en 2021 se poursuit donc, après 4 années de croissance à 2 chiffres : hausse de 12,3 % en 2020, 10 % en 2019, 13 % en 2018, et 16 % en 2017. **En 2022, la tendance en volume suit celle de la valeur des ventes, de manière plus marquée (-7,3% sur un an), compte tenu d'une hausse des prix de l'ordre de 1,1 %.**

En conventionnel, l'année 2022 est marquée par une nouvelle diminution des achats de fruits et légumes et pommes de terres frais, en valeur (-3,7 %), comme en volume (-5,4 %), avec un prix moyen payé à l'achat en hausse de +1,7 % (source : Kantar Worldpanel pour FAM/Interfel). La performance de la filière bio est plus mauvaise que celle de la filière conventionnelle, en dépit d'une hausse des prix un peu plus modérée.

Tableau 20– Chiffre d'affaires et parts de marché en fruits et légumes frais bio

Chiffre d'affaires en millions d'euros		GMS	Circuit	Artisans	Vente directe	TOTAL
			Biologique	Commerçants		
2022	Fruits	355	399	11	161	926
	Légumes	270	371	9	314	964
	TOTAL	625	770	20	474	1 890
2021	Fruits	383	451	12	155	1 001
	Légumes	291	414	10	298	1 014
	TOTAL	674	865	23	453	2 015
2020	Fruits	394	484	12	167	1 056
	Légumes	323	422	10	284	1 039
	TOTAL	716	906	22	451	2 095
2019	Fruits	355	424	11	147	937
	Légumes	294	370	9	256	928
	TOTAL	649	794	20	403	1 865
2018	Fruits	328	413	10	144	896
	Légumes	253	319	8	226	807
	TOTAL	581	733	18	370	1 703
2017	Fruits	269	386	9	120	785
	Légumes	228	290	7	195	721
	TOTAL	497	677	16	315	1 505
Évolution 2022/2021	Fruits	-7%	-12%	-11%	4%	-7%
	Légumes	-7%	-11%	-11%	5%	-5%
	TOTAL	-7%	-11%	-11%	5%	-6%
Parts de marché 2022	Fruits	38%	43%	1%	17%	100%
	Légumes	28%	38%	1%	33%	100%
	TOTAL	33%	41%	1%	25%	100%

Source: Agence BIO - AND-International 2023

Les parts de marché des circuits de distribution sont globalement stables en 2022. On note un léger développement de la vente directe qui gagne quelques points sur le circuit spécialisé bio qui affiche un ralentissement. Ce dernier reste néanmoins au premier rang, devant la distribution généraliste et la vente directe, importante dans le secteur des légumes.

3.1.1. Estimation des volumes des espèces principales

Depuis 7 ans, les tonnages sont estimés pour les principales espèces. Concernant les 2 nouvelles espèces intégrées l'année dernière (pêche-nectarine et abricot), les estimations restent indicatives¹.

Tableau 21 – Estimation des volumes de fruits et légumes frais bio, principales espèces, répartition par circuit, prix, valeur du marché et évolutions

Estimations 2022	Volume TOTAL (t)	Estim. RHD circuit long (t)	Volume Détail (t)	Prix détail 2021 (EUR/kg)	Part GMS (VOL)	Part VD + Primeurs (VOL)	Part Bio (VOL)	Taux d'import en circuit long	Évolution VOL détail	Prix détail 2021 (EUR/kg)	Effet prix	VAL marché détail en K EUR	Évolution VAL Ventes
Agrumes	60 900	500	60 400	4,02	47%	2%	52%	92%	-12%	3,88	4%	242 789	-8,9%
Banane	107 700	5 200	102 500	2,33	79%	1%	20%	100%	-10%	2,24	4%	239 014	-6,2%
Pomme	64 300	5400	58 900	3,05	33%	44%	22%	1%	-2%	3,10	-2%	179 645	-3,1%
Tomate	33 800	1 300	32 500	4,43	39%	42%	19%	38%	-1%	4,33	2%	143 975	1,7%
Kiwi	19 800	800	19 000	6,12	31%	48%	21%	52%	-10%	5,90	4%	116 280	-6,6%
Carotte	59 600	3 800	55 800	1,96	42%	42%	16%	4%	-2%	2,03	-3%	109 368	-5,1%
Pomme de Terre	59 100	1 900	57 200	1,81	27%	40%	33%	0%	-8%	1,87	-3%	103 532	-10,7%
Avocat	13 400	100	13 300	5,43	47%	1%	52%	100%	10%	5,50	-1%	72 219	8,5%
Poire	15 300	400	14 900	3,68	28%	48%	24%	14%	-4%	3,70	-1%	54 832	-4,4%
Oignon	18 000	500	17 500	2,90	48%	38%	14%	6%	-3%	2,92	-1%	50 750	-4,0%
Chou	26 800	500	26 300	1,88	41%	34%	25%	26%	-1%	2,08	-10%	49 444	-11,0%
Courge	16 200	500	15 700	2,90	33%	32%	35%	10%	2%	2,94	-1%	45 539	0,5%
Pêche Nectarine	8 600	0	8 600	4,93	16%	47%	37%	20%	-13%	4,50	10%	42 398	-4,8%
Poivron	7 900	300	7 600	5,26	36%	40%	23%	82%	0%	4,79	10%	40 011	9,9%
Courgette	12 400	600	11 800	3,15	50%	19%	31%	48%	-16%	2,70	17%	37 170	-2,4%
Mangue	4 800	0	4 800	7,50	46%	0%	55%	100%	-39%	7,50	0%	36 000	-39,2%
Abricot	4 900	0	4 900	5,13	22%	48%	28%	2%	-14%	5,50	-7%	25 137	-19,8%
Fraise	1 400	0	1 400	17,95	29%	38%	30%	17%	8%	17,42	3%	25 130	11,0%
Raisin	5 500	300	5 200	4,28	77%	18%	6%	57%	-26%	3,71	15%	22 250	-14,4%
Poireau	7 600	300	7 300	2,80	26%	45%	28%	4%	-12%	3,01	-7%	20 440	-18,2%
Betterave	6 100	400	5 700	3,29	51%	8%	42%	23%	-17%	3,18	3%	18 753	-14,5%
Concombre	6 600	300	6 300	2,62	72%	4%	23%	40%	-7%	2,27	15%	16 506	6,9%
Total / Moyenne	560 700	23 100	537 600	3,15					-7%	3,12	0,91%	1 691 181	-6,2%

Source : Agence BIO - AND-International 2023 – d'après enquêtes amont et aval – KantarWP – Interfel – FNAB

¹ **Précisions méthodologiques** : les analyses quantitatives et les bilans matières sont toujours délicats à réaliser dans le secteur des fruits et légumes frais (y compris en conventionnel). Différents motifs en sont la cause : l'imprécision statistique des surfaces en production, la très grande variabilité des rendements, l'incertitude entourant la connaissance de la production, les pertes importantes qui peuvent toucher ces produits après la récolte et jusqu'au stade de distribution, compte-tenu des contraintes logistiques pouvant affecter la qualité de ces denrées périssables. C'est avec ces grandes réserves que les estimations qui suivent, sont proposées à titre indicatif, s'appuyant sur l'analyse croisée des déclarations d'un grand nombre de metteurs en marché et des distributeurs. Les prix sont basés sur les données Kantar Worldpanel. Les circuits longs sont, par opposition aux circuits courts, ceux pour lesquels il existe plus d'un intermédiaire entre le producteur le consommateur. Dans la pratique de ce tableau, il s'agit des ventes aux consommateurs qui ne sont pas effectuées par un producteur.

Marché des fruits. A l'exception de l'avocat et de la fraise, tous les volumes sont en baisse, avec des prix plutôt à la hausse (+1,8% sur l'ensemble des espèces de fruits suivies), notamment pour le raisin et la pêche-nectarine dont les prix au détail ont augmenté, respectivement, de 15 % et 10 %. La banane demeure le fruit bio le plus vendu (plus de 108 000 t, en baisse de 10 %), avec un prix en hausse de 4 %. Les agrumes gardent la première place en valeur des ventes (243 millions EUR), avec une baisse en volume (- 12 %) et un prix en hausse (4 %). Le recul des ventes de pommes est lié à la fois à une baisse des volumes (-2%) et du prix (-2%). Les volumes de poires sont estimés en baisse de 4 %, essentiellement en lien avec la baisse de la production domestique (importations en croissance de 3 points). Parmi les espèces moins importantes en volume : la valeur des ventes de pêches-nectarines baisse de près de 5%, malgré la hausse de 10% du prix, mais en lien avec la baisse des volumes (-13%). Celle des fraises progresse de 11 % en valeur (notamment liée à une hausse des volumes produits et une hausse des prix). Enfin, le marché des mangues est marqué par un recul de près de 40% des ventes en valeur, principalement liée à la baisse des volumes.

Marchés des légumes. La trinité « Tomate – Carotte – Pomme de terre » domine largement le marché des légumes et tubercules. La vente de tomates affiche une légère baisse de 1,0 % en volume et une croissance de la valeur des ventes de 1,7%. Le taux d'importation est estimé en baisse de 10 points. Les ventes de carottes seraient en recul de 5 %, avec une baisse des prix de 3 % et un taux d'introduction depuis l'UE en baisse de 7 points. Enfin, la valeur des ventes de pomme de terre baisse de plus de 10 %, en lien avec une baisse des volumes de 8 % et une baisse du prix estimée à 3 % et, ainsi, une offre française plus abondante, qui a permis de répondre à la demande du marché, sans avoir recours aux importations. Enfin, parmi les reculs importants, on notera le poireau (-18,2% en valeur et -12% en volume), la betterave (-14,5 % en valeur et -17 % en volume) et les choux (-11 % en valeur et -1 % en volume).

La hausse des prix moyens au détail est estimée à 0,9 % sur les 22 espèces pour lesquelles des estimations sont calculées. A noter que cette légère hausse est la résultante de situations très contrastées, de – 10 % pour le chou à + 17 % pour les courgettes.

3.1.2. *Données relatives aux échanges de fruits et légumes biologiques*

-3121- L'exportation de fruits et légumes biologiques.

Tableau 22 – Évolution de la part d'origine France pour les principales espèces de fruits et légumes biologiques en circuits longs de commercialisation de 2015 à 2022

Espèce	Part d'origine France								Commentaires
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Banane	0%	0%	0%	0%	ε	0	0%	0%	Produit 100 % importé
Pomme	76%	85%	74%	84%	94%	91%	97%	99%	Importations devenues marginales.
Agrumes	16%	5%	3%	3%	4%	9%	8%	8%	Marché dominé par l'offre espagnole – Offre française stable
P. de terre	94%	83%	82%	94%	83%	78%	98%	100%	Offre 100% française
Carotte	79%	74%	69%	80%	85%	85%	89%	96%	Offre française en hausse par rapport à 2021
Courgette	51%	74%	31%	45%	43%	45%	40%	52%	Croissance de l'offre française
Tomate	29%	40%	22%	39%	41%	43%	52%	62%	Progression des volumes origine France
Kiwi	44%	30%	42%	42%	46%	44%	43%	48%	Progression de l'offre française
Avocat	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	Produit 100% importé, en priorité d'Espagne.
Oignon	57%	60%	64%	55%	79%	85%	91%	94%	Volumes disponibles en légère baisse, bénéficiant à l'offre française
Concombre	-	-	-	40%	38%	40%	61%	60%	Offre française stable
Poire	-	-	-	86%	85%	94%	89%	86%	Baisse des volumes mis en marché
Raisin	-	-	-	50%	50%	28%	37%	43%	Progression de l'offre française
Betterave	-	-	-	80%	96%	96%	92%	77%	Baisse significative des volumes mis en marché
Fraise	-	-	-	-	-	53%	83%	83%	Volumes disponibles en baisse, offre française stable.
Mangue	-	-	-	-	-	0%	0%	0%	Produit essentiellement importé, principalement hors UE.
Chou	-	-	-	-	-	54%	65%	74%	Le brocoli est la principale espèce de chou proposée en bio
Courge	-	-	-	-	-	94%	89%	90%	Stabilité de l'offre française
Poireau	-	-	-	-	-	98%	95%	96%	L'offre française couvre la quasi-totalité du marché français
Poivron	-	-	-	-	-	1%	18%	18%	Stabilité de l'offre française
Pêche-Nectarine	-	-	-	-	-	-	81%	80%	Produit principalement issu de la production française

Agence BIO - AND-International 2023

« - » : valeur non estimée

Plusieurs dizaines de sociétés étaient recensées comme étant exportatrices de fruits et légumes bio en 2022, tant en ré-export (acteurs du marché St Charles, importateurs de bananes et d'exotiques), qu'en ventes de produits hexagonaux (noix, pommes, choux, carottes).

Après une importante progression des exportations en 2021, l'année 2022, en dépit de la hausse des capacités de production et du tassement de la demande hexagonale, ne marque pas une progression très importante, notamment vers les pays tiers. Les ventes de fruits ont augmenté légèrement vers l'UE, la réexportation de produits espagnols et tropicaux semble avoir marqué le pas.

La valeur des exportations est estimée à 96 millions € vers les pays de l'UE et 30 millions € vers les pays tiers. La part des fruits est prépondérante (86 M EUR sur 126), en raison des productions nationales et des réexportations.

-3121- Baisse de la valeur des importations.

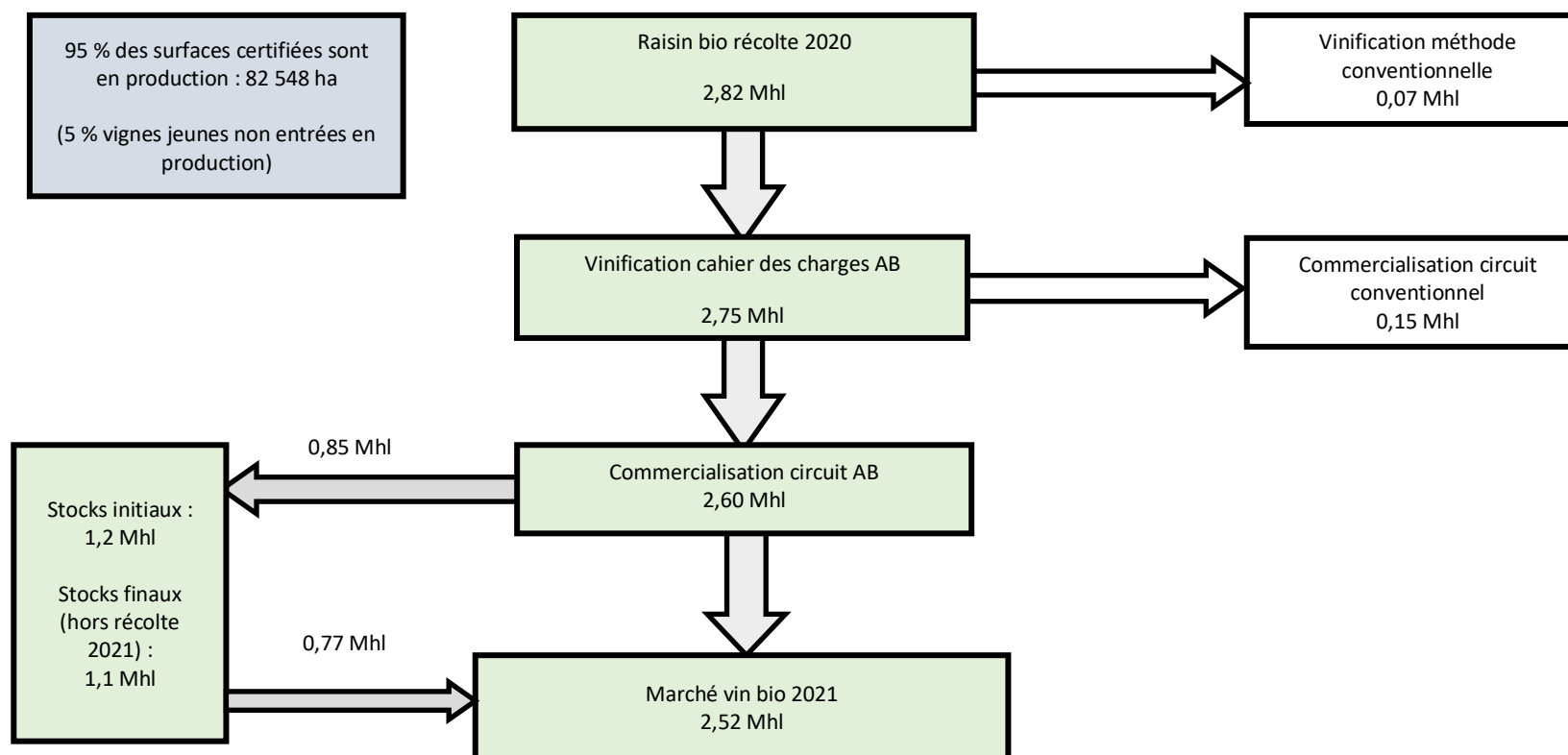
En ce qui concerne l'évolution des échanges extérieurs, l'estimation portant sur les importations globales reflète une baisse de 9 % en valeur. La part des achats extérieurs dans l'approvisionnement du marché français baisse de 2 points, à 49%, dans un contexte global de ralentissement du marché. La valeur globale des importations (prix de gros) est estimée à 488 millions d'euros en 2022 contre 538 millions d'euros en 2021.

3.2. Marché du vin biologique

3.2.1. Volume mis en marché

Sur les 87 177 ha en vigne bio, nous estimons que 95 % des surfaces certifiées sont en production et que 5% correspondent à des vignes jeunes, non productives. La surface en production est donc de 82 548 ha (contre 74 984 ha l'année précédente, soit une croissance de 10%). Le rendement 2021 est de 34 hl/ha au niveau national contre 41 hl/ha pour l'année précédente. Ce faible rendement est lié à l'épisode de gel printanier de 2021 qui a impacté tous les bassins français. La récolte de raisin de cuve bio représente ainsi 2,82 Mhl en 2021 (mise en marché en 2022), en baisse de 9% par rapport à l'année précédente. La quasi-totalité du raisin de cuve bio a été vinifiée en bio (98 %) et le taux de commercialisation en bio est élevé (95% contre 90% l'année précédente). On observe une légère augmentation des stocks (mais celle-ci est cependant trois fois plus faible que l'année précédente).

Figure 8 - Schéma de filière : récolte 2021 et commercialisation 2022



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

Le tableau ci-dessous présente le détail par bassin de production. Les deux premières régions, Languedoc-Roussillon et Côtes du Rhône, représentent environ la moitié des volumes mis en marché.

Tableau 23 - Bilan pour les principales régions viticoles

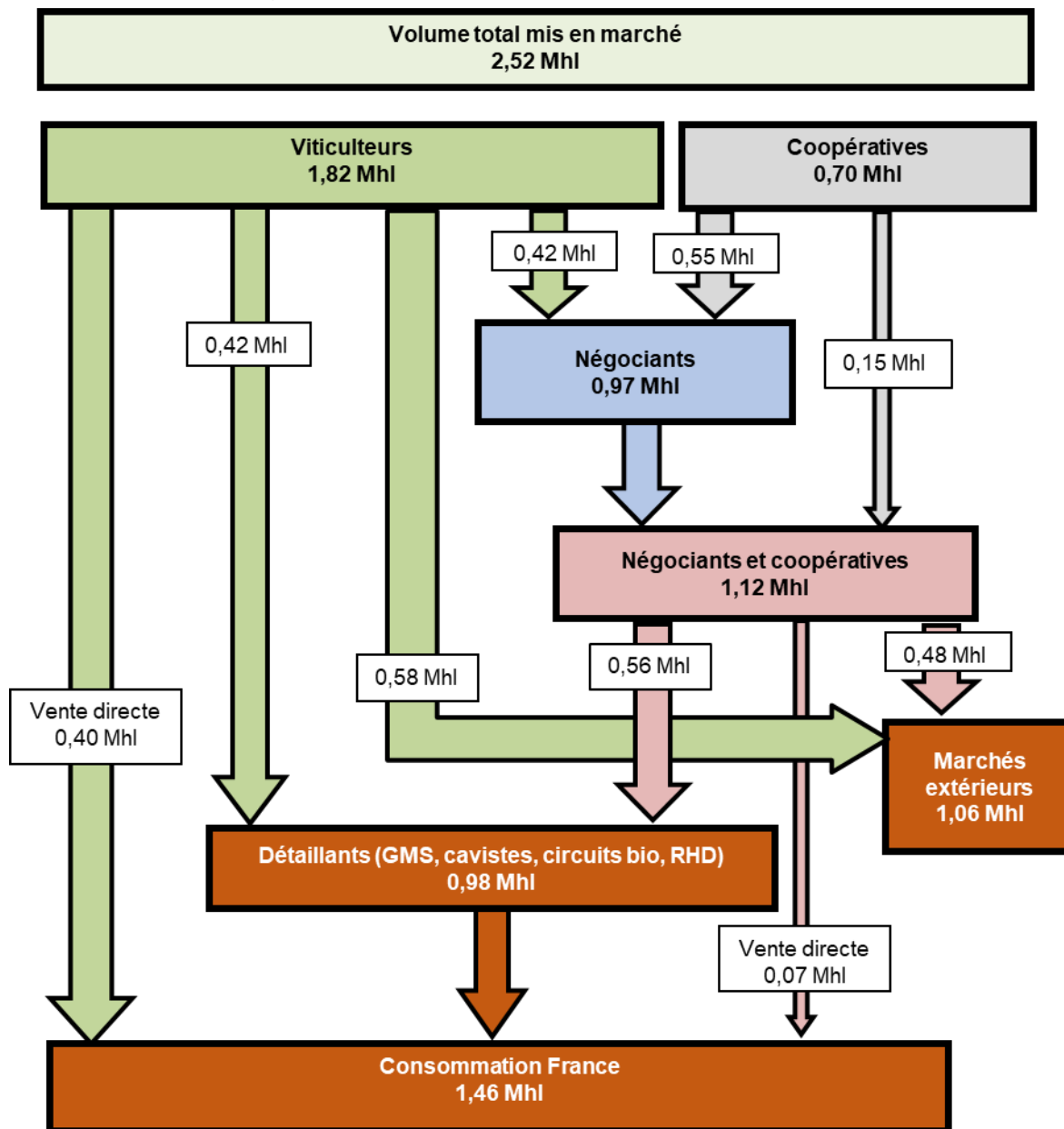
Bassin	Surface et production récolte 2019				Vinification bio et commercialisation			Impact des stocks sur la mise en marché (1000 hl)	Vol. mis en marché (1 000 hl)
	Surface (ha)	Taux de vignes en production	Surface en production (ha)	Rendement (hl/ha)	Production (1 000 hl)	Vinification méthode bio (1 000 hl)	Com. circuit vin bio (1 000 hl)		
Languedoc-Roussillon	29 475	95%	27 930	31	866	852	801	- 74	2 521
Rhône	13 828	95%	13 084	37	487	472	446		
Provence / Corse	11 327	92%	10 445	30	271	269	260		
Bordeaux	9 269	96%	8 930	39	410	395	362		
Sud-Ouest	6 414	95%	6 087	34	206	200	193		
Loire	6 300	95%	5 999	29	173	170	162		
Bourgogne / Beaujolais	4 147	95%	3 941	31	120	117	112		
Alsace	2 853	92%	2 632	41	109	105	101		
Charentes	1 200	94%	1 133	90	102	96	91		
Champagne	905	99%	893	38	34	33	31		
Autre	1 458	92%	1 347	28	38	37	36		
Total	87 177	95%	82 548	34	2 816	2 747	2 595		

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.2.2. Schéma de la mise en marché du vin bio

Le volume mis en marché en 2022 était de 2,52 Mhl, dont 71 % ont été vinifiés par les viticulteurs et 29 % par les coopératives. Les négociants ont commercialisé 23% des volumes des viticulteurs et 79% des volumes vinifiés par les coopératives. L'ensemble coopérative + négoce a représenté ainsi un volume de 1,08 Mhl, disponibles pour la distribution et l'exportation.

Figure 9 - Schéma de la mise en marché du vin bio en 2022



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.2.3. *Volume et valeur des ventes*

Les ventes totales en 2022 représentent 2,52 Mhl et 1,46 Mds EUR HT au stade sortie chais (+1 % en volume et +6 % en valeur par rapport à l'année précédente), 61 % des ventes en valeur sont réalisées au niveau français et 39 % sont réalisées à l'export. La valeur des ventes destinées au marché des ménages français est de 769 M€ HT au stade sortie chais.

La vente directe est le premier marché en volume et en valeur pour la consommation des ménages. Le circuit avec la plus forte croissance est le réseau caviste. Les circuits GMS et magasins bio sont en régression.

Tableau 24 - Estimation des ventes de vin bio en 2022 par circuit et type d'acteur en volume (1 000 hl) et valeur (million EUR HT départ chais)

		GMS	Magasin bio	Caviste	Vente directe	Total ménages France	RHD FR	Total France	Export	Total	Evol. N-1
Volume (1 000 hl)	Domaines	77	43	144	399	663	158	821	580	1.402	+3%
	Négoce / coop	304	62	73	74	514	122	636	483	1.119	-2%
	Total	381	105	217	474	1.177	280	1.457	1.064	2.521	+1%
	Evol. N-1	-9%	-7%	+9%	+3%	-1%	+13%	+1%	+1%	+1%	/
	Part du total	15%	4%	9%	19%	47%	11%	58%	42%	100%	/

Valeur départ chais HT (million EUR)	Domaines	34	29	120	379	562	91	653	379	1.033	+5%
	Négoce / coop	100	26	39	42	207	38	245	185	430	+8%
	Total	134	55	159	421	769	129	898	565	1.463	+6%
	Evol. N-1	-7%	-7%	+8%	+5%	+3%	+12%	+5%	+2,33%	+6%	/
	Part du total	9%	4%	11%	29%	53%	9%	61%	39%	100%	/

Source : enquête AND - International pour l'Agence BIO/estimation basées sur données NielsenIQ pour la GMS

3.2.4. *Marché au stade de détail*

La valeur des ventes est de 1 233 M EUR TTC au stade de détail pour le marché des ménages, en augmentation de 2,2 % en valeur par rapport à 2021 (-1% en volume). Le premier circuit est la vente directe (48 % de la valeur, avec un prix de 9,3 € TTC / col), les cavistes représentent 25 % des ventes et la GMS 18 %, avec un prix moyen de 10,6 € TTC / col et 4,5 € TTC/col. Les magasins bio représentent 9 % de la valeur avec un prix moyen de 7,8 € TTC / col.

Tableau 25 - Estimation des achats de vin bio par les ménages en France en 2022 par circuit en volume (hl) et valeur (M EUR TTC au stade de détail)

		GMS	Magasin bio	Caviste	Vente directe	Total vente aux ménages France
Consommation ménages	Valeur (M EUR TTC)	228	110	307	589	1.233
	Prix (EUR TTC / col)	4,5	7,8	10,6	9,3	7,9

% évolution N-1	-7,0%	-7,0%	+8,0%	+5,1%	+2,2%
-----------------	-------	-------	-------	-------	-------

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.2.5. Transactions vrac

Les transactions vrac de vin bio sont suivies sur plusieurs bassins : les IGP au niveau national par FranceAgriMer, l'IGP Pays d'Oc par Inter Oc et certaines AOP dans le Rhône et à Bordeaux par les Interprofessions.

Ces données sur les transactions vrac constituent des indicateurs du marché, mais elles sont à considérer avec prudence car elles correspondent à des flux intra-filière (ventes au négoce) et seule une partie des volumes est commercialisée en vrac. Par exemple, les ventes avec une mise en bouteille par les viticulteurs et les coopératives ne sont pas couvertes par ces transactions.

Sur 2022 (ou 2021/2022 pour les données en campagne), on observe sur tous les bassins une forte baisse des volumes commercialisés en vrac en raison de la faible récolte 2021. Les prix ont augmenté par rapport à la campagne précédente, mais restent généralement inférieurs aux prix de l'année 2020 (ou campagne 2019/2020), qui correspond au prix vrac maximum observé au cours des dernières années.

IGP au niveau national

Sur longue période, on observe un pic de prix de vin IGP bio pour la campagne 2019/2020 et une baisse en 2020/2021, alors que les volumes de transaction ont fortement augmenté. La campagne 2021/2022 est marquée par une baisse de volume et une augmentation des prix par rapport à la campagne précédente (qui restent cependant inférieurs à ceux de la campagne 2020/2021). Ainsi, en 2021/2022, le prix moyen vrac est de 174 €/hl (+10% par rapport à l'année précédente) pour 235 870 hl commercialisés (-30% par rapport à l'année précédente).

Tableau 26 - Prix, volume et valeur des échanges en IGP vrac bio pour la campagne 2021/2022

	Volume (hl)	Prix vrac (€/hl)	Valeur (M€)	% évol vol / N-1	% évol prix / N-1	% évol val / N-1
Rouge	89.167	165	14,7	-24%	+7%	-19%
Rosé	66.171	200	13,2	-37%	+16%	-27%
Blanc	80.532	164	13,2	-30%	+10%	-23%
Total	235.870	174	41,1	-30%	+10%	-23%

Source : d'après données FranceAgriMer

On observe un différentiel de prix vrac important entre le bio et le conventionnel, il a cependant eu tendance à s'éroder légèrement au cours des trois dernières campagnes. Ainsi, il était de +91% pour le vin bio rouge et +99% pour le vin bio blanc en 2019/2020, contre +68% et +59% en 2021/2022.

Tableau 27 – Comparaison des prix vrac des vins IGP bio et conventionnels (€/hl)

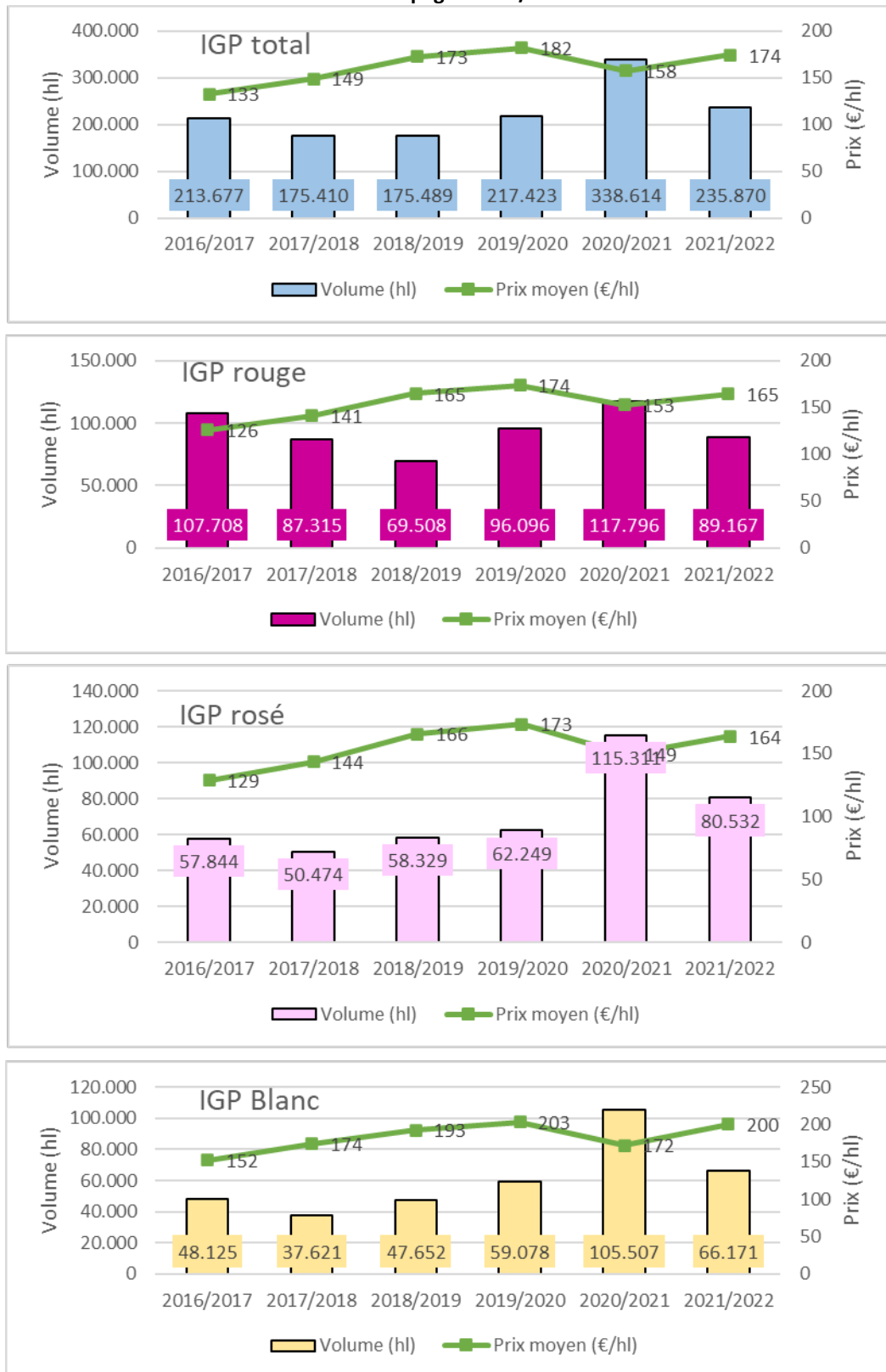
	Rouge bio	Total rouge (bio + conventionnel)	Blanc bio	Total blanc (bio + conventionnel)
2019/2020	174	91	203	102
2020/2021	153	90	172	101
2021/2022	165	98	200	126

Source : d'après données FranceAgriMer⁵

5

<https://visionet.franceagrimer.fr/Pages/Statistiques.aspx?menuurl=Statistiques/productions%20vegetales/vin%20et%20cidriculture/prix%20moyens/prix%20moyens%20vrac%20VSIG%20et%20IGP#>

Figure 10 - Évolution des transactions vrac de vin IGP bio en France par couleur entre la campagne 2016/2017 et la campagne 2021/2022



Source : d'après données FranceAgriMer

IGP Pays d'Oc

Les cours vrac de l'IGP Pays d'Oc bio (d'après données Inter'Oc arrêtées au 27 mai 2022) étaient de 173 €/hl pour le millésime 2021, avec un volume total de 124 385 hl.

- Rouge : 54 426 hl à 162 €/hl, notamment du Merlot et du Cabernet-Sauvignon,
- Rosé : 32 339 hl à 157 €/hl, notamment du Grenache noir,
- Blanc : 37 620 hl à 201 €/hl, notamment du chardonnay.

Les volumes de transaction étaient en décroissance de 24% pour une augmentation de prix de +7%.

AOP régionale Côte du Rhône

Le cours moyen du Côtes-du-Rhône régional rouge était de 185 EUR/hl en 2022, soit un prix stable par rapport à l'année précédente (186 EUR/hl). Notons que le prix s'est maintenu dans un contexte de forte baisse des volumes échangés, à 59 466 h (-25% par rapport à l'année précédente).

Les données mensuelles indiquent un niveau élevé de transaction en février 2022, puis une forte chute des volumes commercialisés lors des mois suivants que l'on peut expliquer par les faibles disponibilités en volume en raison du gel de 2021.

Tableau 28 - Évolution des transactions vrac entre 2020 et 2021 pour le Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours)

	Volume (hl)	Prix (EUR/hl)	Valeur (M EUR)
2020	81 294	199	16,2
2021	79 412	186	14,8
2022	59.466	185	11,0
Evol 2021/2022	-25%	-1%	-26%

Source : d'après données InterRhône⁶

Sur les trois dernières campagnes, le niveau de valorisation du bio s'est maintenu par rapport au conventionnel. Il a cependant baissé en 2020/2021 (année de forte récolte) et s'est renforcé en 2021/2022 (année de faible récolte).

Tableau 29 – Comparaison des cours bio et conventionnel pour le Côtes-du-Rhône Régional rouge bio (millésime en cours)

	Bio	Conventionnel	% différence	Écart (€/hl)
2019/2020	187	131	43%	+56
2020/2021	182	138	32%	+44
2021/2022	169	110	53%	+59

Source : d'après données InterRhône

⁶ <https://www.syndicat-cotesdurhone.com/liste-articles/bulletin-mensuel>

AOP régionale Bordeaux

Les transactions vrac de vin bio de l'AOP Bordeaux ont diminué de 46% en volume et -15 % en valeur entre 2021 et 2022 (20 294 hl et 7 M EUR en 2022). Le cours du bordeaux bio était à 226 EUR/hl en 2021, en hausse de 2% par rapport à 2021.

Tableau 30 - Évolution des transactions vrac entre 2020 et 2022 pour le bordeaux rouge bio

	Prix (EUR/hl)	Volume (hl)	Valeur (EUR)
2020	230	28 375	6 516 668
2021	221	37 348	8 261 233
2022	226	20.294	7.046.608
Evol 2021/2022	+2 %	-46 %	-15 %

Source : d'après données CIVB

3.2.6. Part des AOP/IGP/VSIG

Nous estimons que plus des deux tiers des volumes sont des AOP (71 %), 27 % sont des IGP et 2 % sont des VSIG. Le Languedoc Roussillon est le principal producteur d'IGP au niveau national, les autres fournisseurs importants sont le bassin Provence-Corse, la Nouvelle-Aquitaine (hors Bordeaux), la vallée du Rhône et le Val de Loire.

Tableau 31 - Répartition des volumes commercialisés en fonction des catégories AOP/IGP/VSIG en 2021

	Part du volume total
AOP	71 %
IGP	27 %
VSIG	2 %

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

3.2.7. Situation de la filière bio par rapport à l'ensemble de la filière viti-vinicole française

Le tableau suivant met en perspective les résultats de l'enquête sur le vin bio et les données générales disponibles sur la filière vin en France :

- Les vignes certifiées bio représentent 11 % des vignes françaises en production en 2021. Notons que 69 570 ha sont en cours de conversion, soit 7 % du vignoble français (les vignes certifiées et en conversion représentent 17 % du vignoble),
- Le vin bio (et commercialisé en bio) issu de la récolte 2021 représente 10,1 % du volume de production nationale (hors vin pour cognac),
- Le vin bio représente 6 % de la consommation de vin en France (en volume, d'après données OIV), et 3,5 % du marché en grande distribution (en volume),
- Le vin bio représente 9 % des volumes exportés depuis la France et 5 % en valeur.

Tableau 32 – Mise en perspective de la filière vin bio par rapport à l'ensemble de la filière vin en France

	Ensemble du secteur	Vin bio certifié	Part du vin bio / ensemble secteur	Source pour données sectorielles
Surfaces de vigne en production	750.433 ha	82.548 ha	11,0%	Douanes (2021) ⁷
Production de vin millésime (hors vin pour Cognac)	27,6 Mhl	2,8 Mhl	10,1 %	Douanes (2021)
Consommation en France	25,2 Mhl	1,5 Mhl	6,0 %	OIV (Données 2021) ⁸
Consommation grande distribution France	Tranquille : 9,5 Mhl et 4,6 Mds EUR Effervescent : 1,28 Mhl et 1,45 Mds EUR	0,38 Mhl 0,23 Mds EUR	3,5 % en volume 3,8 % en valeur	CIRCANA/ FranceAgriMer (données 2021)
Exportations	12,2 Mhl 11,6 Mds EUR	1,1 Mhl 0,57 Mds EUR	9,0 % en volume 4,9 % en valeur	Fédération des exportateurs de vins & spiritueux de France (FEVS) (données 2022) ⁹

⁷ https://www.douane.gouv.fr/la-douane/opendata?f%5B0%5D=categorie_opendata_facet%3A469&recherche_opendata=&op=&page=0

⁸ <https://www.oiv.int/fr/what-we-do/country-report?oiv>

⁹ <https://www.fevs.com/la-filiere/chiffres-cles/>

Le CNIV présente une estimation de la répartition des ventes en volume par circuit en France (données 2019)¹⁰. Nous observons que la vente directe est beaucoup plus importante pour le bio que pour le conventionnel : cela représente 1 bouteille sur 10 pour l'ensemble de la filière et 3 bouteilles sur 10 pour le bio. Cette forte orientation du vin bio vers la vente directe se fait au détriment de la grande distribution et de la RHD. Cela s'explique notamment par l'origine du développement de la filière vin bio qui s'est fait en marge des circuits principaux, et donc, avec une forte logique de vente directe.

La présence en réseau caviste est plus forte pour le bio que pour l'ensemble de la filière, en raison d'un fort développement sur ce réseau au cours des dernières années.

Tableau 33 – Répartition des ventes en volume sur le marché français – Nombre de bouteilles consommées pour 10 bouteilles vendues

	Ensemble de la filière (2019) (Données CNIV)	Vin bio (2022)
Vente directe	1	3
Magasins de détail alimentaire généralistes (y.c. bio)	5	3
RHD	3	2
Caviste	1	2
Total	10	10

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO, CNIV

¹⁰ <https://www.intervin.fr/etudes-et-economie-de-la-filiere/chiffres-cles>

3.2.8. Évolutions de la filière vin bio sur longue période

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des surfaces de vignes certifiées en bio¹¹, du volume et de la valeur des ventes de vin bio (stade départ filière). Le graphique suivant présente les mêmes évolutions en indice (base 100 = 2012).

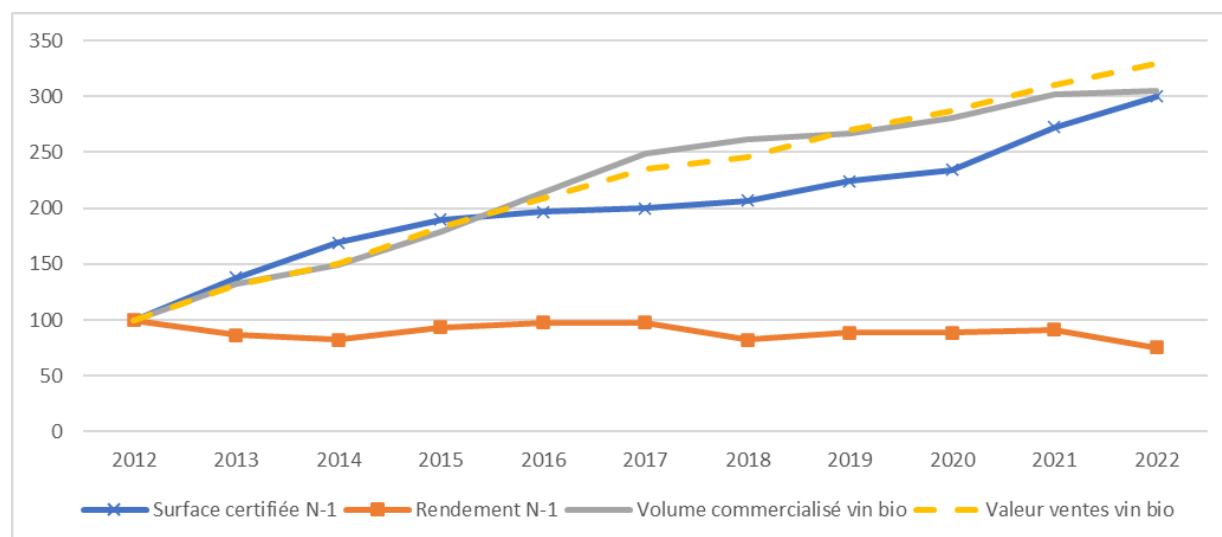
Les surfaces et les ventes ont triplé entre 2012 et 2022. La croissance a été notamment forte jusqu'en 2017. En 2022, nous notons une croissance annuelle en volume relativement faible en raison du faible rendement de l'année (gel).

Tableau 34 - Évolution des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2022

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Surface certifiée N-1 (1000 ha)	29	40	49	55	57	58	60	65	68	79	87
Rendement N-1 (hl/ha)	45	39	37	42	44	44	37	40	40	41	34
Volume commercialisé vin bio (hl)	827	1 097	1 237	1 482	1 771	2 056	2 162	2 207	2 322	2 495	2.521
Valeur ventes vin bio (k €EUR HT - départ filière)	444	581	669	815	926	1 045	1 091	1 199	1274	1 376	1.463
Évolution annuelle surfaces certifiées	/	+38 %	+23 %	+12 %	+4 %	+2 %	+3 %	+8 %	+8 %	+16 %	+10%
Évolution annuelle rendement	/	-13 %	-5 %	+14 %	+5 %	0 %	-16 %	+8 %	+1 %	+3 %	-17%
Évolution annuelle volume ventes	/	+33 %	+13 %	+20 %	+20 %	+16 %	+5 %	+2 %	+5 %	+7 %	+1%
Évolution annuelle valeur ventes	/	+31 %	+15 %	+22 %	+14 %	+13 %	+4 %	+10 %	+6 %	+8 %	+6%

Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

Figure 11 - Évolution en indice des surfaces et des ventes de vin bio en volume et valeur entre 2012 et 2021 (base 100=2012)



Source : enquête AND-International pour l'Agence BIO

¹¹ Y compris les vignes hors production

3.2.9. Aspects méthodologiques

8 948 questionnaires ont été envoyés par dans le cadre de cette enquête. Des collaborations ont été mises en œuvre avec la **Coopération Agricole Occitanie** et **INTERBIO Nouvelle-Aquitaine** afin de collecter des données auprès des membres de ces organisations.

Un total de 1 539 questionnaires utilisables a été retourné, soit un taux de retour de 19 % pour les viticulteurs et de 7 % pour les négociants/coopérateurs. Ce taux de retour est exceptionnellement haut pour les viticulteurs.

Tableau 35 – Taux de retour de l'enquête directe auprès des viticulteurs et négociants/coopératives

	Viticulteurs	Négociants / coopératives
Envois	7.891	1.057
Retours utilisables	1.466	73
Part de retours utilisables / envois	19 %	7 %

Source : AND-International

L'échantillon représente 23 % de la surface de vigne certifiée bio en France.

Tableau 36 – Représentativité de l'enquête directe auprès des viticulteurs par bassin

	Nombre de réponses de viticulteurs bio	Surface AB certifiée des viticulteurs ayant répondu (ha)	Surface AB certifiée en France (ha)	Part de la surface des répondants / surf. AB certifiée en France
Languedoc-Roussillon	415	6.998	29.475	24%
Rhône	171	2.419	13.828	17%
Bordeaux	165	2.485	9.269	27%
Provence / Corse	104	2.014	11.327	18%
Sud-Ouest	102	1.452	6.414	23%
Loire	149	2.084	6.300	33%
Bourgogne / Beaujolais	132	930	4.147	22%
Alsace	81	638	2.853	22%
Charentes	7	85	1.200	7%
Champagne	85	304	905	34%
Autre	55	326	1.458	22%
Total	1.466	19.736	87.177	23%

Remarque : le nombre d'exploitations correspond aux exploitations certifiées et en conversion

Source : AND-International

3.3. Les céréales

3.3.1. Collecte céréales 2022/2023 : une récolte en légère baisse marquée par une forte diminution du maïs

Après une collecte 2021/22 en forte hausse, la récolte de céréales biologiques a légèrement diminué avec -2% en 2022/2023 pour atteindre **831 000 tonnes***. Les collectes de blé tendre et d'orge ont progressé chacune de 12% pour atteindre respectivement les records de 433 000 et 70 000 tonnes. Au contraire, la récolte de maïs a souffert de la sécheresse 2022 et est en retrait de 36% par rapport à 2021 avec des volumes de maïs C2 retrouvant leurs niveaux de 2016.

La part des principales céréales C2 dans la collecte totale diminue à nouveau de 42% pour atteindre son niveau de 2018, soit 89 500 tonnes. Celle-ci représente désormais 10,7% de la collecte contre 19% sur 2021/2022.

Représentant près de 15% de la collecte totale, la collecte des autres céréales a progressé de 3%.

Tableau 37 – Collecte de céréales bio et C2 depuis 2016/2017 en tonnes

COLLECTE	2016 /2017	2017 /2018	2018 /2019	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022*	2022 /2023**	Evol. Dernière campagne*
Blé	93 983	159 005	135 362	255 758	232 262	387 849	433 000	12%
<i>Dont C2</i>	<i>19 294</i>	<i>41 003</i>	<i>24 634</i>	<i>65 219</i>	<i>61 919</i>	<i>67 878</i>	<i>38 000</i>	<i>-44%</i>
Maïs	49 360	91 000	112 330	162 136	192 014	188 807	120 000	-36%
<i>Dont C2</i>	<i>9 298</i>	<i>29 496</i>	<i>36 850</i>	<i>69 192</i>	<i>50 829</i>	<i>25 957</i>	<i>8 500</i>	<i>-67%</i>
Orge	21 598	34 268	29 403	65 753	55 588	62 573	70 000	12%
<i>Dont C2</i>	<i>5 505</i>	<i>10 258</i>	<i>7 025</i>	<i>24 269</i>	<i>15 582</i>	<i>14 797</i>	<i>9 000</i>	<i>-39%</i>
Triticale	35 005	63 669	46 089	95 782	69 914	92 315	85 000	-8%
<i>Dont C2</i>	<i>13 380</i>	<i>30 360</i>	<i>20 584</i>	<i>52 346</i>	<i>39 464</i>	<i>45 326</i>	<i>34 000</i>	<i>-25%</i>
Autres céréales	41 771	68 223	55 222	76 523	69 180	119 507	123 000	3%
Total	241 717	416 165	378 406	655 952	618 958	851 051	831 000	-2%
<i>Dont 4 céréales C2</i>	<i>47 477</i>	<i>111 118</i>	<i>89 093</i>	<i>211 026</i>	<i>167 794</i>	<i>153 958</i>	<i>89 500</i>	<i>-42%</i>

Source : FranceAgriMer

* chiffres semi-définitifs ** données provisoires

3.3.2. Échanges de céréales 2022/2023 : les exportations de céréales biologiques atteignent des records

-3321- Importations et introductions de céréales

Après des années de progression, les importations de céréales ont amorcé un repli en 2019/2020. Alors que celles-ci s'élevaient à 168 280 tonnes en 2018/2019 et représentaient plus de la moitié de la collecte, les volumes importés des 4 céréales principales ont reculé à la faveur du développement de la production nationale. **Avec 14 000 tonnes importées en 2022/2023**, celles-ci représentent désormais **2% de la collecte de céréales**.

Tableau 38 – Importations et introductions des 4 céréales principales depuis 2016/2017 en tonnes

IMPORTATIONS ET INTRODUCTIONS	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022*	2022/2023**	Évolution dernière campagne**
Blé	76 054	73 807	112 411	82 458	51 802	35 353	9 500	-73%
Mais	29 747	31 747	21 001	4 990	900	473	1 000	111%
Orge	8 138	10 497	21 098	10 948	13 090	10 915	3 500	-68%
Triticale	8 745	7 932	13 770	12 789	17 024	3 884	0	-100%
Total	122 684	123 983	168 280	111 185	82 816	50 625	14 000	-72%
% imports 4 céréales /collecte	61%	36%	52%	19%	15%	7%	2%	nd

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

Les importations de céréales depuis les pays tiers baissent de nouveau en 2022 pour atteindre 4 048 tonnes. Celles-ci sont principalement composées de riz et de quinoa. Le Pakistan, l'Inde, et la Bolivie sont les principaux fournisseurs de « céréales » biologiques issus de pays tiers.

Tableau 39 – Importations de céréales directement depuis les pays tiers depuis 2018 en tonnes

IMPORTATIONS PAYS TIERS	2018	2019	2020	2021	2022	22/21	Origines 2022
Blé	6 110	3 333	807	785	65	-92%	Canada
Mais	4 485	1 417	192	46	0	-100%	
Riz	3 129	2 337	3 541	3 210	1 784	-44%	Pakistan, Inde, Cambodge, Thaïlande
Autres "céréales" (quinoa, sarrasin, mil, fonio et Khorassan)	3 256	6 275	3 065	2 450	2 199	-10%	Bolivie, Pérou,
Total	16 980	13 362	7 584	6 491	4 048	-38%	

Source : Douanes Françaises

-3322- Exportations et expéditions de céréales

Les expéditions vers l'UE et les exportations des 4 principales céréales biologiques ont atteint un nouveau record sur 2022/2023, à hauteur de **107 000 tonnes**. Les céréales biologiques françaises bénéficient d'un contexte international perturbant les circuits historiques d'importations en UE : la hausse du prix du fret, la sécheresse 2022 et la poursuite de la guerre en Ukraine ont incité les industriels du Nord de l'Europe à s'approvisionner auprès des organismes stockeurs français. La part des quatre principales céréales exportées progresse à 15% du volume total collecté de ces quatre céréales. Les exportations de blé ont progressé de près de 53% sur 2022/2023.

Tableau 40 : Exportations et expéditions des 4 céréales principales depuis 2016/2017 en tonnes

EXPORTATIONS ET EXPÉDITIONS	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019 /2020	2021 /2022*	2022/2023**	Évolution dernière campagne**
Blé	1 000	3 000	1 500	3 000	42 500	65 000	53%
Maïs	1 700	5 000	6 000	9 000	46 000	30 000	-35%
Orge	1 000	1 200	1 000	4 000	6 505	9 000	38%
Triticale	0	2 500	1 000	1 000	2 500	3 000	20%
Total	3 700	11 700	9 500	17 000	97 505	107 000	10%
% exportations 4 céréales /collecte	2%	3%	3%	3%	4%	13%	

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

-3323- Balance exports -imports : confirmation de la situation de pays exportateur net.

Pour la seconde année, la France est exportatrice nette sur les 4 principales céréales suivies à travers les bilans FranceAgriMer. Le solde des échanges est positif et atteint 93 000 tonnes, soit un doublement par rapport à 2021/2022.

Tableau 41 : Balance exports-imports depuis 2016/2017 en tonnes

Balance export-import	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022*	2022/2023*	Évolution dernière campagne**
Blé	-75 054	-70 807	-110 911	-79 458	-48 802	7 147	55 500	677%
Maïs	-28 047	-26 747	-15 001	4 010	13 100	45 527	29 000	-36%
Orge	-7 138	-9 297	-20 098	-6 948	-10 590	-4 410	5 500	-225%
Triticale	-8 745	-5 432	-12 770	-11 789	-16 524	-1 384	3 000	-317%
Total	-118 984	-112 283	-158 780	-94 185	-62 816	46 880	93 000	98%

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

3.3.3. Utilisations des céréales en alimentation animale

Les utilisations de céréales en alimentation animale baissent pour la première fois en 2022/2023 de **17%** pour atteindre **270 080 tonnes**, soit le niveau d'utilisation de 2018/2019. Cela représente près de 55 000 tonnes de céréales de moins utilisées par les fabricants d'aliments du bétail (FAB) par rapport à la campagne précédente. L'accroissement des utilisations de blé tendre ne compense pas les baisses observées en maïs, triticale et orge.

Tableau 42 – Utilisations de céréales Bio et C2 par les FAB en années campagne

FAB	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022*	2022/2023*	Evol. Dernière campagne*
Blé	44 461	47 917	63 889	59 145	64 901	74 745	100 000	34%
Maïs	71 614	82 249	102 331	117 309	136 445	121 713	93 000	-24%
Orge	21 481	27 809	37 348	40 029	47 488	38 659	21 000	-46%
Triticale	40 728	51 964	53 405	71 998	75 583	81 317	53 000	-35%
Autres céréales	7 413	8 428	10 110	13 754	6 341	8 964	3 080	-66%
Total	185 697	218 367	267 083	302 235	330 758	325 398	270 080	-17%

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

3.3.4. Production de farine : nouveau ralentissement de la croissance sur 2022/2023

La demande des moulins diminue de 9 % sur la campagne 2022/2023, après avoir augmenté de 3 % sur la campagne précédente. Le blé tendre représente 95,5 % des volumes écrasés par les moulins sur 2022/2023.

Tableau 43 – Utilisations de céréales Bio en meunerie en années campagne

MEUNERIE	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022*	2022/2023*	Évolution dernière campagne**
Blé Tendre	122 255	144 769	166 948	193 995	196 030	206 616	194 000	-6%
Autres céréales	10 521	11 994	13 707	15 278	15 479	15 900	8 490	-47%
Total	132 776	156 763	180 655	209 273	211 509	222 516	202 490	-9%

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

En année civile, le volume des grains mis en œuvre a baissé de 1 % en 2022 par rapport à 2021, pour atteindre 200 000 tonnes de blé tendre écrasé, soit 3 000 tonnes de moins qu'en 2021.

Tableau 44 : Utilisation du blé tendre Bio en meunerie en années civiles

MEUNERIE	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Évolution dernière année
Blé Tendre	112 689	128 901	157 503	179 615	196 711	203 178	200 266	-1%

Source : FranceAgriMer

3.3.5. Les débouchés de la farine et des céréales pour l'alimentation humaine

Selon FranceAgriMer, le total des utilisations de farine biologiques par la meunerie s'élève à 145 456 tonnes en 2022, en baisse de 2% par rapport à 2021. Les cessions entre moulins et les exportations baissent respectivement de 9% (pour atteindre à 37 824 tonnes) et de 6% (pour atteindre 9 442 tonnes). Les utilisations du marché intérieur représentent la quasi-totalité des débouchés avec 136 014 tonnes (-2%). Parmi celles-ci, les utilisations de farines bio destinées à la « panification-autres utilisations alimentaires-mixes-négociants », représentant la majorité des utilisations intérieures, avec 119 548 tonnes et sont en baisse de 2%. Les ventes de farines bio en sachet/amidonnerie/alimentation animale baissent de 6%.

Pour compléter les données de FranceAgriMer, les données de panel peuvent être utilisées pour décrire l'usage qui est fait de la farine. En considérant les volumes consommés dans la grande distribution (GMS, hard discount, e-commerce, magasins de proximité) suivis par le panel NielsenIQ et des coefficients de conversion adaptés, il est possible d'estimer les volumes de farine mis en œuvre dans les industries de transformation.

Tableau 45 – Estimation des volumes de farines utilisés dans les produits vendus en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Coefficient (1)	Estimation des ventes en volume – tous circuits	Estimation des volumes de farine - tous circuits
Farine vendue en sachet	100%	32 400	32 400
<i>Pains de mie / Panification fraîche</i>	91%	18 500	16 800
<i>Biscuits salés et sucrés</i>	56%	19 500	10 900
<i>Pâtes ménagères</i>	70%	9 400	6 600
<i>Panification sèche</i>	80%	7 300	5 800
<i>Pâtisserie industrielle</i>	50%	4 200	2 100
<i>Pizzas</i>	0,28	2 900	800
Farine utilisée en ingrédient eq.	/	61 800	43 000
Total	/	94 200	75 400

Source : Estimation AND basée sur NIELSENIQ et enquête AND / Agence bio

(1) Le coefficient est basé sur le taux d'incorporation de farine dans les produits et sur la part des fabrications nationales dans la consommation.

La consommation de farine équivalente est estimée à **75 100 tonnes**, GMS et distribution spécialisée incluses. La consommation totale de farine biologique vendue en sachets et mise en œuvre dans divers produits alimentaires est estimée en **baisse de 13% en 2022 par rapport à 2021**.

La consommation de farine en sachets représente un peu moins de la moitié (43 %) de la consommation apparente avec de près de 32 400 tonnes. La consommation de farine via les produits transformés compte pour environ 57 % du volume total avec 42 700 tonnes estimées.

3.3.6. Un effet prix variable selon le stade de la filière et le type de produit

L'inflation observée sur les produits céréaliers entre 2022 et 2021 atteint globalement un niveau élevé mais celle-ci est variable selon les familles de produits :

- Farine : + 7,9 %
- Biscuits : + 3,2 %
- Pâtes ménagères : + 9,5 %

Selon notre enquête (panel de 10 entreprises représentant 25 % de l'utilisation de T65), l'effet prix sortie minoterie pour cette farine s'élève à + 3,5 % sur 2022.

3.4. Les oléo-protéagineux

3.4.1. Une collecte d'oléo-protéagineux en hausse

La collecte d'oléo-protéagineux biologiques et C2 est estimée à 212 300 tonnes soit +37% sur 2021/2022.

La collecte totale d'oléagineux poursuit sa progression pour atteindre 172 900 tonnes, soit une hausse de 33%, portée par le soja (+25%) et le tournesol (+43%). Le soja demeure le premier oléo-protéagineux et quatrième COP collecté en volume, avec une prévision de collecte qui s'établit à près de 90 000 tonnes sur 2021/2022. La collecte de tournesol atteint un nouveau record avec 73 000 tonnes estimées sur la campagne en cours.

La collecte de protéagineux 2021/2022 a progressé après son fort décrochage sur la campagne précédente. Celle-ci est estimée à 39 400 tonnes sur 2021/2022, ce qui demeure en deçà de son niveau de 2019/2020.

Tableau 46 – Collecte d'oléagineux et de protéagineux bio et C2 sur les 6 dernières campagnes en tonnes

COLLECTE	2016 /2017	2017 /2018	2018 /2019	2019 /2020	2020 /2021	2021 /2022*	2022 /2023*	Évolution dernière campagne**
Soja	29 556	43 004	39 831	61 501	71 732	87 963	70 400	-20%
Tournesol	13 605	26 415	24 597	30 405	51 038	75 309	78 300	4%
Colza			3 027	4 007	3 776	6 933	16 300	135%
Lin		3 011	1 557	3 038	3 277	3 068	2 800	-10%
Total oléagineux	43 161	72 430	69 012	98 951	129 823	173 273	167 800	-3%
Pois	9 558	13 088	12 970	28 406	14 667	16 142	18 000	12%
Féverole	11 963	19 623	14 851	27 697	8 957	23 837	27 000	13%
Autres protéagineux	350	708	423	472	11 088	7 650	10 900	42%
Total protéagineux	21 871	33 566	28 319	56 838	25 238	38 966	55 900	43%
Total oléo-protéagineux	69 328	105 996	97 331	155 789	155 061	212 239	223 700	5%

Source : FranceAgriMer

* Chiffres provisoires ** Estimation AND sur base FAM (8 mois)

3.4.2. Échanges : la croissance des importations se poursuit

-3421- Importations d'oléo-protéagineux en graines

Les importations d'oléoprotéagineux depuis les pays tiers ont progressé **de 33% en 2022** par rapport à 2021 pour atteindre **70 242 tonnes**. Celles-ci sont principalement composées de fèves de soja et dans une moindre mesure de graines de colza, de légumes secs et d'autres graines oléagineuses (principalement de lin et de sésame). Le Togo est de loin le premier fournisseur de graines de soja suivi du Burkina Faso et du Bénin et de l'Ouganda. Le Mali est le premier fournisseur de graines de sésame biologique. Les importations de légumes secs (lentilles et pois chiches) sont en reprise en 2022 par rapport à 2021. Celles-ci proviennent majoritairement de Turquie et de Moldavie.

Tableau 47 : Importations de graines d'oléo-protéagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes

Importations Graines et fées d'oléo protéagineux	2018	2019	2020	2021	2022	Evol. Dernière année	Origines
Fèves de soja, même concassées	25 765	39 584	44 861	44 067	62 652	42%	Togo - Benin
Graines de tournesol, même concassées	73	0	825	110	198	80%	US
Graines de navette ou de colza, même concassées	2 581	4 140	7 043	2 750	2 575	-6%	Kazakhstan
Autres graines et fruits oléagineux, même concassés (lin, et autres graines oléagineuses)	3 065	2 945	3 480	2 899	1 668	-42%	Mali -Chine
Tout oléagineux	31 484	46 669	56 209	49 826	67 093	35%	
Légumes secs à cosse, écosés, même décortiqués ou cassés (pois chiche, lentilles haricots)	2 164	2 265	3 104	2 965	3 149	6%	Turquie - Moldavie
Tout protéagineux	2 164	2 265	3 104	2 965	3 149	6%	
Tout oléo-protéagineux	33 648	48 934	59 313	52 791	70 242	33%	

Source : Douanes Françaises

-3422- Importations de tourteaux d'oléagineux

Les importations de tourteaux d'oléagineux depuis les pays tiers baissent de nouveau en 2022 de **38%** pour atteindre **24 185 tonnes**. Celles-ci sont essentiellement composées de tourteaux de soja dont les volumes ont diminué de 37%. L'Inde et le Brésil sont les principaux fournisseurs de tourteaux de soja, devant l'Ouganda. Les autres importations de tourteaux demeurent très faibles.

Tableau 48 : Importations de tourteaux d'oléagineux bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes

Importations de Tourteaux d'oléagineux	2018	2019	2020	2021	2022	Evol. Dernière année	Origines
Tourteaux de Soja	24 999	43 183	40 251	38 638	24 150	-37%	Inde - Brésil - Ouganda
Tourteaux de Tournesol	15 785	0	60	183	0	-100%	
Autres tourteaux d'oléagineux	1 800	0	14	341	35	-90%	Pérou
Tout oléagineux	42 584	43 183	40 325	39 162	24 185	-38%	

Source : Douanes Françaises

-3423- Importations d'huiles en provenance des pays tiers

Les importations d'huiles biologiques depuis les pays tiers ont **baissé de 21% par rapport à 2021** pour atteindre **6 944 tonnes**. L'huile d'olive représente la plus grande partie des volumes et la Tunisie constitue de loin le premier fournisseur. Les autres huiles (karité, sésame) représentent plus d'un quart des volumes d'huiles végétales biologiques importées, en provenance d'Afrique de l'Ouest (Burkina Faso et Mali).

Tableau 49 : Importations directes d'huiles bio en provenance des pays tiers depuis 2018 en tonnes

Huiles	2018	2019	2020	2021	2022	Evol. Dernière année	Origines
Huile d'olive	4 199	7 919	4 796	4 941	4 032	-18%	Tunisie
Huile de Tournesol	133	1 824	539	414	470	14%	Ukraine
Huile Coco	723	972	834	920	661	-28%	Philippines - Sri Lanka
Autres huiles végétales (karité, sésame, et autres huiles)	2 744	1 949	3 145	2 505	1 781	-29%	Burkina Faso,
Tout oléagineux	7 799	12 664	9 314	8 780	6 944	-21%	

Source : Douanes

3.4.3. Les débouchés des protéagineux pour l'alimentation humaine

Les débouchés des protéagineux en alimentation humaine regroupent tous les produits contenant en totalité ou partiellement des légumes secs (lentilles, pois chiches, haricots, fèves, pois, lupins...).

Les volumes de consommation de légumes secs peuvent être approchés à travers leur utilisation en sachets et en conserves appertisées. Les données issues du panel NielsenIQ ne permettent pas d'identifier avec précision les volumes de légumes secs biologiques en conserves appertisées.

Sur l'année 2022, les ventes de légumes secs consommés en sachet ont diminué de 8% pour un volume estimé à environ **6 260 tonnes** tous circuits confondus.

Tableau 50 : Consommation de légumes secs par les ménages en 2022

	Tonnes GMS (NielsenIQ)	Évolution volume 2022/2021	Tonnes éq. Légumes secs tous circuits (est.)
Légumes secs en sachet	3 302	-8%	6 260

Source : AND-International à partir de données NielsenIQ et enquête AND-I

3.4.4. Les débouchés des oléagineux pour l'alimentation humaine

La consommation d'huile demeure le principal débouché des graines oléagineuses en alimentation humaine. Les principaux débouchés des huiles issues d'oléagineux sont les suivants :

- Les huiles de cuisine, utilisées en friture et/ou en assaisonnement,
- Les produits alimentaires intermédiaires (PAI) pour les IAA.

-3441- Consommation d'huiles biologiques de cuisine par les ménages

La consommation d'huiles de cuisine biologiques par les ménages en France est estimée à 41 900 tonnes en 2022. D'après le panel NielsenIQ, la consommation d'huile biologique en circuit généraliste a atteint 22 099 tonnes et a baissé de 10,4 % entre 2022 et 2021.

-3442- Consommation d'huiles biologiques par les IAA (PAI)

La consommation d'huiles biologiques en libre-service et à travers les produits agroalimentaires est estimée de 51 730 tonnes, tous circuits confondus, en 2022.

Le tableau suivant présente l'estimation de la consommation d'huile à travers la consommation de produits agroalimentaires biologiques calculée à partir des données NielsenIQ.

Tableau 51 : Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agroalimentaires en tonnes en 2022

En tonnes	Coefficient	Estimation des ventes en volume (tous circuits)	Estimation des volumes d'huiles utilisés
Potage	3%	29 800	890
Soupe fraîche	3%	5 100	150
Total sauces	5,30%	31 900	1 710
Total conserves	1,30%	71 400	960
Chips	35%	1 500	530
Pâte à tartiner	17%	15 000	2 550
Biscuits + gâteaux festifs	7%	29 400	1 910
Margarine	58%	3 800	2 200
Pate ménagère	12%	11 800	1 420
Viennoiseries	10%	11 200	1 120
Panification fraîche et sèche	1%	32 100	320
Huile utilisée comme PAI	-	-	13 610
Huiles vendues en l'état	100%	41 900	41 900
Total		276 400	55 660

Source : Estimation AND-I base NielsenIQ et enquête AND-I / Agence BIO

3.4.5. Utilisations des oléo-protéagineux en alimentation animale

Le principal débouché des oléo-protéagineux demeure l'alimentation animale. Les utilisations estimées sur 2022/2023 n'ont pu être établies que pour les graines entières.

Les utilisations de graines entières de soja et de tournesol progressent de **17%**, tandis que les utilisations de protéagineux (pois et féverole) sont en baisse de **18% sur 2022/2023 par rapport à 2021/2022**.

Tableau 52 : Utilisations d'oléo-protéagineux en alimentation animale depuis 2016/2017 en tonnes

FAB	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019 /2020*	2020 /2021**	2021 /2022*	2022 /2023**	Evol. Dernière campagne* *
Soja	8 016	6 603	11 878	12 919	7 493	26 321	26 058	-1%
Tournesol	0	59	300	0	1 600	7 133	13 410	88%
Total oléagineux	8 016	6 662	12 178	12 919	9 093	33 454	39 141	17%
Pois	7 006	9 092	11 849	12 347	14 000	10 107	7 277	-28%
Féverole	13 560	12 414	10 343	17 236	13 000	12 373	11 012	-11%
Total protéagineux	20 566	21 506	22 192	29 583	27 000	22 480	18 434	-18%
Tourteaux de soja	44 257	54 559	81 896	91 719	89 880	ND	ND	ND
Tourteaux de tournesol	17 480	20 821	24 059	29 056	32 250	ND	ND	ND
Tourteaux de colza	2 120	1 893	1 988	3 500	4 310	ND	ND	ND
Total tourteaux	63 857	77 273	107 943	124 275	126 440	ND	ND	ND
Total oléo-protéagineux	92 439	105 441	142 313	166 777	162 533	ND	ND	ND

Source : FranceAgriMer

* Chiffres provisoires ** Estimation AND sur base FAM (9 mois)

3.5. Alimentation animale

En 2022, près de **638 838 tonnes** d'aliments biologiques pour animaux d'élevage ont été fabriqués selon CDF-NA / SNIA, ce qui représente environ 3% de la production totale d'aliments composés pour animaux de ferme en France.

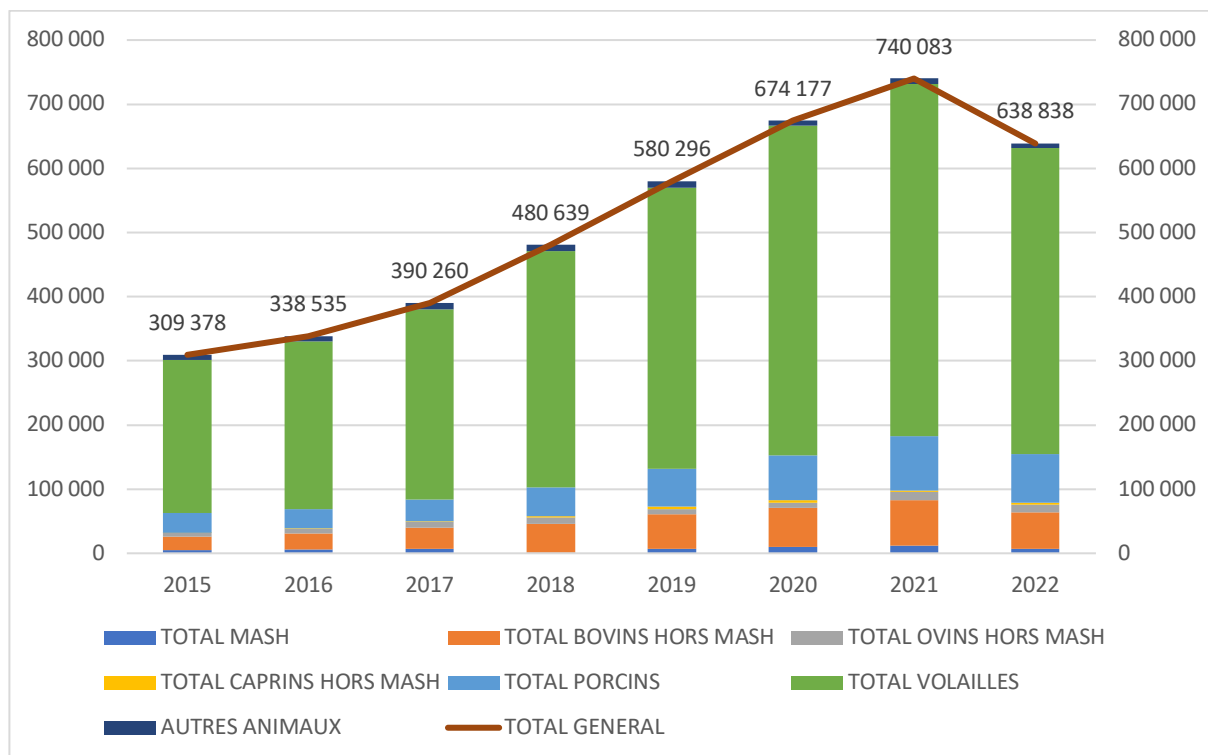
La fabrication d'aliments du bétail a chuté d'environ de 101 245 tonnes, soit une baisse 13,7% alors que celle-ci avait progressé de 9,8% l'année précédente (+65 906 tonnes). A l'exception des aliments pour caprins, toutes les catégories d'aliments sont en baisse.

- Les aliments pour volailles représentent 75 % des volumes d'aliments biologiques produits (contre 74 % en 2021), mais ceux-ci ont contribué le plus fortement à la baisse des fabrications observées au niveau national (baisse de 13,1% vs 2021 soit 71 815 tonnes). Les aliments pour poules pondeuses et pour poulets de chair ont respectivement baissé de 9,4% (soit -37 560 tonnes) et 21,8% (soit -30 724 tonnes) entre 2022 et 2021. Les volumes produits en 2022 sont inférieurs à ceux de 2020. Cette baisse s'explique par le repli du marché alimentaire biologique et également par la grippe aviaire.

- Les aliments pour porcins comptent pour 12% des volumes d'aliments bio fabriqués et ont chuté de 9,7% entre 2022 et 2021.
- Les fabrications d'aliments pour bovins « hors mash¹² » représentent 8,9% du total et chutent de 20,7% entre 2022 et 2021 pour s'approcher des volumes fabriqués en 2019.
- La fabrication d'aliments pour ovins diminue de 7,3% tandis que les volumes d'aliments pour caprins progressent de 8% (mais ceux-ci avaient baissé en 2021 de 27%).

La fabrication d'aliments à la ferme (FAF) occupe une place importante dans les filières animales biologiques. En porcs, l'ITAB estimait que la FAF représentait environ 45 % des volumes d'aliments consommés sur l'ensemble des aliments (complets et complémentaires) consommés par l'élevage porcin biologique¹³ en 2019. La FAF est beaucoup moins développée en volailles de chair et représenterait environ 10 % de l'alimentation des volailles de chair d'après une enquête de la FNAB en 2018. En poules, la FAF serait marginale et représenterait tout au plus 1 % de l'aliment total consommé.

Figure 12 : Fabrication d'aliments pour animaux de ferme biologiques de 2010 à 2022 en tonnes



Source : Coop de France – NA

¹² Mash : Aliment concentré pour animaux d'élevage correspondant à un mélange de matières premières grossièrement broyées, qui vient en substitution de plusieurs aliments simples

¹³ Enquête réalisée en 2019 par l'ITAB auprès des Organisations de producteurs de porcs représentant 70 % des abattages de porcs en France.

3.6. Le secteur laitier en 2022 : une situation critique

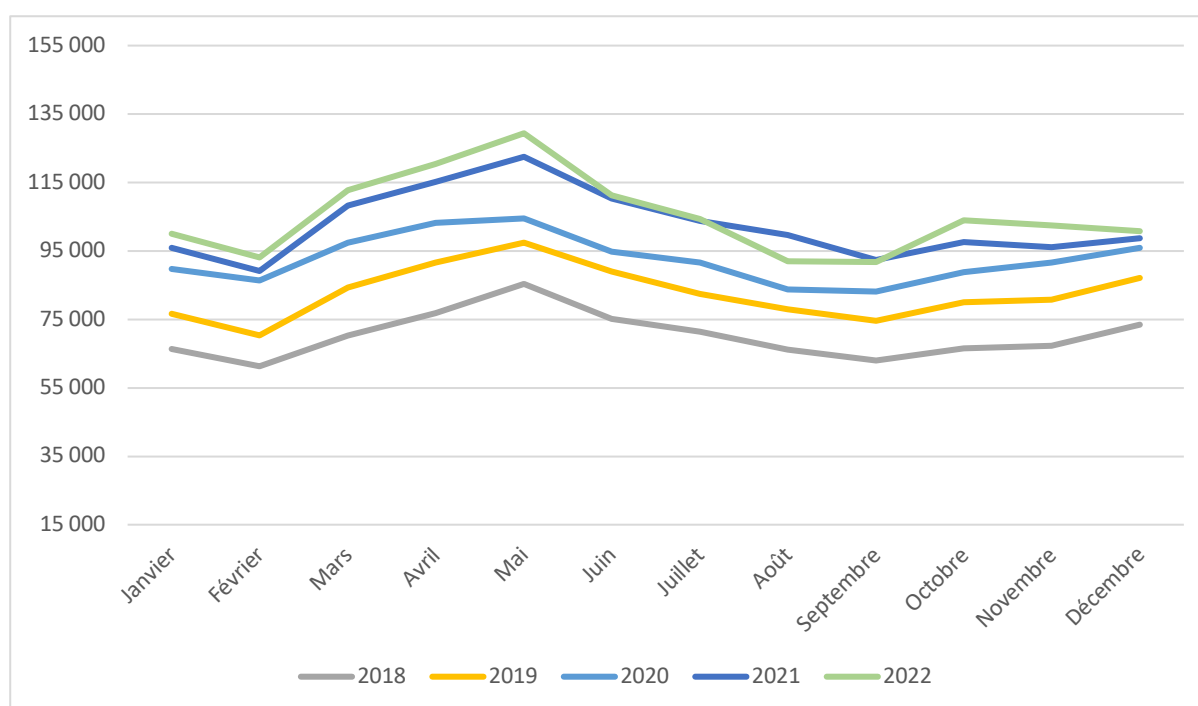
3.6.1. Collecte : une croissance modérée en raison du manque de fourrage

Selon l'enquête mensuelle laitière (SSP/FranceAgriMer), la collecte de **lait de vache** biologique représente 5,4 % de la collecte totale pour l'année 2022 (5,2 % en 2021 4,6 % en 2020 4,1% en 2019 3,5 % en 2018 et 2,6 % en 2017). Malgré un commerce très difficile, la part du bio dans la collecte a cru de 0,2 point.

L'enquête mensuelle laitière indique une collecte de 1 271 millions de litres. **La collecte est en hausse de 3,4 % par rapport à 2021** (+11% en 2021, + 12% en 2020, + 16% en 2019, 35 % en 2018, 13,6 % en 2017 et -0,7 % en 2016).

La sécheresse de l'été 2022, n'a pas favorisé la productivité des vaches laitières, de ce fait la production a été moins abondante qu'elle n'aurait été avec une pluviométrie normale. Cette pénurie forcée n'a pas été bénéfique pour les éleveurs, mais a réduit les tensions résultantes d'un excès d'offre.

Figure 13 – Collecte mensuelle de lait bio en 2018, 2019, 2020, 2021 et 2022.



D'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

3.6.2. Légère baisse des conversions en 2022

En 2022 le cheptel converti a cru de plus de 15 000 têtes (+8 %), approchant 200 000 têtes (198 467 exactement). S'y ajoutent 103 739 vaches en conversion (- 5 375 par rapport à 2021). Le potentiel de production certifié va donc croître d'environ 50% en 2023. Alors que le marché hexagonal ne se développe plus depuis bientôt 2 ans.

Tableau 53 – Évolution du cheptel de vaches de laitières certifiées bio et en conversion

	Vaches laitières certifiées bio	Vaches laitières en conversion	Conversion/converties
2017	130 372	69 546	53%
2018	148 415	80 553	54%
2019	163 330	89 810	55%
2020	173 727	99 198	57%
2021	183 351	109 114	60%
2022	198 467	103 739	52%

Source Agence BIO

3.6.3. Consommation : accélération du recul.

Tableau 54 - Évolution des achats des ménages en GMS 2022 selon NIELSEN IQ

2021/2020	NIELSEN 2021/20			NIELSEN 2022/21		
	Volume	Valeur	Prix	Volume	Valeur	Prix
Lait UHT	-6,8 %	-6,4 %	+ 0,4 %	- 9,6 %	-3,1 %	+7,2 %
Beurre	-10,1 %	-12,1 %	-2,2 %	- 10,4 %	-3,7%	+ 7,4 %
Crème	-10,1 %	-11,4 %	-1,5 %	- 12,4 %	-9,7 %	+3,0 %
Yaourt	-8,9 %	- 7,9 %	+ 1,1 %	- 8,2 %	-4,4 %	+ 4,2 %
Dessert frais laitiers	- 6,8 %	- 7,0%	-0,2 %	-17,4 %	-16,2 %	+ 1,3 %
Fromage Frais	- 9,9 %	-8,4 %	+ 1,7 %	-10,4 %	-6,0 %	+ 4,9 %
Fromages autres	- 8, 9 %	- 8,0 %	+ 0,9 %	-6,9 %	-0,1 %	+ 7,2 %

AND international / Agence BIO d'après NielsenIQ

C'est donc le scénario pessimiste qui s'est réalisé en 2022, avec une accélération de la réduction de la demande. Les causes générales sont connues : guerre en Europe dès le mois de mars 2022, inflation, réduction historique de la consommation alimentaire des ménages, baisse de la natalité et vieillissement de la population. Au reste, Selon NielsenIQ, le volume de ventes de produits laitiers conventionnels a également diminué : - 5% en volume pour le beurre, -3% pour la crème, -2% pour les pâtes pressées cuites, - 2% pour le lait UHT. Les seuls segments en croissance significative sont les « plateaux de fromages » et les « boissons végétales ». Le volume du segment des yaourts progresse de 0,5%.

Le recul en volume des produits bio est deux fois plus rapide que celui des produits conventionnels et il n'est pas compensé par une forte hausse des prix. C'est pourquoi le rayon « frais laitiers » conventionnel progresse de 6% en valeur, quand son équivalent bio recule de 3,4 % (NielsenIQ).

Certaines enseignes spécialisées bio ont enregistré une croissance des ventes d'ultra frais laitier ou un moindre recul que celui des GMS, mais ce n'est pas toujours le cas, et, en tenant compte des fermetures de magasin et enseignes, du recul très important de certaines autres et de l'évolution du

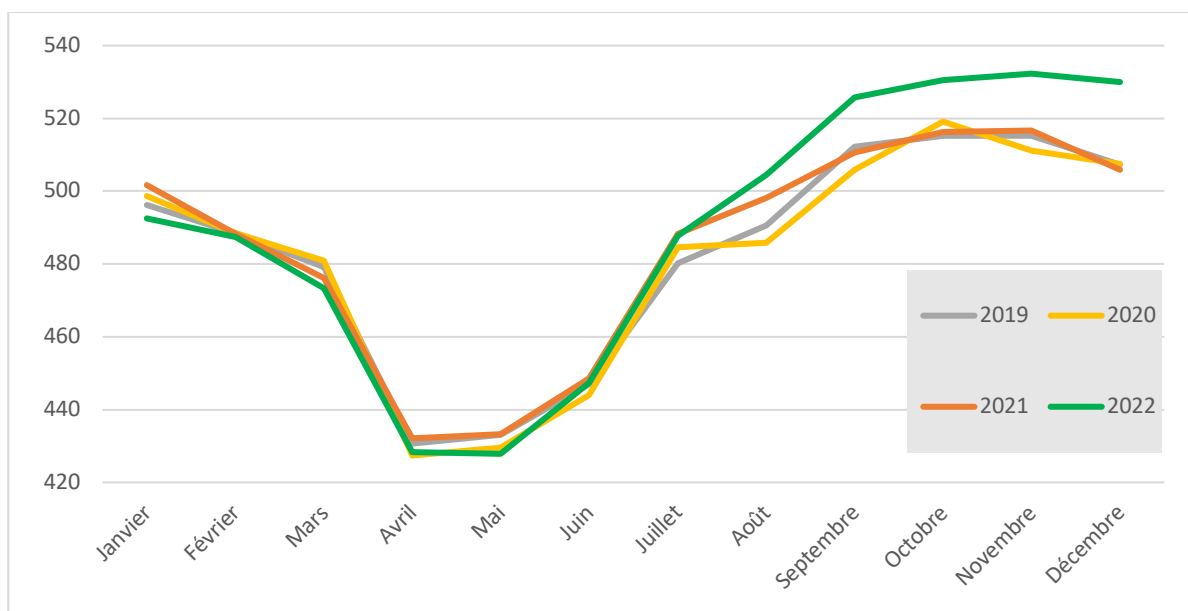
CA de fournisseurs spécialisés, le recul du rayon laitier en magasin spécialisé est de l'ordre de 6,3 % en valeur et de plus de 10% en volume.

La question de la tendance en 2023 est d'autant plus cruciale que la production va augmenter mécaniquement (sauf en cas de sécheresse catastrophique). Les résultats du début d'année sont fluctuants, mais les moments cruciaux seront le printemps (comment les consommateurs encaissent-ils le pic d'inflation alimentaire ?) et la rentrée de septembre (où en seront l'inflation générale et le pouvoir d'achat réel ?).

L'instabilité tarifaire est devenue un facteur clé de l'évolution de la demande. En 2022, les constats sont parfois paradoxaux.

3.6.4. *Les prix en amont : un prix moyen réel exceptionnel et paradoxal.*

Figure 14 – prix mensuel moyen réel du lait bio au stade agricole en 2019, 2020, 2021 et 2022

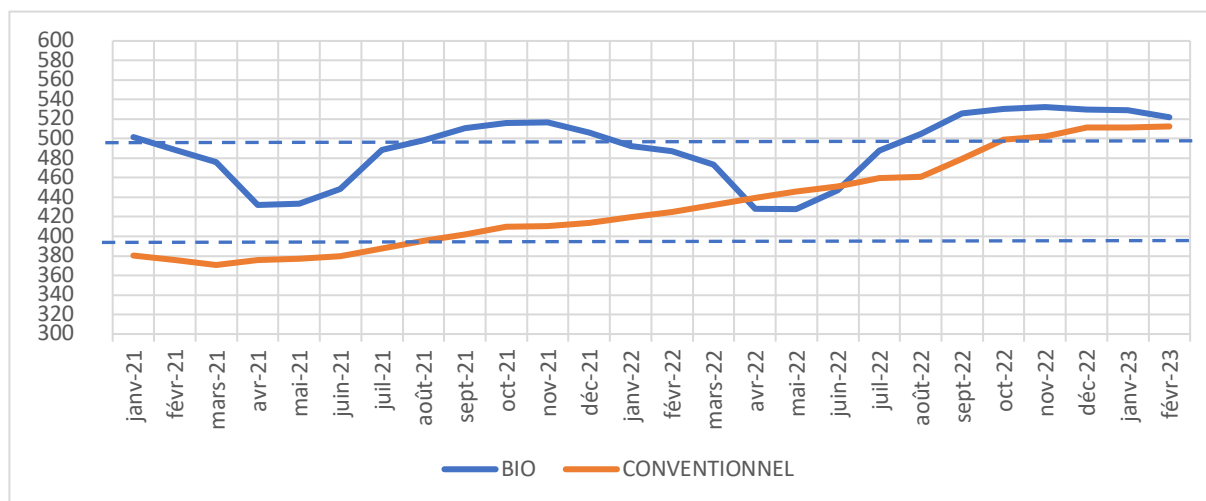


D'après les enquêtes mensuelles de SSP/ FranceAgriMer

Dès le mois d'août, les prix réels payés aux producteurs ont atteint des niveaux inédits, sous la double impulsion de l'envolée des coûts de production (fourrage et énergie) et de la hausse des prix des laits conventionnels. Le paradoxe du secteur bio vient du fait que, malgré une offre plus forte que la demande, le prix a atteint des sommets.

Dès le mois d'avril 2022, la question de la convergence des prix bio et conventionnel a été posée. La baisse du prix du lait au printemps facilite ce rapprochement, mais l'écart en début d'année 2023 est très faible : 9,1 EUR/l en février 2023 ; 63 EUR/l en 2022, 112 EUR/l en 2021 (cette année étant conforme aux précédentes). La hausse continue du prix conventionnel est la principale cause, avec un cours réel à plus de 500 EUR /l depuis novembre 2022. Cette tendance devrait se tasser en 2023, puisque les cours internationaux des produits laitiers industriels sont désormais orientés à la baisse, rompant la tendance qui a été à l'œuvre depuis la mi-2021.

Figure 15 – Prix mensuel moyen réel du lait bio et du lait conventionnel au stade agricole en 2021, 2022 et 2023

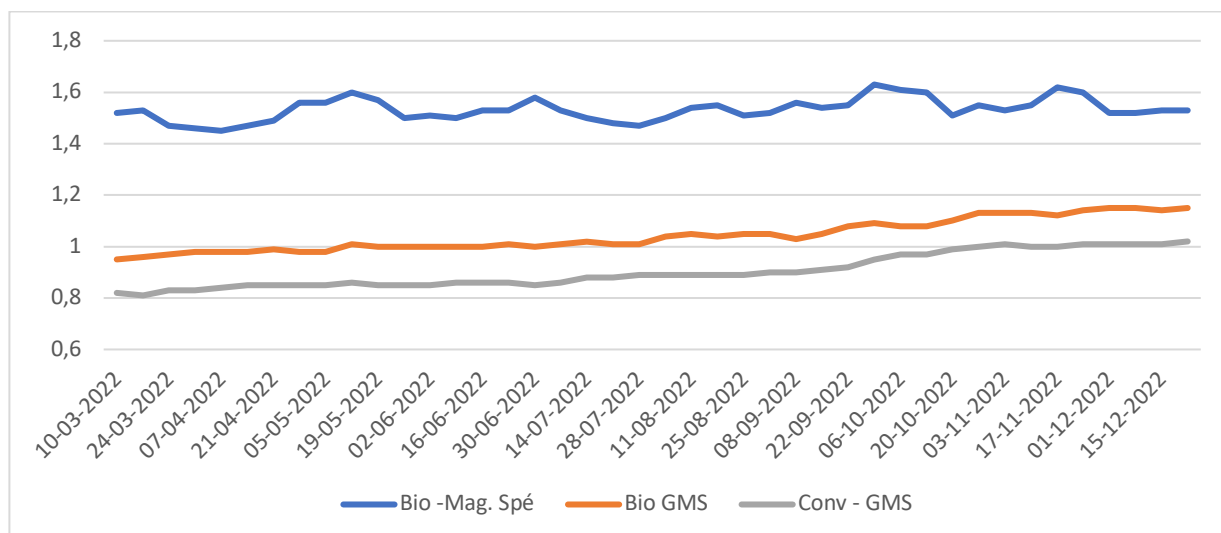


Source : d'après les enquêtes mensuelles laitières SSP/Agreste

Ce phénomène a permis aux acteurs, éleveurs et laiteries, de compenser en partie les pertes occasionnées par le déclassé du lait bio, depuis le début du ralentissement massif de la demande en 2021. Néanmoins, si les prix conventionnels reviennent à un niveau plus classique, le coût du déclassé augmentera de manière importante.

3.6.5. Les écarts de prix au détail évoluent de manière imperceptible

Figure 16 – Prix TTC du litre de lait ½ écrémé UHT en 2022 – Bouteille plastique



Source : RNM – Graphique : AND

Le graphique ci-dessus compare les relevés périodiques de prix du RNM : le lait bio en magasins spécialisés bio et en GMS, ainsi que le prix du lait conventionnel dans ce dernier circuit. Quels sont les constats ? Au cours de l'année 2022, les prix du lait BIO au stade de détail ont augmenté en GMS, passant de 0,95 EUR/l en mars à 1,15 EUR/l en décembre, soit une hausse de 0,2 EUR/l soit + 21%, ce qui est considérable et beaucoup plus important que la hausse tendancielle des prix du lait bio au stade élevage (+3% entre le maximum de 2021 et celui de 2022). L'examen des courbes des années précédentes montre, au contraire une grande stabilité des prix de détail du lait bio en GMS. Par

ailleurs, l'examen de l'écart entre le prix du circuit spécialisé et celui des GMS s'est resserré, passant de 0,5 EUR/l à 0,38 EUR/l : le prix du circuit bio était 60% plus élevé que celui des GMS en mars 2023 et seulement 33% en décembre de la même année. La comparaison en GMS du prix bio et conventionnel montre que l'écart a peu varié. En valeur absolue il a fluctué entre 0,11 EUR/l et 0,16 EUR/l mais se trouve au même niveau (0,13 EUR/l) en début et en fin de période. On constate ainsi que, en dépit du resserrement des écarts au stade agricole, la différence s'est maintenue au stade de la distribution.

Selon NielsenIQ, les prix ont progressé dans tous les types de GMS + 8% en hyper, + 7% en supermarché, + 8% dans les magasins de proximité, +5 % pour le drive. Les constats du panel de distributeur sont donc d'une moindre progression que ne constate le RNM (voir ci-dessus).

Tableau 55 – Prix du lait bio longue conservation dans les différents types de GMS selon NielsenIQ

Circuit	2020	2021	2022
Hypermarchés	1,16	1,17	1,26
Supermarchés	1,22	1,23	1,32
SDMP	0,88	0,88	Non disponible (1)
Proximité	1,38	1,39	1,50
Drive	1,08	1,08	1,13

Source NielsenIQ - (1) : Les données SDMP pour 2022 sont peu fiables.

Pour ce qui est des produits transformés, les prix (pondérés par les volumes) ont augmenté, d'après les données NielsenIQ, de 3,9%.

3.6.6. Recul des fabrications, recul des ventes en GMS.

Selon l'enquête laitière annuelle, les fabrications de lait liquide reculé de 8,9 % en volume, soit - 32 millions de litres. Dans le même temps, les ventes en GMS ont reculé de 24 millions de litres.

Tableau 56 – Données sur les produits de consommation

2022 (données de février)	Fabrications (1000 t)	Evol. 2022/2021	NielsenIQ : ventes en GMS en volume (2)
	(1)	(1)	
Lait liquide conditionné de vache	322,3	-8,9%	-10,00%
Produits frais	87,3	-10,8%	-
- yaourts/fermentés	67,9	-10,2%	-8,20%
- yaourts au lait de brebis	8,5	-6,8%	
- desserts frais	10,9	-17,1%	-17,30%
Crème conditionnée	9,0	-27,8%	-12,40%
Beurre	15,1	-19,3%	-10,40%
Fromages de vache	31,2	-3,4%	
- dont frais de vache (*)	14,8	-1,6%	-10,40%
- dont autres de vache	16,3	-5,0%	-7,0%
Autres fromages	6,5	-6,7%	nd
- dont chèvre	1,7	-0,5%	-11,6%
- dont brebis	4,9	-8,7%	
Poudres	11,1	0,0%	
Fromage fondu	0,5	12,7%	-0,50%

Sources : (1) SSP-FAM (2) NielsenIQ

Le tableau ci-dessus rappelle quelles ont été les évolutions des fabrications selon l'enquête SSP (actualisation de février 2023), complétées par les évolutions des ventes en circuits de distribution généralistes (NielsenIQ).

3.6.7. Les échanges : baisses des expéditions de produits laitiers, hausse de celles de lait

La valeur des exportations est en recul, estimées à 63 M EUR (lait et produits laitiers) contre 70 M EUR en 2021. La baisse est notable en ce qui concerne les produits transformés, alors que les ventes de lait brut sont en hausse de plus de 20% en valeur.

Les achats extérieurs (lait vrac, sucre, fruits, etc..) ont été, selon les réponses aux enquêtes, à nouveau en baisse en 2022, estimées à 10 M EUR contre 14 M EUR en 2021.

3.6.8. Poursuite de la reprise en restauration.

Les ventes en restauration ont poursuivi leur reprise en 2022, en raison d'un retour à des périodes normales d'ouverture.

La croissance moyenne des ventes de denrées dans ce circuit est de 16%. Le marché des produits laitiers suit cette tendance, il est estimé à 125 M EUR en 2022, contre 109 en 2021. La progression concerne aussi bien la restauration collective que commerciale. C'est le meilleur score historique.

3.7. Les viandes de boucherie

3.7.1. Tonnages et circuits¹⁴

Tableau 57 – L’abattage du bétail bio en France de 2019 à 2022

	2022		2021 -r-		2020		2019		Évolution 2022 vs 2021		Évolution 2021 vs 2020		Évolution 2020 vs 2019	
	Têtes	TEC	Têtes	TEC	Têtes	TEC	Têtes	TEC	Têtes	TEC	Têtes	TEC	Têtes	TEC
Gros bovin laitier	36 297	11 150	43 952	13 043	42 316	12 527	37 746	11 192	-17%	-15%	4%	4%	12%	12%
Gros bovin allait.	51 977	19 234	56 293	20 564	53 697	19 663	50 813	17 544	-8%	-6%	0%	3%	6%	12%
GROS BOVIN	88 274	30 383	100 245	33 607	96 013	32 190	88 559	28 736	-12%	-10%	2%	3%	8%	12%
Veaux	21 611	3 228	23 660	3 483	22 082	3 258	21 778	3 237	-9%	-7%	7%	7%	1%	1%
BOVIN	109 885	33 611	123 905	36 786	118 095	35 448	110 337	31 973	-11%	-9%	3%	4%	7%	11%
OVIN	117 051	2 272	123 225	2 411	112 862	2 060	102 668	1 861	-5%	-6%	5%	7%	10%	11%
PORCIN	278 234	27 381	282 637	27 684	236 321	22 667	207 195	19 795	-2%	-1%	20%	18%	14%	15%

Source : Agence BIO et Interbev-Inaporc (avec l’appui d’AND-International). r : donnée 2021 révisée. TEC : tonne équivalent carcasse.

Le volume de viandes de boucherie au stade de l’abattage est de 63 265 tonnes équivalent carcasse (TEC) en 2022, en recul de 5,8 % par rapport à 2021. Le volume abattu se situe entre celui de 2020 et celui de 2021 et reste en progression par rapport à celui de 2019, notamment en raison du développement récent des abattages d’ovins et surtout de porcins.

Le repli des abattages concerne en premier lieu le secteur des gros bovins (-9% en TEC), et notamment des animaux laitiers (-15% en TEC). Une partie des vaches bio réformées a été orientée vers le secteur conventionnel, en manque de ressource, notamment en début d’année. Le tonnage de veau bio abattu s’est replié de 7%. Les abattages d’ovins se sont repliés de 6% et ceux de porcins sont presque stables à -1%. L’évolution des abattages n’est cependant pas en phase avec celle du commerce.

La part du bio dans le tonnage carcasse est ainsi de **2,5% des tonnages de gros bovins** en 2022 (2,7% en 2021, 2,5 % en 2020 et 2,3 % en 2019), **2% pour le veau** (2,0% en 2021 ; 1,9 % en 2020 et 1,8 % en 2019), **2,9 % pour les ovins** (3,0 % en 2021, 2,4 % en 2020 et 2,1 % en 2019), **1,3 % pour les porcins** (1,3% en 2021, 1 % en 2020 et 0,9 % en 2019).

Ainsi, la part du bio dans les abattages stagne ou recule, alors que l’activité conventionnelle est elle-même en déclin.

Pour les espèces ovine et bovine cumulées le taux de « **Non-valorisation sur le marché français** » est de **13% des volumes abattus**. Pour le porc, dont les débouchés sont d’abord industriels, ce taux a atteint 35 %, ce qui explique les grandes difficultés des éleveurs et de leurs organisations.

Les pénuries d’animaux ruminants conventionnels tempèrent la baisse de la demande en viande biologique en offrant des possibilités de vente et des prix relativement corrects. La filière bio se trouve ainsi dans une situation de dépendance accrue vis-à-vis du secteur conventionnel. Dans le secteur porcin, les produits biologiques sont trop différenciés, et les installations d’élevage trop spécifiques pour qu’une telle perméabilité existe : l’excédent d’offre et le devenir des éleveurs doivent être gérés par la filière biologique elle-même.

¹⁴ Depuis 2014, une enquête groupée Agence BIO / Interbev est réalisée par AND et Interbev, les données en tonnage équivalent ci-dessous sont donc issues de la même enquête que celles les données en valeur présentées dans les tableaux principaux du présent rapport.

Tableau 58 – Circuits de distribution de la viande bio en France de 2014 à 2022

Tonnes équivalent carcasse (TEC)	Années	GMS	BOUCHERIES	MAGASINS SPÉCIALISÉS	VENTE DIRECTE	RHD	TOTAL
Gros bovins allaitants (a)	2014	5 025	1 966	906	1 087	735	9 719
	2015	5 127	1 961	1 133	1 072	702	9 995
	2016	6 296	2 518	1 491	1 427	823	12 555
	2017	7 420	2 563	1 780	1 574	851	14 188
	2018	9 020	2 580	1 982	1 749	857	16 188
	2019	9 717	2 742	2 129	1 863	1 093	17 544
	2020	10 992	3 129	2 287	2 141	1 104	19 663
	2021	10 000	3 300	2 350	2 350	1 325	20 564
	2022	8 050	2 326	1 750	2 455	2122	19 233
Gros bovins laitiers (b)	2014	4 186	202	194	199	770	5 551
	2015	5 275	284	344	204	951	7 059
	2016	5 821	342	512	274	735	7 683
	2017	6 420	325	551	264	674	8 234
	2018	8 052	386	661	320	904	10 323
	2019	8 612	395	679	343	1 163	11 192
	2020	9 894	455	765	377	1 036	12 527
	2021	9 001	478	786	414	1 243	13 043
	2022	7 246	337	586	432	1 243	11 149
Veaux (c)	2014	171	506	154	491	191	1 513
	2015	283	566	293	509	201	1 852
	2016	364	641	470	590	137	2 203
	2017	443	647	508	687	242	2 526
	2018	540	815	529	871	276	3 031
	2019	544	823	572	908	389	3 236
	2020	538	872	595	471	161	3 258
	2021	489	927	643	1024	400	3 483
	2022	394	654	479	1 071	520	3 227
TOTAL BOVIN (d)	2014	9 382	2 674	1 254	1 777	1 696	16 783
	2015	10 685	2 812	1 769	1 785	1 855	18 906
	2016	12 481	3 501	2 473	2 291	1 695	22 441
	2017	14 283	3 535	2 839	2 524	1 767	24 948
	2018	17 612	3 781	3 172	2 940	2 037	29 542
	2019	18 872	3 961	3 380	3 114	2 645	31 972
	2020	21 424	4 456	3 647	2 989	2 301	35 448
	2021	19 491	4 705	3 779	3 788	2 968	36 786
	2022	15 690	3 317	2 815	3 958	3 885	33 611
OVINS (e)	2014	315	313	111	265	139	1 143
	2015	333	308	130	247	114	1 132
	2016	360	321	205	269	121	1 276
	2017	414	337	251	301	129	1 432
	2018	460	387	321	381	129	1 680
	2019	492	424	338	409	199	1 862
	2020	531	510	393	471	161	2 065
	2021	510	561	418	540	170	2 410
	2022	377	393	259	459	221	2 271

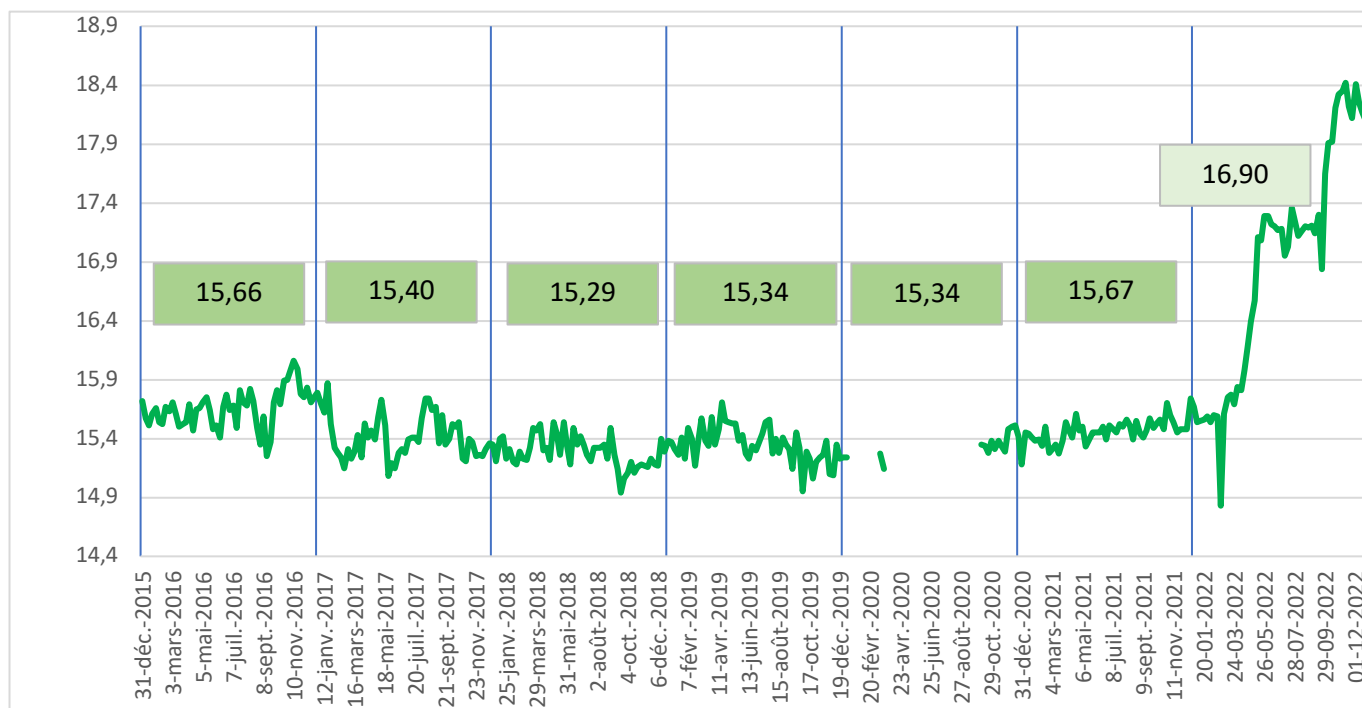
Source : Agence BIO et Interbev (avec l'appui d'AND-International)

- (a) Écart de 1239 t constatés en 2021 et de 2 528 t entre les volumes abattus et les ventes en France, ce qui correspond à la hausse des stocks, aux réaffectations, au déclassement, à l'export et aux trimings
- (b) Idem pour 1120 t en 2021 et 1305 t en 2022 ;
- (c) Idem pour 111 t en 2022 ;
- (d) Idem pour 2 359 t en 2022 et 3944 t en 2022 ;
- (e) Idem pour 211 t en 2021 et 562 t en 2022

3.7.2. Le steak haché : prix et volume

Le prix au stade de la distribution (GMS) est suivi par le RNM (steak haché, 15 % de MG). Entre 2016 et 2021 a fluctué entre 14,9 et 16,1 EUR / kg. A compter de mars 2022, les prix ont nettement augmenté, sans commune mesure avec l'évolution des cours à la production, un pic a été atteint en novembre à 18,4 EUR/kg. En moyenne sur l'année, le prix de ce produit de référence a progressé de 7,8%, selon les données du RNM.

Figure 17 – Prix du steak haché bio 15 % en GMS de 2016 à 2022 en euros par kilogramme



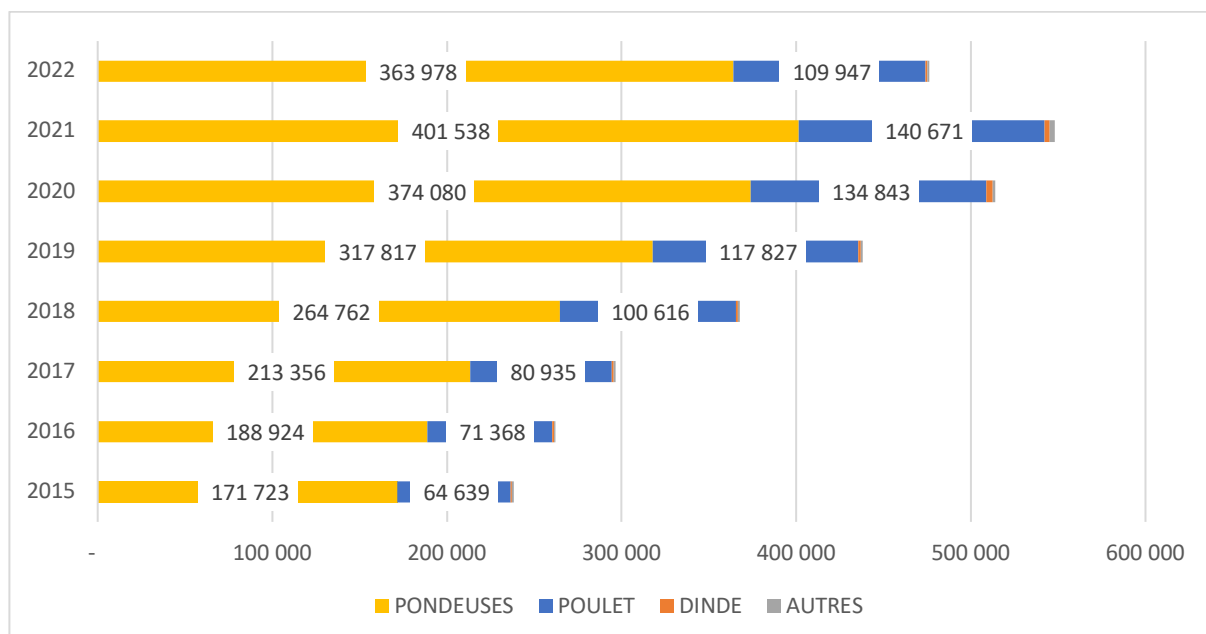
Source RNM

Le volume de steak haché est important au regard du volume global de viande certifiée bio. Selon NielsenIQ, en 2022, le marché du steak haché était de 3 591 tonnes en GMS (hypers, supers, hard discount, e-commerce et magasins de proximité), en recul de 18 % (après en recul de 9% en 2021). Le prix moyen apparent a été de 18,25 EUR/kg (NB : la différence avec la référence RNM s'explique par le fait que les ventes totales de viande hachée bio incluent une part de produits à 5% de matière grasse), en hausse de 9,5 % ; le panel indique aussi 584 t de viande piécée, en baisse de 33% (-11% en 2021), ainsi que 1 789 t de viande surgelée, en hausse de 6 %. De marginale, le poids des produits surgelés, devient significatif, dans un volume en réduction globale. Si l'on considère 33 303 tec de gros bovin, le volume de viande « désossée », est de l'ordre de 18 317 tonnes. La part du steak haché peut être ainsi estimée à 50 % de la viande de gros bovins (GMS et circuits bio confondus).

3.8. Les productions avicoles.

3.8.1. La production d'aliment composé pour volailles chute de 13 % et se place en deçà du volume de 2020.

Figure 18 Évolution de la production d'aliment composé biologique pour volailles



Graphique AND Source : La coopération agricole

La production d'aliment « pondeuses » s'est replié de - 9 %, à 363 978 t, c'est toujours la principale catégorie d'aliment composé bio. L'ensemble volailles de chair a chuté encore plus vite à -23% soit, - 22% pour le poulet, - 52 % pour la dinde, et - 66% pour les autres volailles.

3.8.2. La volaille de chair : retour en 2018.

Le SSP rend public les abattages par catégorie de SIQO

Tableau 59 Les abattages de volaille bio de 2010 à 2022 en tec

Espèce	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Poulet	7 358	9 551	9 825	10 162	11 559	11 911	13 486	15 139	19 046	20 818	21 614	20 692	17 246
Dinde	s	s	s	s	1 088	1 057	1 141	1 223	1 426	1 504	1 796	1 666	1 116
Canard	s	s	s	s	s	s	0	339	s	436	302	423	130
Pintade	s	s	s	s	214	214	187	219	224	132	138	26	24
Poules, coq, chapon	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	2 284	2 124	2 157	2062

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

Après un fléchissement en 2021, les abattages ont nettement reculé en 2022 : reculs de plus de 3 440 tec de poulet (-17% soit 5 points de moins que le recul de la production d'aliment), de 550 tec de dinde (-33%), de 293 tec de canard (-69%), stabilité en pintade (24 tec seulement).

L'abattage de volailles de réformes (principalement poules) fléchit de 4,4% (- 95 t). Au total, le recul est de 17,6 % et de 4 386 tec. Les volumes sont équivalents à ceux de 2018.

Les données du Synalaf indiquent un repli de 25 % des mises en place par rapport à celles de 2021 (et -23 % par rapport à 2019). La chute des mises en place est d'abord liée à la situation sanitaire et à l'épizootie d'Influenza Aviaire qui a affligé la Vendée, principal département de production de poulets bio jusqu'à cette date. Pour illustration, les abattages de poulets bio de la région Pays de la Loire ont reculé de 21%, ceux de Nouvelle Aquitaine de 12% et ceux d'Auvergne Rhône-Alpes de 9%.

L'évolution mensuelle des mises en place par les filières organisées a été très heurtée : après des niveaux 2022 et 2021 comparables durant les deux premières périodes, les mises en place ont brutalement chuté dès la période 3 (21 février - 20 mars). En période 5 (18 avril – 15 mai), elle n'ont été que de 550 000 pièces en 2022, contre 1 050 000 en 2021, après une relative remontée lors des périodes 6 à 11, on note une rechute lors des deux dernières périodes. En période 13, moins de 650 000 poulets ont été mise en place contre 1 075 000 en 2021. La situation sanitaire restait préoccupante fin 2022, notamment dans le bocage vendéen et le sud du département des Landes.

L'enquête auprès des abattoirs (AND / Agence BIO) montre quant à elle des résultats très différents, selon la localisation des outils, reflétant les écarts régionaux indiqués ci-dessus. Il est possible que la répartition des parts de marché soit durablement affectée.

L'estimation des exportations directes, réalisée à partir des réponses aux enquêtes est de 7 millions d'euros, en baisse de 64 % par rapport à 2021.

3.8.3. Les œufs : production et ventes en recul, prix en hausse

En 2022 production d'aliment industriel pour les poules pondeuses bio a diminué de 9,4 % à 363 978 t (ensemble pondeuses, c'est-à-dire animaux en production, mais aussi en démarrage et animaux reproducteurs, soit 8 % à 10 % du total).

Le volume de production suivi par le Synalaf est de 1 605 millions d'œufs en 2022, en progression de 5,5 % par rapport à 2021, pour 4,717 millions de pondeuses transférées en atelier de ponte (-7,1%). Selon le Synalaf, le volume a été plus irrégulier que les années précédentes avec un pic au mois d'août (progression de plus de 50% par rapport à août 2021).

Le cheptel recensé par l'Agence BIO et les OC est de 9,64 millions de pondeuses, en croissance de 2,4% par rapport à 2021. Le ratio « Cheptel Synalaf / Cheptel Agence BIO » est de 49 % en 2022.

L'approche par le volume d'aliment aboutit à une production de 2,379 milliards d'œufs¹⁵.

Enfin, l'analyse du marché (tableau ci-dessous) permet d'identifier un volume de 2,147 milliards d'œufs. L'écart avec l'approche par les volumes d'aliments est de 232 millions de pièces, soit 10 %, qui peuvent s'expliquer par des stocks (aliments) ou le déclassement.

¹⁵ Avec un ratio de 153 g d'aliment par œuf produit. Ce calcul définit un seuil minimum, puisque certains élevages produisent leur propre aliment (pour un volume marginal). Le calcul suppose qu'il n'y a pas de perte d'aliment, ni d'effet de stock.

Tableau 60 Estimations des quantités d'œufs coquille par type de débouché

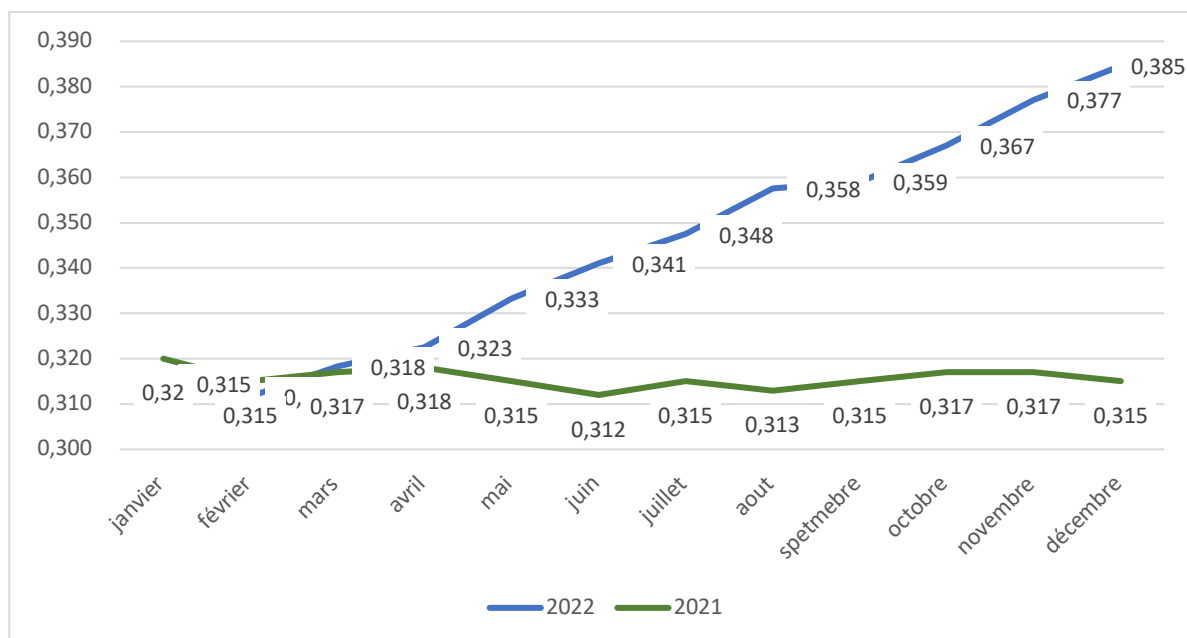
2022	Quantité	% du total
	En millions d'œufs	
GMS (calcul AND d'après NielsenIQ)	1 325	62%
Circuit spécialisé bio (*)	465	22%
Transformation (ovoproduits)	121	6%
Vente directe	117	5%
Exportation coquille	5	0%
Artisans	4	0%
RHD coquille	3	0%
TOTAL	2 039	95%
TOTAL avant pertes **	2 147	100,00%

Source : AND international pour Agence BIO, d'après enquête propre, Synalaf, Agence BIO, IR, NielsenIQ

*Hypothèse haute. Une hypothèse basse est de 322 millions d'œufs

** Une perte en station de 5% en est prise en compte dans cette approche.

Selon le RNM, le prix de l'œuf bio en GMS n'a pas cessé d'augmenter tout au long de l'année 2022, passant d'un niveau comparable à celui de 2021 en janvier et février à une phase d'escalade (+ 0,7 centime par mois). La hausse a été de 23% entre février et décembre, de 9% en moyenne sur l'année (2022 par rapport à 2021).

Figure 19 évolution du prix de l'œuf bio en GMS (en EUR/œuf)

Source : RNM - Élaboration AND international pour Agence BIO

Selon NielsenIQ, tous circuits GMS confondus, le prix est passé de 0,350 EUR / œuf en 2021 à 0,375 EUR / œuf en 2021, soit une hausse de 7,2 % en moyenne sur l'année, contrairement à 2021 l'excédent d'offre n'a pas été suffisant pour peser sur les prix : le manque de marchandises, tous modes de

production confondus provoqué par l'influenza aviaire a contrecarré le tassement de la demande pour les œufs bio. Aux yeux de certains professionnels, les consommateurs achètent des œufs bio quand il ne reste que ceux-ci en rayon.

Le panel NielsenIQ indique une part de marché des œufs bio de 30 % en valeur (32,4 % en 2021 et 31,9 % en 2020) et de 19,8 % en volume (20,7 % en 2021 et 19,9% en 2020). Les achats d'œufs non bio se sont maintenus en volume et ont progressé de 10% en valeur.

Concernant le marché des ovoproduits, le recul estimé à partir des volumes commercialisés de produits incluant des œufs (pâtes alimentaires et biscuits) est de – 7%.

3.9. Le marché du bio en France : produits de l'aquaculture biologique

En France, la consommation des produits de l'aquaculture biologique a connu une baisse en valeur de plus de 10%. Le secteur est caractérisé par une baisse des volumes consommés pour la plupart des segments de produits, notamment les poissons fumés (saumon et truite) et les crevettes avec une baisse significative des importations pour les principales origines (Irlande et Royaume-Uni pour le saumon, Equateur et Madagascar pour les crevettes). Au total, la croissance ressort à - 10,6 %, avec une légère hausse du prix moyen.

3.9.1. Éléments de contexte

-3911- Production

L'enquête Aquaculture sur la production française aquacole (incluant les détails sur la production biologique) est réalisée tous les deux ans. La collecte de données sur les années [2021-2022](#) est en cours et les premiers résultats devraient être publiés fin 2023 ou début 2024. Ainsi il n'est pas possible d'analyser les tendances récentes de production aquacole biologique. Pour rappel, ci-dessous les niveaux de production bio sur la période 2018-2020 pour les espèces principales.

Tableau 1: Production aquacole biologique en France (en tonnes)

Espèces	2018	2019	2020
Huîtres	883	1.157	3.178
Moules	1.666	1.882	3.135
Truites	1.518	1.926	2.346
Bar et dorade	101	258	250*
Poissons d'étang	22	254	43
Autres coquillages	55	8	3
Total	4.245	5.485	8.955
Œufs de truite	15	10	16

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

-3912- Importations

La totalité du **saumon** bio consommé sur le marché français est importé. Les trois origines principales sont l'Irlande, l'Ecosse et la Norvège. Les importations norvégiennes de saumon bio entrent majoritairement sur le marché européen via la Suède. Il est donc difficile d'estimer les volumes arrivant sur le marché français. Les données d'importations de saumon biologique du Royaume-Uni sont disponibles depuis 2021.

A l'inverse, l'essentiel du marché de la **truite** bio en France est approvisionné par la production nationale. Pour preuve, l'entreprise Aqualande, leader européen de la truite, revendique 70% de part de marché en France avec 13% de sa production en bio. Par ailleurs, des truites bio sont également importées, notamment d'Italie, du Danemark et d'Espagne.

La France importe également des quantités importantes de **crevettes** tropicales bio qui, pour la plupart, sont débarquées en France congelées puis cuites et vendues réfrigérées dans les différents circuits de distribution en vrac, LS ou produits traiteur. La France est le principal marché pour la crevette tropicale en UE avec l'Espagne.

Historiquement, les premières crevettes bio ont été produites à Madagascar par l'entreprise UNIMA, exportant une partie importante de sa production en France (sous label AB ou Label Rouge). Mais depuis plusieurs années, d'autres entreprises de plusieurs pays producteurs de crevettes tropicales

(Equateur, Costa Rica, Guatemala, Vietnam, Indonésie, etc) ont également opéré la conversion en bio d'une partie de leur production en ciblant notamment le marché européen.

Concernant le **bar et la dorade** bio, quelques produits importés sont commercialisés sur le marché français. L'entreprise OSO notamment importe de Grèce (entreprise Galaxidi) et distribue du bar et de la dorade bio du Golfe de Corinthe importé et distribué par OSO. Delpierre propose également du bar bio entier ou en filets en LS. Des importations en provenance d'Italie, de Croatie et d'Espagne sont également probables.

Enfin, il existe une part non négligeable du marché français de la **moule** bio provenant des élevages irlandais. L'excellente qualité des eaux irlandaises et la moindre difficulté à obtenir des concessions en mer ont favorisé le développement rapide de la production de moules bio en Irlande. Ainsi en 2020, 35% de la production de moules irlandaises était biologique, soit 5 180 tonnes. Les importations de moules bio irlandaises sur le marché français sont estimées entre 1 000 et 2 000 tonnes. La production de moules bio a fortement augmenté en UE ces cinq dernières années et il est probable que des nouvelles origines soient présentes sur le marché français (Pays-Bas, Danemark, Italie, Espagne...). Il existe également des petits volumes de moules bio importés de pays hors UE, notamment du Chili.

-3913- Exportations

Une partie des huîtres et moules bio françaises sont exportées en Espagne et en Italie. Par ailleurs une part mineure des produits de truite et de saumon fumés sont également exportés vers les pays voisins.

-3914- Transformation

- Filetage (saumon, truite, bar, dorade, maigre) ;
- Fumage de saumon et truite ;
- Cuisson de crevettes (éventuellement décorticage pour les produits traiteur) ;
- Mise en conserve et préparations (soupes, tartinables, produits traiteur, plats cuisinés, etc..)

-3915- Distribution

En **GMS**, la truite fumée a connu ces dernières années une croissance supérieure à celle du saumon fumé. Le développement des produits frais en LS, notamment sous vide se fait au détriment du vrac du rayon poissonnerie traditionnel. La moule bio en barquette connaît depuis quelques années une forte croissance.

Circuits spécialisés : les circuits bio spécialisés sont en moyenne de plus petites surfaces qui lorsqu'elles ont un rayon poissonnerie frais, n'ont pas forcément du bio mais des produits de la pêche et de l'aquaculture éco-labellisés (ex : MSC, ASC chez BioCoop). En l'absence de rayon poissonnerie, on y retrouve principalement des conserves mais également de plus en plus des produits bio fumés ou frais sous vide en LS (truite et saumon et même bar et dorade) et des barquettes de moules et bourriches d'huîtres. Les produits élaborés/préparés sont également en hausse pour les crevettes.

Chez les **artisans**, poissonneries indépendantes et ambulantes, hors coquillages, les produits bio sont marginaux hormis éventuellement la crevette haut de gamme de Madagascar et les coquillages. En effet, en frais, le saumon bio est principalement commercialisé en LS dans les GMS (MDD ou autre) ou dans les circuits spécialisés. Il existe également un marché porteur pour le filet de saumon bio congelé.

Vente directe : Truite (dans le Sud-Ouest notamment). Huître et moule dans les régions côtières.

3.9.2. Tendances et estimation du marché français en 2022

-3921- Saumon

En 2022, les importations de **saumon biologique** en provenance du Royaume-Uni ont atteint 3 899 tonnes pour une valeur de 33 millions d'euros. Par rapport à 2021, il s'agit d'une baisse de 11% en volume et 16% en valeur. Les importations de saumon Atlantique d'Irlande, pays dont la production est entièrement certifiée biologique, ont atteint 3 102 tonnes pour 30 millions d'euros en 2022¹⁶. Il s'agit d'une baisse de 10% en volume mais une hausse de 2% en valeur grâce à une hausse de 14% du prix moyen par rapport à 2021. Cette tendance à la baisse des volumes et à la hausse des prix se retrouve dans les chiffres de consommation, notamment pour les poissons fumés bio.

-3922- Crevettes

En 2022, les importations de **crevettes** biologiques en provenance de pays tiers ont fortement baissé (-29% en volume et -21% en valeur), notamment à cause d'une forte baisse des importations de crevettes d'Equateur (-30% en volume, -16% en valeur) et de Madagascar (-30% en volume, -26% en valeur). On observe une hausse notable du prix moyen (+11%) par rapport à 2021. En 2022, les importations hors UE de crevettes biologiques se sont élevées à 2 810 tonnes pour une valeur de 33 millions d'euros. Il s'agit en grande majorité de crevettes importées entières et congelées. La principale origine reste malgré tout Madagascar (52% de la valeur totale) avec plus de 1 180 tonnes importées en 2022 pour 17 millions d'euros. L'Equateur est deuxième origine d'importation (33% de la valeur totale des crevettes bio importées). A noter également les forts reculs des origines Indonésie et Pérou et la reprise des importations en provenance du Honduras.

-3923- Analyse données Nielsen

En 2022, le marché des produits de la mer bio est toujours dominé en GMS par le poisson fumé (51%), suivi par les poissons et crustacés frais (35%) incluant notamment les barquettes de moules et d'huîtres ainsi que les barquettes de crevettes cuites.

En 2022, les achats en GMS de produits biologiques à base de poissons et produits de la mer ont connu une baisse de 7% en valeur touchant les principaux produits : -7% pour les poissons fumés malgré la hausse du prix moyen (+5%). Les poissons et crustacés frais ont également connu une baisse en valeur (-8%) avec une légère baisse du prix moyen (-1%). Parmi les autres produits de la mer bio, les tartinables ont connu une hausse de 2% en valeur grâce à une hausse de 4% du prix moyen. Dans le même temps, les poissons marinés ont accusé une baisse de 25% en valeur.

-3924- Données des enquêtes transformateurs

Les éléments transmis sur la croissance du CA bio 2021/2020 par les répondants à l'enquête permettent de confirmer la tendance significative à la baisse pour les poissons fumés (en moyenne -8% en valeur), malgré des tendances contrastées chez les gros fumeurs.

-3925- Tableau récapitulatif (CA estimé 2022 en millions d'euros) par circuit et principales espèces

	Production nationale (tonnes)	Import (origine et tonnes)	Export (destination)	Marché apparent estimé (tonnes)	CA GMS	CA CS	CA Art	CA VD

¹⁶ Part estimée des imports correspondant à du saumon Atlantique produit en Irlande (donc biologique).

Saumon	-	Irlande, Norvège et Ecosse	-	6 000 tonnes vers le fumage et 4 000 tonnes de saumon frais/congelé bio	69	5	2	0
Truite	2 300	Espagne, Danemark	Probablement Allemagne	2 500 tonnes équivalent poids vif – principalement vers le fumage	29	6	3	0
Bar/dorade	250	Principalement Grèce, possiblement Italie, Espagne, Croatie	Suisse mais aussi Espagne et Italie	300	3	1	0	1
Moule	3 000	Import d'Irlande, Pays-Bas, Danemark <2 000 tonnes	Espagne notamment	4 000	9	2	2	1
Huître	3 000	-	Espagne notamment	3 000	16	3	6	1
Crevettes tropicales	<100	4 000 hors EU	-	4 000	38	2	7	0
Total	9 000	-	-	-	164	18	21	2

3.10. Les Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI)

L'industrie alimentaire produit une large diversité d'aliments transformés. Ils sont, le plus souvent, élaborés à partir de matières premières ayant déjà subi une première transformation que l'on nomme Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI). La farine, le sucre, la semoule, les fruits, les légumes, la viande, l'huile, le beurre, les œufs, et le malt figurent parmi les principaux. Ce chapitre vise à estimer les volumes de ces matières premières constituant l'approvisionnement des opérateurs du marché bio.

Dans un premier temps, nous identifions les principales catégories alimentaires intégrant le PAI étudié dans leur composition. Nous collectons alors leurs volumes de distribution en grandes surfaces (source 2022 : NielsenIQ). Nous extrapolons ensuite ces résultats à l'ensemble des circuits de distribution en nous appuyant sur la part de marché de la GMS du secteur considéré (épicerie, traiteur, fruits et légumes...).

Enfin, nous établissons un coefficient de conversion permettant d'estimer la quantité de PAI nécessaire à l'élaboration d'une unité de produit fini. Il est construit à partir du poids relatif du PAI et de son taux de fabrication en France. Nous obtenons ainsi l'estimation du volume en PAI sur l'ensemble du marché.

Les catégories alimentaires sont présentées par volume de PAI décroissant. Comme il s'agit d'estimations, tous les chiffres sont arrondis à la centaine près.

3.10.1. L'utilisation de farine sous forme de PAI

La farine est une matière première de base pour de nombreux opérateurs : la panification et la biscuiterie génèrent les volumes d'utilisation en PAI les plus importants, suivies par l'épicerie et les produits traiteurs. Notre étude ne prend en compte que les produits issus de l'industrie : ni les

volumes utilisés par la boulangerie artisanale, ni les produits de boulangerie cuits sur place par les GMS ne sont pris en compte.

La consommation apparente de farine à travers les produits transformés (hors pain frais) est estimée à **43 000 tonnes** en 2022 tous circuits confondus. Les taux de conversion des volumes de produits finis en volumes de farine équivalent sont particulièrement élevés, notamment celui pour la panification fraîche qui atteint 91%, ce qui explique des volumes de farine sous forme de PAI élevés. Ils représentent 57% d'une production totale de 75 000 tonnes de farine, les ventes extrapolées de farine en sachet s'élevant à **32 000 tonnes**.

Tableau 61 Estimation des volumes de farine utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de farine mis en œuvre
Pains de mie / Panification fraîche	12 200	18 500	91%	16 800
Biscuits salés et sucrés	12 900	19 500	56%	10 900
Pâtes ménagères	6 200	9 400	70%	6 600
Panification sèche	4 800	7 300	80%	5 800
Pâtisserie industrielle	2 800	4 200	50%	2 100
Pizzas	2 000	2 900	28%	800
TOTAL	40 900	61 800		43 000

Source : AND I à partir de données NielsenIQ et enquête AND-I

3.10.2. L'utilisation du sucre sous forme de PAI

Le sucre fait partie des PAI les plus employés dans l'industrie alimentaire et couvre un nombre important de produits alimentaires. La consommation apparente de sucre biologique à travers les produits transformés est estimée à **34 200 tonnes** en 2022 tous circuits confondus, ce qui est légèrement inférieur à la farine.

La consommation de sucre en morceaux ou en poudre est estimée à 8 755 t, soit seulement 20 % d'un marché total estimé à 43 000 t, la vente de sucre à travers celle de produits transformés représentant 80%. Les produits transformés en France concentrent donc la plupart des volumes de sucre, en tant que PAI.

L'ensemble des produits destinés au petit déjeuner (pâte à tartiner, confiture, céréales prêtes à consommer, déjeuner chocolatés, purées de fruits) est la catégorie alimentaire sollicitant la quantité de sucre sous forme de PAI la plus importante. 37% des volumes y sont en effet associés tandis que les boissons (sirops, BRSA, et jus de fruits) représentent 20% des volumes. Les industries de la farine (biscuiterie, panification fine, barres céréalières, panification sèche) s'approvisionnent en sucre dans des proportions équivalentes à celles des boissons. Enfin, les produits laitiers sucrés (yaourts, desserts et desserts frais) représentent 12 % des volumes.

Tableau 62 Estimation des volumes de sucre utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de sucre mis en œuvre
Pâtes à tartiner	7 900	12 200	44%	5 400
Biscuiterie sucrée	15 700	24 200	20%	4 800
Confiture	6 500	10 000	40%	4 000

Sirops	2 600	4 000	75%	3 000
Yaourts	52 100	80 200	4%	2 900
Jus de fruit	108 700	167 200	2%	2 700
Céréales	24 100	37 100	7%	2 600
Tablettes de chocolat	5 700	8 800	25%	2 200
BRSA gazeuses	11 000	16 900	6%	1 100
Pain de mie	12 200	18 800	6%	1 100
Viennoiserie industrielle	5 900	9 100	7%	600
Sauces tomate	8 000	12 300	4%	500
Desserts frais	9 100	14 000	4%	500
Ketchups	2 100	3 200	16%	500
Spécialités de confiseries de sucre	200	300	60%	200
Surgelés sucrés	2 400	3 700	15%	600
Petits déjeuners chocolatés	800	1 200	23%	300
Panification sèche	4 800	7 400	4%	300
Desserts	600	900	20%	200
Bonbons et sucettes	200	300	51%	200
Soupes et potages	15 500	23 800	1%	100
Purée de fruits appertisée	20 500	31 500	1%	200
Barres céréalières	300	500	24%	100
Confiseries de chocolat	200	300	36%	100
TOTAL	309 200	475 700		34 200

Source : AND I à partir de données NielsenIQ et enquête AND-I

3.10.3. L'utilisation de semoule sous forme de PAI

La principale utilisation de la semoule est la fabrication de pâtes alimentaires sèches ou fraîches.

Pres des deux tiers des pâtes alimentaires consommées en France sont importées, majoritairement d'Italie. D'après les chiffres clé 2022 du SIFPAF/CFSI, seulement 37% des 566 616 t de pâtes consommées dans l'hexagone sont fabriqués localement

La consommation apparente de semoule biologique à travers les produits transformés est estimée à **14 400 tonnes dont près de 8 000 pour les pâtes.**

Tableau 63 Estimation des volumes de semoule utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de semoule mis en œuvre
Pâtes alimentaires	16 400	24 800	27%	6 600
Semoules et céréales d'accompagnement	6 800	10 300	38%	3 900
Pâtes fraîches	3 300	5 000	55%	2 700
Plats cuisinés	6 949	10 100	12%	1 200
TOTAL	33 449	50 200		14 400

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

3.10.4. L'utilisation de fruits sous forme de PAI

Les fruits bio sous forme de PAI génèrent les volumes les plus considérables parmi tous les PAI étudiés dans ce chapitre, cumulant **192 400 tonnes** au total. La farine sous forme de PAI, dont les volumes n'atteignent que 43 000 tonnes, se place au deuxième rang, loin derrière les fruits.

Le secteur des jus de fruits est très important avec un potentiel de 144 000 t de matière première. Les volumes vendus ont diminué de 4% en 2022, par rapport à 2021

Tableau 64 Estimation des volumes de fruits utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de fruits mis en œuvre
Jus de fruits et nectars	108 700	167 200	86%	144 300
Compotes appertisées	20 500	31 500	93%	29 300
Jus de fruits réfrigérés	5 100	7 800	120%	9 300
Confitures	6 500	10 000	45%	4 500
Sirops	2 600	4 000	68%	2 700
Yaourts	52 100	80 200	3%	2 000
Sorbet crème glacée en vrac	1 000	1 500	17%	300
TOTAL	196 500	302 200		192 400

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

L'estimation des coefficients de conversion s'appuie notamment sur l'équivalent en fruits d'un produit de la catégorie considérée. Dans le cas de la fabrication d'un jus de pomme par exemple, un volume de jus concentré équivaut à 6 volumes de jus. 1,3 kg de fruits sont ainsi requis afin d'obtenir un litre de jus. **Une partie des pommes et la quasi-totalité des oranges sont néanmoins importés sous forme de concentrés.** Si la mise en œuvre finale est faite en France, la première transformation est réalisée dans les pays de production des fruits. Il existe un enjeu de reconquête du marché par les productions agricoles nationales. En effet le potentiel français de production de pommes excède aujourd'hui la

prévision de consommation en frais. La substitution de pommes locales aux concentrés importés est-elle techniquement et économiquement envisageable ?

3.10.5. L'utilisation des légumes sous forme de PAI

Les légumes sous forme de PAI sont utilisés dans des proportions bien moindres par l'industrie alimentaire : ils représentent **moins de 18 000 t**, tous circuits réunis.

La fabrication de soupe met en œuvre une large palette de légumes : on compte parmi eux les tomates, mais aussi des flocons de pomme de terre et des préparations de différents légumes d'hiver (courges, poireaux, carottes).

Tableau 65 Estimation des volumes de légumes utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de légumes mis en œuvre
Soupes et potages	15 500	29 400	30%	8 800
Légumes secs appertisés	3 300	6 300	90%	5 700
Plats cuisinés	6 949	10 100	18%	1 800
Ketchups	2 100	4 000	20%	800
Pizzas	2 017	2 900	18%	500
TOTAL	4 117	6 900		17 600

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

Selon la Sonito (Interprofession de la tomate d'industrie) la transformation a mise en œuvre, en 2021, 18 275 t de tomates bio pour la fabrication de concentrés (13 474 t en 2020), auxquels s'ajoutent 813 tonnes de tomates pelées (2 353 t en 2020), 2 271 tonnes transformées en jus (2 651 t en 2020). En 2021, les tomates bio ont représenté 13% des volumes mis en œuvre par les industriels français.

3.10.6. L'utilisation de viande sous forme de PAI

Les industries de la charcuterie-salaison et du steak haché sont celles qui utilisent le plus massivement de la viande : elles cumulent quasi 70% des volumes totaux de viande sous forme de PAI, soit près de **24 000 tonnes**, tous circuits confondus.

La tendance est à la baisse en raison du recul des ventes de viande hachée de bœuf (- 18 %, en volume en GMS) en 2022

Tableau 66 Estimation des volumes de viandes biologiques utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de viande mis en œuvre
Charcuterie	11 200	19 600	53%	10 300
Viandes hachées	3 600	6 300	100%	6 300
Viandes surgelées	1 800	3 200	98%	3 100
Plats cuisinés	6 949	10 100	16%	1 600
Viande piécée	600	1 100	99%	1 100
Saucisses fraîches	600	1 100	80%	900
Produits élaborés volaille	500	900	40%	400
Pizzas	2 017	2 900	8%	200
TOTAL	27 266	45 200		23 900

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

3.10.7. L'utilisation d'huile sous forme de PAI

La consommation d'huiles biologiques via celle de produits agro-alimentaires est estimée à un peu moins de **14 000 tonnes**, tous circuits confondus en 2022. De nombreuses catégories alimentaires valorisent l'huile mais souvent à de faibles voir très faibles taux d'incorporation, ce qui explique ce faible volume d'utilisation sous forme de PAI.

Le marché de l'huile en bouteille enregistre quant à lui 41 900 tonnes, tous circuits confondus. L'huile sous forme de PAI ne représente alors que 24% du marché total de l'huile (55 660), ce qui est moins important que l'utilisation en conventionnel, secteur où les productions de chips, frites, sauces et margarines sont davantage développés. Pour référence, la part du sucre bio utilisé sous forme de PAI est de 80%,

Tableau 67 Estimation des volumes d'huile bio utilisés dans les produits agro-alimentaires en tonnes en 2022

En tonnes	Coefficient	Estimation des ventes en volume (tous circuits)	Estimation des volumes d'huiles utilisés
Potage	3%	29 800	890
Soupe fraîche	3%	5 100	150
Total sauces	5,3%	31 900	1 710
Total conserves	1,3%	71 400	960
Chips	35%	1 500	530
Pâte à tartiner	17%	15 000	2 550
Biscuits + gâteaux festifs	7%	29 400	1 910
Margarine	58%	3 800	2 200
Pate ménagère	12%	11 800	1 420
Viennoiseries	10%	11 200	1 120
Panification fraîche et sèche	1%	32 100	320
Huile utilisée comme PAI	-	-	13 610
Huiles vendue en l'état	100%	41 900	41 900
Total		276 400	55 660

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

3.10.8. L'utilisation du beurre sous forme de PAI

La principale utilisation de beurre par les IAA demeure le secteur de la viennoiserie. Les huiles végétales sont en effet préférées au beurre en tant que matières grasses en biscuiterie bio, dont les produits phares sont souvent diététiques.

Les produits industriels utilisent moins de **3 000 tonnes** de beurre ce qui représente 16% des ventes totales du marché du beurre bio sur l'ensemble des circuits de distribution.

Tableau 68 Estimation des volumes de beurre utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes de beurre mis en œuvre
Viennoiserie industrielle	5 900	8 900	25%	2 200
Pâtes ménagères	7 200	10 900	2%	200
Biscuits secs	12 600	19 100	1%	100
Pâtisserie industrielle	2 800	4 200	3%	100
TOTAL	28 500	43 100		2 600

Source : AND I à partir des enquêtes et NielsenIQ

3.10.9. L'utilisation d'œufs sous forme de PAI

Toutes les utilisations d'œuf ne sont pas comptabilisées ici (sauces, produits traiteurs...), faute de données assez détaillées. L'analyse se concentre seulement sur les pâtes alimentaires et la biscuiterie.

La consommation d'œufs à travers la production industrielle s'élève à environ **3 000 tonnes** selon nos résultats, un volume très limité par rapport à celui de la totalité des œufs bio.

Tableau 69 Estimation des volumes d'œuf utilisés par l'industrie en France en 2022 en tonnes

En tonnes	Ventes en GMS	2022 - ESTIMATION AND		
		Ventes totales	Coefficients de conversion	Volumes d'œufs mis en œuvre
Biscuits sucrés	12 600	19 700	7%	1 400
Pâtes fraîches	3 300	5 200	8%	400
Pâtes sèches	16 400	25 600	3%	800
TOTAL	32 300	50 500		2 600

Source : AND I à partir des enquêtes et NielsenIQ

3.10.10. *Synthèse***Tableau 70 Estimation des volumes des principaux PAI utilisés dans l'industrie alimentaire en tonnes**

	Consommation apparente équivalente PAI totale
Fruits hors jus de fruits	48 100
Farine	43 000
Sucre	34 200
Viande	23 900
Légumes	17 600
Semoule	14 400
Huile	13 600
Beurre	2 600
Œuf	2 600

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

La contraction des ventes de produits alimentaires biologiques en 2022 a entraîné une première réduction des volumes de PAI mise en œuvre par les préparateurs français. Les perspectives pour 2023 annoncent un repli, éventuellement moins important, mais variable selon les filières.

La filière viande sera la plus affectée. En ce qui concerne le lait, la perspective demeure d'une production excédentaire¹⁷, pour les œufs, la part destinée à la transformation n'est pas déterminante de l'équilibre du marché.

Dans le domaine des productions végétales, il existe un enjeu à la valorisation des fruits (pommes) et des légumes. En effet, le potentiel de production dépasse, notamment pour les pommes, les perspectives de la demande en frais. L'orientation d'une partie de la production vers la transformation en jus et compote peut contribuer à atteindre un équilibre, mais les questions techniques (aptitude des variétés plantées pour le frais à passer en transformation) et économiques (valorisation à comparer à celle de la vente en frais, déclassée en conventionnel) restent posées.

¹⁷ Cf. chapitre sur la production laitière