

**JUIN 2024**

**NOTE DE CONJONCTURE  
ET D'ACTUALITÉS SUR LE  
SECTEUR BIOLOGIQUE**



# Sommaire

<b>SYNTHESE .....</b>	<b>3</b>
<b>AVANT-PROPOS SUR LES PANELS.....</b>	<b>5</b>
<b>CONTEXTE ACTUEL.....</b>	<b>6</b>
<b>SOUTIEN DES POUVOIRS PUBLICS AU SECTEUR BIO FRANÇAIS .....</b>	<b>8</b>
<b>FILIERES ANIMALES.....</b>	<b>9</b>
SECTEUR LAITIER.....	9
SECTEUR DES VIANDES BOVINES, OVINES ET PORCINES .....	21
SECTEUR AVICOLE .....	27
SECTEUR AQUACOLE.....	35
<b>FILIERES VEGETALES .....</b>	<b>36</b>
SECTEUR DES CEREALES, OLEAGINEUX ET PROTEAGINEUX .....	36
SECTEUR DES FRUITS ET LEGUMES .....	47
SECTEUR VITICOLE .....	52
SECTEUR DU SUCRE.....	57
<b>EVOLUTION DU MARCHÉ FRANÇAIS .....</b>	<b>58</b>
<b>ECHOS DU MONDE.....</b>	<b>69</b>

# Synthèse

## Productions animales biologiques

### Lait de vache

Avec près de 300,9 millions de litres, la collecte de lait de vache bio a reculé de 3,6 % au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

La moyenne d'avril 2023 à mars 2024 du prix bio réellement payé aux producteurs a été de 516,46 €/1 000 L. Elle est en progression de 3,5 % par rapport à celle de l'année précédente à la même période.

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de lait liquide bio en GMS (hors magasins de proximité et livraisons à domicile) ont reculé de 10,8 % en volume et de 8,1 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

### Viandes bovines, ovines et porcines

Les ventes de viande bovine bio hachée fraîche libre-service à poids fixe en GMS ont reculé de 22,2 % en volume et de 17,0 % en valeur au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de charcuterie bio ont globalement reculé de 21,8 % en volume et de 21,1 % en valeur en GMS (hors hard discount).

### Aviculture

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes d'œufs bio en GMS ont reculé de 4,8 % en volume et de 3,8 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

### Aquaculture

Les achats de saumon frais bio ont reculé de 11,3 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin mars 2024.

## Productions végétales biologiques

### Grandes cultures

Au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 :

- la collecte globale de céréales (bio et en C2) a progressé de 8 % par rapport à la même période de la campagne précédente,
- les mises en œuvre de blé tendre par les meuniers ont reculé de 3 %,
- les mises en œuvre de céréales par les FAB ont reculé de 10 % (blé tendre : -1 %, maïs : -14 %, triticale : -17 % et orge : -10 %),
- les importations de céréales bio et en C2 ont reculé de 75 %,
- la collecte globale de graines d'oléagineux (bio et en C2) a progressé de 12 %,
- les mises en œuvre<sup>1</sup> de graines d'oléagineux par les FAB ont reculé de 8 %,
- les importations de graines de soja bio et en C2 ont baissé de 25 %,
- la collecte globale de protéagineux (bio et en C2) a augmenté de 37 %,
- les mises en œuvre de graines de protéagineux par les FAB ont progressé de 12 %,
- les importations de graines de protéagineux (bio et en C2) ont plus que doublé.

### Fruits et légumes

Au cours du premier trimestre 2024, les achats de fruits et légumes frais bio par les ménages ont reculé de 5 % en volume et de 2 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

---

<sup>1</sup> i.e. la transformation

## **Vins**

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de vins bio tranquilles en GMS (hors hard discount et livraison à domicile) ont reculé de 5,6 % en volume et de 3,4 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de mousseux et champagnes bio en GMS ont globalement progressé de 30,9 % en volume et de 22,1 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

## **Sucre**

La production de sucre de canne bio a commencé en Guadeloupe et devrait débuter bientôt à La Réunion.

## **Evolution du marché bio français**

Dans la grande distribution, les ventes de produits bio à poids fixe ont globalement reculé de 5,4 % en valeur au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

Le chiffre d'affaires des magasins bio a progressé de 7,2 % au cours des 4 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023.

## **Echos du Monde**

Au cours du premier trimestre 2024, le marché bio allemand a progressé de 7 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Le marché bio belge a progressé de 20,7 % en 2023 par rapport à 2022.

Le marché bio espagnol a progressé de 6,2 % en 2023 par rapport à 2022.

# Avant-propos sur les panels

La panel CIRCANA/Agence BIO couvre les hypermarchés, les supermarchés, les magasins de proximité, le hard discount, le drive et la livraison à domicile<sup>1</sup>. Pour les PGC, l'année est divisée en 12 périodes, les trimestres sont donc égaux en durée, tandis que pour les vins tranquilles elle est divisée en 13 périodes, avec un troisième trimestre plus long que les autres.

Le panel CIRCANA/CNIEL couvre les hypermarchés, les supermarchés, le hard discount et le drive. Le troisième trimestre est plus long que les autres.

Le Kantar Worldpanel englobe les achats déclarés par 12 000 ménages français<sup>2</sup> en hypermarchés et supermarchés, drive, magasins hard discount et proximité, commerces traditionnels, marchés/foires et on-line. Ne sont pas incluses toutes formes de consommation hors domicile ou non destinées à la consommation familiale. Quelques exemples de consommation non incluse : consommation en vacances, restauration hors domicile et achat non destiné à la consommation familiale (consommation au bureau par exemple).

Les relevés du RNM sont effectués dans environ 150 GMS représentatives en France (hypermarchés et supermarchés de plus de 1 000 m<sup>2</sup>, hors hard discount).

Sources :

Kantar Worldpanel, CIRCANA et RNM/FranceAgriMer – juin 2024

---

<sup>1</sup> Sauf pour les vins tranquilles pour lesquels il n'y a pas de donnée hard discount et livraison à domicile.

<sup>2</sup> Panel représentatif de la population française

# Contexte actuel

## **Monde :**

En 2023, la production mondiale de vin a reculé de 10 % par rapport à 2022, s'établissant à 237,3 millions d'hectolitres, son plus bas niveau depuis 1961. La France, l'Italie et l'Espagne restaient les principaux producteurs avec 48 % des volumes produits.

La consommation mondiale de vin a encore reculé de 2,6 % en 2023. Avec 221 millions d'hectolitres, elle est à son plus bas niveau depuis 1996.

## **Union européenne :**

En mai 2024, le taux d'inflation était de 2,4 % dans la zone euro par rapport à mai 2023.

Grâce au soutien surprise de l'Autriche, la loi sur la restauration de la nature a été définitivement adoptée le 17 juin.

Les mesures de simplification de la PAC ont été adoptées le 24 avril par le Parlement européen et publiées au Journal Officiel de l'Union européenne le 24 mai. Elles doivent maintenant être déclinées par Etat membre.

IFOAM Organics Europe a exprimé son regret de cette simplification de la PAC qui réduira ses résultats environnementaux, sans inciter davantage les agriculteurs à s'engager dans des initiatives de développement durable.

Fin mai, un collectif scientifique, regroupant plusieurs milliers de personnes, a adressé une lettre ouverte aux décideurs européens pour exprimer son inquiétude. Il estime que le recul de la législation européenne met en péril l'avenir des citoyens. Les signataires fustigent notamment l'abandon du règlement sur l'usage durable des pesticides, l'abaissement des standards environnementaux de la politique agricole commune, l'abandon du projet de réglementation sur les systèmes alimentaires durables, le projet de revoir à la baisse les exigences de la directive nitrates ou encore les entraves à la mise en place de la loi sur la restauration de la nature.

D'après un sondage<sup>1</sup> de la Commission européenne sur l'attitude des Européens à l'égard de l'environnement dont les résultats ont été publiés fin mai, les citoyens restent aussi préoccupés par l'environnement qu'en 2019. 78 % des Européens estiment que les questions environnementales ont un effet direct sur leur vie quotidienne et leur santé. 84 % estiment que la législation environnementale de l'UE est nécessaire pour protéger l'environnement dans leur pays. 78 % considèrent que l'UE devrait proposer des mesures supplémentaires pour résoudre les problèmes liés à l'eau en Europe. 84 % s'inquiètent de l'impact sur leur santé des produits chimiques nocifs présents dans les produits du quotidien. Ils sont également 84 % à s'inquiéter de l'impact de ces produits chimiques sur l'environnement.

Avec le soutien d'autres Etats membres, l'Allemagne a déposé une motion visant à autoriser la désalcoolisation du vin bio.

L'avenir du Green Deal est incertain et est fortement lié aux alliances qui se feront au sein du Parlement européen. Pour l'instant, certaines initiatives de la stratégie De la ferme à la table ont vu le jour, mais un grand nombre ont été retardées ou abandonnées.

---

<sup>1</sup> L'Eurobarometer 550 a été réalisé du 6 mars au 8 avril 2024 auprès de 26 346 personnes.

## France :

L'inflation s'est élevée à 2,3 % en mars 2024 par rapport à mars 2023, puis de 2,2 % en avril 2024 et en mai 2024.

D'après un sondage<sup>1</sup> d'IPSOS, 64 % des Français n'ont pas confiance dans l'UE pour lutter contre le changement climatique et 65 % pour le développement d'une agriculture durable. 89 % des Français interrogés souhaiteraient que la PAC prenne davantage en compte les questions écologiques.

D'après le sondage<sup>2</sup> d'Odoxa sur la biodiversité, 95% des Français font de la biodiversité un sujet important, voire prioritaire. 80% sont convaincus que la situation de notre pays dans ce domaine est préoccupante.

La nouvelle stratégie Ecophyto 2030 a été présentée le 6 mai. L'objectif de réduction des pesticides de 50 % à horizon 2030 est bien conservé, mais c'est un nouvel indicateur, très contesté, qui va être utilisé.

Un collectif rassemblant près de quatre cents chercheurs, plus de deux cents soignants, ainsi que des associations de patients et de défenseurs de l'environnement a tout de suite pris position contre ce nouveau plan Ecophyto, jugé insuffisant.

Début avril, la ministre déléguée auprès du ministre de l'Agriculture a annoncé une dérogation aux betteraviers pour utiliser davantage un insecticide permettant de lutter contre les pucerons responsables de la maladie de la jaunisse.

La demande de suspension en urgence de l'autorisation de mise sur le marché de l'Avanza, un herbicide utilisé en Camargue depuis 4 ans, a été déboutée par le tribunal administratif de Melun le 13 juin.

D'après un sondage IFOP pour la Maison de la Bio<sup>3</sup>, 8 Français sur 10 sont inquiets des conséquences de l'utilisation des pesticides de synthèse sur la qualité de l'eau, la biodiversité, la santé des agriculteurs et leur santé.

Le décret n° 2024-460 du 22 mai 2024 ouvre la définition d'agriculteur actif aux sociétés coopératives agricoles, aux unions de sociétés coopératives agricoles et aux sociétés d'intérêt collectif agricole.

Le Ministère de l'Economie et des Finances a publié une charte visant à développer une démarche volontaire d'information des consommateurs sur l'origine des trois principaux ingrédients utilisés dans les denrées alimentaires transformées.

Suite au recours juridique de la FNAB et de l'IFOAM, l'ADEME va procéder au retrait de la marque Ecoscore.

### Sources :

Bio Linéaires, Commission européenne, FCD, Green Planet, IFOAM Organics Europe, INSEE, IPSOS, Journal Officiel, Le Monde, Les Echos, Libération, Mission économique de Berlin, Odoxa, OIV et Réussir – avril/juin 2024

<sup>1</sup> Sondage réalisé en avril 2024 auprès de 1 000 personnes.

<sup>2</sup> Réalisé en avril 2024

<sup>3</sup> Mené début mai

# Soutien des pouvoirs publics au secteur bio français

Après avoir été annoncé au Salon International de l'Agriculture, le Programme Ambition Bio 2027 a été officiellement lancé le 25 avril 2024<sup>1</sup>.

Ce programme est construit autour de trois axes : stimuler la demande, consolider les filières et accompagner les agriculteurs face aux enjeux sociaux et environnementaux. Il compte 27 actions opérationnelles. Il est notamment prévu :

- le déploiement d'une campagne massive de communication et de promotion de la consommation de produits bio sur tout le territoire français,
- la mobilisation de plusieurs fonds d'aides publiques, telle que le fonds Entrepreneurs du Vivant, en faveur de l'installation et de l'investissement en agriculture biologique,
- la mobilisation de la recherche pour renforcer les performances agronomiques et l'innovation dans les filières biologiques, à travers, par exemple, l'émergence d'un réseau mixte technique (RMT) dédié à l'agriculture biologique, ou le programme inter-Instituts Techniques Agricoles "Synergies Bio – non Bio" regroupant 13 instituts techniques.

Le programme Ambition Bio a notamment pour objectif d'atteindre 18 % de la SAU en bio d'ici 2027.

Au-delà du pourcentage de la SAU en bio, l'efficacité de ce programme sera mesurée à travers un tableau de bord d'indicateurs de suivi annuel comprenant :

- l'évolution de la part des cheptels bio et en conversion par filière,
- l'évolution en pourcentage de la valeur du marché bio,
- l'évolution en pourcentage du nombre de distributeurs bio,
- la part de la bio dans la consommation à domicile et la restauration,
- le taux d'importation des produits bio,
- le taux de confiance des consommateurs dans le logo bio.

Le Code rural donne un objectif à plus long terme : 21 % de la SAU en bio d'ici le 1<sup>er</sup> janvier 2030<sup>2</sup>. Ceci doit encore être examiné par le Sénat en juin, dans le cadre de la Loi d'orientation agricole.

L'enveloppe consacrée à aider les agriculteurs biologiques en difficulté a été rehaussée pour atteindre 105 millions €, contre 90 prévus initialement.

L'arrêté du 11 juin 2024, publié au Bulletin officiel du ministère de l'Agriculture, précise les conditions de versement des aides en faveur de l'agriculture bio pour la campagne 2024 de la PAC<sup>3</sup>.

D'après la FNSEA, il y a des retards de paiement de l'aide à la conversion pour 2023. Entre 5 000 et 10 000 agriculteurs seraient toujours en attente de versement.

## Sources :

Assemblée Nationale, FNSEA, La France Agricole, Le Monde, Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, Reporterre et Réussir – avril/juin 2024

<sup>1</sup> Téléchargeable ici : <https://www.info.gouv.fr/actualite/le-gouvernement-lance-le-programme-ambition-bio-2027>

<sup>2</sup> Amendement adopté le 23 mai 2024

<sup>3</sup> [https://info.agriculture.gouv.fr/boagri/document\\_administratif-9bc785e7-5dd1-4f9f-9b46-05a14466d254](https://info.agriculture.gouv.fr/boagri/document_administratif-9bc785e7-5dd1-4f9f-9b46-05a14466d254)



### 1) La filière laitière sur un plan général

#### 1.1) La filière lait de vache

##### Résultats pour le premier trimestre 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte totale de lait de vache a augmenté de 1,6 % au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023, dépassant 6,0 milliards de litres.

Au cours du premier trimestre 2024, les fabrications de crème conditionnée, de beurre, des autres fromages et de lait en poudre ont reculé. Celles de lait conditionné, de yaourts et laits fermentés, de desserts lactés frais et de fromages frais ont progressé.

D'après Kantar Worldpanel, les achats de laits de consommation liquides par les ménages ont reculé de 3,4 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023<sup>1</sup>. Les volumes achetés ont également reculé pour le beurre : - 3,6 %, Les volumes achetés ont stagné pour les produits ultra frais : -0,3 % et le fromage : +0,2 %. En revanche, ils ont progressé pour la crème fraîche : +1,6 %.

D'après CIRCANA, les ventes de laits conditionnés en GMS (hors magasins de proximité et livraison à domicile) ont progressé de 1,0 % en volume et de 1,0 % en valeur au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023<sup>2</sup>.

#### 1.2) La filière lait de chèvre

D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de chèvre par les ménages ont stagné (+0,2 %) au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

#### 1.3) La filière lait de brebis

D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de brebis par les ménages ont reculé de 4,0 % au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

### 2) La filière laitière biologique

#### 2.1) La filière lait de vache biologique

##### a) La collecte et les fabrications

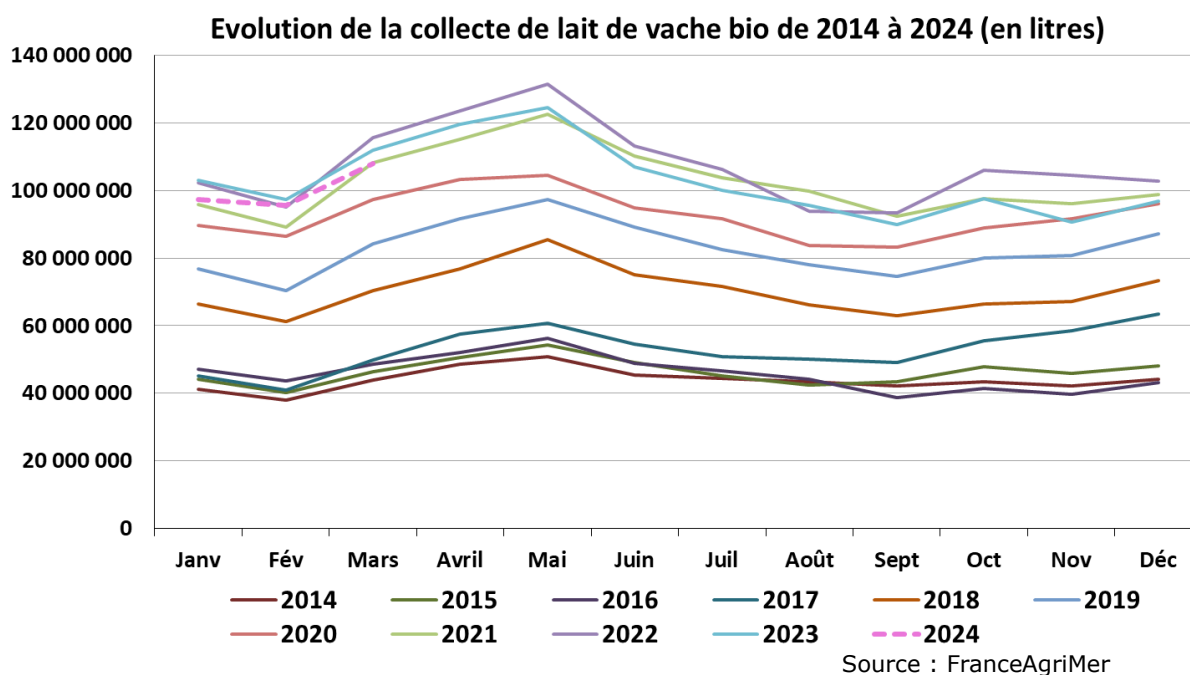
##### Résultats pour le premier trimestre 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de vache bio s'est élevée à **près de 300,9 millions de litres** au cours du premier trimestre 2024, soit une **baisse de 3,6 %** par rapport au premier trimestre 2023.

<sup>1</sup> Baisse de 2,0 % pour le lait conventionnel seul

<sup>2</sup> Pour les laits conditionnés conventionnels : +2,5 % en volume et +2,4 % en valeur.

La part de bio dans la collecte de lait de vache s'élevait à 5,2 % en mars 2024 (contre 5,4 % en mars 2023).



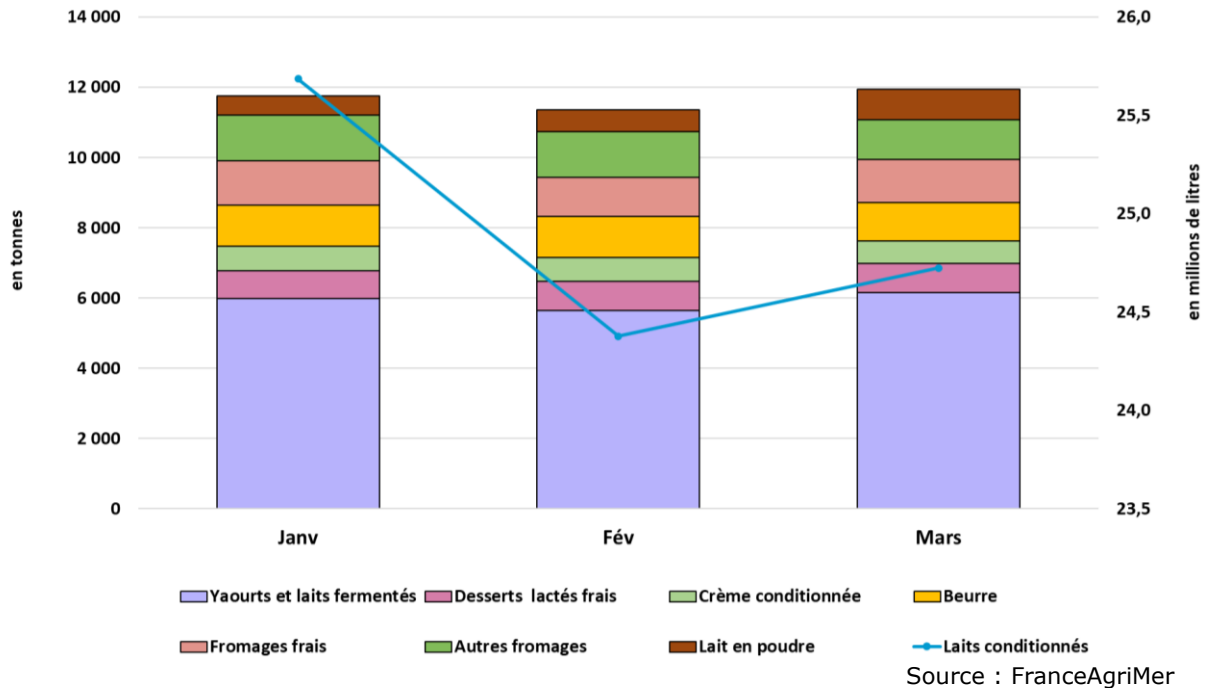
Cette évolution nationale cache de fortes disparités régionales. En effet, la collecte de lait bio a reculé de 2 % en Pays de la Loire au cours du premier trimestre 2024 et de 12,8 % en Auvergne Rhône-Alpes, tandis qu'elle s'est maintenue en Bretagne et a progressé de 1,5 % en Normandie et de 12,5 % en Centre-Val de Loire.

Au cours du premier trimestre 2024, toutes les fabrications bio ont baissé par rapport au premier trimestre 2023.

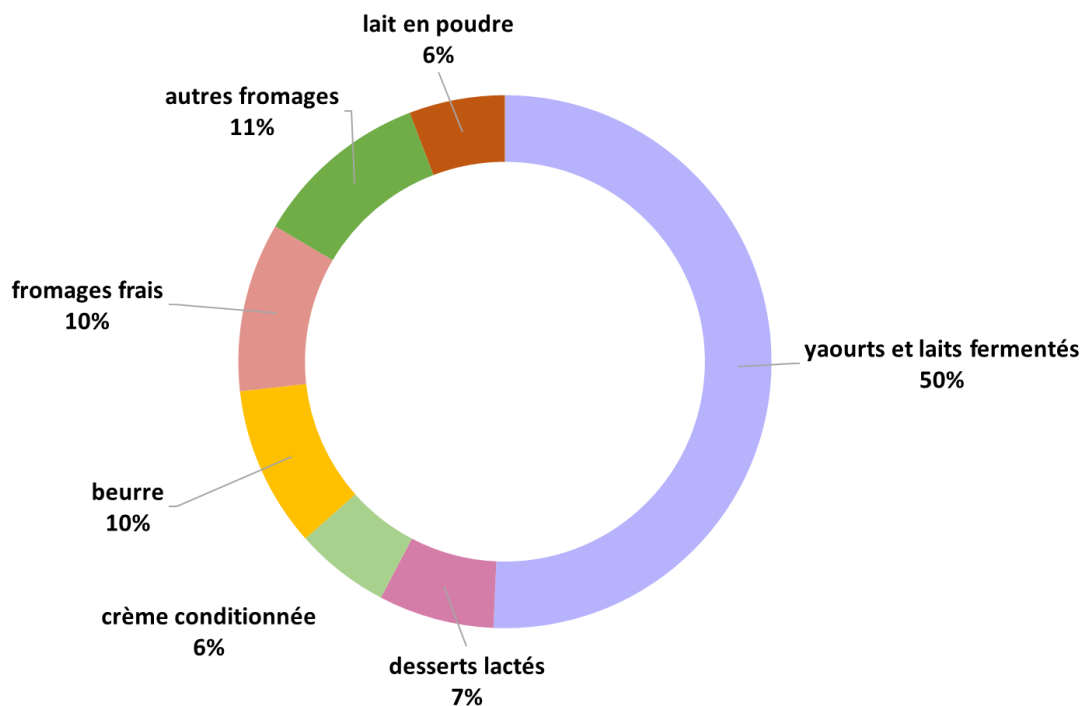
#### Tableau de bord pour le premier trimestre 2024

	Lait BIOLOGIQUE		TOTAL Lait (bio et conventionnel)	
	1 <sup>er</sup> trimestre 2024	Evolution 2024/2023 (%)	1 <sup>er</sup> trimestre 2024	Evolution 2024/2023 (%)
<b>Collecte (en 1000 litres de lait)</b>	300 869	-3,6%	6 001 183	1,6%
<b>Fabrications de (tonnes) :</b>				
<b>Lait conditionné (1000 L)</b>	74 787	-6,8%	761 699	1,2%
<b>Produits frais</b>	20 232	-1,4%	505 086	1,1%
Dont yaourts et laits fermentés	17 771	-0,2%	347 289	1,3%
Dont desserts lactés frais	2 461	-9,6%	157 797	0,8%
<b>Crème conditionnée</b>	2 016	-29,8%	138 400	-1,2%
<b>Beurre</b>	3 426	-10,0%	95 157	-4,3%
<b>Fromages</b>	7 350	-5,1%	440 242	1,0%
Dont fromages frais	3 596	-4,5%	164 661	3,0%
Dont autres fromages	3 754	-5,7%	275 581	-0,1%
<b>Lait en poudre</b>	2 037	-0,1%	129 438	-0,1%

Evolution des fabrications de produits à base de lait de vache bio en 2024 (en millions de litres pour les laits conditionnés et en tonnes pour les autres produits)



Répartition des fabrications à partir de lait bio au premier trimestre 2024 (hors lait conditionné)



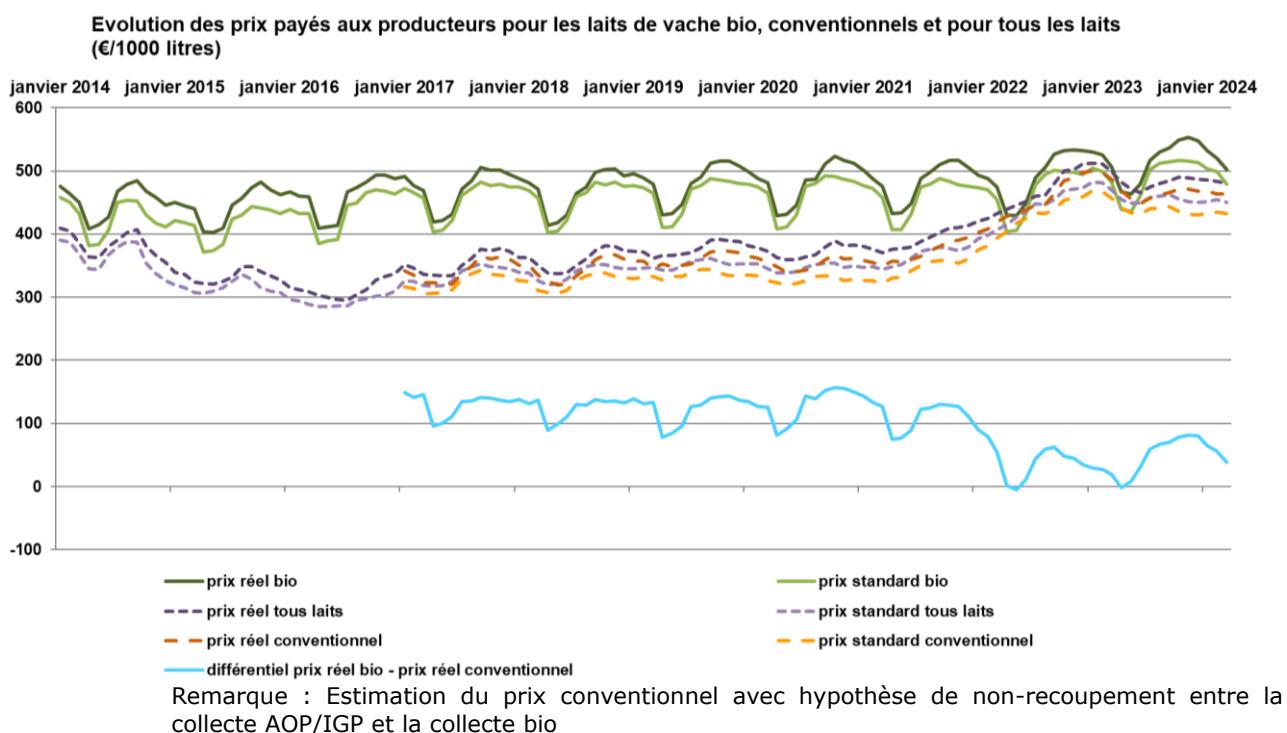
## b) Les prix payés aux producteurs

En mars 2024, le prix réellement payé aux producteurs de lait de vache bio<sup>1</sup> était inférieur de 1,0 % à celui de mars 2023, tandis que le prix conventionnel était en baisse de 4,9 %.

<sup>1</sup> Le prix réellement payé aux producteurs tient compte de la teneur réelle en matière grasse et matière protéique. Il s'agit du prix départ exploitation. Il ne comprend ni la TVA, ni les cotisations.

En mars 2024, le différentiel entre le prix réel bio et le prix réel conventionnel était de 38,58 €/1 000 L. Il était en hausse de 97,4 % par rapport à mars 2023.

La moyenne du prix bio réellement payé aux producteurs pour l'année commençant en avril 2023 et se terminant en mars 2024 a été de 516,46 €/1 000 L. Elle est en progression de 3,5 % par rapport à l'année précédente.



### c) Les achats de produits laitiers bio par les ménages

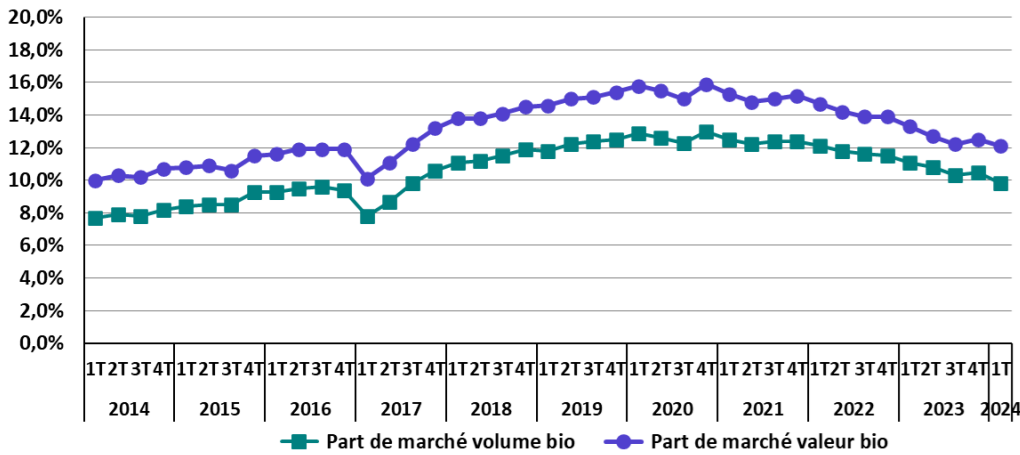
Au cours du premier trimestre 2024, d'après Kantar Worldpanel, les achats de laits de consommation liquide bio par les ménages ont reculé de 19,2 % en volume par rapport au premier trimestre 2023. Le bio a représenté 6,7 % des achats de laits en volume au cours de cette période. Tous les autres produits laitiers bio ont également vu leurs achats par les ménages reculer en volume au cours du premier trimestre 2024 : yaourts : - 6,8 %, fromages frais : -16,4 %, desserts frais : -8,6 %, beurre : -4,5 %, crème : - 28,7 % et fromages au lait de vache : -14,4 %.

### d) Les ventes de produits laitiers bio en GMS (hors magasins de proximité et livraison à domicile) : Résultats du panel Circana

#### Lait biologique

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de lait liquide bio en GMS ont reculé de 10,8 % en volume et de 8,1 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023. Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume du lait bio en GMS a été de 9,8 % et la part de marché en valeur de 12,1 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

### Evolution de la part du lait bio dans les ventes totales de lait en GMS (HD et drive inclus)

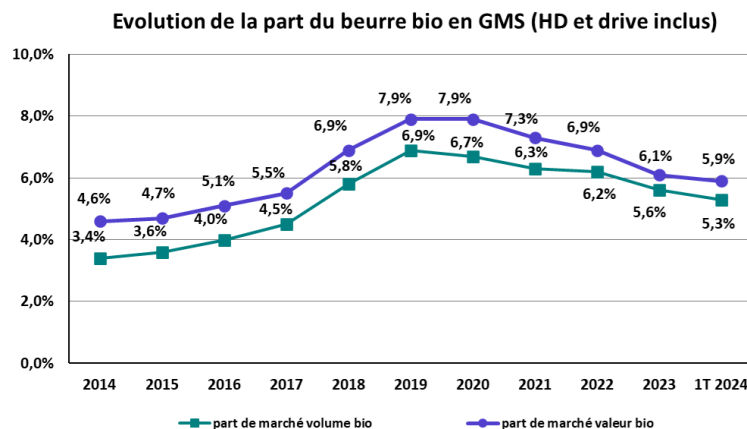


Source : Panel CIRCANA-CNIEL

### Beurre biologique

Au premier trimestre 2024, les ventes de beurre bio en GMS ont reculé de 7,5 % en volume et de 2,9 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume du beurre bio en GMS a été de 5,3 % et la part de marché en valeur de 5,9 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.



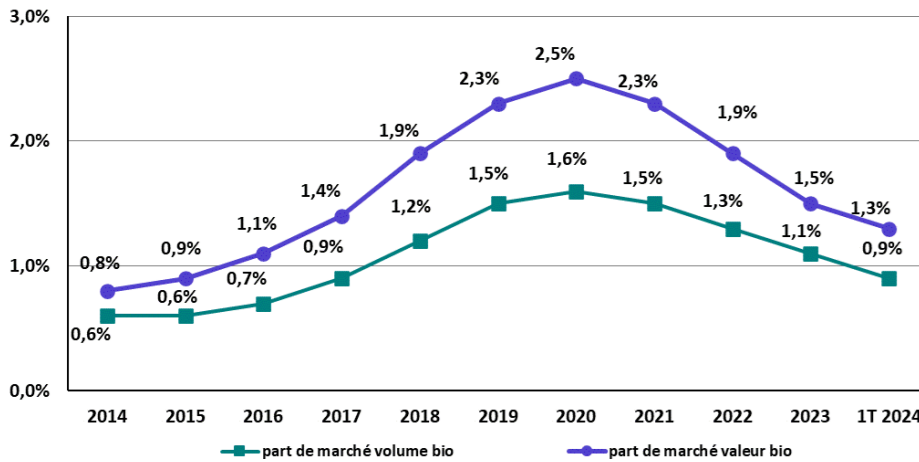
Source : Panel CIRCANA-CNIEL

### Fromages biologiques

Au premier trimestre 2024, les ventes de fromages bio en GMS ont reculé de 13,1 % en volume et de 11,4 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume du fromage bio en GMS a été de 0,9 % et la part de marché en valeur de 1,3 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

### Evolution de la part du fromage bio en GMS (HD et drive inclus)



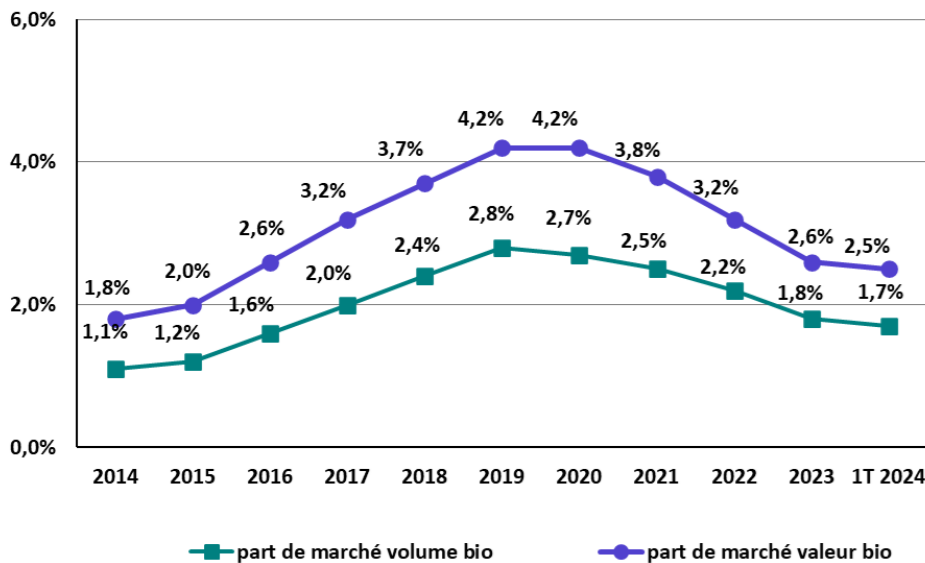
Source : Panel CIRCANA-CNIEL

### Crème biologique

Au premier trimestre 2024, les ventes de crème bio en GMS ont reculé de 15,3 % en volume et de 10,7 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume de la crème bio en GMS a été de 1,7 % et la part de marché en valeur de 2,5 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

### Evolution de la part de la crème bio en GMS (HD et drive inclus)

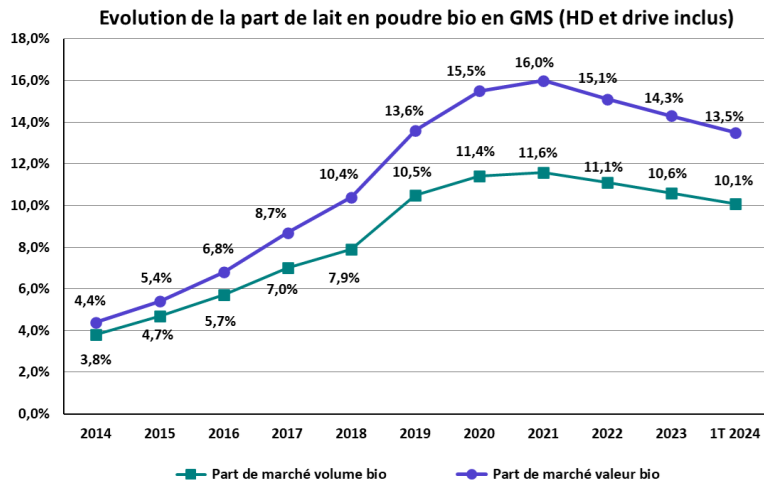


Source : Panel CIRCANA-CNIEL

### Lait en poudre biologique

Au premier trimestre 2024, les ventes de lait en poudre bio en GMS ont baissé de 7,9 % en volume et de 5,9 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume du lait en poudre bio en GMS a été de 10,1 % et la part de marché en valeur de 13,5 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

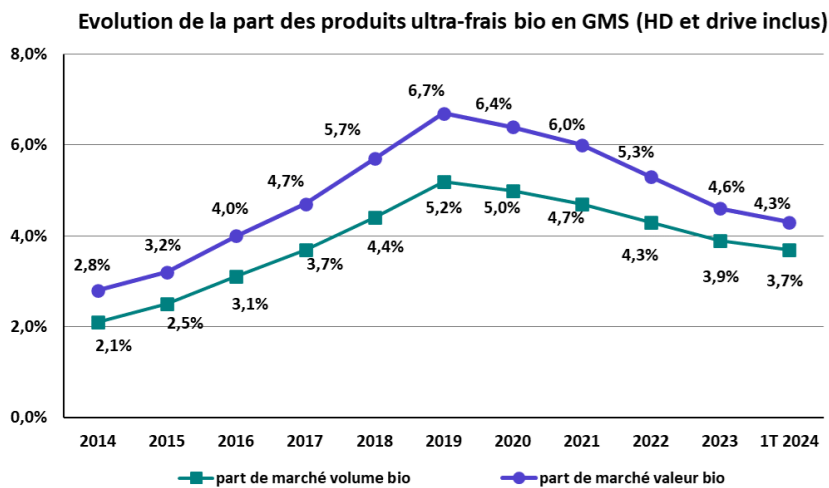


Source : Panel CIRCANA-CNIEL

## Produits ultra frais biologiques

Au premier trimestre 2024, les ventes de produits ultra frais bio en GMS ont reculé de 6,5 % en volume et de 3,8 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume des produits ultra frais bio en GMS a été de 3,7 % et la part de marché en valeur de 4,3 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

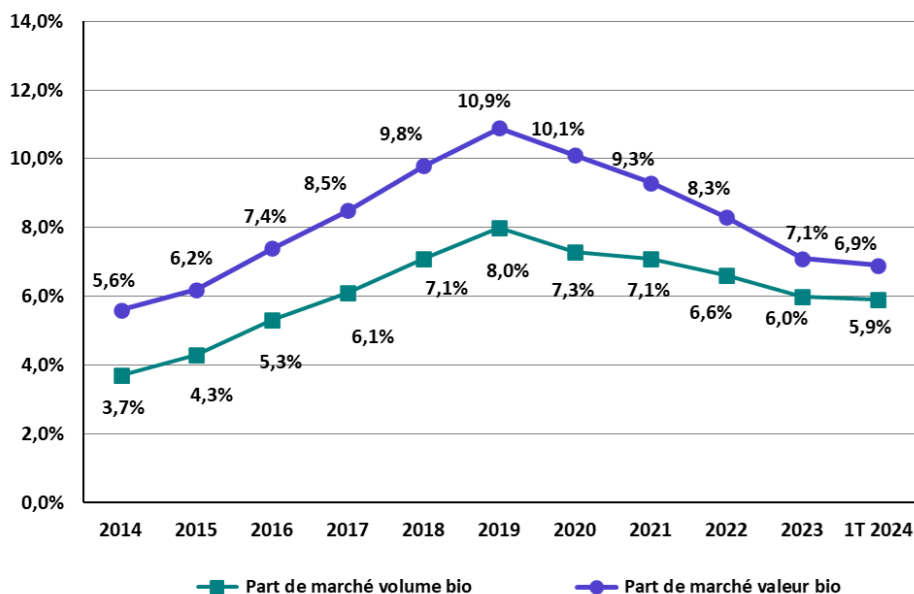


Source : Panel CIRCANA-CNIEL

Les yaourts sont les principaux produits ultra-frais bio vendus en GMS (les trois-quarts des ventes de cette catégorie). Au premier trimestre 2024, les ventes de yaourts bio en GMS ont reculé de 4,5 % en volume et de 2,0 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume des yaourts bio en GMS a été de 5,9 % et la part de marché en valeur de 6,9 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

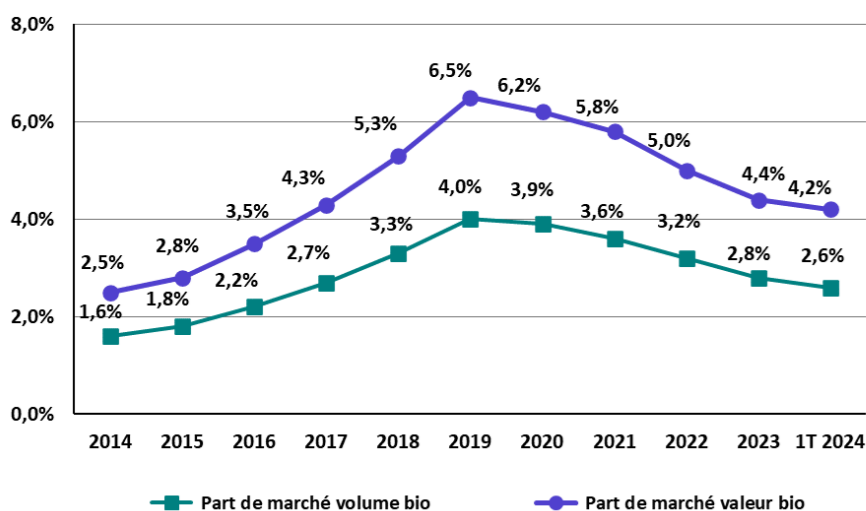
### Evolution de la part des yaourts bio en GMS (HD et drive inclus)



Source : Panel CIRCANA-CNIEL

Au premier trimestre 2024, les ventes de fromages frais bio en GMS ont reculé de 8,9 % en volume et de 2,9 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023. Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume de fromages frais bio en GMS a été de 2,6 % et la part de marché en valeur de 4,2 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

### Evolution de la part des fromages frais bio en GMS (HD et drive inclus)

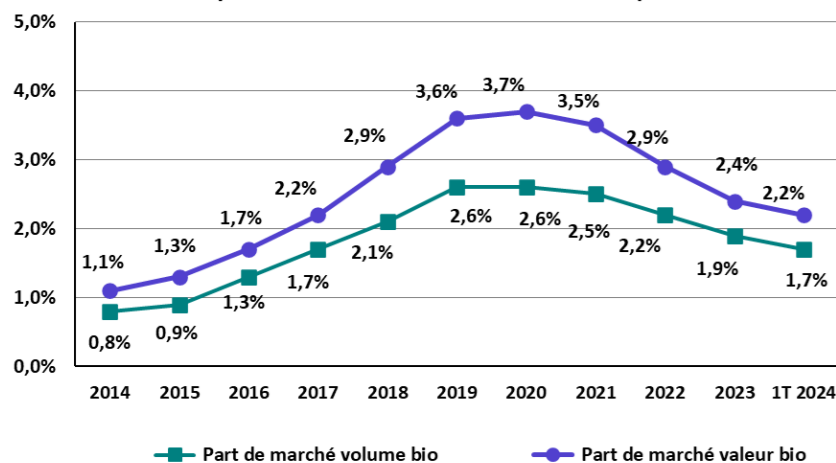


Source : Panel CIRCANA-CNIEL

Au premier trimestre 2024, les ventes de desserts lactés bio en GMS ont reculé de 13,7 % en volume et de 10,1 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023. Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume des desserts lactés bio en GMS a été de 1,7 % et la part de marché en valeur de 2,2 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.



### Evolution de la part des desserts lactés bio en GMS (HD et drive inclus)

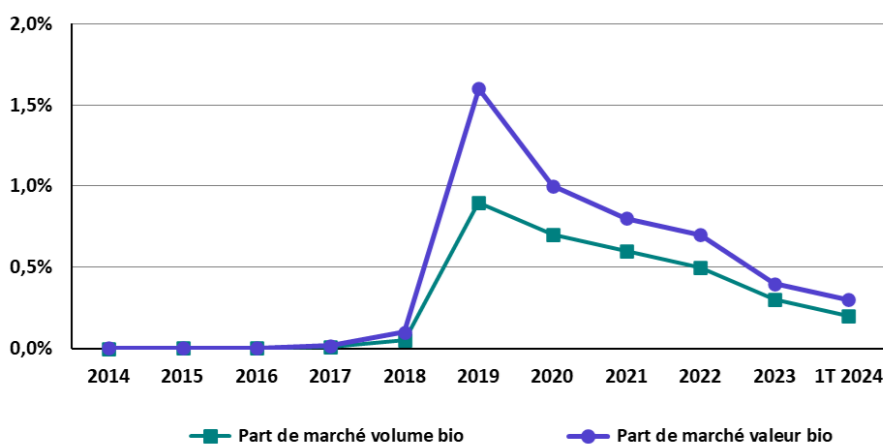


Source : Panel CIRCANA-CNIEL

Au premier trimestre 2024, les ventes de bifidus en pot bio en GMS ont reculé de 39,7 % en volume et de 39,9 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume des bifidus bio en GMS a été de 0,2 % et la part de marché en valeur de 0,3 %. Elles sont inférieures à celles de 2023.

### Evolution de la part des bifidus bio en pots en GMS (HD et drive inclus)



Source : Panel CIRCANA-CNIEL

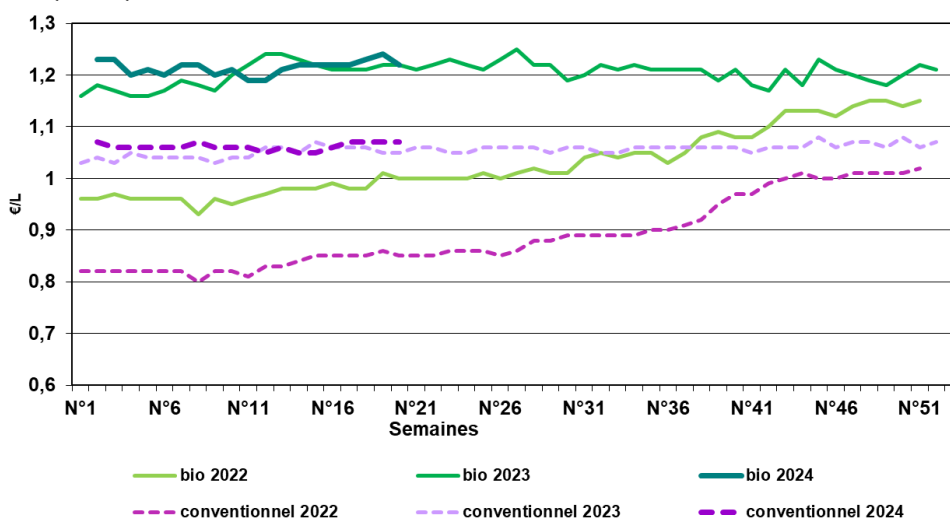
## d) Les prix au détail

### Lait biologique

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen du lait bio UHT demi-écrémé bouteille plastique en GMS a été de 1,21 €/l. Il était supérieur de 0,8 % au prix moyen sur la même période de 2023 et au prix moyen 2023.

Au cours de cette période, l'écart moyen annuel entre le lait bio et le lait conventionnel en GMS a été de 15 centimes/litre (soit 14 % de plus en bio).

**Evolution du prix moyen du lait demi-écrémé bio et conventionnel en bouteille en GMS (en €/L)**



Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen du lait bio demi-écrémé en bouteille en magasins spécialisés s'est élevé à 1,52 €/L. Il était inférieur de 9,0 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 1,9 % au prix moyen 2023.

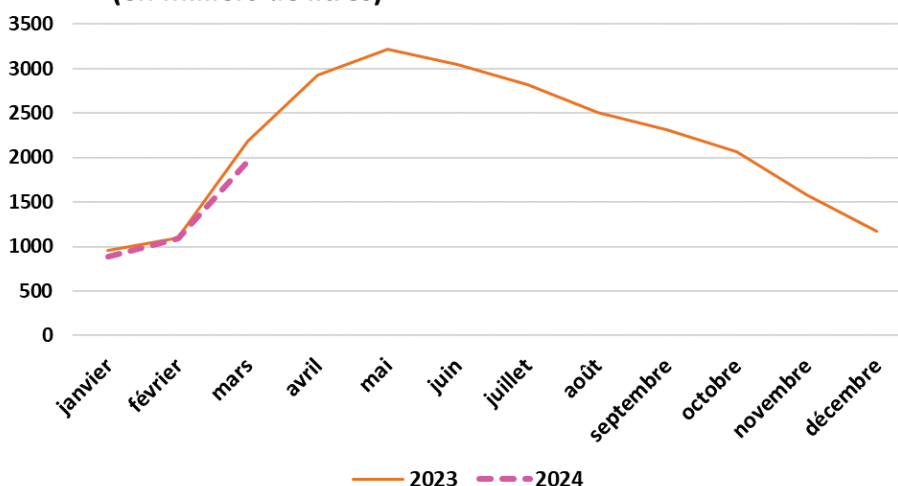
Le prix du lait bio en brique sur cette période a été de 1,31 €/L. Il était supérieur de 4,8 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 2,3 % au prix moyen 2023.

## 2.2) La filière lait de chèvre biologique

### Résultats pour le premier trimestre 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de chèvre bio s'est élevée à près de 4 millions de litres au cours du premier trimestre 2024. Elle a reculé de 7,1 % par rapport au premier trimestre 2023.

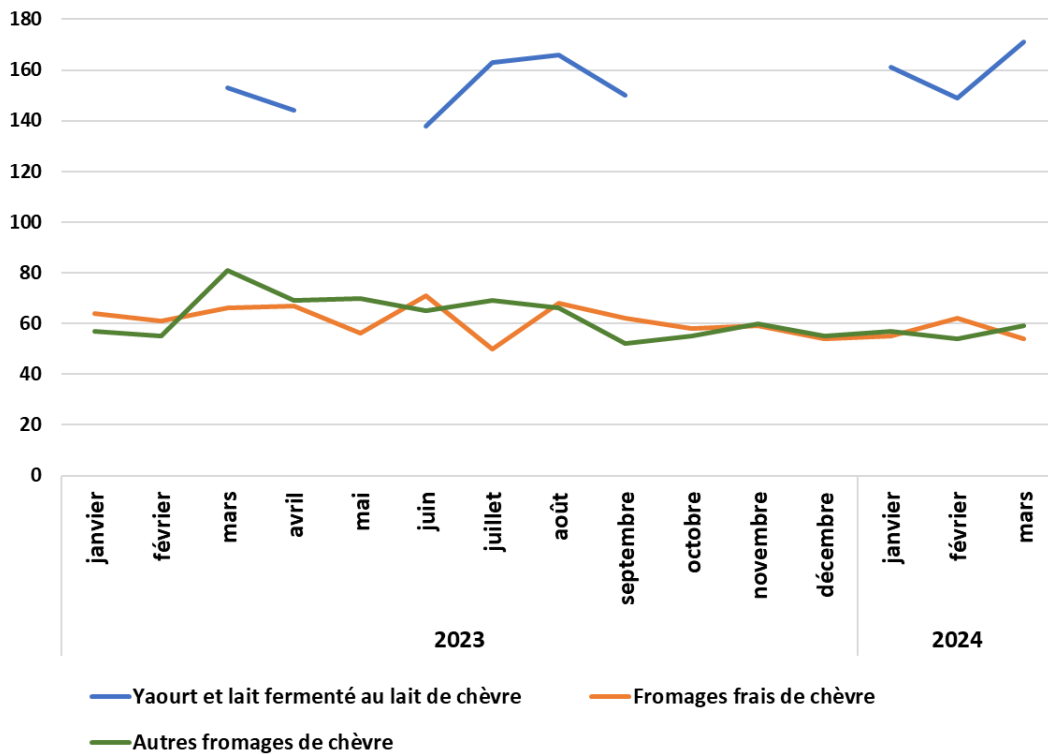
**Evolution de la collecte mensuelle de lait de chèvre bio (en milliers de litres)**



Source : FranceAgriMer

D'après l'enquête mensuelle laitière, les fabrications de fromages frais de chèvre bio ont reculé de 9,9 % au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023 et celles d'autres fromages de chèvre de 11,9 %.

### Evolution des fabrications de produits laitiers bio à base de lait de chèvre



NB : les points manquants correspondent à des données sous secret statistique.  
Source : FranceAgriMer

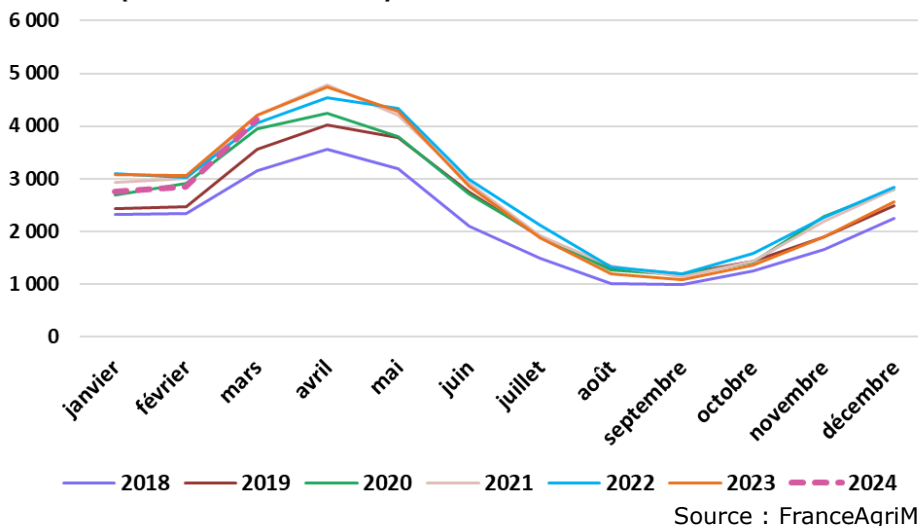
D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de chèvre bio par les ménages ont reculé de 11,7 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

## 2.3) La filière lait de brebis biologique

### Résultats pour le premier trimestre 2024

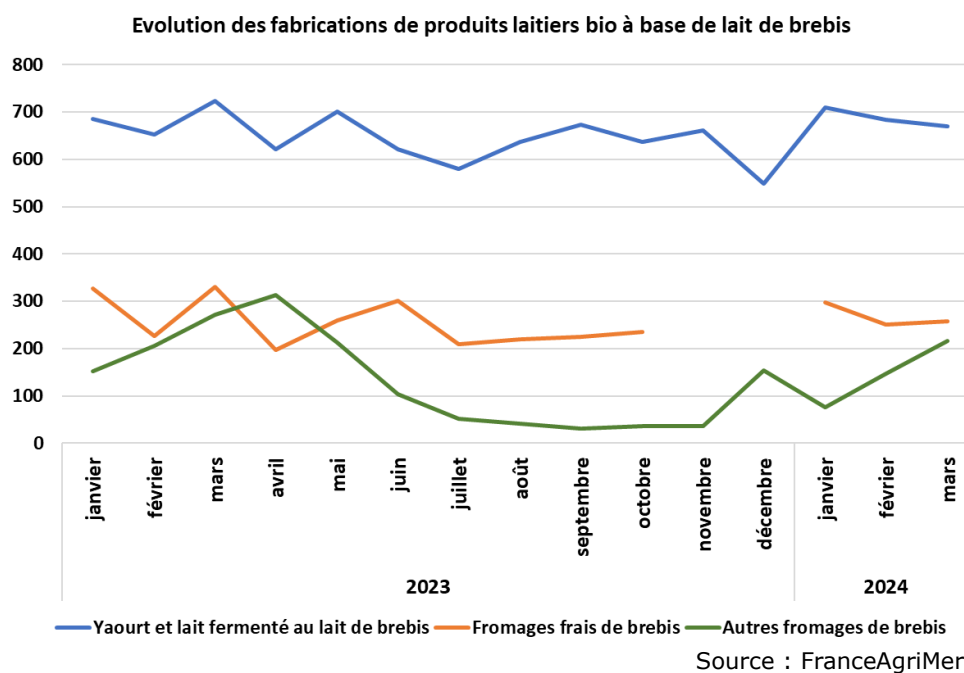
D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de brebis bio s'est élevée à près de 10 millions de litres en au cours du premier trimestre 2024. Elle a reculé de 5,9 % par rapport au premier trimestre 2023.

### Evolution de la collecte mensuelle de lait de brebis bio (en milliers de litres)



Source : FranceAgriMer

D'après l'enquête mensuelle laitière, les fabrications de yaourts et de lait fermenté bio au lait de brebis ont stagné au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023. Les fabrications de fromages frais bio au lait de brebis ont reculé de 8,9 % et celles des autres fromages bio au lait de brebis de 30,2 %.



Au cours du premier trimestre 2024, d'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de brebis bio par les ménages ont baissé de 22,9 % en volume par rapport au premier trimestre 2023.

Sources :

Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, CIRCANA/CNIEL, CNIEL, Kantar Worldpanel/FranceAgriMer, FranceAgriMer et Réussir – mai/juin 2024

## 1) La filière viande sur un plan général

D'après Agreste, les abattages de gros bovins ont reculé de 2,3 %<sup>1</sup> en mars 2024 par rapport à mars 2023, ceux de porcins de 2,3 %, tandis que ceux d'agneaux ont augmenté de 11,2 %.

D'après Kantar Worldpanel, les achats de viande de bœuf par les ménages ont reculé de 2,1 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023 et ceux de viande de veau de 8,1 %. Les achats de viande ovine ont progressé de 32,9 %. Les achats de viande porcine fraîche ont baissé de 5,2 %. Les achats de bœuf haché surgelé ont reculé de 4,7 %, tandis que ceux des autres viandes de boucherie surgelées ont augmenté de 12,6 %.

Au cours de cette période, les achats de charcuterie ont baissé de 2,7 %.

D'après Circana, les ventes de steak haché frais ont progressé de 0,5 % en volume, mais reculé de 1,3 % en valeur en GMS au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

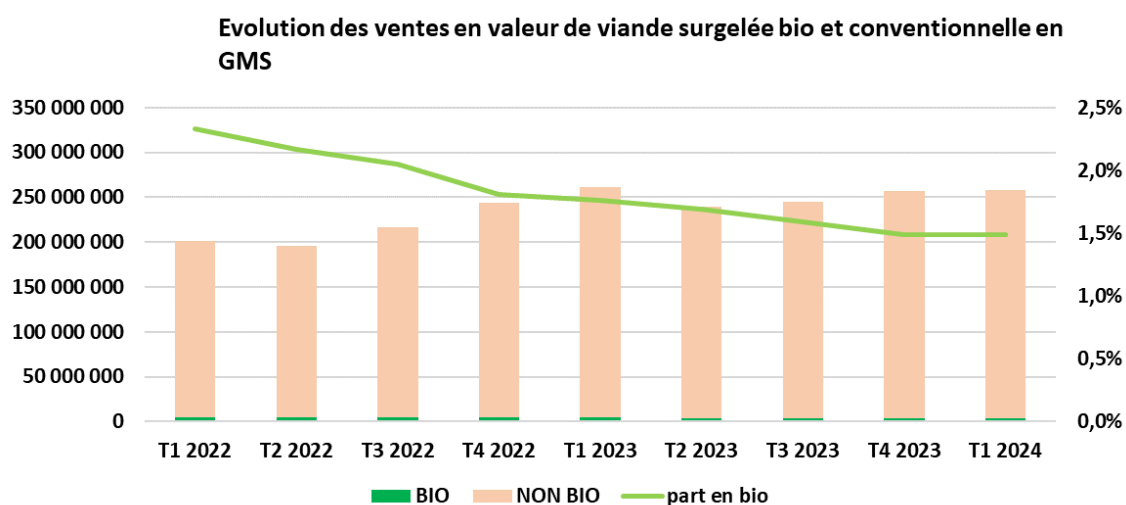
D'après Circana, les ventes de viande surgelée ont reculé de 4,6 % en volume et de 1,4 % en valeur.

D'après Circana, les ventes de charcuterie ont reculé de 1,5 % en volume en GMS (hors hard discount), mais progressé de 1,5 % en valeur au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

## 2) Les viandes biologiques

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de viandes bio surgelées en GMS ont reculé de 21,1 % en volume et de 16,5 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

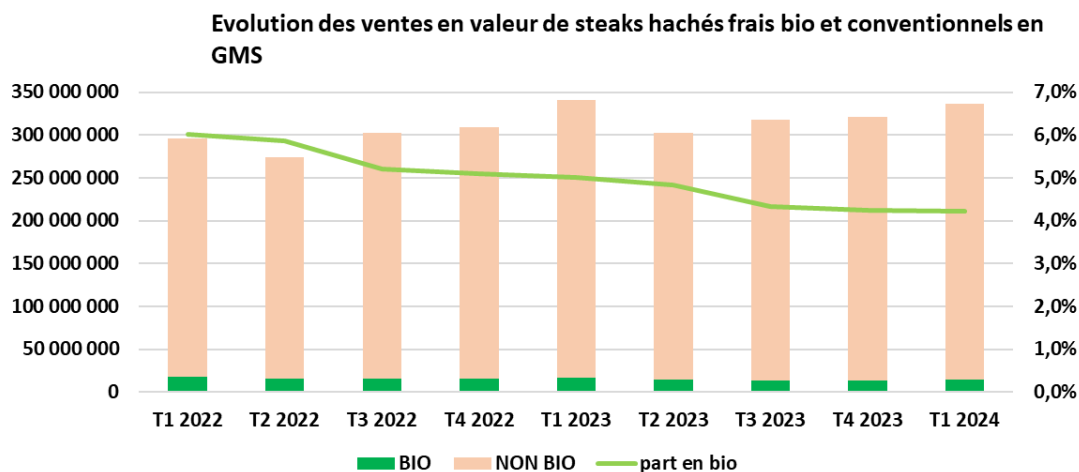
La part de marché bio de la viande surgelée a été de 0,8 % en volume et de 1,5 % en valeur, en baisse par rapport au premier trimestre 2023.



<sup>1</sup> En nombre de têtes

## 2.1) Bovins

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de steak haché bio frais en GMS ont reculé de 22,2 % en volume et de 17,0 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

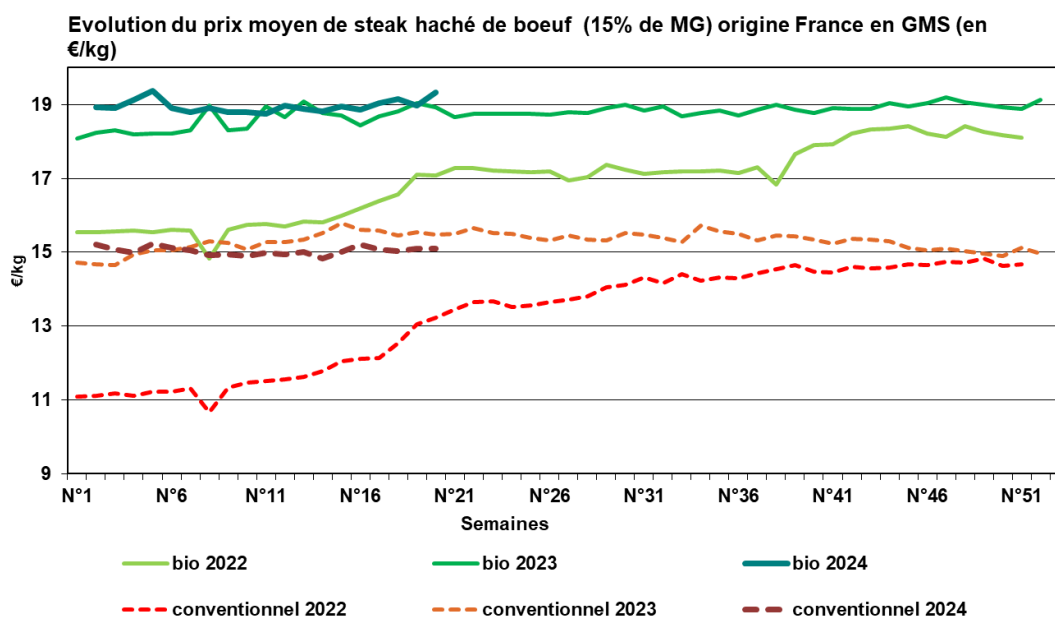


La part de marché en valeur de la viande hachée bio a été de 4,2 % au premier trimestre 2024, contre 5,0 % au premier trimestre 2023 et 6,0 % au premier trimestre 2022. En volume la part de marché bio a été de 2,9 % au premier trimestre 2024, contre 3,8 % au premier trimestre 2023 et 4,1 % au premier trimestre 2022.

Les supermarchés restaient le premier sous-circuit de commercialisation de la viande hachée bio en GMS avec une part de marché de 38,5 % en valeur.

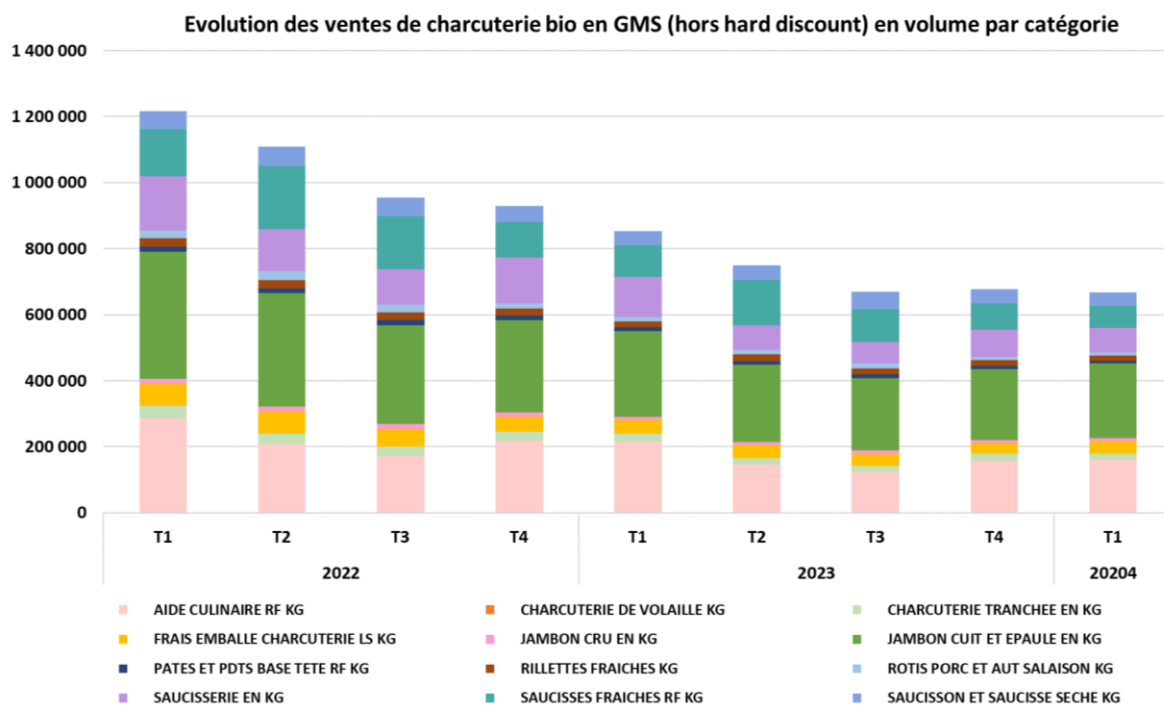
Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen du steak haché de bœuf bio (15 % de MG) en GMS a été de 18,96 €/kg. Il a été supérieur de 2,2 % à la moyenne sur la même période de 2023 et de 1,1 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre le steak haché de bœuf bio et le steak haché conventionnel a été de 3,92 €/kg (soit supérieur de 26 % en bio).

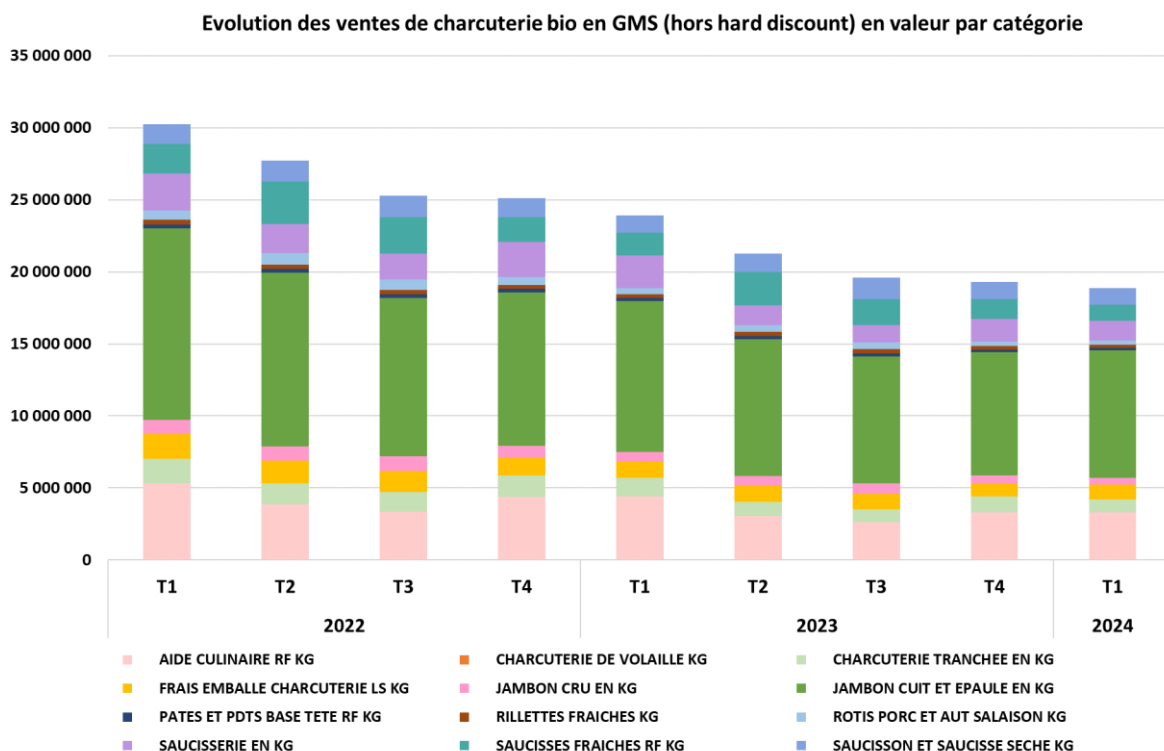


## 2.3) Porcs

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de charcuterie bio ont globalement reculé de 21,8 % en volume et de 21,1 % en valeur en GMS (hors hard discount). Toutes les familles de produits ont reculé en volume et en valeur. La saucisserie<sup>1</sup> est celle dont les ventes ont le plus baissé (-39,3 % en volume et -39,8 % en valeur).



Source : Agence BIO/Circana

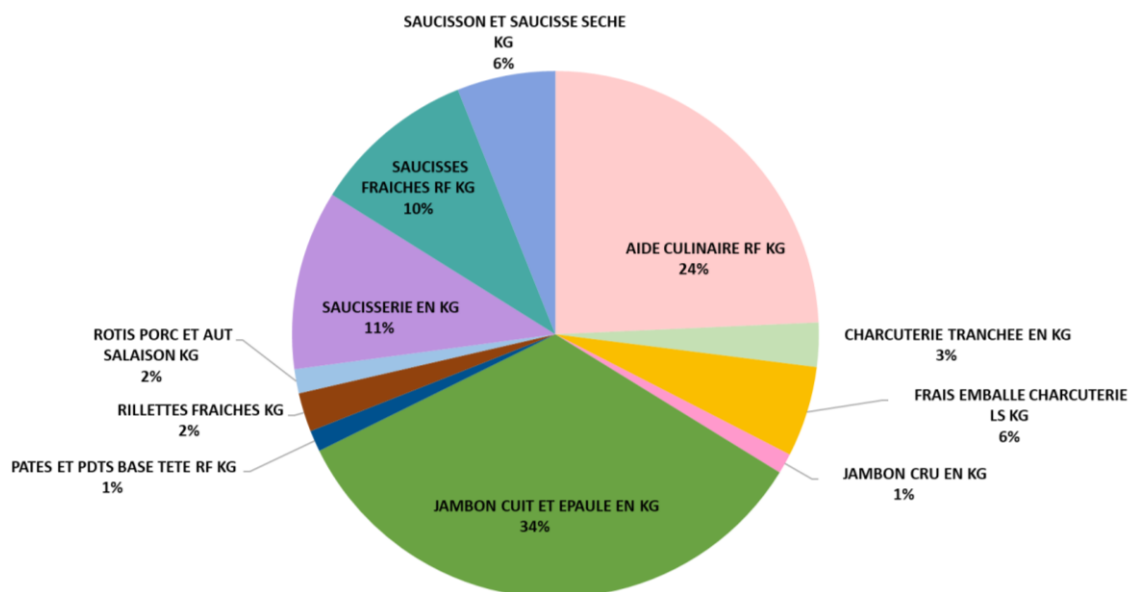


Source : Agence BIO/Circana

<sup>1</sup> La saucisserie correspond aux saucisses que l'on trouve au rayon charcuterie à savoir les boudins, saucisses de Francfort, viennoises... Les saucisses fraîches correspondent aux saucisses que l'on trouve au rayon viandes à savoir les merguez, chipolatas...

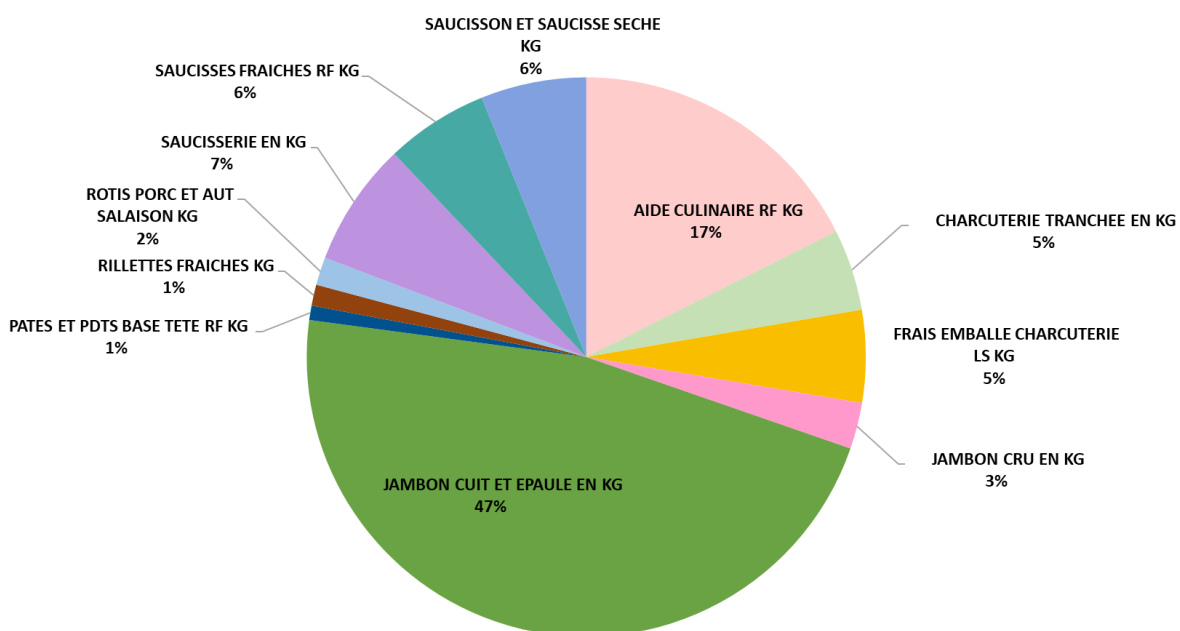
Le jambon cuit et l'épaule ont représenté 34 % des ventes de charcuterie bio en volume et 47 % en valeur au premier trimestre 2024. Cette catégorie a reculé de 13,1 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023 et de 15,5 % en valeur.

Répartition des ventes de charcuterie bio en valeur par catégories de produits en GMS (hors hard discount) au premier trimestre 2024



Source : Agence BIO/Circana

Répartition des ventes de charcuterie bio en valeur par catégories de produits en GMS (hors hard discount) au premier trimestre 2023

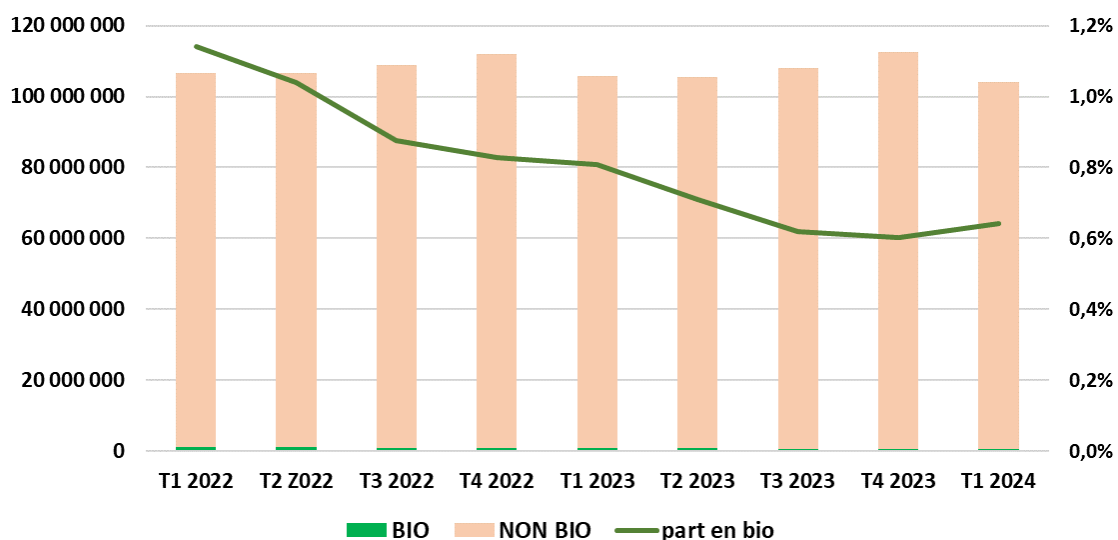


Source : Agence BIO/Circana

Au premier trimestre 2024, la part de marché en volume de la charcuterie bio était de 0,6 %, contre 0,8 % au premier trimestre 2023 et 1,1 % au premier trimestre 2022.



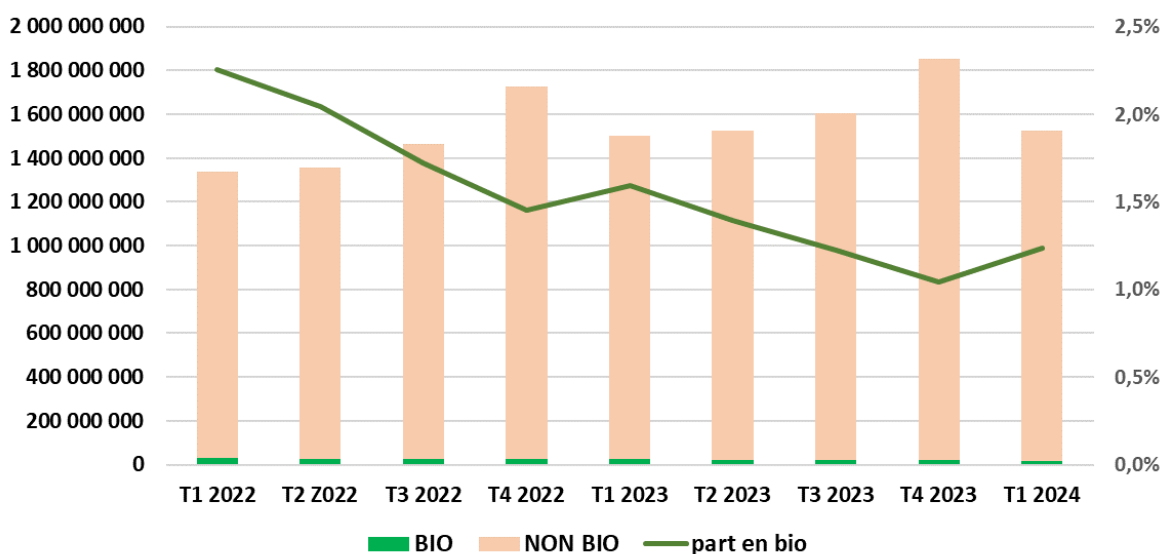
Evolution des ventes de charcuterie bio et conventionnels en volume en  
GMS (hors hard discount)



Source : Agence BIO/Circana

La part de marché en valeur de la charcuterie bio a été de 1,2 % en valeur au premier trimestre 2024, contre 1,6 % au premier trimestre 2023 et 2,3 % au premier trimestre 2022.

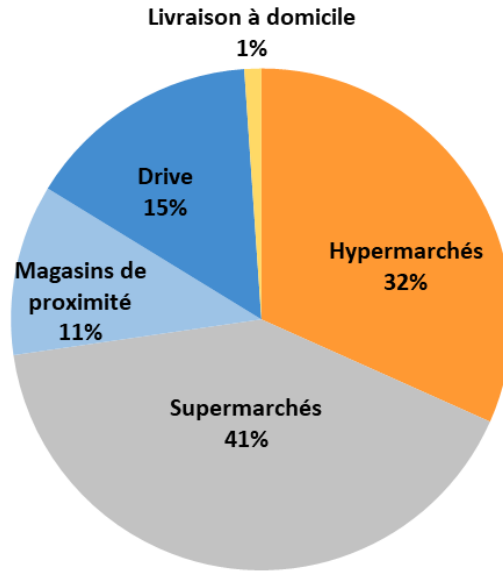
Evolution des ventes de charcuterie bio et conventionnels en valeur en  
GMS (hors hard discount)



Source : Agence BIO/Circana

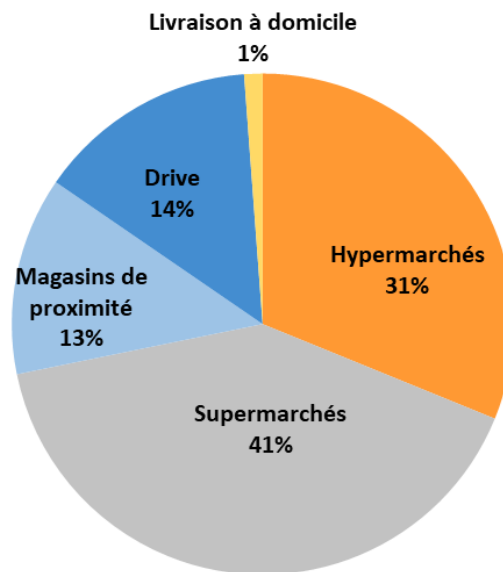
Au premier trimestre 2024, les supermarchés restaient le premier sous-circuit de commercialisation de la charcuterie bio en GMS (hors hard discount) avec une part de marché de 41 % en volume, comme en valeur.

**Part des sous-circuits de la GMS dans la vente de produits frais de charcuterie bio à poids fixe en volume au premier trimestre 2024**



Source : Agence BIO/Circana

**Part des sous-circuits de la GMS dans la vente de produits frais de charcuterie bio à poids fixe en valeur au premier trimestre 2024**



Source : Agence BIO/Circana

La livraison à domicile est le sous-circuit de la GMS dans lequel les ventes de charcuterie bio ont le plus reculé en volume (-35,6 %), comme en valeur (-30,5 %). Les ventes ont aussi beaucoup reculé dans le drive (-30,3 % en volume et -28,5 % en valeur).

Sources :

Agence BIO/Circana, Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Agreste et Kantar Worldpanel/FranceAgriMer – avril/juin 2024

## 1) La filière avicole sur un plan général

D'après Agreste, les abattages de volailles de chair ont progressé de 17,6 % en mars 2024 par rapport à mars 2023<sup>1</sup>.

D'après Agreste, en février 2024, les mises en place ont augmenté par rapport à février 2023 pour les poulets (+9,6 %), les dindes (+33,0 %), les canards à rôtir (+82,4 %) et les pintades (+63,9 %).

D'après Agreste, la production d'œufs de consommation a reculé de 4,9 % au cours des 4 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023, avec -7,4 % pour les œufs de poules en cage et -3,5 % pour les œufs d'élevages alternatifs.

D'après Agreste, les mises en place de poulettes de races de ponte ont augmenté de 3,6 % en février 2024 par rapport à février 2023.

D'après Kantar Worldpanel, les achats totaux de volailles fraîches par les ménages ont progressé de 6,9 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

D'après Kantar Worldpanel, les achats totaux d'œufs par les ménages ont progressé de 3,7 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

D'après Kantar Worldpanel, les marques de distributeurs ont représenté plus de 56 % des achats d'œufs en volume au cours du premier trimestre 2024.

D'après Circana, les ventes d'œufs en GMS ont progressé de 5,2 % en volume et de 3,8 % en valeur au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

## 2) Les volailles de chair biologiques

### 2.1) Evolution des volumes produits en 2023<sup>2</sup>

Durant les 16 premières semaines de 2024, les mises en place de volailles biologiques ont baissé de 1 % par rapport à la même période de 2023 et de 17 % par rapport à la même période de 2022, soit environ 29 400 volailles bio en moins depuis 2 ans.

Les mises en place de poulets bio ont reculé de 2 % par rapport à la même période de 2023 et de 17% par rapport à la même période de 2022.

La situation reste précaire avec des objectifs de stabilisation sur le 4<sup>e</sup> trimestre 2024.

---

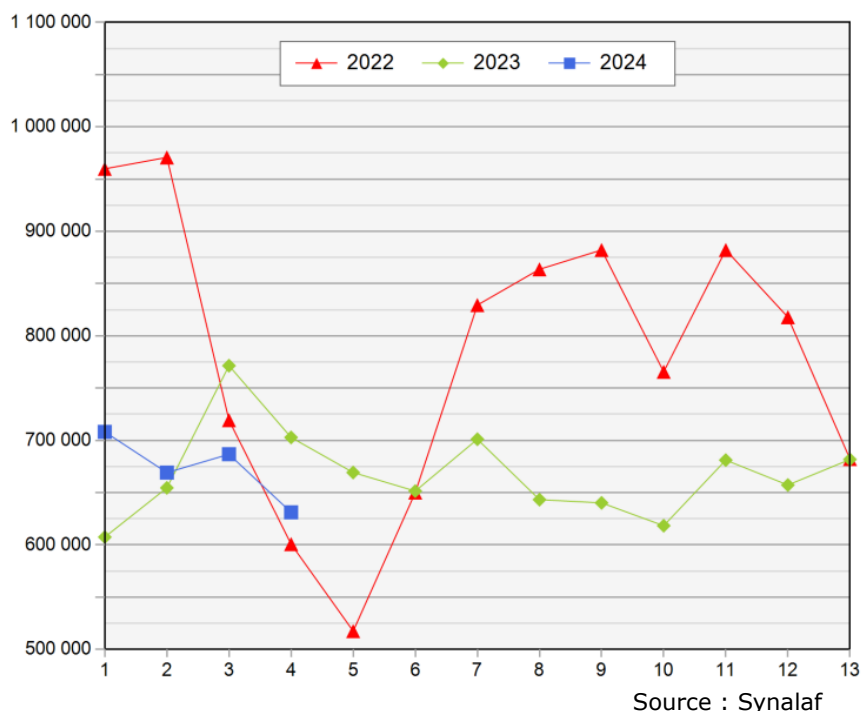
<sup>1</sup> En têtes

<sup>2</sup> Les données présentées correspondent uniquement aux informations récoltées dans le cadre de l'observatoire économique du Synalaf. Celui-ci regroupe la majorité des productions organisées de volailles bio en France.

## Estimation des mises en place de volailles bio en filières organisées sur les 16 premières semaines de 2024<sup>1</sup>

	MEP (En milliers de têtes)	Évolution 2024/2023	Évolution 2024/2022
Poulets	2 695	-2%	-17%
Pintades	13	+69%	-39%
Canards	14	+13%	-41%
Dindes de découpe	41	51%	-15%
Volailles festives	0		
<b>Total volailles à rôtir</b>	<b>2 763</b>	<b>-1%</b>	<b>-17%</b>

Mises en place de poulets Bio en filières organisées

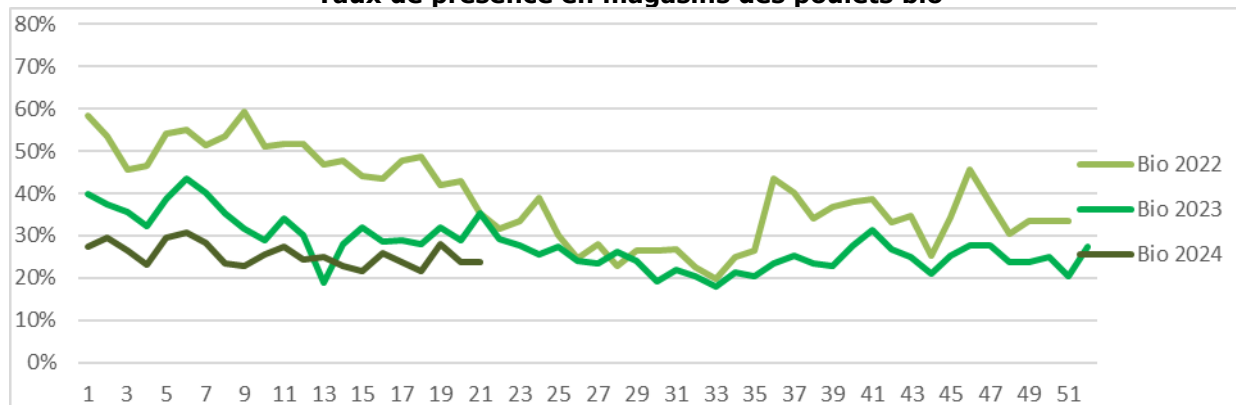


### 2.2) Tendances de marché

Au cours des seize premières semaines de 2024, l'indice des coûts des matières premières dans l'aliment des poulets bio a continué de régresser, entraînant mécaniquement une baisse des prix. Cette diminution n'est pas encore suffisamment répercutée sur les prix de vente consommateur. Une légère hausse des promotions est observée en magasins mais cela reste encore très marginal. Au cours des 20 premières semaines de l'année, le taux de présence des poulets en magasins reste en dessous des années précédentes (-7 pts vs 2023 ; -24pts vs 2022).

<sup>1</sup> Jusqu'au 21 avril 2024

### Taux de présence en magasins des poulets bio

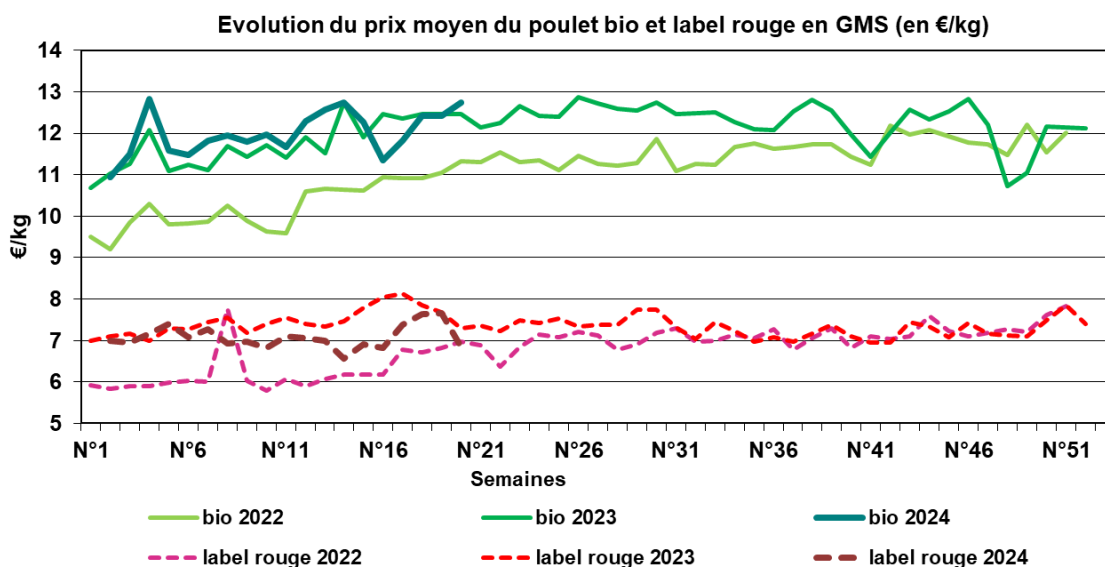


Source : RNM/FranceAgriMer

### 2.3) Prix

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen du poulet prêt-à-cuire en GMS s'est élevé à 12,01 €/kg. Il a été supérieur de 2,2% au prix moyen sur la même période de 2023, mais inférieur de 0,6 % au prix moyen 2022.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen du poulet bio a été supérieur de 4,93 € au prix moyen du poulet Label Rouge (70 % plus cher).



Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen du poulet prêt-à-cuire en magasins spécialisés s'est élevé à 14,33 €/kg. Il a été inférieur de 2,4 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 2,2 % au prix moyen 2022.

### 3) Les œufs biologiques

#### 3.1) Evolution des volumes produits au cours du premier trimestre 2024<sup>1</sup>

Au cours du premier trimestre 2024, les mises en place de poules pondeuses bio ont augmenté de 3,7 % par rapport au premier trimestre 2023. En revanche, le nombre d'œufs produits a diminué de 5,4% par rapport au premier trimestre 2023.

Le recul des œufs bio produits peut s'expliquer notamment par les baisses de performances associées à la nouvelle réglementation qui s'est appliquée en début d'année 2022 (dont la gestion complexe des poulettes élevées en bio avec accès à un parcours extérieurs). Cela peut également s'expliquer par d'autres changements comme l'application du déclassement 48h après un traitement allopathique de synthèse.

**Estimation de l'évolution des pondeuses bio mises en place en atelier et de la production d'œufs bio au cours du premier trimestre 2024 pour l'observatoire du SYNALAF (environ 65% de la production française).**

	<b>Effectif en milliers</b>	<b>Évolution T1 2024 vs T1 2023</b>	<b>Évolution T1 2024 vs T1 2022</b>
Pondeuses bio mises en place	1 250	<b>+3,7%</b>	+3,5%
Œufs bio produits	319 349	<b>-5,4%</b>	-14,8%

#### 3.1) Tendance de marché en 2023

Les prix des œufs bio en magasins restent encore élevés pour les consommateurs qui se tournent vers des produits moins onéreux. A l'inverse, une nette amélioration se fait sentir sur le marché global des œufs.

D'après Kantar Worldpanel, les achats d'œufs bio par les ménages ont reculé de 8,7 % en volume au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023. Au cours du premier trimestre 2024, les ventes des œufs Label Rouge ont reculé de 2,5 %, tandis que celles des autres œufs plein air ont augmenté de 10,4 %.

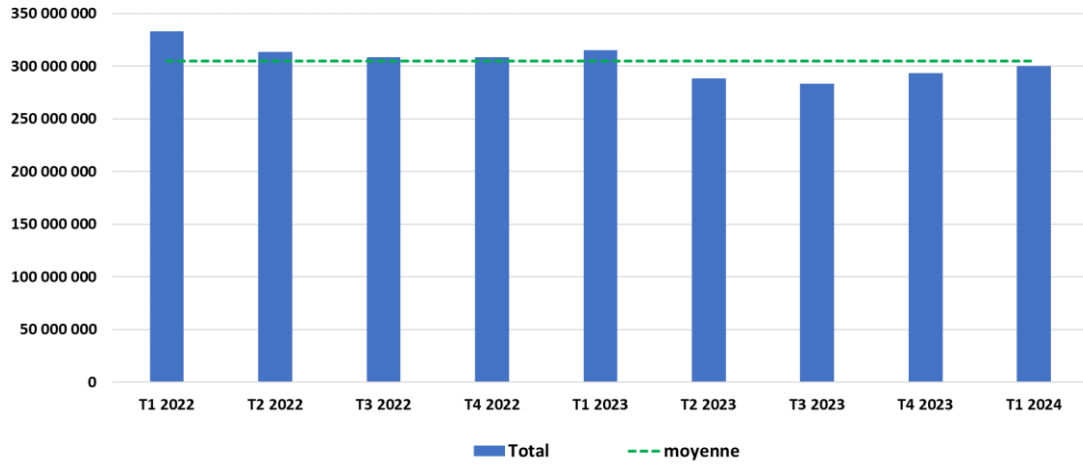
Les œufs bio ont représenté 10,5 % des achats d'œufs en volume au premier trimestre 2024, contre 40,6 % pour les œufs issus d'autres élevages de plein air et 5,1 % pour les œufs Label Rouge.

D'après le panel Circana, au cours du premier trimestre 2024, les ventes d'œufs bio en GMS ont reculé de 4,8 % en volume par rapport au premier trimestre 2023 et de 3,8 % en valeur. Au cours du premier trimestre 2024, les ventes d'œufs non bio ont augmenté de 7,6 % en volume et de 6,9 % en valeur.

---

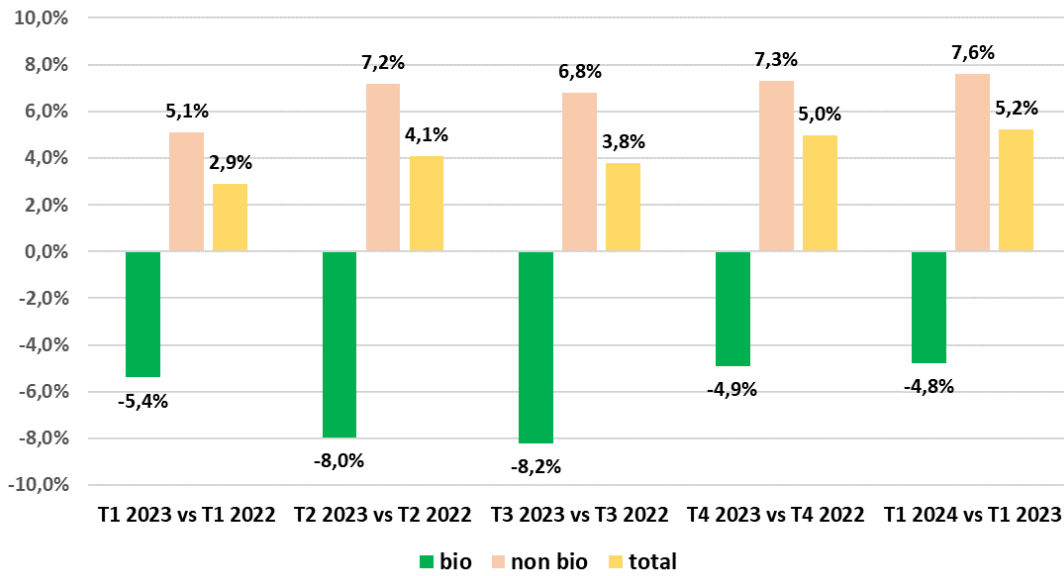
<sup>1</sup> Les données présentées correspondent uniquement aux informations récoltées dans le cadre de l'observatoire économique du Synalaf. Celui-ci regroupe la majorité des productions organisées d'œufs bio en France.

Evolution des ventes d'oeufs bio en volume en GMS



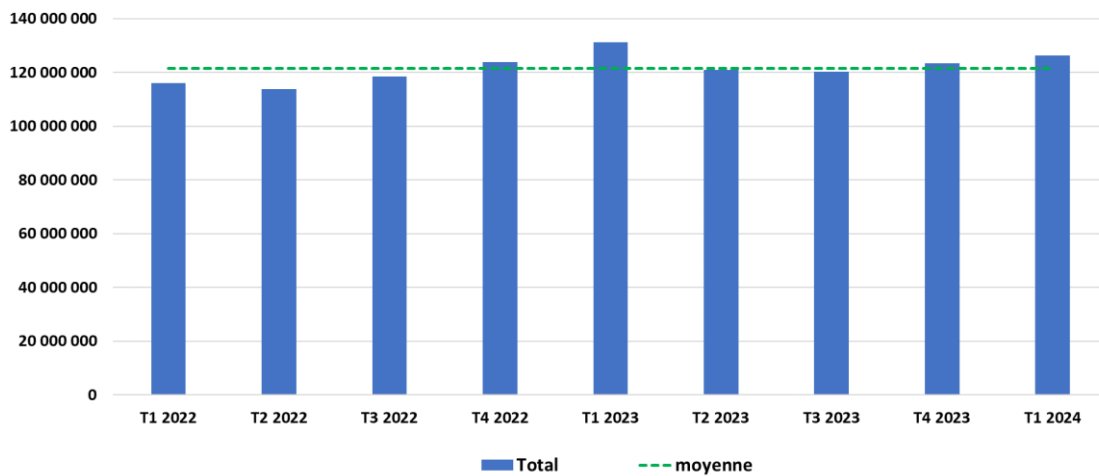
Source : Agence BIO/Circana

Evolution des ventes d'oeufs en volume en GMS par trimestre



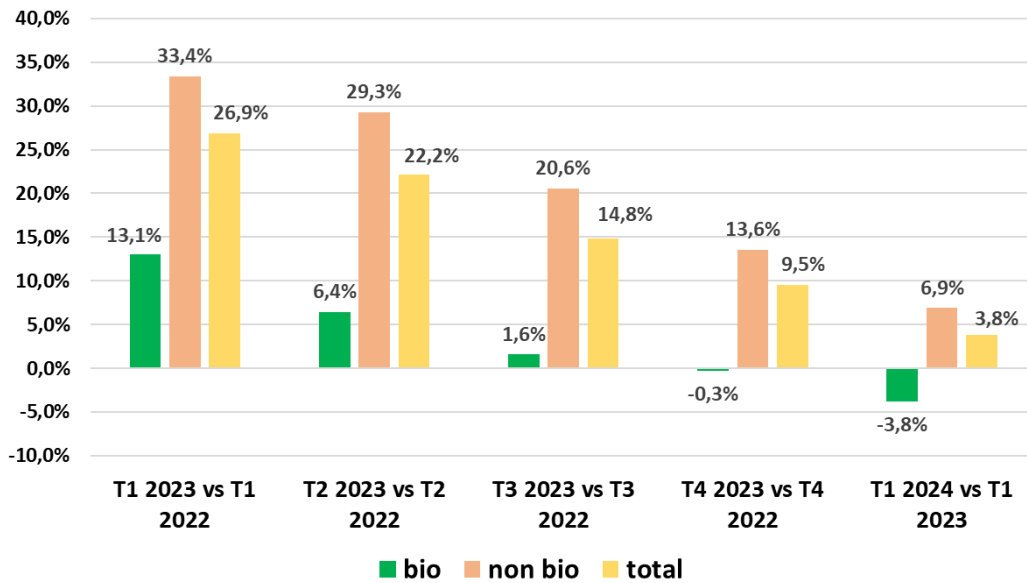
Source : Agence BIO/Circana

Evolution des ventes d'oeufs bio en valeur en GMS



Source : Agence BIO/Circana

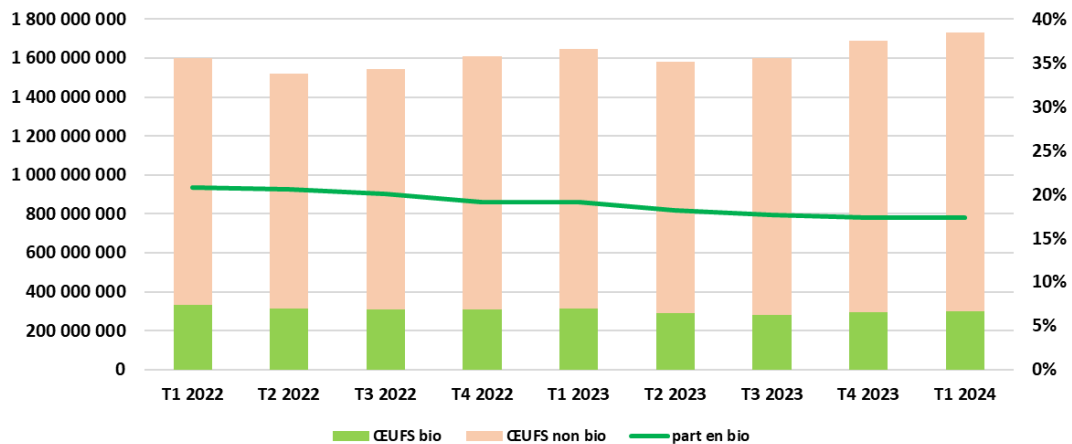
### Evolution des ventes d'œufs en valeur en GMS par trimestre



Source : Agence BIO/Circana

Au cours du premier trimestre 2024, la part de marché des œufs bio a été de 17,3 % en volume, contre 19,2 % au premier trimestre 2023 et 20,8 % au premier trimestre 2022.

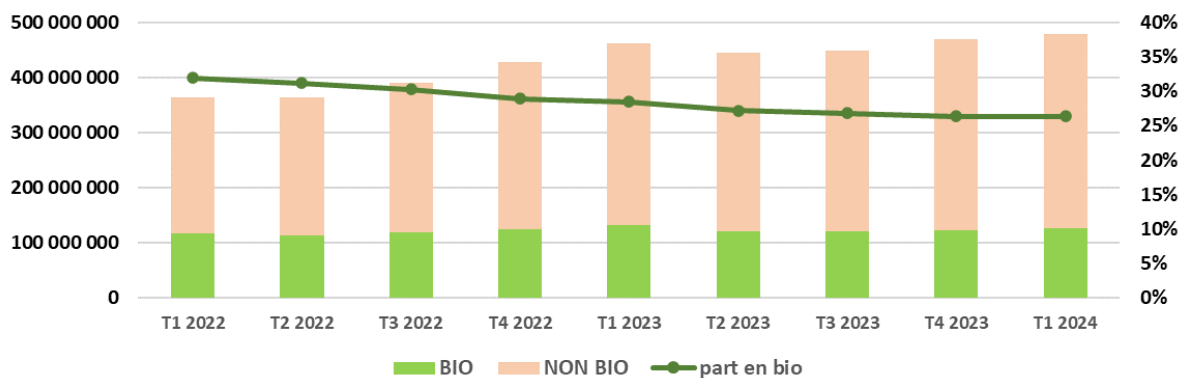
### Evolution des ventes d'œufs bio et non bio en volume en GMS



Source : Agence BIO/Circana

Au cours du premier trimestre 2024, la part de marché des œufs bio était de 26,4 % en valeur, contre 28,5 % au premier trimestre 2023 et 31,9 % au premier trimestre 2022.

### Evolution des ventes d'œufs bio et non bio en valeur en GMS (hors hard discount)

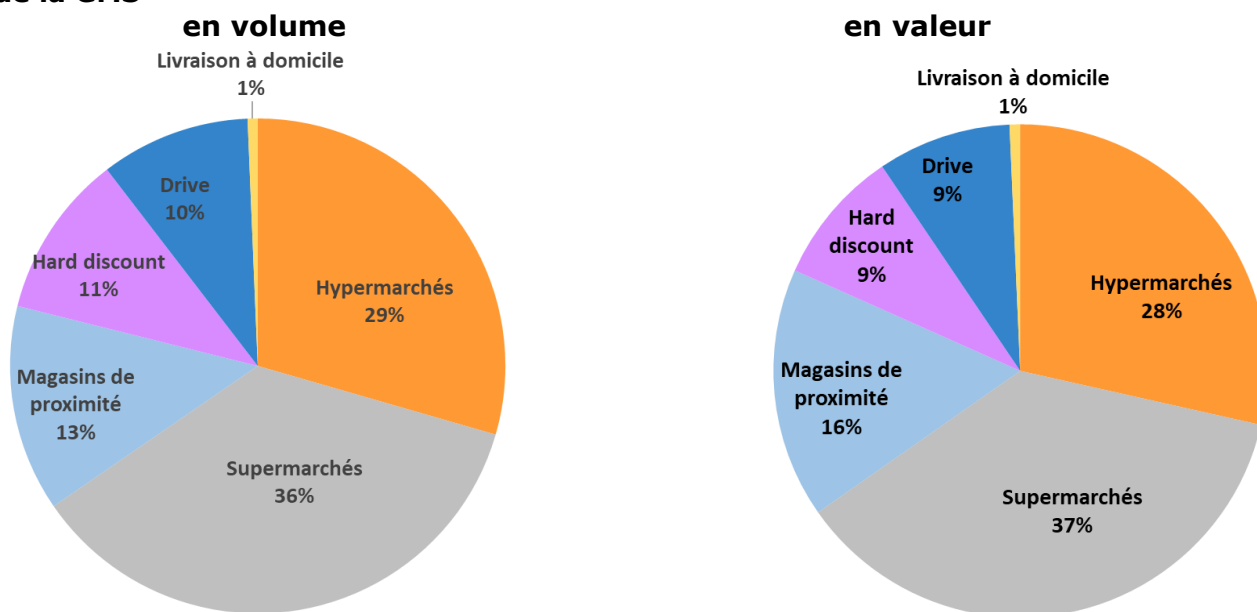


Source : Agence BIO/Circana



Au cours du premier trimestre 2024, les supermarchés restaient le premier sous-circuit de la GMS, en volume comme en valeur, pour la vente d'œufs bio.

**Répartition des ventes d'œufs bio au cours du premier trimestre 2024 par sous-circuit de la GMS**

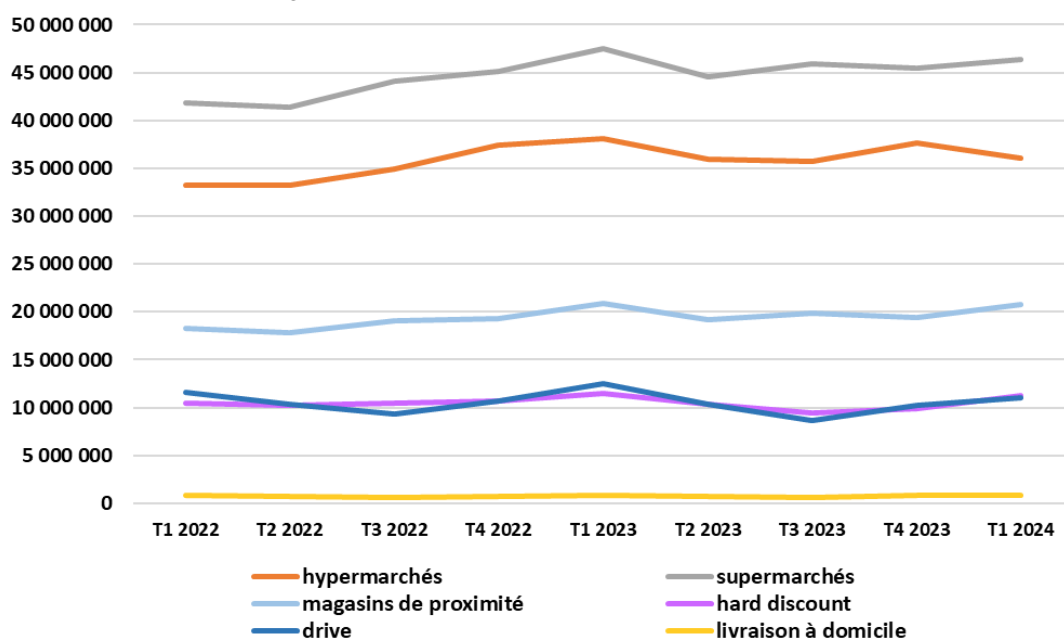


Source : Agence BIO/Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes d'œufs bio ont reculé en volume dans tous les sous-circuits de la GMS. La baisse la plus forte a eu lieu dans le drive : -12,1 % et la plus faible en supermarchés : -3,2 %.

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes d'œufs bio ont reculé en valeur dans tous les sous-circuits de la GMS. Le drive est celui dans lequel la baisse a été la plus importante : -11,2 % et la livraison à domicile celle dans laquelle elle a été la plus modérée : -0,4 %.

**Evolution des ventes d'œufs bio en GMS hors hard discount (en valeur)**



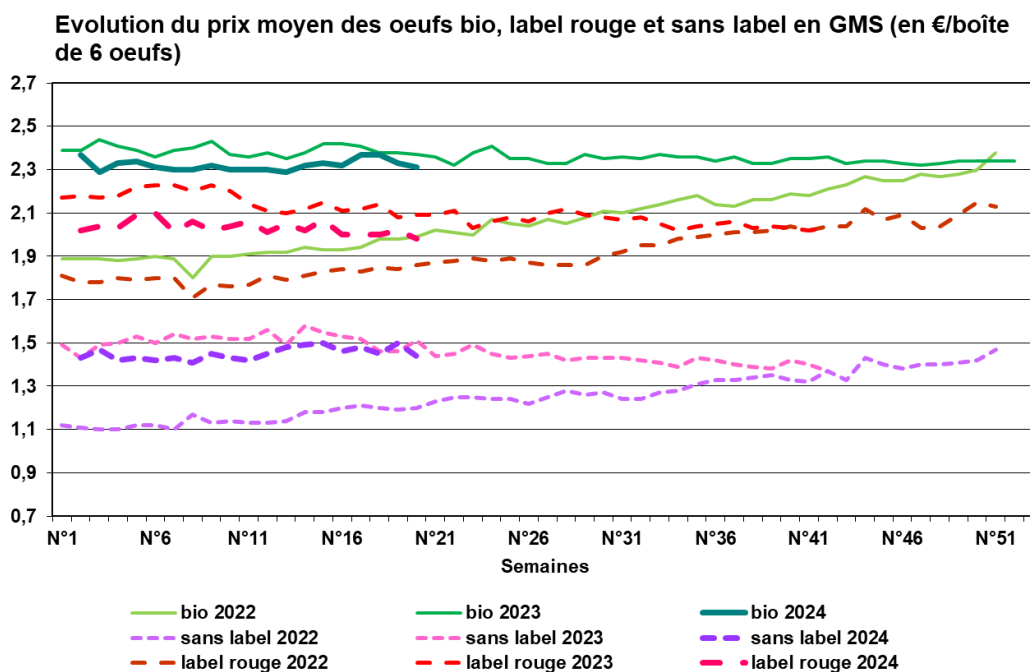
Source : Agence BIO/Circana

### 3.2) Prix

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen de la boîte de 6 œufs bio en GMS s'est élevé à 2,32 €/boîte, ce qui est inférieur de 2,9 % à la moyenne sur la même période de 2023 et de 1,7 % à la moyenne 2022.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre la boîte d'œufs bio et celle d'œufs Label Rouge a été de 29 centimes/boîte (le bio étant 14 % plus cher).

L'écart moyen entre la boîte d'œufs bio et la boîte d'œufs sans label a été de 87 centimes/boîte (le bio étant 60 % plus cher).



Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen de la boîte de 6 œufs bio en magasins spécialisés s'est élevé à 2,74 €/boîte, il était supérieur de 0,7 % à la moyenne sur la même période de 2023 et égal à la moyenne 2022.

Sources :

Agence BIO/Circana, Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Agreste, FranceAgriMer/Kantar Worldpanel et Synalaf – avril/juin 2024

### 1) La filière aquacole sur un plan général

D'après Kantar Worldpanel, les achats de saumon frais ont été quasiment stables en volume (+0,5 %) en cumul annuel mobile jusqu'à fin mars 2024. Les achats de saumon non bio ont progressé de 4,4 %.

### 2) La filière aquacole bio

D'après Kantar Worldpanel, les achats de saumon frais bio ont reculé de 11,3 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin mars 2024. Le saumon bio n'a représenté que 0,8 % en volume des achats de saumon frais au cours de cette période.

Sources :

FranceAgriMer/Kantar Worldpanel – mai 2024

### 1) La filière des céréales, oléagineux et protéagineux sur un plan général

D'après les estimations d'Agreste au 1<sup>er</sup> mai 2024, les surfaces de maïs grain seraient en hausse de 9,6 % en 2024 par rapport à 2023, tandis que celles de blé tendre seraient en recul de 7,5 %.

Celles de tournesol resteraient stables et celles de soja seraient en baisse de 5,5 %. Les surfaces de protéagineux seraient en recul de 4,2 %.

### 2) Ensemble des grandes cultures biologiques

D'après Réussir, la météo de fin avril-début mai a perturbé les mises en place des cultures bio d'été (soja, sorgho, sarrasin, chanvre) ainsi que la pousse des autres espèces, semées récemment (tournesol, maïs et blé de printemps), notamment en raison du salissement des parcelles difficiles à désherber mécaniquement. Cela devrait affecter négativement les rendements de grandes cultures bio.

### 3) Les céréales biologiques

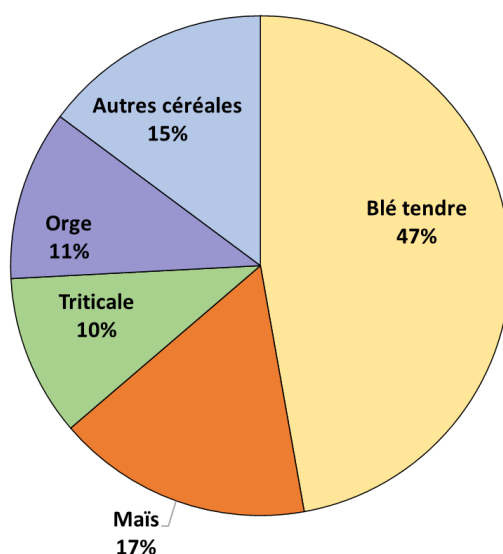
Les données suivantes concernent les céréales bio et celles en deuxième année de conversion pour la campagne 2023/2024.

#### 3.1) Collecte

La collecte de céréales biologiques et en deuxième année de conversion a globalement augmenté de 8 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente.

La collecte de blé tendre biologique et en deuxième année de conversion est restée stable.

Répartition de la collecte de céréales biologiques et en C2 pour les 9 premiers mois de la campagne 2023/2024

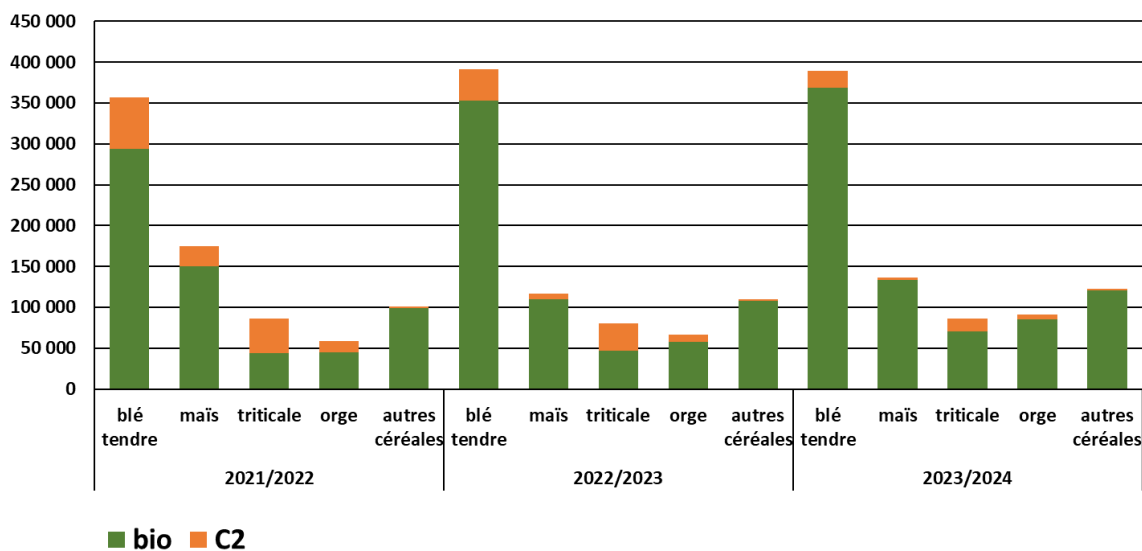


Source : FranceAgriMer

### Collecte de céréales en bio et en C2 (en tonnes) :

Céréales		9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
Blé tendre	bio	294 089	352 492	20%	368 672	5%	25%
	C2	63 128	38 585	-39%	20 587	-47%	-67%
	bio et C2	357 217	391 077	9%	389 259	0%	9%
Maïs	bio	150 397	109 521	-27%	133 124	22%	-11%
	C2	24 435	7 326	-70%	3 317	-55%	-86%
	bio et C2	174 832	116 847	-33%	136 441	17%	-22%
Triticale	bio	43 840	46 981	7%	70 475	50%	61%
	C2	42 487	32 907	-23%	15 641	-52%	-63%
	bio et C2	86 327	79 888	-7%	86 116	8%	0%
Orge	bio	44 773	57 819	29%	84 964	47%	90%
	C2	14 410	8 389	-42%	5 807	-31%	-60%
	bio et C2	59 183	66 208	12%	90 771	37%	53%
Autres céréales	bio	99 068	107 881	9%	120 887	12%	22%
	C2	2 158	1 823	-16%	1 367	-25%	-37%
	bio et C2	101 226	109 704	8%	122 254	11%	21%
Total céréales	bio	632 167	674 694	7%	778 122	15%	23%
	C2	146 618	89 030	-39%	46 719	-48%	-68%
	bio et C2	778 785	763 724	-2%	824 841	8%	6%

### Collecte de céréales bio et en 2<sup>e</sup> année de conversion au cours des 9 premiers mois de campagne (en tonnes)



Source : FranceAgriMer

### 3.2) Mises en œuvre

Les mises en œuvre de blé tendre bio par les meuniers ont reculé de 3 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la campagne précédente.

La part du blé tendre dans les mises en œuvre de céréales bio par les meuniers est stable (91 %).

### Mises en œuvre par les meuniers (en tonnes) :

Céréales	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
Blé tendre	177 645	141 855	-20%	137 381	-3%	-23%
Autres céréales	11 869	13 334	12%	12 919	-3%	9%
<b>Total</b>	<b>189 514</b>	<b>155 189</b>	<b>-18%</b>	<b>150 300</b>	<b>-3%</b>	<b>-21%</b>

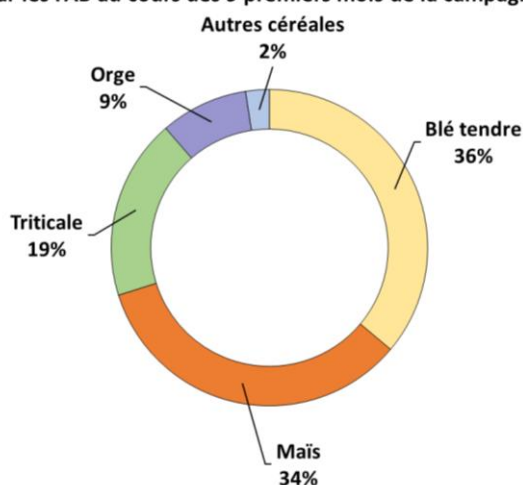
Les mises en œuvre de céréales bio et en C2 par les fabricants d'aliments du bétail (FAB) ont reculé de 10 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente. Les mises en œuvre de blé tendre ont baissé de 1%.

### Mises en œuvre par les fabricants d'aliments du bétail (en tonnes) :

Céréales	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
Blé tendre	53 983	69 967	30%	69 465	-1%	29%
Maïs	98 112	75 654	-23%	65 422	-14%	-33%
Triticale	64 754	42 870	-34%	35 529	-17%	-45%
Orge	32 257	19 244	-40%	17 241	-10%	-47%
Autres céréales	6 528	6 434	-1%	4 650	-28%	-29%
<b>Total</b>	<b>255 634</b>	<b>214 169</b>	<b>-16%</b>	<b>192 307</b>	<b>-10%</b>	<b>-25%</b>

Le blé tendre a représenté 36 % des mises en œuvre de céréales bio ou en C2 par les FAB au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024.

Répartition des céréales bio et en deuxième année de conversion mises en œuvre par les FAB au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024



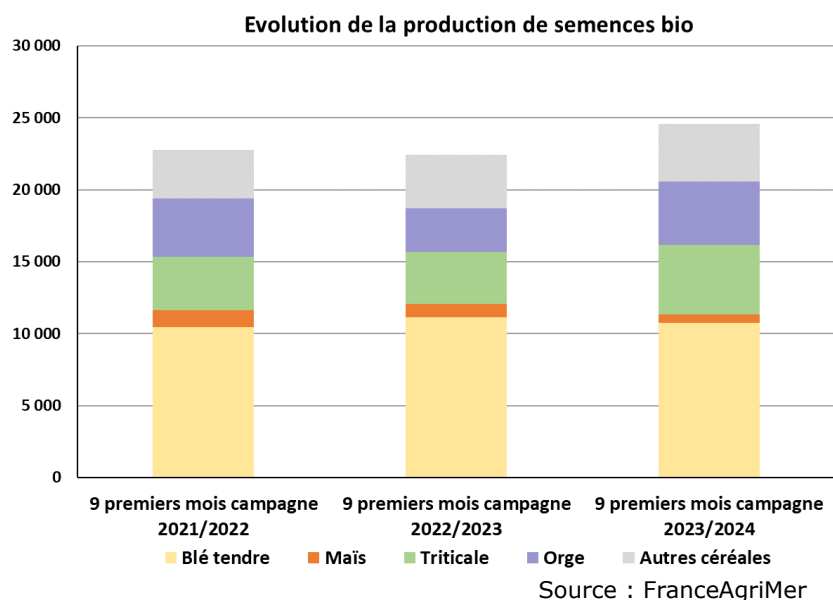
Source : FranceAgriMer

### 3.3) Semences

La production de semences de céréales bio a augmenté de 10 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente.

#### Semences (en tonnes) :

Céréales	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
Blé tendre	10 438	11 123	7%	10 766	-3%	3%
Maïs	1 205	944	-22%	559	-41%	-
Triticale	3 718	3 612	-3%	4 868	35%	31%
Orge	4 021	3 011	-25%	4 352	45%	8%
Autres céréales	3 400	3 723	10%	4 027	8%	18%
<b>Total</b>	<b>22 782</b>	<b>22 413</b>	<b>-2%</b>	<b>24 572</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>



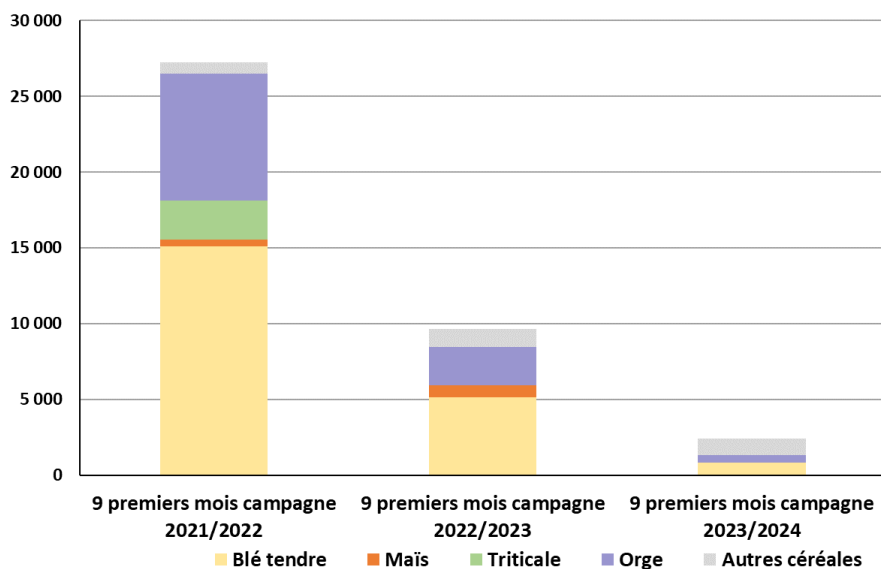
### 3.4) Importations

Les importations de céréales bio et en C2 ont globalement reculé de 75 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2021/2022 par rapport à la même période de la campagne précédente.

#### Importations (en tonnes) :

Céréales	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
Blé tendre	15 110	5 125	-66%	846	-83%	-94%
Maïs	446	820	84%	0	-	-
Triticale	2 581	0	-	0	-	-
Orge	8 351	2 510	-70%	508	-80%	-94%
Autres céréales	738	1 205	63%	1 047	-13%	42%
<b>Total</b>	<b>27 226</b>	<b>9 660</b>	<b>-65%</b>	<b>2 401</b>	<b>-75%</b>	<b>-91%</b>

### Evolution des importations de céréales bio et en C2



Source : FranceAgriMer

### 3.5) Stocks

Au 1<sup>er</sup> avril 2024, les stocks de céréales bio étaient en hausse de 11 % chez les collecteurs par rapport au 1<sup>er</sup> avril 2023, mais en recul de 36 % chez les meuniers et de 14 % chez les FAB.

#### Stocks de céréales chez les collecteurs (en tonnes) :

Stocks chez les collecteurs	1 <sup>er</sup> avril 2022	1 <sup>er</sup> avril 2023	évolution 2023/2022	1 <sup>er</sup> avril 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
Blé tendre	183 855	210 657	15%	209 412	-1%	14%
Maïs	98 774	63 528	-36%	70 235	11%	-29%
Triticale	26 134	28 862	10%	38 586	34%	48%
Orge	21 497	28 580	33%	38 931	36%	81%
Autres céréales	65 843	72 361	10%	89 298	23%	36%
<b>Total</b>	<b>396 103</b>	<b>403 988</b>	<b>2%</b>	<b>446 462</b>	<b>11%</b>	<b>13%</b>

#### Stocks de céréales chez les meuniers (en tonnes) :

Stocks chez les meuniers	1 <sup>er</sup> avril 2022	1 <sup>er</sup> avril 2023	évolution 2023/2022	1 <sup>er</sup> avril 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
Blé tendre	10 245	14 171	38%	9 136	-36%	-11%
Autres céréales	0	0	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>10 245</b>	<b>14 171</b>	<b>38%</b>	<b>9 136</b>	<b>-36%</b>	<b>-11%</b>

#### Stocks de céréales chez les FAB (en tonnes) :

Stocks chez les FAB	1 <sup>er</sup> avril 2022	1 <sup>er</sup> avril 2023	évolution 2023/2022	1 <sup>er</sup> avril 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
Blé tendre	2 961	2 131	-28%	1 735	-19%	-41%
Maïs	3 560	3 585	1%	2 707	-24%	-24%
Triticale	2 026	1 415	-30%	1 551	10%	-23%
Orge	1 396	1 434	3%	1 181	-18%	-15%
Autres céréales	267	236	-12%	415	76%	55%
<b>Total</b>	<b>10 210</b>	<b>8 801</b>	<b>-14%</b>	<b>7 589</b>	<b>-14%</b>	<b>-26%</b>



## 4) Les oléagineux biologiques

Ces données concernent les graines d'oléagineux bio et celles en deuxième année de conversion pour la campagne 2023/2024.

### 4.1) Collecte

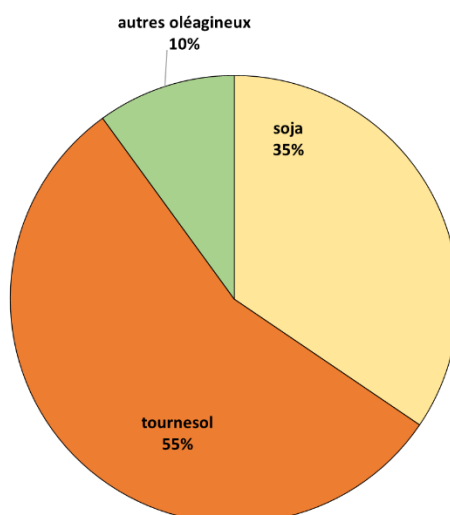
La collecte d'oléagineux biologiques et en deuxième année de conversion a progressé de 12 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente.

#### Collecte d'oléagineux en bio et en C2 (en tonnes) :

Oléagineux		9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
soja	bio	67 752	60 035	-11%	59 771	0%	-12%
	C2	14 757	6 541	-56%	1 307	-80%	-91%
	bio et C2	82 509	66 576	-19%	61 078	-8%	-26%
tournesol	bio	68 040	71 416	5%	97 128	36%	43%
	C2	2 572	1 950	-24%	1 129	-42%	-56%
	bio et C2	70 612	73 366	4%	98 257	34%	39%
autres oléagineux	bio	9 574	18 029	88%	17 683	-2%	85%
	C2	33	103	212%	30	-71%	-9%
	bio et C2	9 607	18 132	89%	17 713	-2%	84%
<b>Total oléagineux</b>	bio	145 366	149 480	3%	174 582	17%	20%
	C2	17 362	8 594	-51%	2 466	-71%	-86%
	bio et C2	<b>162 728</b>	<b>158 074</b>	<b>-3%</b>	<b>177 048</b>	<b>12%</b>	<b>9%</b>

Le tournesol bio a représenté 55 % des oléagineux bio collectés au cours des 9 premiers mois de cette campagne.

Répartition de la collecte d'oléagineux biologiques et en C2 pour les 9 premiers mois de la campagne 2023/2024



Source : FranceAgriMer

## 4.2) Mises en œuvre de graines

Les mises en œuvre de graines de soja bio par les fabricants d'aliments du bétail ont reculé de 11 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente et celles de tournesol de 22 %. Le soja a représenté 69 % des utilisations de graines oléagineuses par les FAB au cours de cette période.

### Mises en œuvre par les fabricants d'aliments du bétail (en tonnes) :

oléagineux	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
soja	18 416	19 424	5%	17 297	-11%	-6%
tournesol	5 149	7 805	52%	6 065	-22%	18%
autres oléagineux	0	0	-	1 814	-	-
<b>Total</b>	<b>23 565</b>	<b>27 229</b>	<b>16%</b>	<b>25 176</b>	<b>-8%</b>	<b>7%</b>

## 4.3) Semences

La production de semences d'oléagineux bio a baissé de 36 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente.

### Semences (en tonnes) :

oléagineux	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
soja	1 307	1 905	46%	1 258	-34%	-4%
tournesol	119	233	96%	111	-52%	-7%
autres oléagineux	5	0	-	9	-	-
<b>Total</b>	<b>1 431</b>	<b>2 138</b>	<b>49%</b>	<b>1 378</b>	<b>-36%</b>	<b>-4%</b>

## 4.4) Importations

Les importations de graines de soja bio et en C2 ont reculé de 25 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente et celles de tournesol de 62 %.

### Importations (en tonnes) :

oléagineux	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
soja	2 793	7 225	159%	5 440	-25%	95%
tournesol	4 254	7 122	67%	2 703	-62%	-
autres oléagineux	0	0	-	106	-	-
<b>Total</b>	<b>7 047</b>	<b>14 347</b>	<b>104%</b>	<b>8 249</b>	<b>-43%</b>	<b>17%</b>

## 4.5) Stocks

Au 1<sup>er</sup> avril 2024, les stocks d'oléagineux bio étaient en hausse de 2 % chez les collecteurs par rapport au 1<sup>er</sup> avril 2023, mais en recul de 87 % chez les FAB.

### Stocks d'oléagineux chez les collecteurs ( en tonnes ) :

Stocks chez les collecteurs	1 <sup>er</sup> avril 2022	1 <sup>er</sup> avril 2023	évolution 2023/2022	1 <sup>er</sup> avril 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
soja	40 536	41 115	1%	37 468	-9%	-8%
tournesol	35 445	48 000	35%	54 905	14%	55%
autres oléagineux	6 856	11 684	70%	9 960	-15%	45%
<b>Total</b>	<b>82 837</b>	<b>100 799</b>	<b>22%</b>	<b>102 333</b>	<b>2%</b>	<b>24%</b>

### Stocks d'oléagineux chez les FAB ( en tonnes ) :

Stocks chez les FAB	1 <sup>er</sup> avril 2022	1 <sup>er</sup> avril 2023	évolution 2023/2022	1 <sup>er</sup> avril 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
soja	1 512	3 508	132%	371	-89%	-75%
tournesol	209	232	11%	121	-48%	-42%
autres oléagineux	0	0	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>1 729</b>	<b>3 740</b>	<b>116%</b>	<b>492</b>	<b>-87%</b>	<b>-72%</b>

## 5) Les protéagineux biologiques

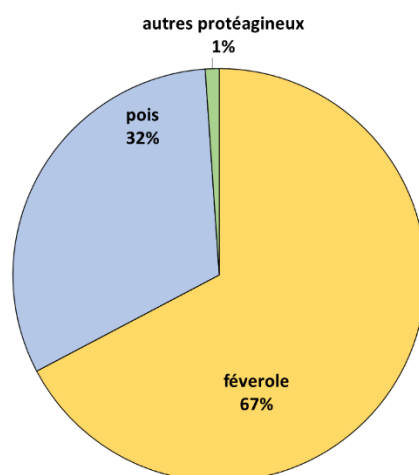
Ces données concernent les protéagineux bio et ceux en deuxième année de conversion pour la campagne 2023/2024.

### 5.1) Collecte

La collecte de protéagineux bio et en deuxième année de conversion a progressé de 37% au cours des 9 premiers mois de la campagne 2021/2022 par rapport à la campagne précédente. La collecte de féveroles a progressé de 57 %.

Protéagineux		9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
féverole	bio	15 613	17 935	15%	31 663	77%	103%
	C2	6 300	4 043	-36%	2 813	-30%	-55%
	bio et C2	21 913	21 978	0%	34 476	57%	57%
pois	bio	8 175	10 745	31%	13 883	29%	70%
	C2	6 013	4 289	-29%	2 324	-46%	-61%
	bio et C2	14 188	15 034	6%	16 207	8%	14%
autres protéagineux	bio	327	417	28%	557	34%	70%
	C2	-1	0	-	0	-	-
	bio et C2	326	417	28%	557	34%	71%
<b>Total protéagineux</b>	bio	24 115	29 091	21%	46 103	58%	91%
	C2	12 312	8 338	-32%	5 137	-38%	-58%
	bio et C2	<b>36 427</b>	<b>37 429</b>	<b>3%</b>	<b>51 240</b>	<b>37%</b>	<b>41%</b>

**Répartition de la collecte de protéagineux biologiques et en C2  
pour les 9 premiers mois de la campagne 2022/2023**



Source : FranceAgriMer

## 5.2) Mises en œuvre

Les mises en œuvre de graines de protéagineux bio par les fabricants d'aliments du bétail ont globalement progressé de 12 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la même période de la campagne précédente. Celles de féverole ont progressé de 22 %, tandis que celles de pois ont reculé de 5 %. La féverole a représenté 67 % des mises en œuvre par les FAB et le pois 33 %.

### Mises en œuvre par les fabricants d'aliments du bétail (en tonnes) :

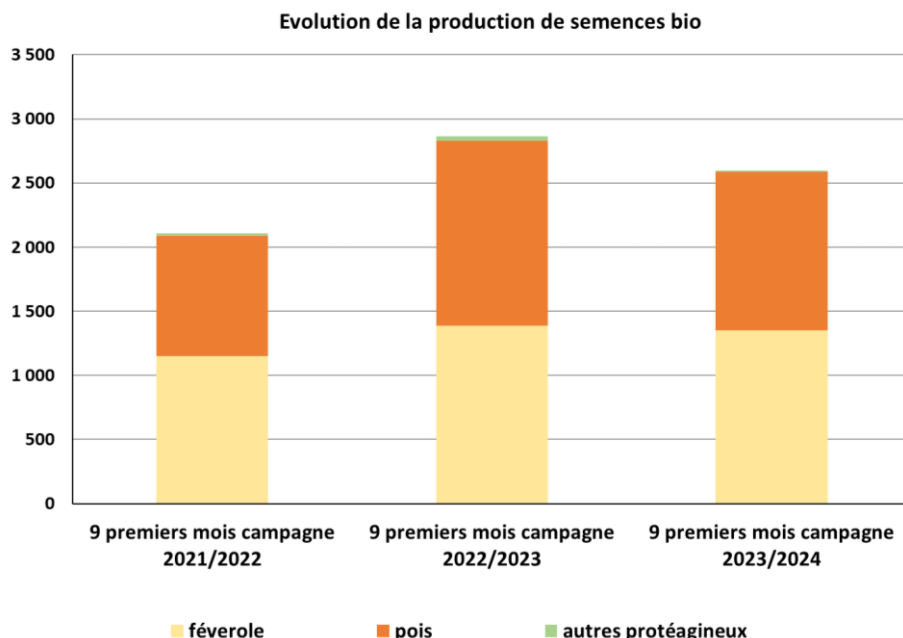
Protéagineux	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
féverole	10 271	10 074	-2%	12 256	22%	19%
pois	8 519	6 290	-26%	6 005	-5%	-30%
autres protéagineux	1	0	-100%	-1	-	-
<b>Total</b>	<b>18 791</b>	<b>16 364</b>	<b>-13%</b>	<b>18 260</b>	<b>12%</b>	<b>-3%</b>

## 5.3) Semences

La production de semences de protéagineux bio a reculé de 9 % au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024 par rapport à la campagne précédente.

### Semences (en tonnes) :

Protéagineux	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
féverole	1 149	1 390	21%	1 350	-3%	17%
pois	939	1 437	53%	1 237	-14%	32%
autres protéagineux	19	39	-	8	-	-
<b>Total</b>	<b>2 107</b>	<b>2 866</b>	<b>36%</b>	<b>2 595</b>	<b>-9%</b>	<b>23%</b>



## 5.4) Importations

Au cours des 9 premiers mois de la campagne 2023/2024, les importations de féverole bio et en C2 ont plus que doublé par rapport à la même période de la campagne précédente.

### Importations (en tonnes) :

	9 premiers mois campagne 2021/2022	9 premiers mois campagne 2022/2023	évolution 2022/2023 - 2021/2022	9 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	évolution 2023/2024 - 2021/2022
féverole	735	302	-59%	663	120%	-10%
pois	443	0	-	0	-	-
autres protéagineux	0	0	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>1 178</b>	<b>302</b>	<b>-74%</b>	<b>663</b>	<b>120%</b>	<b>-44%</b>

## 5.5) Stocks

Au 1<sup>er</sup> avril 2024, les stocks de protéagineux bio étaient en augmentation de 51 % chez les collecteurs par rapport au 1<sup>er</sup> avril 2023, mais en baisse de 2 % chez les FAB.

### Stocks de protéagineux chez les collecteurs (en tonnes) :

Stocks chez les collecteurs	1 <sup>er</sup> avril 2022	1 <sup>er</sup> avril 2023	évolution 2023/2022	1 <sup>er</sup> avril 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
féverole	7 132	7 176	1%	11 204	56%	57%
pois	5 148	5 724	11%	8 502	49%	65%
autres protéagineux	4 786	5 453	14%	8 169	50%	71%
<b>Total</b>	<b>12 547</b>	<b>13 316</b>	<b>6%</b>	<b>20 069</b>	<b>51%</b>	<b>60%</b>

**Stocks de protéagineux chez les FAB (en tonnes) :**

<b>Stocks chez les FAB</b>	<b>1<sup>er</sup> avril 2022</b>	<b>1<sup>er</sup> avril 2023</b>	<b>évolution 2023/2022</b>	<b>1<sup>er</sup> avril 2024</b>	<b>évolution 2024/2023</b>	<b>évolution 2024/2022</b>
féverole	629	687	9%	696	1%	11%
pois	358	464	30%	438	-6%	22%
autres protéagineux	0	1	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>987</b>	<b>1 152</b>	<b>17%</b>	<b>1 134</b>	<b>-2%</b>	<b>15%</b>

Sources :

Agreste, FranceAgriMer et Réussir – mai/juin 2024

## 1) La filière fruits et légumes sur un plan général

### 1.1) Production

D'après les estimations d'Agreste au 1<sup>er</sup> mai 2024, la production d'abricots devrait baisser de 28 % en 2024 par rapport à 2023. Plusieurs facteurs expliquent cela : le phénomène d'alternance après une production 2023 abondante pour certaines variétés, des besoins en froid non satisfaits durant l'hiver et une chute de fleurs et de fruits, conséquence de pluies au moment de la floraison.

D'après les estimations d'Agreste au 1<sup>er</sup> mai 2024, la production de pêches devrait progresser de 5 % en 2024 et celles de cerises de 12 %.

### 1.2) Marché des fruits et légumes frais : résultats du panel Kantar WorldPanel sur l'ensemble des fruits et légumes frais (hors pommes de terre et 4<sup>e</sup> gamme)

Au cours du premier trimestre 2024, les achats de fruits et légumes frais (toutes gammes confondues, pour une consommation à domicile) par les ménages ont se sont stabilisés par rapport au premier trimestre 2023, que ce soit en volume ou en valeur.

## 2) La filière fruits et légumes bio

### 2.1) Marché des fruits et légumes frais bio (hors pommes de terre et 4<sup>e</sup> gamme) : résultats du panel Kantar WorldPanel sur l'ensemble des fruits et légumes frais bio

Plusieurs éléments ont impacté les comportements d'achats sur ce premier trimestre 2024 notamment une baisse des achats en volume qui est à lier avec un contexte particulier : un hiver particulièrement pluvieux avec des intempéries depuis novembre 2023 qui ont contribué à réduire les quantités disponibles de fin de saison (carotte, endive, poireau..), des potentiels européens réduits pour plusieurs fruits (poire, kiwi, agrumes dont l'orange), des arbitrages de consommation qui restent présents- même si moins marqués dans un cadre d'inflation qui décélère depuis la fin de l'année 2023. Un bon dynamisme sur le démarrage de consommation de produits printaniers (fraise, asperge avec Pâques le 1<sup>er</sup> avril) et également en tomate et concombre avec une offre plus étoffée par rapport à 2023 du bassin méditerranéen.

Au cours du premier trimestre 2024, les achats de fruits et légumes frais bio par les ménages ont reculé de - 5 % en volume par rapport au premier trimestre 2023 et de - 2 % en valeur. Le prix moyen payé a augmenté de 3 %.

Au premier trimestre 2024, la progression de la taille de clientèle par rapport à 2023 et du prix moyen tirent les achats vers le haut, en revanche ce sont désormais le panier moyen et la fréquence d'achat qui sont en repli.

Au cours du premier trimestre 2024, les achats de fruits et légumes bio ont principalement eu lieu en magasins spécialisés bio, en hypermarchés et en supermarchés.

Deux circuits ont vu leurs ventes de fruits et légumes bio progresser en volume au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023 : le online généraliste (drive, livraison à domicile et retrait en magasins) avec +4 % et les hypermarchés avec

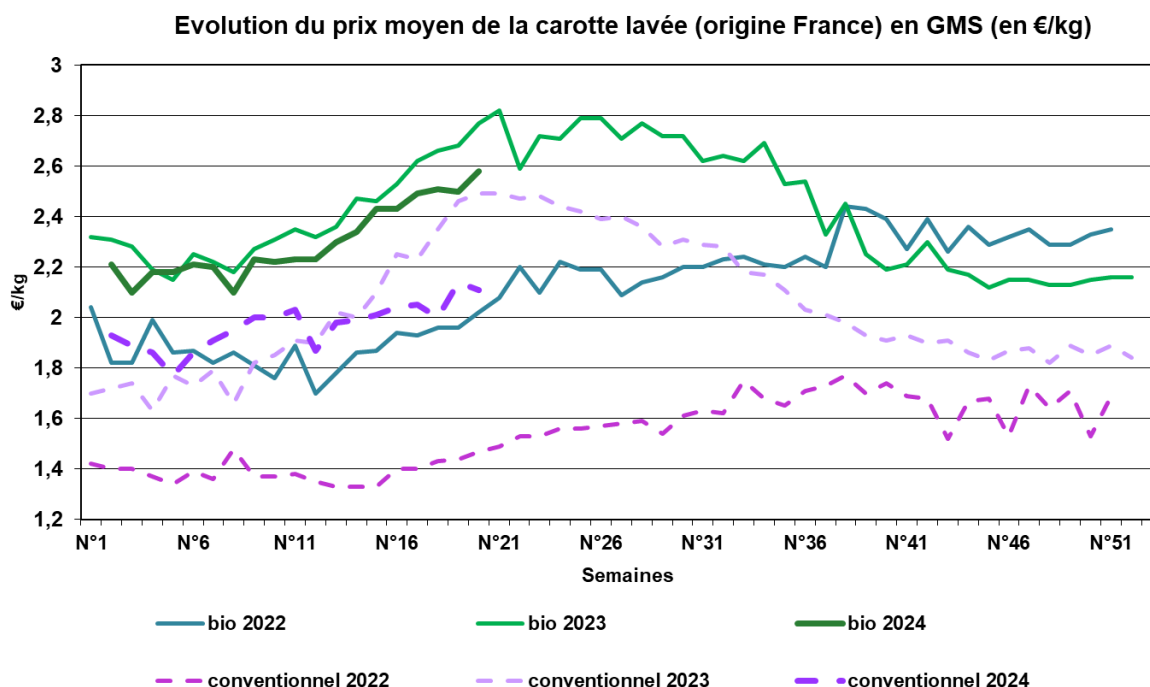
+3 %. En revanche, les deux circuits ayant le plus reculé en volume ont été les primeurs avec -18 % et les marchés avec -16 %.

## 2.2) Prix

### • Carottes lavées (origine France)

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des carottes lavées biologiques origine France en GMS s'est élevé à 2,30 €/kg, soit une baisse de 3,8 % par rapport à la même période de 2023 et de 5,0 % par rapport à la moyenne 2023.

L'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 33 centimes/kg au cours de cette période (17 % plus cher en bio).



Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des carottes lavées bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 2,70 €/kg, soit en hausse de 5,1 % par rapport à la même période de 2023 et de 1,5 % par rapport à la moyenne 2023.

### Laitues feuille de chêne blonde (origine France)

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen de la salade feuille de chêne blonde bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 1,44 €/kg, soit en hausse de 2,1 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023, mais en baisse de 1,4 % par rapport à la moyenne 2023.

### Pommes de terre (origine France)

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes de terre biologiques origine France en GMS<sup>1</sup> s'est élevé à 2,18 €/kg, soit une hausse de 7,4 %

<sup>1</sup> Le marché de la pomme de terre bio est relativement petit, les références ne sont souvent pas très nombreuses en magasin. Ainsi, pour avoir un suivi des prix sur la pomme de terre bio, le RNM agglomère l'ensemble des relevés dans une seule et même cotation bio.



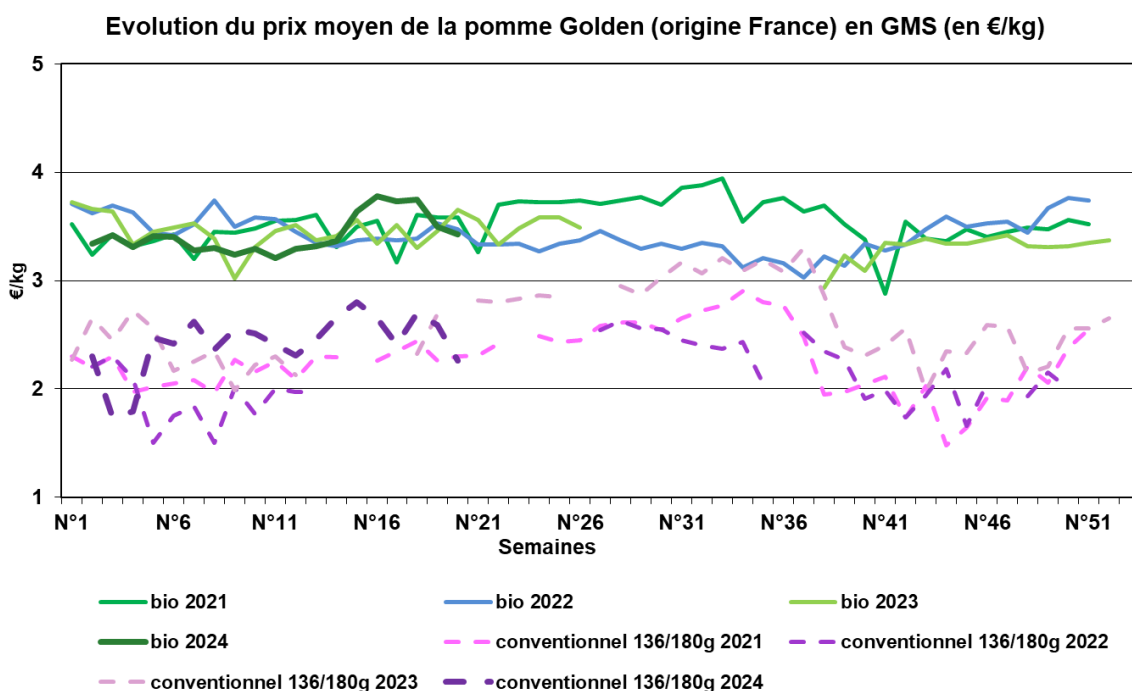
par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 0,5 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes de terre de conservation bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 2,18 €/kg, soit en hausse de 10,7 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 0,9 % par rapport à la moyenne 2023.

### • Pommes Golden (origine France)

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix des pommes Golden bio françaises en GSM s'est élevé à 3,42 €/kg, soit une baisse de 1,2 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et une hausse de 0,6 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 1 €/kg (41 % plus cher en bio).



Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

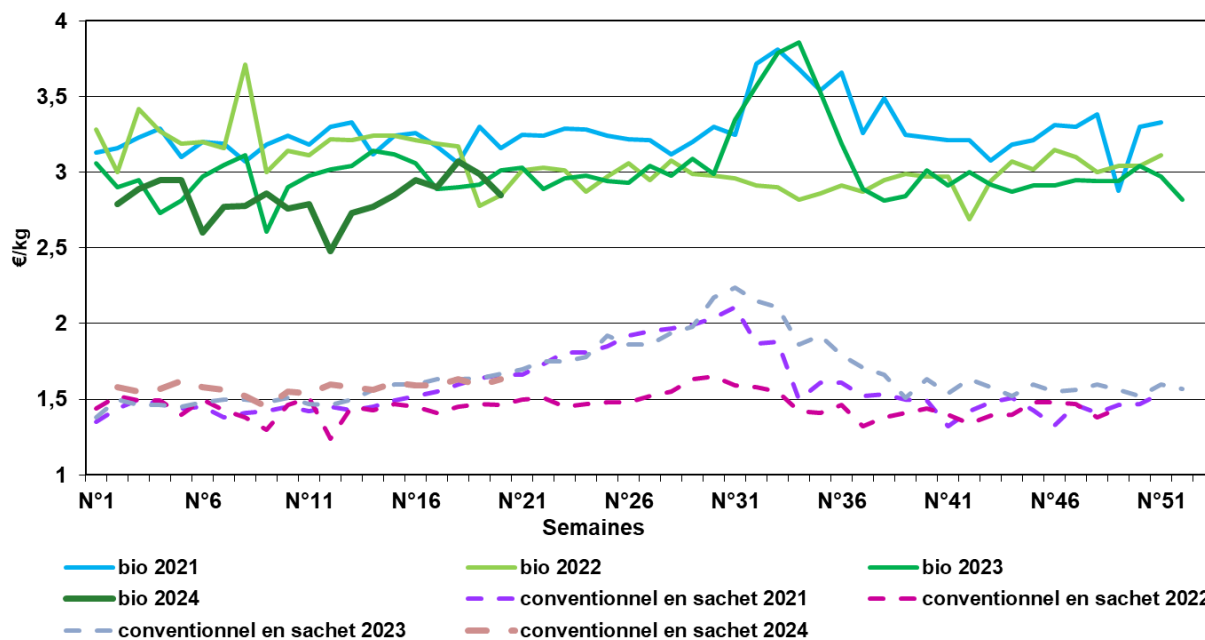
Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes Golden bio françaises en magasins spécialisés a été de 3,21 €/kg, soit supérieur de 4,2 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023, mais inférieur de 0,3 % à la moyenne 2023.

### • Pommes bicolores (origine France)

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix des pommes bicolores bio françaises en GSM s'est élevé à 2,83 €/kg, soit un recul de 4,4 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 6,3 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 1,26 €/kg (80 % plus cher en bio).

### Evolution du prix moyen de la pomme bicolore française en GMS (en €/kg)



Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

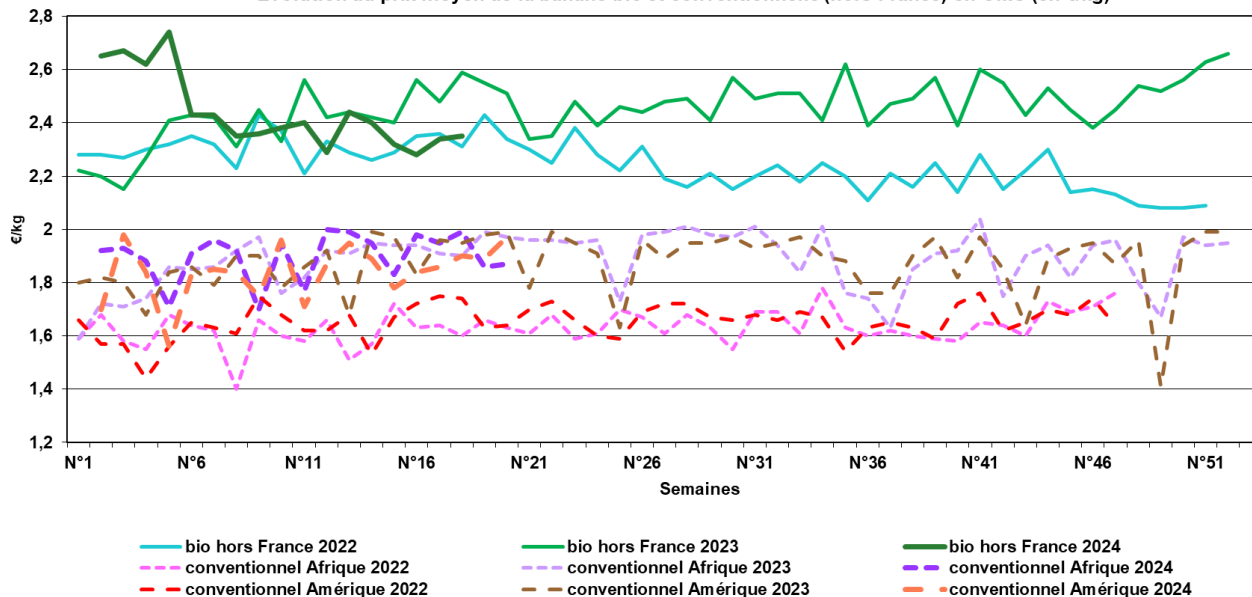
Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes bicolors françaises bio en magasins spécialisés a été de 3,1 €/kg, soit en hausse de 6,4 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 2,3 % par rapport à la moyenne 2023.

### • Bananes (import)

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des bananes bio en GMS a été de 2,44 €/kg, soit en hausse de 1,2 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023, mais en baisse de 0,8 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 20 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre la banane bio import et la banane conventionnelle d'Afrique a été de 54 centimes/kg (28 % plus cher en bio). Au cours de cette période, l'écart moyen entre la banane bio import et la banane conventionnelle d'Amérique a été de 60 centimes/kg (33 % plus cher en bio).

### Evolution du prix moyen de la banane bio et conventionnelle (hors France) en GMS (en €/kg)



Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

Au cours des 20 premières semaines de 2024, le prix moyen des bananes bio importées en magasins spécialisés a été de 2,14 €/kg. Il était stable par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et en hausse de 0,5 % par rapport à la moyenne 2023.

Sources :

Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Agreste et Kantar Worldpanel/Interfel – mai/juin 2024

## 1) La filière viticole sur un plan général

### 1.1) La production

D'après Agreste, la production viticole française s'est élevée à environ 48 millions d'hectolitres en 2023, soit une hausse de 4 % par rapport à 2022.

### 1.2) Les ventes de vins tranquilles en GMS (hors hard discount et livraison à domicile) : résultats du panel Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de vins tranquilles en GMS ont reculé de 4,3 % en volume et de 0,7 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Les supermarchés ont représenté 42 % en volume et 41 % en valeur des ventes de vins tranquilles en GMS au premier trimestre 2024.

En volume, à l'exception du drive dans lequel les ventes de vins tranquilles ont stagné, elles ont baissé dans tous les sous-circuits. En valeur, les ventes ont reculé en supermarchés et en magasins de proximité, mais ont progressé en hypermarchés et en drive.

### 1.2) Les ventes de vins effervescents et de champagnes en GMS : résultats du panel Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de mousseux et de champagne en GMS ont globalement reculé de 4,7 % en volume et de 0,8 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023. Les ventes ont évalué différemment suivant la catégorie :

- champagnes : -14,0 % en volume et -5,9 % en valeur,
- vins effervescents : -3,1 % en volume et +3,3 % en valeur.

## 2) La filière viticole bio

### 2.1) Les ventes de vins tranquilles bio en GMS (hors hard discount et livraison à domicile) : résultats du panel Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de vins tranquilles bio en GMS<sup>1</sup> ont globalement reculé de 5,6 % en volume et de 3,4 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

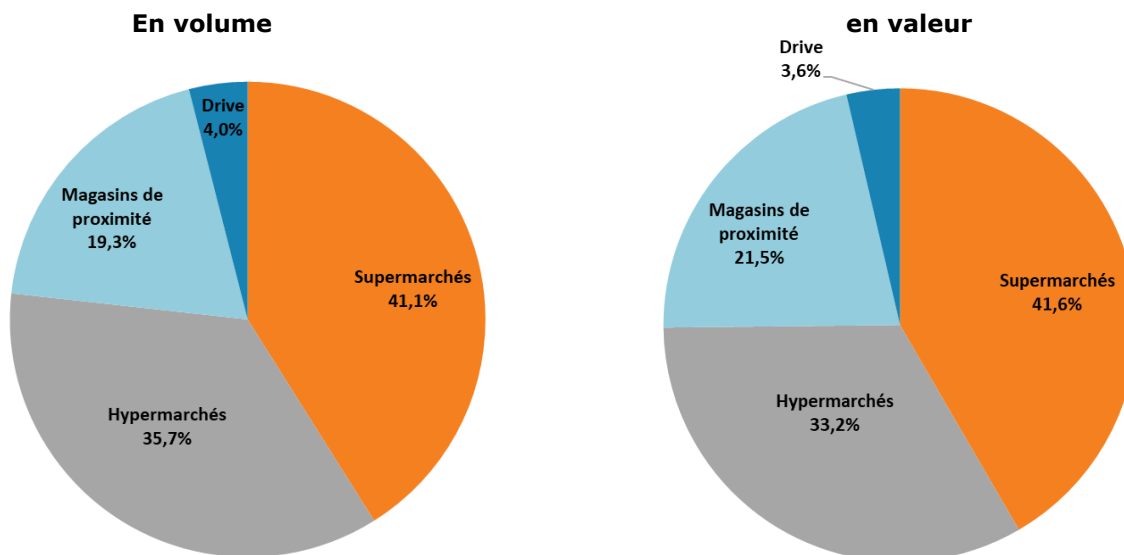
Au cours du premier trimestre 2024, la part de bio dans les ventes de vins tranquilles en GMS s'est élevée à 3,6 % en volume et 5,5 % en valeur.

Au cours du premier trimestre 2024, les supermarchés ont représenté 41 % des ventes de vins tranquilles bio en GMS en volume et 42 % en valeur.

---

<sup>1</sup> hypermarchés, supermarchés, drive et magasins de proximité

**Répartition des ventes de vins tranquilles bio en GMS (hors hard discount et livraison à domicile) au cours du premier trimestre 2024**



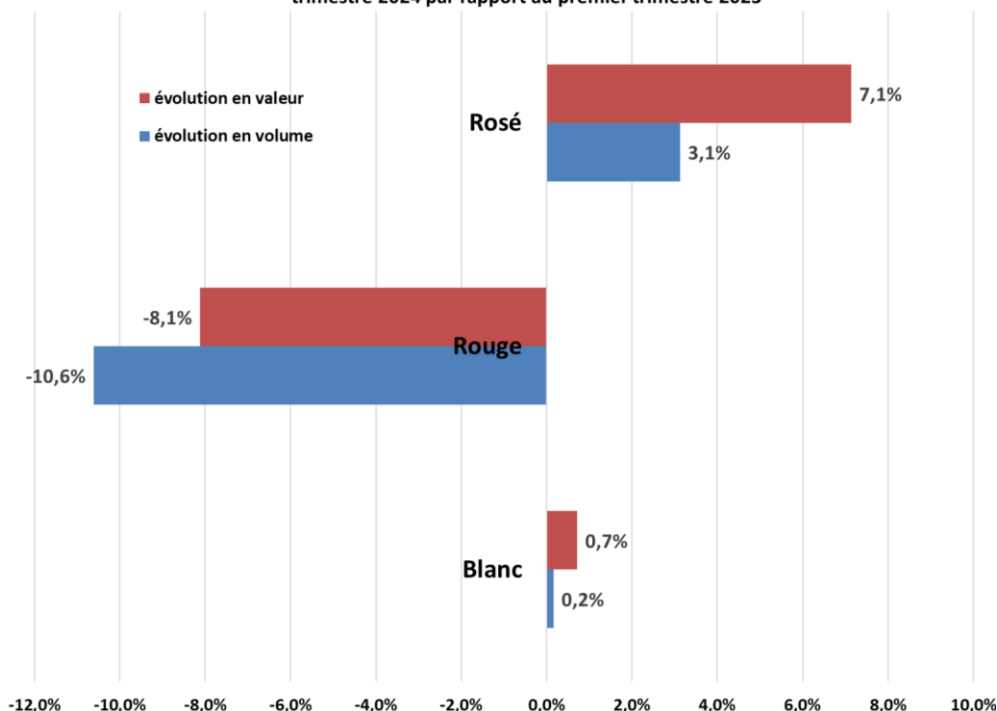
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Les ventes de vins tranquilles bio ont reculé à la fois en volume et en valeur dans les 4 sous-circuits.

	Evol. en volume au 1 <sup>er</sup> trim 2024 vs 1 <sup>er</sup> trim 2023	Evol. en valeur au 1 <sup>er</sup> trim 2024 vs 1 <sup>er</sup> trim 2023
Supermarchés	-6,2%	-4,7%
Hypermarchés	-4,0%	-0,8%
Magasins de proximité	-4,8%	-2,7%
Drive	-15,8%	-14,2%

Au cours du premier trimestre 2024, les vins rouges ont représenté 56 % des ventes de vins tranquilles bio en GMS en volume, comme en valeur.

Evolution des ventes de vins bio en GMS (hors hard discount et livraison à domicile) par couleur au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au cours du premier trimestre 2024, les vins français ont représenté 88,6 % en volume et 93,6 % en valeur des ventes de vins tranquilles bio en GMS. Les ventes de vins tranquilles bio français ont reculé de 5,5 % en volume et de 3,3 % en valeur, tandis que celles des vins bio étrangers ont reculé de 5,9 % en volume et de 4,2 % en valeur.

**Evolution des ventes de vins français bio en GMS (hors hard discount et livraison à domicile) en valeur (en €)**

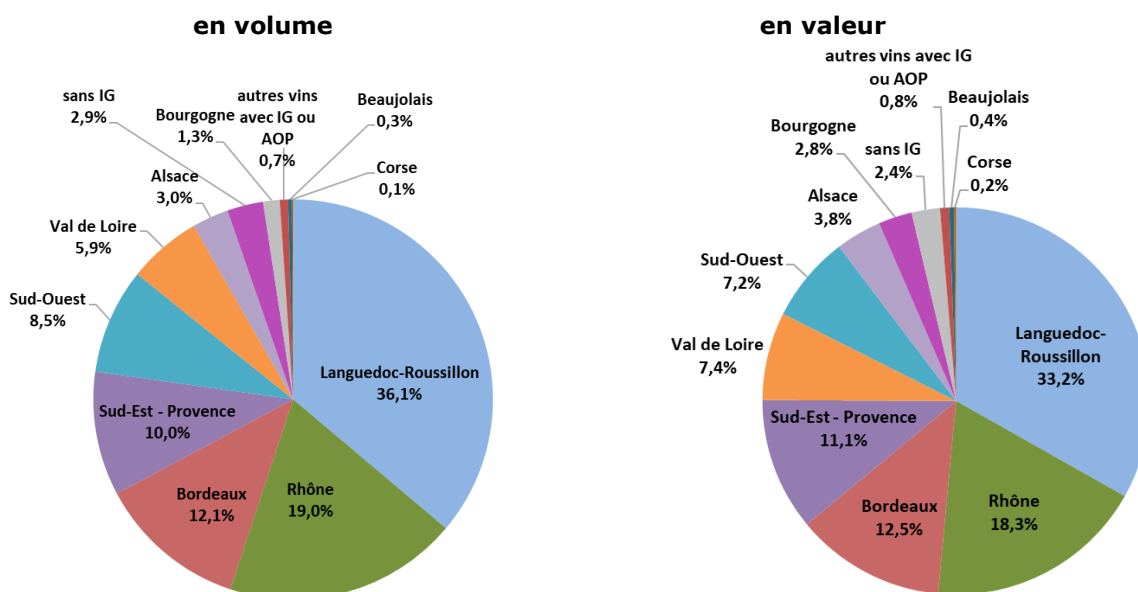


Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Les 3 principales régions, Languedoc-Roussillon, Rhône et Bordeaux ont représenté 67 % des volumes de vins tranquilles bio français vendus en GMS au cours du premier trimestre 2024 et 64 % en valeur.

Les vins sans IG ont représenté 2,9 % des volumes de vins tranquilles bio français vendus en GMS au premier trimestre 2024 et 2,4 % en valeur.

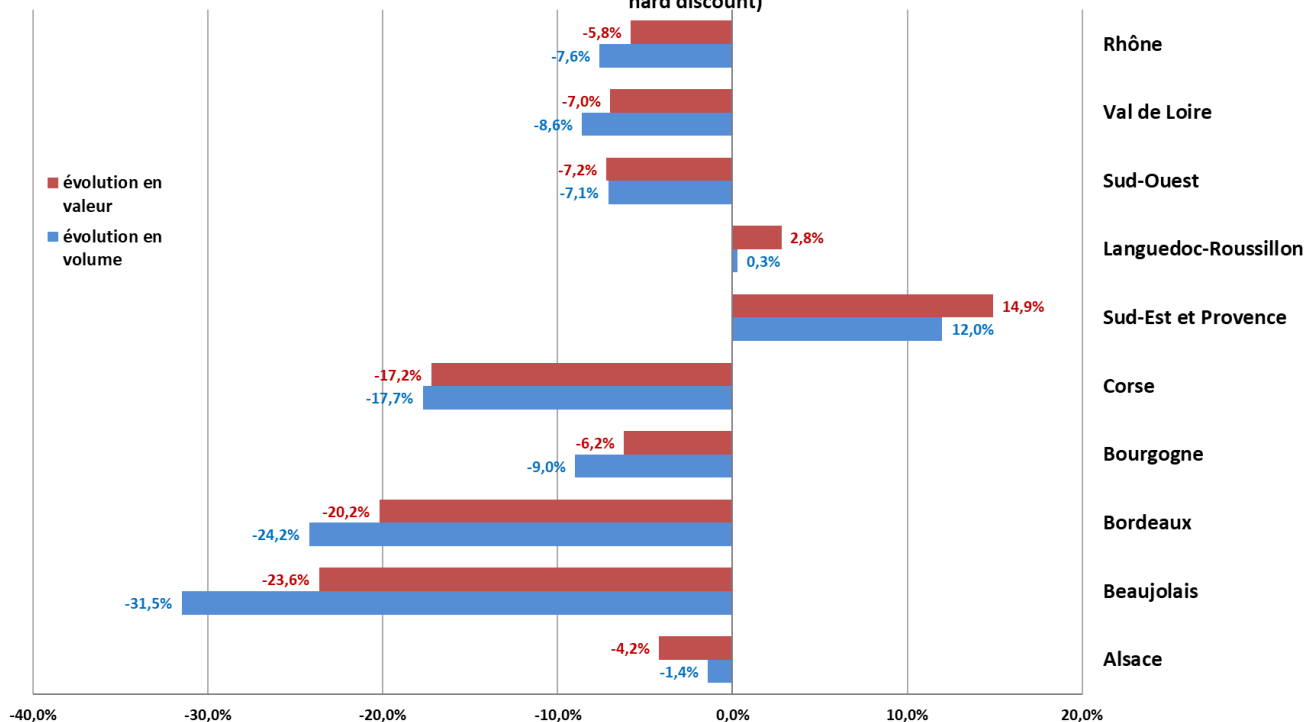
**Répartition des ventes de vins tranquilles bio français vendus en GMS (hors hard discount) au cours du premier trimestre 2024**



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Seules les ventes de vins bio du Sud-Est/Provence et du Languedoc-Roussillon ont évolué positivement au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

Evolution des ventes de vins bio français par région au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023 en GMS (hors hard discount)

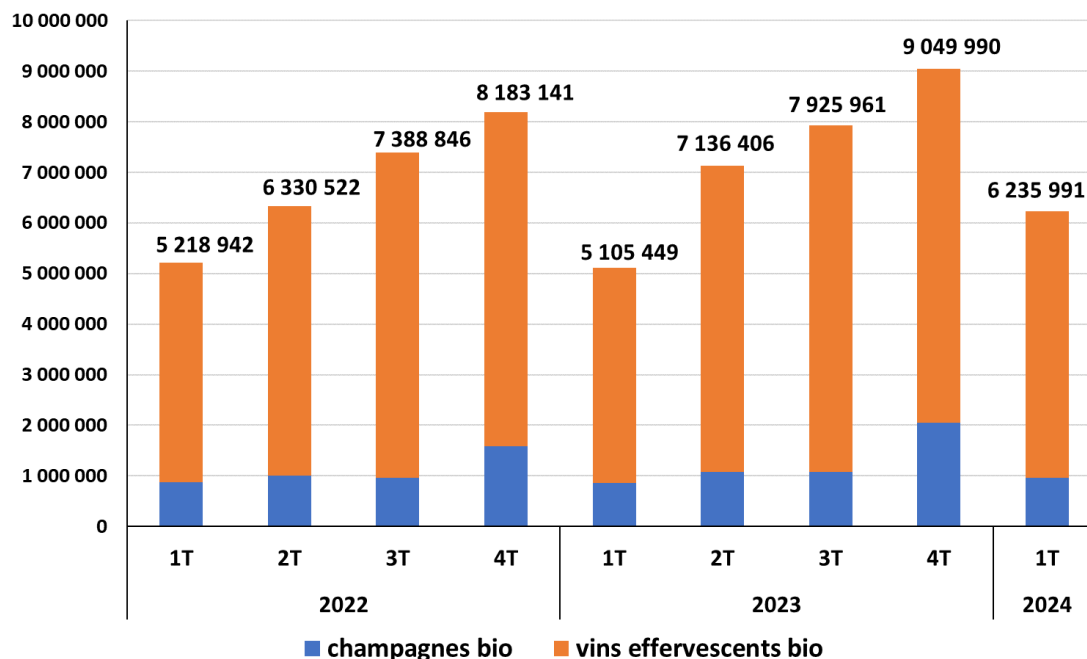


Source : Agence BIO d'après CIRCANA

## 2.2) Les ventes de vins effervescents et de champagnes bio en GMS : résultats du panel Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de vins effervescents et de champagnes bio en GMS ont globalement progressé de 30,9 % en volume et de 22,1 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023.

Evolution des ventes de vins effervescents bio en GMS en valeur (en €)



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

En volume, les ventes de vins effervescents et de champagne bio ont globalement augmenté dans tous les sous-circuits de la GMS, à l'exception de la livraison à domicile,

au premier trimestre 2024. En valeur, elles ont progressé dans tous les sous-circuits de la GMS.

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de champagnes bio ont progressé de 5,2 % en volume et de 12,1 % en valeur. En volume, les ventes n'ont progressé qu'en supermarchés et magasins de proximité et ont reculé dans les autres sous-circuits. En valeur, elles ont progressé partout, sauf dans les hypermarchés et le hard discount.

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de vins effervescents bio ont progressé de 32,2 % en volume et de 24,2 % en valeur. Les ventes bio ont progressé dans tous les sous-circuits de la GMS, que ce soit en volume ou en valeur.

Au premier trimestre 2024, les supermarchés sont restés le premier sous-circuit de commercialisation des vins effervescents et champagnes bio, avec 44,0 % en volume et 45,8°% en valeur.

Au premier trimestre 2024, les champagnes bio n'ont représenté que 4,0 % des ventes en volume de vins effervescents bio dans la grande distribution. En valeur, leur part a été de 15,5 %.

Au premier trimestre 2024, le bio a représenté 2,0 % des ventes de vins effervescents et champagnes en volume dans la grande distribution (0,6 % pour les champagnes) et 1,9 % en valeur (0,7 % pour les champagnes).

Sources :

Agence BIO/Circana et Agreste – avril/juin 2024



## Secteur du sucre

Gardel, l'unique usine sucrière de La Guadeloupe, a commencé à produire du sucre de canne bio. Pour cette première récolte, 3 938 tonnes de cannes ont été récoltées, ce qui devrait déboucher sur environ 270 tonnes de sucre. Ce sucre bio sera vendu à partir de décembre sur le marché local. L'objectif de Gardel est d'atteindre 10 % de ses surfaces de canne à sucre en bio d'ici 2035.

La Réunion va également bientôt produire du sucre de canne bio. L'objectif est de produire 300 tonnes de sucre bio qui seront commercialisées par Carrefour.

Sources :

France-Antilles, France TV Info et L'Info Durable – mai 2024

# Evolution du marché français

## 1) Contexte

### Inflation :

D'après l'INSEE, l'inflation alimentaire sur un an s'est élevée à 1,7 % en mars 2024 par rapport à mars 2023, à 1,2 % en avril 2024 et à 1,3 % en mai 2024.

### Vrac :

D'après le premier baromètre de la filière du vrac et du réemploi, publié mi-mai 2024, en moyenne, en 2023, la grande distribution a proposé seulement 36 références en vrac et 11 dans des emballages réemployables. Les magasins bio s'en sortent mieux avec 590 produits en vrac et 100 références avec emballages réemployables.

En outre, les consommateurs eux-mêmes ne jouent pas complètement le jeu : le taux de retour moyen des emballages consignés est de 47 % dans les magasins bio, mais dégringole à 15 % dans les supermarchés.

### GMS :

D'après Circana, le "made in France" constitue l'attente principale des acheteurs français en grande distribution.

## 2) Les produits alimentaires bio et non bio en GMS :

### 2.1) Les ventes de produits à poids fixe<sup>1</sup> : résultats du panel Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de produits à poids fixe en GMS ont globalement augmenté de 1,7 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023 (pour les produits non bio et bio).

Au cours du premier trimestre 2024, l'évolution a été positive pour les trois catégories de produits :

- +2,7 % pour les produits d'épicerie,
- +1,2 % pour les liquides<sup>1</sup>,
- +1,2 % pour les produits frais en libre-service.

## 3) Evaluation du marché bio en 2023

En 2023, les ventes bio au détail ont été de 12,08 milliards €, soit une quasi-stagnation (+0,04 %, soit +5 millions €) par rapport à 2022. La part de marché des produits bio a été de 5,6 % contre 6,0 % en 2022. L'inflation a été plus faible en bio que sur le reste de l'alimentation.

Les ventes de produits bio ont reculé de 3,8 % en GMS, mais ont progressé dans les autres circuits :

- +2,2 % en distribution spécialisée,
- +4,3 % chez les artisans-commerçants,
- +8,7 % en vente directe.

---

<sup>1</sup> Hors vins tranquilles

La GMS a représenté 50,6 % des ventes au détail de produits bio en 2023, devant la distribution spécialisée (27,5 %), la vente directe (13,8 %) et les artisans-commerçants (8,1 %).

Les achats bio de la RHD se sont élevés à 786 millions € HT, dont 484 millions € en restauration collective (+9 % vs 2022) et 302 millions € en restauration commerciale (+12 %). En restauration collective, la part de bio dans les achats a reculé à 6 % et celle en restauration commerciale s'est maintenu à 1 %.

## 4) Les produits bio en GMS

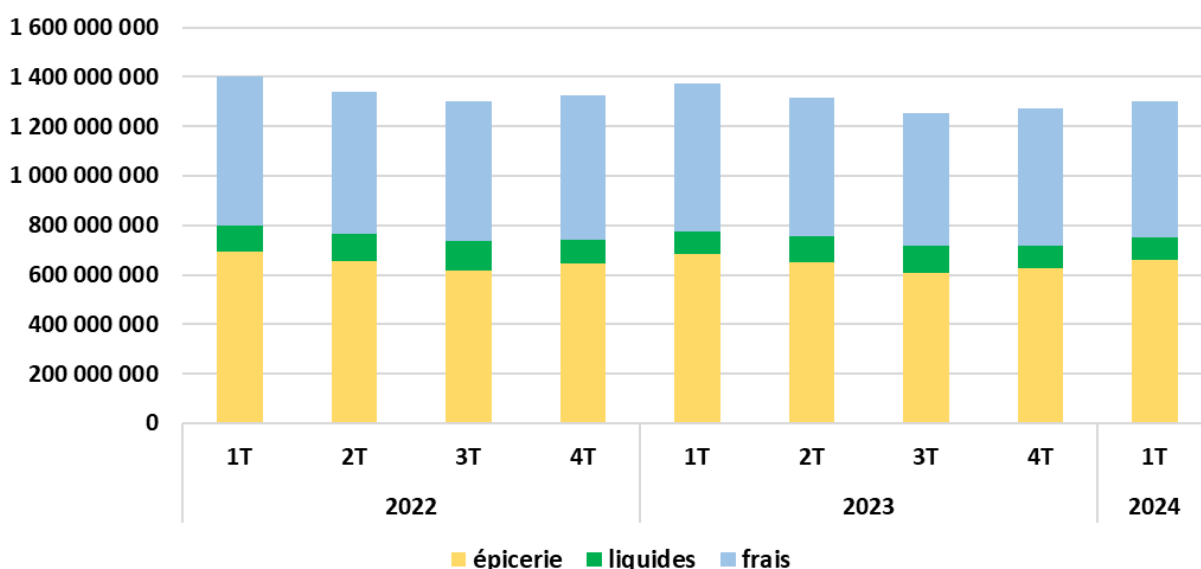
### 4.1) Les Ventes de produits bio à poids fixe<sup>1</sup> en GMS : résultats du panel Circana

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de produits bio à poids fixe en GMS ont globalement reculé de 5,4 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023, tandis que les ventes de produits non bio ont progressé de 2,1 %<sup>1</sup>.

Les évolutions par grande catégorie ont été les suivantes :

- -3,3 % pour les produits d'épicerie,
- -4,5 % pour les liquides,
- -7,9 % pour les produits frais libre-service.

**Evolution des ventes de produits bio à poids fixe en GMS (en valeur)**



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au premier trimestre 2024, les produits bio ont représenté 4,5 % des ventes de produits à poids fixe en GMS, contre 4,9 % au premier trimestre 2023.

#### Part de marché bio en valeur par catégorie de produits :

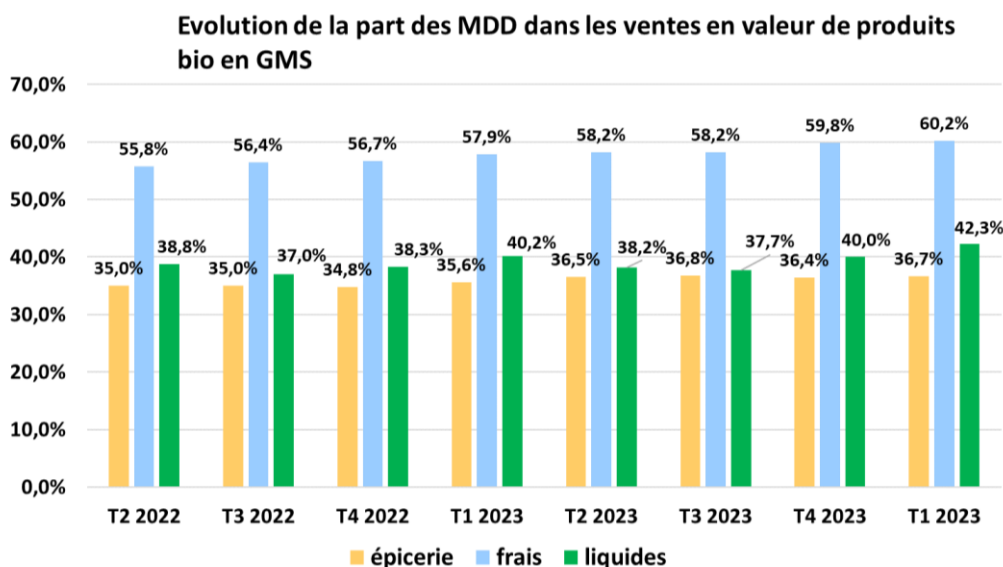
	T1 2023	T1 2024
Epicerie	6,7%	6,3%
Liquides	2,0%	1,9%
Produits frais libre-service	4,5%	4,1%
<b>Total</b>	<b>4,9%</b>	<b>4,5%</b>

Source : Agence BIO d'après CIRCANA

<sup>1</sup> Epicerie : +3,1 %, liquides : +1,3 % et frais : +1,6 %

Entre le deuxième trimestre 2022 et le premier trimestre 2024, il y a eu une croissance de la part des marques de distributeurs dans les ventes en valeur de produits bio en GMS.

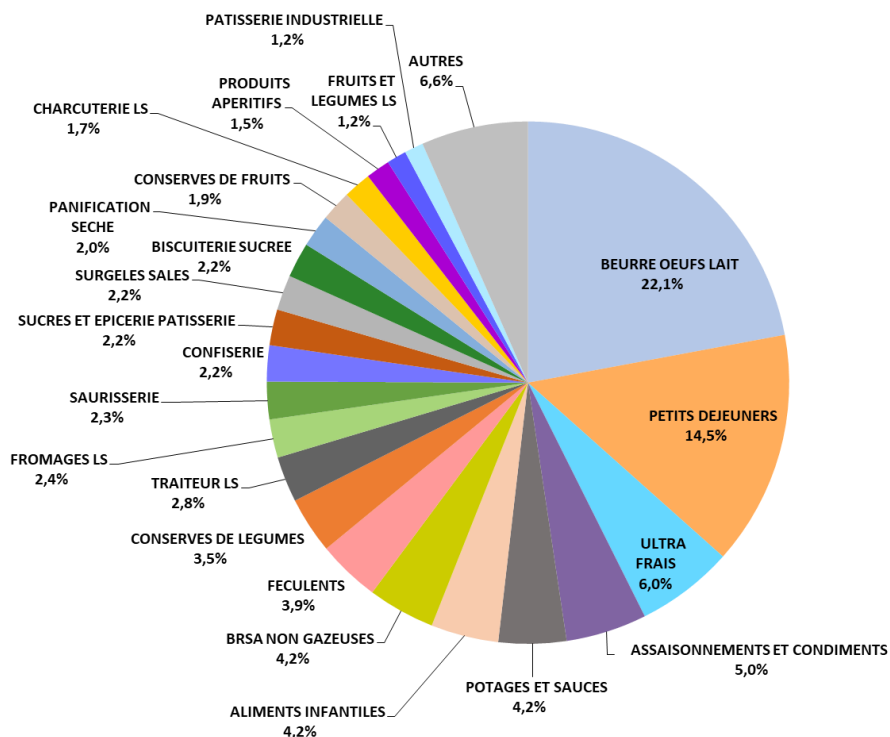
Les produits frais représentent la catégorie dans laquelle les produits sous MDD ont la part la plus importante dans les ventes de produits bio en GMS : 60,2 % au premier trimestre 2024.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

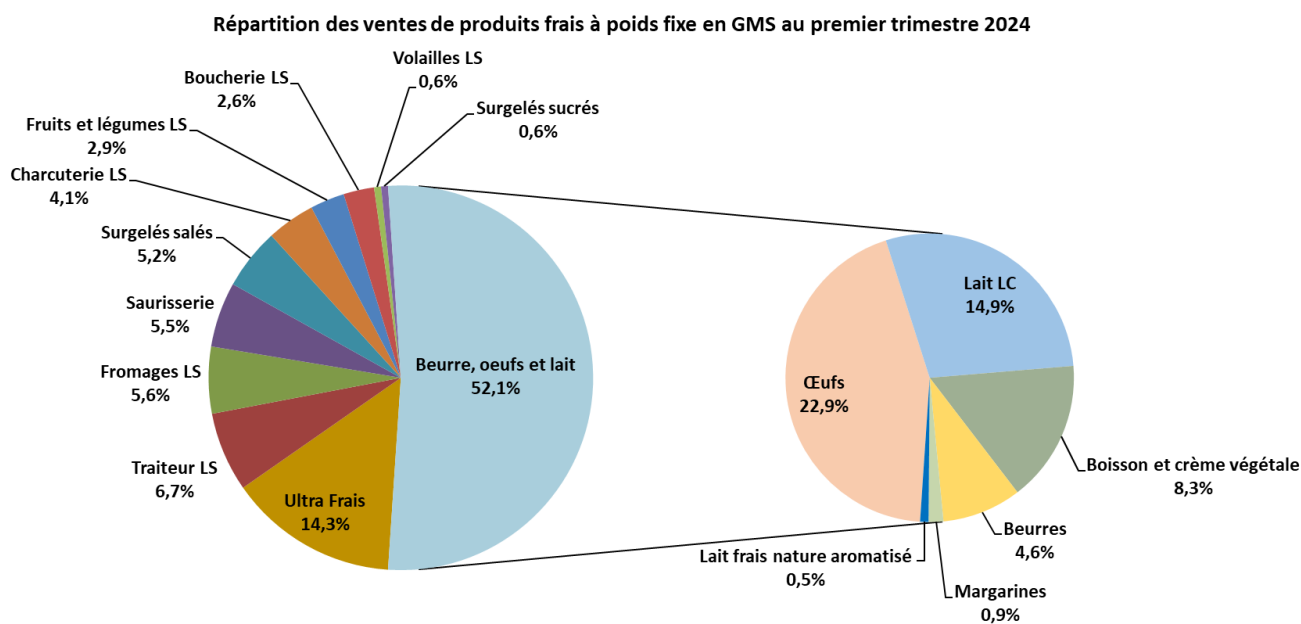
Au premier trimestre 2024, "Beurre, œufs et lait" a été la première catégorie de produits bio à poids fixe vendue en GMS, avec 22,1 % des ventes en valeur, devant les petits déjeuners (14,5 %).

Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en GMS en valeur au premier trimestre 2024



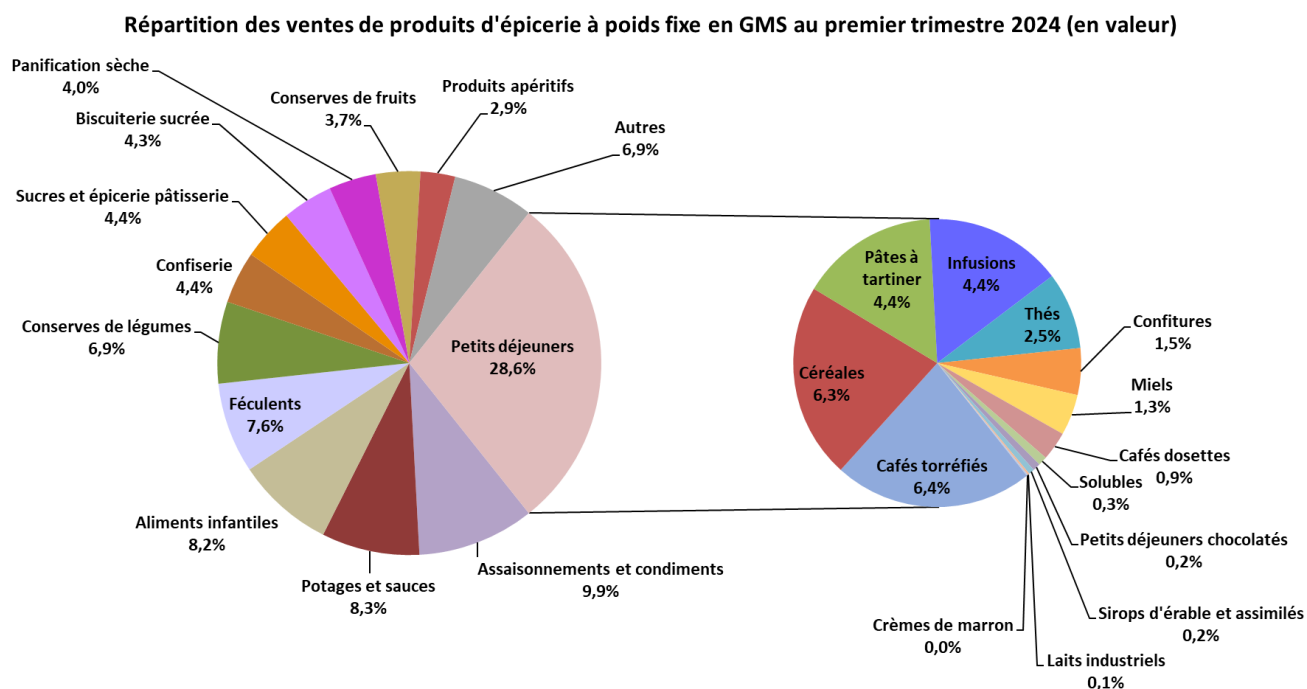
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de "Beurre, œufs et lait" représentaient 52,1 % des ventes de produits frais bio. Les œufs étaient la première famille de cette catégorie.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au cours du premier trimestre 2024, les ventes de produits de petits déjeuners ont représenté 28,6 % des ventes de produits d'épicerie bio à poids fixe en GMS en valeur. Les cafés torréfiés sont la première famille vendue dans cette catégorie, juste devant les céréales.

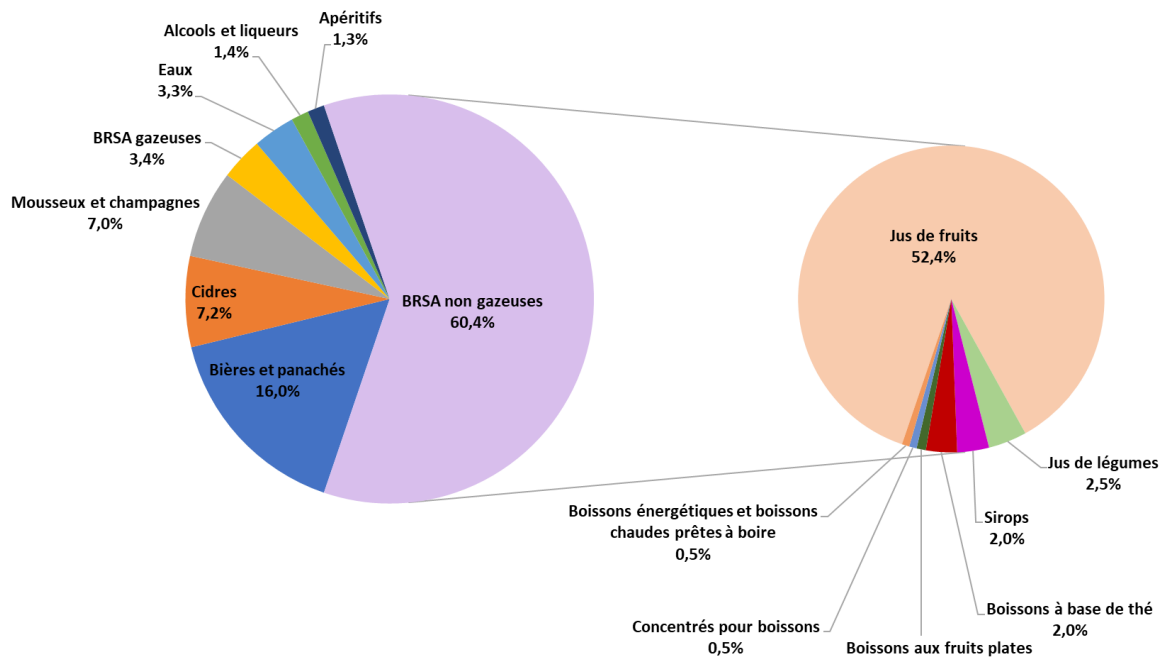


Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au cours du premier trimestre 2024, les BRSA<sup>1</sup> non gazeuses ont représenté 60,4 % des ventes de boissons bio (hors vins tranquilles) en GMS en valeur. Il s'agissait principalement de jus de fruits.

<sup>1</sup> Boissons rafraîchissantes sans alcool

### Répartition des ventes de boissons bio (hors vins tranquilles) en GMS au premier trimestre 2024 (en valeur)



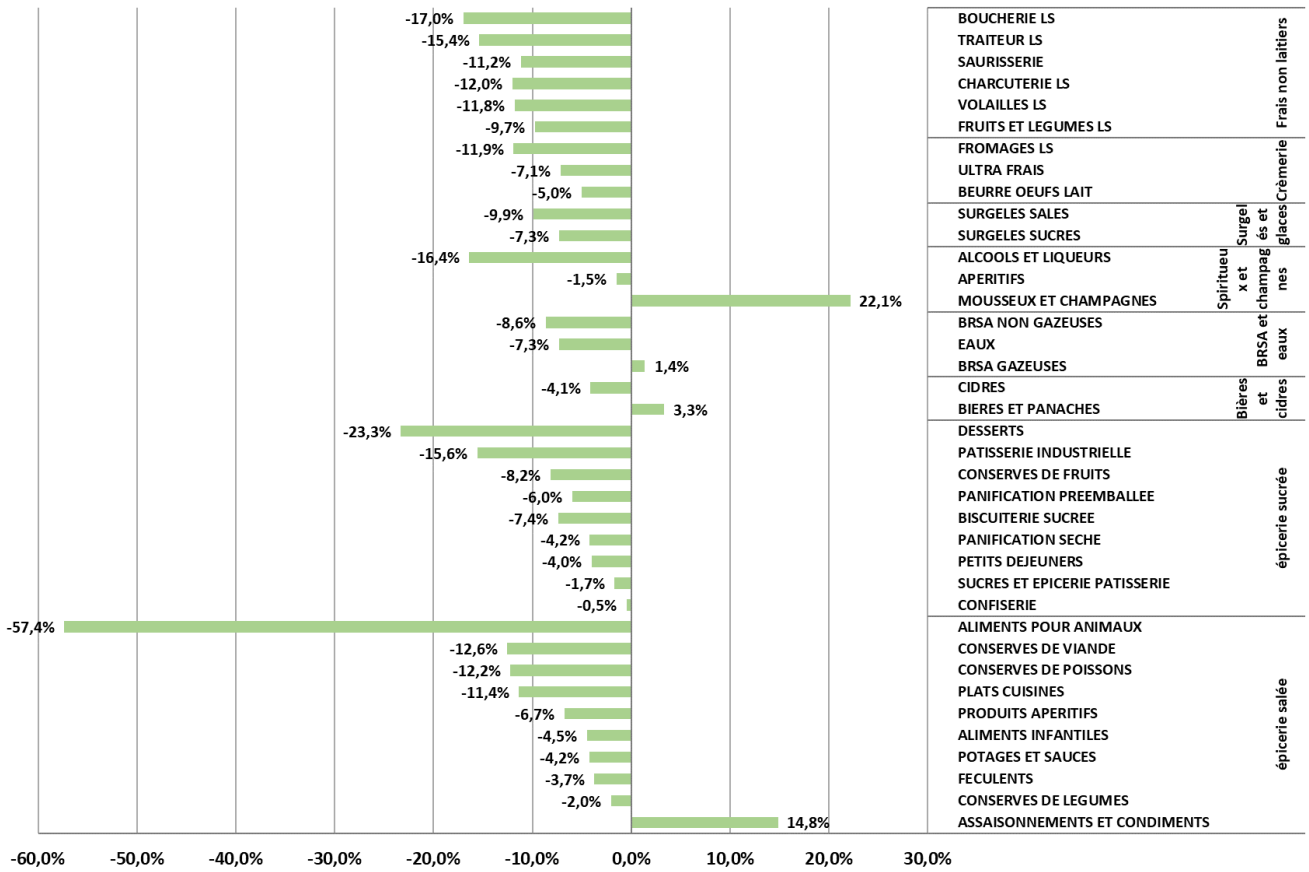
Source : Agence BIO d'après Circana

Dans le secteur des produits frais en libre-service (poids fixe), aucune famille de produits bio n'a vu ses ventes progresser au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023. La boucherie est la famille dont les ventes ont le plus reculé en pourcentage avec : -17,0 %. La famille "Beurre, œufs et lait" est celle dont les ventes ont le plus baissé en valeur absolue (-15,1 millions €), devant les produits traiteur (- 6,7 millions €).

Les ventes de produits d'épicerie sucrée, qui ont représenté 54 % des ventes de produits d'épicerie, ont reculé de 4,8% au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023, tandis que celles de l'épicerie salée ont baissé de 1,4 %. Les aliments pour animaux sont la famille dont les ventes bio ont le plus reculé en pourcentage au premier trimestre 2024 avec -57,4 %, tandis que les petits déjeuners sont la famille qui a le plus baissé en valeur absolue (-7,9 millions €). Les assaisonnements et condiments est la seule famille du rayon épicerie à avoir progressé (+8,4 millions €, soit +14,8 %).

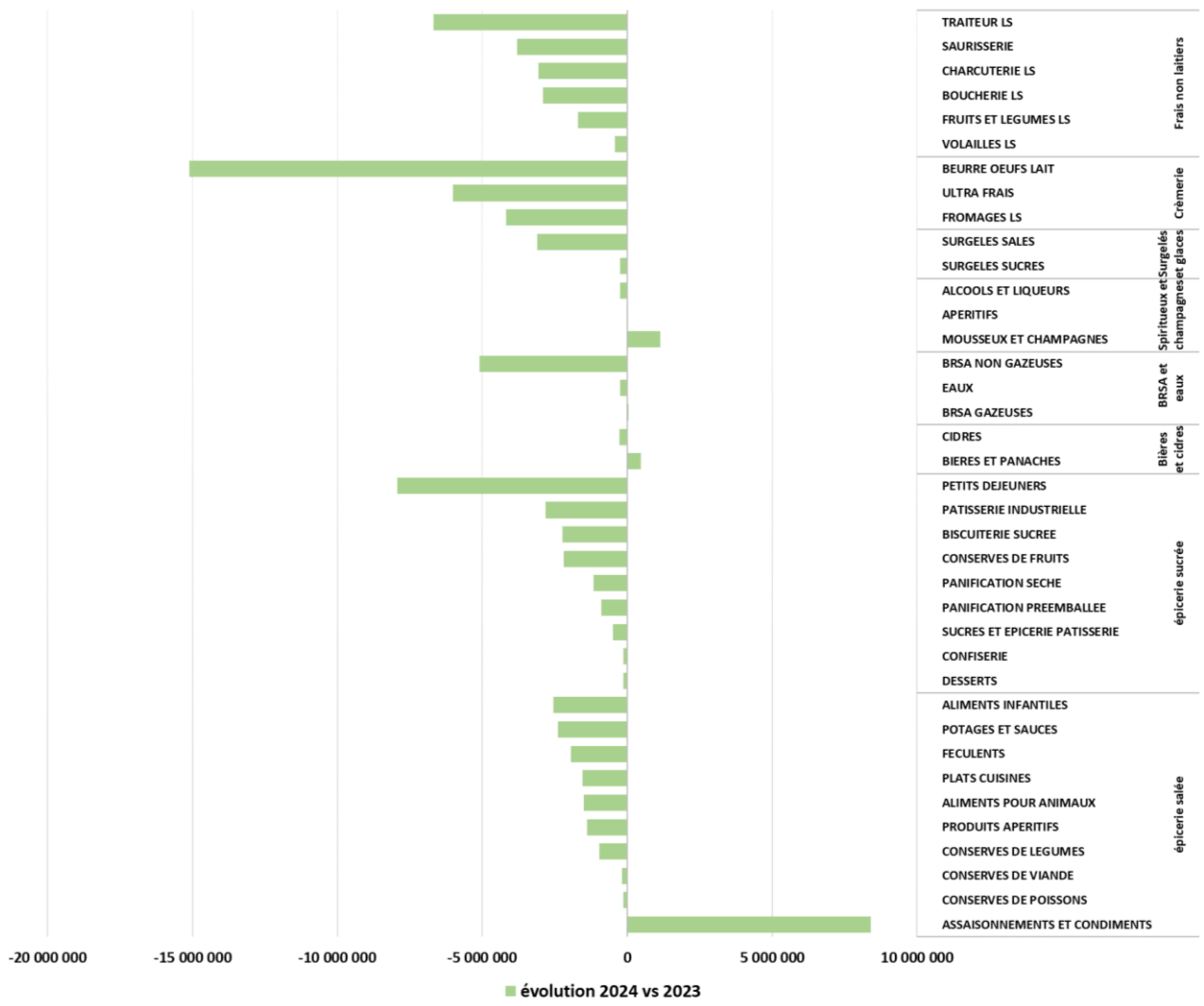
Dans le secteur des boissons, trois catégories ont progressé par rapport au premier trimestre 2023 : les mousseux et champagnes (+1,1 million milliers €, soit +22,1 %), les bières et panachés (près de 460 milliers €, soit +3,3 %) et les BRSAs gazeuses (41 milliers €, soit +1,4 %). Les alcools et liqueurs sont la famille qui a le plus reculé en pourcentage (-16,4 %) et les BRSAs non gazeuses celle qui a le plus reculé en valeur absolue (-5,1 millions €).

Evolution des ventes de produits bio en GMS en valeur par catégorie au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

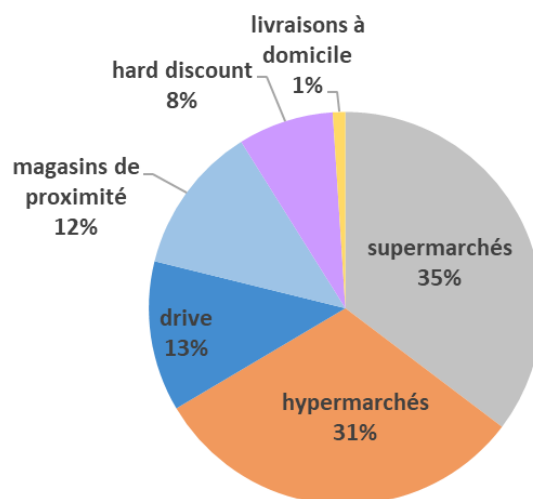
**Evolution des ventes de produits bio en valeur absolue par catégorie au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023**



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au premier trimestre 2024, les supermarchés ont représenté 35 % des ventes de produits bio à poids fixe dans la grande distribution.

**Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en valeur dans la grande distribution (hors hd) au premier trimestre 2024**

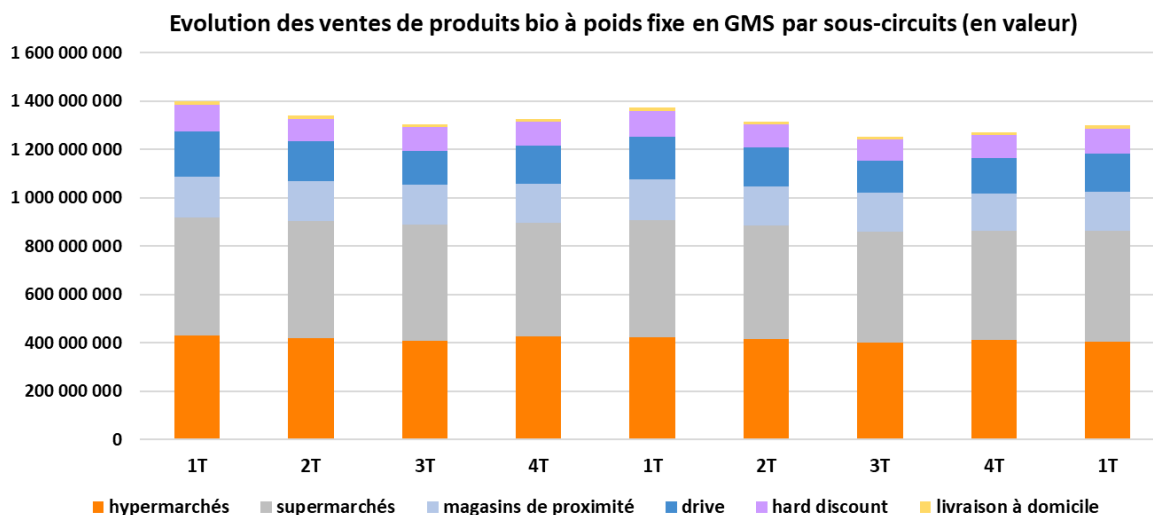


Source : Agence BIO d'après Circana



Au cours du premier trimestre 2024, les ventes bio ont reculé dans tous les sous-circuits de la grande distribution :

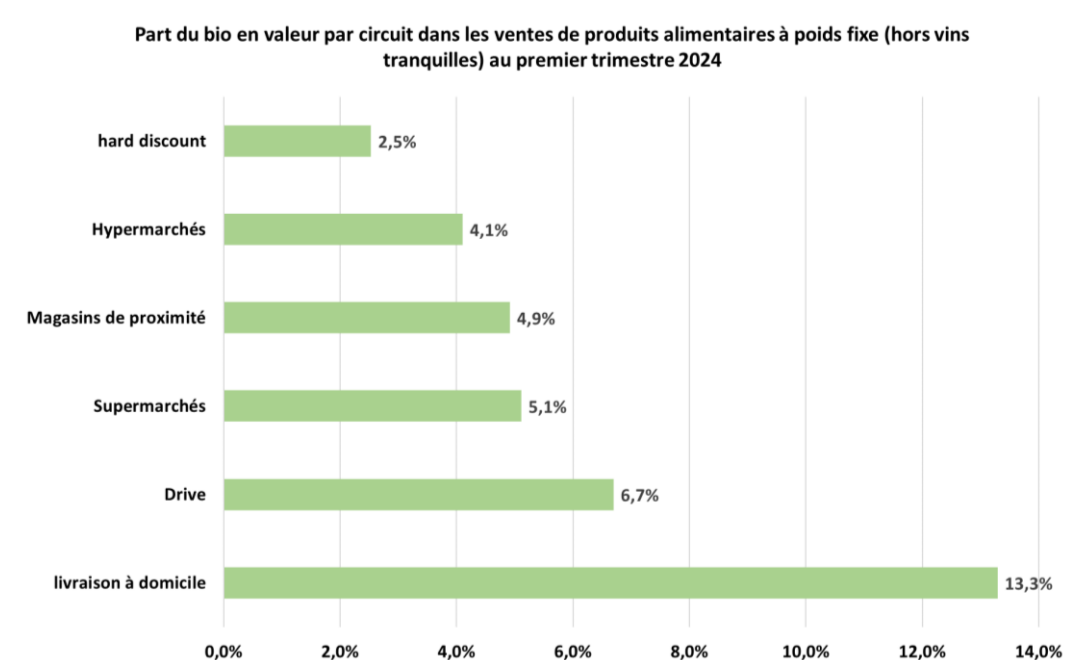
	Evol T1 2024 vs T1 2023
Supermarchés	-5,4%
Hypermarchés	-4,4%
Magasins de proximité	-5,7%
Hard discount	-3,1%
Drive	-8,5%
Livraison à domicile	-6,6%



Source : Agence BIO d'après Circana

Les ventes des trois catégories de produits, épicerie, frais et liquides, ont toutes reculé dans tous les sous-circuits de la GMS au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

C'est pour la livraison à domicile que la part de marché en valeur des produits bio à poids fixe était la plus importante au premier trimestre 2024.



Source : Agence BIO d'après Circana

## 4.2) Analyses des panelistes et sondages

### **CIRCANA :**

D'après Circana, toutes les enseignes, sans exception, ont réduit leur assortiment bio en 2023. Ces réductions de gamme bio ont un impact très négatif sur l'évolution des ventes. Sans une stabilisation de l'offre, les ventes de produits bio vont continuer de chuter en 2024. Malheureusement, la réduction de l'offre bio de la GMS s'est poursuivie au cours des 4 premiers mois de 2024.

### **Kantar :**

D'après Kantar, la transition alimentaire est d'abord portée par la préoccupation santé.

## 4.3) Autres informations sur la GMS

D'après une enquête de Que Choisir réalisée à l'automne 2023, la différence de prix entre le bio et le conventionnel varie fortement d'un distributeur à l'autre. Lidl est l'enseigne dans laquelle cette différence est la moins élevée (+59 %) et Monoprix celle où elle est la plus importante (+86 %).

## 5) Les produits bio en magasins spécialisés

D'après Bio Linéaires, les ventes des magasins bio (alimentaires et non-alimentaires) ont globalement progressé de 7,2 % au cours des 4 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023<sup>1</sup>, avec +6,5 % en janvier, +10 % en février, +5,5 % en mars et +6,8 % en avril.

Au cours des deux premiers mois de 2024, il y a eu 2 ouvertures de magasins (8 pour la même période de 2023) et 26 fermetures (contre 47 pour la même période de 2023).

### 5.1) Les réseaux et groupements de magasins spécialisés

#### **Biocoop**

Au cours du premier trimestre 2024, le chiffre d'affaires de Biocoop a augmenté de 7,5 % par rapport au premier trimestre 2023. La croissance a été particulièrement importante en février avec +10 %. Ceci est notamment dû à la campagne de communication de Biocoop à la télévision.

Biocoop souhaite ouvrir au moins 5 nouveaux points de vente en 2024.

#### **La Vie Claire**

Cette enseigne a vu ses ventes progresser de près de 7,7 % en valeur au premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

La Vie Claire prévoit 10 ouvertures de magasins en 2024.

L'enseigne a prévu de maintenir son opération Petits prix bio jusqu'à février 2025. L'opération porte à la fois sur l'alimentaire et le non-alimentaire.

---

<sup>1</sup> A périmètre non constant

## **Naturalia**

Les ventes de Naturalia ont augmenté de 3,5 % en valeur au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

## **Les Comptoirs de la Bio**

Au cours du premier trimestre 2024, le chiffre d'affaires des Comptoirs de la Bio a augmenté de 8,1 % par rapport au premier trimestre 2023.

Cette enseigne est en négociation avec NaturéO pour reprendre 30 magasins.

## **Biomonde**

Cette enseigne projette d'ouvrir 3 nouveaux points de vente en 2024.

## **Bio C'Bon et So.bio**

Carrefour projette d'ouvrir de nouveaux points de vente bio dans la banlieue de Toulouse.

Les deux enseignes bio de Carrefour ont annoncé des baisses de prix sur plus de 300 références et l'élargissement de leurs gammes à petits prix.

## **Accord Bio :**

Le chiffre d'affaires de cette enseigne a progressé de 6,5 % au cours du premier trimestre 2024 par rapport au premier trimestre 2023.

## **GVA bio :**

Cette enseigne prévoit d'ouvrir deux nouveaux magasins en 2024.

## **Le Grand Panier Bio**

Cette enseigne ne prévoit d'ouvrir qu'un ou deux magasins cette année.

## **Marcel & Fils**

L'enseigne prévoit 10 ouvertures de magasins ou acquisitions en 2024.

## **L'Eau Vive**

Un an après avoir été placée sous la protection du tribunal de commerce de Grenoble, L'Eau Vive a annoncé sa sortie de procédure de sauvegarde en juin 2024.

## **6) Les produits bio en Restauration collective**

D'après une enquête de l'AMF publiée en juin 2024<sup>1</sup>, seulement 18 % des communes respectent les seuils de 50 % de produits de qualité et durables, dont 20 % de bio, en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022. Elles étaient 37 % à respecter le seuil de 20 % de produits bio en 2023, contre 34 % en 2020. D'importants écarts sont observés entre les

---

<sup>1</sup> Principaux enseignements :

<https://medias.amf.asso.fr/docs/DOCUMENTS/e890691977b009fa51866482437c3a0d.pdf>

communes de moins de 2 000 habitants (34 % respectent le seuil bio) et les villes de plus de 30 000 habitants (75 %).

<b>Collectivité</b>	<b>Taux de bio en restauration scolaire</b>	<b>Taux de bio dans les collèges</b>	<b>Taux de bio dans le restaurant administratif</b>	<b>remarques</b>
Communauté de Communes Bordeaux-Bègles	65% en 2023			
Lille	60% en 2023			
Plusieurs arrondissements de Paris	Près de 50% en 2023			
Drôme		45% en 2023		
Rezé	41% en 2023			Plus qu'un doublement en 4 ans
Lyon	40% en 2023			
Nancy	40% en 2024			Dont 70% de produits locaux
Bayeux	37% en 2023			
Angers	35% en 2023			
Périgueux			Plus de 25% en 2023	
Tours	25% en 2023			

L'économat des armées a atteint 22 % de bio en 2023.

S'agissant des communes de moins de 2 000 habitants, se distinguent : Ramatuelle en PACA , saint Germain Leps en AURA et Roesnoen en Bretagne.

Sources :

Actu Environnement, Agence BIO, Agence BIO/AND-I, Agence BIO/Circana, AMF, Bio Linéaires, Circana, Circuits Bio, Dordogne Libre, FCD, INSEE, La Tribune, Le Monde, Linéaires, Mairie de Rezé, NielsenIQ, Plan Bio, Que Choisir et Reporterre – avril/juin 2024

## 1) Union européenne

### Ensemble de l'UE

Le premier réseau européen de conseillers bio a été créé en mai 2024 : Organic Advice Network. Il rassemble déjà 18 membres. Son objectif principal est de créer et d'animer un réseau de conseillers bio dans les 27 Etats membres de l'UE et dans 7 autres pays européens. Il est financé par la Commission européenne et le Secrétariat d'Etat suisse à l'éducation, à la recherche et à l'innovation.

### Allemagne

#### Politiques de développement

Le gouvernement allemand s'est fixé un objectif de réduction des pesticides de 50 % à horizon 2030.

#### Marché

Le nombre de magasins spécialisés bio (hors Reformhäuser<sup>1</sup>) a reculé de 80 magasins, s'établissant à près de 2 120 points de vente. Les fermetures ont surtout concerné des magasins anciens, des magasins de moins de 400 m<sup>2</sup> et des points de vente situés dans de petites villes ou dans des zones rurales. Les ouvertures concernent surtout des magasins de plus de 400 m<sup>2</sup>. L'enseigne Denn's Biomarkt a repris un certain nombre de magasins bio.

Au cours du premier trimestre 2024, le marché bio allemand a progressé de 7 % en valeur par rapport au premier trimestre 2023. La hausse a été plus forte en GMS qu'en magasins spécialisés.

En GMS, le nombre de références bio a augmenté de 5 % au cours du premier trimestre 2024.

Un premier restaurant gastronomique bio a été étoilé par le Guide Michelin.

Le réseau des villes<sup>2</sup> bio allemandes compte 31 membres. 17 d'entre eux ont dévoilé leur part de bio en restauration collective :

Commune/collectivité	Type	objectifs	Parts atteintes
Augsbourg	Crèches	40%	47%
	Ecoles	30%	nd
Berlin	Crèches	15%	15%
	Ecoles primaires	50%	50%
	Autres cantines	15%	15%
District de Landshut de	Crèches	30%	7%
	Ecoles	30%	35%
Basse-Bavière	Hôpital	30%	4%
Bielefeld	Ecoles	20%	Nd

<sup>1</sup> Environ 1 300 points de vente

<sup>2</sup>- En fait, il ne s'agit pas de seulement de communes.

Brême	Crèches	100%	40%
	Ecoles	100%	nd
	Hôpitaux	15% d'ici 2022 et 20% d'ici 2025	15%
Darmstadt	Crèches	50%	25,6% <sup>1</sup>
	Ecoles	50%	25,6%
Erlangen	Crèches	50%	55%
	Ecoles	100% <sup>2</sup>	Entre 10% et 50% suivant les école
Fribourg	Crèches	30%	30%
	Ecoles	30%	30%
Freising	Ecoles	30%	40% dans la cafétéria du Steinpark
Hambourg	Crèches	Nd	31,5%
	Ecoles	Nd	10%
Heidelberg	Crèches	50%	50%
	Ecoles	50%	Nd
Karlsruhe	Crèches et garderies périscolaires	20%	Au moins 20%
	Ecoles	30 à 35%	30 à 75% suivant les écoles
Munich	Crèches	50% actuellement et 60% à partir de mi-2025	50%
	Cantines administratives		Entre 25 et 30%
Münster	Ecoles	20%	30%
Nuremberg	Crèches	Plus de 90%	75%
	Ecoles	75%	80 à 100% dans les écoles professionnelles et 20 à 34% dans les écoles d'enseignement général
	Autres cantines et évènements	50%	Cantine de la mairie : 33%, maisons de retraite et hôpitaux : 10%
Regensbourg	Crèches	30% (d'ici 2025) et 50% (d'ici 2030)	Nd
	Ecoles	30% (d'ici 2025) et 50% (d'ici 2030)	Nd
	Cantine de la mairie	30% (d'ici 2025) et 50% (d'ici 2030)	Nd

Aldi Süd a continué à élargir sa gamme bio sous MDD au cours du premier semestre 2024.

<sup>1</sup> La part n'a pas pu être différenciée entre les crèches et les écoles.

<sup>2</sup> Mais pas encore de mise en œuvre stratégique

## Autriche

### Politique de développement

Le gouverneur du Land du Burgenland, cherche à créer une laiterie biologique indépendante dans le Land. Actuellement, les producteurs laitiers de la région dépendent des laiteries des Länder voisins pour la vente et la transformation ultérieure de leurs produits. Le projet est de couvrir la transformation d'environ 500 tonnes de lait cru.

### Production

En 2023, les surfaces cultivées en bio ont reculé de 1,5 %, s'établissant à 695 180 ha. Le nombre de fermes bio a reculé de 3,7 %, descendant à 24 148.

## Belgique

### Production

Au 31 décembre 2023, la Wallonie comptait 2 014 fermes bio, soit 16% des exploitations wallonnes. La Wallonie a perdu 10 fermes par rapport à 2022 (soit -0,5 %).

Fin 2023, les surfaces cultivées en bio en Wallonie étaient de 92 375 ha, soit un recul de 1,2 % par rapport à 2022. 12,5 % de la SAU wallonne étaient cultivés en bio fin 2023. Si de plus en plus de fruits (+15%), de semences et plants (+13%) sont cultivés en bio, Biowallonie constate en revanche une stabilisation des grandes cultures et une diminution des surfaces de légumes (-9%).

L'élevage bio wallon a reculé, sauf en bovins viandes et en porcins.

### Marché

Le marché bio belge s'est élevé à 1,153 milliard € en 2023, soit une progression de 20,7 % par rapport à 2022. Cette hausse est essentiellement due à l'inflation, mais aussi à une croissance des ventes bio en Flandre.

Le marché bio flamand était en tête en 2023 avec près de 549 millions €, soit 47,6 % du marché bio belge, devant la Wallonie avec 457 millions € (+9,9 % vs 2022), soit près de 40 % du marché bio belge et Bruxelles avec 146,9 millions € (12,7 % du marché bio belge).

La part de marché des produits bio a été de 4,0 % en Belgique en 2023 (+0,3 point par rapport à 2022) et de 5,1 % pour la région wallonne seule (+0,1 point vs 2022).

La dépense moyenne par habitant reste plus importante à Bruxelles (135 €) et en Wallonie (126 €) qu'en Flandre (101 € pour l'ensemble de la Belgique).

98,4% des consommateurs wallons ont acheté un produit alimentaire bio au moins une fois en 2023.

Bio-planet a ouvert son 37<sup>e</sup> magasin en Belgique.

The Barn va ouvrir un huitième point de vente en août, près de Bruxelles.

## Espagne

Le marché bio espagnol a progressé de 6,2 % en 2023 par rapport à 2022, pour atteindre 3 milliards €.

En 2023, la GMS a représenté 50% du marché bio espagnol, devant la distribution spécialisée (34 %), la vente directe (4 %) et l'e-commerce (3 %). En 2023, la part de marché de la GMS a augmenté au détriment de celle des magasins bio.

Les dépenses annuelles moyennes par habitant ont atteint 64 € en 2023, soit 4 € de plus qu'en 2022.

Avec respectivement 631 millions € et 506 millions € de ventes de produits biologiques, la Catalogne et l'Andalousie ont été les deux régions les plus consommatrices de produits bio en 2023.

43% des consommateurs espagnols sur 10 consomment des produits biologiques chaque semaine. Ils sont 7% à ne jamais en consommer et également 7% à en consommer tous les jours.

## **Finlande**

### **Production**

Les surfaces cultivées en bio ont reculé de 8,2 % en 2023 par rapport à 2022, s'établissant à 311 498 ha. La part de la SAU en bio est retombée à 13,7 %. La Finlande comptait 4 153 fermes bio fin 2023.

En 2023, la récolte de céréales bio a reculé de 21 % (notamment en raison de mauvaises conditions météorologiques), s'établissant à 142 milliers de tonnes, soit environ 5 % de la récolte céréalière totale. C'est la récolte d'avoine qui a le plus reculé. Cette céréale représente nettement plus de la moitié de la récolte de céréales bio.

En 2023, la production finlandaise de lait bio a reculé de plus de 9 %, s'établissant à un peu plus de 75 milliers de tonnes, soit 3,4% de la production nationale de lait.

### **Marché**

Le marché bio finlandais a reculé de 6,1 % en 2023 par rapport à 2022, s'établissant à 352 millions €.

L'objectif du gouvernement finlandais est qu'un quart des matières premières utilisées dans les cuisines publiques soient biologiques d'ici 2030.

L'utilisation d'aliments biologiques dans les services alimentaires publics a connu une croissance rapide au cours des deux dernières années. 91 % des services publics de restauration déclarent consommer au moins un produit bio au moins une fois par mois, et jusqu'à 63 % déclarent consommer du bio quotidiennement. Les pourcentages d'utilisation de produits biologiques sont les plus élevés dans les jardins d'enfants et les écoles.

Les produits bio les plus populaires dans la restauration comprennent les céréales, les produits laitiers, le café et la farine.

## **Irlande**

Suite à la publication de la stratégie et du plan d'action en matière de marchés publics verts 2024-2027, l'Etat s'est fixé pour objectif qu'au moins 10 % en valeur des aliments achetés via les marchés publics soient certifiés bio.

En mai, la Ministre irlandaise de l'Agriculture a annoncé la réouverture du programme de subventions d'investissement dans la transformation biologique. Celui-ci dispose d'un budget de 1,5 million € pour soutenir les investissements dans le secteur irlandais de la transformation des produits biologiques. Cela porte à 3 millions € l'aide financière dont disposent les transformateurs bio en 2024.



## **Italie**

Le Ministère de l'Agriculture a lancé un appel à manifestation d'intérêt pour des projets de promotion des filières et des districts bio. L'enveloppe totale est de 12 millions €. Les projets doivent avoir un caractère national, i.e. que les interventions doivent être réparties sur le territoire de cinq régions ou plus et/ou provinces autonomes. Parmi les interventions éligibles figurent des initiatives d'échange de connaissances et d'actions sur la production biologique, du conseil visant à soutenir les entreprises et les jeunes agriculteurs et des mesures promotionnelles telles que des concours, des foires et des expositions en faveur des produits agricoles bio.

Trois nouveaux biodistricts ont vu le jour récemment en Italie : Terre Bellunesi en Vénétie, Colline della Pia en Toscane et Valteline en Lombardie.

La cérémonie de remise des prix des meilleures huiles d'olive extra vierges biologiques italiennes et étrangères en compétition pour le prix BIOL 2024, qui en est à sa 29<sup>e</sup> édition, a eu lieu à Rome, début mai. Le premier prix a été attribué à une entreprise des Pouilles.

## **Luxembourg**

L'utilisation de produits bio va être étendue à toutes les cantines scolaires à la rentrée 2024, avec le programme Supply4future.

## **Pays-Bas**

En 2023, les ventes bio en GMS ont progressé de 14,4 % par rapport à 2022. Ce circuit représentait 59 % du marché bio néerlandais en 2022.

## **Pologne**

Début 2024, les différences de prix entre les produits biologiques et conventionnels se sont réduites, ce qui a entraîné une reprise de la demande en produits bio.

## **Suède**

En 2023, la production suédoise de céréales bio a reculé de 34 % par rapport à 2022, en raison de mauvaises conditions météorologiques.

## **3) Autres pays d'Europe**

### **Norvège**

La Direction norvégienne de l'agriculture a accordé 1,76 million € à 13 projets bio en 2024. Ceux-ci couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur de la production et de la consommation biologiques. L'objectif du gouvernement est de couvrir autant que possible la demande d'aliments biologiques avec la production norvégienne.

En 2023, la production laitière bio norvégienne a baissé de 6,5 % par rapport à 2022, s'établissant à 43 milliers de tonnes. Il s'agit du plus bas niveau depuis 2009.

## Royaume-Uni

### Politique de développement :

L'Organic Trade Board a été créé en 2009 par un petit groupe de propriétaires de marques pour promouvoir le bien-être de l'industrie biologique. Il a été relancé en 2024 sous le nom de UK Organic. Il s'agit d'un organisme à but non lucratif dont l'objectif est de promouvoir les produits bio.

### Production :

Fin 2023, 497,9 milliers ha étaient cultivés en bio au Royaume-Uni (soit une baisse de 2,1 % par rapport à 2022) par 3 416 producteurs. 60 % des surfaces étaient localisés en Angleterre, 23 % en Ecosse, 15 % au Pays de Galles et 1,4 % en Irlande du Nord. 7 % des surfaces britanniques cultivées en bio étaient en conversion. La part de la SAU cultivée en bio était de 2,9 % pour l'ensemble du Royaume-Uni.

3 % du cheptel bovin étaient certifiés bio en 2023, 2,2 % des ovins, 0,5 % des porcins et 2,5 % de la volaille.

## Suisse

### Production

Fin 2023, la Suisse comptait 7 896 fermes bio qui cultivaient 190 000 ha (+2,0 % vs 2022), soit 18,2 % de la SAU suisse.

La superficie dédiée aux grandes cultures bio a légèrement reculé (-2,5%) mais avec des contrastes selon les espèces.

La production de poulets bio a légèrement progressé (+2,1 %), tandis que les effectifs de poules pondeuses ont un peu reculé (-1,3 %). Le cheptel bovins est stable dans son ensemble, avec une légère baisse du troupeau laitier (-2,0 %) compensée par une hausse de l'allaitant (+1,9 %). Les effectifs de porcins bio ont baissé de 3,5 %.

En 2023, la production suisse de lait bio s'est élevée à 273 308 tonnes, en recul de 3,2 % par rapport à 2022 et de 5,1 % par rapport à 2021.

Au cours des deux premiers mois de 2024, la production suisse de lait bio était en recul de 1,3 % par rapport à la même période de 2023 et de 3,7 % par rapport à 2022.

Environ 60 % du vignoble neuchâtelois étaient cultivés en bio en 2023.

### Marché

Après avoir reculé de 3,3 % en 2022, le marché bio suisse a augmenté de 5,2 % en 2023, pour atteindre 4,4 milliards €. La part de marché des produits bio dans la vente au détail s'est élevée à 11,6 % en valeur en 2023.

Lidl Suisse a baissé les prix sur plus de 130 produits bio depuis le début de l'année 2024. Coop a lancé une ligne bio à bas prix en début d'année : Bio 365. Ces produits ne sont pas certifiés Bourgeon.

## 4) Amérique du Nord

### Etats-Unis

#### Politiques de développement

L'USDA a annoncé de nouveaux programmes, partenariats, subventions et un financement supplémentaire de 10 millions de dollars pour élargir les marchés des produits biologiques et aider les producteurs à convertir leur exploitation en bio.

L'OTA et l'Organic Center ont remporté une subvention de 4 millions de dollars pour promouvoir les produits bio auprès des consommateurs pendant 3 ans.

#### Marché et consommateurs :

En 2023, le marché bio<sup>1</sup> des Etats-Unis a progressé de 3,5 %, atteignant 63,8 milliards \$, soit 57,7 milliards €. Ainsi, il a plus que doublé en dix ans. En 2023, la progression du marché a été principalement due à l'inflation, mais il y a tout de même eu une augmentation des volumes vendus.

En 2023, les fruits et légumes restaient la principale catégorie de produits bio achetée par les Américains (32% du marché bio national et plus de 15 % du marché des fruits et légumes) devant les produits d'épicerie (24 % du marché bio), les boissons (15 %) et la crèmerie<sup>2</sup> (13 % du marché bio et plus de 8 % des ventes de produits de crèmerie).

Parmi les boissons, les ventes de vins bio ont augmenté de 2,5 % en valeur, pour atteindre 377 millions \$, soit 341 millions €.

Les ventes de produits non alimentaires bio ont augmenté de 2,9 %, s'élevant à 5,9 milliards \$ (soit 5,3 milliards €), dont environ 2,4 milliards \$ (2,17 milliards €) pour les textiles bio. Les ventes de ces derniers sont restées stables par rapport à 2022.

D'après l'Organic Trade Association/Euromonitor International<sup>3</sup>, plus de 90 % des consommateurs américains connaissent le logo bio national et plus de 70 % des consommateurs ont confiance dans ce logo. Près de 60 % des consommateurs estiment que le fait que le produit soit certifié bio justifie des prix plus élevés. L'enquête de l'OTA a révélé que plus les consommateurs en savent sur le bio, plus ils sont disposés à payer des coûts plus élevés. Plus de 70 % des acheteurs de la génération Y et de la génération Z ont déclaré qu'ils considéraient le label biologique USDA comme important lors du choix des aliments.

### Canada

Le Collège George Brown est devenu le premier établissement supérieur du Canada à obtenir la désignation Gold Organic Campus de la Canada Organic Trade Association, grâce à ses achats réguliers de produits bio.

Les Producteurs biologiques canadiens poussent le gouvernement fédéral à reconnaître leur secteur dans la Stratégie fédérale pour l'agriculture durable, qui devrait être publiée plus tard cette année.

---

<sup>1</sup> alimentaire

<sup>2</sup> Produits laitiers et œufs

<sup>3</sup> Enquête réalisée en décembre 2023 auprès d'environ 1 200 consommateurs américains

## 5) Asie

### Taiwan

Taiwan et le Royaume-Uni ont signé un protocole d'accord sur le commerce de produits biologiques.

### Vietnam

Malgré le développement de plusieurs modèles d'agriculture biologique à Hanoï, qui ont donné des résultats prometteurs, la ville rencontre des défis pour étendre ces modèles à une production commerciale à grande échelle. Environ 2 000 ha sont cultivés en bio<sup>1</sup> sur les plus de 197 000 ha de terres agricoles que compte la ville.

## 6) Amérique Latine

### Mexique

En 2023, le Mexique a exporté pour 1,4 milliard \$ (1,27 milliard €) de produits bio vers les Etats-Unis. Les cinq principaux fruits et légumes bio exportés par le Mexique vers les Etats-Unis ont été les avocats, les fraises, les framboises, les mûres et les tomates. Le Mexique exporte également d'autres fruits tropicaux, du café, du miel, des courges et du soja bio vers les Etats-Unis.

En 2023, les exportations bio vers le Mexique ont atteint 234 millions \$ (soit 212 millions €), soit une progression de 17 % par rapport à 2022. Les principales exportations de fruits et légumes bio ont été les pommes, les poires, les raisins, les épinards et la laitue.

## 7) Afrique

### Tunisie

La 14<sup>e</sup> édition du salon Bio Expo s'est déroulée fin avril 2024. Une centaine d'exposants ont participé.

Le CIHEAM appuie le Ministère tunisien de l'agriculture dans son projet de création de 5 bio-districts.

Au cours de l'année se terminant fin avril 2024, les exportations bio tunisiennes ont augmenté de 24,5 % en valeur par rapport à l'année précédente. Elles ont, en revanche, reculé de 17,2 % en volume. L'Italie, l'Espagne et la France restent les principaux marchés d'exportation pour les produits bio tunisiens.

\* \* \*

Retrouvez le [carnet monde](#) sur notre site Internet.

---

<sup>1</sup> Auxquels s'ajoutent plus de 10 ha de zones aquacoles

Sources :

ANSA, APAQ-W/Biowallonie, Arcinfo, Bio Journaal, Bio Linéaires, Bio Suisse, Biohandel, Canada Organic Trade Association, Circana, CNIEL, DEFRA, Ecovalia, Ecozept, Ekoland, Focus Taiwan, FreshPlaza, Green Planet, Hortidaily, IFOAM Organics Europe, Kapitalis, Klaus Braun, Landbruksdirektoratet, Le Courrier du Vietnam, Luke, Ministères de l'Agriculture d'Irlande et du Luxembourg, Mission économique de Berlin, Natural News Desk, Office Fédéral de la Statistique de Suisse, Ökolandbau, Ökonsult/Biostädte, Organic Trade Association, Organic Trade Association/Euromonitor International, Plan Bio, Presse Portal, Pro Luomu, Réussir, RollAMA, RTBF, SCB, Supermarket News, Swiss Milk, TAP, The Packer et USDA – mars/juin 2024

Rédaction et contact :

Sarah Le Douarin  
Chargée de mission Observatoire  
Agence BIO  
[sarah.le-douarin@agencebio.org](mailto:sarah.le-douarin@agencebio.org)