

NOVEMBRE 2024

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



Sommaire

SYNTHESE	3
AVANT-PROPOS SUR LES PANELS.....	5
CONTEXTE ACTUEL.....	6
SOUTIEN DES POUVOIRS PUBLICS AU SECTEUR BIO FRANÇAIS	9
FILIERES ANIMALES.....	11
SECTEUR LAITIER.....	11
SECTEUR DES VIANDES BOVINES, OVINES ET PORCINES	25
SECTEUR AVICOLE	30
SECTEUR AQUACOLE.....	38
FILIERES VEGETALES	39
SECTEUR DES CEREALES, OLEAGINEUX ET PROTEAGINEUX	39
SECTEUR DES FRUITS ET LEGUMES	48
SECTEUR VITICOLE	54
EVOLUTION DU MARCHÉ FRANÇAIS.....	60
ECHOS DU MONDE.....	75

Synthèse

Soutien des pouvoirs publics au secteur bio français

Les projets de la vague 5 de l'AAP 24 du Fonds Avenir Bio sont en cours d'instruction, ainsi que ceux de l'appel spécifique au lait.

Il semble que plus aucune région ne proposera d'aide au maintien en 2025.

Productions animales biologiques

Lait de vache

Avec près de 909,5 millions de litres, la collecte de lait de vache bio a reculé de 4,1 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

La moyenne d'octobre 2023 à septembre 2024 du prix bio réellement payé aux producteurs a été de 517,81 €/1 000 L. Elle est en hausse de 1,0 % par rapport à celle de l'année précédente à la même période.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de produits laitiers bio en GMS ont reculé de 7,2 % en volume et de 12,3 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Viandes bovines, ovines et porcines

Les ventes de viande bovine bio hachée fraîche libre-service à poids fixe en GMS (hors EDMP) ont reculé de 9,2 % en volume et de 8,1 % en valeur au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

Aviculture

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes d'œufs bio en GMS ont reculé de 1,1 % en volume et de 1,6 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Aquaculture

Les achats de saumon frais bio ont reculé de 24,5 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024.

Productions végétales biologiques

Grandes cultures

Au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 :

- La collecte globale de céréales (bio et en C2) a reculé de 47 % par rapport à la même période de la campagne précédente,
- Les mises en œuvre de blé tendre par les meuniers ont progressé de 11 %,
- Les mises en œuvre de céréales par les FAB ont augmenté de 2 % (blé tendre : (-19 %, maïs : +19 %, triticale : +16 % et orge : +21 %),
- Les importations de céréales bio et en C2 ont progressé de 3 %,
- Les mises en œuvre¹ de graines d'oléagineux par les FAB ont reculé de 89 %,
- Il n'y a eu aucune importation de graines d'oléagineux bio et en C2,
- La collecte globale de protéagineux (bio et en C2) a reculé de 31 %,
- Les mises en œuvre de graines de protéagineux par les FAB ont progressé de 9 %,
- Il n'y a eu aucune importation de protéagineux bio et en C2.

¹ i.e. la transformation

Fruits et légumes

Au cours du troisième trimestre 2024, les achats de fruits et légumes frais bio par les ménages ont progressé de 6 % en volume et de 9 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Vins

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de vins bio tranquilles en GMS (hors EDMP) ont reculé de 10,3 % en volume et de 9,3 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de mousseux et champagnes bio en GMS ont globalement progressé de 1,3 % en volume, mais reculé de 1,6 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Evolution du marché bio français

Dans la grande distribution, les ventes de produits bio à poids fixe ont globalement reculé de 4,2 % en valeur au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

Le chiffre d'affaires des magasins bio a progressé de 7 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

Echos du Monde

En Allemagne, les ventes d'aliments bio emballés en GMS (dont EDMP) et dans les pharmacies ont augmenté de 9,7 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

En Autriche, les aides bio vont être augmentées en 2025.

En 2023, les surfaces cultivées en bio en Espagne ont progressé de 11,8 %, dépassant 2,99 millions ha.

En Italie, les ventes de produits bio en GMS ont progressé de 3,3 % en volume et de 4,1 % en valeur au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Un logo bio italien va être lancé.

Aux Pays-Bas, les ventes de produits bio en GMS ont augmenté de 10 % en valeur au cours du premier semestre 2024 par rapport au premier semestre 2023.

En Suède, les ventes de produits bio ont baissé de 2,0 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

Avant-propos sur les panels

Le panel CIRCANA/Agence BIO couvre les hypermarchés, les supermarchés, les magasins de proximité, l'EDMP¹, le drive (e-commerce GSA) et la livraison à domicile (e-LAD). La catégorie "tous circuits GMS" ne comprend pas la livraison à domicile, en raison de recouvrements avec le drive.

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.

La catégorie "liquides" ne comprend pas les vins tranquilles.

L'EDMP est désormais inclus dans les données sur les vins tranquilles.

Le Kantar Worldpanel englobe les achats déclarés par 12 000 ménages français² en hypermarchés et supermarchés, drive, magasins EDMP 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 incluses : 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 m², hors EDMP).

Sources :

Kantar Worldpanel, CIRCANA et RNM/FranceAgriMer – novembre 2024

¹ Enseignes à Dominante de Marques Propres

² Panel représentatif de la population française

Contexte actuel

1) Monde

Un rapport du WWF alerte sur le déclin catastrophique de la biodiversité en cinquante ans et exhorte les gouvernements à prendre la mesure de l'urgence.

La seizième convention mondiale pour la biodiversité s'est tenue en Colombie du 21 octobre au 1^{er} novembre. Malgré d'intenses négociations, les pays n'ont pas réussi à se mettre d'accord sur la question cruciale du financement de la protection de la nature, nécessaire pour mettre en œuvre les objectifs de l'accord de Kunming-Montréal de 2022.

2) Union européenne

En septembre, le taux d'inflation de l'Union européenne était de 2,1 % par rapport à septembre 2023, avec 1,7 % pour la zone euro.

La nouvelle Commission européenne prendra ses fonctions le 1^{er} décembre. Elle comprendra 26 commissaires. La compétitivité sera le premier chantier du nouvel exécutif européen.

Christophe Hansen a été nommé nouveau Commissaire européen à l'agriculture et à l'alimentation. Ses six priorités sont de veiller au renouvellement des générations, simplifier la PAC, améliorer le revenu des agriculteurs, récompenser les agriculteurs qui contribuent à la protection des écosystèmes, diversifier les revenus des agriculteurs et élargir l'UE pour la renforcer dans le secteur agricole.

Jessika Roswall a été nommée commissaire chargée de l'Environnement, de la Résilience en matière d'eau et d'une Economie circulaire compétitive et Olivér Várhelyi, commissaire à la Santé et au Bien-être animal.

Fin octobre, la Commission européenne a accepté la modification des règles de la PAC encadrant les prairies permanentes demandée par la France.

Mi-octobre, le Conseil de l'Union européenne a adopté deux textes du Green Deal : la directive sur la qualité de l'air et le règlement sur la classification, l'étiquetage et l'emballage des substances chimiques.

Un rapport ¹ de la Commission européenne et de l'Agence européenne pour l'environnement, publié le 22 octobre, confirme l'ampleur de la dégradation des sols dans l'UE et dans des états partenaires.

L'Union européenne a diminué de 8 % ses émissions de gaz à effet de serre en 2023.

D'après le rapport de l'ONG Birdlife International², l'Union européenne est loin d'atteindre ses objectifs pour la biodiversité à horizon 2030.

Les magistrats de la Cour de Justice de l'Union européenne ont jugé que les décrets interdisant aux fabricants de substituts végétaux d'invoquer l'univers carné pour communiquer sur leurs produits n'étaient pas fondés. Ces allégations restent autorisées.

¹ <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC137600>

² <https://www.birdlife.org/news/2024/11/20/new-report-eu-falling-short-on-2030-biodiversity-goals/>

La perspective de la signature d'un accord entre le Mercosur¹ et l'UE reste d'actualité avec la tenue du Sommet du Mercosur les 5 et 6 décembre en Uruguay. De nombreuses voix s'élèvent contre ce texte, dont les syndicats agricoles français². La France et la Pologne se sont déclarées opposées à cette accord.

Le règlement délégué (UE) 2024/2867 de la Commission, publié le 2 septembre 2024, introduit certaines modifications au règlement (UE) 2018/848 concernant la production et l'étiquetage des produits bio. L'une des principales innovations est l'autorisation de l'utilisation du logo en négatif ou en noir et blanc inversé. De plus, la possibilité d'inclure une bordure externe autour du logo a été envisagée, pour garantir sa lisibilité même dans des contextes visuellement complexes. Il est devenu nécessaire de réguler la couleur du logo également dans le modèle de couleur RVB, en plus des formats Pantone et CMJN déjà utilisés pour les impressions.

3) France

L'inflation s'est élevée à 1,2 % en octobre 2024 par rapport à octobre 2023.

Pour la première fois un Salon de la Biodiversité et du Génie écologique a été intégré au SMCL. Cet espace vise à accompagner les décideurs territoriaux sur les questions de biodiversité en amont des projets.

Après un an d'attente, le nouveau Plan national d'adaptation au changement climatique est soumis à la consultation publique jusqu'au 27 décembre.

Trois corps d'inspection (Santé, Ecologie et Agriculture) ont dressé un constat d'échec de la politique de protection des captages d'eau en France et ont appelé à prendre rapidement des mesures ambitieuses et contraignantes (jusqu'à l'interdiction des pesticides dans les zones les plus polluées). Leurs préconisations de financement n'ont cependant pas été retenues dans le projet de budget 2025.

Selon le Cercle Français de l'Eau, la politique de l'eau en France métropolitaine mobilise 23,4 milliards € par an en moyenne (essentiellement pour la prévention et la restauration de la qualité de l'eau), alors qu'il en faudrait 13 de plus. Cette étude a été conduite avec l'appui du ministère de la Transition écologique.

L'ANSES, qui évalue et délivre les autorisations de mise sur le marché des produits phytosanitaires, essuie une fronde sans précédent du monde agricole et de certains parlementaires.

L'ANSES devrait rendre son avis sur le prosulfocarbe d'ici la fin de l'année.

Le Conseil d'Etat vient de confirmer la décision tribunal administratif de Lyon ayant annulé l'autorisation de mise sur le marché du Roundup Pro 360, herbicide à base de glyphosate, en 2019.

Début novembre, le gouvernement a annoncé des aides de trésorerie pour les agriculteurs en difficulté. Un prêt à court terme pour des difficultés conjoncturelles devrait notamment être mis en place.

¹ Le Marché commun du Sud, couramment abrégé Mercosur est une zone de libre-échange qui regroupe plusieurs pays de l'Amérique du Sud. Il est composé de l'Argentine, de la Bolivie, du Brésil, du Paraguay et de l'Uruguay. Le Venezuela est suspendu depuis décembre 2016. On trouve également des pays associés tels que le Chili, la Colombie, le Pérou ou l'Equateur.

² La France importe déjà du Mercosur pour 1,92 milliard € de produits agricoles et agroalimentaires.

Les réunions interministérielles sur l'avenir d'Egalim ont débuté.

Lors du SIAL, l'ANIA a alerté sur la baisse des exportations agroalimentaire françaises.

En application d'un règlement européen, le Rica¹ est devenu réseau d'information sur la durabilité des exploitations agricoles, soit le Ridea (décret publié le 15 novembre). De nouveaux indicateurs seront ajoutés pour évaluer la durabilité globale des exploitations, y compris sur la base de données environnementales liées au sol, à l'air, à l'eau et à la biodiversité.

Les prochaines élections des 88 Chambres d'Agriculture auront lieu en janvier 2025. Près de 2,2 millions de personnes sont appelées à aller voter. Les agriculteurs en activité ne sont pas les seuls électeurs, d'autres personnes sont concernées : les agriculteurs retraités, les salariés agricoles, les propriétaires fonciers et les salariés du Crédit agricole. Les résultats seront connus au plus tard le 8 février. Au total, près de 3 200 postes sont à pourvoir.

Les parlementaires se sont accordés sur un maintien de la taxe dite soda et de celle sur les boissons édulcorées.

Sources :

Actu Environnement, AFP, Agence européenne pour l'environnement, ANIA, Birdlife International, Cercle Français de l'Eau, Chambres d'Agriculture France, Commission européenne, France Info, FranceAgriMer, GoodPlanet mag', Green Planet, Libération, Plan Bio, Réussir et WWF – octobre/novembre 2024

¹ Depuis 1968, le RICA collectait essentiellement des données économiques au travers de 300 indicateurs relevés dans près de 7 000 fermes.

Soutien des pouvoirs publics au secteur bio français

1) Au niveau national

Fonds Avenir Bio

La vague 4 de l'AAP 24, clôturée le 19 juin 2024 a reçu 21 candidatures. 19 projets ont été finalement retenus et sont en cours d'instruction approfondie pour un total de 12,2 millions € d'aides demandés par les porteurs de projets.

3 se trouvent en région AURA, 1 en Bretagne, 2 en Centre Val de Loire, 2 en Grand Est, 1 dans les Hauts-de-France, 3 en Ile-de-France, 2 en Nouvelle-Aquitaine, 3 en Pays de la Loire et 1 en Occitanie.

S'agissant des filières : 7 en grandes cultures, 2 en lait, 7 en fruits et légumes, 1 en viande et 2 projets multi-filières.

La vague 5, qui s'est clôturée le 20 novembre 2024, a reçu une vingtaine de projets qui passeront en Comité Avenir Bio mi-décembre, pour une sélection finale fin janvier 2025.

L'Agence BIO a lancé un appel à projet d'appui d'urgence à la filière lait biologique doté d'une enveloppe de 2 millions €. Destiné aux filières bovine, ovine et caprine, celui-ci été clôturé le 1^{er} novembre 2024 et a reçu plus de 6 millions € de demandes de la part de 56 porteurs de projets. 42 projets émanent de producteurs (toutes filières confondues) et 14 de structures collectives. Les investissements concernent à la fois des dépenses matérielles et immatérielles, avec, surtout pour les structures collectives, des campagnes de communication et de promotion sur les produits laitiers bio régionales mais aussi nationales. Le plus grand nombre de projets (producteurs) concerne la Bourgogne-Franche-Comté avec 13 projets dont 12 déposés par des producteurs, suivie de Centre-Val de Loire avec 8 projets en totalité portés par des producteurs. Les projets retenus sont en cours d'instruction.

Sur l'AAP Lait, 42 projets ont été déposés par des producteurs (toutes filières confondues) et 14 par des structures collectives. Les investissements concernaient à la fois des dépenses matérielles et immatérielles, avec, surtout pour les structures collectives, des campagnes de communication et de promotion sur les produits laitiers bio régionales mais aussi nationales.

Demande de la FNAB :

La FNAB a demandé que le montant du crédit d'impôt passe de 4 500 €/an à 6 000 €, mais cela a été refusé par les Sénateurs.

2) Au niveau régional

La Région Bretagne va supprimer l'aide au maintien pour 2025. En revanche, elle va mettre en place une nouvelle aide au conseil en agriculture biologique. Cette aide prendra la forme d'un accompagnement de l'agriculteur selon trois modalités (diagnostic, suivi ou résilience) et d'une participation de la Région au financement de cet accompagnement par un conseiller habilité.

La Région Centre-Val de Loire a conservé l'aide au maintien en 2024, mais l'arrêtera en 2025.

Face à la crise, depuis quelques mois, la Chambre d'Agriculture propose un accompagnement spécifique bio, financé en partie par la région.

L'aide au maintien a été maintenue par la Région Nouvelle-Aquitaine en 2024, mais s'arrêtera en 2025 car la Région ne pourra plus la financer (elle ne pourra plus appeler de l'argent du FEADER, ce qui rend la poursuite de cette aide impossible avec un financement Région seul).

Il y a une priorisation pour les dossiers bio, notamment pour les installations.

En Occitanie, l'aide au maintien a été supprimée en 2024. En revanche, le plan bio régional 2023-2027 a été renforcé cette année avec un plan de communication.

Sources :

Agence BIO, Chambre d'Agriculture de Bretagne, DRAAF Occitanie, FNAB, ORAB Centre-Val de Loire, Nouvelle-Aquitaine et Occitanie – novembre 2024

1) La filière laitière sur un plan général

1.1) La filière lait de vache

a) Résultats de l'enquête annuelle laitière pour les 3 premiers trimestres de 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte totale de lait de vache a augmenté de 1,5 % au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023, dépassant 17,5 milliards de litres.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les fabrications de laits conditionnés ont reculé, tandis que celles de crème conditionnée et de beurre ont stagné. Celles de yaourts et laits fermentés, de desserts lactés frais, de fromages et de lait en poudre ont progressé.

b) Marché des produits laitiers

D'après Kantar Worldpanel, les achats de laits de consommation liquides par les ménages ont reculé de 2,4 % en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023¹. Les volumes achetés ont stagné pour le beurre (-0,3 %), mais ont progressé pour les yaourts (+2,2 %), les fromages frais (+0,6 %), les desserts frais (+1,4 %), la crème fraîche (+1,5 %) et les fromages (+1,7 %).

D'après CIRCANA, les ventes de produits laitiers en GMS ont globalement stagné en volume et progressé de 1,5 % en valeur sur les trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Celles de laits longue conservation ont reculé de 1,9 % en volume, mais stagné en valeur au cours de cette période².

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 des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

1.3) La filière lait de brebis

D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de brebis par les ménages ont reculé de 4,6 % au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

¹ Baisse de 1,7 % pour le lait conventionnel seul

² Pour les laits conditionnés conventionnels : -1,2 % en volume et +0,9 % en valeur.

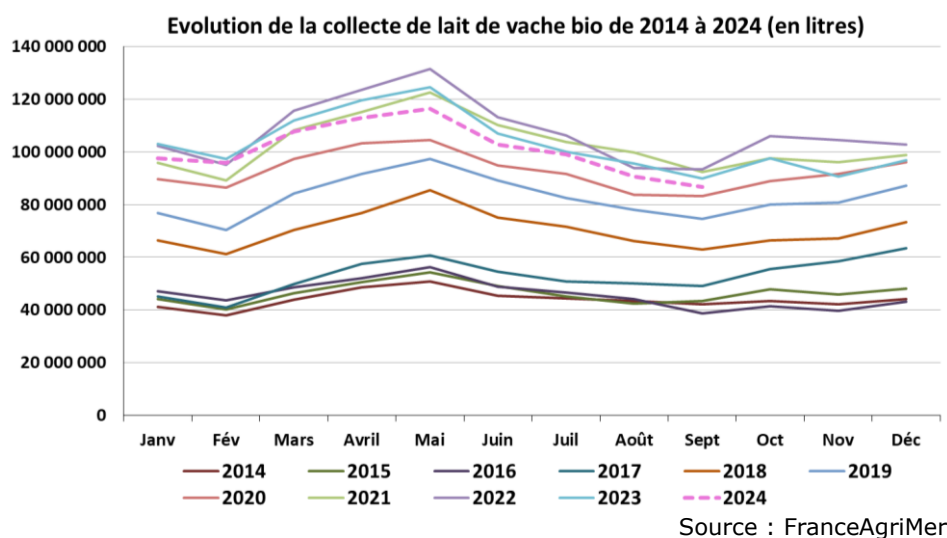
2) La filière laitière biologique

2.1) La filière lait de vache biologique

a) La collecte et les fabrications

Résultats pour les trois premiers trimestres de 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de vache bio s'est élevée à **près de 909,5 millions de litres** au cours des trois premiers trimestres de 2024, soit une **baisse de 4,1 %** par rapport à la même période de 2023.



On est passé sous la barre des 4 000 livreurs avec 3 922 en septembre 2024 (contre 4 300 fin 2022).

La part de bio dans la collecte de lait de vache s'élevait à 5,0 % en septembre 2024 (contre 5,3 % en septembre 2023).

L'évolution nationale de la collecte de lait bio cache des disparités régionales. En effet, la collecte de lait bio a reculé de 4,6 % en Pays de la Loire au cours des trois premiers trimestres de 2024 et de 8,4 % en Auvergne Rhône-Alpes, tandis qu'elle n'a reculé que de 1,5 % en Bretagne, a stagné en Normandie et a progressé de 8,2 % en Centre-Val de Loire.

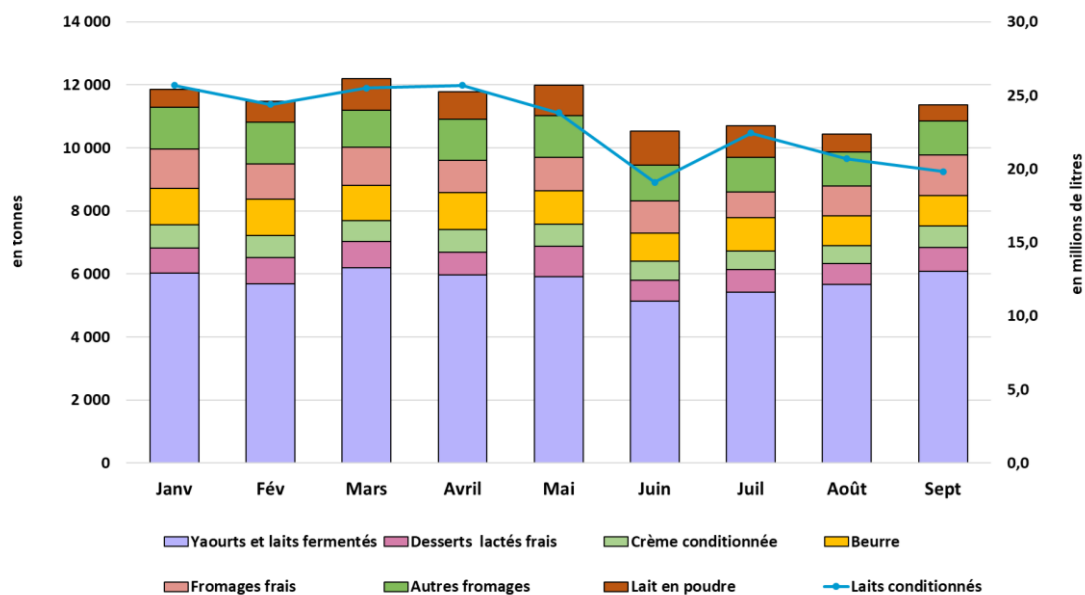
D'après le CNIEL, le volume collecté par ferme est plutôt stable, sauf en AURA où il recule.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, seules les fabrications de laits conditionnés et de crème conditionnée ont reculé. Celles de beurre ont stagné et toutes les autres ont augmenté.

Tableau de bord pour les trois premiers trimestres de 2024

	Lait BIOLOGIQUE		TOTAL Lait (bio et conventionnel)	
	3 pr trim 2024	Evolution 2024/2023 (%)	3 pr trim 2024	Evolution 2024/2023 (%)
Collecte (en 1000 litres de lait)	909 490	-4,1%	17 522 895	1,5%
Fabrications de (tonnes) :				
Lait conditionné (1000 L)	207 119	-5,5%	2 055 744	-1,9%
Produits frais	59 073	2,5%	1 484 195	2,4%
Dont yaourts et laits fermentés	52 107	3,2%	1 038 272	2,6%
Dont desserts lactés	6 966	-2,7%	445 923	1,8%
Crème conditionnée	5 928	-7,9%	391 600	-0,2%
Beurre	9 530	-8,6%	264 634	0,0%
Fromages	20 586	-5,3%	1 325 168	1,5%
Dont fromages frais	9 733	-5,7%	498 172	3,4%
Dont autres fromages	10 853	-4,9%	826 996	0,3%
Lait en poudre	7 223	1,2%	376 631	2,9%

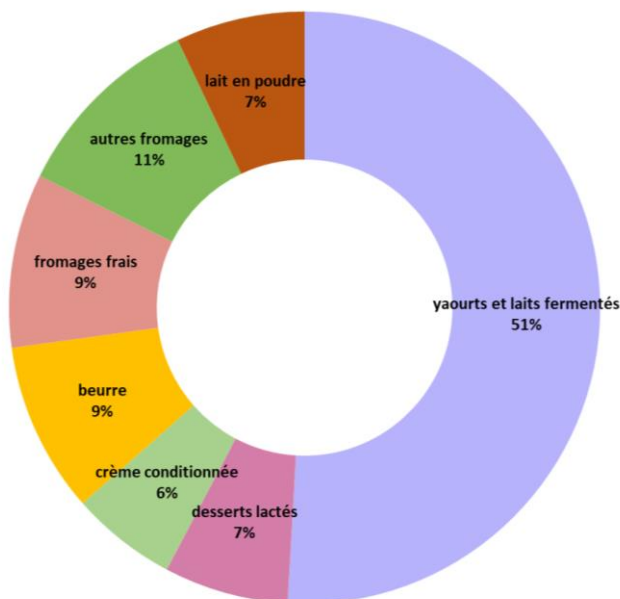
Evolution des fabrications de produits à base de lait de vache bio en 2024 (en millions de litres pour les laits conditionnés et en tonnes pour les autres produits)



Source : FranceAgriMer

D'après le CNIEL, avant le décrochage de la consommation et des fabrications en 2021, la saisonnalité de la collecte se traduisait par une saisonnalité des fabrications. On faisait un stock de beurre au printemps. Cette saisonnalité des fabrications n'existe quasiment plus.

**Répartition des fabrications à partir de lait bio
au cours des 3 premiers trimestres 2024 (hors lait conditionné)**



Source : FranceAgriMer

45 producteurs laitiers bio sont concernés par une résiliation de leur contrat par Lactalis, dont 26 en Bretagne. Les autres exploitations bio concernées sont situées en Pays de la Loire et dans l'Est.

b) Les prix payés aux producteurs

--

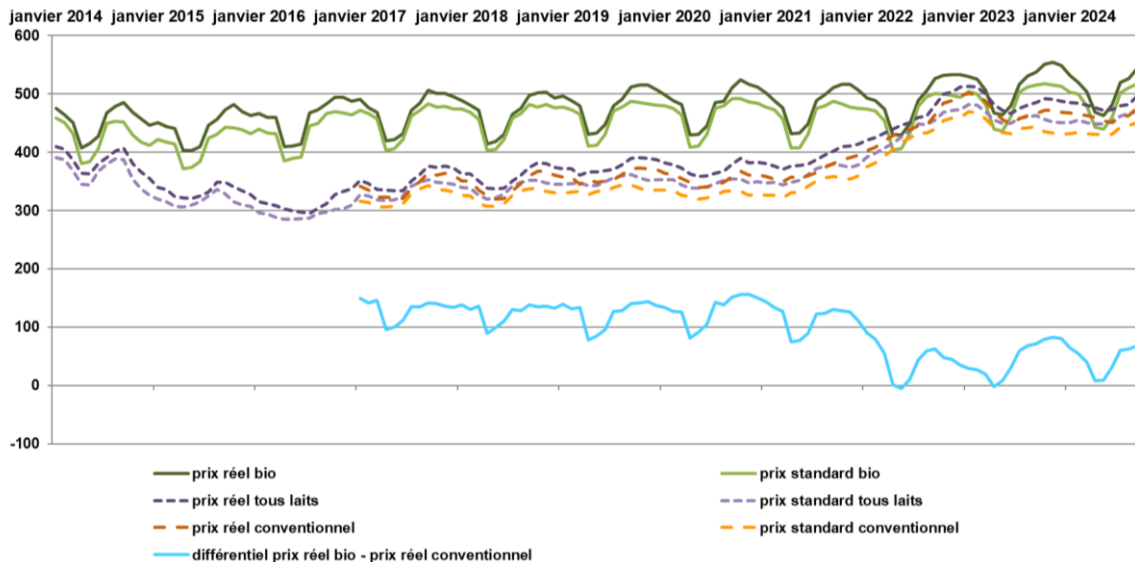
En septembre 2024, le prix réellement payé aux producteurs de lait de vache bio¹ était en hausse de 1,7 % par rapport à septembre 2023, tandis que le prix conventionnel était en augmentation de 2,5 %.

En septembre 2024, le différentiel entre le prix réel bio et le prix réel conventionnel était de 67,90 €/1 000 L. Il était en baisse de 4,6 % par rapport à septembre 2023.

La moyenne du prix bio réellement payé aux producteurs pour l'année commençant en octobre 2023 et se terminant en septembre 2024 a été de 517,81 €/1 000 L. Elle était en hausse de 1,0 % par rapport à l'année précédente.

¹ 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.

Evolution des prix payés aux producteurs pour les laits de vache bio, conventionnels et pour tous les laits (€/1000 litres)



Remarque : Estimation du prix conventionnel avec hypothèse de non-recoupement entre la collecte AOP/IGP et la collecte bio

Source : Agence BIO d'après FranceAgriMer

c) Les achats de produits laitiers bio par les ménages

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, d'après Kantar Worldpanel, les achats de lait de consommation liquide bio par les ménages ont reculé de 11,0 % en volume par rapport à la même période de 2023. Le bio a représenté 7,4 % 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 des trois premiers trimestres de 2024 : yaourts : - 4,8 %, fromages frais : -10,2 %, desserts frais : - 13,1 %, beurre : - 11,0 %, crème : - 21,6 % et fromages au lait de vache : - 8,5 %.

d) Les ventes de produits laitiers bio en GMS : Résultats du panel Circana¹

L'ensemble des produits laitiers bio

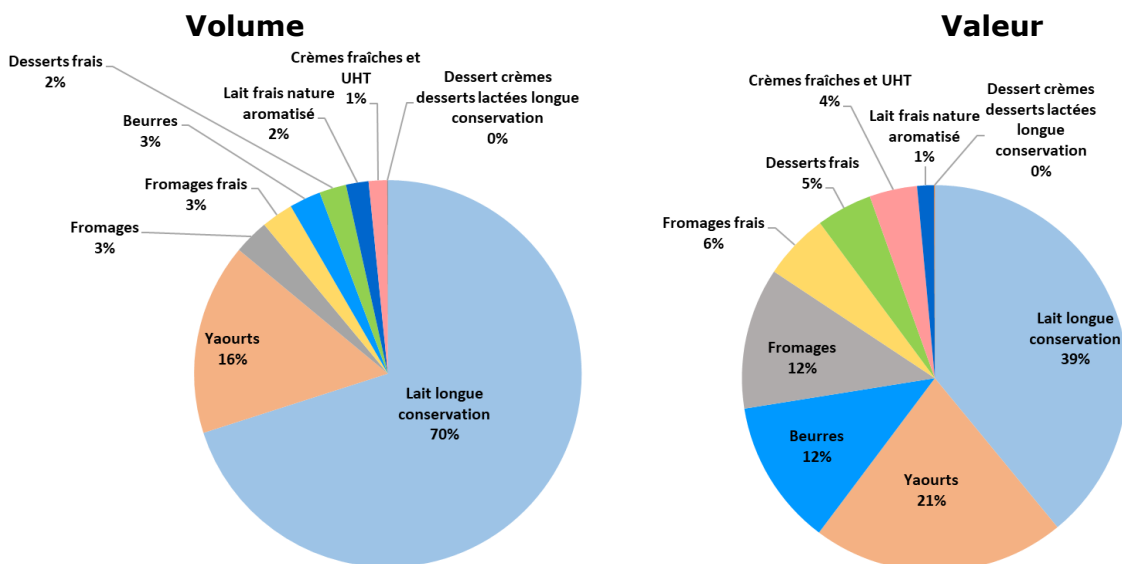
Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de produits laitiers bio en GMS ont reculé de 7,2 % en volume et de 12,3 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché du bio dans les ventes de produits laitiers en GMS a été de 6,0 % en volume et de 3,9 % en valeur (contre 6,4 % et 4,5 % pour la même période de 2023).

Au cours de cette période, le lait longue conservation a été le premier produit laitier bio vendu en GMS avec 70 % des volumes et 39 % de la valeur, devant les yaourts.

¹ Périmètre différent du panel CNIEL/Circana

Répartition des ventes de produits laitiers bio en valeur par catégorie en GMS sur les trois premiers trimestres de 2024

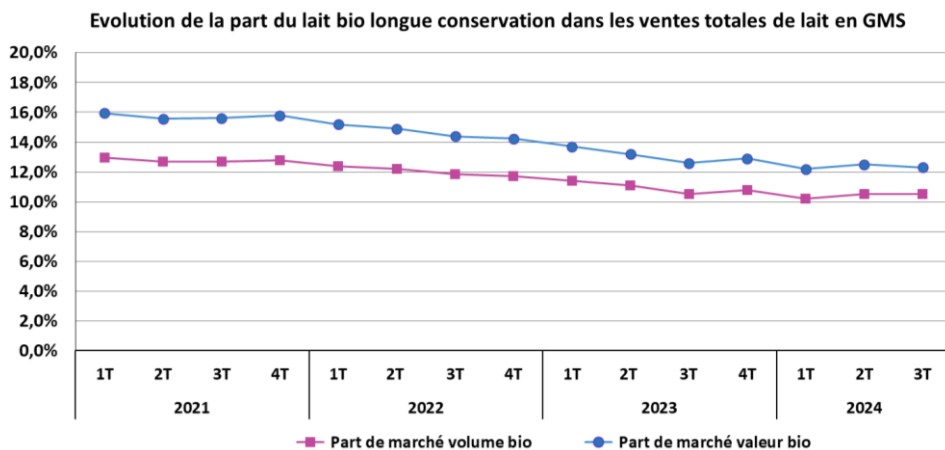


Source : Agence BIO d'après Circana

Lait longue conservation biologique

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de lait liquide bio longue conservation en GMS ont reculé de 7,4 % en volume et de 6,5 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

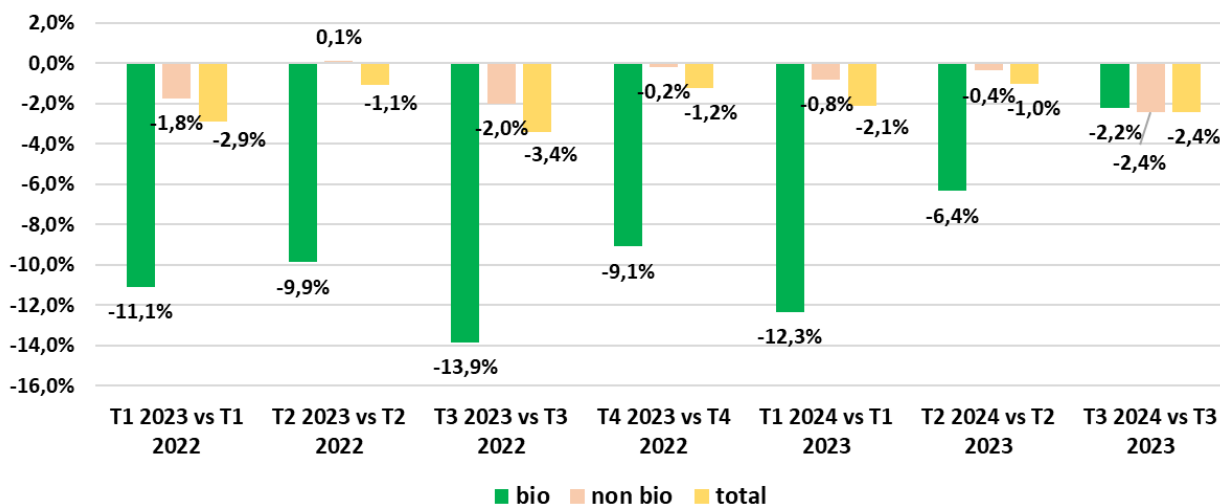
Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché en volume du lait bio en GMS a été de 10,4 % et la part de marché en valeur de 12,3 %. Elles sont inférieures à celles de la même période de 2023 (11,0 % et 13,2 %).



Source : Agence BIO d'après Circana

En volume, le recul le plus important des ventes de lait bio longue conservation a eu lieu au 3^e trimestre 2023.

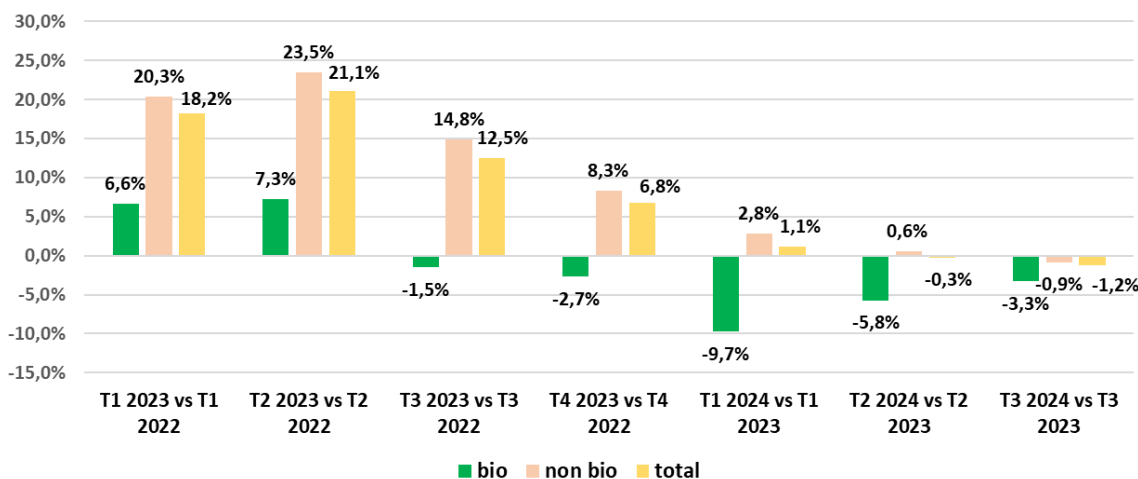
Evolution des ventes de lait en volume en GMS par trimestre



Source : Agence BIO d'après Circana

En valeur, la baisse la plus élevée s'est produite au 1^{er} trimestre 2024.

Evolution des ventes de lait en valeur en GMS par trimestre

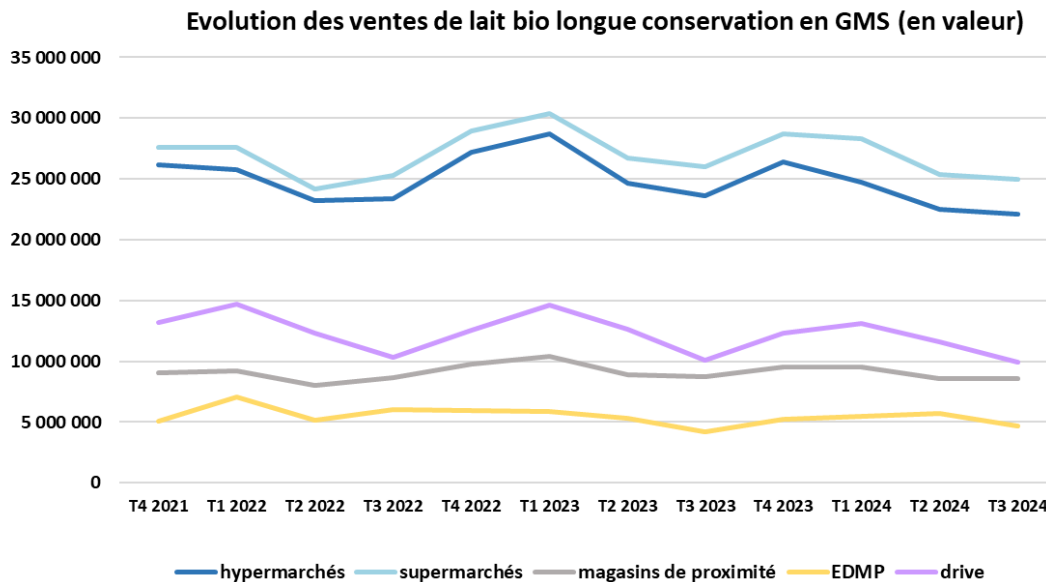


Source : Agence BIO d'après Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les supermarchés restaient le premier sous-circuit de commercialisation en GMS du lait bio longue conservation avec une part de 31 % en volume, comme en valeur.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de lait bio longue conservation en GMS ont reculé dans tous les circuits en volume, à l'exception de l'EDMP qui a connu une hausse de 4,7 %. En valeur, le recul a concerné tous les sous-circuits, à l'exception de l'EDMP (+2,9 %).

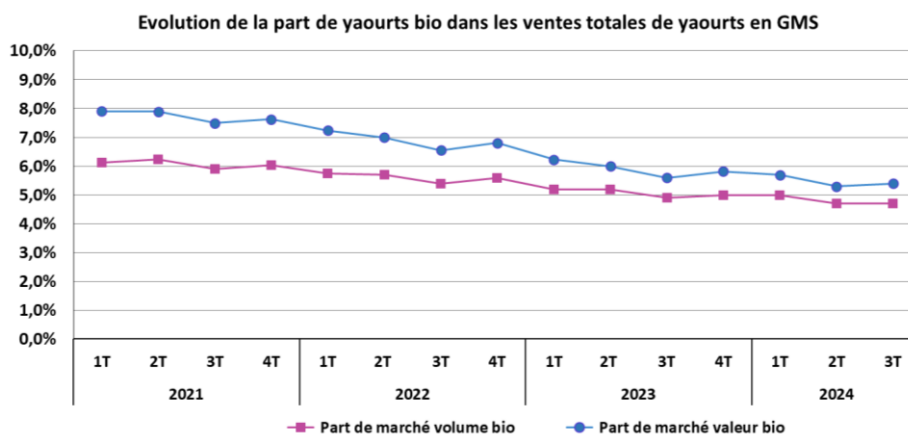
La baisse relative la plus importante a eu lieu en hypermarchés, que ce soit en volume (11,1 %) ou en valeur (-10,0 %).



Yaourts biologiques

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de yaourts bio en GMS ont reculé de 4,5 % en volume et de 5,0 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

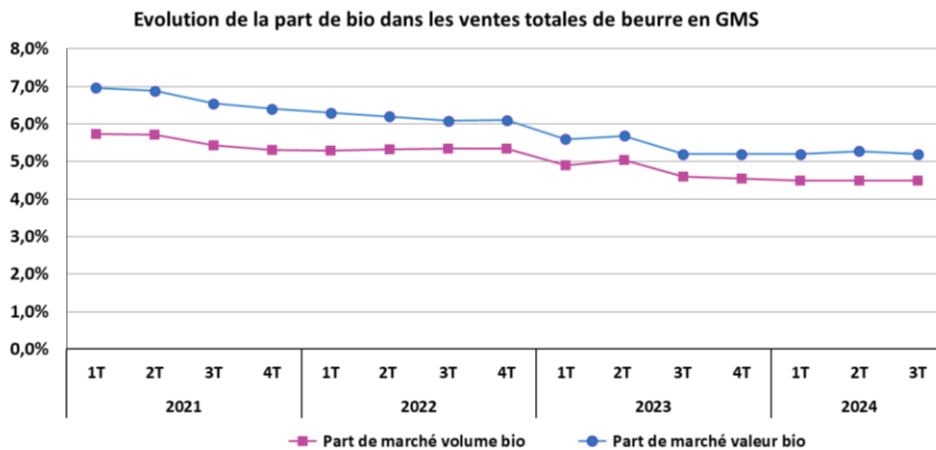
Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché en volume des yaourts bio en GMS a été de 4,8 % et la part de marché en valeur de 5,5 %. Elles sont inférieures à celles de la même période de 2023 (5,1 % et 5,9 %).



Beurre biologique

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de beurre bio en GMS ont reculé de 7,0 % en volume et de 3,5 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché en volume du beurre bio en GMS a été de 4,5 % et la part de marché en valeur de 5,2 %. Elles sont inférieures à celles de la même période de 2023 (4,9 % et 5,5 %).

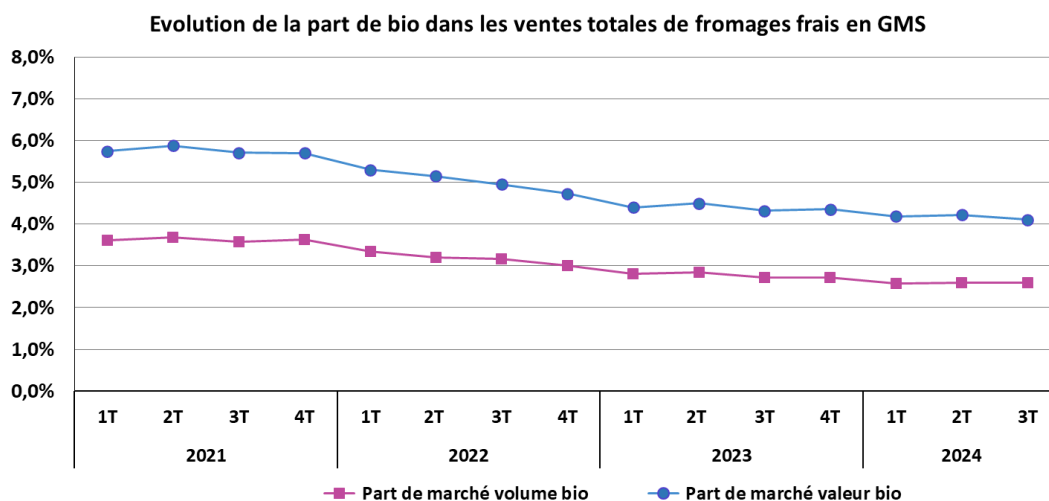


Source : Agence BIO d'après Circana

Fromages frais biologiques

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de fromages frais bio en GMS ont reculé de 7,4 % en volume et de 4,9 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 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 la même période de 2023 (2,8 % et 4,4 %).



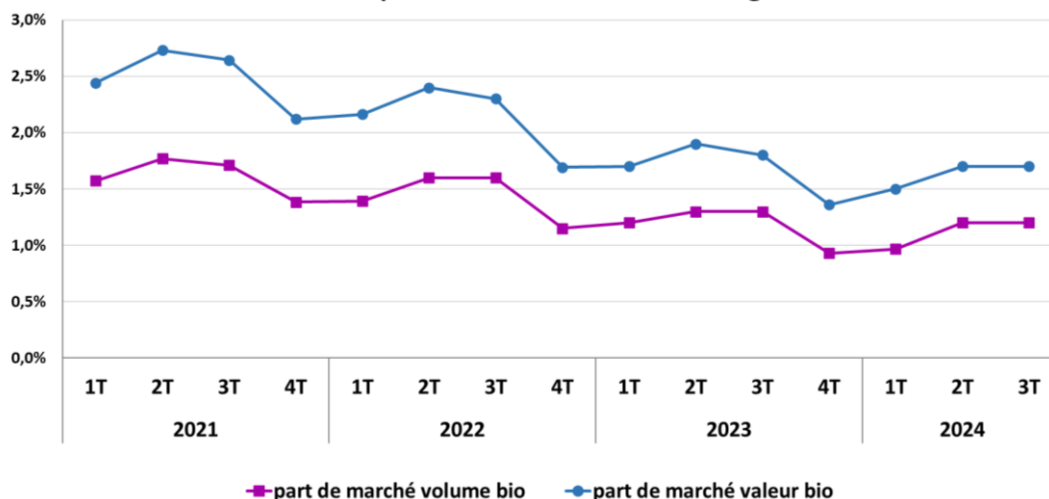
Source : Agence BIO/Circana

Fromages biologiques

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de fromages bio en GMS ont reculé de 5,5 % en volume et de 6,6 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché en volume du fromage bio en GMS a été de 1,2 % et la part de marché en valeur de 1,7 %. La part de marché en volume est égale à celle de la même période de 2023, tandis que celle en valeur est inférieure à celle de cette période (1,8 %).

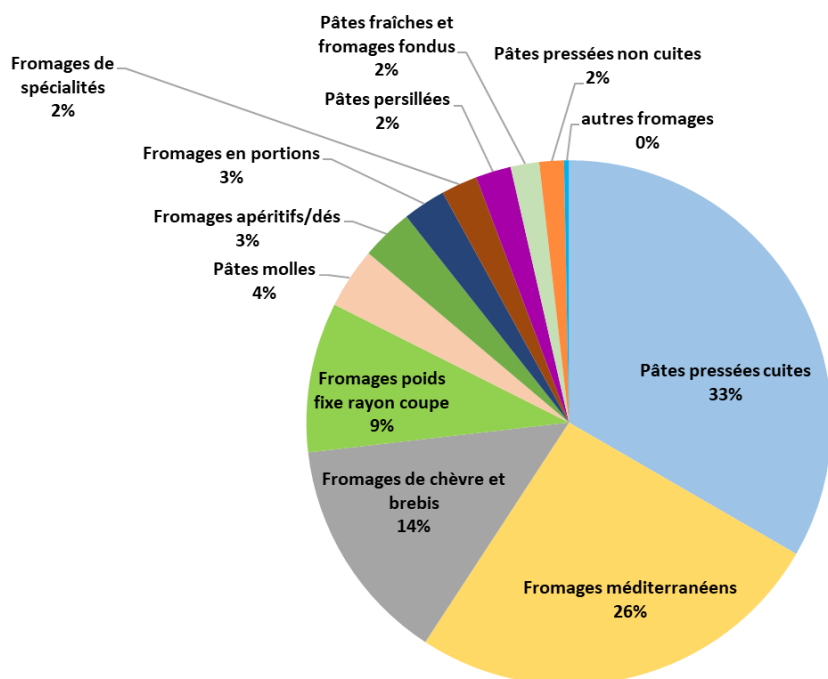
Evolution de la part de marché bio des fromages en GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

Les fromages à pâtes pressées cuites sont les fromages bio les plus vendus en GMS, avec un tiers en valeur au cours des trois premiers trimestres de 2024, devant les fromages méditerranéens et les fromages de chèvre et de brebis.

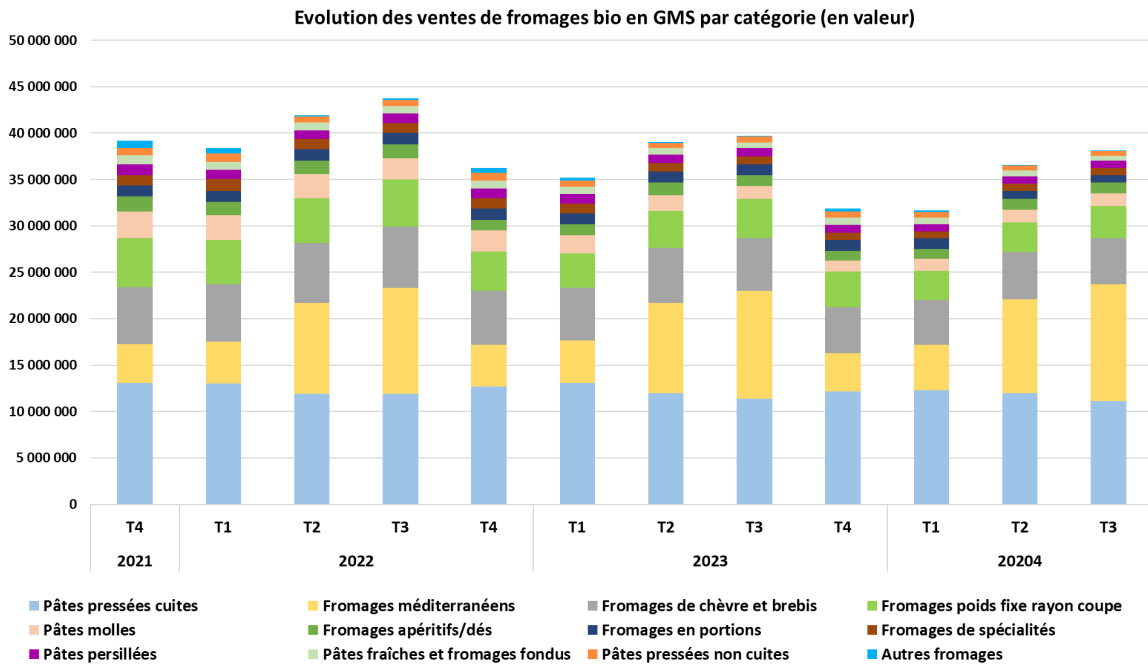
Répartition des ventes de fromages bio en valeur par catégorie en GMS au cours des 3 premiers trimestres de 2024



Source : Agence BIO d'après Circana

A l'exception des fromages méditerranéens, toutes les catégories de fromages bio ont connu une baisse de leurs ventes en valeur au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Les fromages de chèvres et de brebis sont ceux dont les ventes ont le plus baissé en valeur absolue (près de 2,5 millions € en moins). Les fromages à consommer chaud¹ sont ceux dont les ventes ont le plus reculé en pourcentage (-40,5 %).

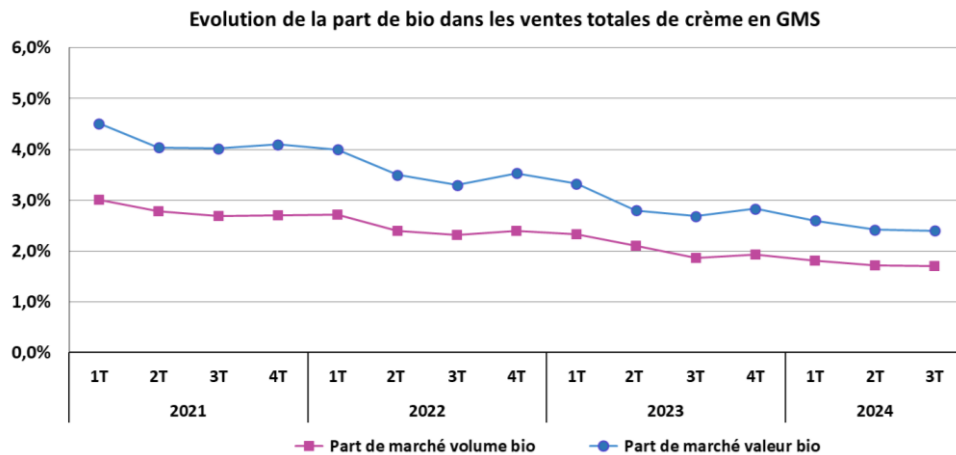
¹ Classés dans "autres fromages" dans le graphique.



Crème biologique

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de crème bio fraîches et UHT en GMS ont reculé de 14,7 % en volume et de 12,1 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 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 la même période de 2023 (2,1 % et 2,9 %).



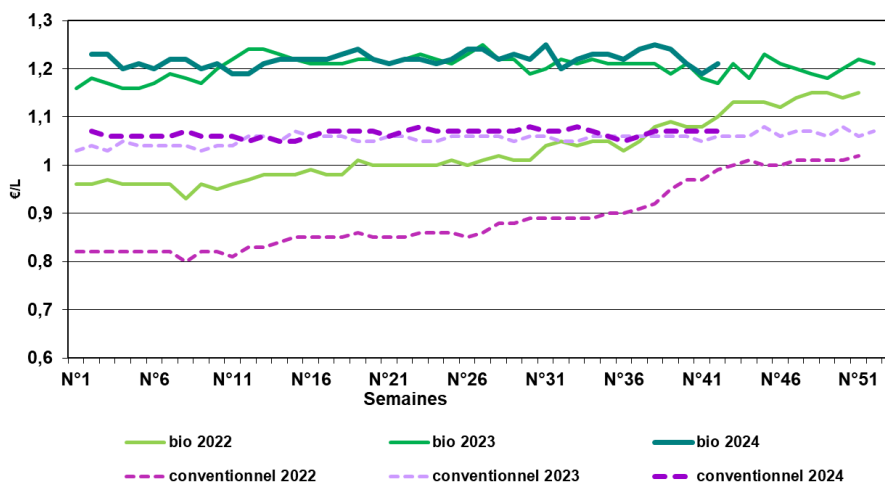
d) Les prix au détail

Lait biologique

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen du lait bio UHT demi-écrémé bouteille plastique en GMS a été de 1,22 €/l. Il était supérieur de 1,3 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 1,7 % 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

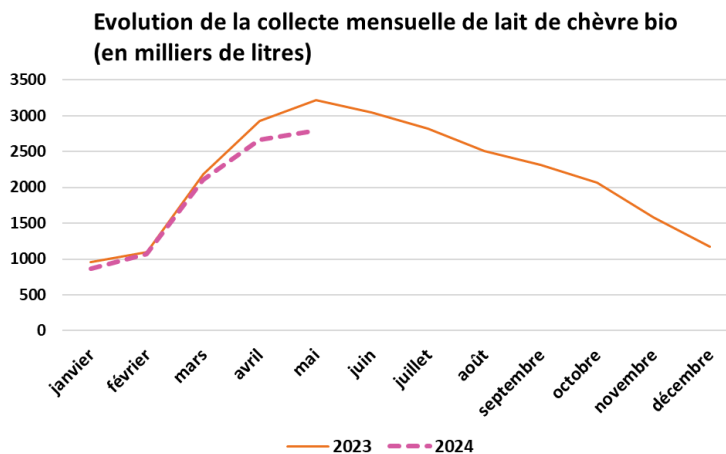
Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen du lait bio demi-écrémé en bouteille en magasins spécialisés s'est élevé à 1,54 €/L. Il était inférieur de 1,1 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 0,6 % au prix moyen 2023.

Le prix du lait bio en brique sur cette période a été de 1,29 €/L. Il était supérieur de 1,3 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 0,8 % au prix moyen 2023.

2.2) La filière lait de chèvre biologique

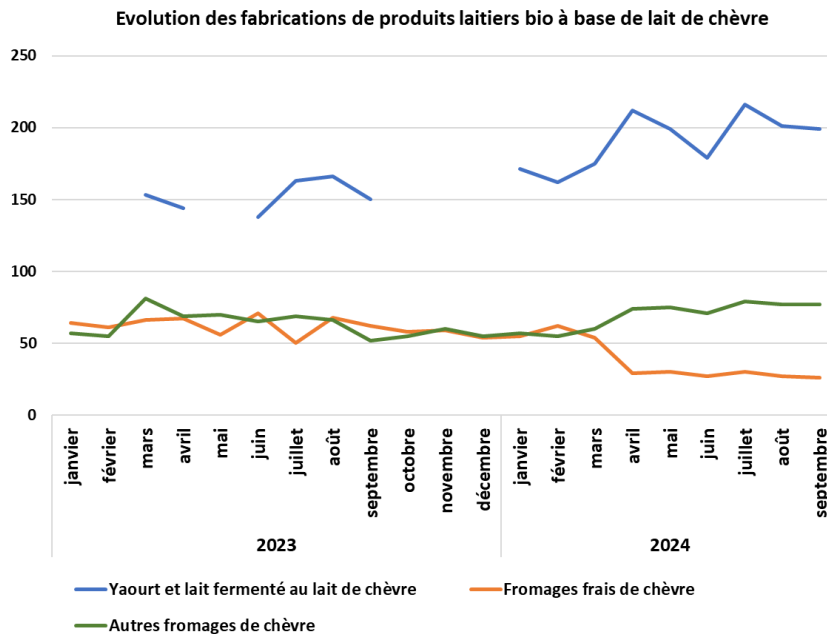
Résultats pour les trois premiers trimestres de 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de chèvre bio s'est élevée à plus de 9 millions de litres au cours des cinq premiers mois de 2024. Les chiffres pour les mois suivants ne sont pas disponibles.



Source : FranceAgriMer

D'après l'enquête mensuelle laitière, les fabrications de fromages frais de chèvre bio ont reculé de 39,7 % au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023, tandis que celles d'autres fromages de chèvre ont augmenté de 6,8 %.



D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de chèvre bio par les ménages ont reculé de 11,1 % en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

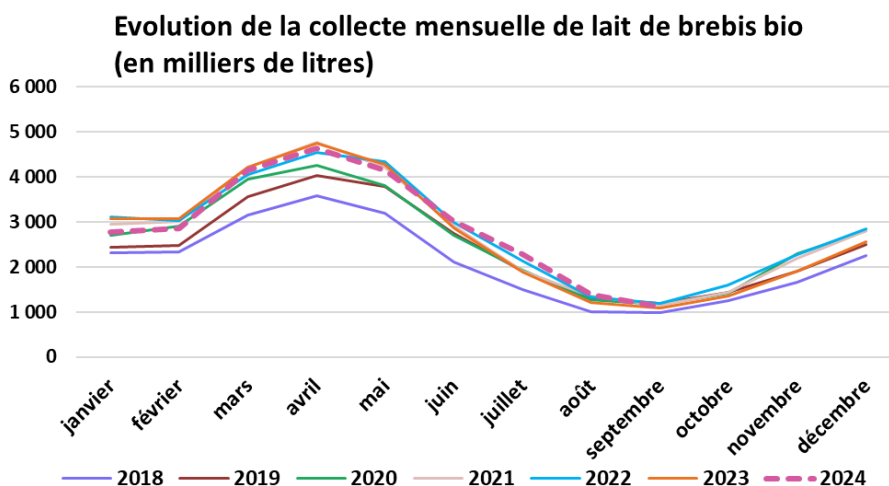
Si le prix à la collecte a augmenté l'année dernière, la baisse de consommation et le resserrement de l'écart de prix avec le conventionnel inquiètent les acteurs.

La filière bio caprine est touchée par une crise de grande ampleur depuis 2022 avec l'inflation galopante et une baisse de la consommation de produits bio, alors que de nombreuses exploitations caprines ont obtenu leur certification bio à cette même date. Le prix du lait de chèvre bio a donc progressé plus lentement que celui du lait de chèvre conventionnel depuis 2 ans.

2.3) La filière lait de brebis biologique

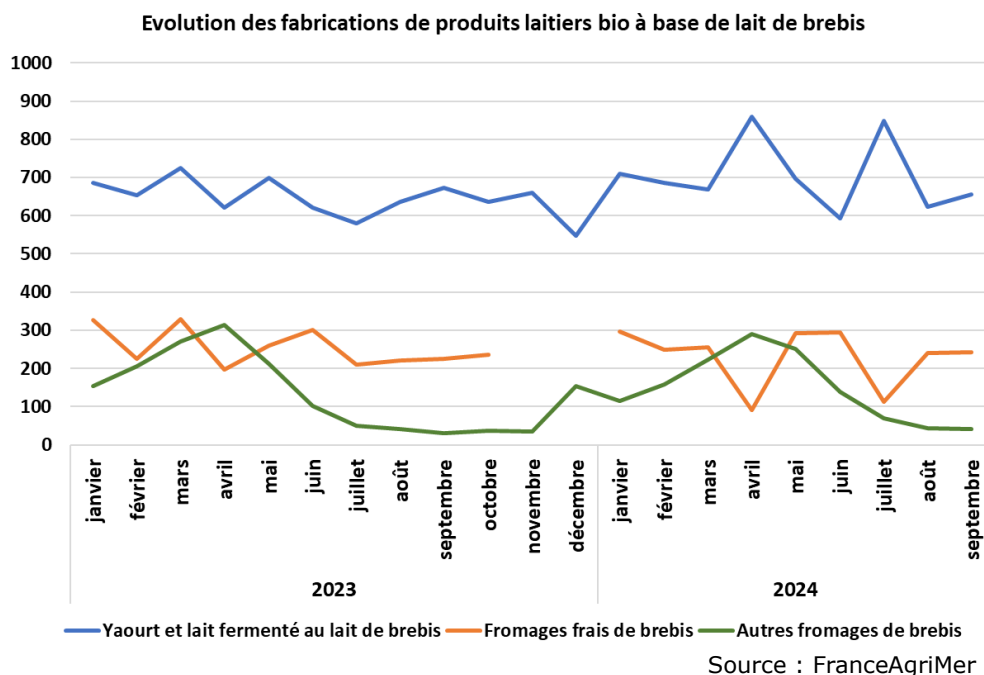
Résultats pour les trois premiers trimestres de 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de brebis bio s'est élevée à plus de 26 millions de litres au cours des trois premiers trimestres de 2024. Elle a légèrement reculé (-0,3 %) par rapport à la même période de 2023.



Source : FranceAgriMer

D'après l'enquête mensuelle laitière, les fabrications de yaourts et de lait fermenté bio au lait de brebis ont progressé de 7,5 % au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Les fabrications de fromages frais bio au lait de brebis ont reculé de 9,4 % et celles des autres fromages bio au lait de brebis de 4,2 %.



Au cours des trois premiers trimestres de 2024, d'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de brebis bio par les ménages ont baissé de 20,3 % en volume par rapport à la même période de 2023.

Sources :

Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Chambre d'Agriculture de Bretagne, CIRCANA, CNIEL, Kantar Worldpanel/FranceAgriMer, Lactalis, Ouest France et Réussir – octobre/novembre 2024

1) La filière viande sur un plan général

D'après Agreste, les abattages de gros bovins¹ ont légèrement reculé (-0,6 %) au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Ceux de porcins sont restés stables (+0,2 %), tandis que ceux d'agneaux ont reculé de 4,2 %.

D'après Kantar Worldpanel, les achats de viande de bœuf par les ménages ont reculé de 3,8 % en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023 et ceux de viande de veau de 6,3 %. Les achats de viande ovine ont baissé de 10,3 % et ceux de viande porcine fraîche de 3,6 %. Les achats de bœuf haché surgelé ont progressé de 1,3 %, tandis que ceux des autres viandes de boucherie surgelées ont reculé de 16,0 %.

Au cours de cette période, les achats de charcuterie ont reculé de 1,5 %.

D'après Circana, les ventes de steak haché frais ont progressé de 2,2 % en volume, mais sont restées stables en valeur (+0,1 %) en GMS (hors EDMP) au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

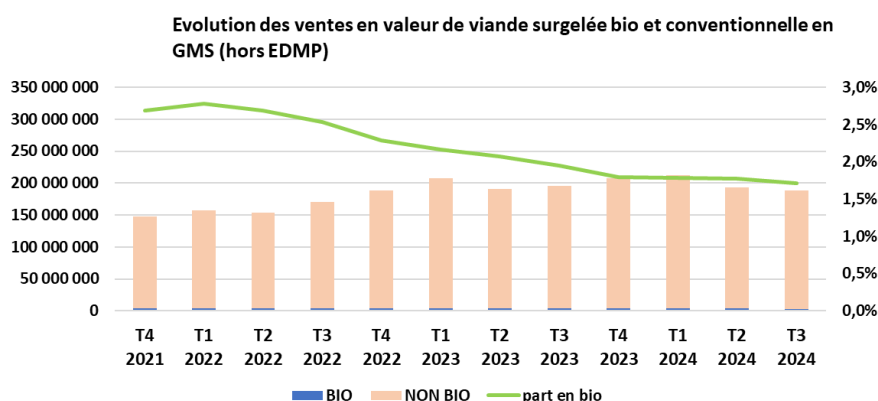
D'après Circana, au cours de cette période, les ventes de viande surgelée ont très légèrement progressé en volume (+0,4) en GMS (hors EDMP) et en valeur (+0,3 %).

2) Les viandes biologiques

2.1) Ventes de viandes surgelées bio en GMS

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de viandes bio surgelées en GMS (hors EDMP) ont reculé de 17,0 % en volume et de 14,6 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

La part de marché bio de la viande surgelée a été de 1,0 % en volume et de 1,8 % en valeur, en baisse par rapport à la même période de 2023 (1,2 % et 2,1 %).



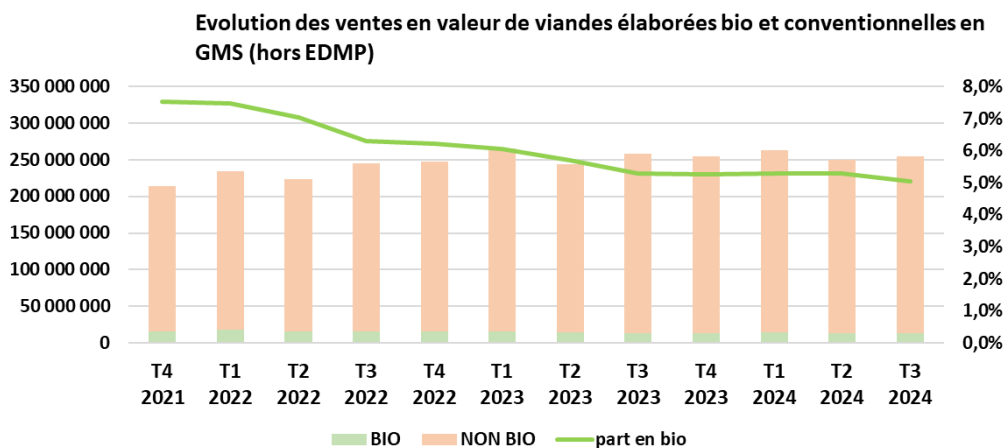
Source : Agence BIO d'après Circana

Les supermarchés restaient le principal sous-circuit de commercialisation avec un tiers des ventes en volume, comme en valeur.

¹ En nombre de têtes

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de viandes élaborées bio en GMS (hors EDMP) ont reculé de 13,0 % en volume et de 15,7 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

La part de marché bio de la viande surgelée a été de 0,5 % en volume et de 0,9 % en valeur, en baisse seulement en valeur par rapport à la même période de 2023 (0,5 % et 1,0 %).



Source : Agence BIO d'après Circana

Les hypermarchés restaient le principal sous-circuit de commercialisation avec 49 % des ventes en volume et 44 % en valeur.

2.2) Bovins

a) Prix payés aux producteurs

Le prix des gros bovins viande bio continue d'augmenter sur les trois premiers trimestres de 2024, mais les écarts sont faibles avec le conventionnel (+14 cts/kg pour les VA).

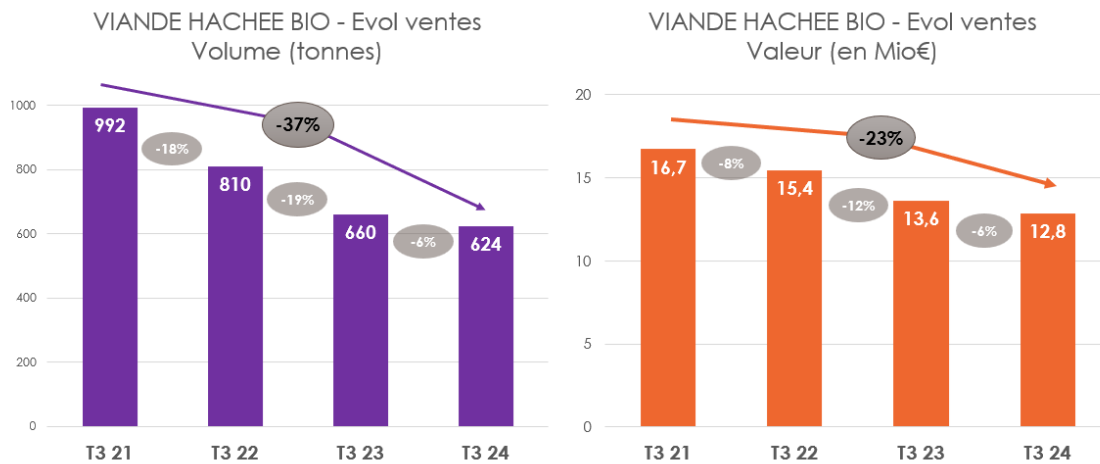
Le prix des gros bovins laitiers a augmenté sur les 3 premiers trimestres 2024, après une baisse entamée à partir du troisième trimestre 2023. L'écart avec le conventionnel est plus marqué (31 à 40 cts/kg).

Le prix de revient des animaux BIO progresse en moyenne de 3 %.

b) Evolution des ventes de steak haché

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de steak haché bio frais en GMS (hors EDMP) ont reculé de 9,2 % en volume et de 8,1 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

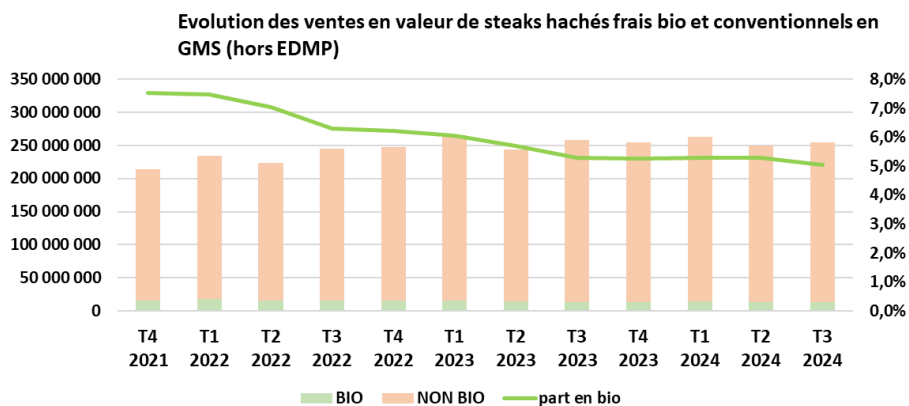
Si l'on regarde l'évolution trimestrielle, il y a eu une baisse des ventes en volume de 5,7 % entre le 3^e trimestre 2023 et le 3^e trimestre 2024 et de 5,8 % en valeur. Par rapport au troisième trimestre 2021, le recul s'élève à 37 % en volume et à 23 % en valeur.



Source : Interbev d'après Agence BIO/Circana

En volume la part de marché bio a été de 3,8 % au cours des trois premiers trimestres de 2024, contre 4,3 % pour la même période de 2023.

La part de marché en valeur de la viande hachée bio a été de 5,2 % au cours des trois premiers trimestres de 2024, contre 5,7 % au premier semestre 2023.



Source : Agence BIO d'après Circana

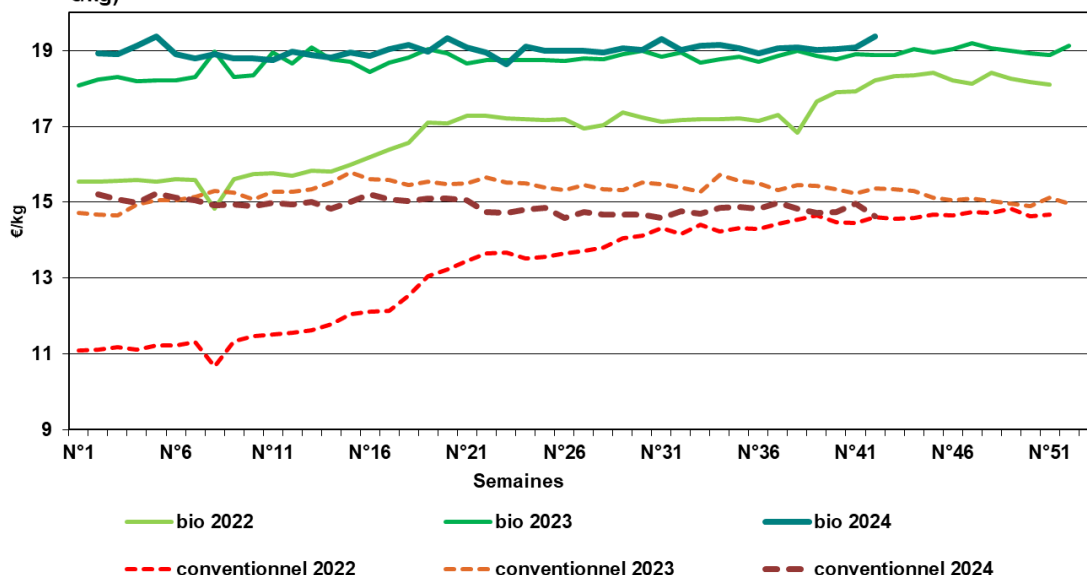
Les supermarchés restaient le premier sous-circuit de commercialisation de la viande hachée bio en GMS (hors EDMP) au cours des trois premiers trimestres de 2024 avec une part de marché de 40 % en volume, comme en valeur.

c) Prix du steak haché bio en GMS

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen du steak haché de bœuf bio (15 % de MG) en GMS a été de 19,01 €/kg. Il a été supérieur de 1,7 % à la moyenne sur la même période de 2023 et de 1,3 % par rapport à la moyenne 2023. On observe une forte augmentation du prix du steak haché bio depuis 2022.

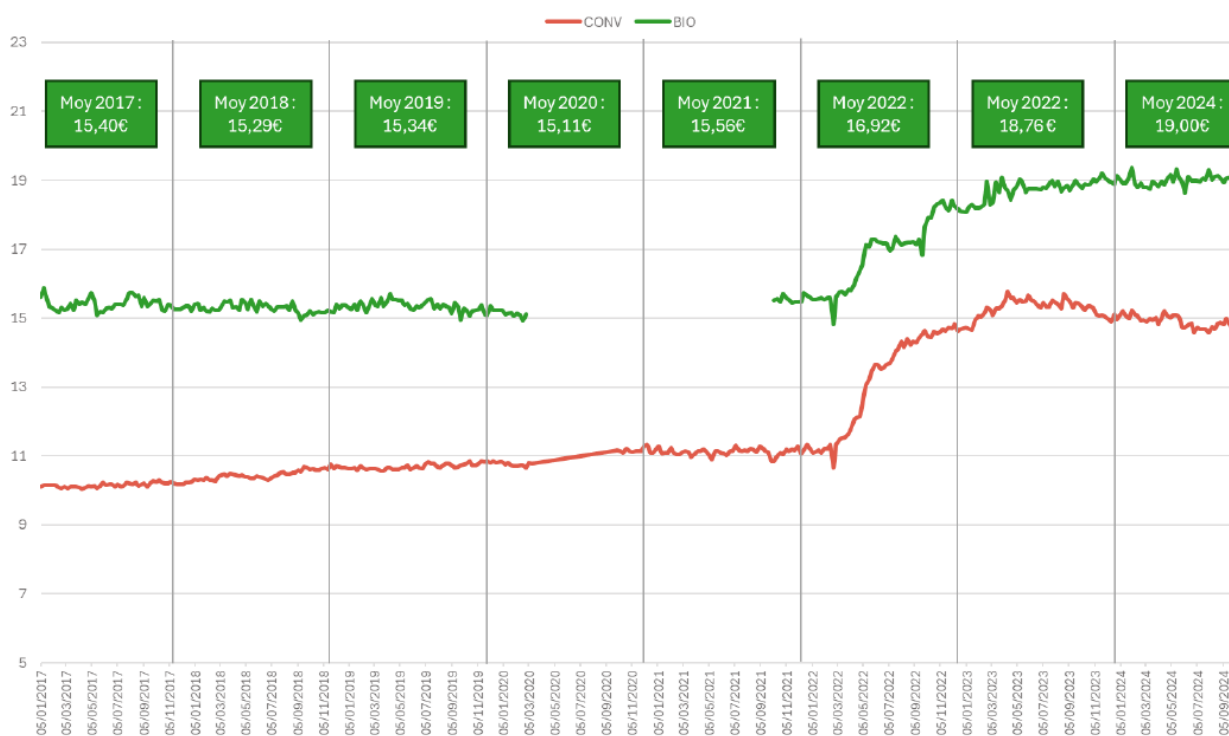
Au cours des 42 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre le steak haché de bœuf bio et le steak haché conventionnel a été de 4,12 €/kg (soit supérieur de 28 % en bio).

Evolution du prix moyen de steak haché de boeuf (15% de MG) origine France en GMS (en €/kg)



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

COURS STEACK HACHE_Série longue
source FAM



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

2.3) Porcs

a) Situation de la filière porc bio

La baisse de production enclenchée en porc bio a permis à la filière de stopper le déclasserment. Cependant, des difficultés de revalorisation des prix de vente ont persisté en 2024. Cette revalorisation est nécessaire pour :

- sécuriser les revenus des producteurs ;
- maintenir les élevages en place (en grande fragilité après 2 années de crise, malgré les 2 plans d'aides d'urgence) ;

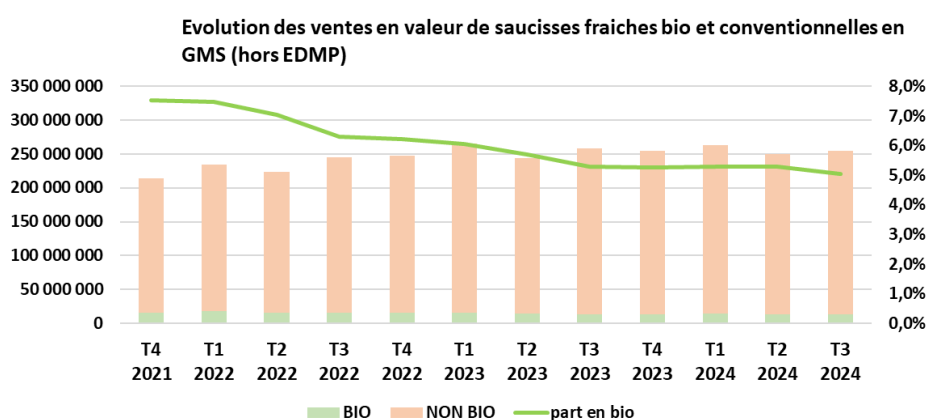
- permettre aux producteurs d'avoir les moyens financiers de remettre de la production pour ceux qui ont baissé le volume produit.

Des arrêts d'élevage ont encore lieu en 2024. Ceci crée des tensions sur certaines pièces (jambons, épaules et poitrines en particulier) pour l'approvisionnement, mais d'autres pièces (longes) ont des difficultés à trouver preneur. Les groupements de producteurs s'organisent pour valoriser l'intégralité de la carcasse afin de consolider le prix payé aux producteurs.

b) Ventes de produits à base de porc bio en GMS

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de saucisses fraîches bio ont globalement reculé de 26,8 % en volume et de 29,9 % en valeur en GMS (hors EDMP).

La part de marché bio des saucisses fraîches a été de 0,9 % en volume et de 1,3 % en valeur au cours de cette période, en baisse par rapport à la même période de 2023 (1,2 % et 1,8 %).



Source : Agence BIO d'après Circana

Les hypermarchés restaient le principal sous-circuit de commercialisation avec 53 % des ventes en volume et 50 % en valeur.

En raison de questionnements sur les données charcuterie de Circana, notamment sur les aides culinaires, nous avons préféré ne pas les présenter dans cette note, en accord avec Interbev.

Sources :

Agence BIO/Circana, Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Agreste, Interbev, Kantar Worldpanel/FranceAgriMer et Réussir – octobre/novembre 2024

1) La filière avicole sur un plan général

D'après Agreste, les abattages de volailles de chair ont progressé de 3,5 % au cours des 8 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023¹.

D'après Agreste, en juillet 2024, les mises en place ont augmenté par rapport à juillet 2023 pour les poulets (+2,8 %) et pour les canards à rôtir (+16,4 %), alors qu'elles ont reculé pour les dindes (-2,4 %) et les pintades (-4,5 %).

D'après Agreste, la production d'œufs de consommation a reculé de 0,7 % au cours des 10 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023.

D'après Agreste, les mises en place de poulettes de races de ponte sont restées quasiment stables (-0,3 %) en juillet 2024 par rapport à juillet 2023.

D'après Kantar Worldpanel, les achats totaux de volailles fraîches par les ménages ont progressé de 7,1 % en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023 (avec +4,6 % pour les achats totaux de poulet, +7,1 % pour la dinde, +73,8 % pour le canard et -1,6 % pour la pintade).

D'après Kantar Worldpanel, les achats totaux d'œufs par les ménages ont progressé de 3,3 % en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

D'après Kantar Worldpanel, les marques de distributeurs ont représenté 57 % des achats d'œufs en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024.

D'après Circana, les ventes d'œufs en GMS ont progressé de 4,3 % en volume et de 2,1 % en valeur au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

2) Les volailles de chair biologiques

2.1) Evolution des volumes produits en 2024²

Durant les 44 premières semaines³ de 2024, les mises en place de volailles biologiques ont baissé de 1 % par rapport à la même période de 2023 et de 16 % par rapport à la même période de 2022.

Les mises en place de poulets bio ont reculé également de 1% par rapport à la même période de 2023 et de 15% par rapport à la même période de 2022.

¹ En têtes

² 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.

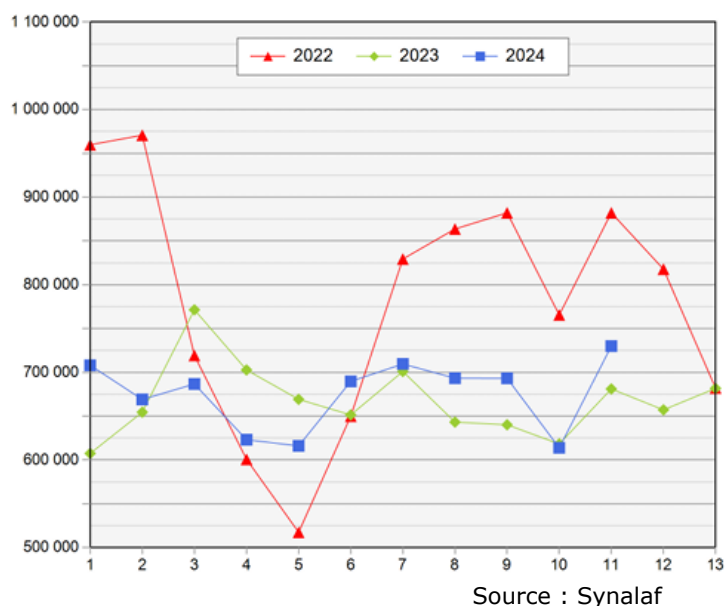
³ Semaines 1 à 44

Estimation des mises en place de volailles bio en filières organisées sur les 44 premières semaines de 2024

	MEP (En milliers de têtes)	Évolution 2024/2023	Évolution 2024/2022
Poulets	7 302	-1%	-15%
Pintades	40	-42%	-31%
Canards	35	-42%	-17%
Dindes de découpe	111	+6%	-25%
Volailles festives	21	-32%	-31%
Total volailles à rôtir	7 509	-1%	-16%

Source : Synalaf

Mises en place de poulets bio en filières organisées



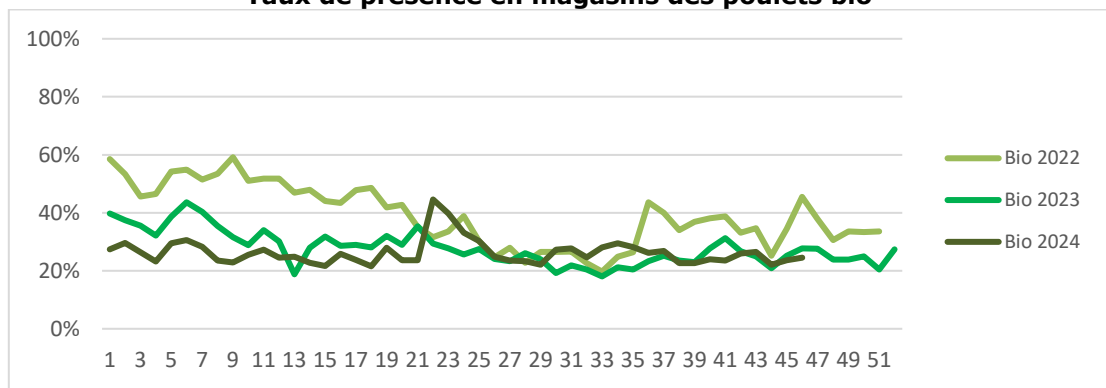
Source : Synalaf

2.2) Tendances de marché

Sur l'année 2024, l'indice des coûts des matières premières dans l'aliment des poulets bio continue de régresser par rapport à l'année dernière, mais avec une légère hausse attendue au cours de ces prochains mois : +1,7% en septembre 2024 par rapport à la moyenne des trois mois précédents.

Au cours des 46 premières semaines de l'année, le taux de présence des poulets bio en magasins a baissé de 2 points par rapport à l'année dernière et de 14 points par rapport à 2022.

Taux de présence en magasins des poulets bio



Source : RNM/FranceAgriMer

D'après Kantar Worldpanel, les achats de découpes de poulet bio sont en hausse de 2,8% avec une baisse des prix de 10,1% sur les 9 premiers mois de l'année 2024 par rapport à la même période de 2023.

D'après Kantar Worldpanel, les achats de découpes de poulet bio ont progressé de 6,8 % en volume au cours du troisième trimestre 2024 par rapport au troisième trimestre 2023. Le bio n'a représenté que 2,5 % en volume des achats de découpes de poulet au cours du troisième trimestre 2024 (2,6 % en cumul annuel mobile). En cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024, la hausse des achats n'a été que de 0,8 %.

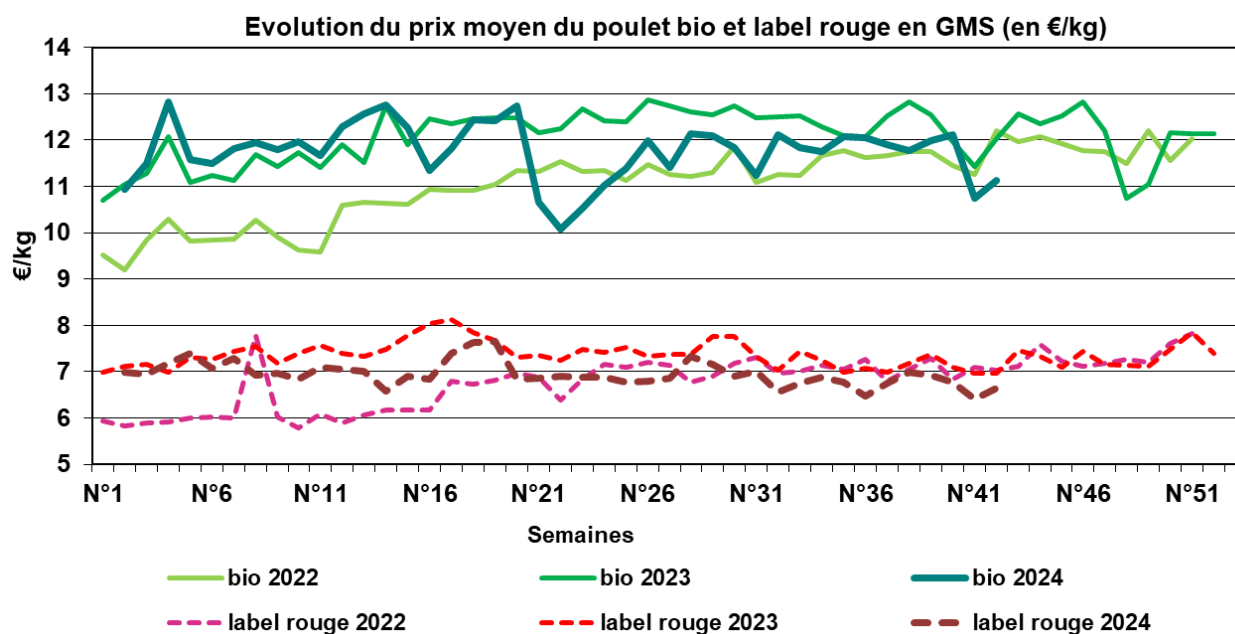
En revanche, les achats de découpes de dinde bio ont baissé de 32,7 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024. Le bio n'a représenté que 1,3 % en volume des achats de découpes de dinde au cours de cette période.

Les achats de découpes de canard bio ont progressé de 20,2 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024. Le bio a représenté 4,2 % en volume des achats de découpes de canard au cours de cette période.

2.3) Prix

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen du poulet prêt-à-cuire en GMS s'est élevé à 11,75 €/kg. Il a été inférieur de 2,7 % au prix moyen sur la même période de 2023 et au prix moyen 2023.

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen du poulet bio a été supérieur de 4,81 € au prix moyen du poulet Label Rouge (69 % plus cher en bio).



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

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen du poulet prêt-à-cuire en magasins spécialisés s'est élevé à 14,48 €/kg. Il a été inférieur de 1,5 % au prix moyen sur la même période de 2023 et de 1,1 % au prix moyen 2023.

3) Les œufs biologiques

3.1) Evolution des volumes produits au cours des trois premiers trimestres de 2024¹

Au cours du premier semestre 2024, les mises en place de poules pondeuses bio ont augmenté de 12,6 % par rapport à la même période de 2023. En revanche, le nombre d'œufs produits a diminué de 7,9 % par rapport à la même période de 2023.

Estimation de l'évolution des pondeuses bio mises en place en atelier et de la production d'œufs bio au cours du premier semestre de 2024 pour l'observatoire du SYNALAF

	Effectif en milliers	Evolution S1 2024 vs S1 2023	Evolution S1 2024 vs S1 2022
Pondeuses bio mises en place	2 523	12,6%	4,6%
Œufs bio produits	658 722	-7,9%	-14,2%

Source : Synalaf

3.1) Tendances de marché en 2024

De manière générale, les ventes d'œufs sont assez dynamiques avec une forte consommation. Le plein air est au cœur du marché.

Les ventes d'œufs bio quant à elles reculent avec des prix en œufs bio qui restent élevés.

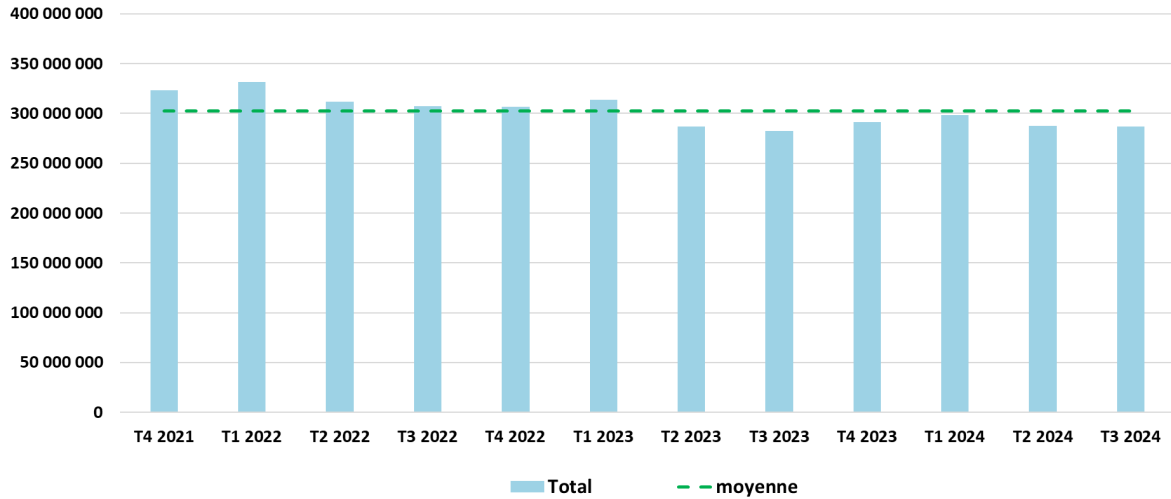
D'après Kantar Worldpanel, les achats d'œufs bio par les ménages ont très légèrement baissé en volume (-0,6 %) au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Au cours de cette période, les ventes des œufs Label Rouge ont légèrement progressé (+0,7 %), tandis que celles des autres œufs plein air ont augmenté de 8,2 %.

Les œufs bio ont représenté 10,7 % des achats d'œufs en volume au cours des trois premiers trimestres de 2024, contre 39,9 % 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 des trois premiers trimestres de 2024, les ventes d'œufs bio en GMS ont reculé de 1,1 % en volume par rapport à la même période de 2023 et de 1,6 % en valeur. Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes d'œufs non bio ont augmenté de 5,5 % en volume et de 3,5 % en valeur.

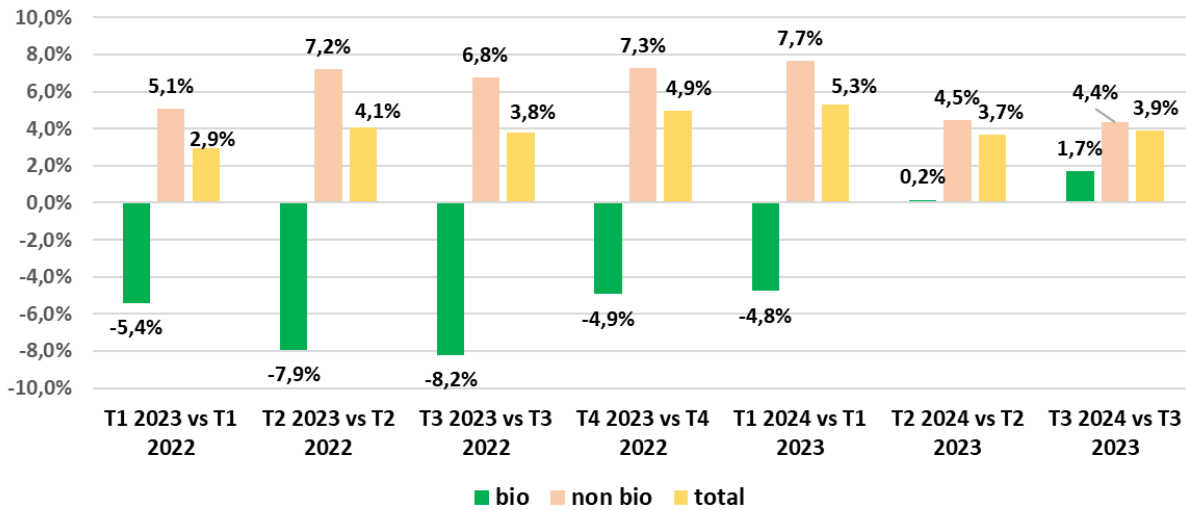
¹ Les données présentées correspondent uniquement aux informations récoltées dans le cadre de l'observatoire économique du Synalaf. Celui-ci représente environ 65 % de la production française d'œufs bio.

Evolution des ventes d'œufs bio en volume en GMS



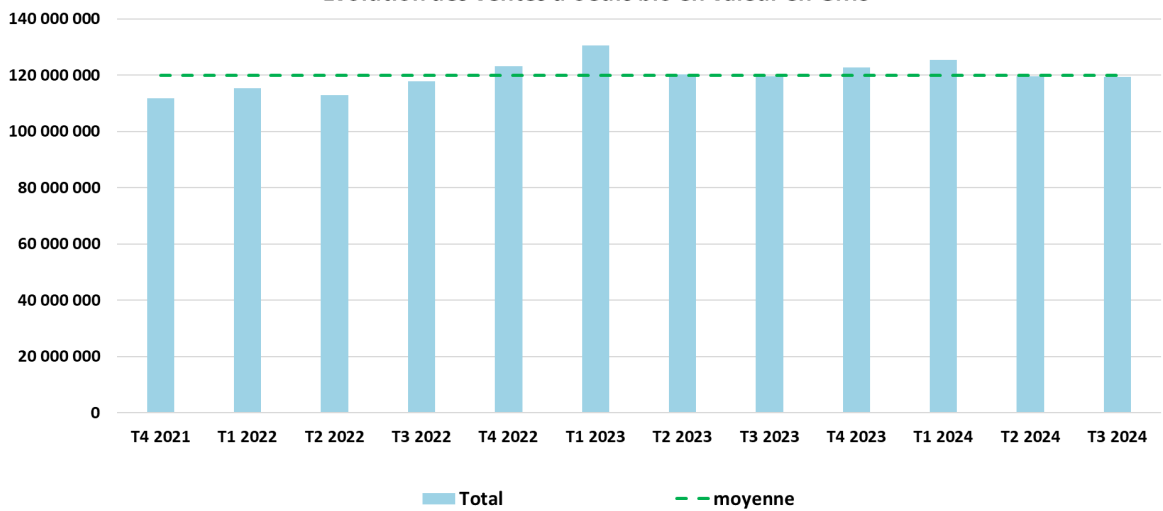
Source : Agence BIO d'après Circana

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



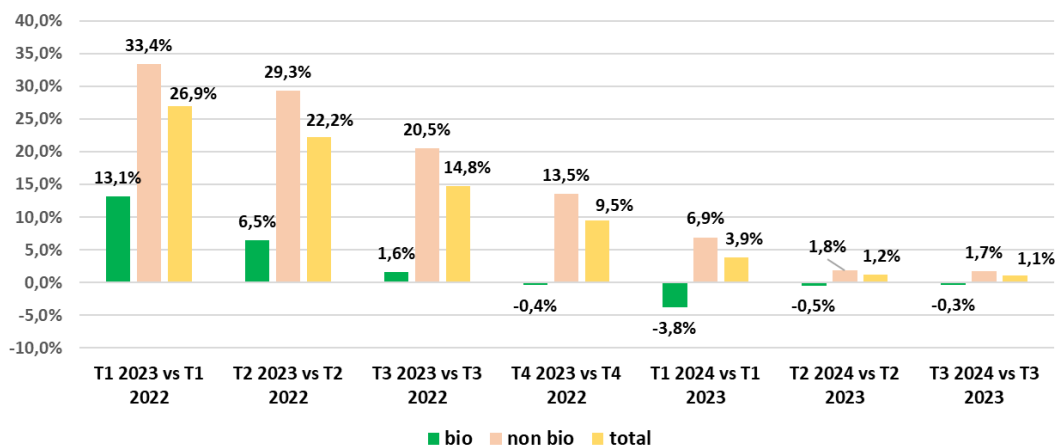
Source : Agence BIO d'après Circana

Evolution des ventes d'œufs bio en valeur en GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

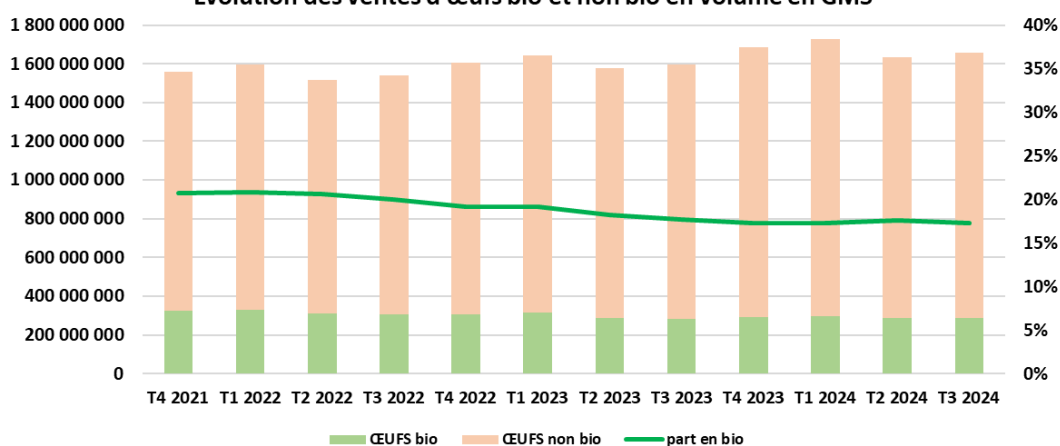
Evolution des ventes d'œufs en valeur en GMS par trimestre



Source : Agence BIO d'après Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché des œufs bio a été de 17,8 % en volume, contre 18,3 % pour la même période de 2023.

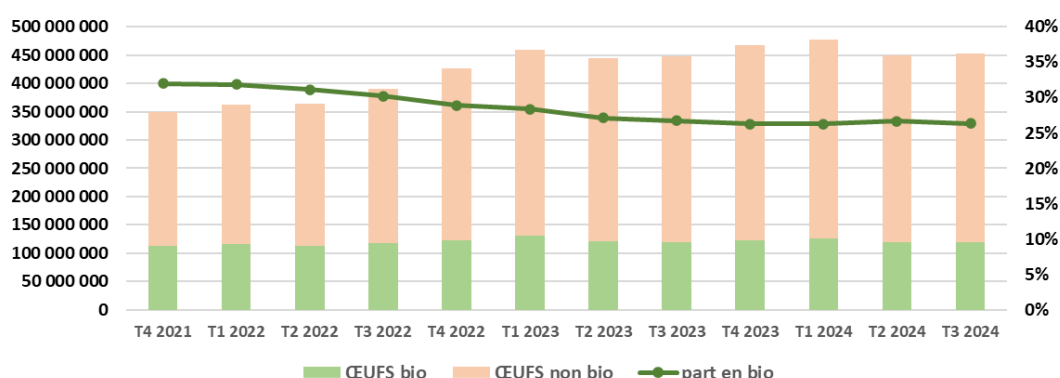
Evolution des ventes d'œufs bio et non bio en volume en GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de marché des œufs bio a été de 26,4 % en valeur, contre 27,4 % pour la même période de 2023.

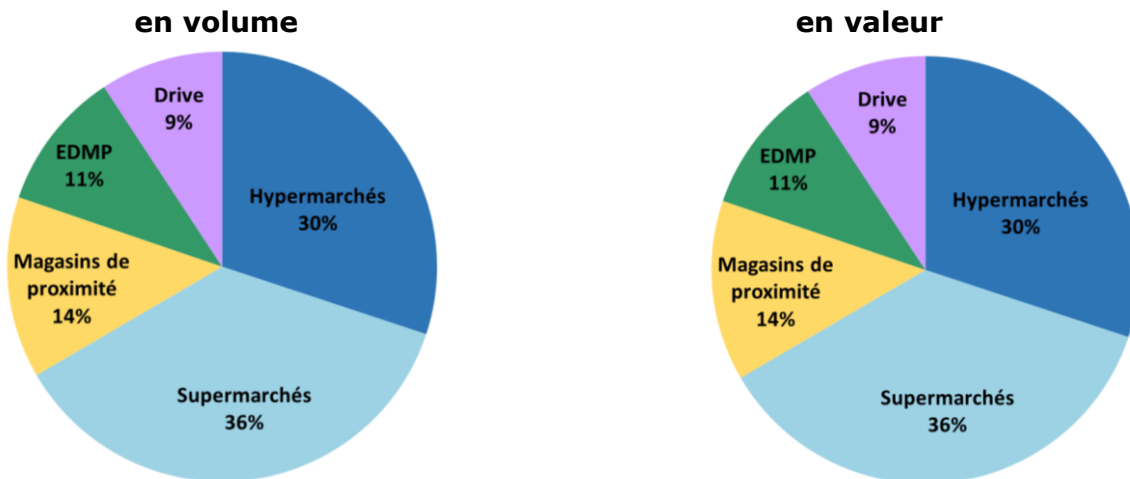
Evolution des ventes d'œufs bio et non bio en valeur en GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

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

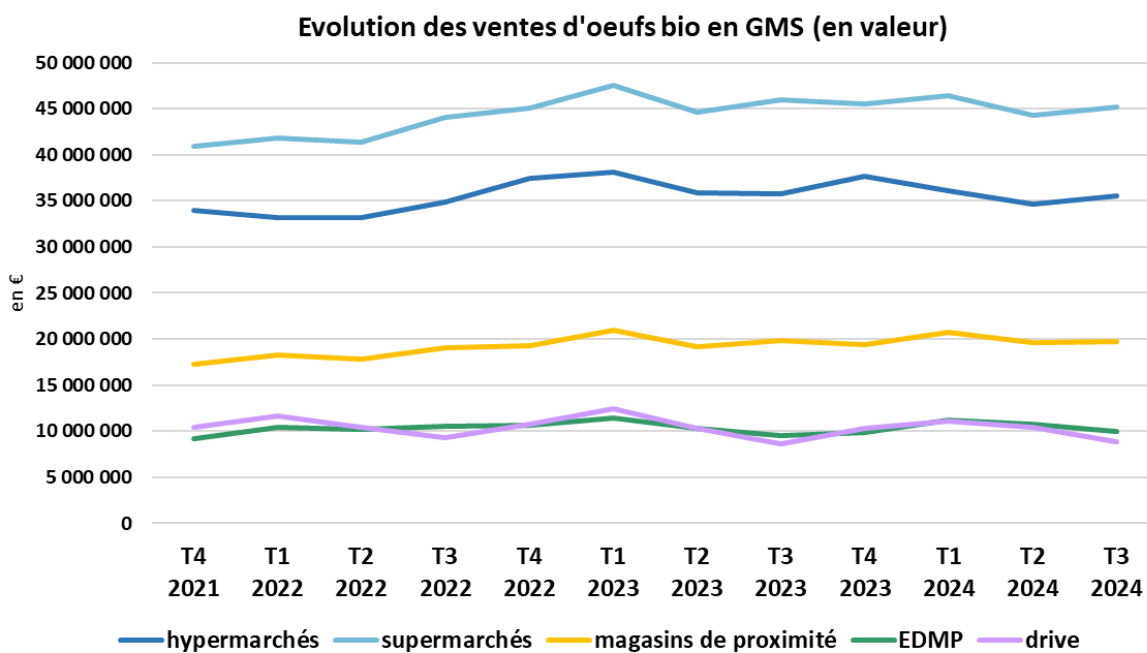
Répartition des ventes d'œufs bio au cours des trois premiers trimestres de 2024 par sous-circuit de la GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes d'œufs bio ont reculé en volume en drive, en hypermarchés et en supermarchés. Elles ont progressé en EDMP et en magasins de proximité.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes d'œufs bio ont également reculé en drive, en hypermarchés et en supermarchés. Elles ont stagné en magasins de proximité et progressé en EDMP.



Source : Agence BIO d'après Circana

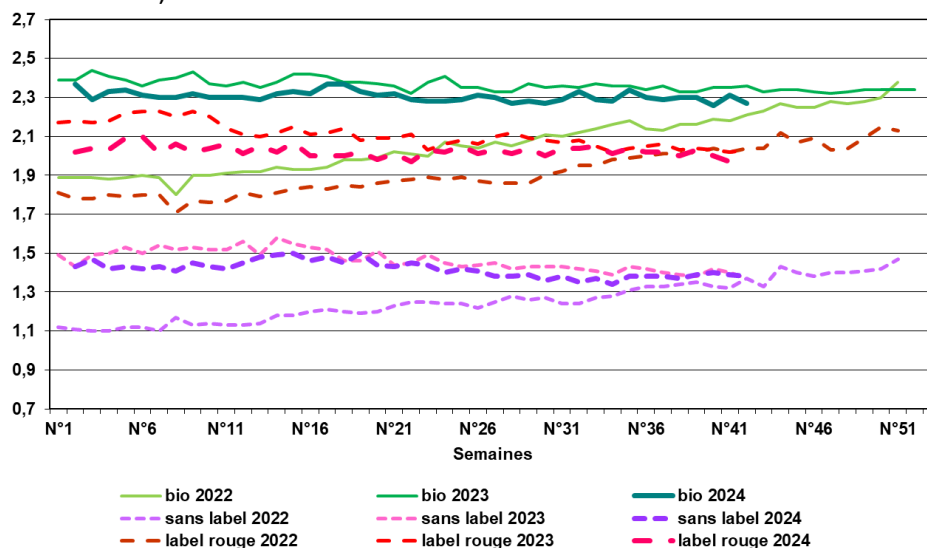
3.2) Prix

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen de la boîte de 6 œufs bio en GMS s'est élevé à 2,31 €/boîte, ce qui est inférieur de 2,6 % à la moyenne sur la même période de 2023 et de 2,1 % à la moyenne 2023.

Au cours des 42 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 89 centimes/boîte (le bio étant 63 % plus cher).

Evolution du prix moyen des oeufs bio, label rouge et sans label en GMS (en €/boîte de 6 oeufs)



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

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen de la boîte de 6 œufs bio en magasins spécialisés s’est élevé à 2,79 €/boîte, il était supérieur de 2,1 % à la moyenne sur la même période de 2023 et de 1,8 % à la moyenne 2023.

Sources :

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

1) La filière aquacole sur un plan général

D'après Kantar Worldpanel, les achats de saumon frais ont augmenté de 5,5 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024. Les achats de saumon non bio ont progressé de 6,6 %.

2) La filière aquacole bio

D'après Kantar Worldpanel, les achats de saumon frais bio ont reculé de 24,5 % en volume en cumul annuel mobile jusqu'à fin septembre 2024. Le saumon bio n'a représenté que 0,7 % en volume des achats de saumon frais au cours de cette période. 3,1 % des ménages ont acheté du saumon frais bio au cours de cette période.

Sources :

FranceAgriMer/Kantar Worldpanel – novembre 2024

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

D'après les estimations d'Agreste au 1^{er} octobre 2024, la production de blé tendre serait en baisse de 27,6 % par rapport à 2023 et de 26,5 % par rapport à la moyenne des cinq dernières récoltes. Le rendement est estimé à 61,0 q/ha (contre 73,7 q/ha en 2023). En revanche, la production de maïs serait supérieure de 11,4 % par rapport à 2023. La production d'oléagineux diminuerait de 10,2 % par rapport à 2023 et celle de protéagineux de 23,7 %.

2) Les céréales biologiques

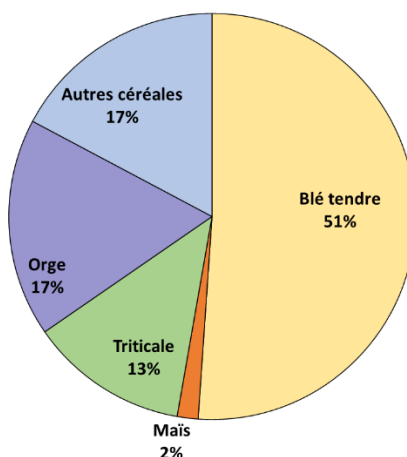
Les données suivantes concernent les céréales bio et celles en deuxième année de conversion pour les 3 premiers mois de la campagne 2024/2025.

2.1) Collecte

La collecte de céréales biologiques et en deuxième année de conversion a globalement reculé de 47 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

La collecte de blé tendre biologique et en deuxième année de conversion a reculé de 52 %. D'après Réussir, la moisson de blé tendre bio est au plus bas depuis 6 ans.

Répartition de la collecte de céréales biologiques et en C2 pour les 3 premiers mois de la campagne 2024/2025

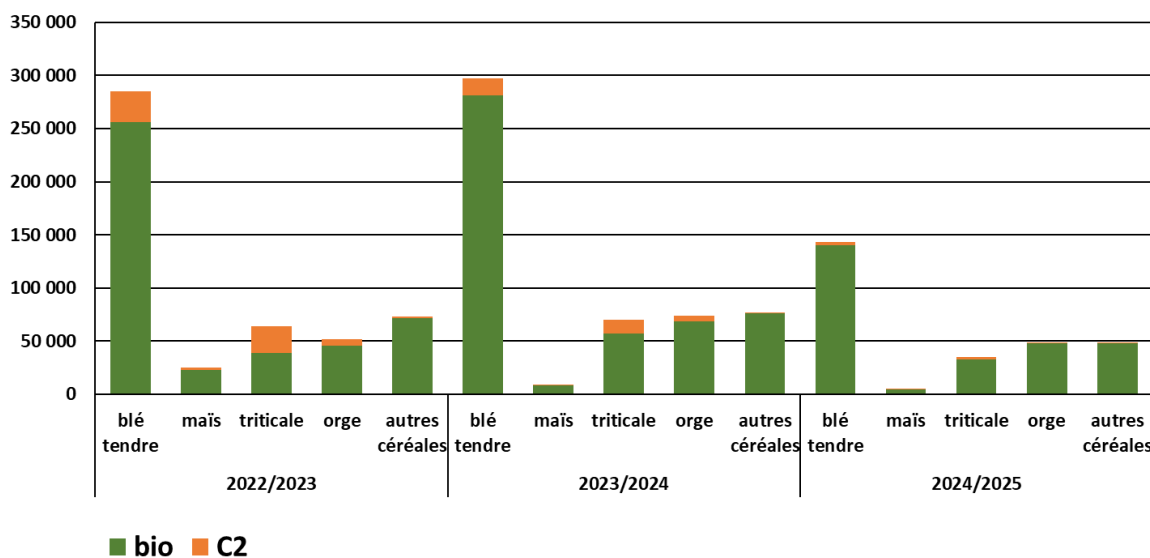


Source : FranceAgriMer

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

Céréales		3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	bio	255 995	281 358	10%	140 092	-50%	-45%
	C2	29 054	16 112	-45%	3 244	-80%	-89%
	bio et C2	285 049	297 470	4%	143 336	-52%	-50%
Maïs	bio	22 838	8 581	-62%	4 651	-46%	-80%
	C2	2 087	142	-93%	10	-93%	-100%
	bio et C2	24 925	8 723	-65%	4 661	-47%	-81%
Triticale	bio	38 643	57 469	49%	32 984	-43%	-15%
	C2	25 675	12 679	-51%	2 446	-81%	-90%
	bio et C2	64 318	70 148	9%	35 430	-49%	-45%
Orge	bio	45 431	68 666	51%	48 035	-30%	6%
	C2	6 819	5 111	-25%	754	-85%	-89%
	bio et C2	52 250	73 777	41%	48 789	-34%	-7%
Autres céréales	bio	71 730	76 144	6%	47 794	-37%	-33%
	C2	1 348	1 144	-15%	538	-53%	-60%
	bio et C2	73 078	77 288	6%	48 332	-37%	-34%
Total céréales	bio	434 637	492 218	13%	273 556	-44%	-37%
	C2	64 983	35 188	-46%	6 992	-80%	-89%
	bio et C2	499 620	527 406	6%	280 548	-47%	-44%

Collecte de céréales bio et en 2^e année de conversion au cours des 3 premiers mois de campagne (en tonnes)



Source : FranceAgriMer

2.2) Mises en œuvre

Les mises en œuvre de blé tendre bio par les meuniers ont progressé de 11 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

La part du blé tendre dans les mises en œuvre de céréales bio par les meuniers est stable (92 %).

Mises en œuvre par les meuniers (en tonnes) :

Céréales	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	45 495	42 000	-8%	46 728	11%	3%
Autres céréales	3 914	3 778	-3%	4 320	14%	10%
Total	49 409	45 778	-7%	51 048	12%	3%

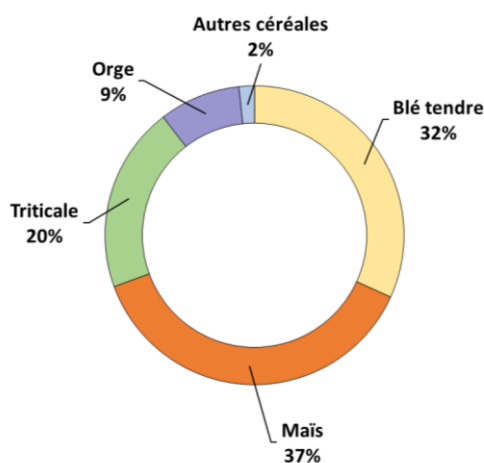
Les mises en œuvre de céréales bio et en C2 par les fabricants d'aliments du bétail (FAB) ont progressé de 2 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. Les mises en œuvre de blé tendre ont baissé de 19 %.

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

Céréales	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	26 451	24 724	-7%	19 990	-19%	-24%
Maïs	24 763	19 810	-20%	23 654	19%	-4%
Triticale	10 342	10 899	5%	12 648	16%	22%
Orge	6 594	4 587	-30%	5 535	21%	-16%
Autres céréales	1 913	1 630	-15%	1 051	-36%	-45%
Total	70 063	61 650	-12%	62 878	2%	-10%

Le blé tendre a représenté 32 % des mises en œuvre de céréales bio ou en C2 par les FAB au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025.

Répartition des céréales bio et en deuxième année de conversion mises en œuvre par les FAB au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025



Source : FranceAgriMer

2.3) Semences

La production de semences de céréales bio a reculé de 33 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

Semences (en tonnes) :

Céréales	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	7 774	6 253	-20%	4 324	-31%	-44%
Maïs	270	415	54%	85	-80%	-69%
Triticale	2 817	3 165	12%	2 450	-23%	-13%
Orge	1 502	2 001	33%	1 324	-34%	-12%
Autres céréales	1 785	2 198	23%	1 255	-43%	-30%
Total	14 148	14 032	-1%	9 438	-33%	-33%

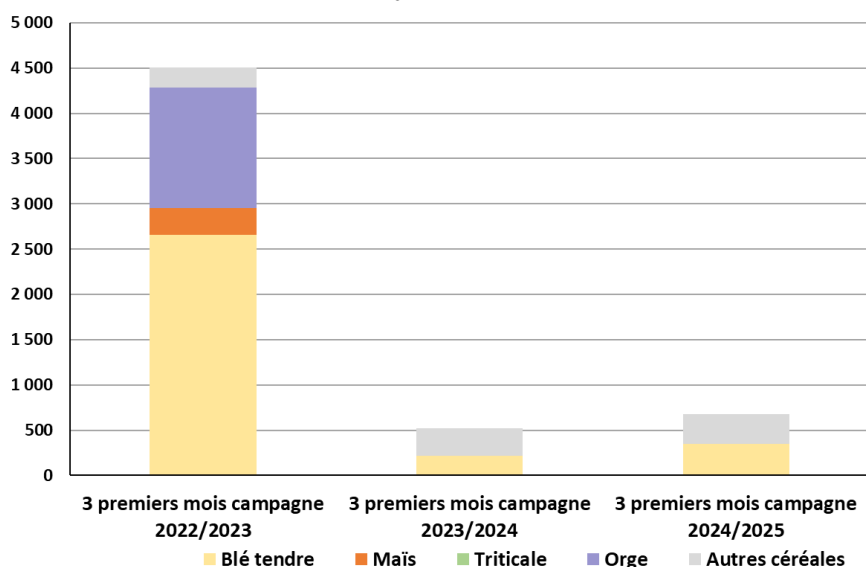
2.4) Importations

Les importations de céréales bio et en C2 ont globalement progressé de 30 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

Importations (en tonnes) :

Céréales	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	2 658	218	-92%	350	61%	-87%
Maïs	293	0	-	0	-	-
Triticale	0	0	-	0	-	-
Orge	1 332	0	-	0	-	-
Autres céréales	225	304	35%	329	8%	46%
Total	4 508	522	-88%	679	30%	-85%

Evolution des importations de céréales bio et en C2



Source : FranceAgriMer

2.5) Stocks

Au 1^{er} octobre 2024, les stocks de céréales bio étaient en baisse de 39 % chez les collecteurs et de 14 % chez les FAB par rapport au 1^{er} octobre 2023, mais en légère augmentation (+1 %) chez les meuniers.

Stocks de céréales chez les collecteurs (en tonnes) :

Stocks chez les collecteurs	1 ^{er} octobre 2022	1 ^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1 ^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
Blé tendre	291 663	320 004	10%	178 600	-44%	-39%
Maïs	51 563	16 934	-67%	16 609	-2%	-68%
Triticale	60 452	61 397	2%	36 783	-40%	-39%
Orge	45 568	69 804	53%	44 764	-36%	-2%
Autres céréales	94 181	104 148	11%	72 751	-30%	-23%
Total	543 427	572 287	5%	349 507	-39%	-36%

Stocks de céréales chez les meuniers (en tonnes) :

Stocks chez les meuniers	1 ^{er} octobre 2022	1 ^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1 ^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
Blé tendre	13 118	14 522	11%	14 604	1%	11%
Autres céréales	0	0	-	0	-	-
Total	13 118	14 522	11%	14 604	1%	11%

Stocks de céréales chez les FAB (en tonnes) :

Stocks chez les FAB	1 ^{er} octobre 2022	1 ^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1 ^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
Blé tendre	2 923	2 890	-1%	1 957	-32%	-33%
Maïs	4 147	2 759	-33%	3 859	40%	-7%
Triticale	1 752	2 350	34%	1 187	-49%	-32%
Orge	1 378	1 313	-5%	1 058	-19%	-23%
Autres céréales	267	235	-12%	143	-39%	-46%
Total	10 467	9 547	-9%	8 204	-14%	-22%

3) Les oléagineux biologiques

Ces données concernent les graines d'oléagineux bio et celles en deuxième année de conversion pour les 3 premiers mois de la campagne 2024/2025.

3.1) Collecte

La collecte d'oléagineux n'est pas suffisamment avancée pour être analysée.

3.2) Mises en œuvre de graines

Les mises en œuvre de graines de soja bio par les fabricants d'aliments du bétail ont reculé de 84 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. Le soja a représenté 96 % 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	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
soja	4 504	6 435	43%	1 024	-84%	-77%
tournesol	2 540	2 835	12%	10	-100%	-100%
autres oléagineux	0	0	-	30	-	-
Total	7 044	9 270	32%	1 064	-89%	-85%

3.3) Semences

La production de semences d'oléagineux bio a baissé de 74 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

Semences (en tonnes) :

oléagineux	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
soja	593	670	13%	167	-75%	-72%
tournesol	103	111	8%	14	-87%	-86%
autres oléagineux	0	9	-	25	-	-
Total	696	790	14%	206	-74%	-70%

3.4) Importations

Il n'y a eu aucune importation de graines d'oléagineux bio et en C2 au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025.

3.5) Stocks

Au 1^{er} octobre 2024, les stocks d'oléagineux bio étaient en recul de 63 % chez les collecteurs par rapport au 1^{er} octobre 2023 et de 96 % chez les FAB.

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

Stocks chez les collecteurs	1 ^{er} octobre 2022	1 ^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1 ^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
soja	33 423	32 056	-4%	9 586	-70%	-71%
tournesol	48 433	61 644	27%	15 493	-75%	-68%
autres oléagineux	16 659	18 523	11%	15 960	-14%	-4%
Total	98 515	112 223	14%	41 039	-63%	-58%

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

Stocks chez les FAB	1 ^{er} octobre 2022	1 ^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1 ^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
soja	1 349	3 931	191%	216	-95%	-84%
tournesol	282	620	120%	20	-97%	-93%
autres oléagineux	0	914	-	0	-	-
Total	1 631	5 465	235%	236	-96%	-86%

4) Les protéagineux biologiques

Ces données concernent les protéagineux bio et ceux en deuxième année de conversion pour les 3 premiers mois de la campagne 2024/2025.

4.1) Collecte

La collecte de protéagineux bio et en deuxième année de conversion a reculé de 31 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. La collecte de féveroles a baissé de 17 %.

Au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025, la féverole a représenté 80 % de la collecte de protéagineux bio et en deuxième année de conversion.

Protéagineux		3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
féverole	bio	14 769	25 578	73%	22 339	-13%	51%
	C2	3 117	2 379	-24%	827	-65%	-73%
	bio et C2	17 886	27 957	56%	23 166	-17%	30%
pois	bio	8 558	11 285	32%	4 878	-57%	-43%
	C2	3 618	1 962	-46%	177	-91%	-95%
	bio et C2	12 176	13 247	9%	5 055	-62%	-58%
autres protéagineux	bio	299	486	63%	594	22%	99%
	C2	6	0	-	1	-	-
	bio et C2	305	486	59%	595	22%	95%
Total protéagineux	bio	23 626	37 350	58%	27 811	-26%	18%
	C2	6 741	4 340	-36%	1 005	-77%	-85%
	bio et C2	30 367	41 690	37%	28 816	-31%	-5%

4.2) Mises en œuvre

Les mises en œuvre de graines de protéagineux bio par les fabricants d'aliments du bétail ont globalement baissé de 9 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. Celles de féverole ont reculé de 17 %. La féverole a représenté 59 % des mises en œuvre par les FAB et le pois 41 %.

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

Protéagineux	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
féverole	2 850	3 515	23%	2 921	-17%	2%
pois	1 966	1 909	-3%	2 006	5%	2%
autres protéagineux	0	0	-	0	-	-
Total	4 816	5 424	13%	4 927	-9%	2%

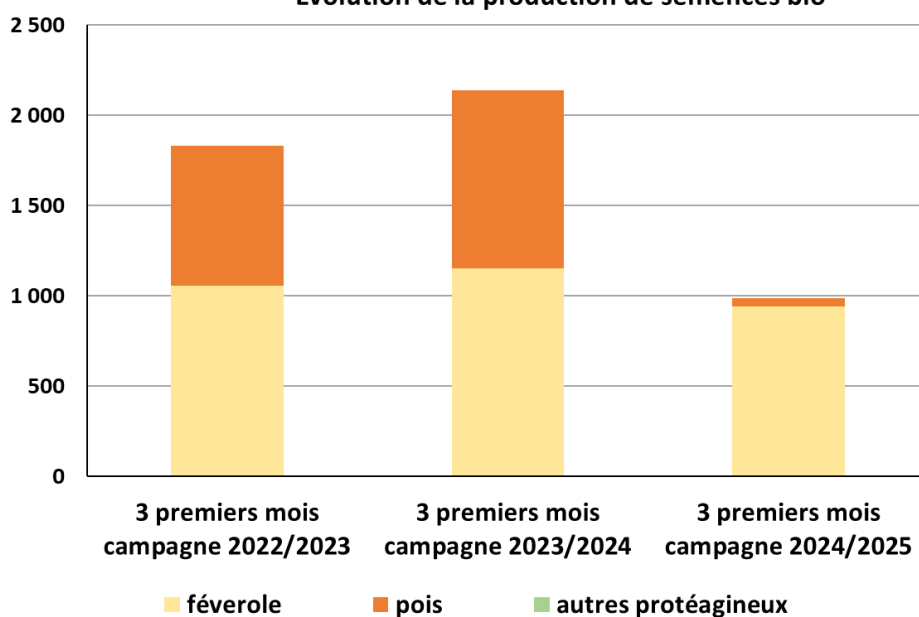
4.3) Semences

La production de semences de protéagineux bio a reculé de 54 % au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

Semences (en tonnes) :

Protéagineux	3 premiers mois campagne 2022/2023	3 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	3 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
féverole	1 056	1 155	9%	940	-19%	-11%
pois	777	983	27%	49	-95%	-94%
autres protéagineux	0	0	-	0	-	-
Total	1 833	2 138	17%	989	-54%	-46%

Evolution de la production de semences bio



Source : FranceAgriMer

4.4) Importations

Au cours des 3 premiers mois de la campagne 2024/2025, il n'y a eu aucune importation de protéagineux bio et en C2.

4.5) Stocks

Au 1^{er} octobre 2024, les stocks de protéagineux bio étaient en recul de 26 % chez les collecteurs par rapport au 1^{er} octobre 2023 et de 19 % chez les FAB.

Stocks de protéagineux chez les collecteurs (en tonnes) :

Stocks chez les collecteurs	1 ^{er} octobre 2022	1 ^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1 ^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
féverole	14 127	22 675	61%	20 160	-11%	43%
pois	10 463	12 498	19%	5 760	-54%	-45%
autres protéagineux	549	671	22%	779	16%	42%
Total	25 139	35 844	43%	26 699	-26%	6%

Stocks de protéagineux chez les FAB (en tonnes) :

Stocks chez les FAB	1^{er} octobre 2022	1^{er} octobre 2023	évolution 2023/2022	1^{er} octobre 2024	évolution 2024/2023	évolution 2024/2022
féverole	624	696	12%	488	-30%	-22%
pois	508	500	-2%	483	-3%	-5%
autres protéagineux	0	0	#DIV/0!	-1	-	-
Total	1 132	1 196	6%	970	-19%	-14%

Sources :

Agreste, FranceAgriMer et Réussir – octobre/novembre 2024

1) La filière fruits et légumes sur un plan général

1.1) Production

D'après les estimations d'Agreste au 1^{er} octobre 2024, la production de pommes devrait baisser de 1 % en 2024 par rapport à 2023.

D'après les estimations d'Agreste au 1^{er} octobre 2024, la production de poires devrait progresser de 13 % en 2024. Cette augmentation résulte principalement du rebond de la production de poires d'été, notamment en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

D'après les estimations d'Agreste au 1^{er} octobre 2024, la production de carottes serait en progression de 13 % sur la campagne 2024/2025 par rapport à la précédente.

Le troisième trimestre a été caractérisé par une météo contrastée, avec un début d'été qui s'est fait attendre, avec l'arrivée de températures chaudes pour l'ensemble de la France fin juillet, accompagnées ensuite de deux vagues de chaleur en août dans une ambiance festive des Jeux Olympiques. La météo chaude a dynamisé les achats de fruits et légumes d'été notamment en melon, tomate, concombre, fruits à noyau (ex : pêche, nectarine).

Le mois de septembre 2024 a contrasté ensuite avec 2023, puisqu'il n'y a pas eu d'épisodes chauds prolongés, mais un temps plus frais et humide. Cette météo a ainsi conditionné les actes d'achats en facilitant le démarrage de produits plus automnaux tels que la citrouille, les légumes à cuire ou l'oignon, et en limitant les opportunités d'achats des produits les plus météo-sensibles à la consommation (légumes crus ou pastèque par exemple). A noter, un recul transversal de l'ensemble des produits de la gamme et une offre de fruits d'été en retrait sur le mois (abricot, pêches et nectarines voire prunes), même si l'offre a été d'un bon niveau en poires d'été et correcte pour les premières variétés de pommes ou pour le raisin.

Le début d'automne a été globalement humide et maussade avec une pluviométrie de septembre qui a été excédentaire de près de 60 % par rapport à la moyenne 1991-2020 sur l'ensemble du territoire. Septembre 2024 a été le mois de septembre le plus arrosé depuis 25 ans (source Météo France).

1.2) Marché des fruits et légumes frais : résultats du panel Kantar WorldPanel sur l'ensemble des fruits et légumes frais (hors 4^e gamme)

a) Les achats de fruits et légumes frais (hors pommes de terre et 4^e gamme)

En août 2024, la taille de clientèle a connu un niveau au-dessus d'août 2023 (et de la moyenne août 2021, 2022 et 2023), puis est légèrement redescendue en septembre, en lien notamment avec la météo.

Au cours du troisième trimestre 2024, les achats de fruits et légumes frais par les ménages ont reculé de -1 % en volume, mais progressé de +3 % en valeur par rapport au troisième trimestre 2023. Le prix moyen payé à l'achat est le principal facteur faisant progresser à la hausse les achats valeur, suivis d'une légère progression de la pénétration. La fréquence d'achat et panier moyen (kg/acte) baissent légèrement vs T3 2023.

En cumul annuel mobile se terminant fin septembre 2024, les achats sont en légèrement hausse de +1%/2023 en valeur, mais en légère baisse en volume (-1%/2023). Le prix moyen payé à l'achat est autour de +2%/ 2023.

b) Les achats de pommes de terre par les ménages

Au cours du troisième trimestre 2024, les achats de pommes de terre (bio et non bio, pour une consommation à domicile) par les ménages ont reculé de -4,1 % en volume.

2) La filière fruits et légumes bio

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

a) Troisième trimestre 2024

Au cours du troisième trimestre 2024, les achats de fruits et légumes frais bio par les ménages ont progressé de +6 % en volume par rapport au troisième trimestre 2023 et de +9 % en valeur.

Le prix moyen payé à l'achat a progressé de 3 % par rapport au troisième trimestre 2023.

Au troisième trimestre 2024, la progression de la taille de clientèle par rapport à 2023 continue de tirer les achats volume vers le haut ainsi que le prix moyen payé à l'achat.

La plupart des circuits ont progressé en volume. Les EDMP (+48%/2023) et enseignes de proximité généralistes (+32%/2023) ont connu les hausses les plus importantes en volume. En revanche, le drive a baissé de -4 % et les magasins primeurs de -49 %, en lien notamment avec les fermetures prolongées en lien avec la période Jeux Olympiques et difficultés logistiques (à noter que le circuit des primeurs représente environ 2% de parts de marché valeur pour les fruits et légumes bio).

Au cours du troisième trimestre 2024, les achats en valeur de F&L bio ont été effectués principalement en magasins spécialisés bio (17,9%), en supermarchés (14,5%) et en vente directe – achats à la ferme (15,0%).

Au cours du troisième trimestre 2024, les fruits et légumes bio frais les plus vendus ont été la banane (18,1 % des volumes et 12,7 % de la valeur), la tomate (10,8 % et 12,5 % de la valeur), le melon (7,0 % et 5,9 %), la courgette (6,0 % et 4,5 %), la carotte (5,8 % et 4,0 %) et la pomme (5,1 % et 4,6 %).

Les ventes de tomate et de pomme ont reculé en volume, mais progressé en valeur par rapport au troisième trimestre 2023. En revanche, les ventes de melon, courgette et de carotte ont progressé à la fois en volume et en valeur.

Le citron est le produit dont les ventes en volume ont le plus progressé (+26 % vs troisième trimestre 2023), mais est dépassé par la salade pour l'augmentation en valeur (+23 %).

Les sexagénaires et septuagénaires et plus restent les consommateurs principaux de F&L bio en quantité achetée par ménage (en kg).

b) Cumul annuel mobile à fin septembre 2024

En cumul annuel mobile à fin septembre 2024, la baisse des achats s'établit à -2% en volume et il y a une stabilisation en valeur.

2.2) Conjoncture pommes de terre bio

a) Contexte de production 2024/2025

Dans un contexte de tension sur l'approvisionnement en plants et d'augmentation du prix des plants, les surfaces sont estimées stables à légèrement baissières en 2024¹. Les emblavements se sont étalés sur une longue période de mars à mai, en fonction des régions, à cause des conditions météorologiques perturbées. La récolte 2024 devrait se caractériser par des rendements faibles à moyens, et des volumes récoltés plutôt limités. Ceci s'explique par des conditions humides, avec pour conséquences la prolifération du mildiou, des récoltes tardives et compliquées (dégâts de limaces avant récolte voire au stockage, beaucoup de terre et un travail de séchage/triage en perspective). Les chiffres définitifs des surfaces, du rendement et de la production (en circuit long, sous contrat) seront disponibles d'ici la fin de l'année 2024².

En raison des conditions de récolte en 2024, il est parfois difficile pour les opérateurs d'éliminer toute la terre adhérente ayant séché sur les tubercules, notamment pour les pommes de terre non lavées. La quantité considérable de terre ramenée avec les tubercules lors du stockage complique davantage cette tâche.

b) Marché

Analyse du CNIPT

La production origine France est ultra-majoritaire dans l'offre de pomme de terre biologique en France (99,6% sur la campagne 2023/2024²). Par ailleurs, 20 % des lots sont proposés en vrac, contre 80 % en format préemballé². Il est également important de noter que le non-lavé représente 91 % des lots, contre 9 % pour le lavé².

Dans le contexte de présence de terre plus importante qu'à l'accoutumée, comme déjà mentionné ci-dessus, il s'agit d'un challenge important à relever pour l'ensemble des acteurs de la filière cette année, pour proposer un produit répondant aux exigences qualitatives. La demande, en ce début de campagne, est plutôt au rendez-vous, et les prix se maintiennent, dans un contexte d'offre limitée.

Alors que la consommation de pommes de terre en l'état, d'une manière générale, semble repartir en ce début de campagne 2024/2025, la demande en pommes de terre biologique est également au rendez-vous (en particulier dans les circuits spécialisés). Les volumes disponibles ne devraient pas être pléthoriques cette année et la campagne, si la demande se maintient, pourrait être plus courte que d'habitude. L'ensemble des maillons de la filière fait en sorte de proposer une qualité optimale de produits, malgré le contexte de production difficile de cette année.

Résultats du panel Kantar

Au cours du troisième trimestre 2024, d'après le panel Kantar Worldpanel, les achats de pommes de terre bio (pour une consommation à domicile) par les ménages ont reculé de -8,3 % en volume.

Le bio a représenté 3,4 % en volume des pommes de terre achetées au cours du troisième trimestre 2024. 5,6 % des ménages ont acheté des pommes de terre bio au cours du troisième trimestre 2024.

Le prix moyen des pommes de terre bio a augmenté de 5,0 % au cours du troisième trimestre 2024.

¹ Selon le panel AND/CNIPT relatif à la pomme de terre bio

² Selon les données du GIE CNIPT/INTERFEL

En cumul annuel mobile se terminant fin septembre 2024, les achats de pommes de terre bio par les ménages ont baissé de 9,4 %.

Le bio a représenté 1,2 % en volume des pommes de terre achetées au cours de cette période. 13,4 % des ménages ont acheté des pommes de terre bio au cours de cette période.

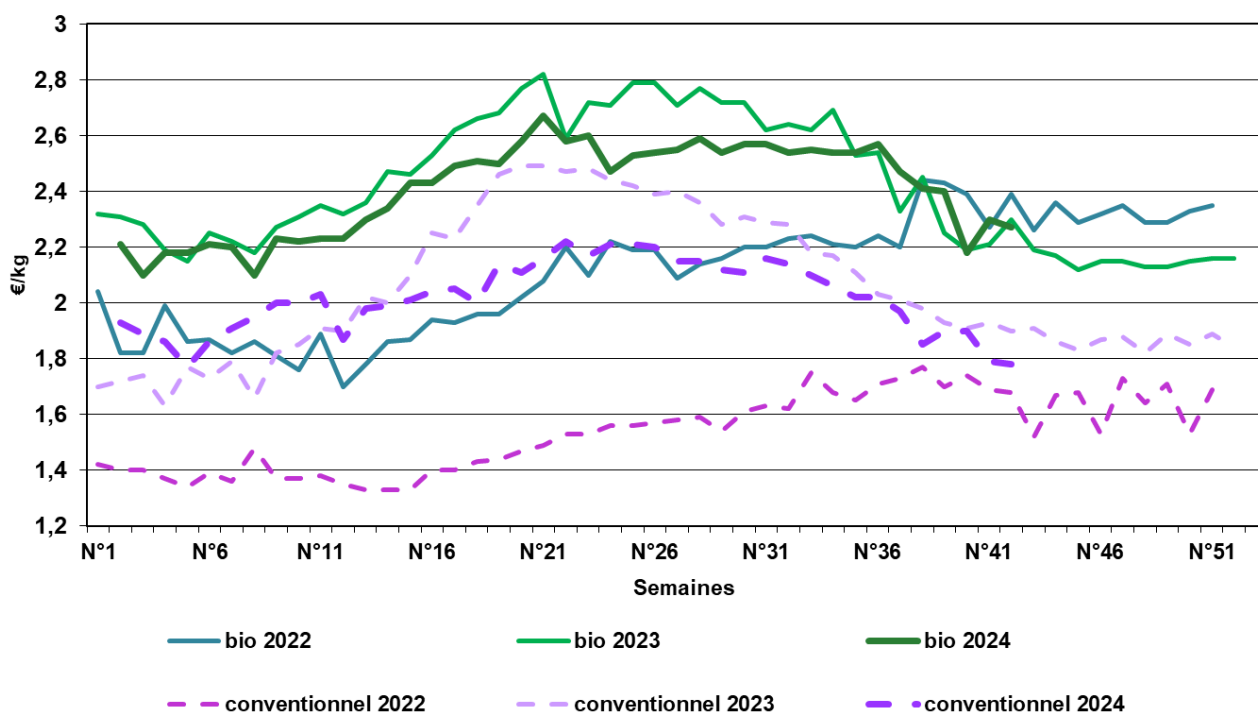
2.3) Prix

• Carottes lavées (origine France)

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des carottes lavées biologiques origine France en GMS s'est élevé à 2,41 €/kg, soit une baisse de 3,2 % par rapport à la même période de 2023 et de 0,4 % par rapport à la moyenne 2023.

L'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 39 centimes/kg au cours de cette période (19 % plus cher en bio).

Evolution du prix moyen de la carotte lavée (origine France) en GMS (en €/kg)



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

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des carottes lavées bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 2,82 €/kg, soit en hausse de 4,4 % par rapport à la même période de 2023 et de 6,0 % par rapport à la moyenne 2023.

Laitues feuille de chêne blonde (origine France)

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen de la salade feuille de chêne blonde bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 1,48 €/kg, soit en hausse de 2,8 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 1,4 % par rapport à la moyenne 2023.

Pommes de terre (origine France)

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes de terre biologiques origine France en GMS¹ s'est élevé à 2,32 €/kg, soit une hausse de 8,4 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 6,9 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes de terre de conservation bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 2,43 €/kg, soit en hausse de 12,5 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et par rapport à la moyenne 2023.

• Pommes Golden (origine France)

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix des pommes Golden bio françaises vendues par 4² en GMS s'est élevé à 2,69 €/kg, soit une baisse de 4,3 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 3,9 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes Golden bio françaises en magasins spécialisés a été de 3,43 €/kg, soit supérieur de 6,2 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 6,5 % à la moyenne 2023.

• Pommes bicolores (origine France)

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix des pommes bicolores bio françaises vendues par 4 en GMS s'est élevé à 2,64 €/kg, soit un recul de 6,4 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023.

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des pommes bicolores françaises bio en magasins spécialisés a été de 3,36 €/kg, soit en hausse de 8,4 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 9,4 % par rapport à la moyenne 2023.

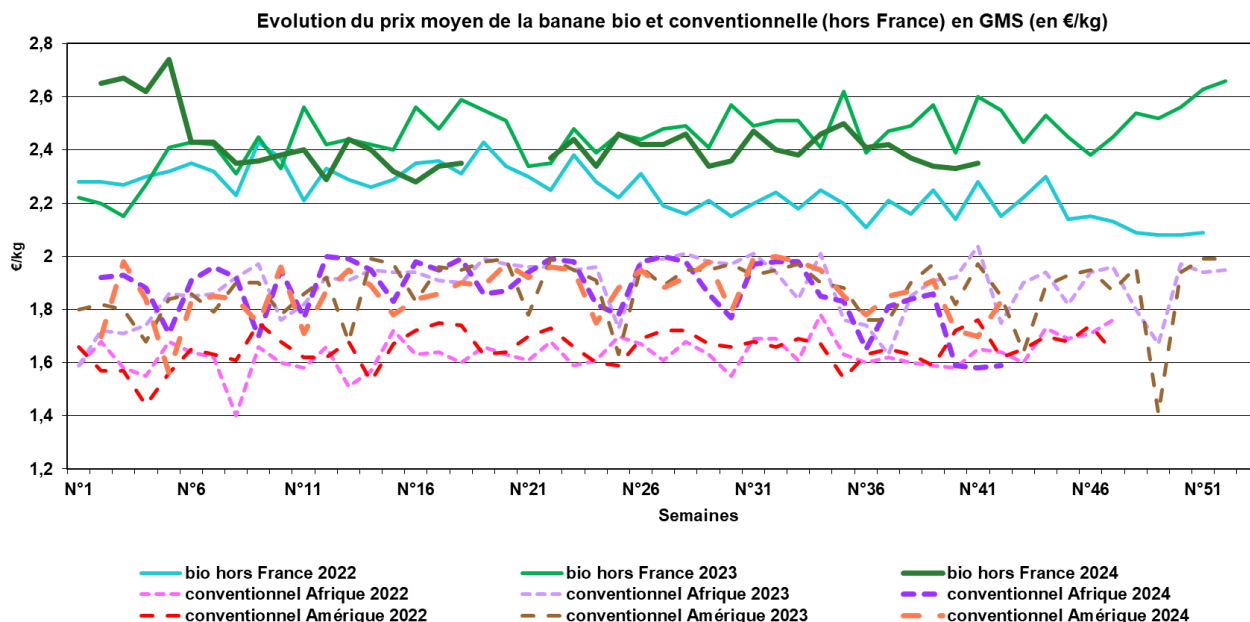
• Bananes (import)

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des bananes bio en GMS a été de 2,42 €/kg, soit en baisse de 0,8 % par rapport à la moyenne sur la même période de 2023 et de 1,6 % par rapport à la moyenne 2023.

Au cours des 42 premières semaines de 2024, l'écart moyen entre la banane bio import et la banane conventionnelle d'Afrique a été de 55 centimes/kg (29 % 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 56 centimes/kg (30 % plus cher en bio).

¹ 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.

² La comparaison avec le conventionnel n'est pas possible.



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

Au cours des 42 premières semaines de 2024, le prix moyen des bananes bio importées en magasins spécialisés a été de 2,14 €/kg. Il était supérieur de 0,5 % à la moyenne sur la même période de 2023 et à la moyenne 2023.

Sources :

Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Agreste, CNIPT, FranceAgriMer, Kantar Worldpanel/Interfel et Panel AND/CNIPT relatif à la pomme de terre bio – octobre/novembre 2024

1) La filière viticole sur un plan général

1.1) La production

D'après les estimations d'Agreste au 1^{er} novembre 2024, la production viticole 2024 est estimée à 37 millions d'hectolitres, soit une baisse de 23 % par rapport à 2023 et de 17 % par rapport à la moyenne 2019-2023.

Cette baisse est due aux conditions météorologiques défavorables qui ont impacté tous les bassins viticoles.

1.2) Les ventes de vins tranquilles en GMS : résultats du panel Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de vins tranquilles en GMS ont reculé de 5,1 % en volume et de 3,8 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Les supermarchés ont représenté 37 % en volume et 38 % en valeur des ventes de vins tranquilles en GMS au cours des trois premiers trimestres de 2024.

Que ce soit en volume ou en valeur, les ventes n'ont progressé qu'en en drive.

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

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de mousseux et de champagne en GMS ont globalement reculé de 3,5 % en volume et de 3,7 % en valeur par rapport à la même période de 2023. Les ventes ont évalué différemment suivant la catégorie :

- champagnes : -14,8 % en volume et -9,1 % en valeur,
- vins effervescents : -1,7 % en volume et +0,5 % en valeur.

2) La filière viticole bio

2.1) Les ventes de vins tranquilles bio en GMS : résultats du panel Circana

a) Analyses générales

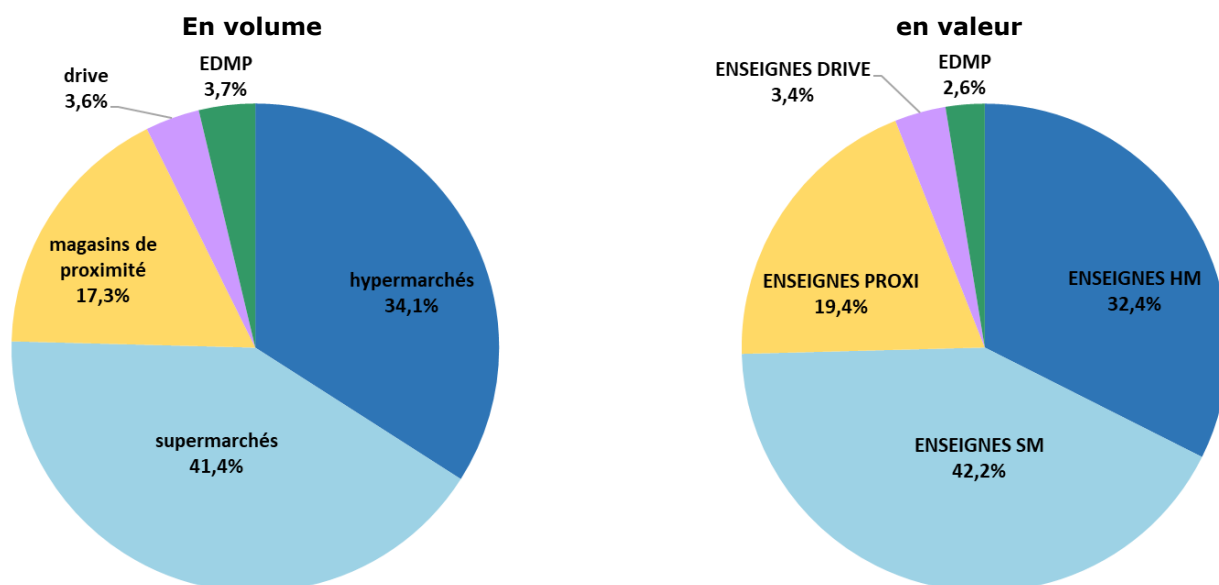
Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de vins tranquilles bio en GMS ont globalement reculé de 10,3 % en volume et de 9,3 % en valeur par rapport à la même période de 2023.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, la part de bio dans les ventes de vins tranquilles en GMS s'est élevée à 3,4 % en volume et 5,4 % en valeur. La part de marché bio en valeur recommence à progresser depuis le deuxième trimestre 2024. Elle a atteint 5,7 % au troisième trimestre. Même phénomène pour la part de marché en volume qui s'est élevée à 3,6 % au troisième trimestre 2024.

b) Analyse par sous-circuit

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les supermarchés ont représenté 41 % des ventes de vins tranquilles bio en GMS en volume et 42 % en valeur.

Répartition des ventes de vins tranquilles bio en GMS au cours des trois premiers trimestres de 2024



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

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

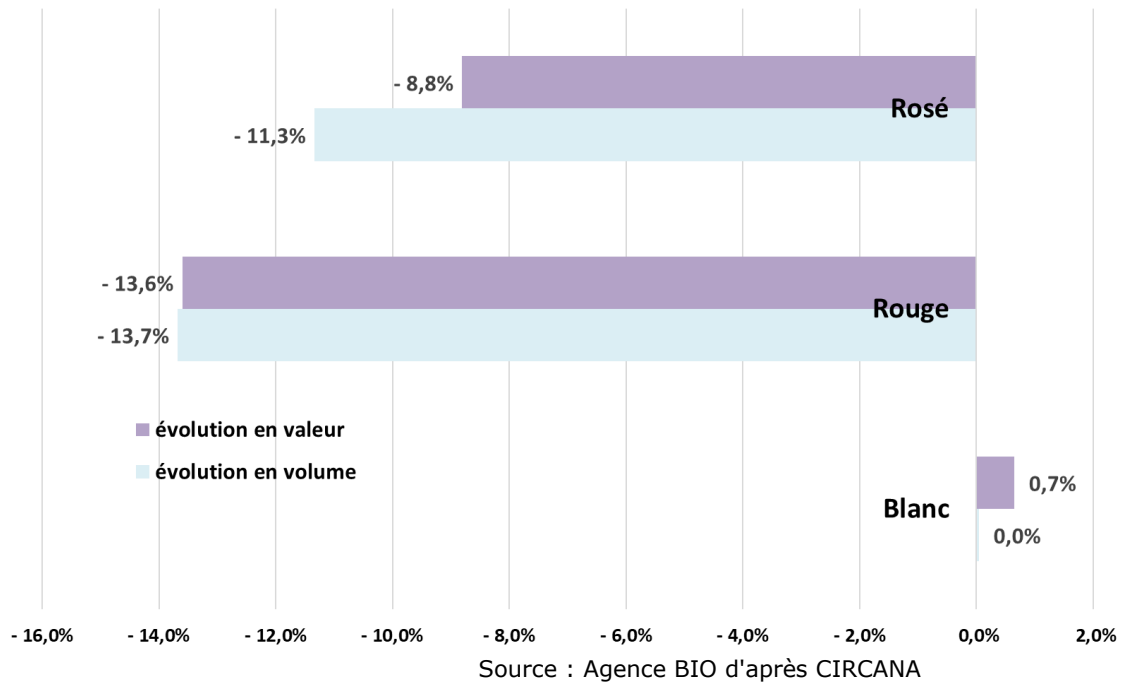
	Evolution au cours des 3 premiers trimestres de 2024 vs de la même période de 2023	
	En volume	En valeur
Supermarchés	-7,6%	-5,8%
Hypermarchés	-9,1%	-7,1%
Magasins de proximité	-6,5%	-4,8%
Drive	-15,6%	-12,7%
EDMP	-43,2%	-58,4%

c) Analyse par couleur

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les vins rouges ont représenté 45 % des ventes de vins tranquilles bio en GMS en volume, comme en valeur.

Les ventes de vins bio rosés et rouges ont reculé au cours des trois premiers trimestres de 2024, tandis que celles de vins blanc sont restées stables en volume et ont légèrement progressé en valeur.

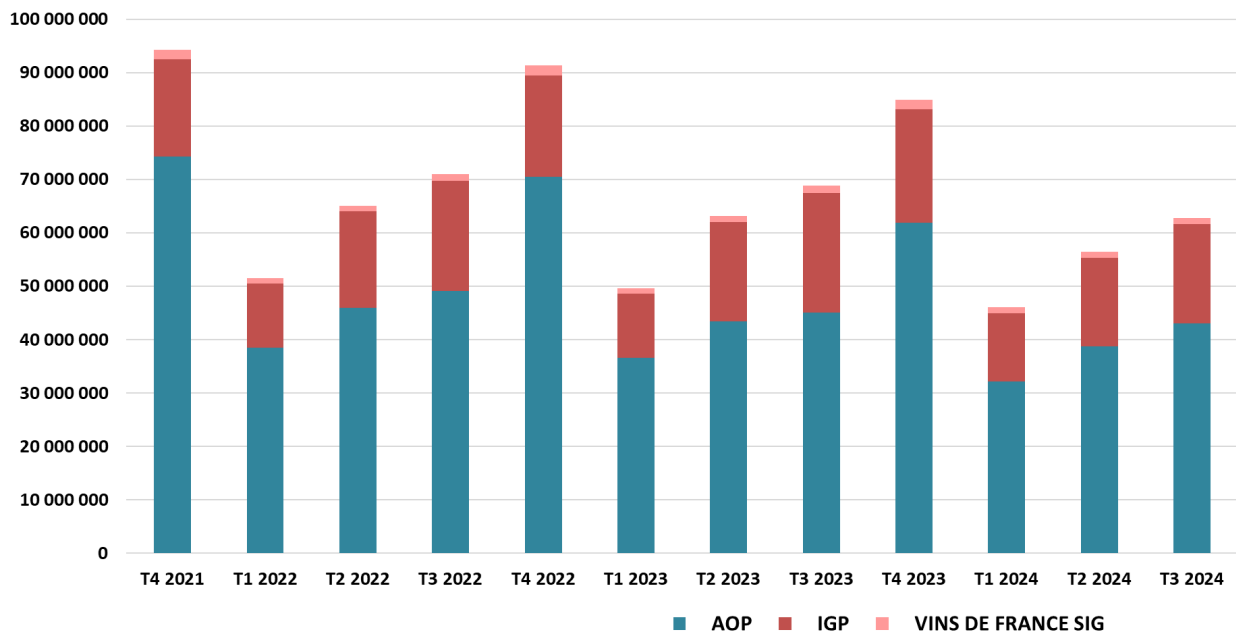
Evolution des ventes de vins bio en GMS par couleur au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023



d) Analyse des ventes de vins bio français

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les vins français ont représenté 91,1 % en volume et 95,1 % en valeur des ventes de vins tranquilles bio en GMS. Les ventes de vins tranquilles bio français ont reculé de 9,7 % en volume et de 9,0 % en valeur, tandis que celles des vins bio étrangers ont baissé de 15,7 % en volume et de 13,1 % en valeur.

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



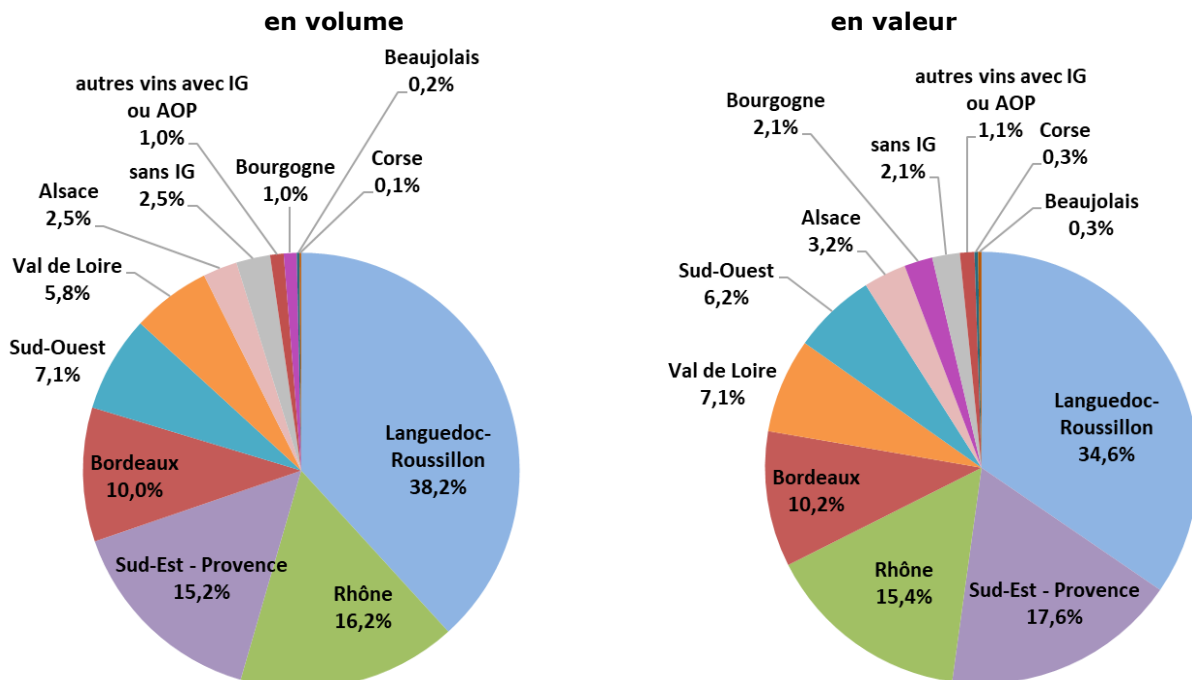
Les vins sans IG ont représenté 2,5 % des volumes de vins tranquilles bio français vendus en GMS au trois premiers trimestres de 2024 et 2,1 % en valeur. Leurs ventes ont reculé de 9,3 % en volume et de 5,4 % en valeur au cours de cette période.

Au cours des trois premiers trimestres de 2023, les vins sous AOP ont représenté 64,0 % en volume des ventes de vins bio français en GMS et 69,0 % en valeur.

Au cours des 3 premiers trimestres de 2024, les ventes de vins bio sous AOP ont reculé de 7,8 % en volume en GMS et de 8,8 % en valeur.

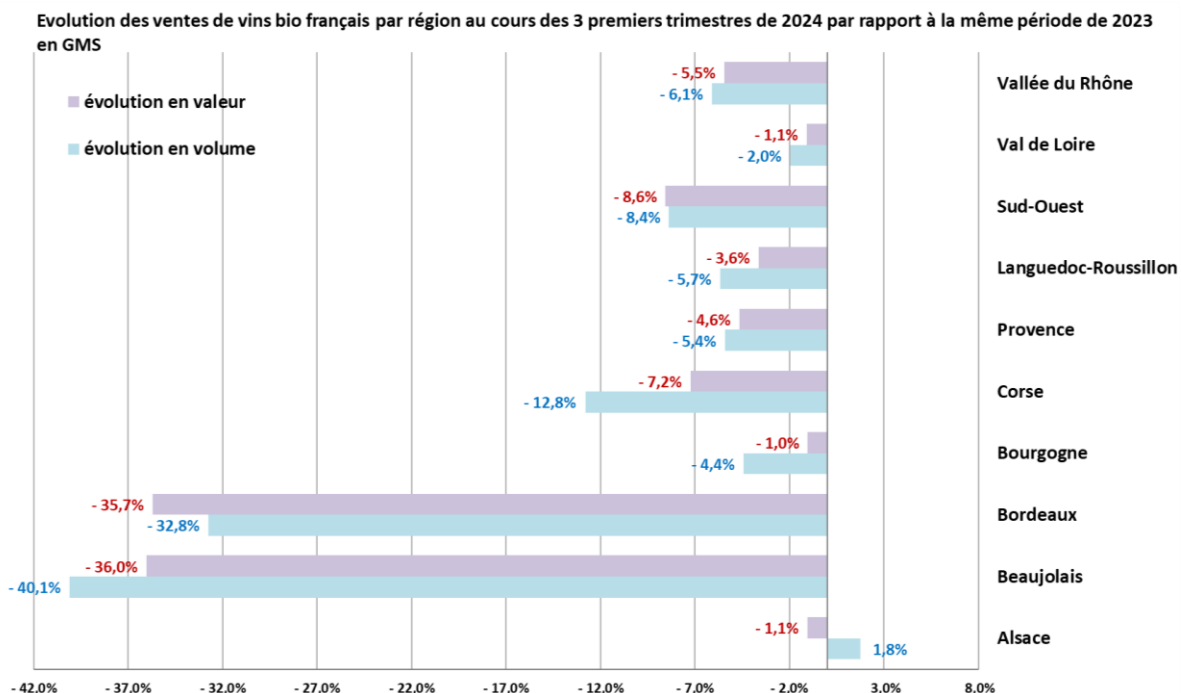
Les 4 principales régions, Languedoc-Roussillon, Sud-Est-Provence, Rhône et Bordeaux ont représenté 80 % des volumes de vins tranquilles bio français vendus en GMS au cours des trois premiers trimestres de 2024 et 78 % en valeur.

Répartition des ventes de vins tranquilles bio français vendus en GMS (hors EDMP) au cours des trois premiers trimestres de 2024



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Les ventes de vins bio de toutes les régions viticoles ont reculé au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023, à l'exception de l'Alsace pour laquelle elles ont progressé en valeur.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

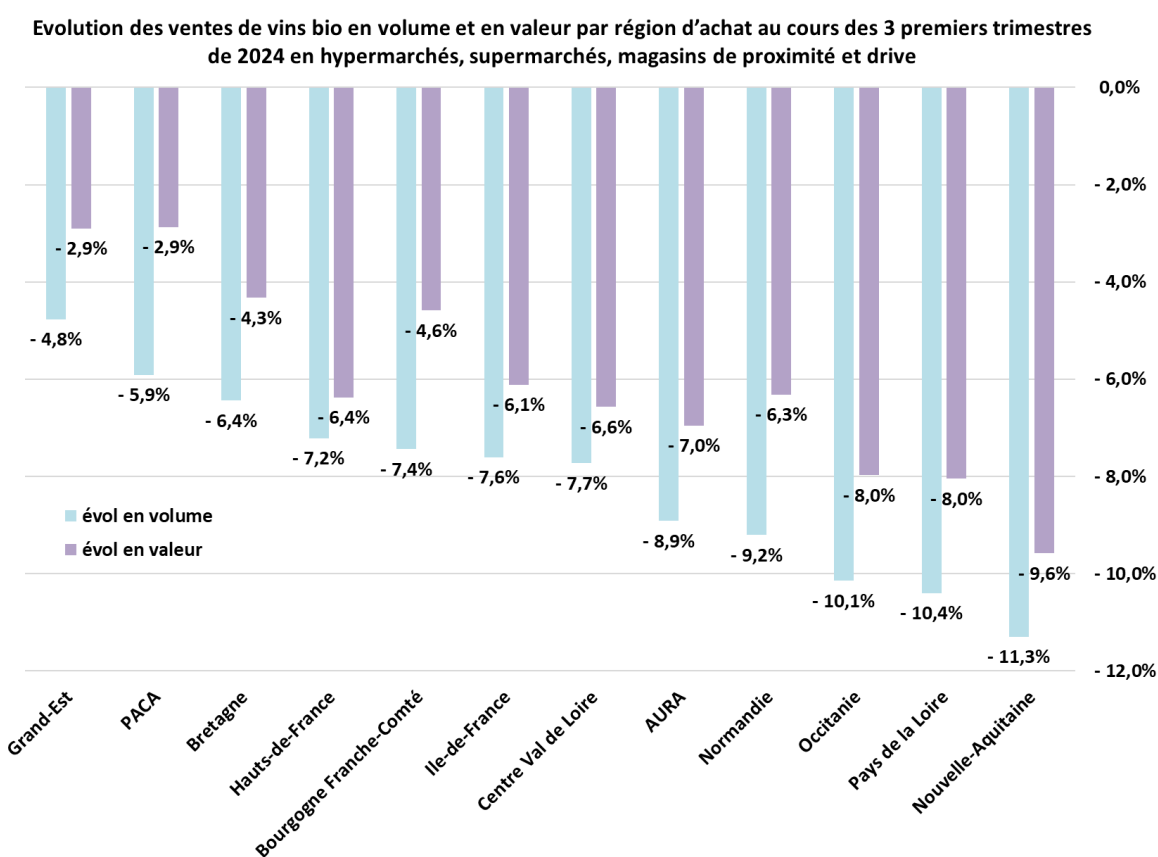
e) Analyse des ventes par type de marque

Au cours des 3 premiers trimestres de 2024, les châteaux et domaines ont représenté 16,1 % des ventes de vins bio en GMS en volume et 21,9 % en valeur. Les ventes de vins bio de châteaux et domaines ont reculé de 12,0 % en volume et de 9,4% en valeur par rapport aux 3 premiers trimestres de 2023.

Au cours de cette période, les vins bio sous MDD ont représenté 27,7 % des ventes de vins bio en GMS en volume et 23,2 % en valeur. Les ventes de vins bio sous MDD ont reculé de 14,9 % en volume et de 18,5 % en valeur par rapport aux 3 premiers trimestres de 2023.

f) Analyse des ventes de vins bio par région

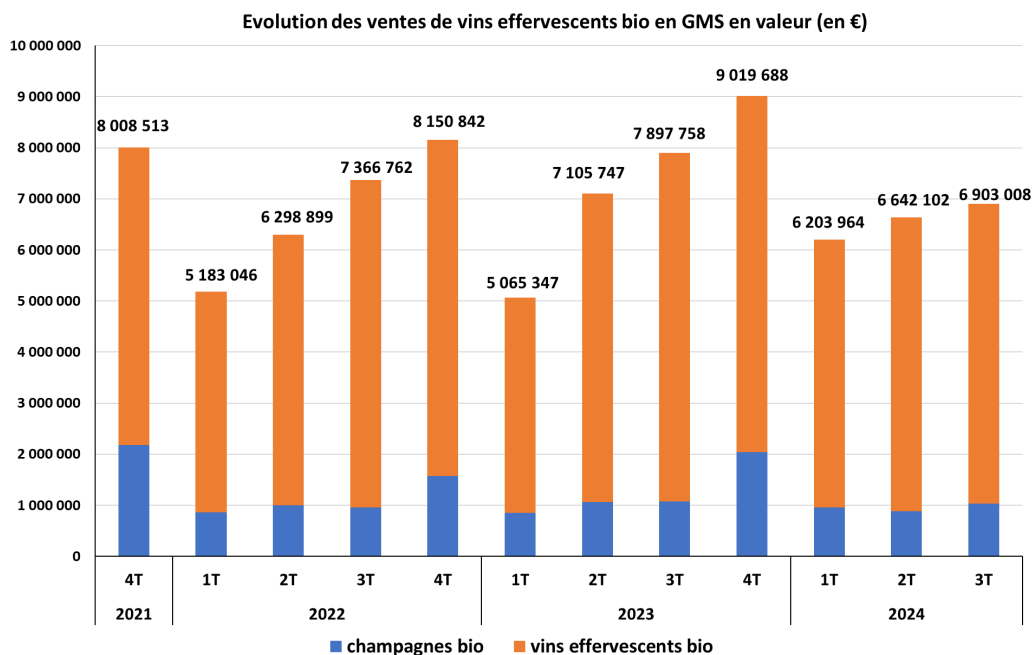
La Nouvelle-Aquitaine est la région dans laquelle le recul des ventes de vins bio en GMS (hors EDMP) a été le plus important en pourcentage avec -11,3 % en volume et -9,6 % en valeur.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

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

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de vins effervescents et de champagnes bio en GMS ont globalement progressé de 1,3 % en volume, mais reculé de 1,6 % en valeur par rapport à la même période de 2023.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Que ce soit en volume ou en valeur, les ventes de vins effervescents et de champagne bio ont globalement reculé en hypermarchés et EDMP au trois premiers trimestres de 2024, mais progressé en supermarchés, en magasins de proximité et drive.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de champagnes bio ont reculé de 9,2 % en volume et de 3,7 % en valeur. En volume, les ventes n'ont progressé dans aucun sous-circuit de la GMS. En valeur, elles ont progressé seulement en supermarchés et en magasins de proximité.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de vins effervescents bio ont progressé de 1,8 % en volume, mais reculé de 1,2 % en valeur. Qu'il s'agisse du volume ou de la valeur, les ventes bio ont progressé en supermarchés, magasins de proximité et drive, mais ont baissé en hypermarchés et en EDMP.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les supermarchés sont restés le premier sous-circuit de commercialisation des vins effervescents et champagnes bio, avec 45,9 % en volume et 46,1 % en valeur.

Au trois premiers trimestres de 2024, les champagnes bio n'ont représenté que 3,7 % des ventes en volume de vins effervescents bio dans la grande distribution. En valeur, leur part a été de 14,5 %.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, le bio a représenté 1,9 % 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 – novembre 2024

Evolution du marché français

1) Contexte

1.1) Inflation

Evolution de l'inflation alimentaire sur un an (ex : mars 2024 vs mars 2023) :

	Mars 2024	Avril 2024	Mai 2024	Juin 2024	Juillet 2024	Août 2024	Septembre 2024	Octobre 2024
Inflation alimentaire	1,7%	1,2%	1,3%	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%

Source : INSEE

1.2) Consommateurs

Selon un sondage d'OpinionWay pour Greenweez¹, la lutte contre le gaspillage alimentaire est une priorité pour 9 Français sur 10. Les raisons qui poussent les Français à jeter de la nourriture révèlent des habitudes de consommation à améliorer. 48 % des Français jettent leurs produits alimentaires parce qu'ils sont périmés. Par ailleurs, 31 % des Français évoquent des problèmes de conservation des aliments, comme une mauvaise utilisation du réfrigérateur ou des emballages inadaptés.

Carrefour constate depuis septembre une amélioration du comportement d'achat en Europe, et notamment en France. D'après le groupe, le caddie des Français a commencé à se remplir avec des produits qui ne sont pas les moins chers, comme les produits bio et ceux de grandes marques.

Selon la FCD, si le pouvoir d'achat des ménages progresse globalement en 2024, les pressions continuent de s'exercer sur les catégories les plus modestes et les arbitrages de consommation se poursuivent. Quelques signes d'amélioration sont certes perceptibles sur les volumes, mais pas de franc redémarrage en vue. Difficile de prévoir la manière dont les Français vont aborder les fêtes de fin d'année, période pourtant propice à la consommation.

D'après le Baromètre de la transition alimentaire², le prix reste le principal critère d'achat au moment des courses alimentaires pour 68 % des personnes interrogées (-1 point vs 2022, mais +6 points vs 2021), devant la qualité gustative (43 %) et la composition (38 %). Pour 77 % des personnes interrogées, le prix est le principal frein à la consommation responsable. Malgré tout, 91 % des Français interrogés déclarent acheter des produits "responsables" au moins une fois par mois (+2 points vs 2022) et 70 % au moins une fois par semaine (+4 points vs 2022). Parmi les catégories de "produits responsables", les produits made in France arrivent en tête (81% des Français en achètent au moins une fois par mois), avant les produits locaux/régionaux (70%).

¹ Sondage réalisé en octobre 2024

² Max Havelaar/OpinionWay, novembre 2024

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

2.1) Les ventes de produits à poids fixe¹ : résultats du panel Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de produits à poids fixe en GMS ont globalement augmenté de 0,4 % en valeur par rapport à la même période de 2023 (pour les produits non bio et bio) avec +1,8 % au premier trimestre, -0,6 % au deuxième et -0,1 % au troisième.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, l'évolution n'a été positive que pour les produits d'épicerie :

- +2,2 % pour les produits d'épicerie,
- -1,8 % pour les liquides,
- -0,1 % pour les produits frais en libre-service.

La fragmentation des achats et la météo défavorable (surtout en juin) ont participé aux mauvaises performances en volume des PGC FLS au cours des trois premiers trimestres de 2024.

3) Les produits bio en GMS

3.1) Les Ventes de produits bio à poids fixe¹ en GMS : résultats du panel Circana

a) Analyses générales

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de produits bio à poids fixe en GMS² ont globalement reculé de 4,2 % en valeur par rapport à la même période de 2023, tandis que les ventes de produits non bio ont progressé de 0,6 %³.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, l'évolution des ventes bio a été négative pour les trois catégories de produits :

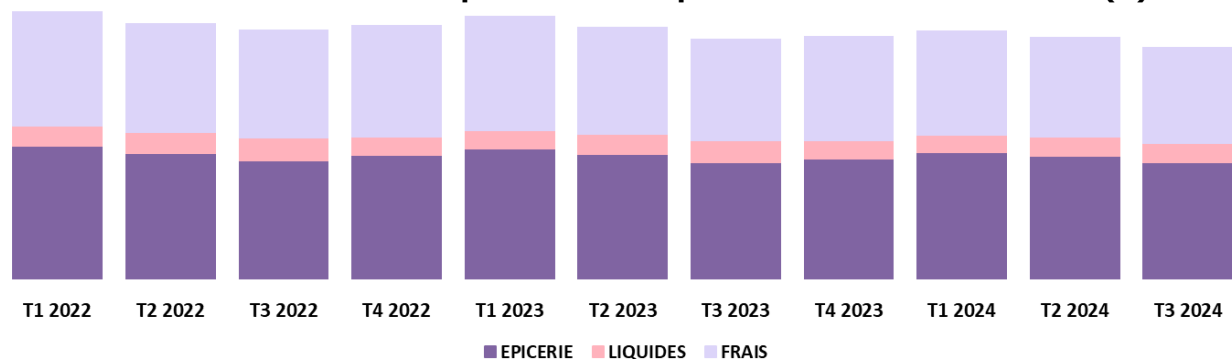
	Evolution T1 2024 vs T1 2023	Evolution T2 2024 vs T2 2023	Evolution T3 2024 vs T3 2023	Evolution 3 premiers trimestres 2024 vs 3 premiers trimestres 2023
Produits d'épicerie	-3,1%	-1,0%	-0,6%	-1,6%
Liquides	-4,7%	-8,8%	-9,3%	-7,7%
Produits frais libre-service	-7,8%	-6,4%	-5,5%	-6,6%
Total	-5,2%	-3,9%	-3,5%	-4,2%

¹ Hors vins tranquilles

² Hors livraisons à domicile

³ Epicerie : +2,4 %, liquides : -1,7 % et frais : +0,2 %

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



Source : CIRCANA

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les produits bio ont représenté 4,3% des ventes de produits à poids fixe en GMS, contre 4,5 % au cours de la même période de 2023.

Part de marché bio en valeur par catégorie de produits :

	T1 2023	T2 2023	T3 2023	3 pr trimestres de 2023	T1 2024	T2 2024	T3 2024	3 pr trimestres de 2024
Epicerie	6,7%	6,4%	6,1%	6,4%	6,3%	6,2%	6,0%	6,2%
Liquides	2,0%	1,8%	1,8%	1,9%	1,9%	1,7%	1,7%	1,8%
Produits frais libre-service	4,5%	4,2%	3,9%	4,2%	4,1%	3,9%	3,7%	3,9%
Total	4,9%	4,5%	4,2%	4,5%	4,5%	4,3%	4,1%	4,3%

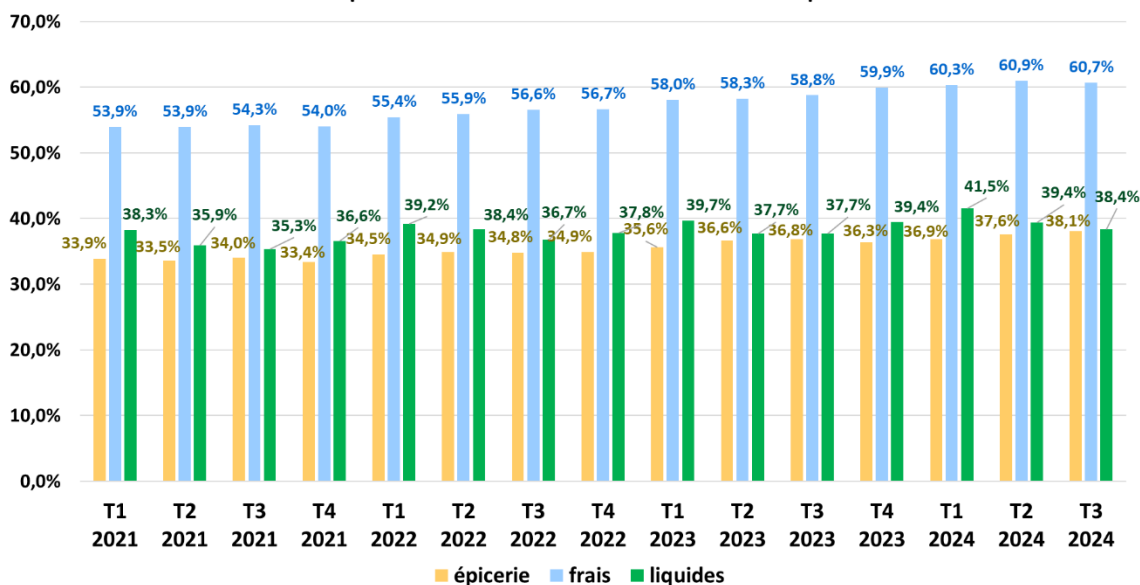
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

b) Analyse par type de marque

Entre le troisième trimestre 2023 et le troisième trimestre 2024, il y a eu une croissance de la part des marques de distributeurs dans les ventes en valeur de produits frais bio, d'épicerie bio et de boissons 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 : 60,7 % au troisième trimestre 2024 et 60,6 % pour les 3 premiers trimestres de 2024.

Evolution de la part des MDD dans les ventes en valeur de produits bio en GMS



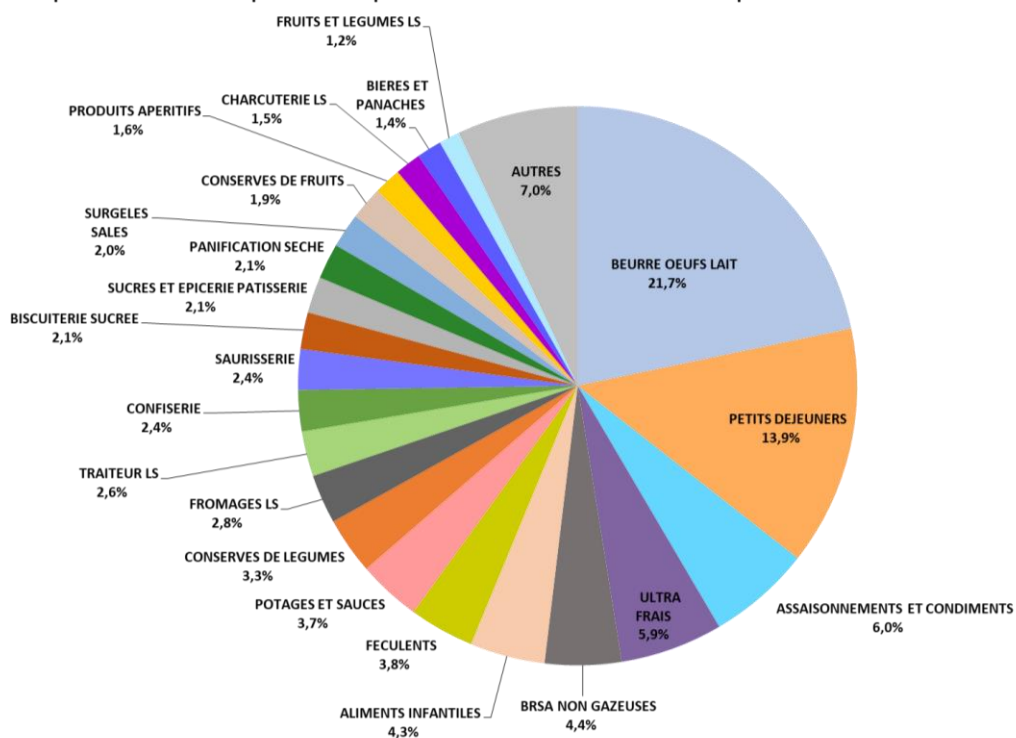
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

S'agissant des produits non bio, la part de MDD s'élevait à 47,2 % pour les produits frais au cours des trois premiers trimestres de 2024, 32,2 % pour l'épicerie et 18,1 % pour les liquides.

c) Analyses par catégorie de produits

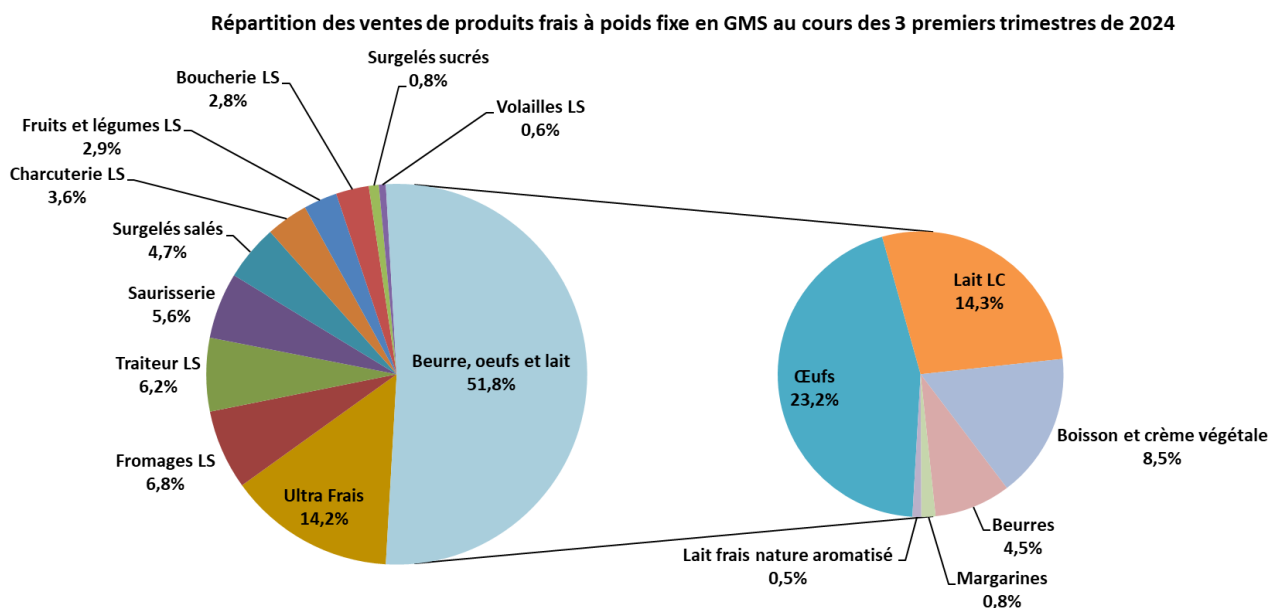
Au cours des trois premiers trimestres de 2024, "Beurre, œufs et lait" restait la première catégorie de produits bio à poids fixe vendue en GMS, avec 21,7 % des ventes en valeur, devant les petits déjeuners (13,9 %).

Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en GMS en valeur au cours des 3 premiers trimestres de 2024



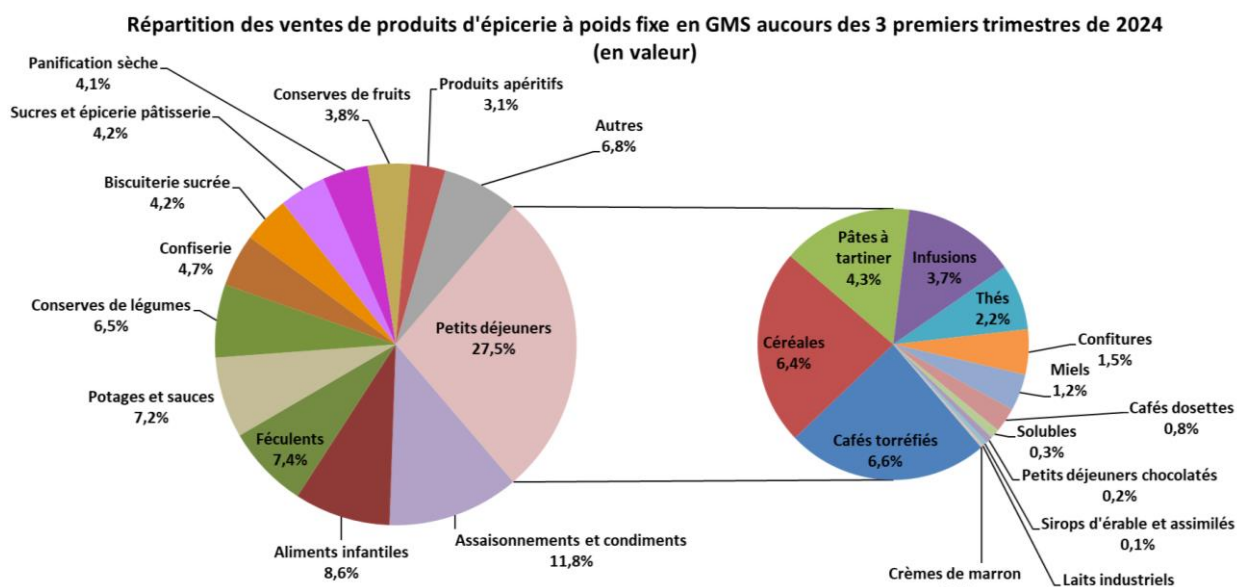
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de "Beurre, œufs et lait" représentaient 51,8 % des ventes de produits frais bio. Les œufs étaient la première famille de cette catégorie.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes de produits de petits déjeuners ont représenté 27,5 % 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.

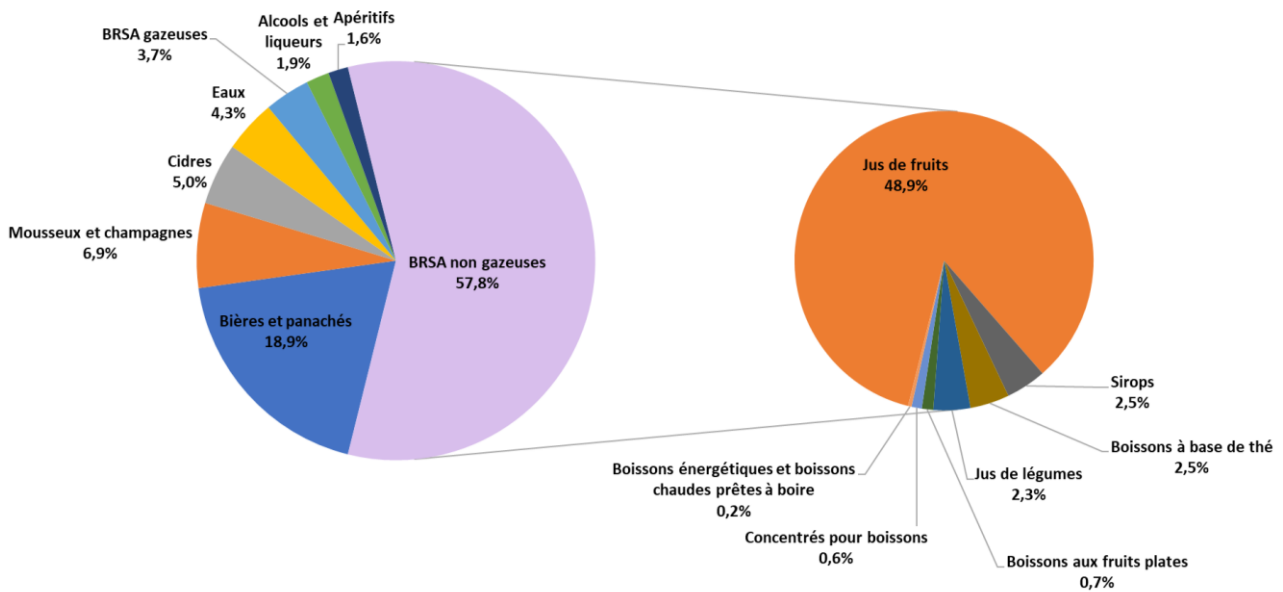


Source : Agence BIO d'après Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les BRSA¹ non gazeuses ont représenté 57,8 % des ventes de boissons bio (hors vins tranquilles) en GMS en valeur. Il s'agissait principalement de jus de fruits.

¹ Boissons rafraîchissantes sans alcool

Répartition des ventes de boissons bio (hors vins tranquilles) en GMS au cours des 3 premiers trimestres de 2024 (en valeur)



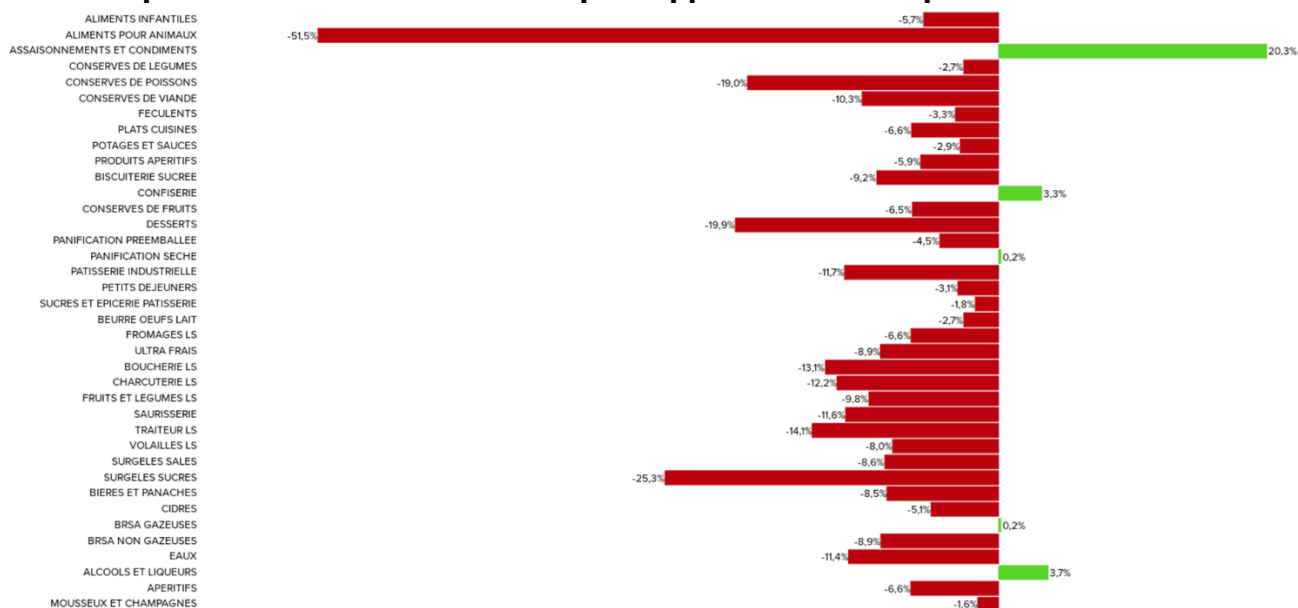
Source : Agence BIO d'après Circana

Dans le secteur des produits frais en libre-service (poids fixe), aucune famille de produits bio n'a vu ses ventes progresser au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Les surgelés sucrés constituent la famille dont les ventes ont le plus reculé en pourcentage avec : -25,3 %. La famille "Beurre, œufs et lait" est celle dont les ventes ont le plus baissé en valeur absolue (-22,2 millions €), devant l'ultra frais (- 21,9 millions €).

Les ventes de produits d'épicerie sucrée (53 % des ventes de produits d'épicerie) ont reculé de 3,5 % au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023 , tandis que celles de l'épicerie salée ont progressé de 0,6 %. Les aliments pour animaux sont la famille dont les ventes bio ont le plus reculé en pourcentage au cours des trois premiers trimestres de 2024 avec -51,5 %, tandis que les petits déjeuners sont la famille qui a le plus baissé en valeur absolue (- 16,6 millions €). Les assaisonnements et condiments sont la famille qui a le plus progressé (+20,3 %, soit +37 millions €). Seules deux autres familles ont progressé : la confiserie et la panification sèche (faible hausse pour cette dernière).

Dans le secteur des boissons, seules deux catégories ont progressé par rapport à la même période de 2023 : les alcools et liqueurs (195 milliers €, soit +3,7 %) et les BRSA gazeuses (+16 milliers €, soit +0,2 %). Les eaux sont la famille qui a le plus reculé (- 1,6 millions €, soit -11,4 %).

Evolution des ventes de produits bio en GMS en valeur par catégorie au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023

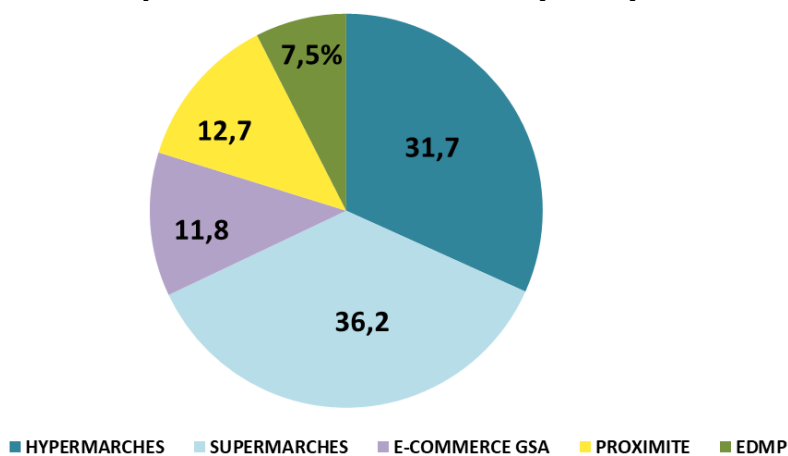


Source : CIRCANA

d) Analyses par sous-circuit

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les supermarchés ont représenté 36,2 % des ventes de produits bio à poids fixe dans la grande distribution.

Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en valeur en GMS au cours des 3 premiers trimestres 2024 (en %)



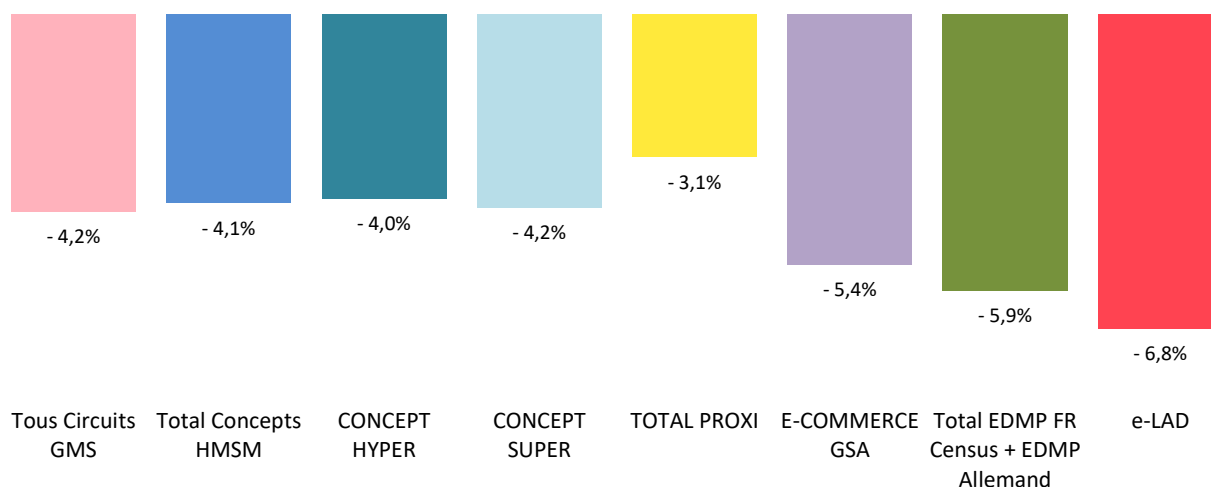
Source : Circana

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, les ventes bio ont reculé dans tous les sous-circuits de la grande distribution :

	Evol T1 2024 vs T1 2023	Evol T2 2024 vs T2 2023	Evol T3 2024 vs T3 2023	Evol 3T de 2024 vs 3T de 2023
Supermarchés	-5,3%	-3,8%	-3,3%	-4,2%
Hypermarchés	-4,4%	-3,9%	-3,5%	-4,0%
Magasins de proximité	-5,6%	-2,0%	-1,4%	-3,1%
EDMP	-2,9%	-6,9%	-8,4%	-5,9%
Drive	-8,5%	-4,0%	-2,9%	-5,4%
E-LAD	-6,5%	-3,1%	-11,6%	-6,8%

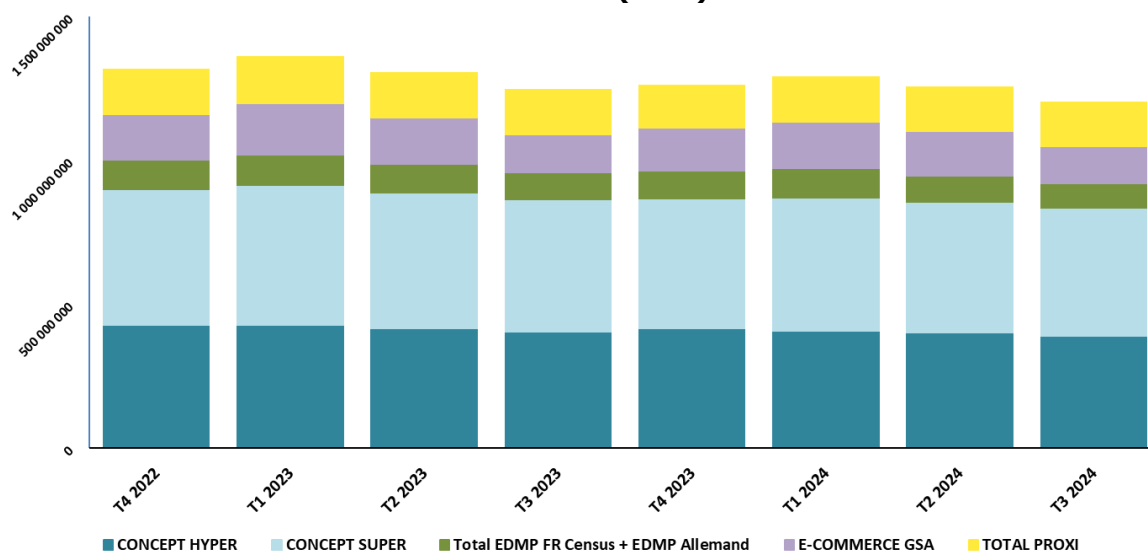
Au troisième trimestre, la situation s'est améliorée en supermarchés, en hypermarchés, en magasins de proximité et en drive, avec des reculs des ventes plus faibles qu'aux deux premiers trimestres. En revanche, elle s'est aggravée pour l'EDMP et la livraison à domicile.

Evolution des ventes de produits alimentaires bio en valeur par sous-circuit au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023



NB : Tous circuits GMS ne comprend pas la livraison à domicile (e-LAD) en raison de recoupements avec le drive.

Evolution des ventes de produits bio à poids fixe en GMS par sous-circuit et par trimestre (en €)

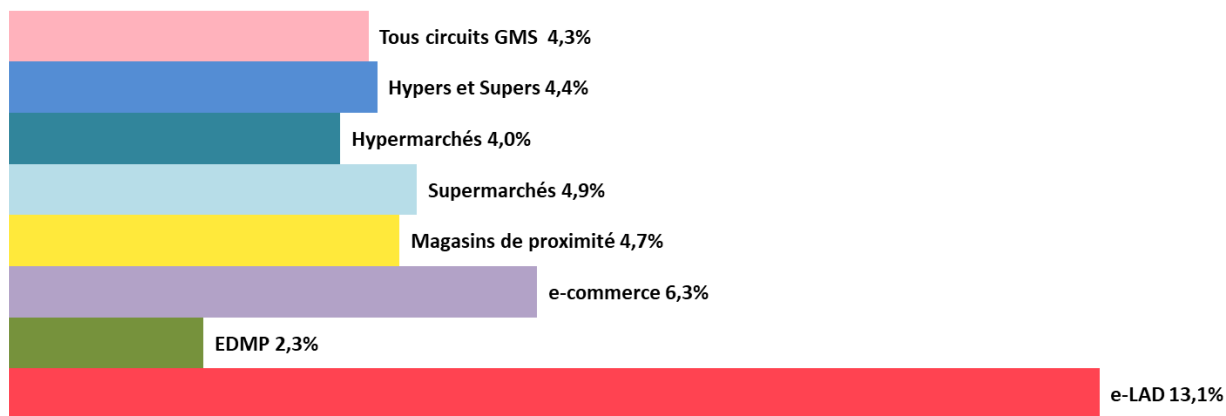


Source : Circana

Les ventes des trois catégories de produits, épicerie, frais et liquides, ont toutes reculé dans tous les sous-circuits de la GMS au cours des trois premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

C'est pour la livraison à domicile que la part de marché en valeur des produits bio à poids fixe restait la plus importante au cours des trois premiers trimestres de 2024.

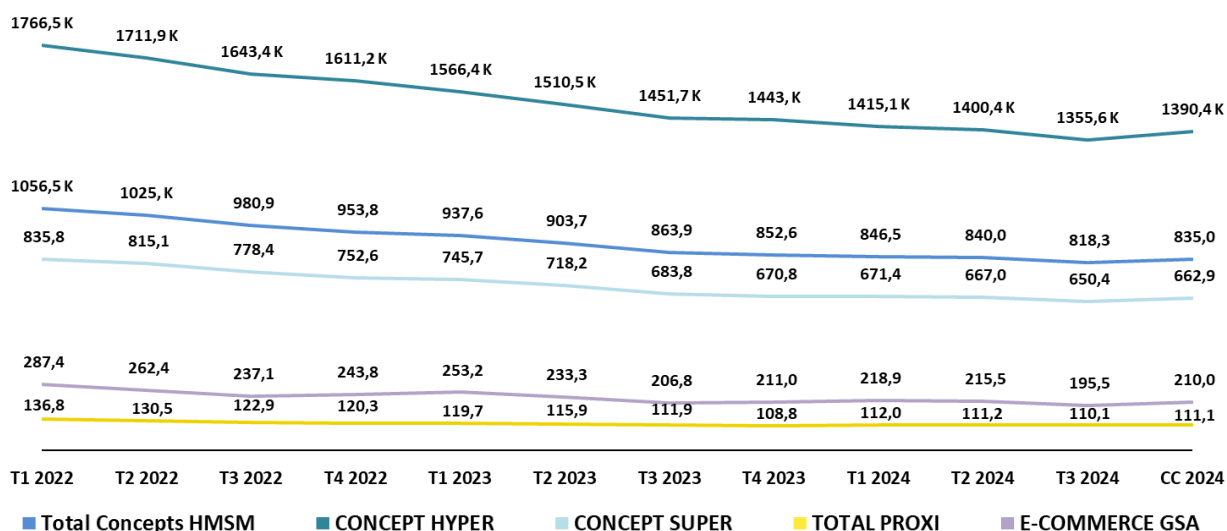
Part du bio en valeur par sous-circuit dans les ventes de produits alimentaires à poids fixe (hors vins tranquilles) au cours des 3 premiers trimestres 2024



Source : Circana

Entre le 3^e trimestre 2023 et le 3^e trimestre 2024, les hypermarchés sont le sous-circuit qui a connu la plus forte baisse de références bio (EAN bio hebdomadaires par magasin), avec une baisse de 6,6 % (également la baisse la plus forte en valeur absolue).

Evolution du nombre d'EAN bio hebdomadaires par magasin par sous-circuit de la GMS

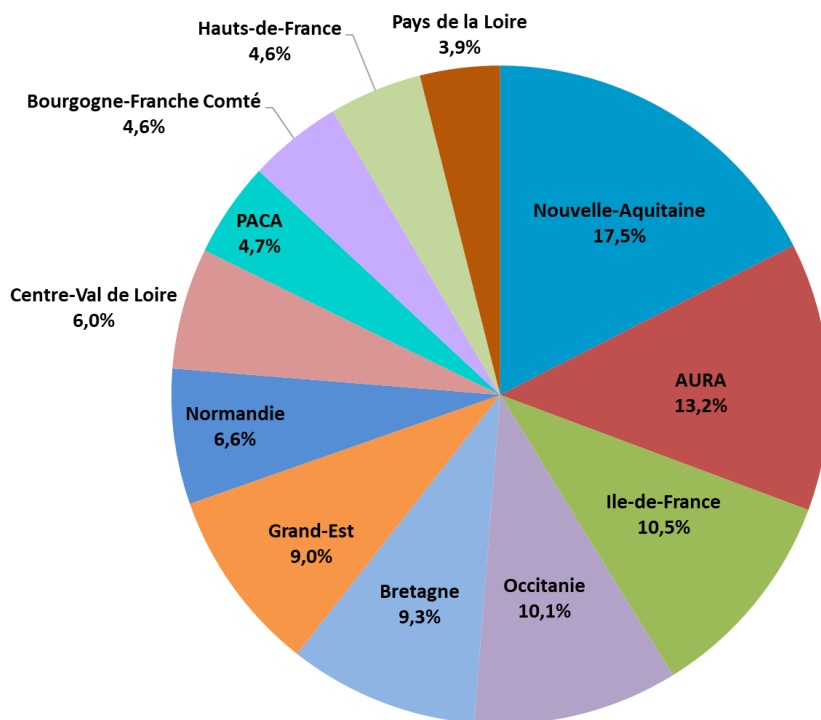


Source : Circana

e) Analyses par région

Quatre régions ont représenté plus de la moitié des ventes hexagonales en valeur de produits bio à poids fixe en GMS (hors EDMP) au cours des 3 premiers trimestres de 2024 : Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône Alpes, Ile-de-France et Occitanie.

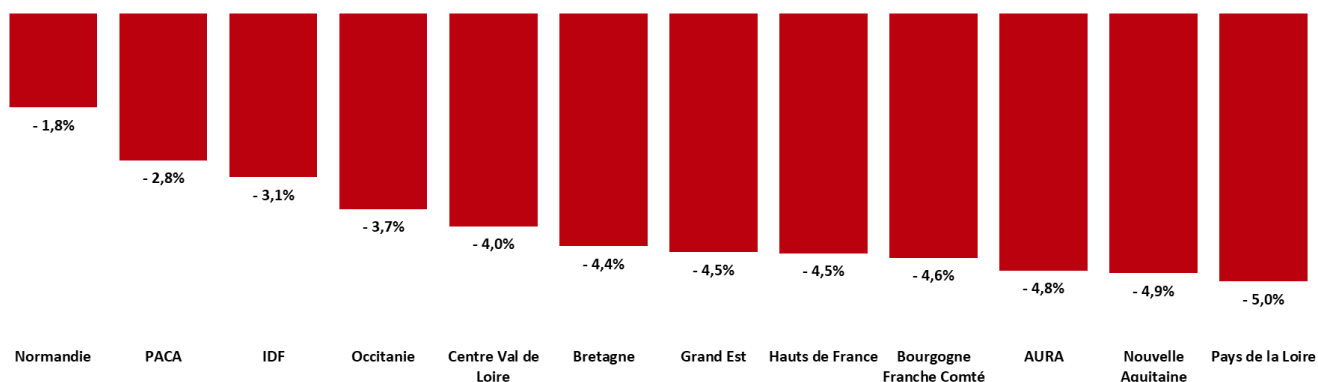
Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en GMS (hors EDMP) en valeur au cours des 3 premiers trimestres de 2024



Source : Agence BIO d'après Circana

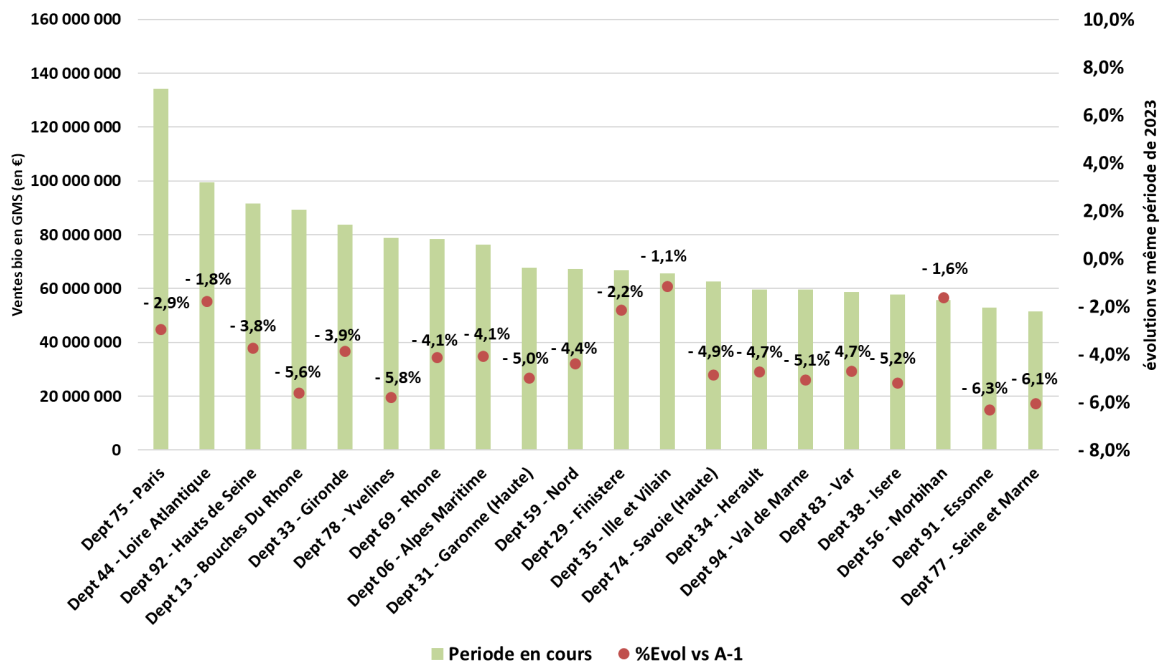
Au cours des 3 premiers trimestres de 2024, les ventes en valeur en hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité et drive ont reculé dans toutes les régions métropolitaines. Pays de la Loire est la région dans laquelle les ventes ont le plus reculé au cours de cette période avec -5,0 % et Normandie celle où la baisse a été la plus faible (-1,8 %).

Evolution des ventes de produits bio à poids fixe en valeur par région en hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité et drive au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023



Source : Circana

Les 20 départements avec les ventes bio les plus importantes en valeur en hypermarchés et supermarchés au cours des 3 premiers trimestres de 2024, avec l'évolution par rapport à la même période de 2023



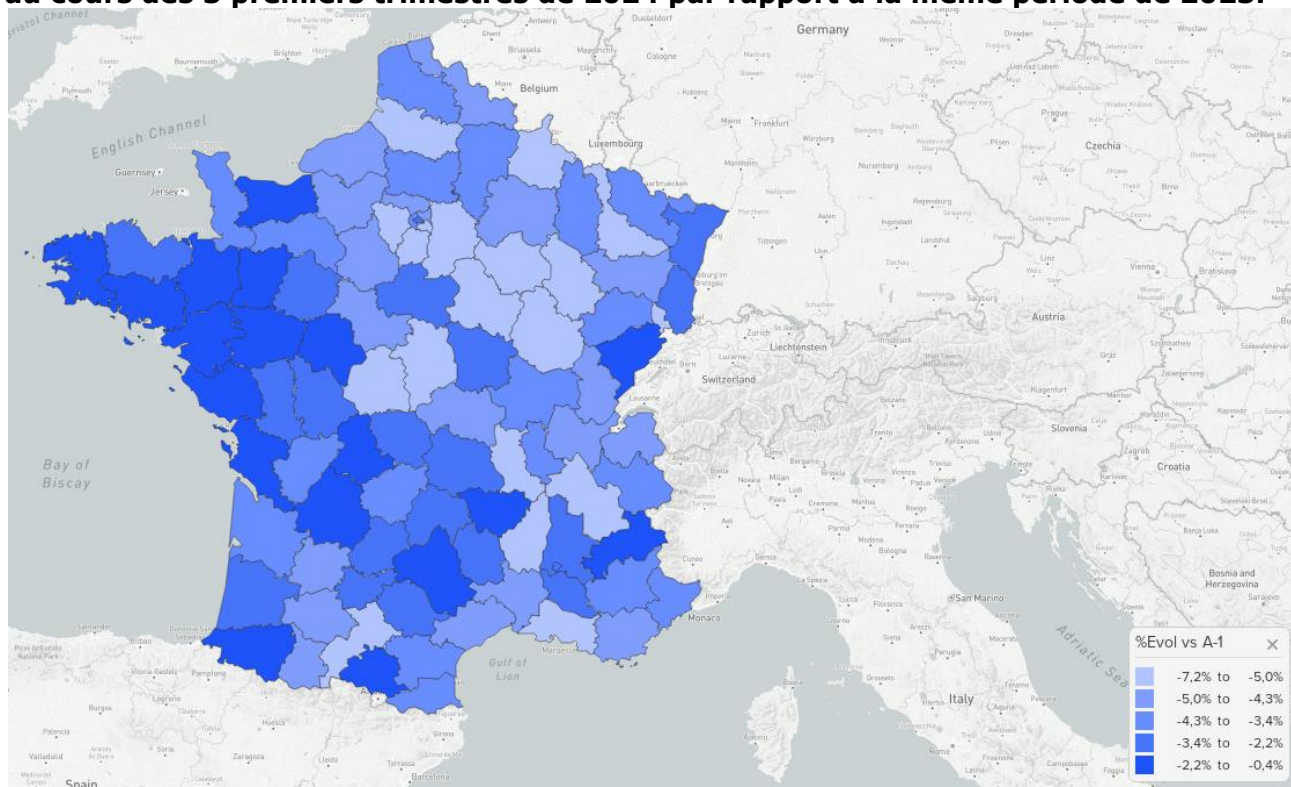
Source : Agence BIO d'après Circana

Au cours des 3 premiers trimestres de 2024, les ventes en valeur en hypermarchés, et supermarchés ont reculé dans tous les départements métropolitains. Les dix départements avec les baisses les plus fortes en pourcentage ont été les suivants :

Département	Evol vs CC 2023
Somme	-7,2%
Ardennes	-6,5%
Essonne	-6,3%
Seine et Marne	-6,1%
Loire	-5,8%
Yvelines	-5,8%
Indre	-5,6%
Bouches du Rhône	-5,6%
Yonne	-5,6%
Cher	-5,5%

Dans trois départements, la baisse était inférieure à 1 % : Vendée (-0,4 %), Calvados (-0,6 %) et Hautes-Alpes (-0,8 %).

Evolution des ventes bio en valeur par département en hypermarchés et supermarchés au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.



Source : Circana

4.2) Analyses des panelistes et autres

Circana :

En GMS (hors EDMP), l'offre en produits bio a reculé de 7,2 % au cours des trois premiers trimestres 2024.

NielsenIQ :

Le chiffre d'affaires des MDD bio a reculé de 2,2 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024.

5) Les produits bio en magasins spécialisés

5.1) L'ensemble de la distribution spécialisée bio

D'après Bio Linéaires, les ventes des magasins bio (alimentaires et non-alimentaires) ont globalement progressé de 7 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023¹, avec :

	janvier	Février	mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre
Evolution du CA des magasins bio vs même mois 2023	+6,5%	+10%	+5,5%	+7%	+8%	+3,5%	+9,5%	+9%	+2%

Source : Bio Linéaires

¹ A périmètre constant

La hausse est de +5,5 % en cumul annuel mobile à fin septembre 2024.

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, il y a eu 17 ouvertures de magasins bio (contre 28 pour la même période de 2023). La Bretagne et l'Auvergne Rhône-Alpes sont les deux régions qui ont connu le plus d'ouvertures de magasins bio (4 chacune).

Au cours des trois premiers trimestres de 2024, il y a eu 102 fermetures de magasins (contre 214 pour la même période de 2023). Un quart des points de vente qui ont fermé au cours des trois premiers trimestres de 2024 avaient moins de 5 ans (contre 28 % pour la même période de 2023). L'Île-de-France est la région qui a connu le plus de fermetures au cours de cette période (18), devant PACA (15). Les magasins de 300 m² et plus ont représenté 47 % des fermetures de magasins bio au cours des 3 premiers trimestres de 2024.

Fin septembre, le parc de magasins bio comptait 2 742 points de vente, contre 2 826 au 1^{er} janvier 2024.

Les régions avec le plus de magasins spécialisés bio restaient l'Île-de-France et l'Auvergne-Rhône-Alpes.

5.1) Les réseaux et groupements de magasins spécialisés

Biocoop

Biocoop a atteint les 742 magasins bio. Depuis le début de l'année, l'enseigne a ouvert 9 points de vente et en a fermé 6. Biocoop pense pouvoir poursuivre l'ouverture de magasins bio en 2025.

Au cours des 10 premiers mois de 2024, le chiffre d'affaires de Biocoop a progressé de 8 % pour atteindre 1,635 milliard €. L'enseigne estime qu'elle va frôler 1,7 milliard € pour l'ensemble de l'année 2024. Cette hausse est soutenue par une augmentation de la fréquentation (+7,5 %) et un panier moyen à la hausse (+1%).

Naturalia

Naturalia compte actuellement 228 points de vente, dont 30 % en franchise.

La MDD Naturalia comptera 400 produits d'ici fin 2025. Elle va être relookée et son nouveau packaging intégrera les logos Nutri-Score et Origin'Info.

Au cours des 10 premiers mois de 2024, le chiffre d'affaires de Naturalia a progressé de 5 % par rapport à la même période de 2023.

Naturalia mise sur son concept "La Ferme" pour sortir de la crise du bio. Sept magasins de ce type ont déjà été créés. Une vingtaine de magasins Naturalia devrait se convertir à ce nouveau concept dans les prochains mois. Les magasins transformés ont vu leurs revenus augmenter de 10 %, deux fois plus que la moyenne des 228 magasins de l'enseigne, et attiré 13 % de clients supplémentaires.

La Vie Claire

En deux ans, La Vie Claire a dû fermer quarante points de vente. Cependant, elle recommence à ouvrir des magasins avec trois inaugurations en septembre et sept autres prévues d'ici la fin de l'année.

Au cours des 3 premiers trimestres de 2024, le chiffre d'affaires de La Vie Claire a progressé de 7,6 % par rapport à la même période de 2023.

La Vie Claire annonce poursuivre le programme de révision de ses 2 000 références sous MDD, avec une attention particulière au Nutri-score et au Planet-score.

L'Eau Vive

L'Eau Vive enregistre une croissance de ses ventes de près de 8 % au troisième trimestre 2024, portée par une hausse de la fréquentation et du panier moyen.

Léopold

Le chiffre d'affaires de cette enseigne a progressé d'environ 10 % depuis le début de l'année.

Satoriz

Depuis le début de l'année 2024, l'enseigne Satoriz observe une dynamique de croissance portée par une hausse de la fréquentation et une légère progression du panier moyen.

6) E-commerce

L'enseigne bio Greenweez a décidé de basculer sur l'agriculture régénérative d'ici 2030. Aujourd'hui, la plate-forme propose 180 000 produits écoresponsables et/ou bio.

7) Les produits bio en RHD

Auvergne Rhône-Alpes :

La commune de Saint Just Saint Rambert dans la Loire propose plus de 40% de produits bio dans ses cantines.

Trattino, le plus grand restaurant bio de France et le deuxième à l'échelle européenne, est situé à Lyon.

Bourgogne Franche Comté :

La Cuisine Centrale d'Imphy dans la Nièvre cuisine propose 27% de bio en sourçant localement.

Bretagne :

Les 95 Lycées de la Région Bretagne proposent en moyenne 22% de bio en moyenne dans ses lycées (54 sont déjà à plus de 20%).

Grand Est

La ville de Nancy a atteint 40 % de bio dans sa restauration scolaire, avec 9 000 repas quotidiens.

Hauts de France :

CROC La vie qui fournit 5 500 repas quotidiens à des crèches municipales des Hauts-de-France est 100 % bio avec une part de 32 % de local. Cette entreprise est labellisée Ecocert en Cuisine.

Ile-de-France :

Le restaurant associatif Les Marmites Volantes, en Seine-Saint-Denis, propose 60 % de produits bio dans ses menus.

Normandie :

Le restaurant intercommunal de Bayeux utilise 29 % de produits bio (1 350 repas quotidiens).

Nouvelle-Aquitaine :

L'Atelier des coteaux, entreprise d'insertion, va exploiter 1 800 m² au domaine du Loret, à Cenon, dans le cadre du programme alimentaire de territoire sur la rive droite urbaine de la Gironde. Cela permettra d'alimenter les cantines locales en fruits et légumes bio.

Début novembre, le collège Leroi Gourhan du Bugue est devenu le 15^e établissement de la Dordogne labellisé 100% Bio, local et fait maison.

Le Département poursuit son objectif de labellisation 100 % bio pour les 35 collèges publics de Dordogne d'ici 2028. Les cantines de 21 collèges devraient être certifiées bio d'ici la fin 2025.

La Commune de Canéjean a atteint les 26 % de bio en restaurants scolaires (620 repas quotidiens).

Dans les Charentes Maritimes, le Lycée agricole Le Petit Chadignac utilise 63 % de produits bio dans sa cantine (400 repas quotidiens).

Occitanie :

42 % de produits bio pour les 45 000 repas préparés quotidiennement par la Cuisine Centrale de la Métropole de Toulouse, labellisée Territoire Bio Engagé

Les Collèges du département du Gers propose plus de 90 % de produits bio à la cantine.

Pays de la Loire :

La commune de Couëron, en Loire-Atlantique, a reçu le label Territoire bio engagé pour récompenser ses actions en faveur du bio, dans les repas et sur son territoire¹. Les repas servis dans les services publics de cette ville (principalement les écoles) comportent 35 % de produits bio.

PACA :

Le prix ZEPRO de la meilleure restauration scolaire a été décerné à la ville de Saint Rémy de Provence et ses 87% de BIO

Sources :

Agence BIO, Agence BIO/Circana, Bio Linéaires, Capital, Circana, Dordogne, FCD, Fresh Plaza, Greenweez/OpinionWay, INSEE, Les Echos, LSA, Max Havelaar/OpinionWay, Ouest France, Presse Océan, RCF et Sud Ouest – octobre/novembre 2024

¹ 39 % de la SAU de la commune sont en bio.

1) Union européenne

Ensemble de l'UE

Politique de développement

La Cour des Comptes européenne a émis des recommandations visant à améliorer la stratégie et l'efficacité des fonds que l'UE octroie au secteur bio :

- 1) Renforcer le cadre stratégique de l'UE pour le secteur bio et améliorer le lien avec le soutien de la PAC,
- 2) Mieux intégrer les objectifs environnementaux et commerciaux de l'agriculture bio dans la PAC,
- 3) Veiller à la disponibilité de données pertinentes pour évaluer le développement de l'agriculture biologique.

La Commission européenne a répondu au rapport spécial de la Cour des Comptes européenne. Il ressort notamment de sa réponse que :

- 1) S'agissant du renforcement du cadre stratégique, la Commission ne peut pas s'engager à ce stade, bien qu'elle puisse voir le bien-fondé de certains des éléments de cette recommandation,
- 2) La Commission est pleinement attachée à atteindre 25 % de la SAU en bio, même si elle ne peut exclure certains retards causés par des facteurs externes, tels que la guerre en Ukraine. Elle estime qu'il est beaucoup trop tôt pour prévoir si cet objectif sera atteint d'ici à 2030 ou non et pour s'avancer sur l'opportunité d'adopter un objectif supplémentaire au-delà de 2030.
Elle accorde une grande importance à l'agriculture bio en raison de sa contribution à la réduction de l'utilisation d'engrais, de pesticides et d'antibiotiques et de ses incidences positives sur notre environnement, notre climat, les sols, l'eau, l'air, la biodiversité ou encore le bien-être animal.
La PAC soutient les pratiques agricoles et non le secteur bio dans son ensemble. La Commission encourage les Etats membres à soutenir la demande de produits bio au moyen de campagnes de promotion agricole, de marchés publics sur les produits bio pour les cantines publiques ou d'autres moyens.
La Commission encouragera les Etats membres à lier plus étroitement l'utilisation du soutien de la PAC aux besoins qu'ils ont recensés pour le secteur biologique. Elle ne peut pas s'exprimer sur le futur soutien qui sera accordé à l'agriculture bio.
- 3) La Commission travaille en continu avec les Etats membres pour améliorer la collecte de données sur le secteur bio et accroître sa capacité à quantifier la mise en œuvre des politiques au regard des objectifs fixés.
Elle élabore actuellement un acte législatif secondaire pour remédier à la limitation relevée dans le RICA en ce qui concerne les exploitations bio, en caractérisant mieux la représentativité de l'échantillon du RIDEA et en étendant le champ d'application de la collecte de données aux dimensions environnementale et sociale.

Production

L'Italie reste le principal producteur de pommes bio de l'Union européenne (103 milliers de tonnes en 2024, avec un marché dynamique, notamment pour les exportations), devant l'Allemagne (55 milliers de tonnes en 2024), l'Autriche (14 milliers de tonnes), les Pays-Bas (4 milliers de tonnes), la Belgique et la France.

Dans l'ensemble de l'UE, la production de pommes bio a chuté en 2024, à l'exception des Pays-Bas où elle a résisté, quoique à des niveaux modestes. Les variétés bio sont, par ordre décroissant de quantité produite dans l'UE : Gala, Topaz, Golden, Elstar, Braeburn, Jona-Gr. et Pinova. Le Val Venosta (dans le Sud-Tyrol) est la région d'Europe avec la plus forte concentration de pommes bio.

Allemagne

Politique de développement

La prochaine édition de Biofach aura lieu du 11 au 14 février 2025. L'espace dédié à la restauration collective va être agrandi.

Les associations Biokreis¹ et Bioland ont signé un accord de collaboration qui porte notamment sur la qualité, le conseil, la pédagogie et la représentation auprès des pouvoirs publics.

Production

Au cours des 7 premiers mois de 2024, la collecte allemande de lait bio a progressé de 2,1 % par rapport à la même période de 2023.

Marché

Selon NielsenIQ, les ventes d'aliments biologiques emballés en GMS (dont EDMP) et dans les pharmacies ont augmenté de 9,7 % au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023.

Selon AMI, les ventes de produits frais bio ont augmenté de 2,2 % au cours de la même période.

L'enseigne spécialisée Alnatura s'est lancée dans une restructuration afin de renforcer sa compétitivité. A partir du premier semestre 2025, Alnatura cessera d'approvisionner les magasins bio indépendants.

L'enseigne bio Denn's continue son développement.

Aldi Süd a élargi sa gamme bio, dépassant les 1 000 produits. Un quart des références bio sont certifiées Naturland.

L'enseigne EDMP Penny a lancé sa MDD bio, Naturgut, il y a 10 ans. En 2023, ses ventes de produits bio sous cette marque ont augmenté de 20 % en valeur par rapport à 2022. Actuellement, Naturgut comprend 500 références et devrait atteindre les 600 d'ici la fin 2025.

En 2023, l'assortiment bio permanent de Lidl a reculé de 2,5 % par rapport à 2022, descendant à 389 références.

¹ Association bio créée en 1979.

Autriche

Politique de développement

A partir du 1^{er} janvier 2025, de nouvelles mesures dans le cadre du programme environnemental ÖPUKL¹ renforceront les aides à l'agriculture biologique. Le cœur de ce programme est la biodiversité. Des aides à l'hectare sont versées. La Haute-Autriche va augmenter le montant à l'hectare versé aux exploitations bio.

Production

Le nombre d'exploitations bio autrichiennes a reculé de 1,4 % en 2023 par rapport à 2022 (351 exploitations en moins), atteignant 24 099. Les surfaces cultivées en bio ont baissé de 2 600 ha, reculant à environ 700 000 ha fin 2023.

Au cours des 7 premiers mois de 2024, la collecte autrichienne de lait bio a progressé de 4,3 % par rapport à la même période de 2023.

Marché

Le marché bio autrichien est en reprise. La demande pour le lait et la viande bio, notamment, est à la hausse.

La part de marché des produits bio en GMS s'est élevée à 11,5 % au premier semestre 2024, contre 11 % en 2023.

Belgique

Politique de développement

En Wallonie, la plateforme BioCérès va être créée dans le cadre du Plan Bio 2030. Elle regroupera tous les savoirs utiles pour produire en bio. BioCérès se présente comme un répertoire centralisé des connaissances techniques de terrain sous forme de fiches techniques. Le site se veut évolutif et collaboratif : il a pour vocation d'être enrichi au gré des contributions, à l'instar de l'encyclopédie libre Wikipédia.

Marché

En deux ans, Aldi Belgique a réduit son offre bio de moitié, passant de 189 références bio en 2021 à 85 en 2023.

Danemark

Politique de développement

Le Parlement danois a alloué 2,3 milliards de couronnes danoises (soit 310 millions €) à des initiatives de recherche verte, dont 55 millions de couronnes danoises (près de 7,4 millions €) pour la recherche biologique dans le cadre du programme RDD² biologique. Celui-ci sera coordonné par l'ICROFS et devrait débuter en janvier 2025.

¹ Second pilier de la PAC

² Organic Research, Development and Demonstration Program

Production

Au cours des 7 premiers mois de 2024, la collecte danoise de lait bio a reculé de 7,4 % par rapport à la même période de 2023.

Exportations

En 2023, les exportations bio danoises se sont élevées à 3,5 milliards de couronnes danoises (470 millions €).

Les exportations de produits laitiers bio ont été de 1,3 milliard de couronnes danoises (174 €), dont 240 millions de couronnes danoises pour les fromages (doublement en deux ans). L'Allemagne et l'Asie sont les deux premières destinations des produits laitiers bio danois.

Espagne

Production

En 2023, les surfaces cultivées en bio en Espagne ont progressé de 11,8 %, dépassant 2,99 millions ha. L'Espagne a ainsi atteint la première place, dépassant la France. La part de la SAU cultivée en bio s'est élevée à 12,51 % en 2023. L'Espagne comptait 57 980 producteurs bio fin 2023, soit une progression de 3,8 % par rapport à fin 2022.

La grande majorité des catégories de surfaces cultivées en bio ont augmenté en 2023 par rapport à 2022. Les prairies ont connu la progression la plus forte avec 189 017 ha en plus (+13,0 %), devant les fruits avec +50 759 ha (+8,5 %).

Evolution des surfaces espagnoles par catégorie entre 2022 et 2023

Catégorie	Surfaces cultivées en bio en 2022	Surfaces cultivées en bio en 2023	Evolution en %	Evolution en valeur absolue
Céréales	242 721	261 924	7,9%	19 203
Protéagineux et légumes secs	36 435	49 768	36,6%	13 333
Cultures industrielles	26 857	31 713	18,1%	4 855
Légumes frais	25 380	30 636	20,7%	5 255
Légumes frais et pommes de terre	26 740	31 706	18,6%	4 966
Fruits	599 204	649 963	8,5%	50 759
Fruits tempérés	9 293	9 044	-2,7%	-249
Fruits tropicaux et subtropicaux	9 893	10 432	5,4%	539
Agrumes	25 821	25 775	-0,2%	-46
Fruits à coque	290 086	310 097	6,9%	20 011
Baies	1 733	1 747	0,8%	15
Olives	262 379	292 868	11,6%	30 490
Vignes	149 934	166 286	10,9%	16 352
Prairies	1 459 538	1 648 555	13,0%	189 017
Fourrages	53 525	60 935	13,8%	7 410
Jachères	185 706	195 032	5,0%	9 326

En 2023, l'Andalousie restait la première région bio avec 48 % des surfaces cultivées en bio et 39 % des exploitations agricoles bio.

L'Espagne comptait 6 149 préparateurs bio fin 2023 (+6,5 % vs fin 2022), dont un quart en Catalogne et 16 % en Andalousie.

Marché

Ecovalia prévoit une augmentation annuelle de la consommation espagnole de produits bio de 10 % dans les années à venir. Ceci est notamment dû au fait que les consommateurs soient de plus en plus informés et soucieux de la santé, du bien-être et de la durabilité. Le marché bio espagnol devrait également bénéficier de la disponibilité croissante des produits biologiques dans les supermarchés et de l'émergence du commerce électronique, rendant ces produits plus faciles d'accès.

Aldi propose environ 490 produits certifiés biologiques dans ses magasins ibériques, dont la plupart appartiennent à ses marques privées. Chez Aldi Espagne, 18 % des factures comprennent des produits bio. D'après Circana, Aldi représente 9,6 % des ventes de produits bio en GMS en Espagne.

Hongrie

Politique de développement

Le gouvernement hongrois s'apprête à lancer en 2025 un programme de soutien quinquennal à l'agriculture biologique. L'objectif est de développer les surfaces cultivées en bio en soutenant la conversion et le maintien avec des aides financières.

Le financement du programme s'élèvera à 64 milliards HUF (soit 169,38 millions €).

Production

La superficie cultivée en bio a atteint 320 000 hectares en 2023.

Irlande

Politique de développement

Le gouvernement irlandais vient de lancer une nouvelle stratégie bio pour 2024-2030. L'objectif est de tripler la valeur de la production bio irlandaise pour atteindre 750 millions € d'ici 2030. Il est notamment prévu de doubler le nombre de bœufs bio dès 2025, afin d'atteindre une production de viande bovine bio de 12 000 tonnes d'ici 2030. Les productions bio laitière, ovine, avicole et de grandes cultures vont être également fortement développées.

La stratégie contient 51 actions qui couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur. Les principales priorités comprennent :

- Fournir une assistance financière et technique pour encourager la production bio,
- Faciliter l'accès à la terre et aux ressources pour les agriculteurs bio,
- Mettre en œuvre des initiatives pour attirer les jeunes agriculteurs dans le secteur biologique.

Pour développer le marché intérieur, la stratégie prévoit la réalisation d'études de marché pour comprendre les préférences et les besoins des consommateurs et la sensibilisation de la population nationale aux produits biologiques irlandais.

Pour stimuler la croissance des exportations :

- Il faut mieux comprendre les tendances du marché afin de capitaliser sur les opportunités d'exportation,
- Les aliments biologiques irlandais doivent être promus sur les marchés internationaux, en tirant parti de leur réputation de qualité et de sécurité,
- Les qualités environnementales des aliments biologiques irlandais doivent être mises en avant,

- Les exportateurs doivent être soutenus pour accéder à de nouveaux marchés par le biais d'accords et d'initiatives commerciales.

Italie

Politique de développement

Un logo bio national va être lancé. Un concours a été organisé pour sa création. L'objectif est de promouvoir la qualité et l'authenticité des produits bio, en renforçant la reconnaissabilité du secteur sur le marché national et international. Ce sera un outil supplémentaire pour valoriser et accroître la production agricole biologique nationale, en renforçant les chaînes d'approvisionnement et le leadership international de l'Italie, tout en protégeant le secteur de la forte augmentation des importations en provenance de l'étranger.

Un dixième biodistrict, Montecucco, a été créé en Toscane. Ce nouveau biodistrict se distingue par sa part de sa SAU en bio : plus de 56 % (contre 37,5 % pour l'ensemble de la Toscane et 19,8 % pour toute l'Italie).

Production

Un membre sur deux de la Fédération italienne des vignerons indépendants (FIVI) produit des vins bio.

Marché

D'après Circana, les ventes de produits bio en GMS ont progressé de 3,3 % en volume et de 4,1 % en valeur au cours des 3 premiers trimestres de 2024 par rapport à la même période de 2023. Les ventes de produits bio ont été plus dynamiques que celles des autres produits alimentaires au cours de cette période.

Pays-Bas

Politique de développement

Des étudiants de l'Université de Wageningen ont réalisé une étude avec la problématique suivante : Comment stimuler le bio aux Pays-Bas?¹. Un parangonnage a été effectué sur l'Autriche, la France et le Danemark. Six leviers ont été identifiés, répartis en trois axes : des conditions de concurrence équitables, une demande croissante et un soutien à la cohésion de la chaîne de production. Parmi ces leviers, 14 recommandations concrètes ont été formulées et peuvent être appliquées aux Pays-Bas pour augmenter la part de marché des produits bio. Parmi celles-ci figurent notamment une baisse de la TVA sur les produits bio et le développement de l'utilisation de produits bio dans les cantines publiques.

Marché

La part de marché des produits bio en GMS a atteint 4,0 % en 2023.

Les ventes de produits bio en GMS ont augmenté de 10 % en valeur au cours du premier semestre 2024 par rapport au premier semestre 2023, alors que le reste des ventes alimentaire a reculé de 2 %.

¹ Le rapport, en anglais, est disponible ici : <https://robinfoodcoalition.com/wp-content/uploads/2024/04/RFC-Final-Report-ACT.pdf>

L'enseigne de la GMS Jumbo s'est fixée pour objectif d'atteindre au moins 8 % de bio dans ses ventes de fruits et légumes d'ici 2026 et au moins 10 % d'ici 2027.

Suède

Au cours des 3 premiers trimestres de 2024, les ventes de produits bio ont baissé de 2,0 % par rapport à la même période de 2023¹.

Au cours du troisième trimestre 2024, les ventes de produits bio ont globalement reculé de 2,0 % en valeur par rapport au troisième trimestre 2023, tandis que les ventes globales de produits alimentaires (bio et non bio) ont progressé de 4,1 %².

Les viandes bio se distinguent avec une augmentation de leurs ventes en valeur de 31,8 % au cours de cette période (contre +6,1 % pour la viande non bio). Ce sont principalement le bœuf et le porc qui ont vu leurs ventes augmenter. La part de bio dans les ventes de viandes a atteint 2,0 % en valeur au troisième trimestre 2024.

Les ventes des autres catégories de produits bio ont reculé avec -18,3 % pour les œufs bio, -2,5 % pour les fruits et légumes, -4,2 % pour les produits laitiers et -7 % pour ceux à base de céréales.

L'écart de prix entre les produits bio et conventionnels en magasin a continué de diminuer.

2) Autres pays d'Europe

Albanie

Un projet de loi réglementant la production agricole biologique a été adopté fin août 2024 par le Conseil des ministres. Il devrait être mis en œuvre en 2025. Un registre des agriculteurs bio va être tenu par le Ministère de l'Agriculture.

Royaume-Uni

En cumul annuel mobile au 24 août 2024, les ventes de produits alimentaires bio ont progressé de 6,4 % en valeur, contre +5,4 % pour les produits non bio.

Suisse

La Confédération helvétique a annulé l'extension de surface prévue pour l'élevage de porcs bio sous la pression des agriculteurs bio. Ils craignent des inconvénients économiques et un possible abandon de la production. La surface par porc bio reste donc de 1,65 m², au lieu des 1,9 m² prévus.

Au cours des huit premiers mois de 2024, la production laitière bio a très légèrement progressé par rapport à celle de la même période de 2023 (+0,5 %).

3) Amérique du Nord

Etats-Unis

Réglementation

De nouvelles règles sur l'importation de vin bio aux Etats-Unis sont entrées en vigueur le 8 octobre 2024. En vertu de celles-ci, les importateurs qui souhaitent vendre du vin bio aux Etats-Unis doivent obtenir une certification bio de l'USDA. Ces dispositions font partie du renforcement du contrôle biologique, annoncé en janvier 2023.

¹ +3,7 % pour le total bio et non bio et +4,0% pour le non bio.

² +4,3 % pour les produits conventionnels seuls

Politiques de développement

Fin octobre, le service de marketing agricole du ministère américain de l'agriculture a annoncé le lancement du programme de promotion des produits laitiers biologiques, allouant 15 millions \$ (14,3 millions €) pour élargir l'accès aux produits laitiers biologiques dans les établissements d'enseignement et les programmes pour les jeunes. Nous ne savons pas si ce programme sera maintenu avec le changement de Président.

Produits issus de l'agriculture bio et régénérative

La certification biologique régénératrice (ROC) continue de gagner du terrain avec 210 marques désormais certifiées.

Marché

Au cours du troisième trimestre 2024, les ventes de fruits et légumes frais bio ont progressé de 4,6 % en volume par rapport au troisième trimestre 2023 et de 4,2 % en valeur. Il s'agit du troisième trimestre consécutif de hausse, bien que la croissance ait ralenti par rapport au deuxième trimestre 2024.

Les ventes de fruits et légumes conventionnelles ont augmenté de 2,6 % en volume et de 2,0 % en valeur.

La tendance à la réduction des écarts de prix entre les produits biologiques et conventionnels s'est arrêtée au 3^e trimestre.

Au cours du troisième trimestre 2024, les baies constituaient la principale catégorie de fruits et légumes bio vendue en valeur avec 473 millions \$ (448 millions €), soit une progression de 2,7 % en valeur par rapport au troisième trimestre 2023.

En volume, la banane restait en tête des ventes de fruits et légumes bio.

Importations

Les importations de bananes bio par les Etats-Unis ont progressé de 10 % en valeur en cumul annuel mobile à fin août 2024. Les myrtilles ont été le deuxième fruit bio importé au cours de cette période (en recul de 9 %).

Canada

Politique de développement

Le gouvernement fédéral canadien a annoncé plus de 6,8 millions CAN \$ (soit 4,6 millions €) sur cinq ans pour l'Organic Cluster dont la mission est de rechercher et de faire progresser les pratiques durables.

Le nouveau programme d'alimentation scolaire de l'Ontario encourage l'utilisation de 10 % de produits locaux certifiés bio.

L'accord d'équivalence sur les produits bio entre le Canada et les Etats-Unis sera renégocié en 2025.

4) Asie

Cambodge

Le plus important producteur de riz cambodgien Amru Rice et le grossiste américain en son de riz, Stabil Nutrition LLC, vont établir une usine de transformation de son de riz biologique, destiné à l'exportation.

Emirats Arabes Unis

Les Emirats arabes unis ont annoncé un programme agricole majeur dans le but d'accroître le nombre d'exploitations agricoles, d'emplois, la sécurité alimentaire et la production biologique dans le pays.

Indonésie

L'organisation non lucrative Kaleka s'est donnée pour objectif de permettre aux petits exploitants indépendants de cultiver l'huile de palme de manière plus durable, sans réduire leurs revenus. Kaleka travaille avec environ 220 petits exploitants dans sept villages pour adopter des méthodes d'agriculture biologique et d'agroforesterie, tout en développant des moyens de subsistance alternatifs pour réduire la dépendance à l'huile de palme.

Kazakhstan

En 2025, les pays de l'Union Economique Asiatique (Arménie, Biélorussie, Kazakhstan, Kirghizistan et Russie) devraient signer un accord de reconnaissance mutuelle sur les produits bio.

Taiwan

La 21^e édition du Congrès mondial de l'agriculture biologique a lieu à Taiwan du 30 novembre au 4 décembre 2024.

Thaïlande

Une enquête réalisée par Marketbuzz¹ auprès de 500 Thaïlandais a montré que la perception des produits bio chez les Thaïlandais est majoritairement positive, beaucoup d'entre eux estimant que ces produits sont sûrs pour les consommateurs, non toxiques et 100 % naturels.

16 % des consommateurs achètent régulièrement des produits bio (et 38 % souvent) et 70 % sont prêts à payer un supplément pour les produits bio, la majorité étant prête à payer entre 10 et 20 % de plus pour ces articles.

5) Afrique

Maroc

Dans la région de Brachoua, non loin de la capitale marocaine Rabat, la production de fruits et légumes bio se développe grâce à des essais techniques et commerciaux réussis.

Tunisie

Politique de développement

Un biodistrict a été créé à Hazoua, avec le soutien de l'Italie. Il s'agit du cinquième biodistrict tunisien.

Exportations

Seulement 5,8% de l'huile d'olive bio tunisienne exportée sont conditionnés.

¹ Enquête réalisée en juillet 2024

L'Italie reste la principale destination de l'huile d'olive bio tunisienne (plus de la moitié des débouchés), devant l'Espagne.

6) Océanie

Australie

Australian Organic a tiré la sonnette d'alarme concernant une proposition visant à abandonner les exigences d'étiquetage pour les produits génétiquement modifiés, affirmant que cela réduirait la transparence pour les consommateurs et augmenterait le risque de contamination involontaire dans le secteur biologique strictement sans OGM.

Sources :

AMI, Arabian Business, Australian Organic, Bio Eco Actual, Bio Journaal, Bio Linéaires, Biokreis, Blick, BÖLW, Circana, CNIEL, Cochrane Now, Commission européenne, Conseil biologique de l'Ontario, Cour des Comptes de l'Union européenne, CPS GFK, Dairy Foods, Dairy Reporter, Danish Agriculture & Food Council, Dutch News, EBS/Assomela, Ecovalia, Ekologiska Lantbrukarna, Fédération biologique du Canada, Food Navigator USA, Fresh Plaza, Green Planet, Gondola, ICROFS, Irish Examiner, Kapitalis, Khmer Times, Le Sillon Belge, M.Farms, Ministères de l'Agriculture d'Albanie et d'Italie, Mission économique de Berlin, Nation Thailand, NielsenIQ, Observatoire tunisien de l'agriculture, Ökolandbau, Organic Council of Ontario, Organic Produce Network, Producteurs Suisses de lait, Robin Food Coalition, Service économique régional de Belgrade, Soil Association, Swiss Milk, The Packer, The Scottish Farmer, Trade Magazin, Université de Wageningen et USDA – octobre/novembre 2024

Rédaction et contact :
Sarah Le Douarin
Chargée de mission Observatoire
Agence BIO
sarah.le-douarin@agencebio.org