

**MARS 2025**

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



# Sommaire

<b>SYNTHESE .....</b>	<b>3</b>
<b>AVANT-PROPOS SUR LES PANELS.....</b>	<b>5</b>
<b>CONTEXTE ACTUEL.....</b>	<b>6</b>
<b>SOUTIEN DES POUVOIRS PUBLICS AU SECTEUR BIO FRANÇAIS .....</b>	<b>14</b>
<b>FILIERES ANIMALES.....</b>	<b>15</b>
SECTEUR LAITIER.....	15
SECTEUR DES VIANDES BOVINES, OVINES ET PORCINES .....	29
SECTEUR AVICOLE .....	35
SECTEUR AQUACOLE.....	44
<b>FILIERES VEGETALES .....</b>	<b>45</b>
SECTEUR DES CEREALES, OLEAGINEUX ET PROTEAGINEUX .....	45
SECTEUR DES FRUITS ET LEGUMES .....	55
SECTEUR VITICOLE .....	60
<b>EVOLUTION DU MARCHÉ FRANÇAIS.....</b>	<b>69</b>
<b>ECHOS DU MONDE.....</b>	<b>89</b>

## Soutien des pouvoirs publics au secteur bio français

La région Ile-de-France va mettre en œuvre une aide pour les producteurs certifiés bio.

## Productions animales biologiques

### Lait de vache

Avec près de 1,2 milliard de litres, la collecte de lait de vache bio a reculé de 3,9 % en 2024 par rapport à 2023.

La moyenne 2024 du prix bio réellement payé aux producteurs a été de 519,79 €/1 000 L. Elle a stagné par rapport à 2023 (+0,4 %).

En 2024, les ventes de produits laitiers bio en GMS ont reculé de 7,7 % en volume et de 6,7 % en valeur par rapport à 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 8 % en volume et de 7 % en valeur en 2024 par rapport à 2023.

### Aviculture

En 2024, les ventes d'œufs bio en GMS ont reculé de 0,5 % en volume et de 1,4 % en valeur par rapport à 2023.

### Aquaculture

Les achats de saumon frais bio ont reculé de 39,1 % en volume en 2024 par rapport à 2023.

## Productions végétales biologiques

### Grandes cultures

Au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 :

- La collecte globale de céréales (bio et en C2) a reculé de 38 % par rapport à la même période de la campagne précédente,
- Les mises en œuvre de blé tendre par les meuniers ont stagné,
- Les mises en œuvre de céréales par les FAB ont augmenté de 4 % (blé tendre : (-21 %, maïs : +26 %, triticale : +13 % et orge : +26 %),
- Les importations de céréales bio et en C2 ont doublé,
- La collecte globale de graines d'oléagineux (bio et en C2) a reculé de 25 % par rapport à la même période de la campagne précédente,
- Les mises en œuvre<sup>1</sup> de graines d'oléagineux par les FAB ont reculé de 86 %,
- 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 29 %,
- Les mises en œuvre de graines de protéagineux par les FAB ont reculé de 5 %,
- Il n'y a eu aucune importation de protéagineux bio et en C2.

---

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

## **Fruits et légumes**

En 2024, les achats de fruits et légumes frais bio (y compris 4<sup>e</sup> gamme et fraîche découpée) par les ménages ont reculé de 1 % en volume, mais progressé de 1 % en valeur par rapport à 2023.

Les achats de pommes de terre bio par les ménages ont reculé de 12,7 % en volume en 2024 par rapport à 2023.

## **Vins**

En 2024, les ventes de vins bio tranquilles en GMS (hors EDMP) ont reculé de 7,6 % en volume et de 5,6 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, les ventes de mousseux et champagnes bio en GMS ont globalement reculé de 3,5 % en volume et de 5,8 % en valeur par rapport à 2023.

## **Evolution du marché bio français**

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

Le chiffre d'affaires des magasins bio a progressé de 5,3 % en 2024 par rapport à 2023 (à périmètre non constant).

## **Echos du Monde**

En 2023, les surfaces mondiales cultivées en bio ont augmenté de 2,6 % par rapport à 2022.

En 2024, les marchés bio allemand, italien et britannique ont progressé par rapport à 2023.

En revanche, en Suède, les ventes de produits bio en GMS ont à nouveau reculé en 2024.

## Avant-propos sur les panels

Le panel CIRCANA/Agence BIO couvre les hypermarchés, les supermarchés, les magasins de proximité, l'EDMP<sup>1</sup>, l'e-commerce et la livraison à domicile (e-LAD). La catégorie "tous circuits GMS" ne comprend pas la livraison à domicile, en raison de recouvrements avec l'e-commerce.

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.

Le Kantar Worldpanel englobe les achats déclarés par 12 000 ménages français<sup>2</sup> en hypermarchés et supermarchés, e-commerce, 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 m<sup>2</sup>, hors EDMP).

Sources :

Kantar Worldpanel, CIRCANA et RNM/FranceAgriMer – mars 2025

---

<sup>1</sup> Enseignes à Dominante de Marques Propres

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

## 1) Monde

### Changement climatique

Un rapport publié le 31 janvier 2025 par le JRC<sup>1</sup> alerte sur la trajectoire de réchauffement du monde qui va vers +2,6°C d'ici la fin du siècle. Il estime que l'ambition climatique des pays du G20 reste insuffisante pour atteindre les objectifs de l'accord de Paris (+1,5°C maximum). Selon ce rapport, il faudrait que l'UE réduise ses émissions de 67 % d'ici à 2035 par rapport à 2022.

### Sols

Fin 2024, la fondation allemande Heinrich Böll a publié un atlas mondial des sols<sup>2</sup> avec des informations sur 20 problématiques qui leur sont associées.

### COP 16 biodiversité

Les Etats ayant participé à la COP 16 biodiversité ont trouvé un accord sur une voie pour financer les 200 milliards \$ annuels nécessaires pour enrayer l'effondrement de la biodiversité. Le financement sera à la fois public et privé.

Une feuille de route établissant les étapes à accomplir a été tracée pour les COP 17, 18 et 19.

Les pays ont adopté des règles et des indicateurs fiables censés mesurer et vérifier les efforts de l'humanité pour sauver la nature, d'ici la COP17, en 2026 en Arménie.

## 2) Union européenne

### Climat

En février 2025, le WWF a appelé l'UE à viser la neutralité climatique dès 2040.

Début janvier, la Banque centrale européenne a alerté sur le fait que les investissements verts de l'Europe sont loin du niveau requis pour atteindre l'objectif climatique de 2030.

### Bisphénol A

Le bisphénol A et ses dérivés sont interdits dans les emballages alimentaires depuis le 31 décembre 2024.

### Pollution de l'air

Selon l'Agence européenne de l'environnement, la pollution de l'air demeure le premier risque environnemental pour la santé des Européens.

---

<sup>1</sup> Joint Research Centre, centre commun de recherche de la Commission européenne

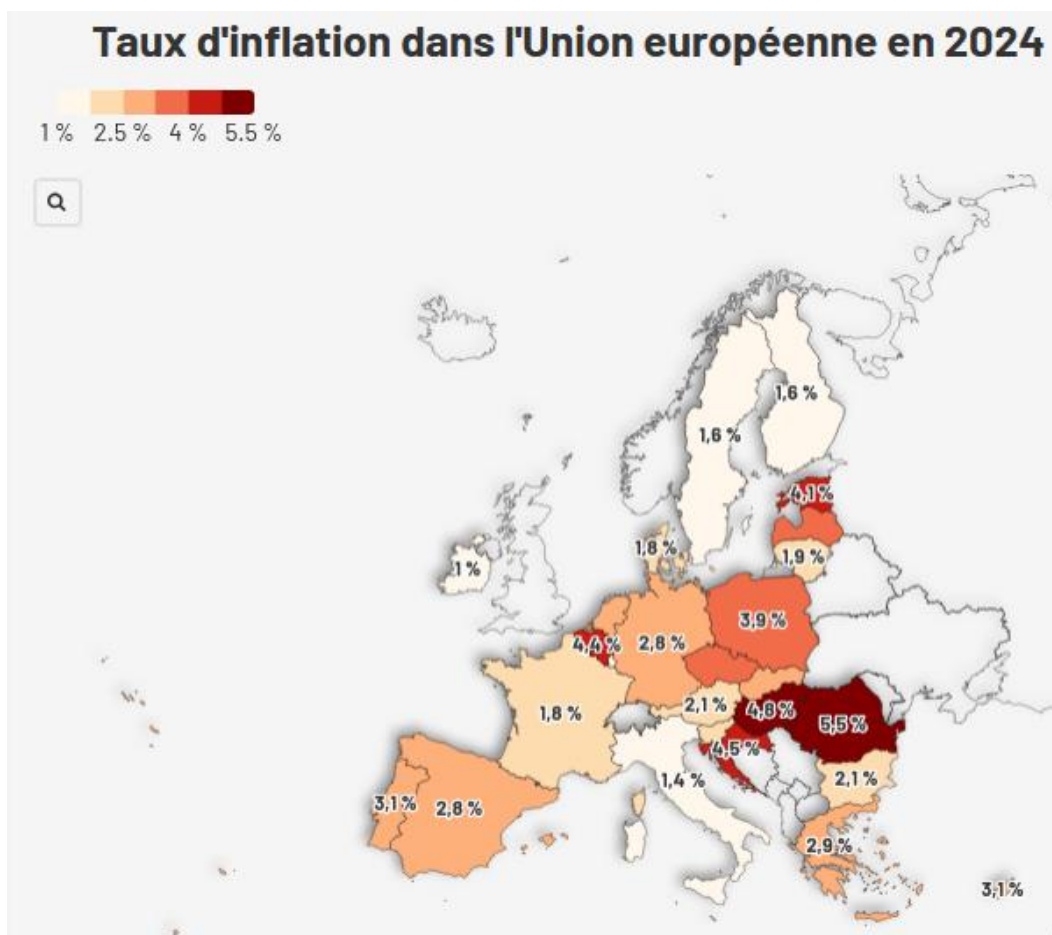
<sup>2</sup> <https://eu.boell.org/en/SoilAtlas>

## Pesticides

Plus de 70 ONG ont signé une feuille de route pour l'élimination progressive des pesticides. Elles pointent l'insuffisance des plans nationaux adoptés par les Etats pour réduire leur utilisation de pesticides.

## Inflation

En décembre 2024, le taux d'inflation de l'Union européenne était de 2,7 % par rapport à décembre 2023, avec 2,4 % pour la zone euro. La France est l'un des pays de l'Union européenne qui a connue l'inflation la plus basse en 2024 (1,8 %).



Source : Eurostat

## Conseil de l'Europe

La Pologne est à la tête du Conseil de l'Europe depuis le 31 décembre 2024, succédant à la Hongrie.

## Compétitivité

La Commission européenne a identifié la pénurie d'eau comme l'un des enjeux majeurs pour la compétitivité de l'Union européenne.

## **PAC et Vision européenne pour l'agriculture et l'alimentation**

Le vent est en train de tourner pour la PAC, une partie des élus appelant à une PAC productive, utilisant plus de pesticides.

L'INRAE et l'IDDRI<sup>1</sup> ont effectué une évaluation qualitative de la PAC actuelle. Ils ont estimé que les Etats membres ont largement favorisé les objectifs économiques au détriment des objectifs environnementaux, de sorte que l'ambition climatique et environnementale de leurs plans stratégiques respectifs est généralement faible. La Cour des comptes européenne partage cet avis.

L'une des recommandations de l'INRAE et l'IDDRI est de construire une PAC post-2027 plus ambitieuse sur le plan environnemental et d'en renforcer l'efficacité budgétaire, notamment en modifiant la distribution des paiements directs afin de cibler les producteurs en ayant le plus besoin.

A l'automne 2025, la Commission doit présenter une nouvelle réforme de la PAC pour 2027-2032.

La PAC représente actuellement 365 milliards € sur cinq ans.

La Commission européenne estime que la PAC doit devenir plus simple et plus ciblée et qu'elle doit trouver le juste équilibre entre les incitations, les investissements et la réglementation et garantir aux agriculteurs un revenu juste et suffisant.

D'après le Conseil scientifique consultatif européen sur le changement climatique<sup>2</sup>, la PAC actuelle n'est pas pleinement alignée sur les objectifs climatiques de l'UE (soutien des pratiques à fortes émissions et manque de mesures incitatives et d'une mise en œuvre ambitieuse des écorégimes).

La vision de l'Union européenne pour l'agriculture et l'alimentation a été présentée en février 2025. Le Commissaire européen à l'agriculture, Christophe Hansen, y développe notamment ses préconisations pour la prochaine PAC. Il privilégie la stratégie de la substitution des pesticides à celle de l'interdiction, contrairement à la stratégie précédente, "De la Ferme à la Table". Néanmoins, il s'engage à veiller à ce que les pesticides les plus dangereux interdits dans l'UE pour des raisons sanitaires et environnementales ne soient pas réintroduits dans l'UE par le biais de produits importés.

En décembre 2024, IFOAM Organics Europe avait publié sa propre vision pour la vision. Conformément au dialogue stratégique, cet organisme a appelé notamment à un soutien ciblé aux pratiques biologiques et autres pratiques durables, à une rémunération équitable des agriculteurs fournissant des services écosystémiques et à l'élaboration d'un système d'évaluation comparative holistique, basé sur une approche globale de l'exploitation.

Lors du Conseil Agriculture du 24 février, les ministres ont appelé au maintien de l'architecture à deux piliers de la PAC et à un budget propre et adéquat.

### **Green Deal**

Dans son rapport de fin janvier, le JRC a alerté que le fait que les objectifs de Green Deal ne seraient pas atteints sans une accélération des efforts. Seuls 21 % des objectifs sont en voie d'être atteints d'ici 2030.

---

<sup>1</sup> [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2025/759316/CASP\\_STU\(2025\)759316\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2025/759316/CASP_STU(2025)759316_EN.pdf)

<sup>2</sup> ESABCC



L'Agence européenne pour l'environnement a également mis en garde contre la non-atteinte des objectifs du Green Deal.

## **Restauration de la nature**

Les Etats membres ont jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre 2026 pour soumettre à la Commission européenne leurs projets de plans nationaux de restauration de la nature.

## **Règlement sur les emballages et les déchets d'emballages**

Il a été publié en janvier 2025 au Journal officiel de l'Union européenne et va entrer progressivement en vigueur. Il vise à réduire les déchets d'emballages grâce à des principes de prévention, de recyclage et de réutilisation.

## **Soutien au secteur agricole**

La Commission européenne a décidé de doubler le plafond maximal des minimis pour atteindre 50 000 € sur 3 ans.

La Banque européenne d'investissement a annoncé un programme de 3 ans de 3 milliards € pour soutenir les petites et moyennes entreprises du secteur agricole.

La Commission européenne devrait présenter en mars un plan d'aide au secteur viticole.

## **Exportations européennes**

Selon les projections de la Commission européenne, l'Union européenne resterait exportatrice nette de produits agricoles d'ici 2035.

## **Changements alimentaires des Européens**

D'après une étude de FMCG Gurus<sup>1</sup>, 52 % des Européens auraient modifié leurs habitudes alimentaires en raison de préoccupations climatiques.

## **NGT**

Récemment, la présidence polonaise du Conseil de l'UE a présenté un nouveau projet de future réglementation sur les NGT.

Mi-février, 200 organisations (dont Greenpeace et de nombreuses associations de bio, d'agriculture et d'élevage, mais aussi des organisations de la société civile), ont publié une déclaration mettant en garde contre une déréglementation disproportionnée. La proposition de loi exclut les NGT de la législation européenne existante sur les OGM. En particulier, elle exclut la plupart d'entre eux des contrôles de sécurité, permettant leur dissémination volontaire dans la nature et leur présence dans la chaîne alimentaire sans aucune évaluation des risques que cela pourrait représenter pour la nature ou la santé humaine. La proposition exclut également la plupart des NGT de la surveillance après leur mise en circulation, ce qui est nécessaire au cas où des problèmes surviendraient pour les consommateurs ou la nature qui n'auraient pas été détectés lors de l'évaluation des risques. La proposition de loi ne fournit pas de base juridique claire ni d'outils pratiques pour la protection des agriculteurs et éleveurs biologiques et sans OGM contre la contamination des cultures par des NGT.

---

<sup>1</sup> <https://fmcggurus.com/> et <https://www.greenqueen.com.hk/europe-meat-consumption-plant-based-vegan-survey/>

## Agriculture biologique

Fin janvier, 17 Etats membres<sup>1</sup> ont demandé au Conseil une simplification des législations liées à l'agriculture biologique. Ils lui ont enjoint de se saisir des recommandations formulées par la plateforme Fit for Future<sup>2</sup>. Christophe Hansen a annoncé qu'il avait demandé à ses services de se pencher sur ces recommandations et a rappelé qu'il avait fallu 4 ans pour arriver à un accord sur le règlement européen bio.

La Commission européenne a ouvert en ligne<sup>3</sup> les candidatures aux prix bio européens 2025 depuis le 11 février et, ce, jusqu'au 27 avril 2025.

Un règlement délégué de l'Union européenne paru le 26 février autorise la désalcoolisation totale pour les vins bio, que ce soit avec une distillation sous vide ou de l'évaporation.

Saisie de l'affaire "Herbaria" par la Cour administrative fédérale allemande, la CJUE a tranché, début octobre, en précisant qu'un produit importé d'un pays tiers, même si ce pays a des règles de production biologiques reconnues comme "équivalentes" à celles de l'Union européenne, ne peut utiliser le logo de production biologique de l'UE que s'il respecte toutes les exigences du droit de l'Union.

Le non-respect strict des règles européennes, même pour des produits biologiques conformes à des normes étrangères équivalentes, est une violation des directives de l'Union. Cela vise à garantir une concurrence loyale et à éviter la confusion chez les consommateurs, qui pourraient croire que ces produits importés sont entièrement conformes aux normes européennes, ce qui ne serait pas le cas.

En revanche, les produits en provenance de pays tiers peuvent utiliser leur propre logo de production biologique reconnu dans leur pays d'origine, même si ce logo contient des termes qui se réfèrent à la production biologique.

Une étude<sup>4</sup> commandée par la DG Agri confirme le rôle clé de l'agriculture biologique dans les objectifs climatiques. Elle montre que le développement de l'agriculture biologique est essentiel pour réduire les émissions de l'agriculture et augmenter la séquestration du carbone des sols.

### 3) France

#### Pesticides

Selon Le Monde, profitant de l'instabilité politique et d'une Assemblée nationale divisée, le Sénat a avancé des propositions en rupture avec la transition écologique, un moyen de capitaliser sur les frustrations d'une partie du monde rural.

La Loi Duplomb réautorise notamment les pulvérisations de pesticides par drone et l'usage de néonicotinoïdes interdits en France depuis 2018, mais autorisés dans d'autres pays de l'Union européenne.

Le Sénat a également voté la suppression de la séparation entre la vente de pesticides et le conseil.

---

<sup>1</sup> Allemagne, Belgique, Bulgarie, Croatie, Chypre, République tchèque, Danemark, Estonie, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Roumanie, Slovaquie et Slovénie

<sup>2</sup> La plateforme Prêts pour l'avenir a fonctionné de 2021 à 2024. Sa mission était d'aider la Commission européenne à simplifier la législation existante de l'UE, en la rendant plus moderne, plus pérenne et plus réactive aux tendances émergentes, aux technologies et aux changements sociétaux.

<sup>3</sup> [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-action-plan/eu-organic-awards\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-action-plan/eu-organic-awards_en)

<sup>4</sup> [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cmef/sustainability/climate-change-mitigation-potential-csp-eu-18-2023-27\\_en](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cmef/sustainability/climate-change-mitigation-potential-csp-eu-18-2023-27_en)

Génération futures demande que l'acide trifluoroacétique, PFAS le plus présent dans l'eau potable, soit recherché dès maintenant lors des contrôles sanitaires de l'eau.

## **Haies**

La Commission européenne a validé un régime d'aides d'Etat de 500 millions € pour la plantation d'arbres et de haies en France. Elles ont pour but d'encourager les PME actives dans la production agricole primaire à planter des haies et arbres intraparcellaires pour adapter leurs exploitations agricoles aux conditions du changement climatique.

## **Loi de finance 2025**

Les crédits liés à la planification écologique sont en forte baisse dans le PLF 2025. Seule l'enveloppe en faveur des haies a été augmentée.

## **Loi d'orientation agricole**

Après un processus de 10 mois, cette loi a été adoptée le 20 février 2025.

Elle fait de la souveraineté alimentaire un objectif structurant des politiques publiques. Le code rural et de la pêche maritime est modifié en ce sens. Il affirme désormais le caractère d'intérêt général majeur de l'agriculture et de la pêche, ainsi que leur intérêt fondamental pour garantir la souveraineté alimentaire de la Nation.

S'agissant de la formation et de la transmission d'exploitations, les actions suivantes sont prévues :

- mise en œuvre d'un programme national d'orientation et de découverte des métiers agricoles et des autres métiers du vivant,
- création d'un diplôme de niveau bac+3 : "Bachelor Agro", afin devenir une formation de référence dans les métiers de l'agriculture et de l'agroalimentaire.
- mise en place dans chaque département un guichet unique d'accueil, d'orientation et d'accompagnement : France Services Agriculture, constitué par la Chambre d'agriculture, et destiné à toutes les personnes voulant s'engager dans une activité agricole ou céder une exploitation.

Cette loi comprend également des dispositions pour protéger les consommateurs : un affichage sur les denrées alimentaires importées de pays tiers devra être mis en place pour lutter contre la concurrence déloyale.

L'objectif de 21 % de la SAU en bio à horizon 2030 n'a finalement pas été supprimé.

Les personnes qui portent atteinte à la conservation des espèces (végétales, animales et leurs habitats) seront passibles d'une simple amende sauf si cette infraction est commise de manière intentionnelle ou par négligence grave. L'amende de 450 € pourra être substituée par un stage de sensibilisation aux enjeux de protection de l'environnement.

## **HVE**

Le crédit d'impôt pour le HVE a été reconduit pour 2025 (2 500 € par exploitation).

La FNAB, l'UFC-Que choisir et d'autres associations comme Génération futures avaient déposé un recours devant le Conseil d'Etat pour obtenir l'annulation du décret du

18 novembre 2022 sur les critères d'accès à la certification environnementale HVE, jugés trop peu exigeants. Ce recours a été rejeté le 18 février.

## **Aides aux agriculteurs**

L'Etat a lancé les premiers prêts bonifiés pour aider les agriculteurs en difficulté.

## **Egalim**

Le Cabinet de la Ministre de l'Agriculture a missionné le CGAAER pour accompagner l'expérimentation de l'affichage de la rémunération des producteurs agricoles (prévue par Egalim 2).

## **ADEME**

En 2025, les crédits du Fonds économie circulaire de l'ADEME ont été quasiment divisés par deux par rapport à 2024 (170 millions € en 2025 contre 300 en 2023 et 2024).

## **Anticipation de l'évolution des filières**

Début février, la Ministre de l'Agriculture a annoncé qu'elle allait demander aux filières d'anticiper l'évolution de leur production à 10 ans.

## **Rapport de la Cour des Comptes**

Le rapport "L'innovation en matière agricole - Une contribution essentielle à la transition agroécologique" publié en février par la Cour des comptes montre notamment que les agriculteurs innovent mais que le déploiement des innovations nécessaires à la transition agroécologique n'est pas atteint.

## **Plan de relance viticole**

Lors du Salon International de l'Agriculture, la filière viticole française a dévoilé son plan de relance, baptisé Cap Vins. Il comprend notamment la valorisation et la modernisation de l'image du vin.

## **Agriculture biologique**

Le décret n° 2024-1247<sup>1</sup> a été publié au JORF le 30 décembre 2024, et met en place le dispositif de sanction du non-respect des dispositions des règlements européens relatifs au bio, notamment le règlement UE 2018/848 et ses règlements d'application. Les infractions à ces dispositions seront à présent sanctionnées par des contraventions de 5<sup>e</sup> classe prévues à l'article R. 451-1 du code de la consommation.

---

<sup>1</sup> [https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=Jo1UJTY9SbF2fbpIwW8qSWFPADJXhM-w9L0x\\_gChPTc=](https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=Jo1UJTY9SbF2fbpIwW8qSWFPADJXhM-w9L0x_gChPTc=)

Sources :

Actu Environnement, AFP, Agence européenne de l'environnement, Bio Eco Actual, Bio Linéaires, Commission européenne, Conseil scientifique consultatif européen sur le changement climatique, Cour des comptes européenne, Doctissimo, Eurostat, FMCG Gurus, Fondation Heinrich Böll, France Info, France Télévision, Green Planet, IFOAM Organics Europe, INRAE/IDDRI, Joint Research Centre, Journal Officiel de la République Française, Le Monde, Le Point, Légifrance, Natural News Desk, Ökolandbau, OpinionWay, Réussir, Trouver Avocats et Vie publique – janvier/mars 2025

# Soutien des pouvoirs publics au secteur bio français

## 1) Au niveau national

### Fonds Avenir Bio

Depuis 2008 : 85 393 420 € d'aides ont été versés dans 18 régions et 10 filières. Cela représente la création de 407 emplois directs et de plus de 1 200 emplois indirects.

En 2024 : 43 dossiers ont été reçus sur 3 vagues de dépôts de l'AAP24 (ouvert du 3 avril 2023 au 31 décembre 2026) :

- Vague 3 : 14 dossiers déposés pour une demande de 7M€
- Vague 4 : 21 dossiers déposés pour une demande de 12M€
- Vague 5 : 22 dossiers déposés pour une demande de 15M€

Entre le 1<sup>er</sup> octobre et le 1<sup>er</sup> novembre 2024 un appel d'urgence en soutien à la filière a été ouvert avec une enveloppe totale disponible de 2 millions €, 55 dossiers ont été reçus avec une demande globale de 6 506 257€.

## 2) Au niveau régional

### Ile-de-France :

Lors du Salon international de l'Agriculture, la présidente de l'Ile-de-France, Valérie Péresse, a annoncé la création d'une nouvelle aide pour l'agriculture biologique francilienne. Ce dispositif baptisé Bio+ va compenser les surcoûts liés aux méthodes de production de l'agriculture biologique en Ile-de-France.

Il s'agit d'une aide au maintien. Elle sera versée pendant 5 ans aux exploitations ayant achevé leur conversion bio. Le montant de cette aide variera en fonction des cultures : 400 €/ha pour le maraîchage et l'arboriculture et 200 €/ha pour les grandes cultures, la viticulture et les cultures légumières de plein champ. Le plafond sera de 6 000 € par exploitation.

Le budget annuel de Bio+ s'élèvera à plus d'1,5 million €.

Cette aide sera ouverte à partir de cet automne.

### Pays de la Loire :

Fin 2024, le Conseil régional des Pays de la Loire a annoncé une baisse historique des subventions de fonctionnement aux structures qui encadrent l'agriculture biologique : les GAB, le CIVAM BIO et la CAB.

### Sources :

Agence BIO, Bio Pays de la Loire, Biofil, Echo d'Ile-de-France et Région Ile-de-France – janvier/mars 2025

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

#### 1.1) La filière lait de vache

##### a) Résultats de l'enquête annuelle laitière pour l'année 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte totale de lait de vache a augmenté de 1,3 % en 2024 par rapport à 2023, dépassant 23,0 milliards de litres.

En 2024, les fabrications de laits conditionnés et de lait en poudre ont reculé, tandis que celles de yaourts et laits fermentés, de desserts lactés frais, de crème conditionnée, de beurre, de fromages ont progressé.

##### b) Marché des produits laitiers

D'après Kantar Worldpanel, les achats de laits de consommation liquides par les ménages ont reculé en 2024 de 2,5 % en volume par rapport à 2023<sup>1</sup>. Les volumes achetés ont légèrement reculé pour les fromages frais (-0,4 %) et pour le beurre (-0,8 %), mais ont progressé pour les yaourts (+1,6 %), les desserts frais (+1,1 %), la crème fraîche (+1,0 %) et les fromages (+1,1 %).

D'après CIRCANA, les ventes de produits laitiers en GMS ont globalement légèrement baissé en volume (-0,4 %), mais ont progressé de 1,1 % en valeur en 2024 par rapport à 2023. Celles de laits longue conservation ont reculé de 2,2 % en volume et de 0,7 % en valeur en 2024<sup>2</sup>.

#### 1.2) La filière lait de chèvre

D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de chèvre par les ménages ont stagné en 2024 par rapport à 2023 (+0,3 %).

#### 1.3) La filière lait de brebis

D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de brebis par les ménages ont reculé de 3,1 % en 2024 par rapport à 2023.

---

<sup>1</sup> Baisse de 1,7 % pour le lait conventionnel seul

<sup>2</sup> Pour les laits conditionnés conventionnels : -1,5 % en volume et +0,3 % en valeur.

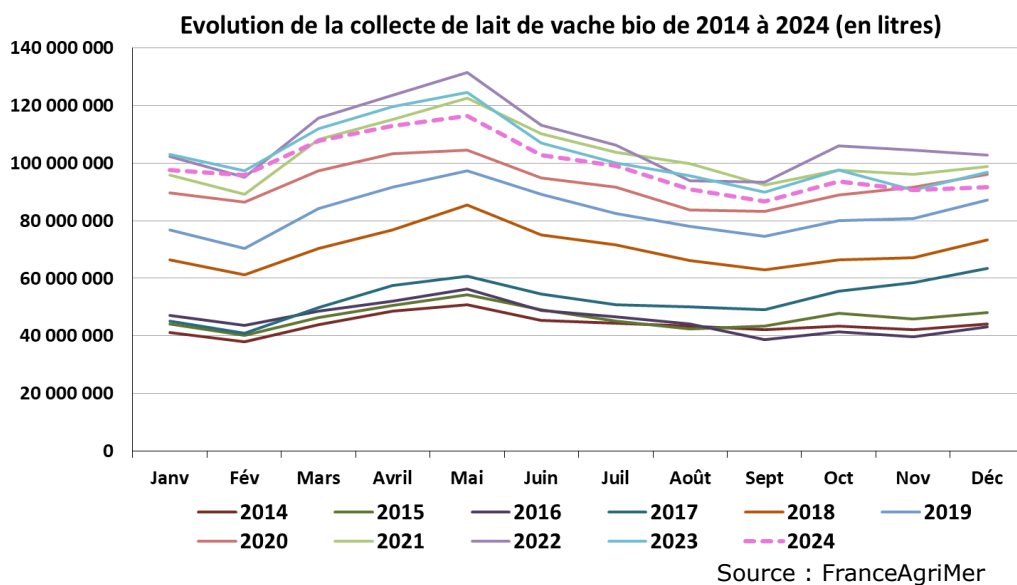
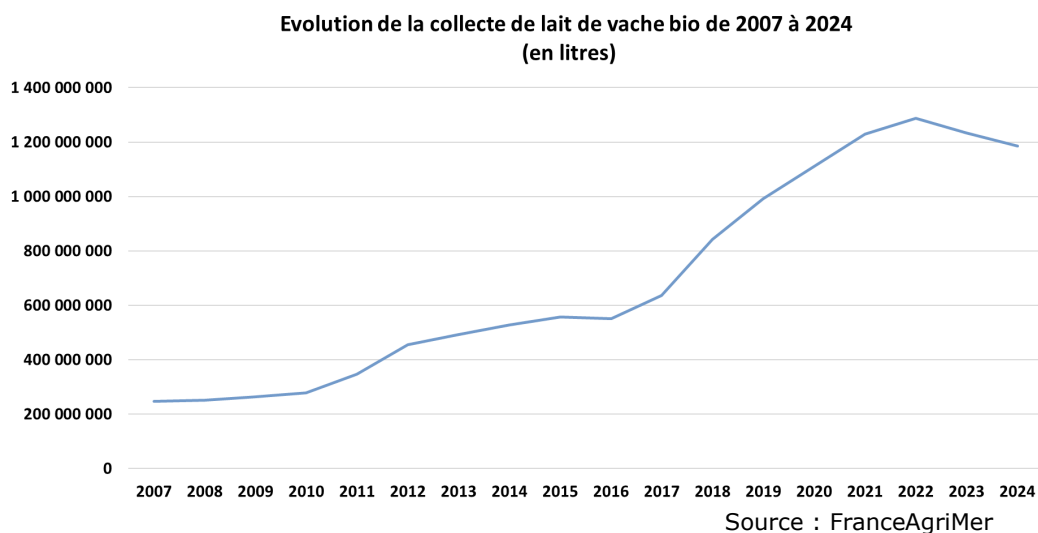
## 2) La filière laitière biologique

### 2.1) La filière lait de vache biologique

#### a) La collecte et les fabrications

#### Résultats pour l'année 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de vache bio s'est élevée à **près de 1,2 milliard de litres** en 2024, soit une **baisse de 3,9 %** par rapport à 2023.



3 857 livreurs étaient recensés en décembre 2024, contre 3 956 en janvier 2024 et 4 300 fin 2022.

La part de bio dans la collecte de lait de vache s'élevait à 4,8 % en décembre 2024 (contre 5,1 % en décembre 2023).



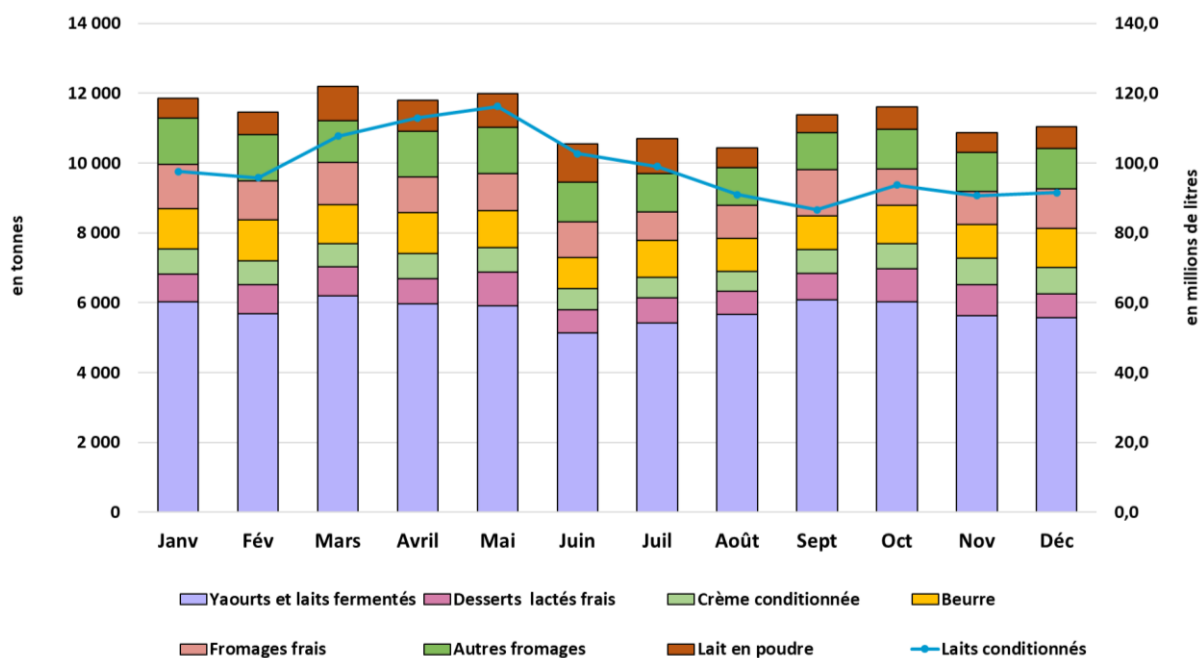
L'évolution nationale de la collecte de lait bio cache des disparités régionales. En effet, la collecte de lait bio a reculé de 3,8 % en Pays de la Loire en 2024 et de 7,1 % en Auvergne Rhône-Alpes, tandis qu'elle n'a reculé que de 1,0 % en Bretagne, a stagné en Normandie et a progressé de 6,3 % en Centre-Val de Loire.

En 2024, seules les fabrications de yaourts et laits fermentés et de desserts frais bio ont progressé.

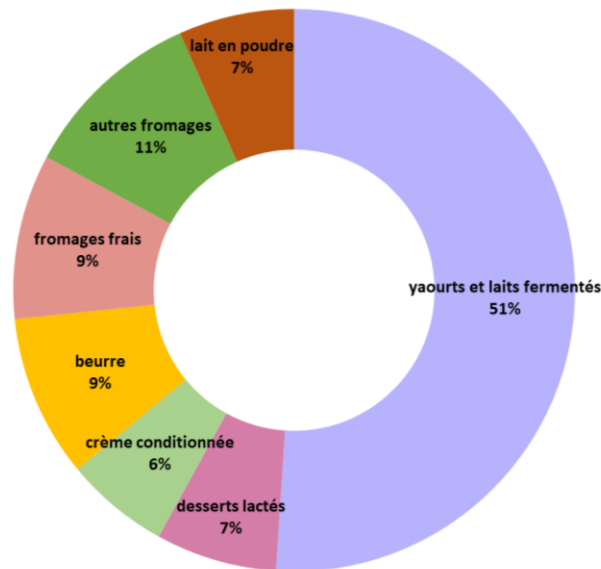
### Tableau de bord pour l'année 2024

	Lait BIOLOGIQUE		TOTAL Lait (bio et conventionnel)	
	Année 2024	Evolution 2024/2023 (%)	Année 2024	Evolution 2024/2023 (%)
<b>Collecte (en 1000 litres de lait)</b>	1 185 838	-3,9%	23 037 711	1,3%
<b>Fabrications de (tonnes) :</b>				
<b>Lait conditionné (1000 L)</b>	279 638	-2,9%	2 760 191	-0,7%
<b>Produits frais</b>	78 818	2,8%	1 977 462	2,3%
Dont yaourts et laits fermentés	69 342	3,1%	1 376 419	2,4%
Dont desserts lactés	9 476	0,6%	601 043	2,0%
<b>Crème conditionnée</b>	8 164	-6,7%	537 397	2,2%
<b>Beurre</b>	12 696	-8,1%	353 471	0,5%
<b>Fromages</b>	27 160	-4,9%	1 769 856	1,8%
Dont fromages frais	12 896	-4,3%	661 956	3,6%
Dont autres fromages	14 264	-5,5%	1 107 900	0,7%
<b>Lait en poudre</b>	9 046	-2,3%	487 183	0,6%

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



### Répartition des fabrications à partir de lait bio en 2024 (hors lait conditionné)



Source : FranceAgriMer

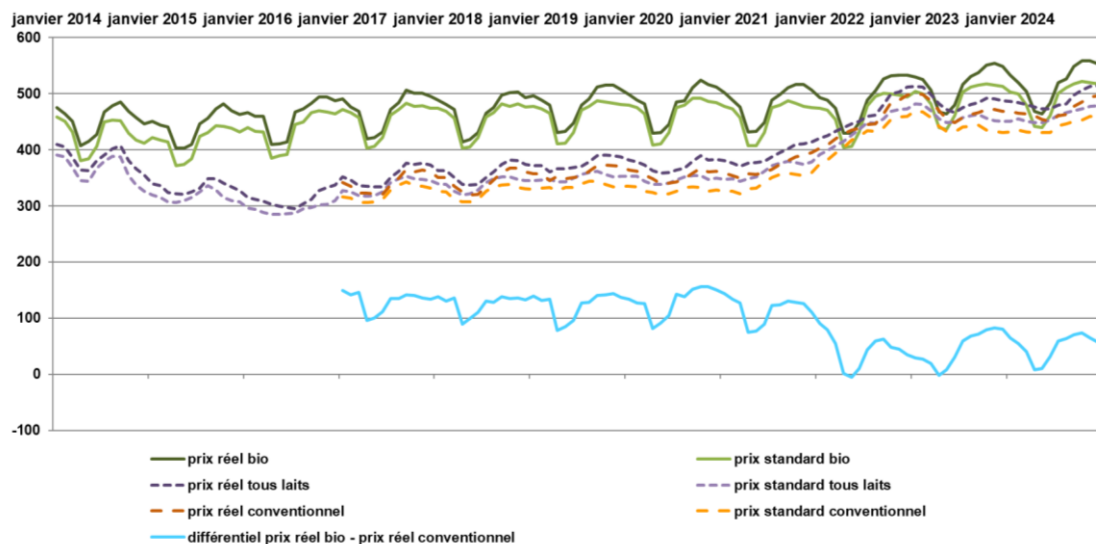
### b) Les prix payés aux producteurs

En décembre 2024, le prix réellement payé aux producteurs de lait de vache bio<sup>1</sup> était en hausse de 0,8 % par rapport à décembre 2023, tandis que le prix conventionnel était en augmentation de 6,0 %.

En décembre 2024, le différentiel entre le prix réel bio et le prix réel conventionnel était de 56,91 €/1 000 L. Il était en baisse de 29,3 % par rapport à décembre 2023.

La moyenne du prix bio réellement payé aux producteurs pour l'année 2024 a été de 519,79 €/1 000 L. Elle a stagné par rapport à 2023 (+0,4 %).

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-recouplement entre la collecte AOP/IGP et la collecte bio

Source : Agence BIO d'après FranceAgriMer

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

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

En 2024, d'après Kantar Worldpanel, les achats de lait de consommation liquide bio par les ménages ont reculé de 12,3 % en volume par rapport à 2023. Le bio a représenté 7,2 % des achats de laits en volume en 2024. Tous les autres produits laitiers bio ont également vu leurs achats par les ménages reculer en volume en 2024 : yaourts : - 4,0 %, fromages frais : - 7,6 %, desserts frais : -9,36 %, beurre : -12,2 %, crème : - 19,7 % et fromages au lait de vache : -5,6 %.

### d) Les ventes de produits laitiers bio en GMS : Résultats du panel Circana<sup>1</sup>

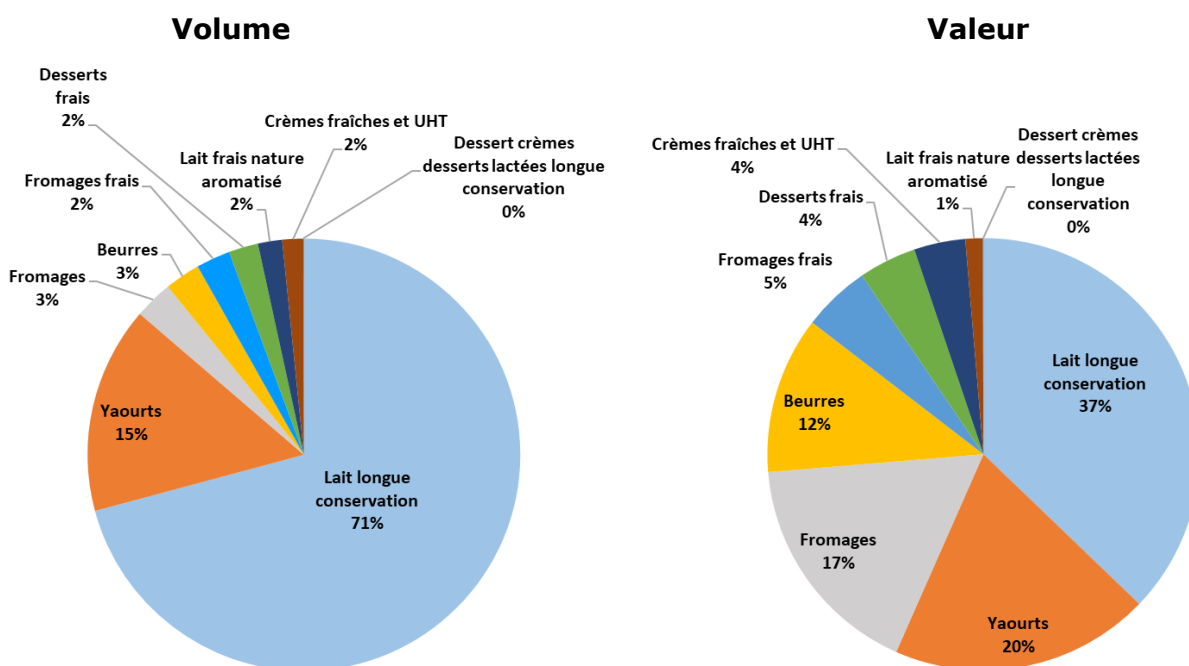
#### L'ensemble des produits laitiers bio

En 2024, les ventes de produits laitiers bio en GMS ont reculé de 7,7 % en volume et de 6,7 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, la part de marché du bio dans les ventes de produits laitiers en GMS a été de 5,9 % en volume et de 4,0 % en valeur (contre 6,4 % et 4,4 % en 2023).

En 2024, le lait longue conservation a été le premier produit laitier bio vendu en GMS avec 71 % des volumes et 37 % de la valeur, devant les yaourts.

#### Répartition des ventes de produits laitiers bio en valeur par catégorie en GMS sur en 2024



Source : Agence BIO d'après Circana

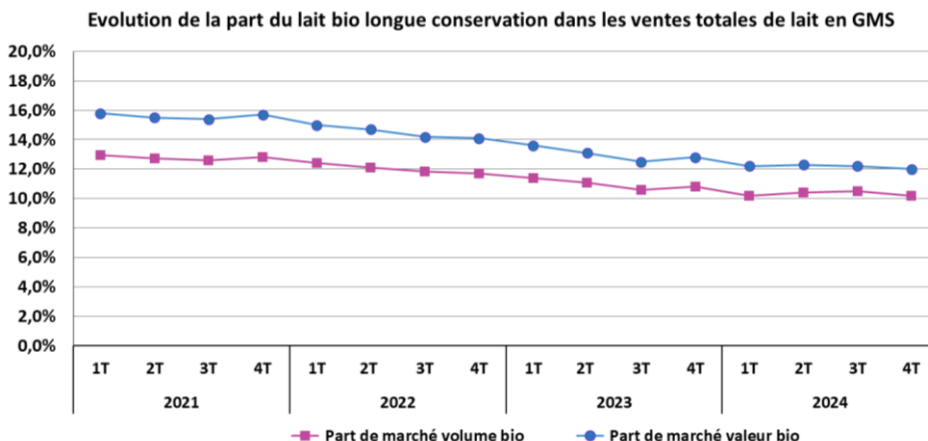
La baisse du nombre de références bio semble enrayée depuis le début de l'année 2024, à l'exception notable du fromage, dont le nombre de références est fortement reparti à la baisse ces derniers mois (-11% d'EAN vs 2023).

#### Lait longue conservation biologique

En 2024, les ventes de lait liquide bio longue conservation en GMS ont reculé de 8,1 % en volume et de 7,4 % en valeur par rapport à 2023.

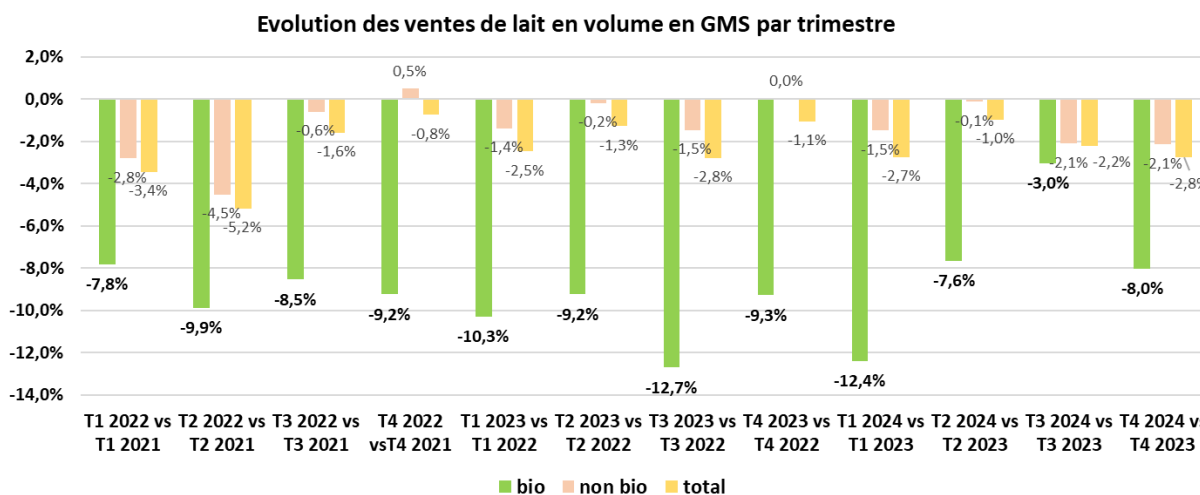
<sup>1</sup> Périmètre différent du panel CNIEL/Circana

En 2024, la part de marché en volume du lait bio en GMS a été de 10,3 % et la part de marché en valeur de 12,2 %. Elles sont inférieures à celles de 2023 (11,0 % et 13,0 %).



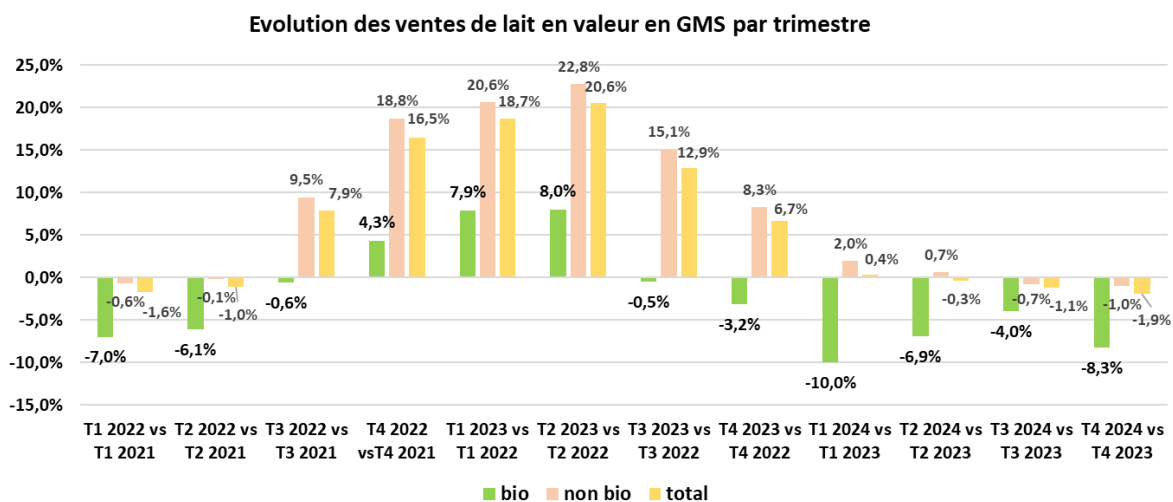
Source : Agence BIO d'après Circana

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



Source : Agence BIO d'après Circana

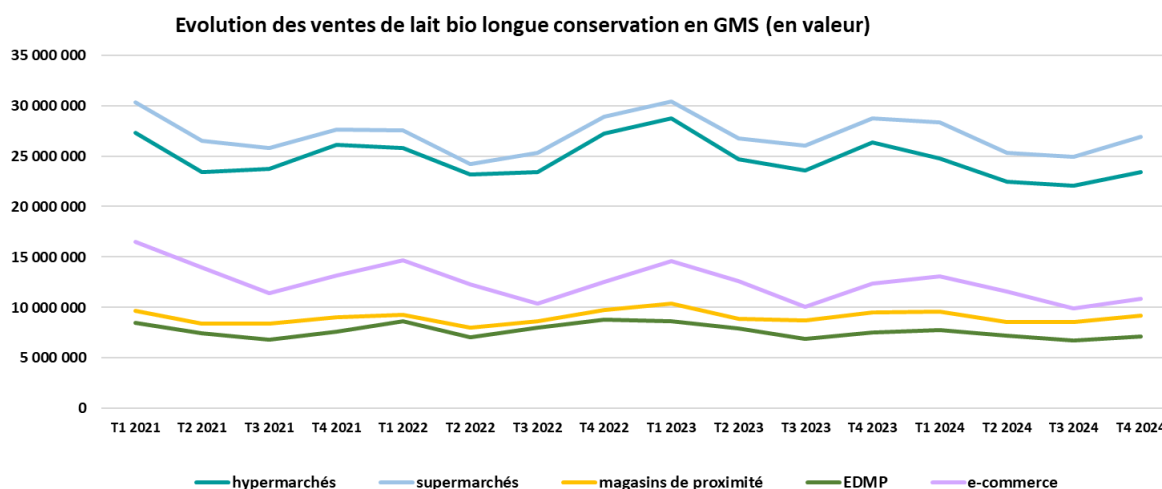
En valeur, la baisse la plus élevée s'est produite au 1<sup>er</sup> trimestre 2024.



Source : Agence BIO d'après Circana

En 2024, les supermarchés sont restés le premier sous-circuit de commercialisation en GMS du lait bio longue conservation avec une part de 32 % en volume et 34 % en valeur.

En 2024, les ventes de lait bio longue conservation en GMS ont reculé dans tous les circuits que ce soit en volume ou en valeur. La baisse relative la plus importante a eu lieu en hypermarchés, que ce soit en volume (-11,0 %) ou en valeur (-10,3 %).

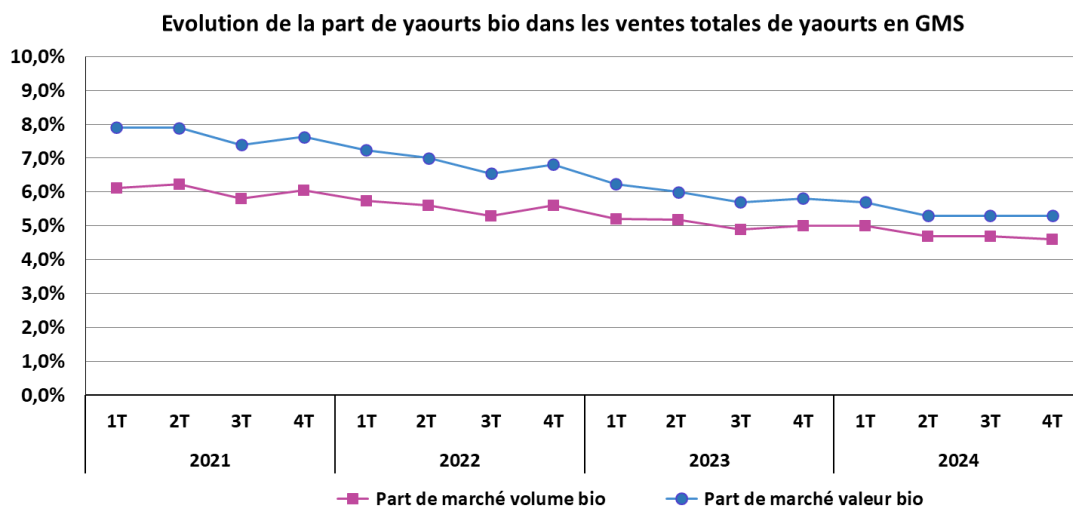


Source : Agence BIO d'après Circana

## Yaourts biologiques

En 2024, les ventes de yaourts bio en GMS ont reculé de 5,3 % en volume et de 5,9 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, la part de marché en volume des yaourts bio en GMS a été de 4,7 % et la part de marché en valeur de 5,4 %. Elles sont inférieures à celles de 2023 (5,1 % et 5,9 %).

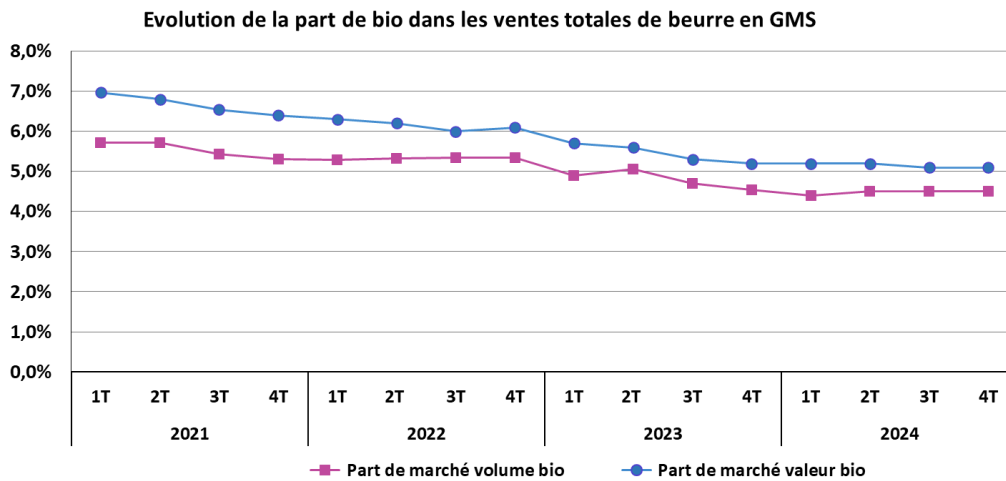


Source : Agence BIO d'après Circana

## Beurre biologique

En 2024, les ventes de beurre bio en GMS ont reculé de 7,1 % en volume et de 3,7 % en valeur par rapport à 2023.

En 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 2023 (4,8 % et 5,4 %).

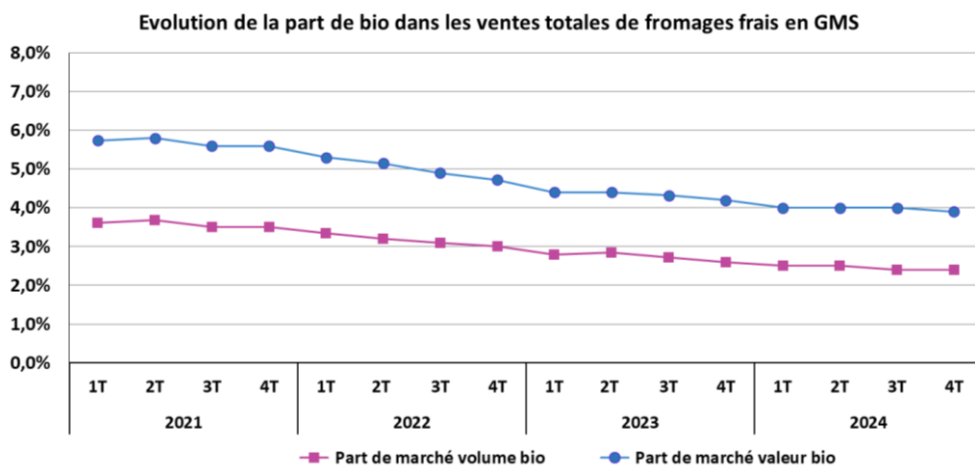


Source : Agence BIO d'après Circana

### Fromages frais biologiques

En 2024, les ventes de fromages frais bio en GMS ont reculé de 8,6 % en volume et de 7,0 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, la part de marché en volume de fromages frais bio en GMS a été de 2,4 % et la part de marché en valeur de 4,0 %. Elles sont inférieures à celles de 2023 (2,7 % et 4,3 %).



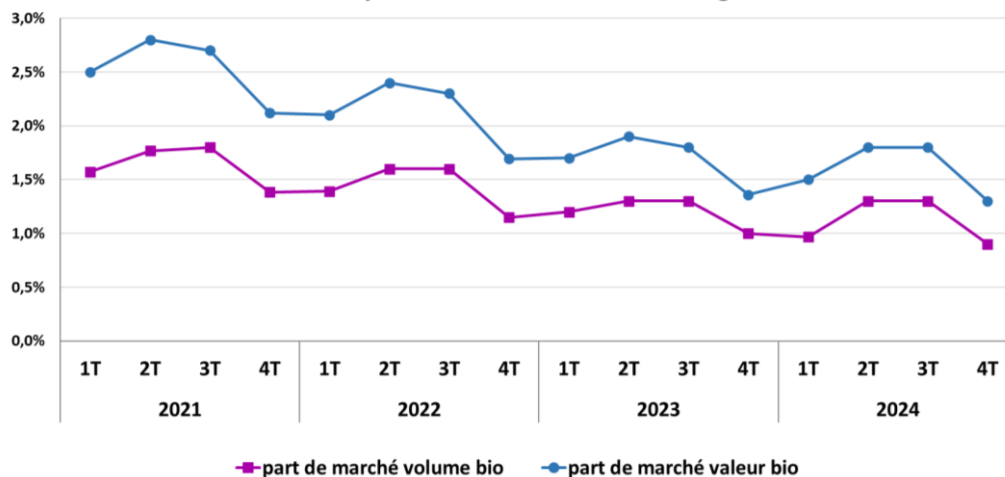
Source : Agence BIO/Circana

### Fromages biologiques

En 2024, les ventes de fromages bio en GMS ont reculé de 2,7 % en volume et de 4,7 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, la part de marché en volume du fromage bio en GMS a été de 1,1, % et la part de marché en valeur de 1,6 %. Elles étaient légèrement inférieures à celles de 2023 (1,2 % et 1,7 %).

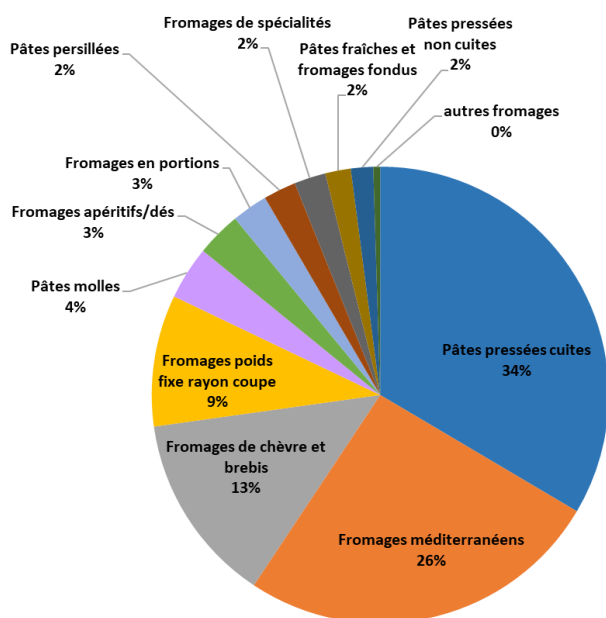
### Evolution de la part de marché bio des fromages en GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

Les fromages à pâtes pressées cuites ont été les fromages bio les plus vendus en GMS, avec 34 % en valeur en 2024, devant les fromages méditerranéens et les fromages de chèvre et de brebis.

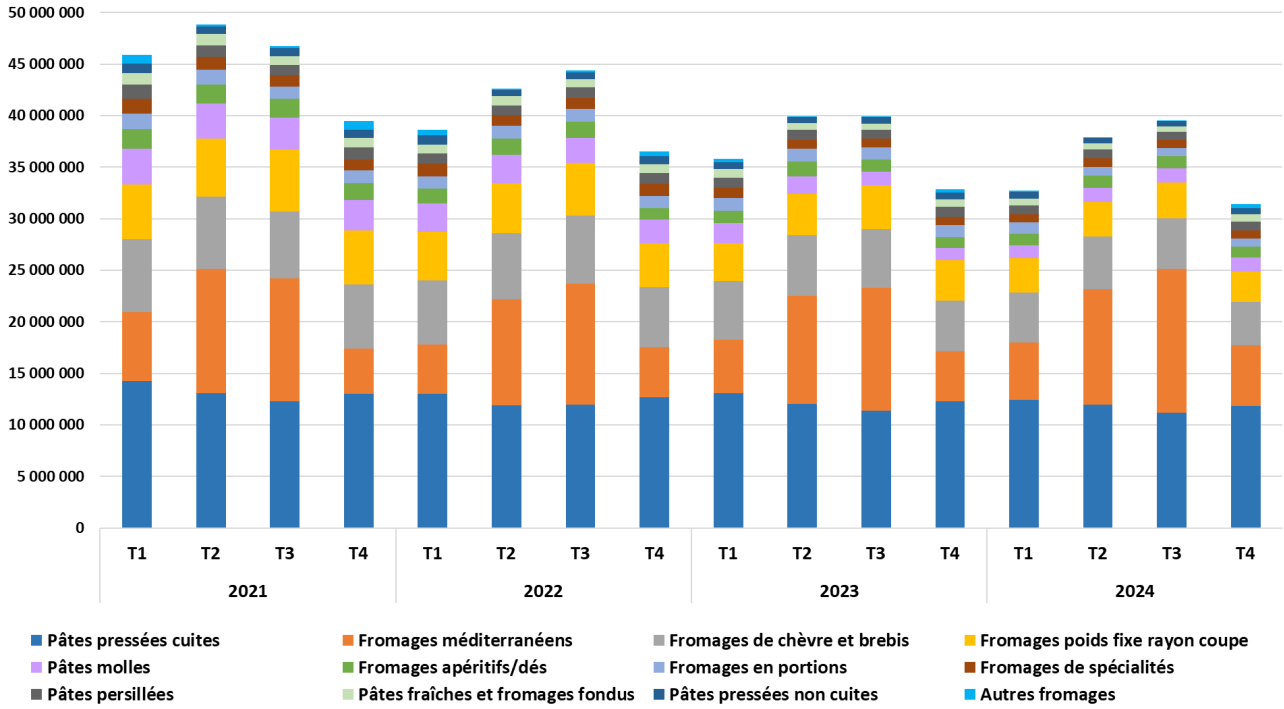
### Répartition des ventes de fromages bio en valeur par catégorie en GMS en 2024



Source : Agence BIO d'après Circana

A l'exception des fromages méditerranéens (+12,1 %), toutes les catégories de fromages bio ont connu une baisse de leurs ventes en valeur en 2024 par rapport à 2023. Les fromages de chèvres et de brebis sont ceux dont les ventes ont le plus baissé en valeur absolue (plus de 3,1 millions € en moins). Les fromages en portions sont ceux dont les ventes ont le plus reculé en pourcentage (-14,2 %).

Evolution des ventes de fromages bio en GMS par catégorie (en valeur)



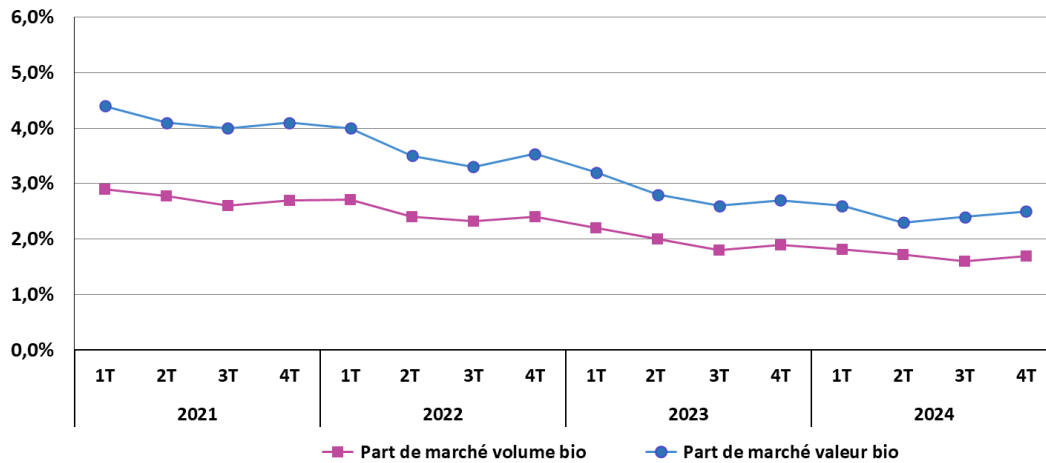
Source : Agence BIO d'après Circana

## Crème biologique

En 2024, les ventes de crème bio fraîche et UHT en GMS ont reculé de 13,3 % en volume et de 11,6 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, la part de marché en volume de la crème bio en GMS a été de 1,7 % et la part de marché en valeur de 2,5 %. Elles sont inférieures à celles de 2023 (2,0 % et 2,8 %).

Evolution de la part de bio dans les ventes totales de crème en GMS



Source : Agence BIO d'après Circana

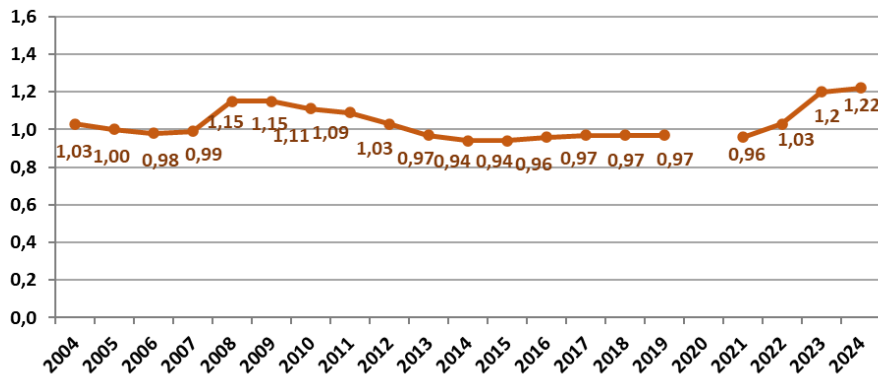
## d) Les prix au détail

### Lait biologique

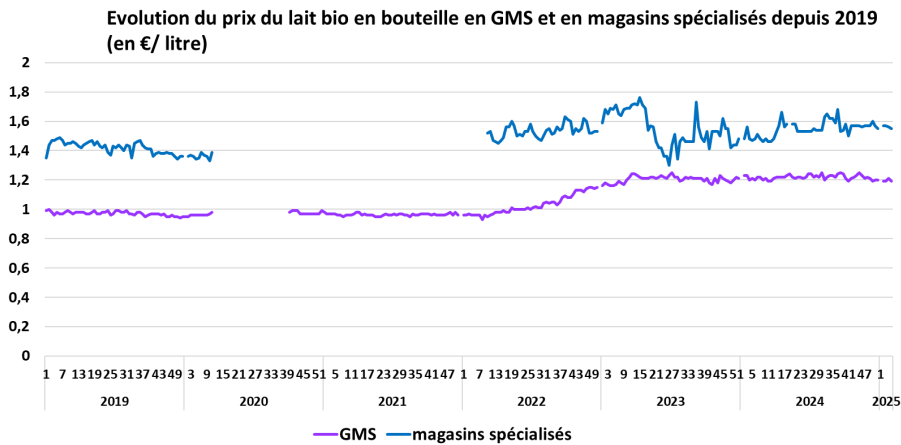
En 2024, le prix moyen du lait bio UHT demi-écrémé bouteille plastique en GMS a été de 1,22 €/l, soit supérieur de 1,7 % au prix moyen 2023.



**Evolution du prix moyen annuel du lait UHT biologique demi écrémé bouteille plastique en GMS (le litre)**



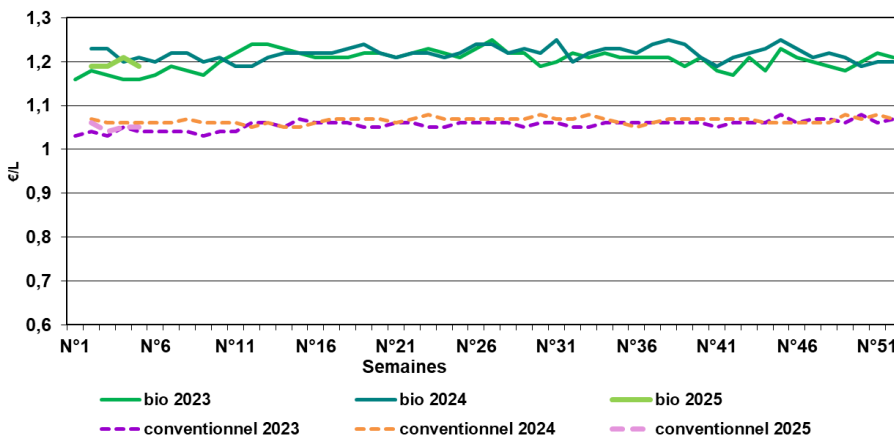
Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer



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

En 2024, 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). En 2024, le prix du lait conventionnel a moins augmenté que celui du lait bio (+0,9 % en conventionnel). L'écart entre bio et conventionnel a augmenté de 7,1 % par rapport à 2023 (+1 centime).

**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

En 2024, le prix moyen du lait bio demi-écrémé en bouteille en magasins spécialisés s'est élevé à 1,52 €/L. Il était inférieur de 1,9 % au prix moyen 2023.

Le prix moyen du lait bio en brique a été de 1,25 €/L en 2024. Il était inférieur de 2,3 % au prix moyen 2023.

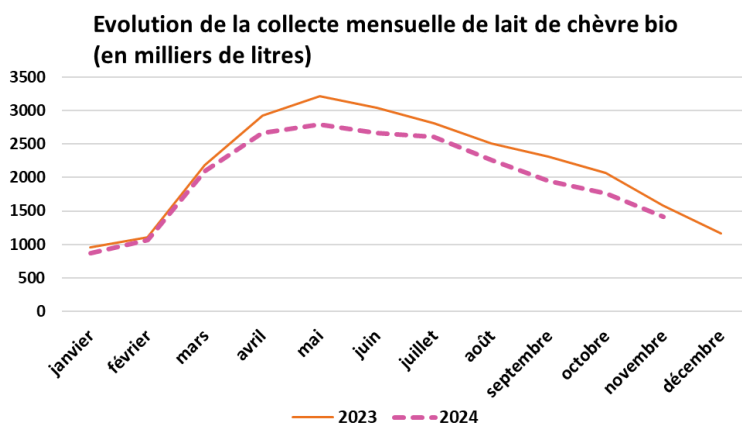
### e) Les produits laitiers en restauration collective

La restauration collective peine à atteindre l'objectif de 20 % de produits laitiers bio fixé par la loi Egalim, avec seulement 8,1 % en 2024. La restauration scolaire est celle qui a les meilleurs résultats (16 %), tandis que la restauration médicale plafonne à 6 %, en raison de restrictions budgétaires.

## 2.2) La filière lait de chèvre biologique

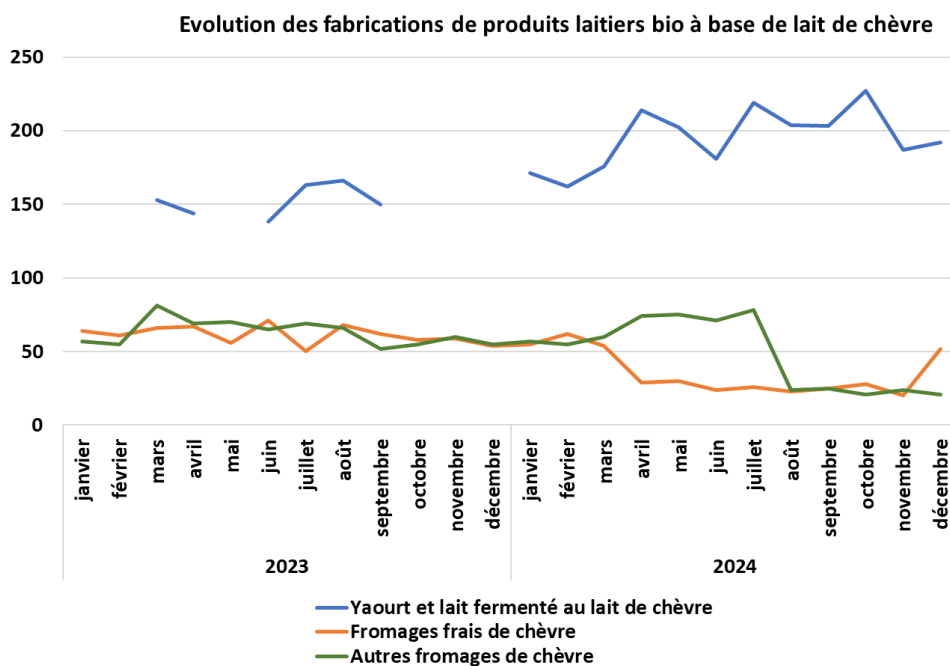
### Résultats pour l'année 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de chèvre bio s'est élevée à plus de 22 millions de litres au cours des 11 premiers mois de 2024.



Source : FranceAgriMer

D'après l'enquête mensuelle laitière, les fabrications de fromages frais de chèvre bio ont reculé de 41,8 % en 2024 par rapport à 2023, tandis que celles d'autres fromages de chèvre ont augmenté de 22,4 %.



NB : Les points manquants correspondent à des données sous secret statistique.

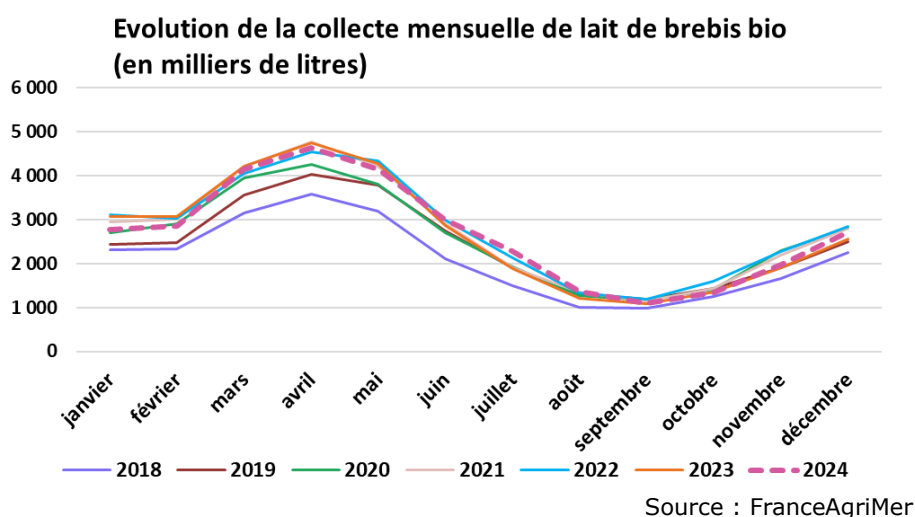
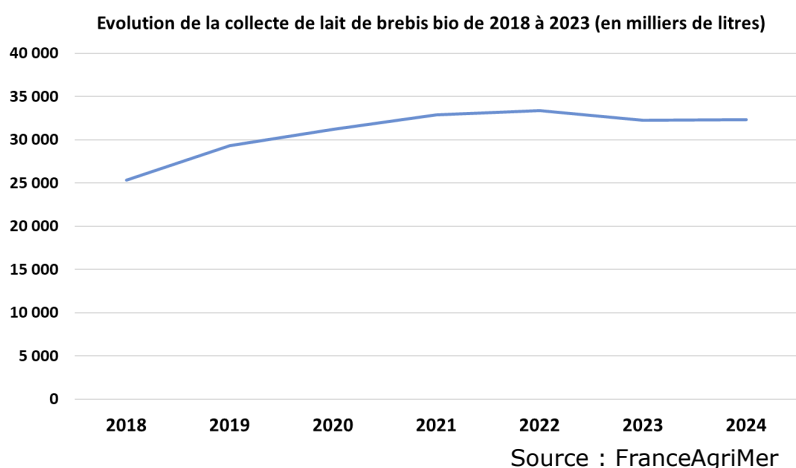
Source : FranceAgriMer

D'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de chèvre bio par les ménages ont reculé de 10,4 % en volume en 2024 par rapport à 2023.

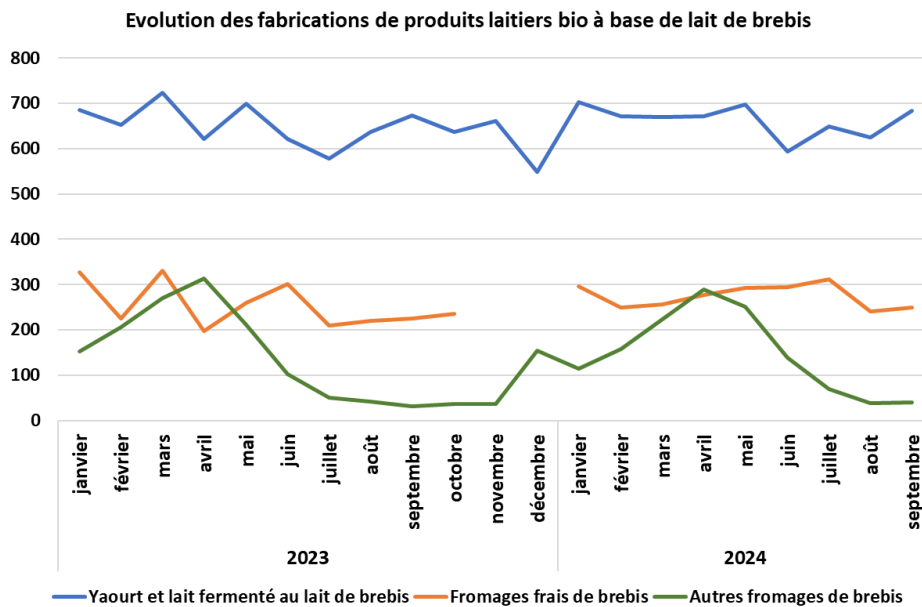
### 2.3) La filière lait de brebis biologique

#### Résultats pour l'année 2024

D'après l'enquête mensuelle laitière, la collecte de lait de brebis bio s'est élevée à plus de 32 millions de litres en 2024. Elle a stagné (+0,3 %) par rapport à 2023.



D'après l'enquête mensuelle laitière, les fabrications de yaourts et de lait fermenté bio au lait de brebis ont progressé de 3,7 % en 2024 par rapport à 2023. Les fabrications de fromages frais bio au lait de brebis ont augmenté de 5,3 %, tandis que celles des autres fromages bio au lait de brebis ont reculé de 2,9 %.



Source : FranceAgriMer

En 2024, d'après Kantar Worldpanel, les achats de fromages de brebis bio par les ménages ont baissé de 14,6 % en volume par rapport à 2023.

Sources :

Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, CIRCANA, CNIEL, Kantar Worldpanel/FranceAgriMer et Réussir – janvier/mars 2025

## 1) La filière viande sur un plan général

D'après Agreste, en 2024, les abattages de gros bovins<sup>1</sup> sont restés inférieurs de 6,6 % à la moyenne quinquennale.

En 2024, les abattages de porcins ont stagné par rapport à 2023 (+0,3 %), restant toutefois nettement en deçà du niveau moyen 2019-2023 (-4,6 %).

En 2024, les abattages d'ovins ont été inférieurs de 13,6 % par rapport à la moyenne quinquennale 2019-2023.

D'après Kantar Worldpanel, les achats de viande de bœuf par les ménages ont reculé de 4,1 % en volume en 2024 par rapport à 2023 et ceux de viande de veau de 6,1 %. Les achats de viande ovine ont baissé de 10,8 % et ceux de viande porcine fraîche de 2,7 %. Les achats de bœuf haché surgelé ont stagné, tandis que ceux des autres viandes de boucherie surgelées ont reculé de 6,8 %.

En 2024, les achats de charcuterie ont reculé de 1,4 % par rapport à 2023.

D'après Circana, les ventes de steak haché frais ont progressé de 2,3 % en volume, mais sont restées stables en valeur (+0,1 %) en GMS (hors EDMP) en 2024 par rapport à 2023.

D'après Circana, en 2024, les ventes de viande surgelée ont légèrement progressé en volume (+0,5 %) en GMS (hors EDMP) et ont stagné en valeur (-0,1 %).

D'après Circana, les ventes de charcuterie en GMS (hors EDMP) ont reculé de 0,5 % en volume en 2024 par rapport à 2023 et de 1,5 % en valeur.

## 2) Les viandes biologiques

### 2.1) Bovins

#### a) Evolution des ventes de viandes bio

#### Ventes totales de viande bio (steak haché et viandes surgelées)

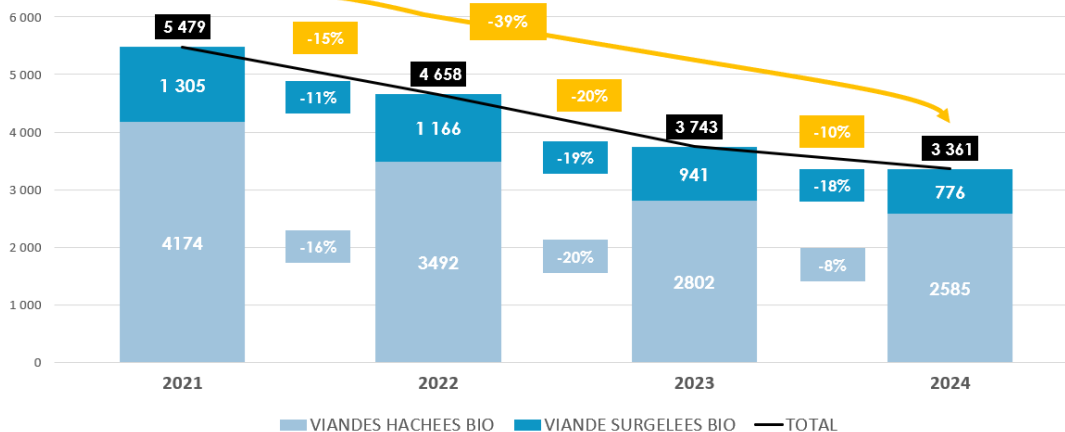
En 2024, les ventes de viande bio en GMS (hors EDMP) ont reculé de 10 % en volume et de 9 % en valeur par rapport à 2023.

En 3 ans, la baisse a été de 39 % en volume et de 24 % en valeur, avec un ralentissement en 2024.

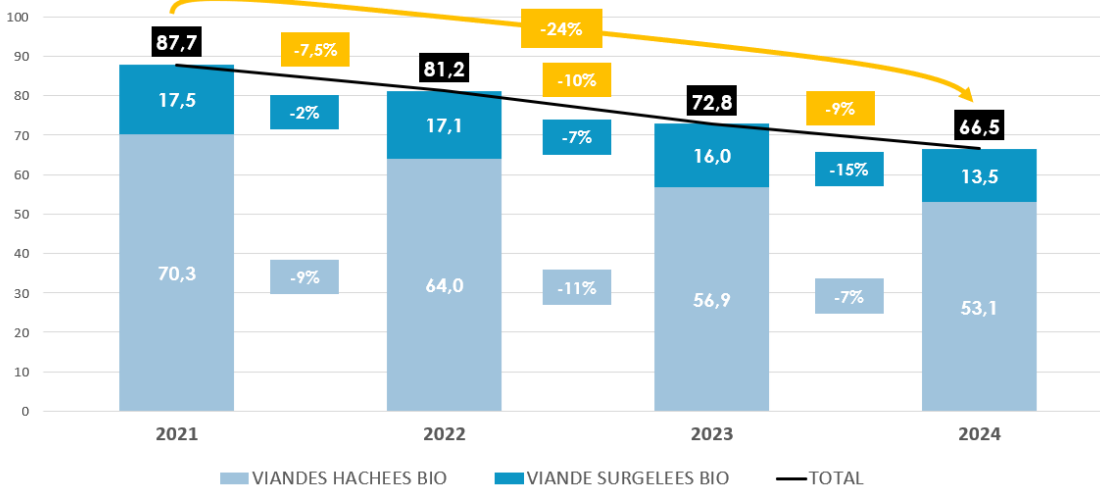
---

<sup>1</sup> En nombre de têtes

### Evolution des ventes de viandes bio en volume en GMS (hors EDMP) de 2021 à 2024



### Evolution des ventes de viandes bio en valeur en GMS (hors EDMP) de 2021 à 2024



### Ventes de viandes surgelées bio en GMS

En 2024, les ventes de viandes bio surgelées en GMS (hors EDMP) ont reculé de 18 % en volume (contre -19 % l'année précédente) et de 15 % en valeur (contre -7 % l'année précédente) par rapport à 2023.

Au sein des viandes bio, les viandes surgelées contribuent plus cette année au recul : l'un des facteurs explicatifs pourrait être la baisse de part d'offre en bio au sein des viandes surgelées (vs viandes non-bio).

La part de marché bio de la viande surgelée a été de 0,8 % en volume et de 1,4 % en valeur, en baisse par rapport à 2023 (0,9 % et 1,6 %).

Les supermarchés restaient le principal sous-circuit de commercialisation des viandes surgelées bio en 2024.

### Ventes de steak haché

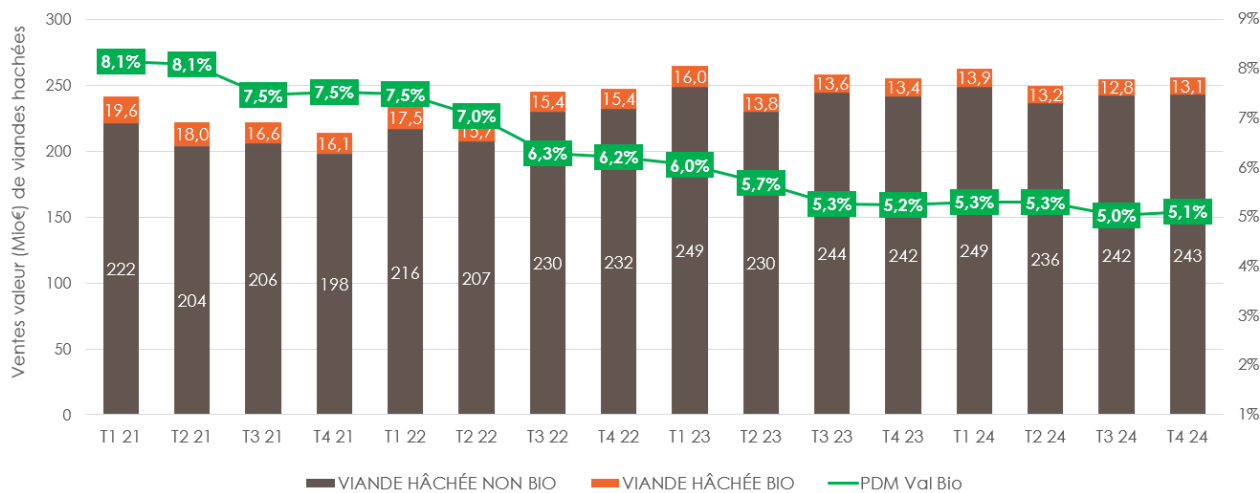
En 2024, les ventes de steak haché bio frais en GMS (hors EDMP) ont reculé de 8 % en volume (contre -20 % l'année précédente) et de 7 % en valeur (contre -11 % l'année précédente) par rapport à 2023.

Si l'on regarde l'évolution trimestrielle, il y a eu une baisse des ventes en volume de 3 % entre le 4<sup>e</sup> trimestre 2023 et le 4<sup>e</sup> trimestre 2024 et de 2 % en valeur. Par rapport au quatrième trimestre 2021, le recul s'élève à 34 % en volume et à 19 % en valeur.

En volume la part de marché bio a été de 3,8 % en 2024, contre 4,2 % en 2023.

La part de marché en valeur de la viande hachée bio a été de 5,2 % en 2024, contre 5,6 % en 2023.

### Evolution de la part de marché bio en valeur dans les ventes de viande hachée en GMS (hors EDMP)



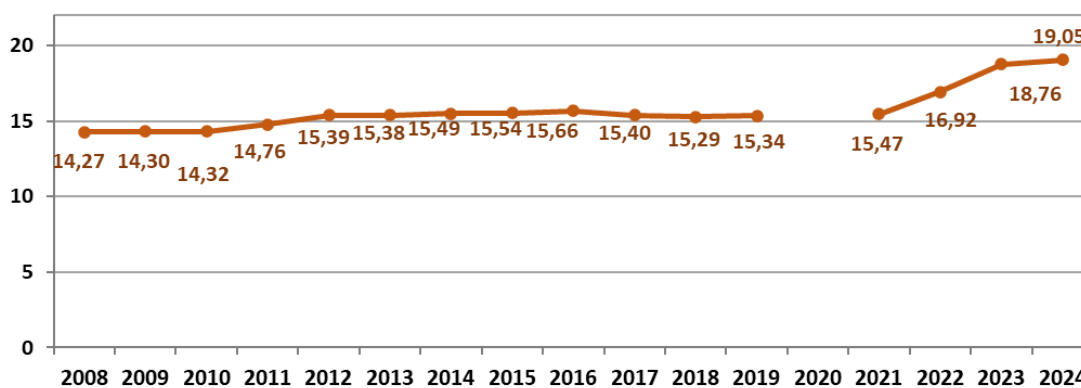
Source : Interbev d'après Agence BIO/Circana

Les supermarchés restaient le premier sous-circuit de commercialisation de la viande hachée bio en GMS (hors EDMP) en 2024.

### c) Prix du steak haché bio en GMS

En 2024, le prix moyen du steak haché de bœuf bio (15 % de MG) en GMS a été de 19,05 €/kg. Il a été supérieur de 1,5 % à la moyenne 2023.

Evolution du prix moyen annuel du du steak haché de bœuf (15% de MG) (origine France) biologique en GMS (le kg)



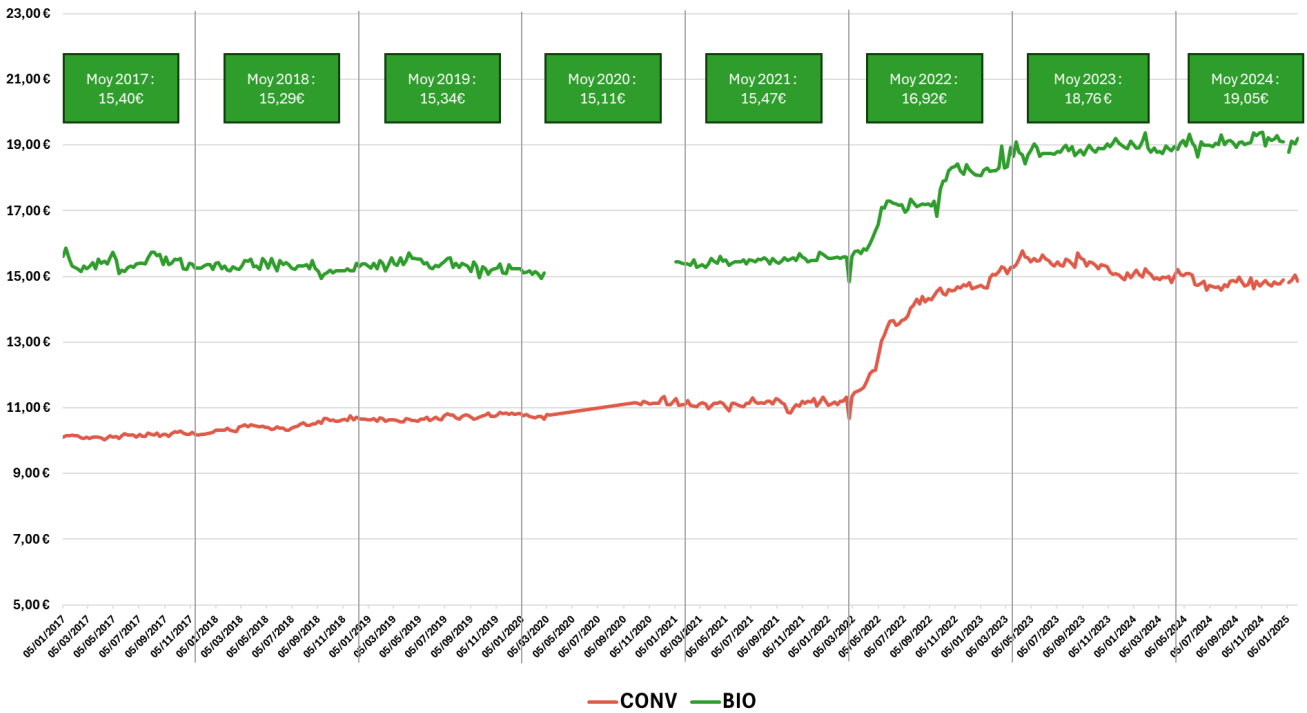
Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

En 2024, l'écart moyen entre le steak haché de bœuf bio et le steak haché conventionnel a été de 4,17 €/kg (soit supérieur de 28 % en bio).

En 2024, le prix du steak haché conventionnel a reculé de 2,7 %. L'écart entre bio et conventionnel a augmenté de 20,2 %.

## COURS STEAK HACHE

source RNM FAM (15% MG - détail GMS ; au 30 janvier 2025)



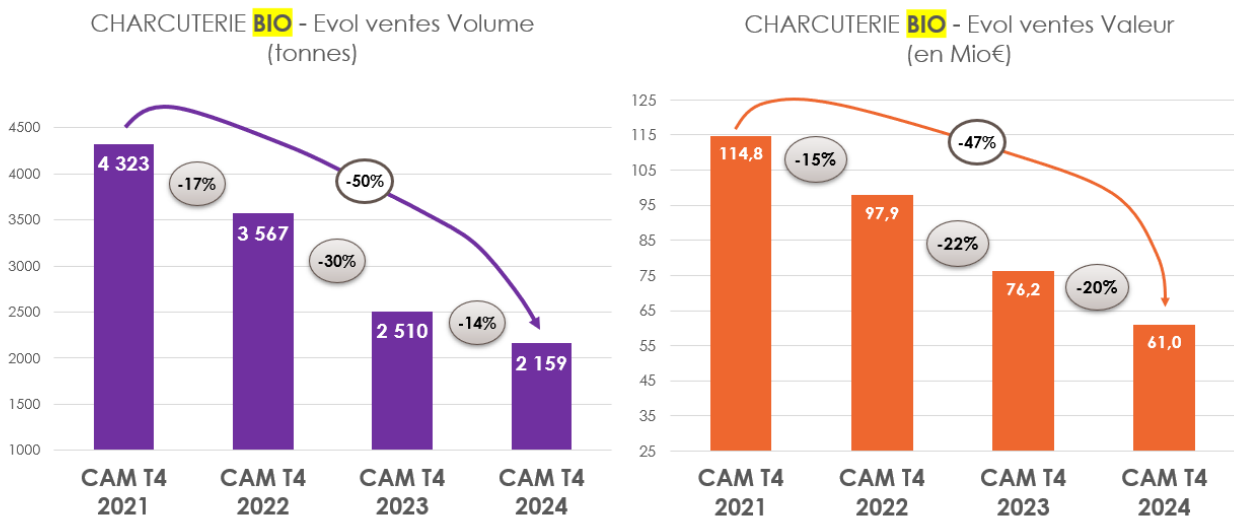
Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

### 2.3) Porcs

#### Ventes de produits à base de porc bio en GMS

En 2024, les ventes de charcuteries bio ont globalement reculé de 14 % en volume et de 20 % en valeur en GMS (hors EDMP).

Sur 3 ans, le recul a été de 50 % en volume et de 47 % en valeur.

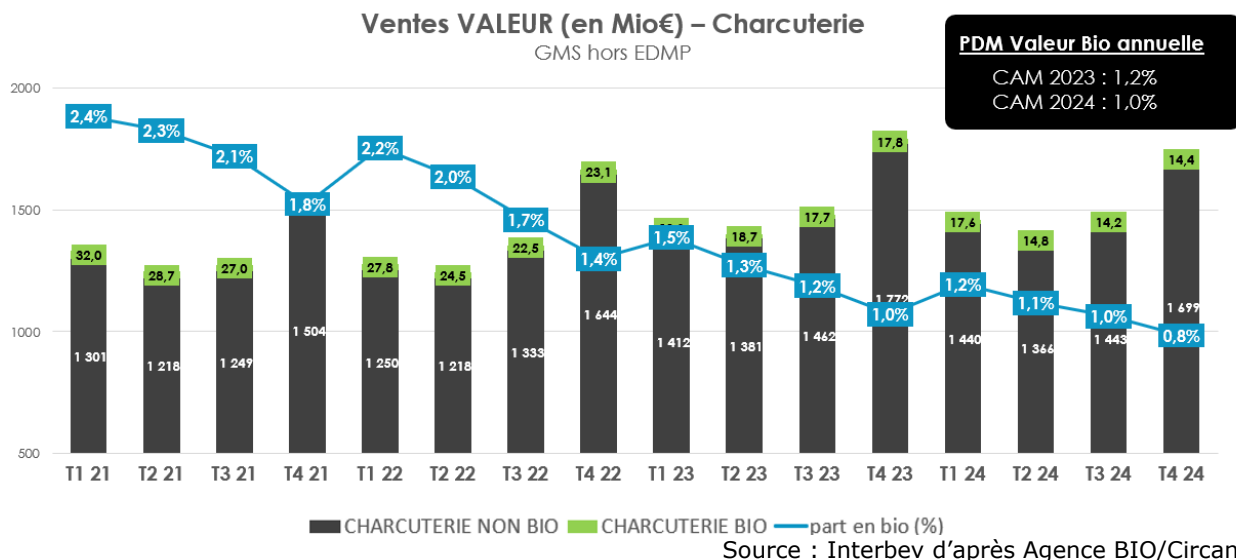


Source : Interbev d'après Agence BIO/Circana

La part de marché bio des charcuteries a été de 0,5 % en volume et de 1,0 % en valeur en 2024, en baisse par rapport à 2023 (0,6 % et 1,2 %).

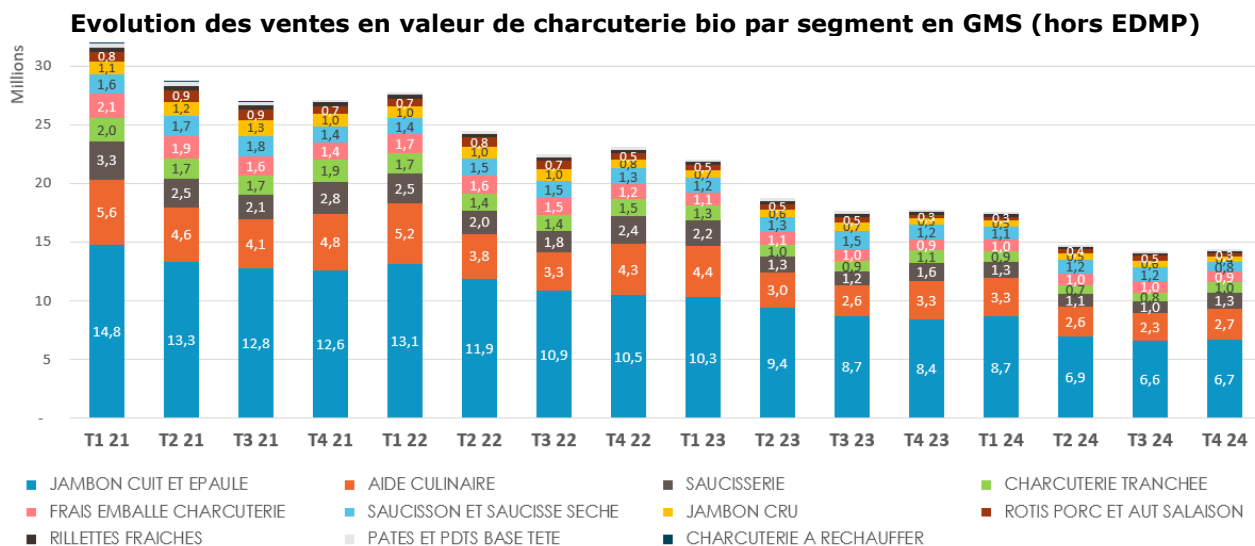


## Evolution de la part de marché bio en valeur dans les ventes de charcuterie en GMS (hors EDMP)



Les supermarchés ont été le principal sous-circuit de commercialisation de la charcuterie bio en 2024.

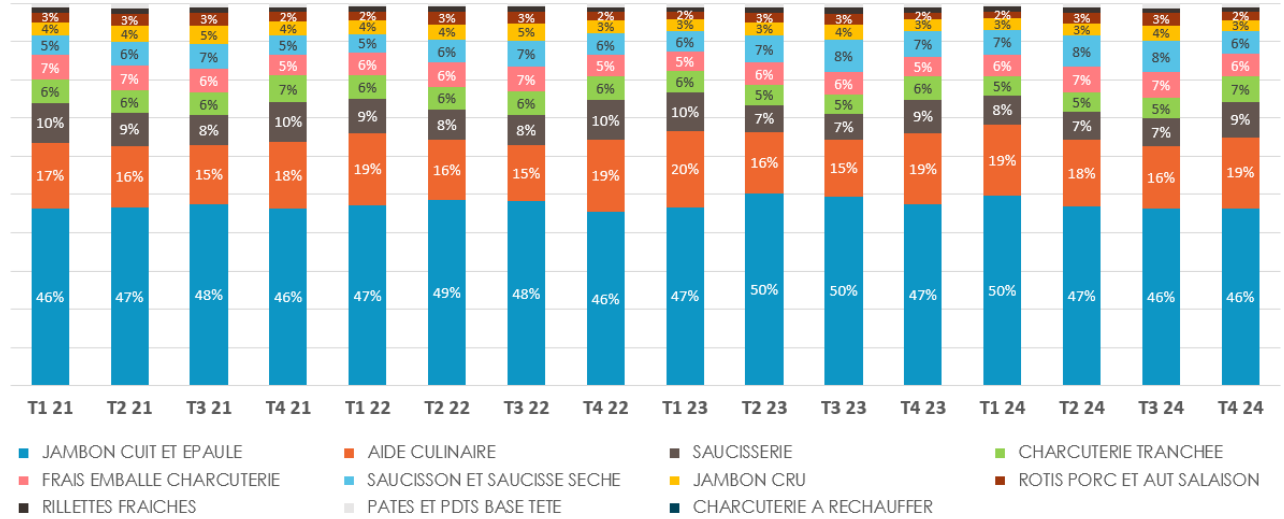
Tous les segments de charcuterie bio sont en perte de vitesse en 2024.



"Rillettes fraîches" est la catégorie dont les ventes ont le plus reculé en 2024 par rapport à 2023, que ce soit en volume (-26 %) ou en valeur (-27 %).

"Jambon cuit et épaule" reste la principale catégorie de charcuterie bio vendue en GMS (hors EDMP), avec une part de marché de 36 % en volume et de 46 % au quatrième trimestre 2024.

## Evolution du poids en valeur des différents segments de la charcuterie bio en GMS (hors EDMP)



Source : Interbev d'après Agence BIO/Circana

### 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 – janvier/mars 2025

## 1) La filière avicole sur un plan général

D'après Agreste, en novembre 2024, les mises en place ont reculé par rapport à novembre 2023 pour les poulets (-4,3 %), pour les canards à rôtir (-8,2 %) et les pintades (-18,6 %), alors qu'elles ont progressé pour les dindes (+3,9 %).

D'après Agreste, les abattages de volailles ont progressé de 8,2 % en 2024 par rapport à 2023<sup>1</sup> (dont +7,1 % pour le poulet).

D'après Agreste, les mises en place de poulettes de races de ponte ont augmenté de 1,4 % au cours des 11 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023.

D'après Agreste, la production d'œufs de consommation a progressé de 0,6 % en janvier 2025 par rapport à janvier 2024.

D'après Kantar Worldpanel, les achats totaux de volailles fraîches par les ménages ont progressé de 5,5 % en volume en 2024 par rapport à 2023 (avec +3,5 % pour les achats totaux de poulet, +3,1 % pour la dinde, +59,1 % pour le canard et -4,4 % pour la pintade).

D'après Kantar Worldpanel, les achats totaux d'œufs par les ménages ont progressé de 2,0 % en volume en 2024 par rapport à 2023.

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

D'après Circana, les ventes d'œufs en GMS ont progressé de 4,4 % en volume et de 1,6 % en valeur en 2024 par rapport à 2023.

## 2) Les volailles de chair biologiques

### 2.1) Evolution des volumes produits en 2024<sup>2</sup>

Durant les 52 semaines de 2024, les mises en place de volailles biologiques ont augmenté de 1 % par rapport à l'année 2023, mais reculé de 13 % par rapport à 2022.

Les mises en place de poulets biologiques ont augmenté également de 1 % par rapport à 2023 et ont baissé de 13 % par rapport à 2022.

---

<sup>1</sup> En têtes

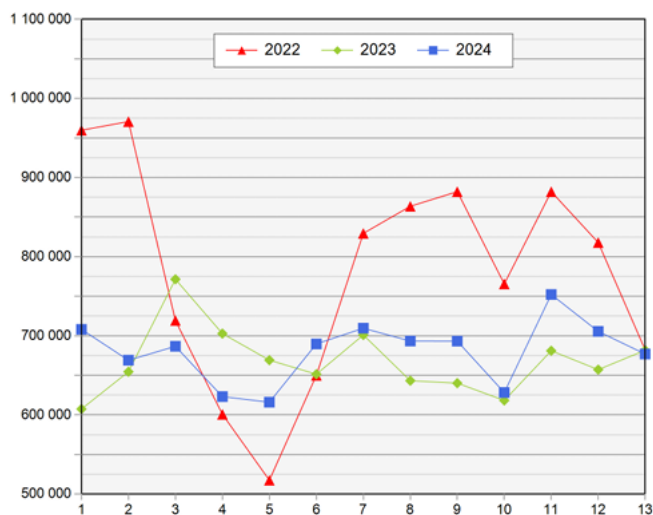
<sup>2</sup> Les données présentées correspondent uniquement aux informations récoltées dans le cadre de l'observatoire économique du Synalaf. Celui-ci regroupe la majorité des productions organisées de volailles bio en France.

## Estimation des mises en place de volailles bio en filières organisées en 2024

	MEP (En milliers de têtes)	Évolution 2024/2023	Évolution 2024/2022
Poulets	8 793	1%	-13%
Pintades	51	-35%	-23%
Canards	43	-42%	-10%
Dindes de découpe	130	-1%	-16%
Volailles festives	21	-32%	-31%
<b>Total volailles à rôtir</b>	<b>9 039</b>	<b>+1%</b>	<b>-13%</b>

Source : Synalaf

### Mises en place de poulets bio en filières organisées



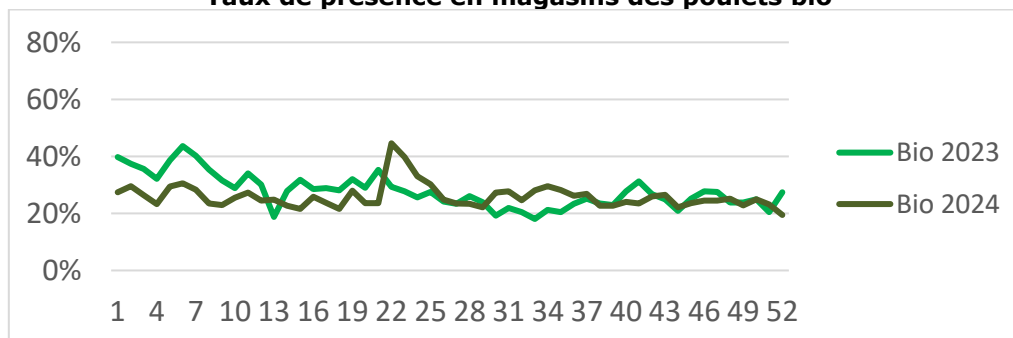
Source : Synalaf

## 2.2) Tendances de marché

Sur l'année 2024, l'indice des coûts des matières premières dans l'aliment des poulets biologiques continue de régresser par rapport à l'année dernière : -10,1% par rapport à 2023.

Au cours des 52 semaines de l'année 2024, le taux de présence des poulets bio en magasins a baissé de 2 points (26%) par rapport à l'année dernière et de 13 points par rapport à 2022 (39%).

### Taux de présence en magasins des poulets bio



Source : RNM/FranceAgriMer

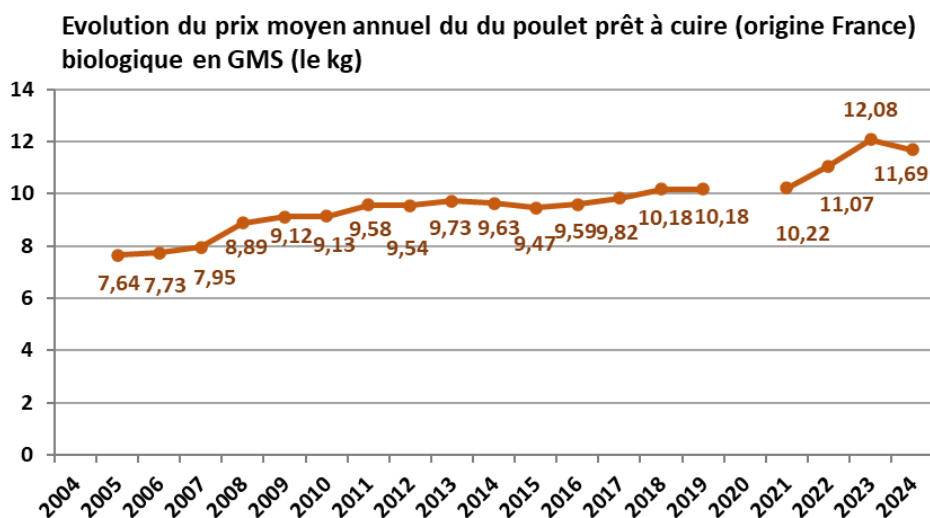
D'après Kantar Worldpanel, les achats de découpes de poulet bio ont reculé de 3,1 % en 2024 par rapport à 2023. Le bio n'a représenté que 2,5 % en volume des achats de découpes de poulet en 2024.

En 2024, les achats de découpes de dinde bio ont baissé de 12,4 % en volume par rapport à 2023. Le bio n'a représenté que 1,7 % en volume des achats de découpes de dinde en 2024.

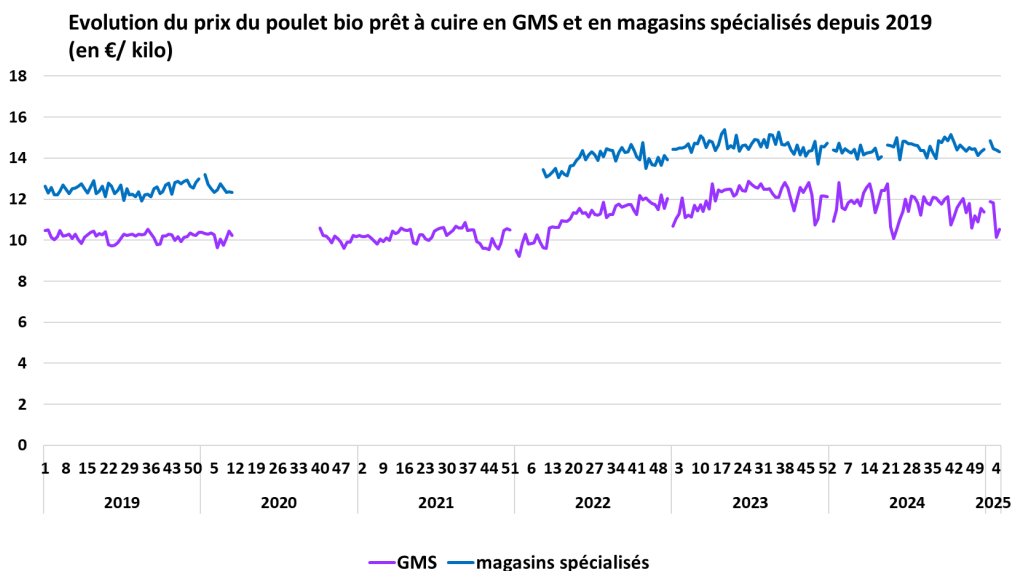
Les achats de découpes de canard bio ont progressé de 0,8 % en volume en 2024 par rapport à 2023. Le bio a représenté 3,8 % en volume des achats de découpes de canard en 2024.

### 2.3) Prix

En 2024, le prix moyen du poulet prêt-à-cuire en GMS s'est élevé à 11,69 €/kg. Il a été inférieur de 3,2 % au prix moyen 2023.

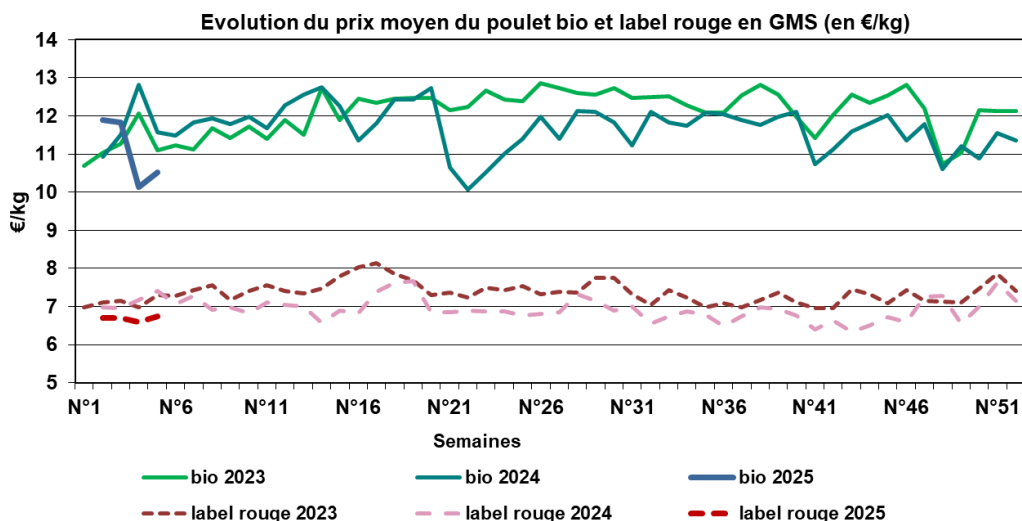


Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer



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

En 2024, le prix moyen du poulet bio a été supérieur de 4,75 € à celui du poulet Label Rouge (68 % plus cher). En 2024, le prix du poulet Label Rouge a davantage reculé que celui du poulet bio (-5,7 %). L'écart entre bio et Label Rouge a augmenté de 0,6 % (+3 centimes).



En 2024, le prix moyen du poulet prêt-à-cuire en magasins spécialisés s'est élevé à 14,19 €/kg. Il a été inférieur de 3,1 % au prix moyen 2023.

### 3) Les œufs biologiques

#### 3.1) Evolution des volumes produits en 2024<sup>1</sup>

Au cours de l'année 2024, les mises en place de poules pondeuses biologiques ont augmenté de 5,1 % par rapport à 2023. En revanche, le nombre d'œufs bio produits a diminué de 5,4 % par rapport à 2023.

Ce décalage peut venir d'un ensemble de facteurs : notamment un déclassement de lots initialement mise en place en bio et passés en plein air; passages viraux avec une baisse des performances (chutes de ponte) et donc une baisse de la production ou encore l'impact du déclassement après un traitement antiparasitaire.

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

	Effectif <i>en milliers</i>	Evolution 2024 vs 2023	Evolution 2024 vs 2022
Pondeuses bio mises en place	4 676	<b>5,1%</b>	0%
Œufs bio produits	1 310 567	<b>-5,4%</b>	-17,5%

Source : Synalaf

#### 3.1) Tendances de marché en 2024

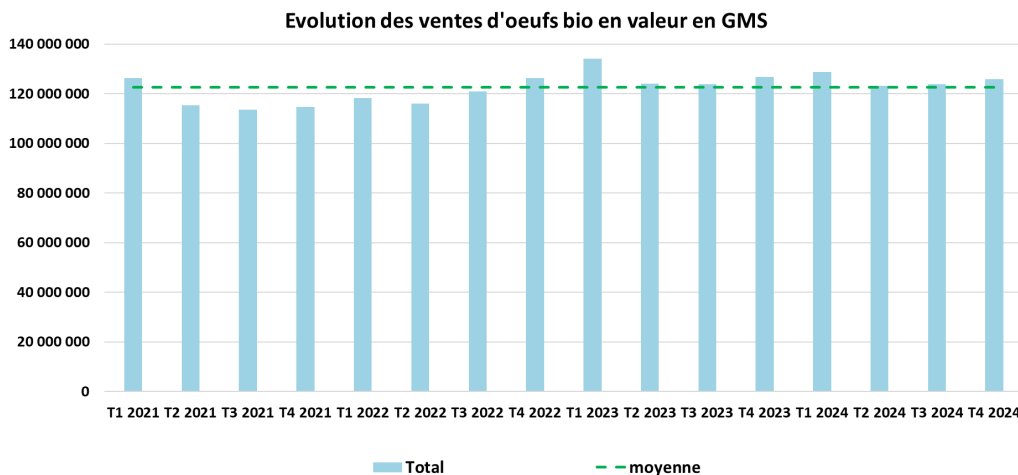
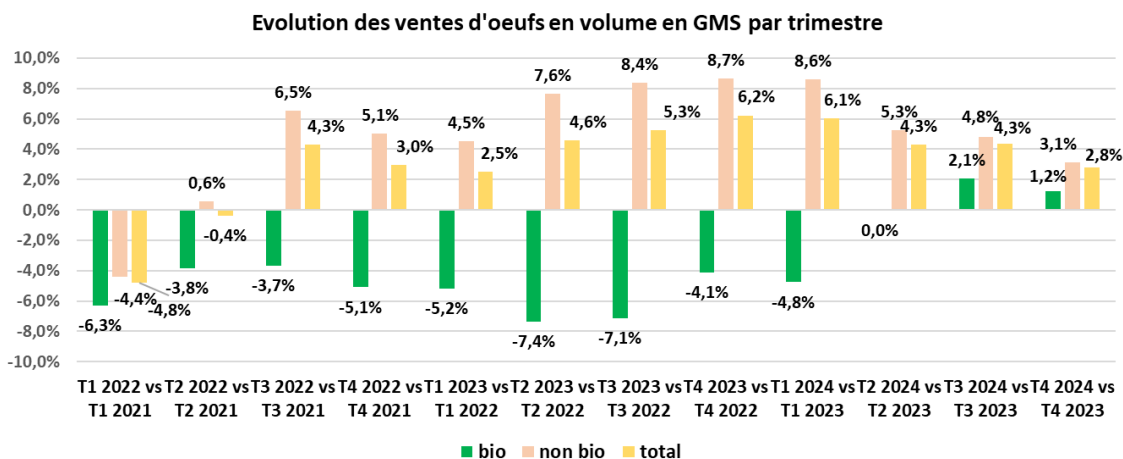
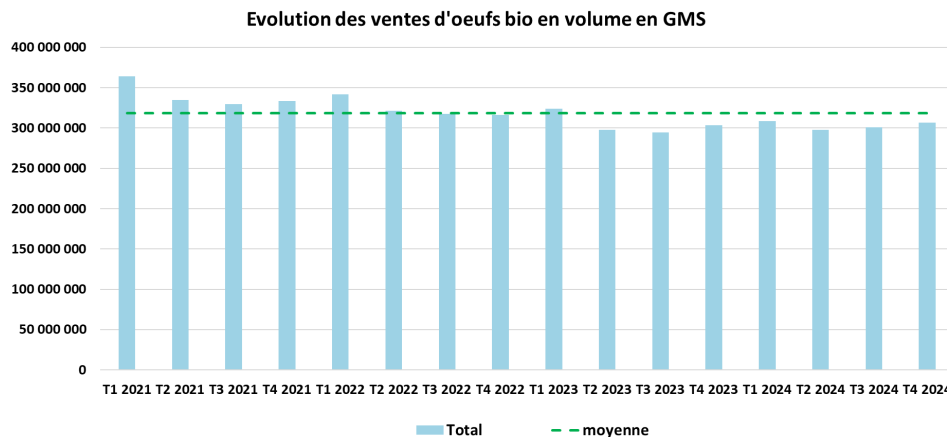
La consommation d'œufs en France est dynamique depuis plusieurs mois, avec en parallèle le recul des œufs en cage. Les œufs biologiques, qui ont un prix de vente au consommateur plus élevé, bénéficient de cette tendance avec des ventes en hausse au cours des dernières périodes de 2024.

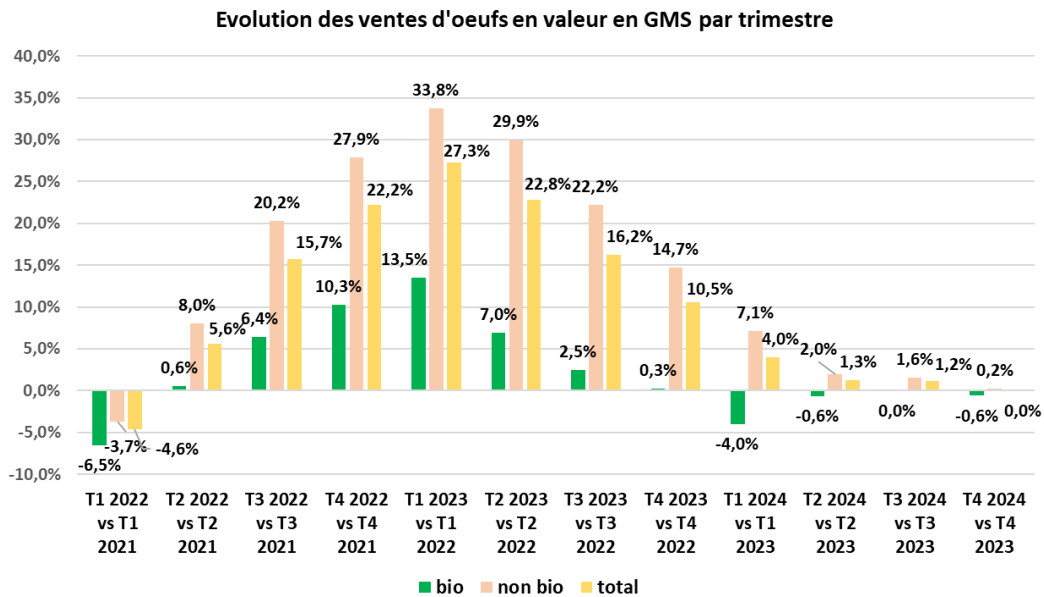
<sup>1</sup> Les données présentées correspondent uniquement aux informations récoltées dans le cadre de l'observatoire économique du Synalaf. Celui-ci représente environ 65 % de la production française d'œufs bio.

D'après Kantar Worldpanel, les achats d'œufs bio par les ménages ont stagné (+0,1 %) en 2024 par rapport à 2023. Les ventes d'œufs Label Rouge ont également stagné (+0,2 %), tandis que celles des autres œufs plein air ont augmenté de 5,7 %.

Les œufs bio ont représenté 10,7 % des achats d'œufs en volume en 2024, contre 39,5 % pour les œufs issus d'autres élevages de plein air et 5,2 % pour les œufs Label Rouge.

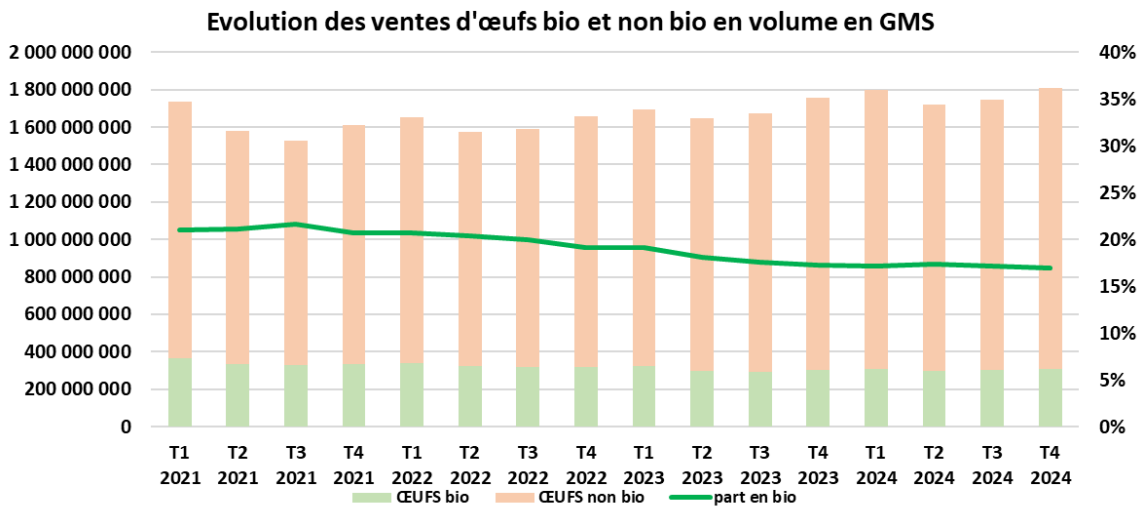
D'après le panel Circana, en 2024, les ventes d'œufs bio en GMS ont reculé de 0,5 % en volume par rapport à 2023 et de 1,4 % en valeur. En 2024, les ventes d'œufs non bio ont augmenté de 5,4 % en volume et de 2,7 % en valeur.





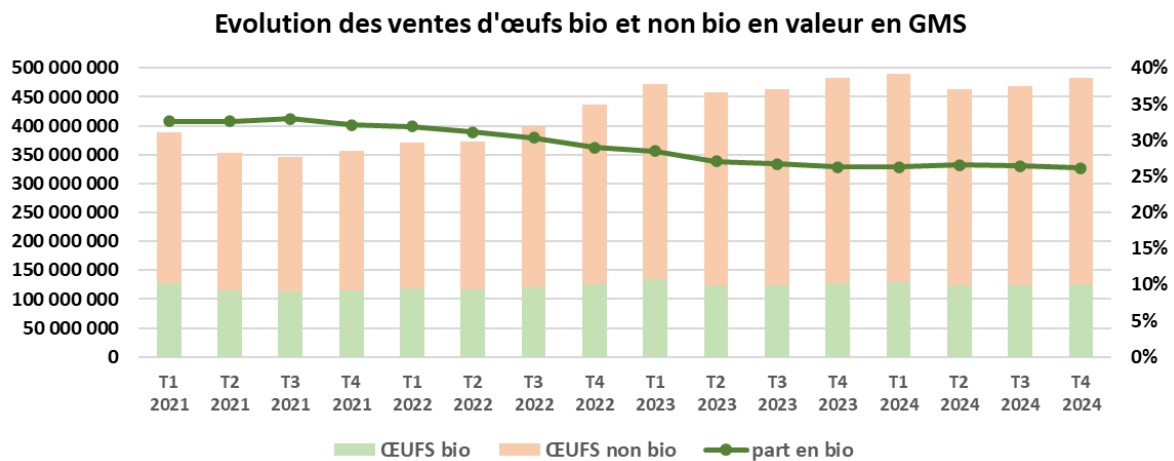
Source : Agence BIO d'après Circana

En 2024, la part de marché des œufs bio a été de 17,2 % en volume, contre 18,0 % en 2023.



Source : Agence BIO d'après Circana

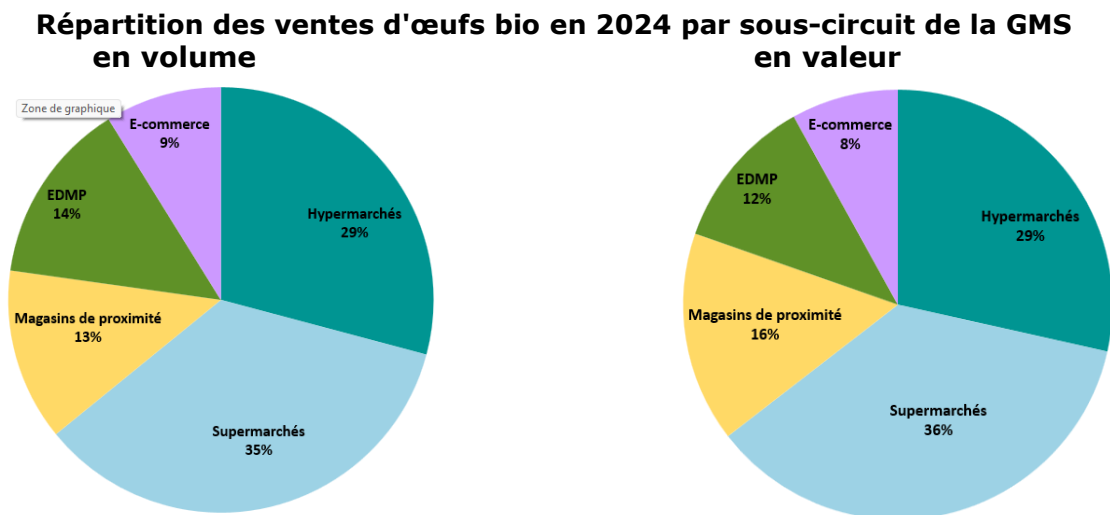
En 2024, la part de marché des œufs bio a été de 26,3 % en valeur, contre 27,1 % en 2023.



Source : Agence BIO d'après Circana



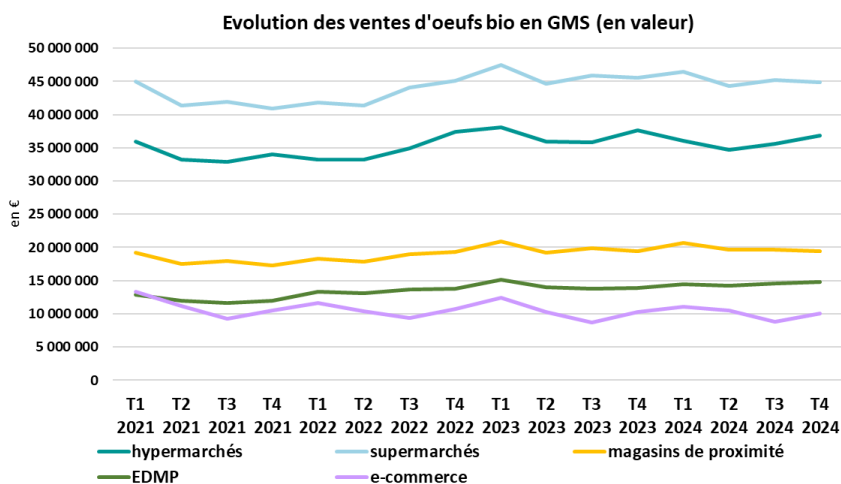
En 2024, les supermarchés restaient le premier sous-circuit de la GMS, en volume comme en valeur, pour la vente d'œufs bio.



Source : Agence BIO d'après Circana

En 2024, les ventes d'œufs bio ont reculé en volume en e-commerce, en hypermarchés et en supermarchés. Elles ont progressé en EDMP et en magasins de proximité.

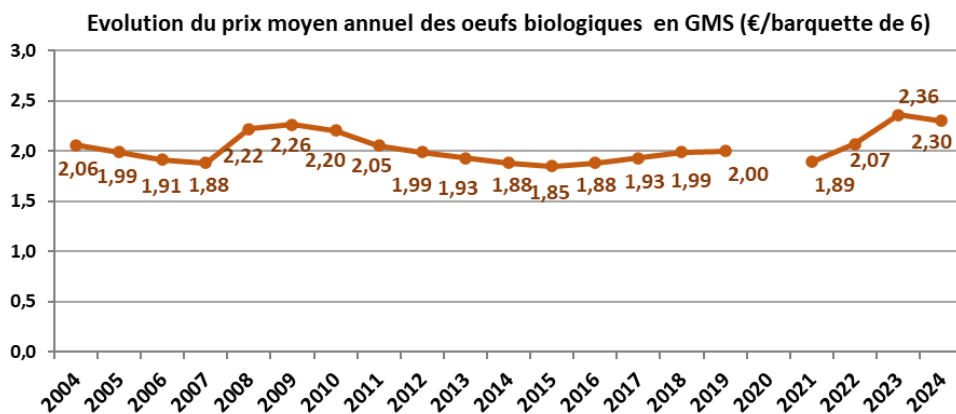
En 2024, les ventes d'œufs bio ont également reculé en valeur dans l'e-commerce, en hypermarchés et en supermarchés. Elles ont stagné en magasins de proximité et progressé en EDMP.



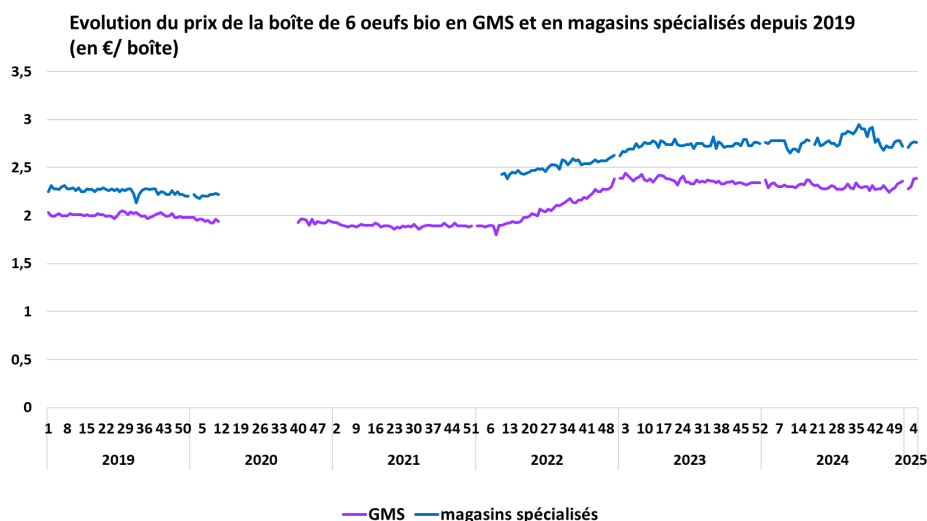
Source : Agence BIO d'après Circana

### 3.2) Prix

En 2024, le prix moyen de la boîte de 6 œufs bio en GMS s'est élevé à 2,30 €/boîte, ce qui est inférieur de 2,5 % à la moyenne 2023.



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

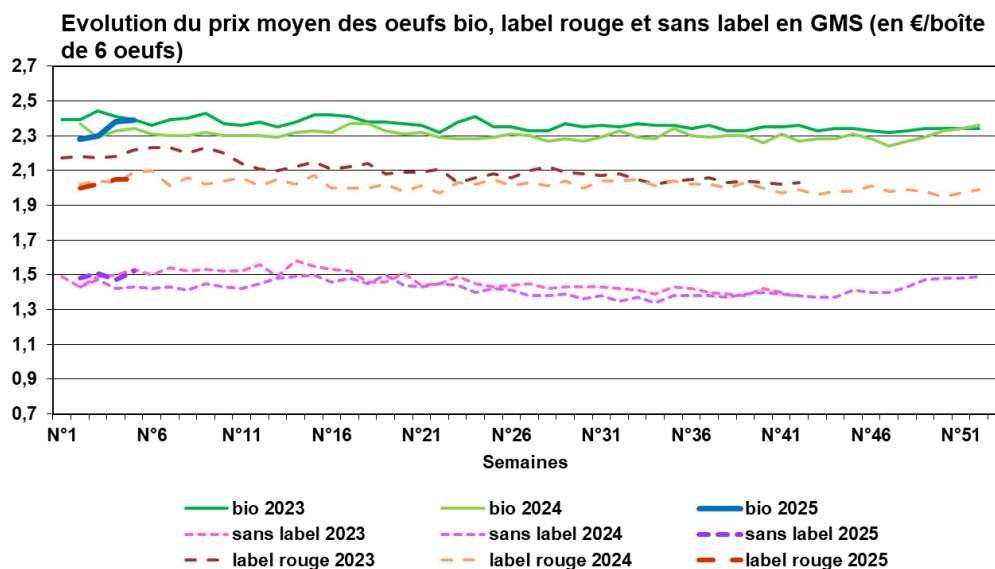


Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

En 2024, l'écart moyen entre la boîte d'œufs bio et celle d'œufs Label Rouge a été de 28 centimes/boîte (le bio étant 14 % plus cher).

En 2024, le prix moyen de l'œuf Label Rouge a reculé de 3,8 %, ce qui est supérieur à la baisse du prix bio. L'écart entre bio et Label Rouge a augmenté de 8 % (+2 centimes). L'écart moyen entre la boîte d'œufs bio et la boîte d'œufs sans label a été de 88 centimes/boîte (le bio étant 62 % plus cher).

En 2023, le prix moyen de l'œuf sans label a proportionnellement un peu plus baissé que celui du bio (-2,7 %) et l'écart entre bio et sans label a reculé de 2,2 % (-2 centimes).



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

En 2024, le prix moyen de la boîte de 6 œufs bio en magasins spécialisés s'est élevé à 2,72 €/boîte, il était inférieur de 0,7 % 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 – janvier/mars 2025

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

D'après Kantar Worldpanel, les achats de saumon frais ont augmenté de 4,9 % en volume en 2024 par rapport à 2023. Les achats de saumon non bio<sup>1</sup> ont progressé de 6,4 %. Ceux de saumon Label Rouge ont baissé de 32,0 %.

### 2) La filière aquacole bio

D'après Kantar Worldpanel, les achats de saumon frais bio ont reculé de 39,1 % en volume en 2024 par rapport à 2023. Le saumon bio n'a représenté que 0,5 % en volume des achats de saumon frais en 2024.

2,5 % des ménages ont acheté du saumon frais bio en 2024.

Le prix d'achat moyen du saumon bio en 2024 s'est élevé à 30,82 €/kg, soit une hausse de 17,0 % par rapport à 2023.

Sources :

FranceAgriMer/Kantar Worldpanel – janvier/mars 2025

---

<sup>1</sup> Hors Label Rouge

# Filières végétales

## Secteur des céréales, oléagineux et protéagineux

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

D'après les estimations d'Agreste au 1<sup>er</sup> février 2025, les surfaces de céréales d'hiver seraient en hausse de 7,2 % par rapport à la campagne précédente (dont +10 % pour la sole de blé tendre).

Les surfaces de colza seraient en recul de 1,8 %.

### 2) Les céréales biologiques

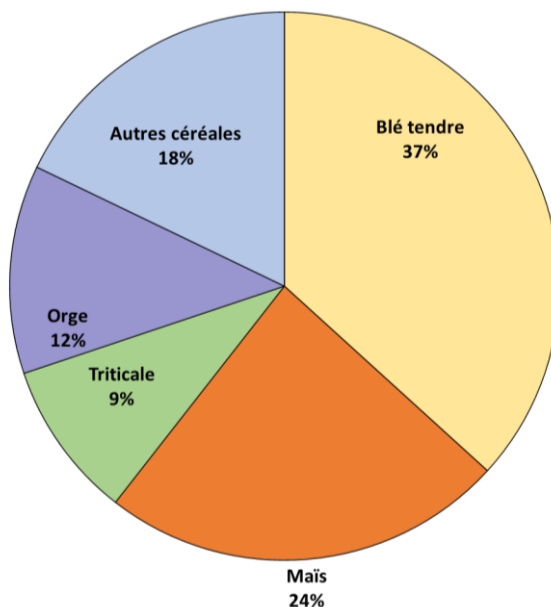
Les données suivantes concernent les céréales bio et celles en deuxième année de conversion pour les 6 premiers mois de la campagne 2024/2025.

#### 2.1) Collecte

La collecte de céréales biologiques et en deuxième année de conversion a globalement reculé de 38 % au cours des 6 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 %.

Répartition de la collecte de céréales biologiques et en C2 pour les 6 premiers mois de la campagne 2024/2025

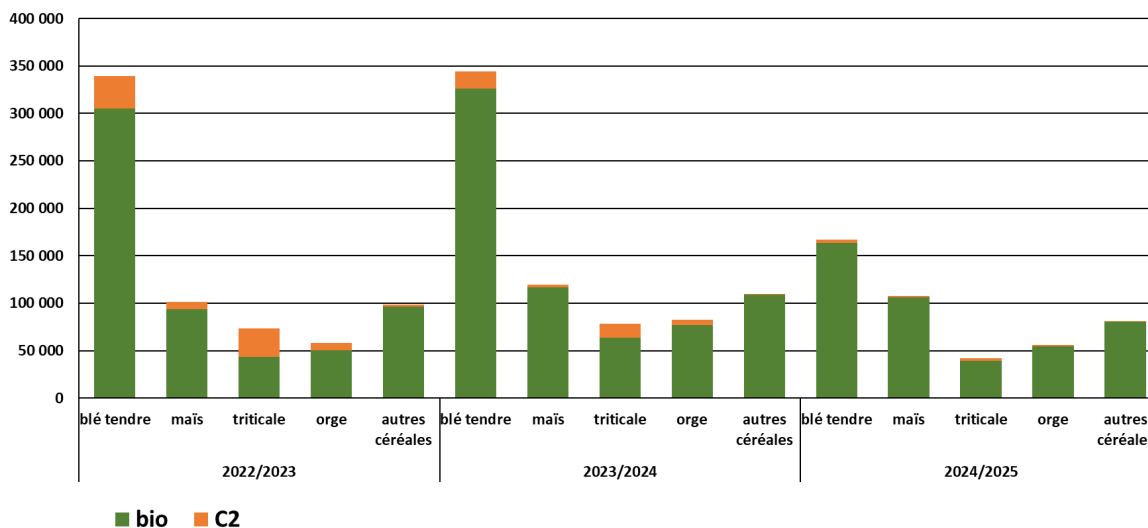


Source : FranceAgriMer

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

Céréales		6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	bio	304 914	325 977	7%	163 278	-50%	-46%
	C2	34 219	18 256	-47%	3 596	-80%	-89%
	bio et C2	339 133	344 233	2%	166 874	-52%	-51%
Maïs	bio	94 047	116 781	24%	106 563	-9%	13%
	C2	7 029	2 592	-63%	1 367	-47%	-81%
	bio et C2	101 076	119 373	18%	107 930	-10%	7%
Triticale	bio	43 572	64 041	47%	39 317	-39%	-10%
	C2	30 205	14 225	-53%	2 931	-79%	-90%
	bio et C2	73 777	78 266	6%	42 248	-46%	-43%
Orge	bio	50 744	77 095	52%	54 933	-29%	8%
	C2	7 606	5 311	-30%	913	-83%	-88%
	bio et C2	58 350	82 406	41%	55 846	-32%	-4%
Autres céréales	bio	96 693	108 736	12%	80 385	-26%	-17%
	C2	1 660	1 267	-24%	651	-49%	-61%
	bio et C2	98 353	110 003	12%	81 036	-26%	-18%
<b>Total céréales</b>	bio	589 970	692 630	17%	444 476	-36%	-25%
	C2	80 719	41 651	-48%	9 458	-77%	-88%
	bio et C2	<b>670 689</b>	<b>734 281</b>	<b>9%</b>	<b>453 934</b>	<b>-38%</b>	<b>-32%</b>

Collecte de céréales bio et en 2<sup>e</sup> année de conversion au cours des 6 premiers mois de campagne (en tonnes)



Source : FranceAgriMer

## 2.2) Mises en œuvre

Les mises en œuvre de blé tendre bio par les meuniers sont restées stables au cours des 6 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 quasiment stable (91 %).

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

Céréales	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	96 279	91 264	-5%	91 083	0%	-5%
Autres céréales	8 553	8 371	-2%	8 878	6%	4%
<b>Total</b>	<b>104 832</b>	<b>99 635</b>	<b>-5%</b>	<b>99 961</b>	<b>0%</b>	<b>-5%</b>

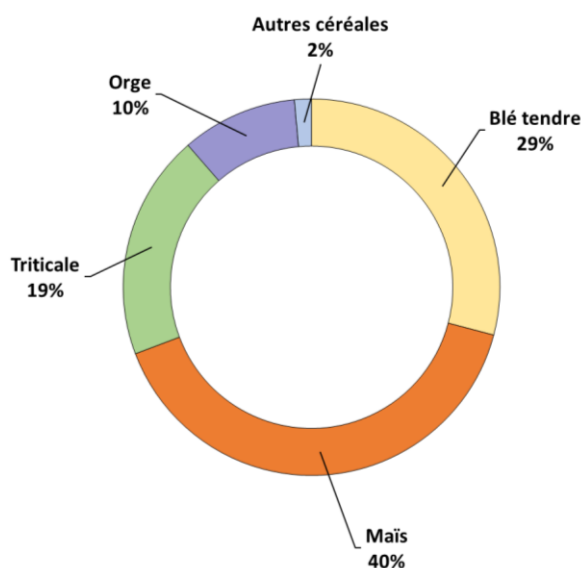
Les mises en œuvre de céréales bio et en C2 par les fabricants d'aliments du bétail (FAB) ont progressé de 4 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. Les mises en œuvre de blé tendre ont baissé de 21 %.

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

Céréales	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	48 853	48 572	-1%	38 441	-21%	-21%
Maïs	51 231	42 049	-18%	53 055	26%	4%
Triticale	25 615	22 573	-12%	25 576	13%	0%
Orge	12 980	10 436	-20%	13 126	26%	1%
Autres céréales	4 006	3 141	-22%	1 932	-38%	-52%
<b>Total</b>	<b>142 685</b>	<b>126 771</b>	<b>-11%</b>	<b>132 130</b>	<b>4%</b>	<b>-7%</b>

Le blé tendre a représenté 29 % des mises en œuvre de céréales bio ou en C2 par les FAB au cours des 6 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 6 premiers mois de la campagne 2024/2025



Source : FranceAgriMer

## 2.3) Semences

La production de semences de céréales bio a reculé de 43 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

### Semences (en tonnes) :

Céréales	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	10 152	9 345	-8%	4 961	-47%	-51%
Maïs	920	559	-39%	236	-58%	-74%
Triticale	3 465	4 556	31%	3 052	-33%	-12%
Orge	2 500	3 780	51%	2 237	-41%	-11%
Autres céréales	3 224	3 582	11%	1 960	-45%	-39%
<b>Total</b>	<b>20 261</b>	<b>21 822</b>	<b>8%</b>	<b>12 446</b>	<b>-43%</b>	<b>-39%</b>

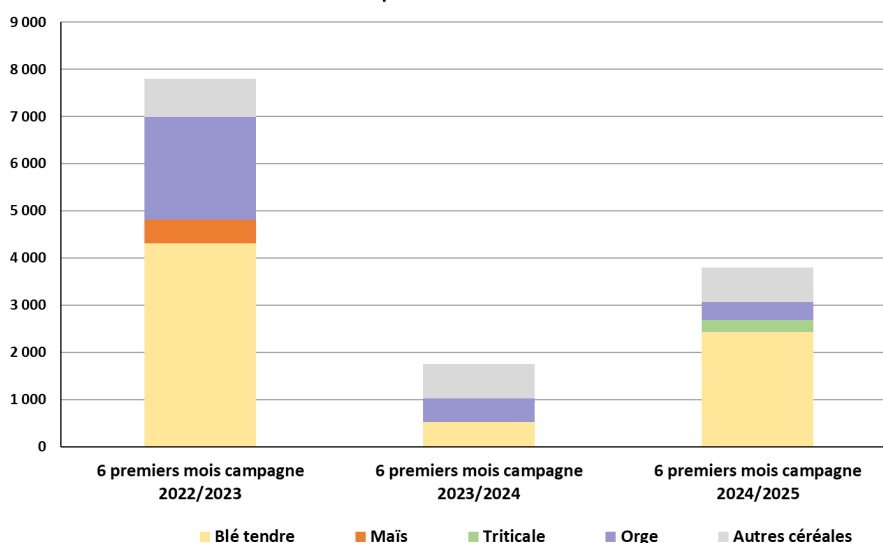
## 2.4) Importations

Les importations de céréales bio et en C2 ont plus que doublé au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

### Importations (en tonnes) :

Céréales	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
Blé tendre	4 309	515	-88%	2 435	373%	-43%
Maïs	498	0	-	0	-	-
Triticale	0	0	-	250	-	-
Orge	2 180	508	-	384	-24%	-82%
Autres céréales	817	726	-11%	733	1%	-10%
<b>Total</b>	<b>7 804</b>	<b>1 749</b>	<b>-78%</b>	<b>3 802</b>	<b>117%</b>	<b>-51%</b>

Evolution des importations de céréales bio et en C2



Source : FranceAgriMer



## 2.5) Stocks

Au 1<sup>er</sup> janvier 2025, les stocks de céréales bio étaient en baisse de 35 % chez les collecteurs, de 12 % chez les meuniers et de 17 % chez les FAB par rapport au 1<sup>er</sup> janvier 2024.

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

Stocks chez les collecteurs	1 <sup>er</sup> janvier 2023	1 <sup>er</sup> janvier 2024	évolution 2024/2023	1 <sup>er</sup> janvier 2025	évolution 2025/2024	évolution 2025/2023
Blé tendre	251 835	267 641	6%	153 146	-43%	-39%
Maïs	85 097	88 704	4%	82 106	-7%	-4%
Triticale	44 899	52 702	17%	28 155	-47%	-37%
Orge	39 130	56 756	45%	36 484	-36%	-7%
Autres céréales	91 208	107 493	18%	75 599	-30%	-17%
<b>Total</b>	<b>512 169</b>	<b>573 296</b>	<b>12%</b>	<b>375 490</b>	<b>-35%</b>	<b>-27%</b>

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

Stocks chez les meuniers	1 <sup>er</sup> janvier 2023	1 <sup>er</sup> janvier 2024	évolution 2024/2023	1 <sup>er</sup> janvier 2025	évolution 2025/2024	évolution 2025/2023
Blé tendre	13 800	10 816	-22%	9 493	-12%	-31%
Autres céréales	0	0	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>13 800</b>	<b>10 816</b>	<b>-22%</b>	<b>9 493</b>	<b>-12%</b>	<b>-31%</b>

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

Stocks chez les FAB	1 <sup>er</sup> janvier 2023	1 <sup>er</sup> janvier 2024	évolution 2024/2023	1 <sup>er</sup> janvier 2025	évolution 2025/2024	évolution 2025/2023
Blé tendre	2 292	2 156	-6%	2 390	11%	4%
Maïs	3 577	2 944	-18%	2 759	-6%	-23%
Triticale	1 510	1 884	25%	1 402	-26%	-7%
Orge	1 170	1 715	47%	872	-49%	-25%
Autres céréales	187	402	115%	158	-61%	-16%
<b>Total</b>	<b>8 736</b>	<b>9 101</b>	<b>4%</b>	<b>7 581</b>	<b>-17%</b>	<b>-13%</b>

## 3) Les oléagineux biologiques

Ces données concernent les graines d'oléagineux bio et celles en deuxième année de conversion pour les 6 premiers mois de la campagne 2024/2025.

### 3.1) Collecte

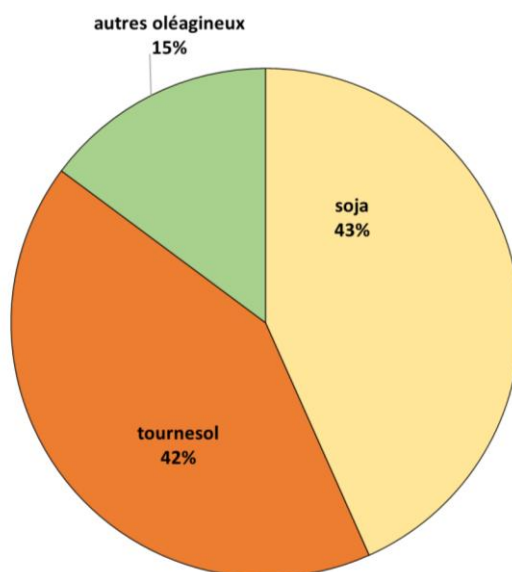
La collecte d'oléagineux biologiques et en deuxième année de conversion a reculé de 25 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

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

Oléagineux		6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
soja	bio	51 457	51 932	1%	52 471	1%	2%
	C2	6 121	1 273	-79%	864	-32%	-86%
	bio et C2	57 578	53 205	-8%	53 335	0%	-7%
tournesol	bio	67 680	92 115	36%	51 152	-44%	-24%
	C2	1 858	1 074	-42%	369	-66%	-80%
	bio et C2	69 538	93 189	34%	51 521	-45%	-26%
autres oléagineux	bio	17 484	17 220	-2%	18 182	6%	4%
	C2	102	30	-71%	64	113%	-37%
	bio et C2	17 586	17 250	-2%	18 246	6%	4%
<b>Total oléagineux</b>	bio	136 621	161 267	18%	121 805	-24%	-11%
	C2	8 081	2 377	-71%	1 297	-45%	-84%
	bio et C2	<b>144 702</b>	<b>163 644</b>	<b>13%</b>	<b>123 102</b>	<b>-25%</b>	<b>-15%</b>

Le soja bio a représenté 43 % des oléagineux bio collectés au cours des 6 premiers mois de cette campagne, juste devant le tournesol (42%).

Répartition de la collecte d'oléagineux biologiques et en C2 pour les 6 premiers mois de la campagne 2024/2025



Source : FranceAgriMer

### 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 81 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. Le soja a représenté 98 % 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	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
soja	12 304	13 499	10%	2 590	-81%	-79%
tournesol	5 560	5 478	-1%	35	-99%	-99%
autres oléagineux	0	0	-	29	-	-
<b>Total</b>	<b>17 864</b>	<b>18 977</b>	<b>6%</b>	<b>2 654</b>	<b>-86%</b>	<b>-85%</b>

### 3.3) Semences

La production de semences d'oléagineux bio a augmenté de 5 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

#### Semences (en tonnes) :

oléagineux	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
soja	1 741	1 195	-31%	1 225	3%	-30%
tournesol	219	111	-49%	139	25%	-37%
autres oléagineux	0	9	-	23	-	-
<b>Total</b>	<b>1 960</b>	<b>1 315</b>	<b>-33%</b>	<b>1 387</b>	<b>5%</b>	<b>-29%</b>

### 3.4) Importations

Il n'y a eu aucune importation de graines d'oléagineux bio et en C2 au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025.

### 3.5) Stocks

Au 1<sup>er</sup> janvier 2025, les stocks d'oléagineux bio étaient en recul de 29 % chez les collecteurs par rapport au 1<sup>er</sup> janvier 2024 et de 95 % chez les FAB.

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

Stocks chez les collecteurs	1 <sup>er</sup> janvier 2023	1 <sup>er</sup> janvier 2024	évolution 2024/2023	1 <sup>er</sup> janvier 2025	évolution 2025/2024	évolution 2025/2023
soja	50 574	50 110	-1%	42 131	-16%	-17%
tournesol	57 945	75 804	31%	43 106	-43%	-26%
autres oléagineux	14 690	13 653	-7%	14 043	3%	-4%
<b>Total</b>	<b>123 209</b>	<b>139 567</b>	<b>13%</b>	<b>99 280</b>	<b>-29%</b>	<b>-19%</b>

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

Stocks chez les FAB	1 <sup>er</sup> janvier 2023	1 <sup>er</sup> janvier 2024	évolution 2024/2023	1 <sup>er</sup> janvier 2025	évolution 2025/2024	évolution 2025/2023
soja	2 017	2 742	36%	249	-91%	-88%
tournesol	336	634	89%	0	-	-
autres oléagineux	1	1 814	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>2 354</b>	<b>5 190</b>	<b>120%</b>	<b>249</b>	<b>-95%</b>	<b>-89%</b>

## 4) Les protéagineux biologiques

Ces données concernent les protéagineux bio et ceux en deuxième année de conversion pour les 6 premiers mois de la campagne 2024/2025.

### 4.1) Collecte

La collecte de protéagineux bio et en deuxième année de conversion a reculé de 29 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. La collecte de féveroles a baissé de 15 %.

Au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025, la féverole a représenté 81 % de la collecte de protéagineux bio et en deuxième année de conversion.

Protéagineux		6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
féverole	bio	16 642	28 960	74%	25 965	-10%	56%
	C2	3 753	2 697	-28%	988	-63%	-74%
	bio et C2	20 395	31 657	55%	26 953	-15%	32%
pois	bio	9 873	12 744	29%	5 482	-57%	-44%
	C2	3 916	2 131	-46%	241	-89%	-94%
	bio et C2	13 789	14 875	8%	5 723	-62%	-58%
autres protéagineux	bio	360	610	69%	682	12%	89%
	C2	6	0	-	0	-	-
	bio et C2	366	610	67%	682	12%	86%
<b>Total protéagineux</b>	bio	26 875	42 315	57%	32 129	-24%	20%
	C2	7 675	4 827	-37%	1 229	-75%	-84%
	bio et C2	<b>34 550</b>	<b>47 142</b>	<b>36%</b>	<b>33 358</b>	<b>-29%</b>	<b>-3%</b>

### 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 5 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente. Celles de féverole ont reculé de 11 %. La féverole a représenté 63 % des mises en œuvre par les FAB et le pois, 37 %.

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

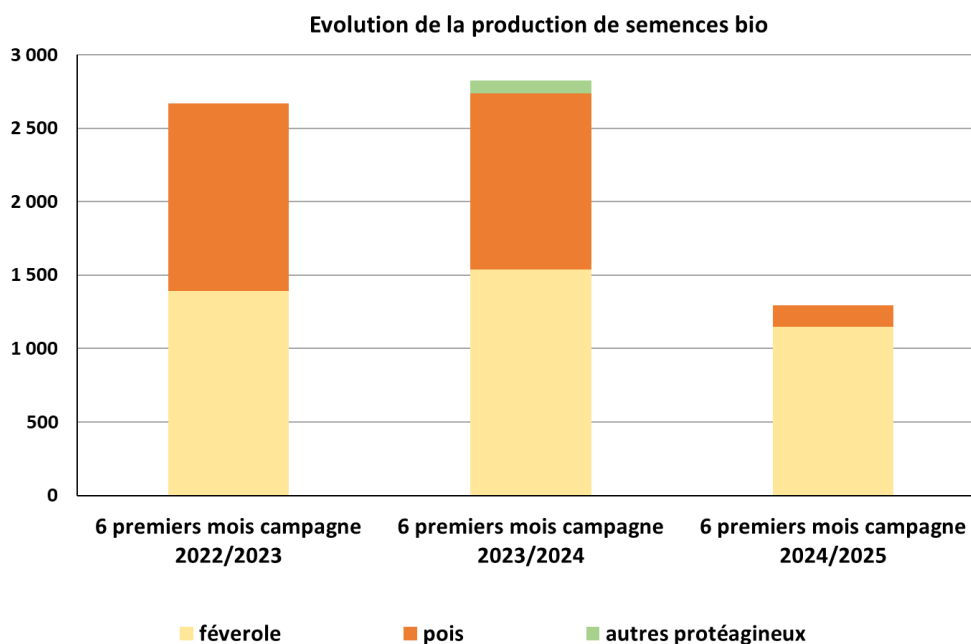
Protéagineux	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
féverole	6 201	7 585	22%	6 744	-11%	9%
pois	4 216	3 763	-11%	3 990	6%	-5%
autres protéagineux	1	0	-	0	-	-
<b>Total</b>	<b>10 418</b>	<b>11 348</b>	<b>9%</b>	<b>10 734</b>	<b>-5%</b>	<b>3%</b>

### 4.3) Semences

La production de semences de protéagineux bio a reculé de 54 % au cours des 6 premiers mois de la campagne 2024/2025 par rapport à la même période de la campagne précédente.

### Semences (en tonnes) :

Protéagineux	6 premiers mois campagne 2022/2023	6 premiers mois campagne 2023/2024	évolution 2023/2024 - 2022/2023	6 premiers mois campagne 2024/2025	évolution 2024/2025 - 2023/2024	évolution 2024/2025 - 2022/2023
féverole	1 390	1 539	11%	1 150	-25%	-17%
pois	1 281	1 197	-7%	144	-88%	-89%
autres protéagineux	0	88	-	-1	-	-
<b>Total</b>	<b>2 671</b>	<b>2 824</b>	<b>6%</b>	<b>1 293</b>	<b>-54%</b>	<b>-52%</b>



Source : FranceAgriMer

#### 4.4) Importations

Au cours des 6 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<sup>er</sup> janvier 2025, les stocks de protéagineux bio étaient en recul de 27 % chez les collecteurs et de 9 % chez les FAB par rapport au 1<sup>er</sup> janvier 2024.

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

Stocks chez les collecteurs	1 <sup>er</sup> janvier 2023	1 <sup>er</sup> janvier 2024	évolution 2024/2023	1 <sup>er</sup> janvier 2025	évolution 2025/2024	évolution 2025/2023
féverole	10 969	18 206	66%	17 032	-6%	55%
pois	8 174	11 388	39%	4 335	-62%	-47%
autres protéagineux	481	632	31%	748	18%	56%
<b>Total</b>	<b>19 624</b>	<b>30 226</b>	<b>54%</b>	<b>22 115</b>	<b>-27%</b>	<b>13%</b>

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

<b>Stocks chez les FAB</b>	<b>1<sup>er</sup> janvier 2023</b>	<b>1<sup>er</sup> janvier 2024</b>	<b>évolution 2024/2023</b>	<b>1<sup>er</sup> janvier 2025</b>	<b>évolution 2025/2024</b>	<b>évolution 2025/2023</b>
féverole	756	605	-20%	508	-16%	-33%
pois	497	305	-39%	318	4%	-36%
autres protéagineux	0	0	#DIV/0!	0	-	-
<b>Total</b>	<b>1 253</b>	<b>910</b>	<b>-27%</b>	<b>826</b>	<b>-9%</b>	<b>-34%</b>

Sources :

Agreste, FranceAgriMer et Réussir – janvier/mars 2025

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

### 1.1) Production

D'après les estimations d'Agreste au 1<sup>er</sup> janvier 2025, la production de carottes pour le marché du frais aurait baissé de 4,3 % au cours de la campagne 2024/2025 par rapport à la précédente.

D'après Agreste, fin décembre 2024, les stocks de pommes et de poires étaient en hausse de 6 % sur un an et ceux de poires de 38 %.

### 1.2) Marché des fruits et légumes frais : résultats du panel Kantar WorldPanel sur l'ensemble des fruits et légumes frais (y compris 4<sup>e</sup> gamme et fraîche découpe)

#### a) Les achats de fruits et légumes frais (y compris 4<sup>e</sup> gamme et fraîche découpe hors pommes de terre)

En 2024, les achats de fruits et légumes frais ont reculé de -2 % en volume par rapport à 2023 (en lien principalement avec un recul de la fréquence d'achat), mais ce recul est moins marqué qu'en 2023, et de -1 % en valeur par rapport à 2023. Le prix moyen payé à l'achat a augmenté de +1 %. Le panier d'achat moyen en volume se stabilise après 2 années consécutives de recul.

Le recul d'achat en volume a été plus marqué pour les fruits que pour les légumes en 2024.

#### b) Les achats de pommes de terre par les ménages

En 2024, les achats de pommes de terre (bio et non bio, pour une consommation à domicile) par les ménages ont reculé de -3,1 % en volume.

## 2) La filière fruits et légumes bio

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

En 2024, une tendance à l'amélioration a été observée sur la gamme bio, avec un taux de pénétration au-dessus de 2023 et des arbitrages moins marqués des consommateurs. Ainsi, un ralentissement du recul des achats en volume a été observé (environ -1%/2023), recul proche de celui du global gamme<sup>1</sup>, après 2 années de recul 2 fois plus marqué. Les dépenses ont, quant à elles, progressé d'environ +1% par rapport à 2023.

La fréquence d'achat est restée stable par rapport à 2023, tandis que la taille de la clientèle a progressé.

La part de marché des fruits et légumes bio s'est stabilisée par rapport à 2023, avec 6,7 % en volume et 7,9 % en valeur.

---

<sup>1</sup> Bio et non bio

Les achats de légumes bio sont restés stables par rapport à 2023 (mais baisse de - 10,5 % par rapport à la moyenne 2021-2023), tandis que ceux de fruits bio ont reculé de -1,4 % par rapport à 2023 (et de -9,5 % par rapport à la moyenne 2021-2023).

## 2.2) Conjoncture pommes de terre bio

### a) Production

Sur le périmètre analysé par AND-I pour le CNIPT, à savoir les circuits de distribution longs sous contrats (hors vente directe), les emblavements 2024 en pommes de terre bio, en France, sont en hausse de 6 % sur l'échantillon enquêté. Les proportions de surfaces emblavées pour le frais (82 %) et l'industrie (18 %) restent similaires (elles étaient de respectivement 83 % et 17 % en 2023).

Les volumes récoltés sont en légère baisse (- 1,2 %) en raison de rendements en baisse sensible (- 4,8 %). Les conditions ont été froides et humides, occasionnant une forte pression mildiou, surtout en début de campagne, et des récoltes tardives. La situation est contrastée avec une forte baisse des rendements surtout dans le Nord et le Centre de la France.

Le Grand Ouest, le Centre et les Hauts-de-France représentent 80 % des volumes récoltés, avec une baisse de 2 points de la part du Grand Ouest et une baisse de 2 points de la part des Hauts-de-France entre les récoltes 2023 et 2024. Sur les 5 dernières années, le Grand Ouest et le Centre sont dans une dynamique de hausse des volumes (+8 %), le Grand Est (-17 %) et plus encore les Hauts-de-France dans une dynamique de forte baisse (-48 %).

### b) Marché

#### Résultats du panel Kantar

En 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 -12,7 % en volume.

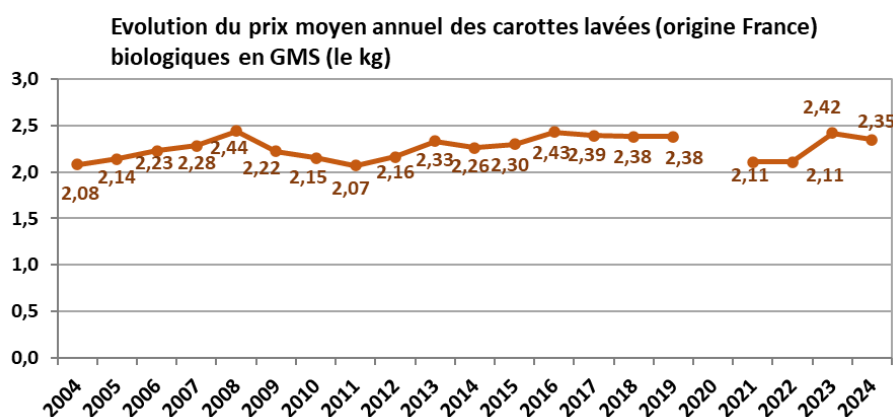
Le bio a représenté 1,2 % en volume des pommes de terre achetées en 2024. 12,7 % des ménages ont acheté des pommes de terre bio en 2024.

Le prix d'achat moyen des pommes de terre bio a augmenté de 7,5 % en 2024.

## 2.3) Prix

### • Carottes lavées (origine France)

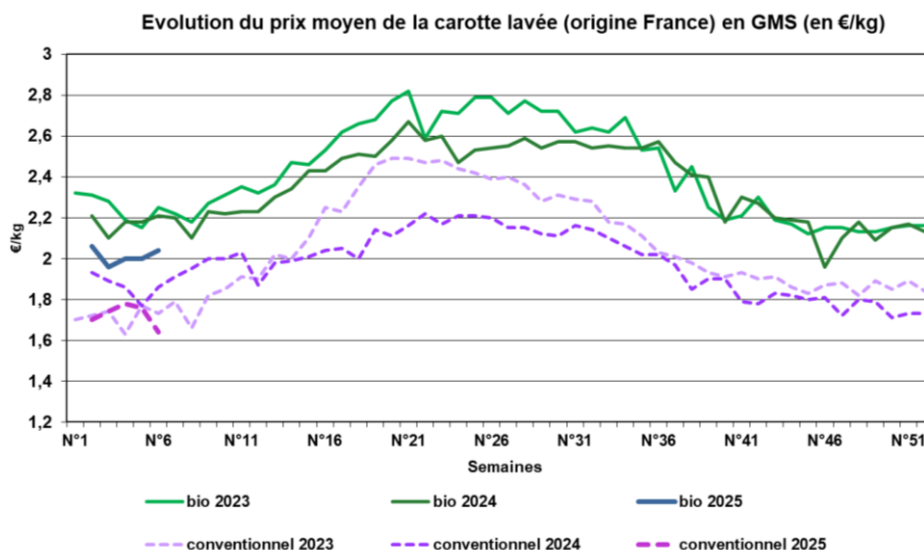
En 2024, le prix moyen des carottes lavées biologiques origine France en GMS s'est élevé à 2,35 €/kg, soit une baisse de 2,9 % par rapport à la moyenne 2023.



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



L'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 38 centimes/kg en 2024 (19 % plus cher en bio). Le prix des carottes lavées non bio a reculé de 3,9 % en 2024. L'écart entre bio et conventionnel a augmenté de 2,7 % en 2024 par rapport à 2023.



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

En 2024, le prix moyen des carottes lavées bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 2,75 €/kg, soit en hausse de 3,4 % par rapport à la moyenne 2023.

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

En 2024, le prix moyen de la salade feuille de chêne blonde bio (origine France) en magasins spécialisés a été de 1,49 €/kg, soit en hausse de 2,1 % par rapport à la moyenne 2023.

### Pommes de terre (origine France)

En 2024, le prix moyen des pommes de terre biologiques origine France en GMS<sup>1</sup> s'est élevé à 2,36 €/kg, soit une hausse de 8,8 % par rapport à 2023.

En 2024, le prix moyen des pommes de terre de conservation bio (origine France)<sup>2</sup> en magasins spécialisés a été de 2,45 €/kg, soit en hausse de 13,4 % par rapport à la moyenne 2023.

#### ● Pommes Golden (origine France)

En 2024, le prix des pommes Golden bio françaises vendues par 4 en GMS s'est élevé à 2,70 €/kg, soit une baisse de 1,5 % par rapport à 2023.

L'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 98 centimes/kg en 2024 (41 % plus cher en bio). Le prix des pommes Golden non bio a reculé de 9,2 % en 2024. L'écart entre bio et conventionnel a augmenté de 24,1 % en 2024 par rapport à 2023.

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

<sup>2</sup> "pomme de terre de conservation France biologique"

En 2024, le prix moyen des pommes Golden bio françaises en magasins spécialisés a été de 3,38 €/kg, soit supérieur de 5,0 % à la moyenne 2023.

### ● Pommes bicolores (origine France)

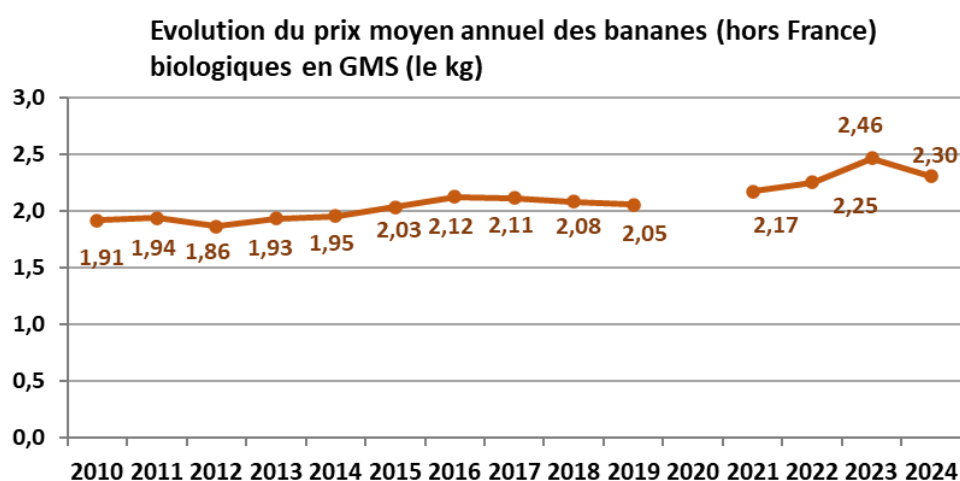
En 2024, le prix des pommes bicolores bio françaises en GSM s'est élevé à 2,92 €/kg, soit un recul de 11,6 % par rapport à la moyenne 2023.

En 2024, l'écart moyen entre bio et conventionnel a été de 1,22 €/kg (72 % plus cher en bio). Le prix des pommes bicolores non bio a progressé de 1,8 % en 2024. L'écart entre bio et conventionnel a baissé de 9,6 % en 2024 par rapport à 2023.

En 2024, le prix moyen des pommes bicolores françaises bio en magasins spécialisés a été de 3,32 €/kg, soit en progression de 8,1 % par rapport à la moyenne 2023.

### ● Bananes (import)

En 2024, le prix moyen des bananes bio en GSM a été de 2,30 €/kg, soit en baisse de 6,5 % par rapport à la moyenne 2023.

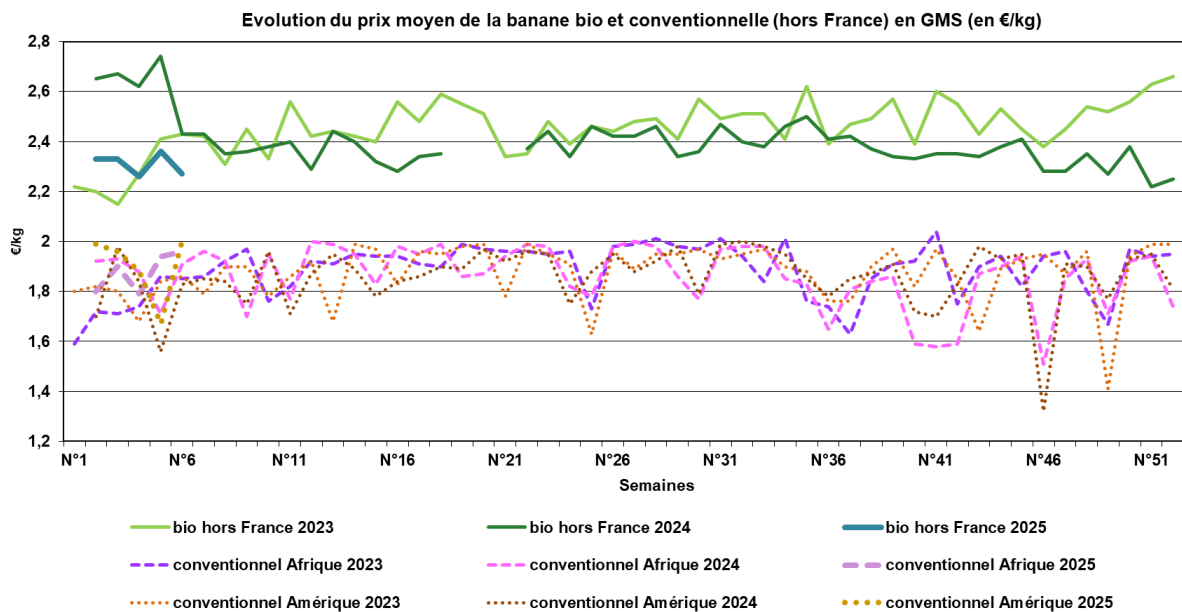


Source : Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer

En 2024, l'écart moyen entre la banane bio import et la banane conventionnelle d'Afrique a été de 44 centimes/kg (24 % plus cher en bio)<sup>1</sup>. Le prix moyen des bananes conventionnelles africaines a baissé de 1,1 % en 2024 par rapport à 2023. En 2024, l'écart moyen entre banane bio et banane conventionnelle africaine a reculé de 24,1 %.

En 2024, l'écart moyen entre la banane bio import et la banane conventionnelle d'Amérique a été de 44 centimes/kg (24 % plus cher en bio). Le prix moyen des bananes conventionnelles américaines a baissé de 1,1 % en 2024 par rapport à 2023. En 2024, l'écart moyen entre banane bio et banane conventionnelle américaine a reculé de 24,1 %.

<sup>1</sup> En 2023 et en 2024, les prix moyens ont été identiques pour les bananes africaines et américaines.



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

En 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 2023.

Sources :

Agence BIO sur la base des relevés de prix effectués par le RNM/FranceAgriMer, Agreste, CNIPT, Kantar/FranceAgriMer, Kantar Worldpanel/Interfel et Panel AND-I/CNIPT relatif à la pomme de terre bio – janvier/mars 2025

## 1) La filière viticole sur un plan général

### 1.1) La production

D'après les estimations d'Agreste au 1<sup>er</sup> 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.

Ce recul est dû aux conditions météorologiques défavorables qui ont impacté tous les bassins viticoles.

### 1.2) Les ventes de vins tranquilles en GSM (hors EDMP) : résultats du panel Circana

En 2024, les ventes de vins tranquilles en GSM ont reculé de 4,3 % en volume et de 2,4 % en valeur par rapport à 2023.

Les supermarchés ont représenté 42 % en volume et 41 % en valeur des ventes de vins tranquilles en GSM en 2024.

Que ce soit en volume ou en valeur, les ventes n'ont progressé que dans l'e-commerce.

### 1.2) Les ventes de mousseux et de champagnes en GSM : résultats du panel Circana

En 2024, les ventes de mousseux et de champagne en GSM ont globalement reculé de 3,4 % en volume et de 5,0 % en valeur par rapport à 2023. Les ventes ont évolué différemment suivant la catégorie :

- champagnes : -14,4 % en volume et -10,5 % en valeur,
- mousseux : -1,2 % en volume et +0,1 % en valeur.

## 2) La filière viticole bio

### 2.1) Projet d'IGP bio en Bretagne

L'Association pour la valorisation des vins de Bretagne (AVVB), créée en 2024, a lancé le 19 décembre un projet d'IGP bio.

### 2.2) Les ventes de vins tranquilles bio en GSM (hors EDMP) : résultats du panel Circana

#### a) Analyses générales

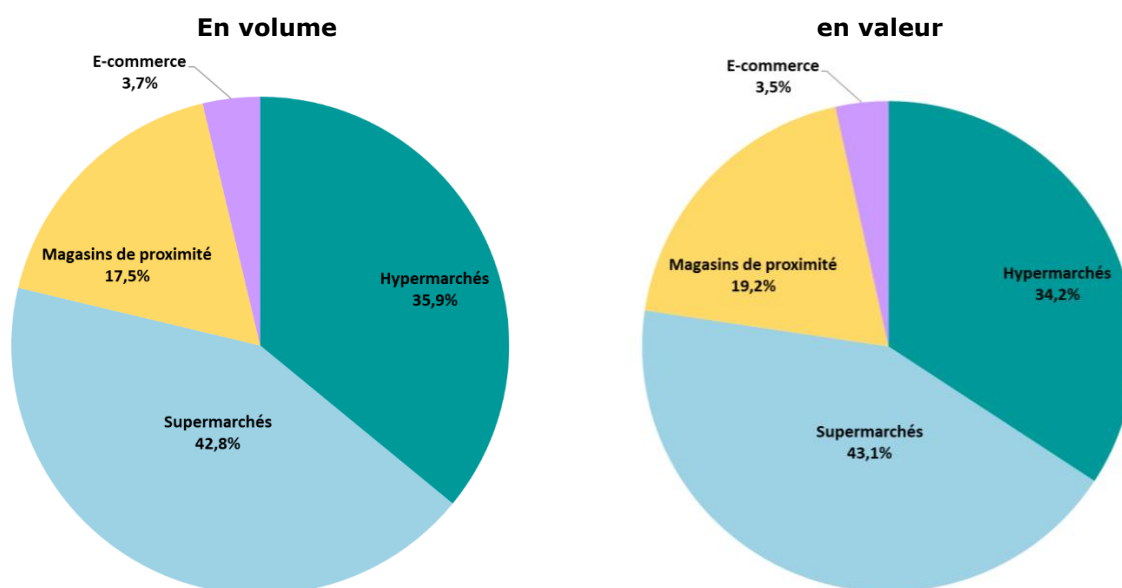
En 2024, les ventes de vins tranquilles bio en GSM (hors EDMP) ont globalement reculé de 7,6 % en volume et de 5,6 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, la part de bio dans les ventes de vins tranquilles en GSM (hors EDMP) s'est élevée à 3,8 % en volume et 5,7 % en valeur (contre 4,0 % et 5,9 % en 2023). La part de marché bio en volume s'est établie à 3,7 % au 4<sup>e</sup> trimestre 2024 et celle en valeur à 5,3 %. Elles sont en recul par rapport au 3<sup>e</sup> trimestre 2024.

## b) Analyse par sous-circuit

En 2024, les supermarchés ont représenté 43 % des ventes de vins tranquilles bio en GMS (hors EDMP) en volume, comme en valeur.

### Répartition des ventes de vins tranquilles bio en GMS en 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 suivis.

	Evolution en 2024 vs 2023	
	En volume	En valeur
Supermarchés	-6,9%	-5,0%
Hypermarchés	-8,5%	-6,3%
Magasins de proximité	-6,6%	-5,1%
E-commerce GSA	-13,0%	-9,5%

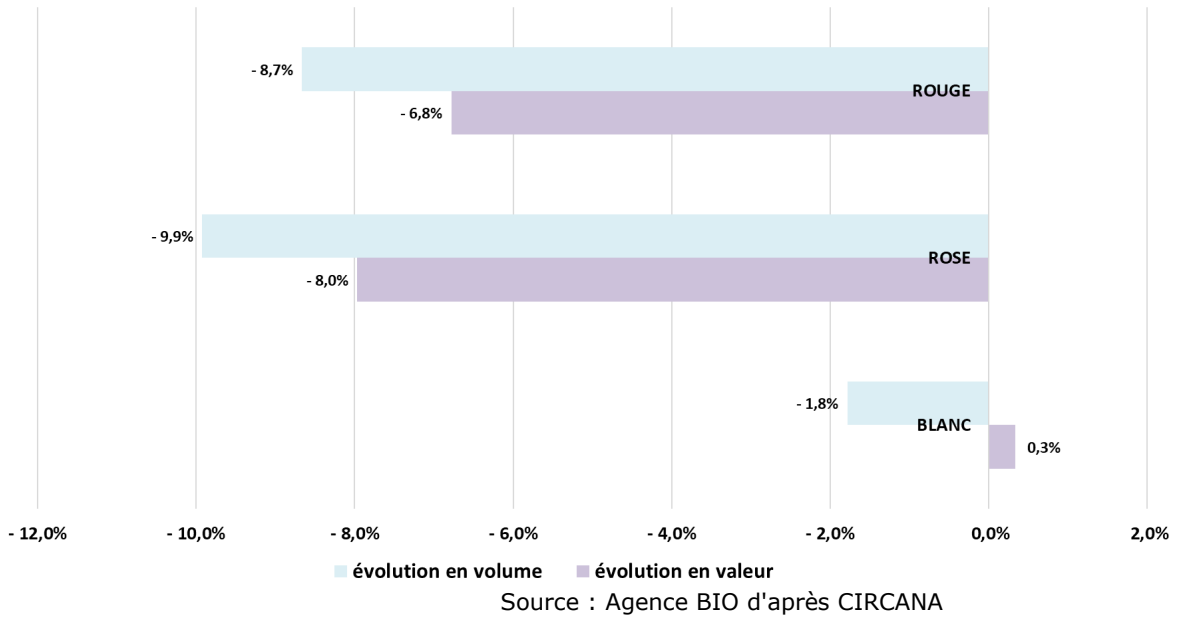
Les magasins de proximité sont le sous-circuit dans lequel les parts de marché bio ont été les plus élevées en 2024 avec 4,3 % en volume et 6,4 % en valeur.

## c) Analyse par couleur

En 2024, les vins rouges ont représenté 49 % des ventes de vins tranquilles bio en GMS en volume, comme en valeur.

Les ventes de vins bio rosés et rouges ont reculé en 2024, tandis que celles de vins blancs ont reculé en en volume et ont stagné en valeur.

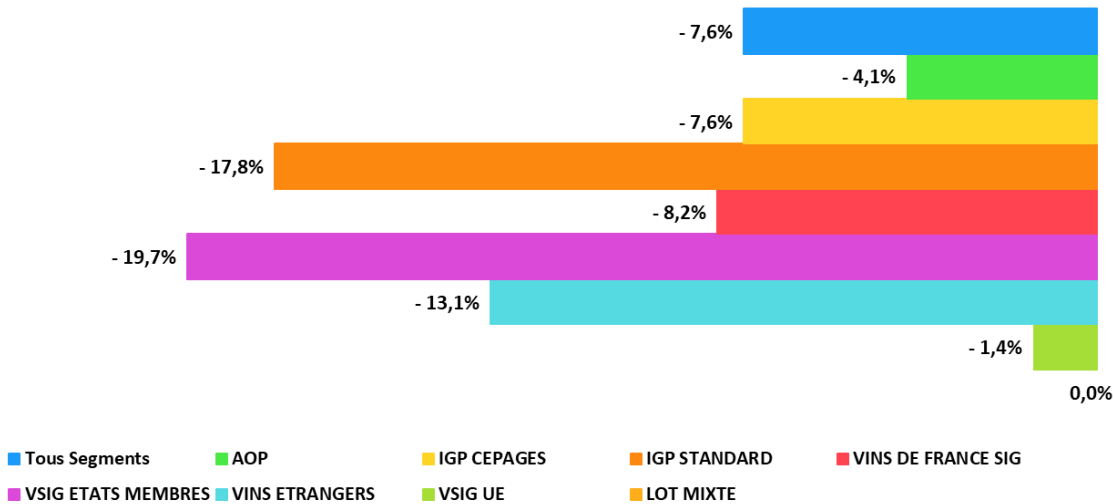
Evolution des ventes de vins tranquilles bio par couleur en 2024 par rapport à 2023



**d) Analyse des ventes de vins bio par origine**

En 2024, les vins français sous AOP ont représenté 59,5 % en volume des ventes de vins bio en GMS (hors EDMP) et 67,3 % en valeur. En 2024, leurs ventes ont reculé de 4,1 % en volume en GMS et de 3,6 % en valeur.

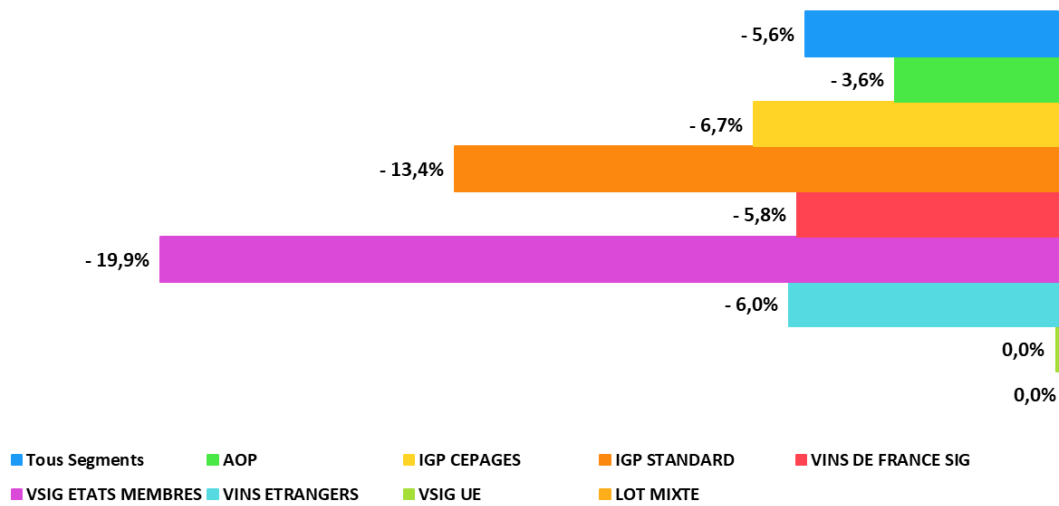
**Evolution des ventes de vins bio en volume par segment en 2024 vs 2023**



Vins étrangers : tous les vins étrangers connus type chianti, Rioja...  
 SIG états membres : vins étrangers mais sans dénomination connue  
 SIG UE : tous les vins étrangers bas de gamme qui sont un mélange de plusieurs vins.

Source : CIRCANA

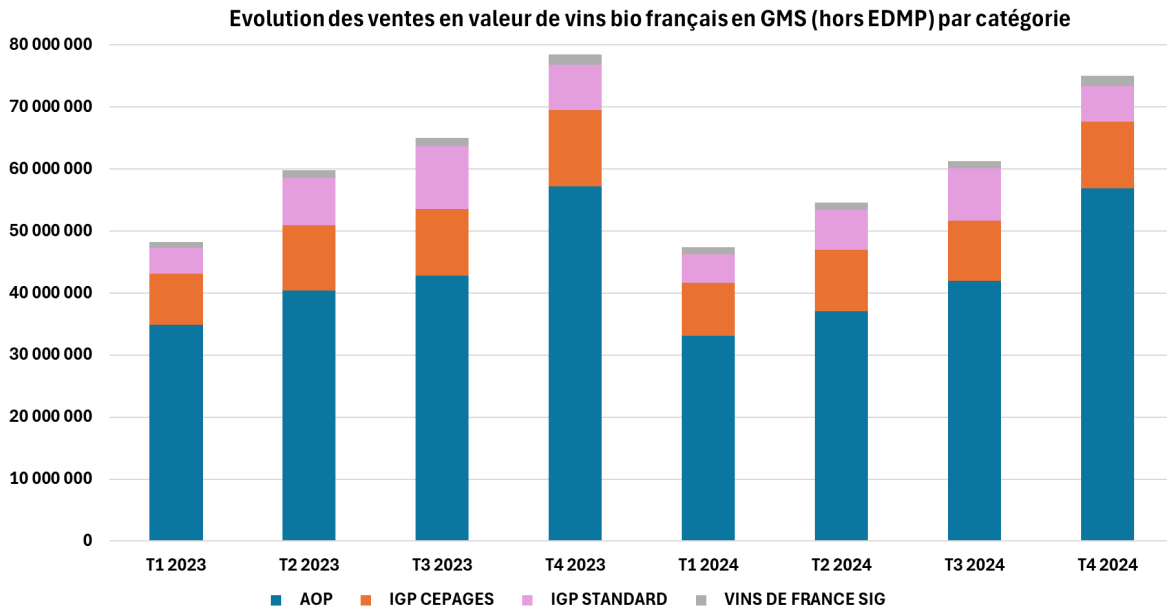
## Evolution des ventes de vins bio en valeur par segment en 2024 vs 2023



Source : CIRCANA

En 2024, les vins français ont représenté 90,8 % en volume et 94,9 % en valeur des ventes de vins tranquilles bio en GMS (hors EDMP) (contre 90,1 % et 94,6 % en 2023). Les ventes de vins tranquilles bio français ont reculé de 7,0 % en volume et de 5,3 % en valeur, tandis que celles des vins bio étrangers ont baissé de 13,8 % en volume et de 10,9 % en valeur.

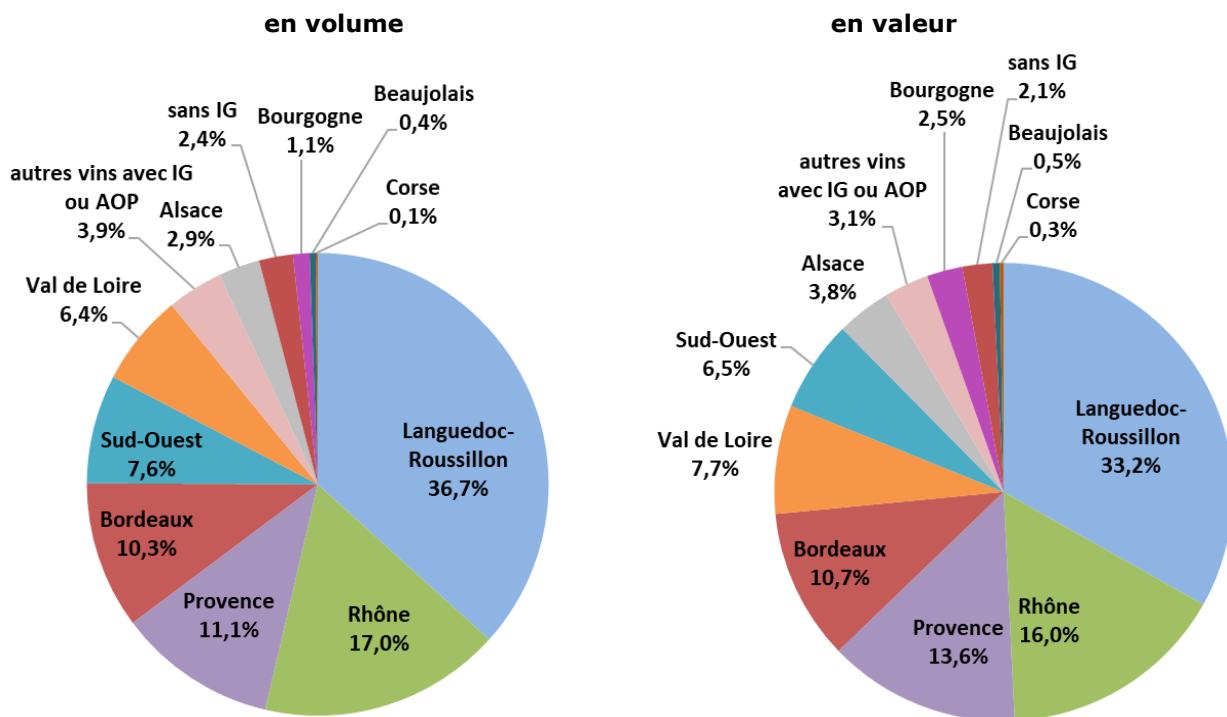
Les AOP ont représenté 65,6 % des ventes de bio français en volume en 2024 et 71,0 % en valeur.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Les 4 principales régions, Languedoc-Roussillon, Rhône, Provence et Bordeaux ont représenté 75,1 % des volumes de vins tranquilles bio français vendus en GMS en 2024 et 73,5 % en valeur.

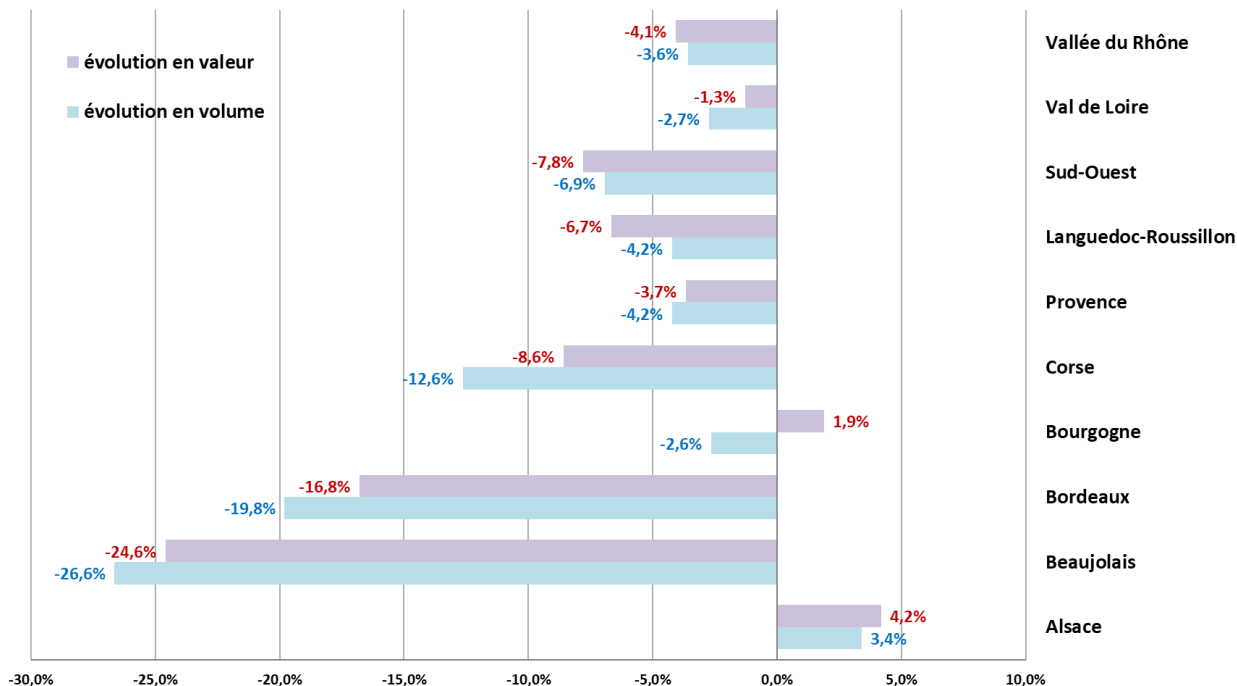
## Répartition des ventes de vins tranquilles bio français vendus en GMS (hors EDMP) en 2024



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

Les ventes de vins bio de toutes les régions viticoles ont reculé en 2024 par rapport à 2023, à l'exception de l'Alsace (progression en volume et en valeur) et de la Bourgogne (progression en valeur).

Evolution des ventes de vins bio français par région en 2024 par rapport à 2023 en GMS (hors EDMP)



Source : Agence BIO d'après CIRCANA



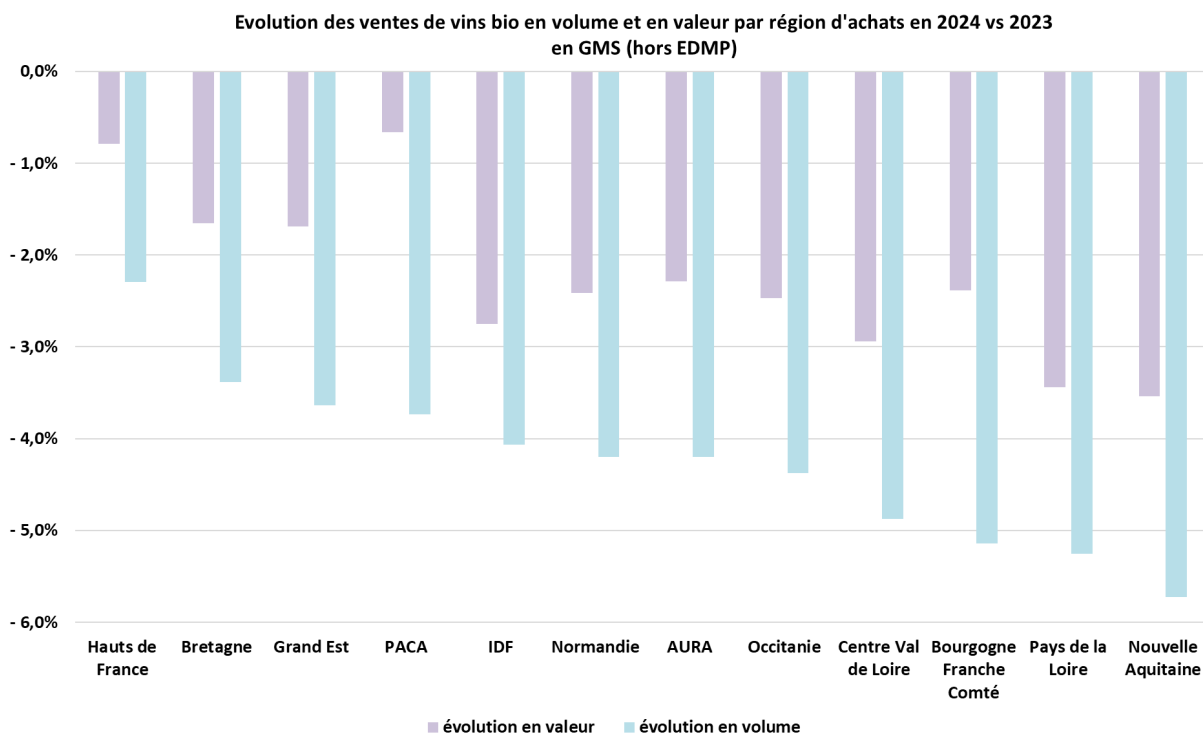
### e) Analyse des ventes par type de marque

En 2024, les ventes de vins bio de châteaux et domaines ont reculé de 8,1 % en volume et de 5,2 % en valeur par rapport à 2023.

En 2024, les ventes de vins bio sous MDD ont reculé de 11,2 % en volume et de 10,9 % en valeur par rapport à 2023.

### f) Analyse des ventes de vins bio par région

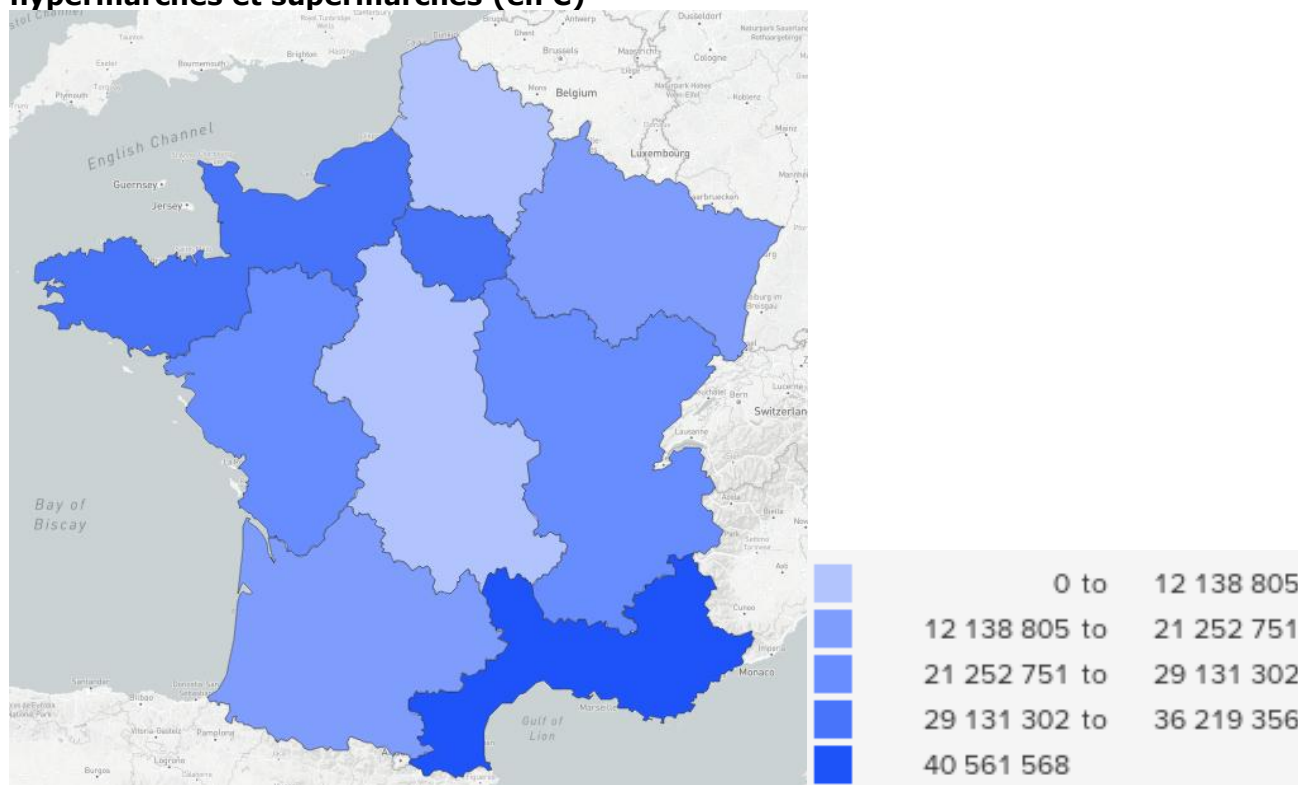
La Nouvelle-Aquitaine est la région dans laquelle le recul des ventes de vins bio en GMS (hors EDMP) a été le plus important en pourcentage avec -5,7 % en volume et -3,5 % en valeur.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

En 2024, PACA a été en tête pour la vente en valeur de vins tranquilles bio en hypermarchés et supermarchés.

## Répartition des ventes de vins bio en valeur en 2024 par grande région, en hypermarchés et supermarchés (en €)

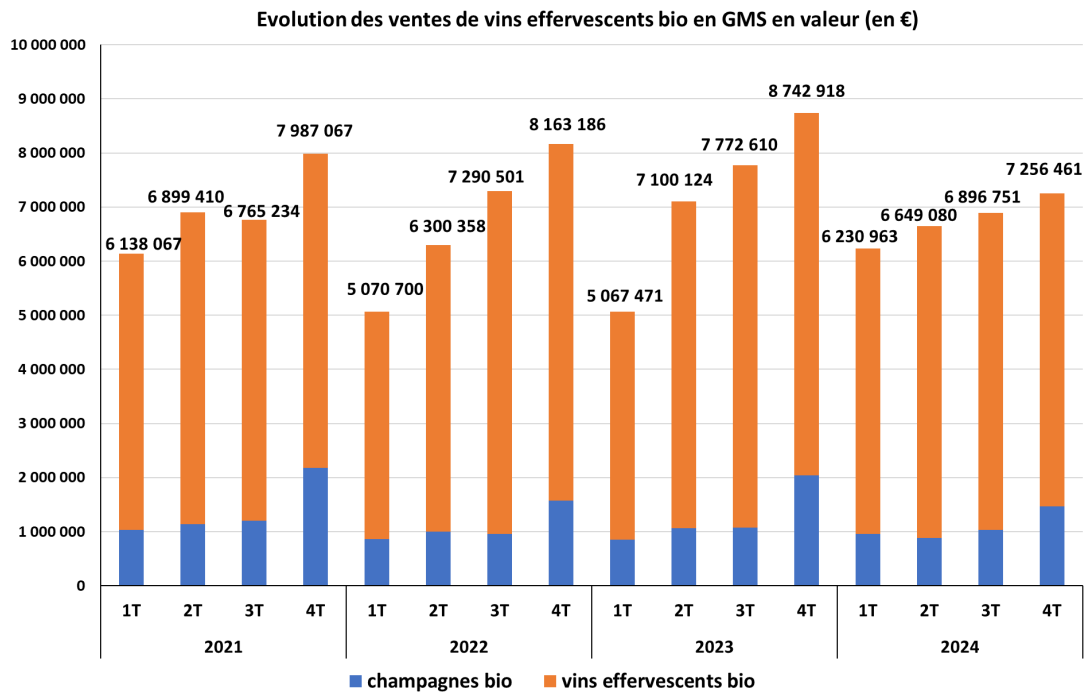


Source : CIRCANA

### 2.3) Les ventes de mousseux et de champagnes bio en GMS : résultats du panel Circana

Les ventes de mousseux et de champagnes bio en GMS (EDMP inclus) ont globalement reculé de 3,5 % en volume en 2024 par rapport à 2023 et de 5,8 % en valeur (recul de 2,1 millions €).

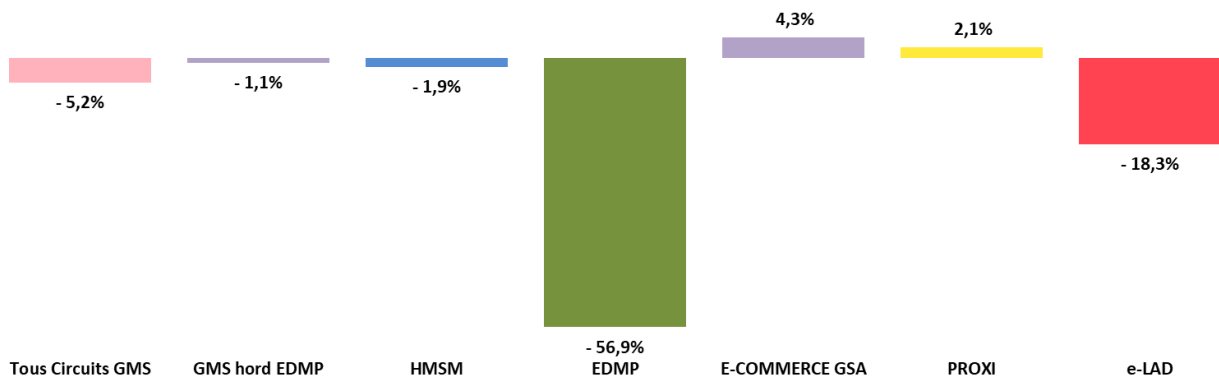
A l'exception de 2021, on assiste à une remontée des ventes au cours de l'année, quelle que soit l'année.



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

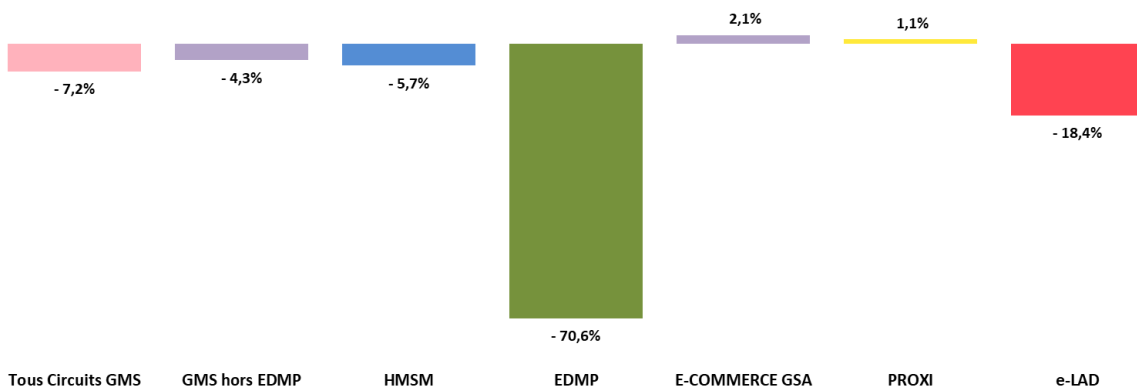
Que ce soit en volume ou en valeur, les ventes de mousseux et de champagne bio ont globalement reculé en hypermarchés, en supermarchés et EDMP en 2024, mais progressé en magasins de proximité et e-commerce GSA. Le recul a été beaucoup plus prononcé en EDMP qu'en hypermarchés et supermarchés.

### Evolution des ventes en volume par circuit des mousseux et champagnes bio en 2024 vd 2023



Source : CIRCANA

### Evolution des ventes en valeur par circuit des mousseux et champagnes bio en 2024 vs 2023



Source : CIRCANA

En 2024, les ventes de champagnes bio ont reculé de 17,7 % en volume et de 13,5 % en valeur. Que ce soit en volume ou en valeur, les ventes de champagnes bio n'ont progressé dans aucun sous-circuit de la GMS.

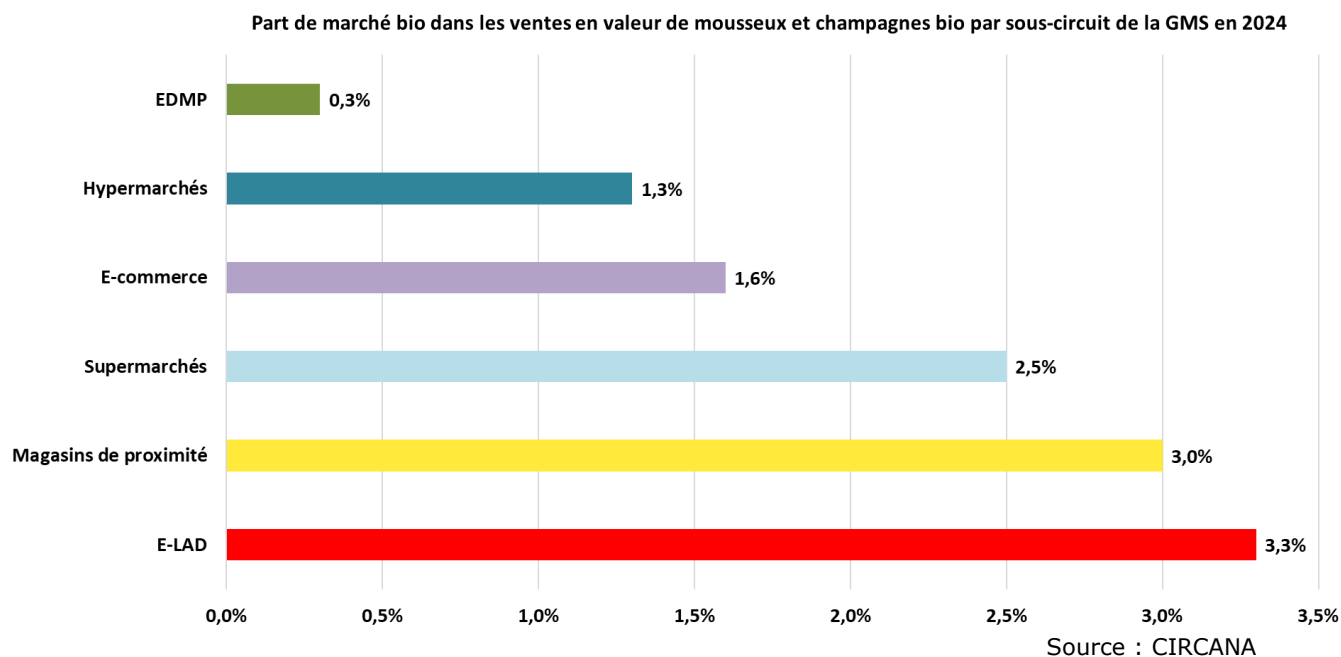
En 2024, les ventes de mousseux bio ont reculé de 2,7 % en volume et de 4,1 % en valeur. En volume, comme en valeur, les ventes de vins mousseux bio ont progressé en magasins de proximité et dans le e-commerce et ont reculé dans les autres sous-circuits de la GMS.

En 2024, les supermarchés sont restés le premier sous-circuit de commercialisation des mousseux et champagnes bio, avec 37 % en volume et 36 % en valeur.

En 2024, les champagnes bio n'ont représenté que 4,2 % des ventes en volume de vins effervescents bio dans la grande distribution. En valeur, leur part a été de 16,0 %.

En 2024, le bio a représenté 1,9 % des ventes de mousseux et de champagnes en volume dans la grande distribution (0,5 % pour les champagnes) et 1,8 % en valeur (0,6 % pour les champagnes).

La livraison à domicile est le sous-circuit dans laquelle la part du bio est la plus importante dans les ventes de vins effervescents.



Sources :

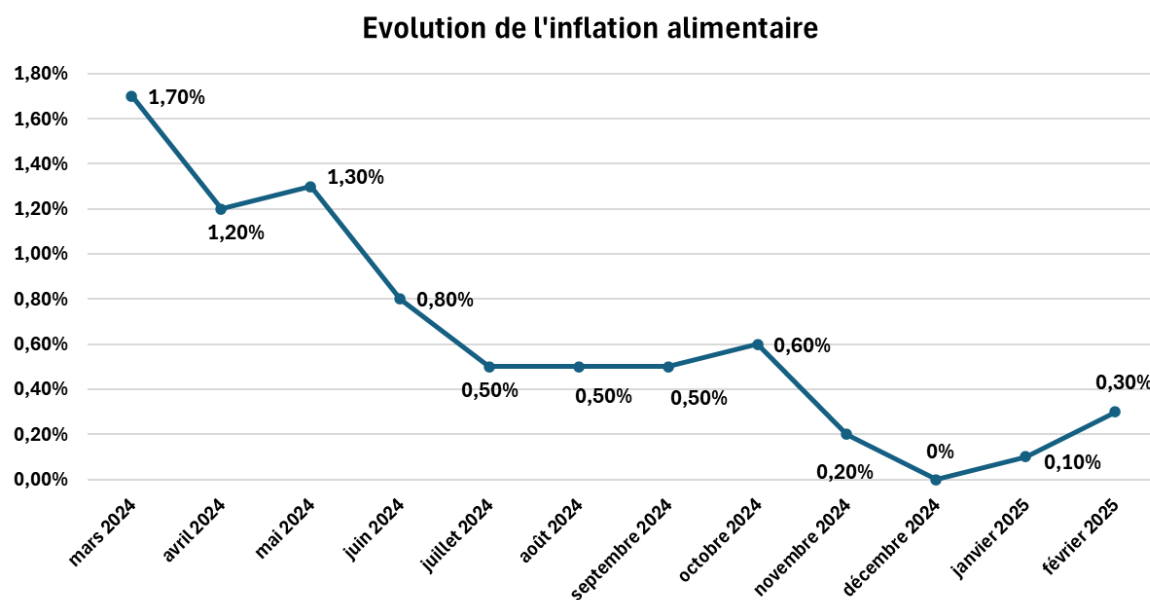
Agence BIO/Circana, Agra Presse et Agreste – janvier/mars 2025

# Evolution du marché français

## 1) Contexte

### 1.1) Inflation

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



Source : INSEE

### 1.2) Consommateurs

D'après l'INSEE, le poids des dépenses alimentaires dans le budget des ménages s'est élevé à 20,3 % en 2024. Il n'évolue que marginalement depuis 1990. Il s'agit du deuxième poste de dépenses après le logement.

Selon le Baromètre du Retail Durable publié par Odoxa<sup>1</sup>, 74 % des Français assurent tenir compte des critères de durabilité avant de se décider pour l'achat d'un produit (soit 10 points de plus que la moyenne européenne). Néanmoins, les Français sont ceux qui doutent le plus de la sincérité des marques quant à leurs actions de durabilité : 53 % seulement leur font confiance (contre 67 % chez leurs voisins<sup>2</sup>).

D'après un sondage Elabe/Les Echos de décembre 2024<sup>3</sup>, 89 % des Français déclarent être inquiets de la situation économique du pays. Selon Kantar, 64 % des Français pensent que l'économie va se dégrader.

D'après Circana, fin 2024, 65% des Français déclaraient toujours limiter leurs achats suite à la hausse des prix.

En 2024, les Français ne sont pas descendus en gamme, mais ne sont pas remontés non plus.

<sup>1</sup> Pour la France, 2 010 personnes de 18 ans et plus ont été interrogées en septembre 2024.

<sup>2</sup> Allemands, Néerlandais, Italiens et Britanniques

<sup>3</sup> Réalisé auprès de 1 000 personnes

D'après Kantar, 90 % des Français n'ont pas vu de baisse des prix des produits de grande consommation en 2024. Leur stratégie est d'acheter des produits alimentaires en moins grande quantité qu'auparavant.

D'après Kantar, 51 % des Français se déclarent vulnérables. La polarisation a fortement augmenté depuis le début de la crise inflationniste. Les Français continuent à être à la recherche des bonnes affaires.

D'après Kantar, dans l'esprit des Français, il y a de moins en moins de différence entre les marques nationales et les MDD.

Selon Kantar, la notoriété du nutriscore auprès des consommateurs était de 97 % en 2024.

D'après Circana, les Français fréquentent toujours plus d'enseignes pour leurs achats.

D'après Circana, 48 % des consommateurs déclarent souhaiter plus de choix de produits locaux en GMS, mais la part de marché de ces produits stagne (2,4% de l'offre et 2,8% du chiffre d'affaires en 2024).

### **1.3) GMS**

L'année 2024 a été marquée par les changements d'enseigne d'un grand nombre de magasins (principalement des magasins Casino qui ont été repris par Intermarché ou Auchan).

Entre 2019 et 2024, la part de marché de la GMS dans les dépenses alimentaires est passé de 57,5 % à 54,5 %.

D'après Circana, la contraction des volumes de produits alimentaires vendus en GMS devrait se poursuivre en 2025.

Le gain de part de marché des MDD a été moins rapide en 2024 qu'en 2023.

### **1.4) RHD**

D'après Circana, la fréquentation des restaurants n'a pas progressé en 2024 par rapport à 2023 et est restée inférieure à 2019.

## **2) Résultats du baromètre de consommation et de perception des produits bio**

Les résultats de cette 22<sup>e</sup> édition du baromètre confirment la stabilisation de la consommation des produits biologiques : 30% des Français consomment du bio au moins une fois par semaine et plus de la moitié d'entre eux (54%) au moins une fois par mois. L'inflation ralentit, le prix reste toujours un facteur de préoccupation des Français mais le Baromètre révèle que si 39 % disent devoir se restreindre pour des raisons financières sur leurs dépenses alimentaires, ce taux est en baisse de 5 points par rapport à l'année dernière.

63 % des Français se déclarent inquiets quant aux effets de l'alimentation sur la santé (+1 point). Cette attention génère des attentes fortes en matière de qualité des produits alimentaires (65 % des Français), l'impact de l'alimentation sur la santé est largement reconnu par les consommateurs : plus de 7 Français sur 10 estiment que les produits bio

sont meilleurs pour la santé et pour les enfants, tandis que 67% considèrent que leurs qualités nutritionnelles sont mieux préservées. Ils sont aussi largement convaincus des bénéfices environnementaux des produits biologiques : 8 Français sur 10 reconnaissent que l'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, les sols et les ressources en eau, et favorise la biodiversité.

Le consommateur bio est pluriel. Ce baromètre révèle une forte représentation des jeunes consommateurs : 9 % des 18-24 ans déclarent consommer des produits biologiques tous les jours.

Le mieux n'est pas une affaire de riches. La consommation est davantage liée au diplôme qu'aux revenus. Le Baromètre ne montre pas d'écart significatif sur la consommation quotidienne de bio entre riches et pauvres : 9 % des plus hauts revenus, versus 5 % des foyers les plus modestes.

Dans un contexte où 77 % des Français ressentent de la fatigue ou de la lassitude face à l'actualité et aux informations, la multiplication des labels alimentaires accroît ce phénomène. Si le label AB, qui fête ses 40 ans en 2025, reste le premier label largement reconnu par les Français (93 %), cette notoriété n'est pas associée aux garanties des produits biologiques. Les consommateurs méconnaissent les garanties assurées par le label AB. Cette méconnaissance alimente les doutes sur les garanties du bio, qui restent le deuxième frein – après le prix – à la consommation de produits bio.

De plus, 18 % parmi les non-consommateurs et 23 % parmi les consommateurs occasionnels ne pensent tout simplement pas au bio au moment de faire leurs courses.

### **3) Les produits alimentaires bio et non bio en GMS :**

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

En 2024, les ventes de produits à poids fixe en GMS ont stagné en valeur par rapport à 2023 (pour les produits non bio et bio) avec +1,8 % au premier trimestre, -0,6 % au deuxième, -0,1 % au troisième et -1,2 % au quatrième.

En 2024, l'évolution n'a été positive que pour les produits d'épicerie :

- +1,8 % pour les produits d'épicerie,
- -2,4 % pour les liquides,
- -0,5 % pour les produits frais en libre-service.

---

<sup>1</sup> Hors vins tranquilles

## 4) Les produits bio en GMS

### 4.1) Les Ventes de produits bio à poids fixe<sup>1</sup> en GMS : résultats du panel Circana pour l'année 2024

#### a) Analyses générales

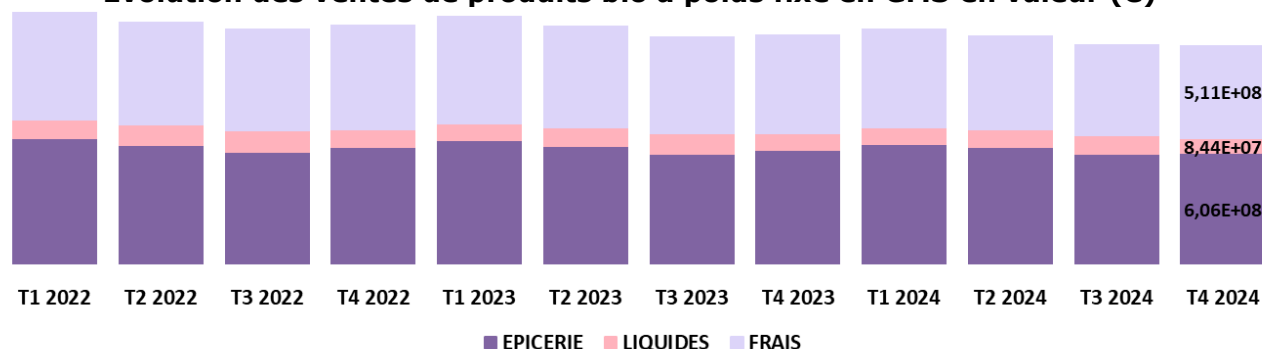
En 2024, les ventes de produits bio à poids fixe en GMS<sup>1</sup> ont globalement reculé de 4,4 % en valeur par rapport à 2023, tandis que les ventes de produits non bio ont progressé de 0,2 %<sup>2</sup>.

En 2024, l'évolution des ventes bio a été négative pour les trois catégories de produits et pour tous les trimestres :

#### Evolution des ventes en 2024 par rapport à 2023, trimestre par trimestre

	Evolution T1	Evolution T2	Evolution T3	Evolution T4	Evolution 2024 vs 2023
Produits d'épicerie	-3,1%	-1,0%	-0,6%	-2,6%	<b>-1,8%</b>
Liquides	-4,6%	-8,7%	-9,1%	-9,5%	<b>-8,0%</b>
Produits frais libre-service	-7,7%	-6,3%	-5,5%	-6,7%	<b>-6,6%</b>
<b>Total</b>	<b>-5,2%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-4,4%</b>

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



Source : CIRCANA

En 2024, les produits bio ont représenté 4,2% des ventes de produits à poids fixe en GMS, contre 4,4 % en 2023.

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

	T1 2023	T2 2023	T3 2023	T4 2023	2023	T1 2024	T2 2024	T3 2024	T4 2024	2024
Epicerie	6,7%	6,4%	6,1%	5,9%	<b>6,3%</b>	6,3%	6,2%	6,0%	5,7%	<b>6,0%</b>
Liquides	2,0%	1,8%	1,9%	1,7%	<b>1,8%</b>	1,9%	1,7%	1,7%	1,6%	<b>1,7%</b>
Produits frais libre-service	4,5%	4,2%	3,9%	3,8%	<b>4,1%</b>	4,1%	3,9%	3,7%	3,6%	<b>3,8%</b>
<b>Total</b>	<b>4,9%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,2%</b>	<b>4,2%</b>	<b>4,4%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,0%</b>	<b>4,2%</b>

Source : Agence BIO d'après CIRCANA

<sup>1</sup> Hors livraisons à domicile

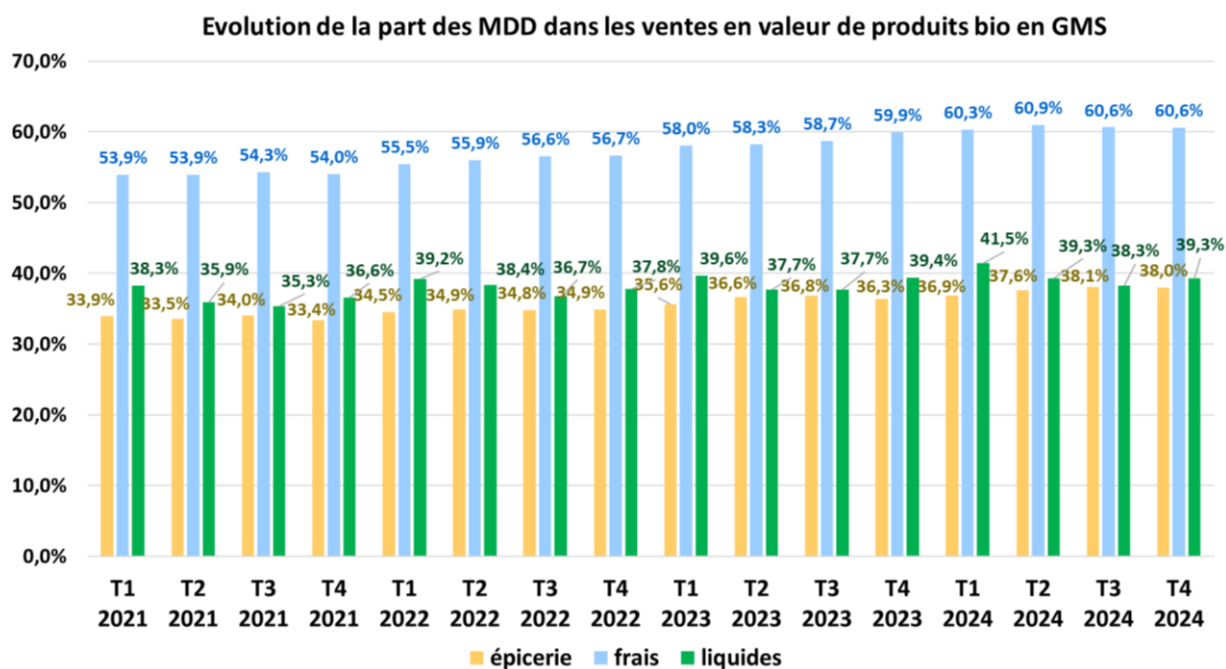
<sup>2</sup> Epicerie : +2,0 %, liquides : -2,3 % et frais : -0,2 %



## b) Analyse par type de marque

Entre le quatrième trimestre 2023 et le quatrième trimestre 2024, il y a eu une croissance de la part des marques de distributeurs dans les ventes en valeur de produits frais bio et d'épicerie bio en GMS, tandis qu'il y a eu une quasi-stagnation pour les liquides bio. 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 : 60,6 % au quatrième trimestre 2024.

Pour l'ensemble de l'année 2024, les MDD ont représenté 47,4 % des ventes à poids fixe de produits bio (contre 46,1 % en 2023). La part des MDD s'est élevée à 37,6 % pour les produits d'épicerie bio, 60,6 % pour les produits frais bio et 39,6 % pour les boissons bio.



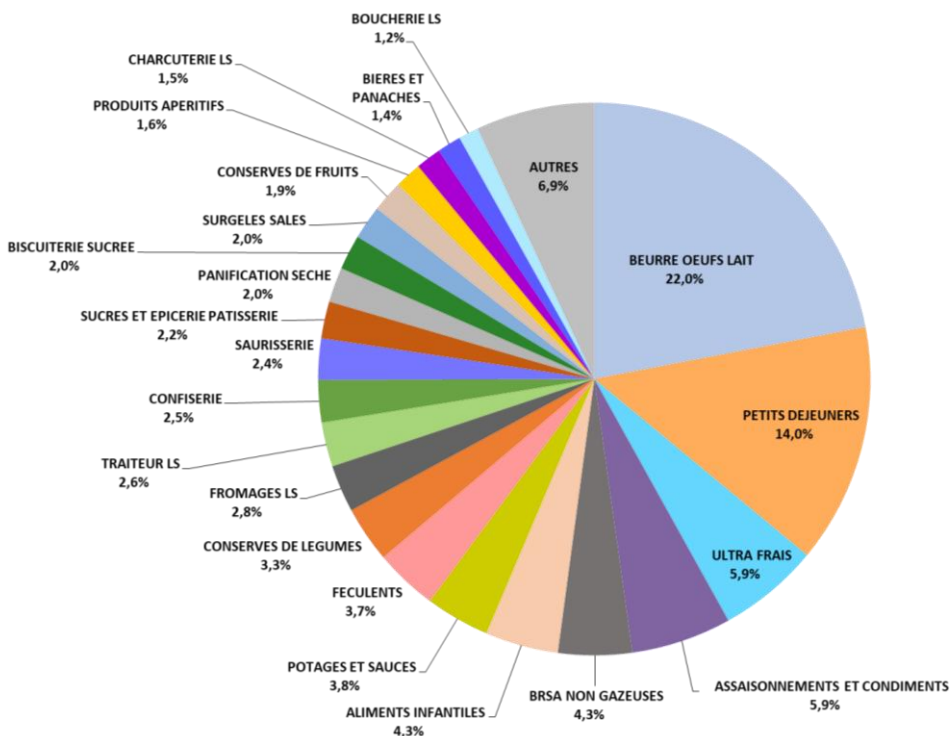
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

S'agissant des produits non bio, la part de MDD s'est élevée à 47,2 % pour les produits frais en 2024, 31,9 % pour l'épicerie et 17,9 % pour les liquides.

## c) Analyses par catégorie de produits

En 2024, "Beurre, œufs et lait" restait la première catégorie de produits bio à poids fixe vendue en GMS, avec 22 % des ventes en valeur, devant les petits déjeuners (14 %).

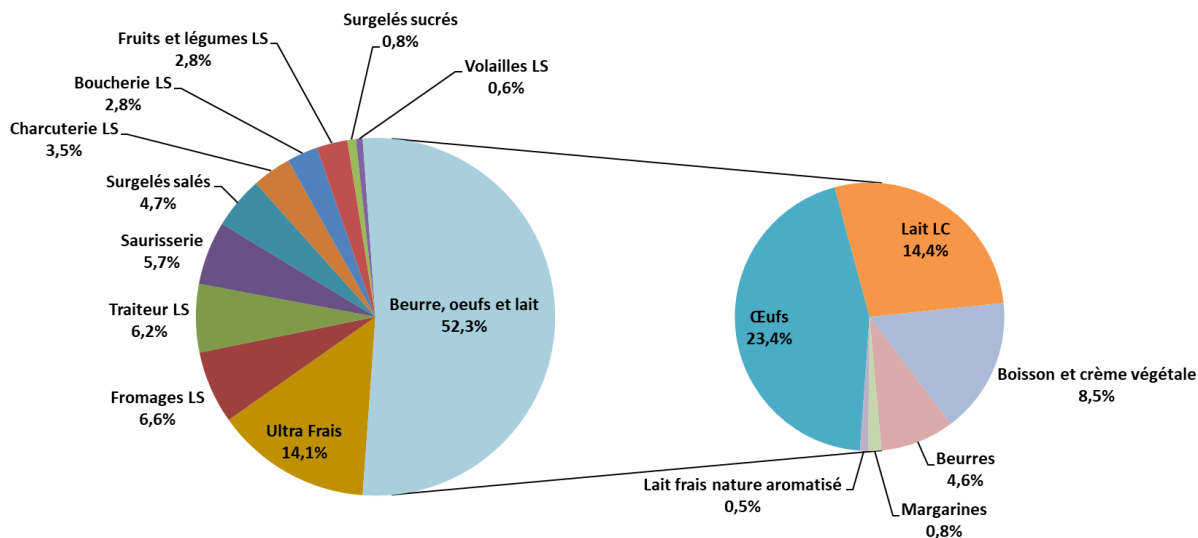
Répartition des ventes de produits bio à poids fixe en GMS en valeur en 2024



Source : Agence BIO d'après CIRCANA

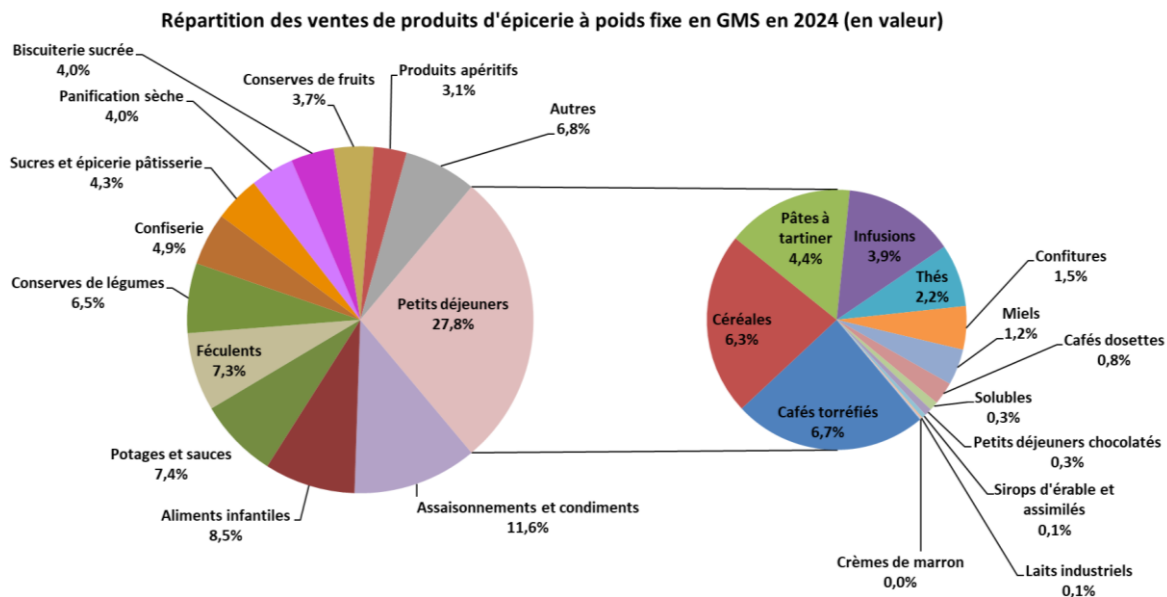
En 2024, les ventes de "Beurre, œufs et lait" représentaient 52,3 % des ventes de produits frais bio. Les œufs étaient la première famille de cette catégorie.

Répartition des ventes de produits frais à poids fixe en GMS en 2024



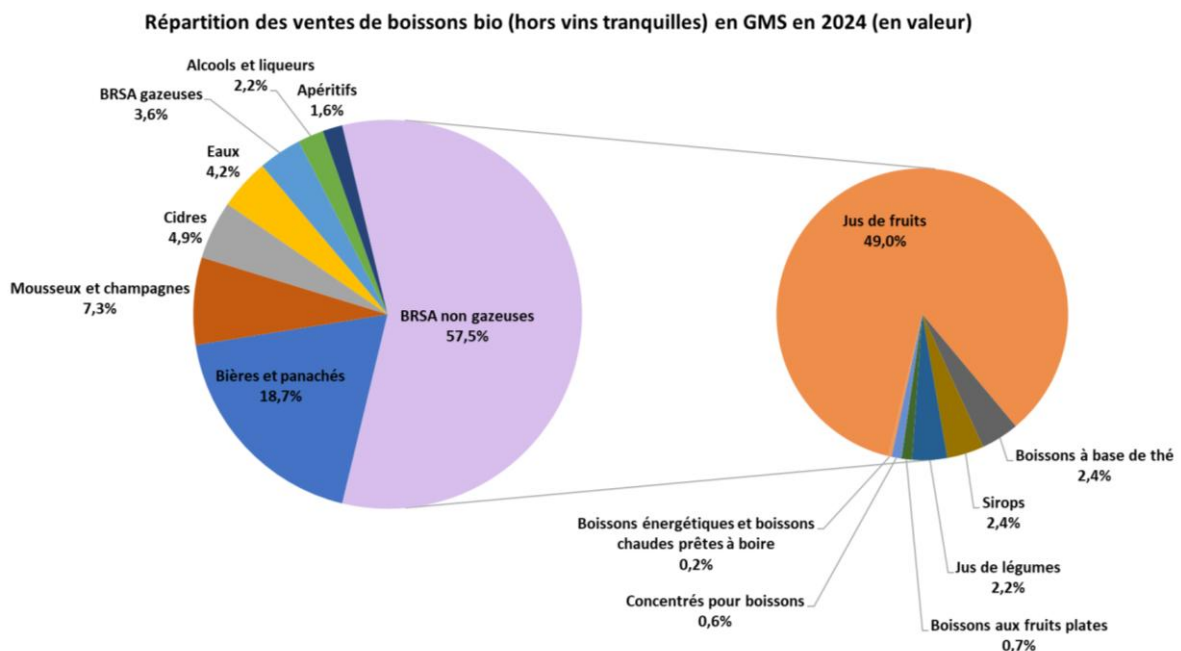
Source : Agence BIO d'après CIRCANA

En 2024, les ventes de produits de petits déjeuners ont représenté 27,8 % 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, devant les céréales.



Source : Agence BIO d'après Circana

En 2024, les BRSA<sup>1</sup> non gazeuses ont représenté 57,5 % des ventes de boissons bio (hors vins tranquilles) en GMS en valeur. Il s'agissait principalement de jus de fruits.



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 en 2024 par rapport à 2023. Les surgelés sucrés constituent la famille dont les ventes ont le plus reculé en pourcentage avec : -24,4 %. La famille "Beurre, œufs et lait" est celle dont les ventes ont le plus baissé en valeur absolue (-28,5 millions €), devant l'ultra frais (- 27,9 millions €).

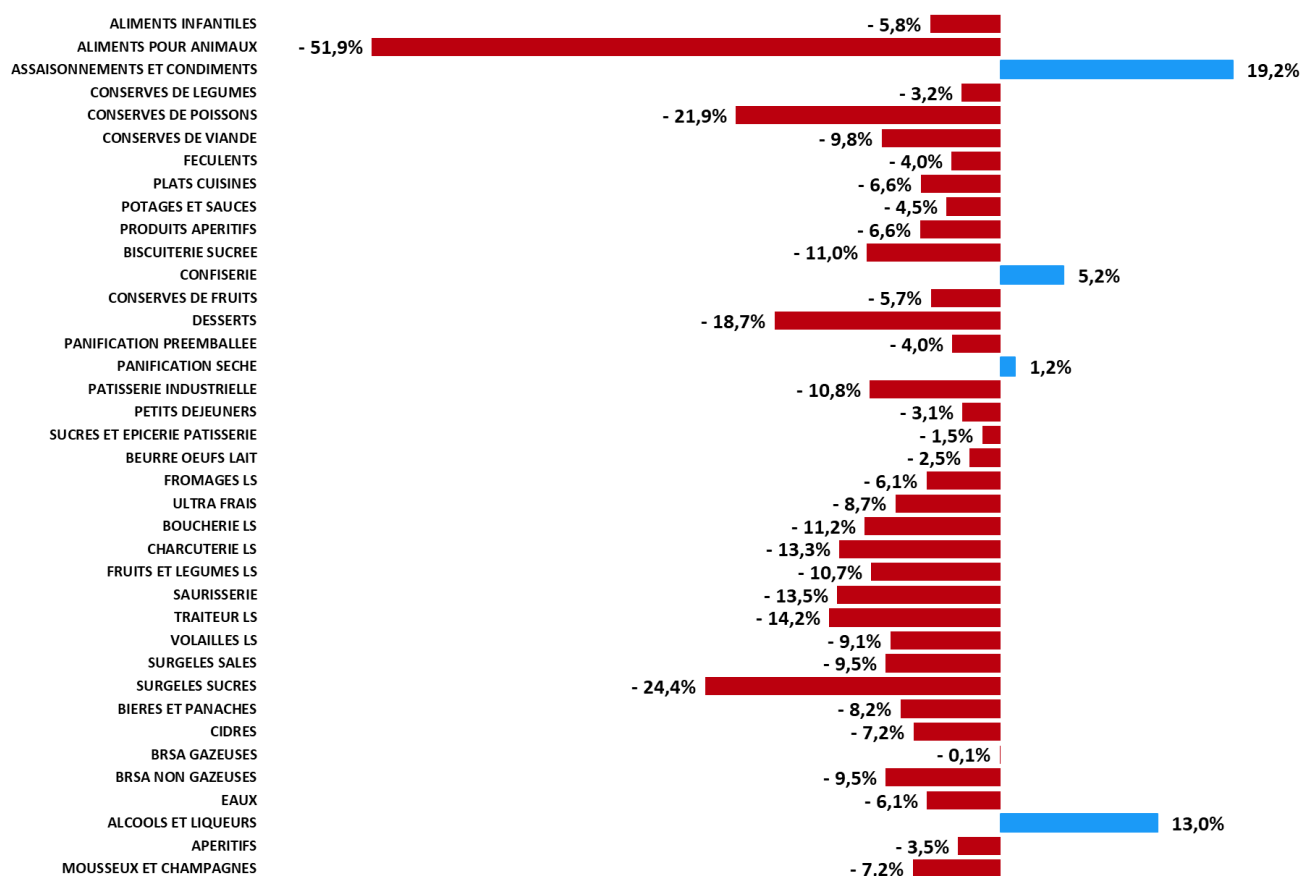
Les ventes de produits d'épicerie sucrée (53 % des ventes de produits d'épicerie) ont reculé de 3,2 % en 2024 par rapport à 2023, tandis que celles de l'épicerie salée ont quasiment stagné (-0,2 %).

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

Les aliments pour animaux sont la famille de l'épicerie dont les ventes bio ont le plus reculé en pourcentage en 2024 avec -51,9 %, tandis que les petits déjeuners sont la famille qui a le plus baissé en valeur absolue (- 22,5 millions €). Les assaisonnements et condiments sont la famille qui a le plus progressé (+19,2 %, soit +46,9 millions €). Seules deux autres familles ont progressé : la confiserie et la panification sèche.

Dans le secteur des boissons, seules les alcools et liqueurs ont progressé par rapport à 2023 (918 milliers €, soit +13,0 %). Les BRSA non gazeuses sont la famille qui a le plus reculé (- 22,4 millions €, soit -9,5 %).

### Evolution des ventes de produits bio en GMS en valeur par catégorie en 2024 par rapport à 2023

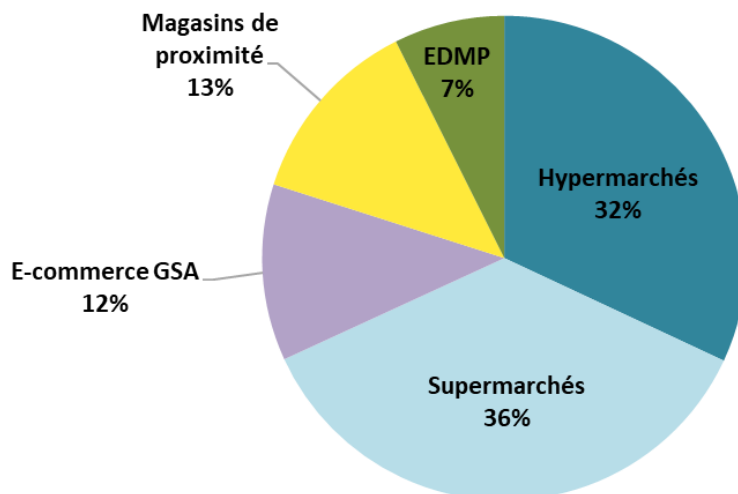


Source : CIRCANA

#### d) Analyses par sous-circuit

En 2024, les supermarchés ont représenté 36 % 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 en 2024



Source : Circana

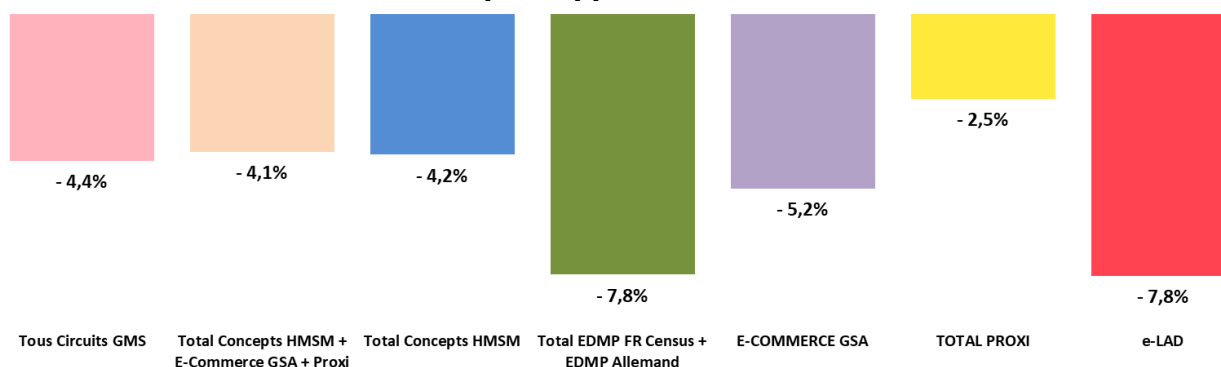
En 2024, les ventes bio ont reculé dans tous les sous-circuits de la grande distribution :

	Evol 2024 vs T1 2023	Evol 2024 vs T2 2023	Evol 2024 vs T3 2023	Evol 2024 vs T4 2023	Evol 2024 vs 2023
Supermarchés	-5,3%	-3,8%	-3,3%	-4,1%	-4,1%
Hypermarchés	-4,3%	-4,0%	-3,5%	-5,2%	-4,3%
Magasins de proximité	-5,6%	-2,0%	-1,4%	-0,9%	-2,5%
EDMP	-2,9%	-6,9%	-8,4%	-13,4%	-7,8%
E-commerce GSA	-8,5%	-3,9%	-2,8%	-4,8%	-5,2%
E-LAD	-6,5%	-3,0%	-11,5%	-10,9%	-7,8%

Source : Circana

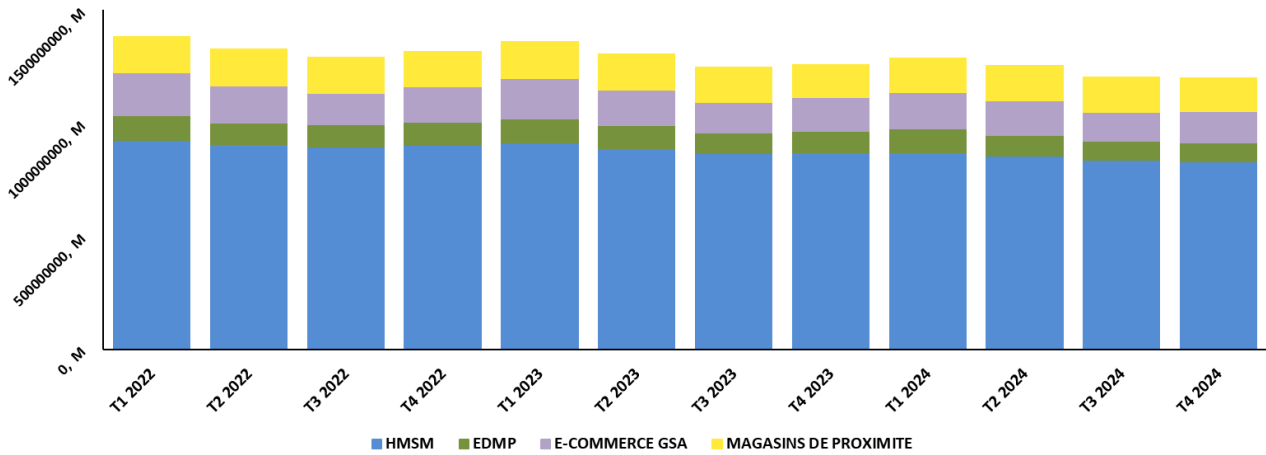
Au quatrième trimestre, la situation s'est améliorée en magasins de proximité, avec des reculs des ventes plus faibles qu'aux deux premiers trimestres. En revanche, elle s'est aggravée en hypermarchés et en EDMP.

## Evolution des ventes de produits alimentaires bio en valeur par sous-circuit en 2024 par rapport à 2023



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

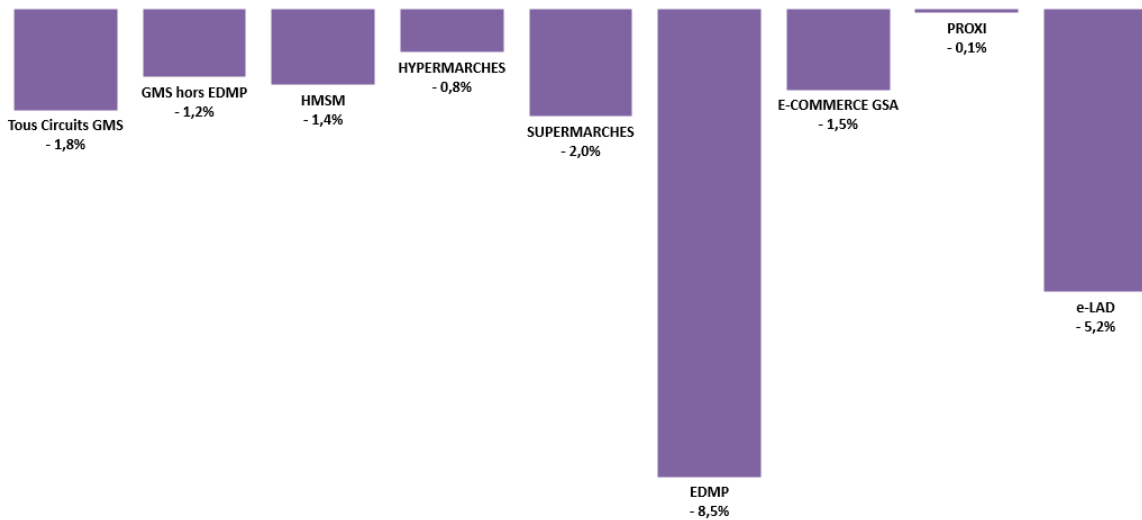
## Evolution des ventes de produits bio à poids fixe en GMS par sous-circuit et par trimestre (en €)



Source : Circana

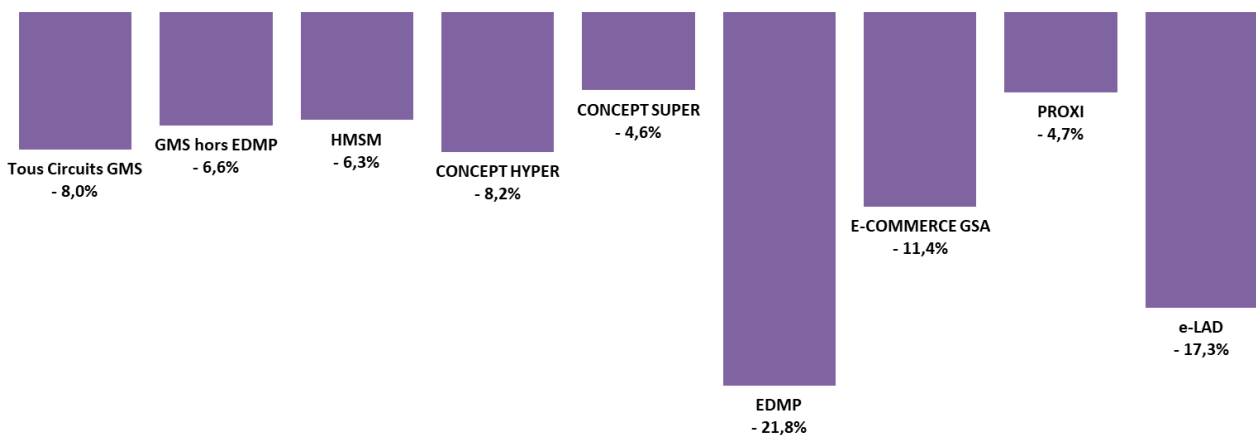
Les ventes de produits bio des trois catégories (épicerie, liquides et produits frais) ont reculé dans tous les sous-circuits de la GMS en 2024 par rapport à 2023.

## Evolution des ventes de produits d'épicerie bio par sous-circuit en 2024 par rapport à 2023



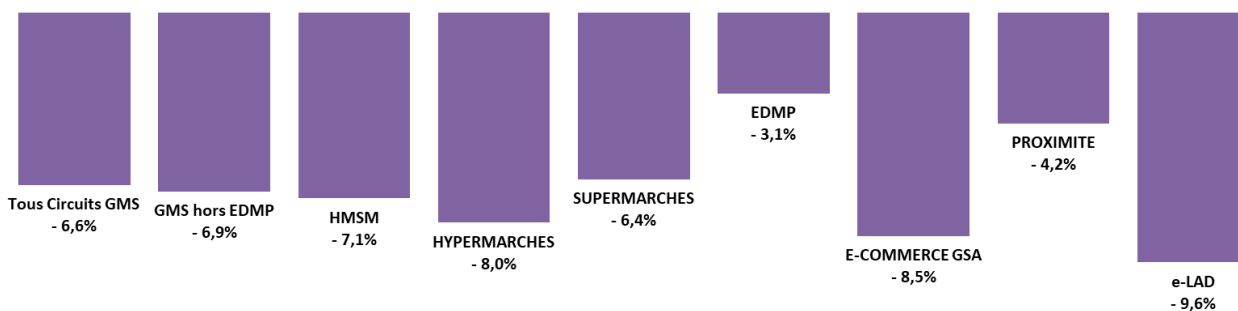
Source : Circana

## Evolution des ventes de liquides bio par sous-circuit en 2024 par rapport à 2023



Source : Circana

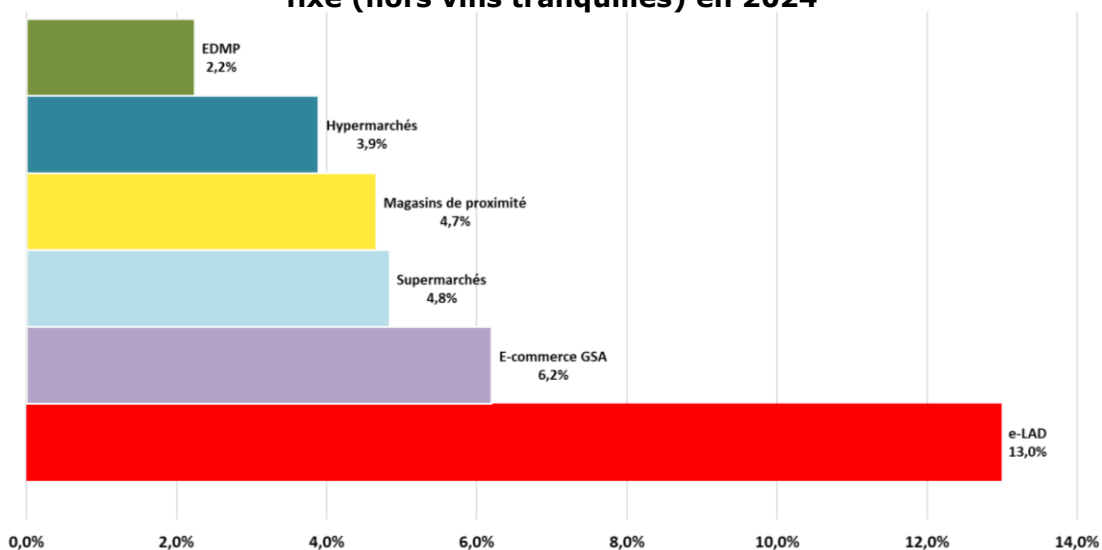
## Evolution des ventes de produits frais bio libre-service par sous-circuit en 2024 par rapport à 2023



Source : Circana

En 2024, la livraison à domicile est restée le sous-circuit de la GMS avec la part de bio la plus élevée pour les produits à poids fixe.

## Part du bio en valeur par sous-circuit dans les ventes de produits alimentaires à poids fixe (hors vins tranquilles) en 2024



Source : Circana

### e) Offre bio

Les enseignes de la GMS ont continué à désinvestir le label bio en 2024. L'offre bio a globalement reculé de 6,3 % en 2024 par rapport à 2023.

En 3 ans, l'offre bio en hypermarchés et supermarchés a globalement baissé de 22 %.

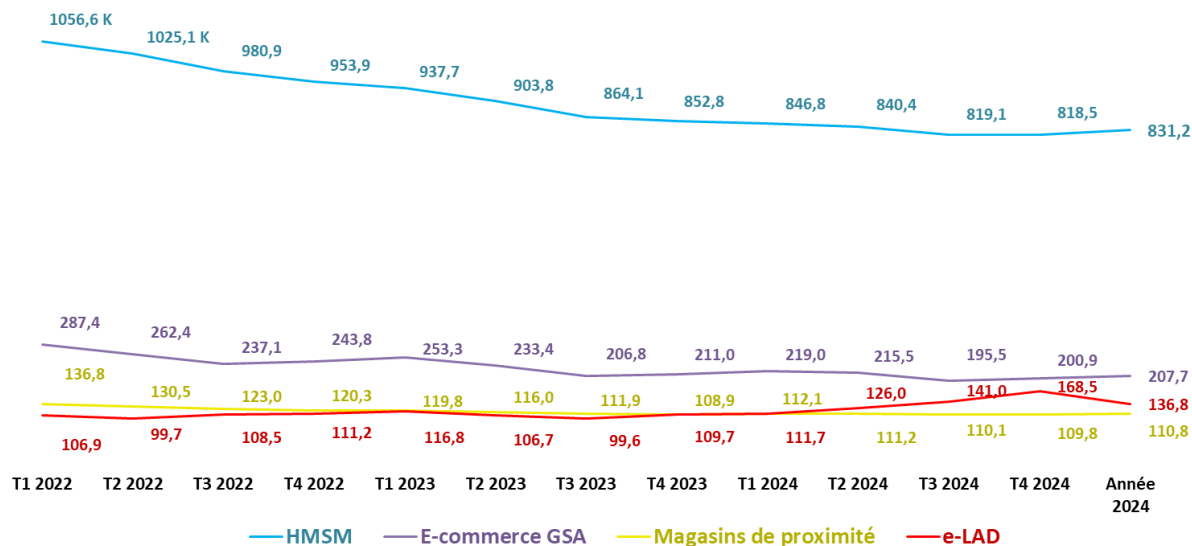
Entre le 4<sup>e</sup> trimestre 2023 et le 4<sup>e</sup> trimestre 2024, les hypermarchés et supermarchés sont le sous-circuit qui a connu la plus forte baisse de références bio (EAN bio hebdomadaires par magasin) en valeur absolue (-34,3), celle en pourcentage ayant été de 4,0 %.

Dans le e-commerce, le nombre de références bio a reculé de 4,8 % (-10,1).

En magasins de proximité, le nombre de références bio est resté quasiment stable.

En livraison à domicile, il y a eu une importante augmentation du nombre de références : +53,6 % (+58,8).

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



Source : Circana

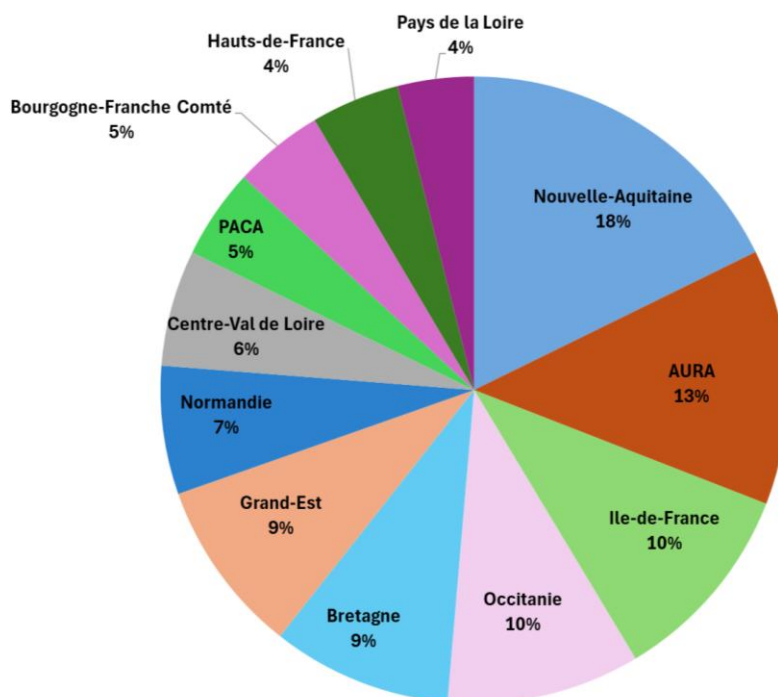
La part de bio dans l'offre de la GMS s'est élevée à 7,1 % en valeur en 2024, avec :

Hypermarchés	Supermarchés	Magasins de proximité	E-commerce
7,6%	6,9%	5,4%	7,3%

### f) 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) en 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 en 2024

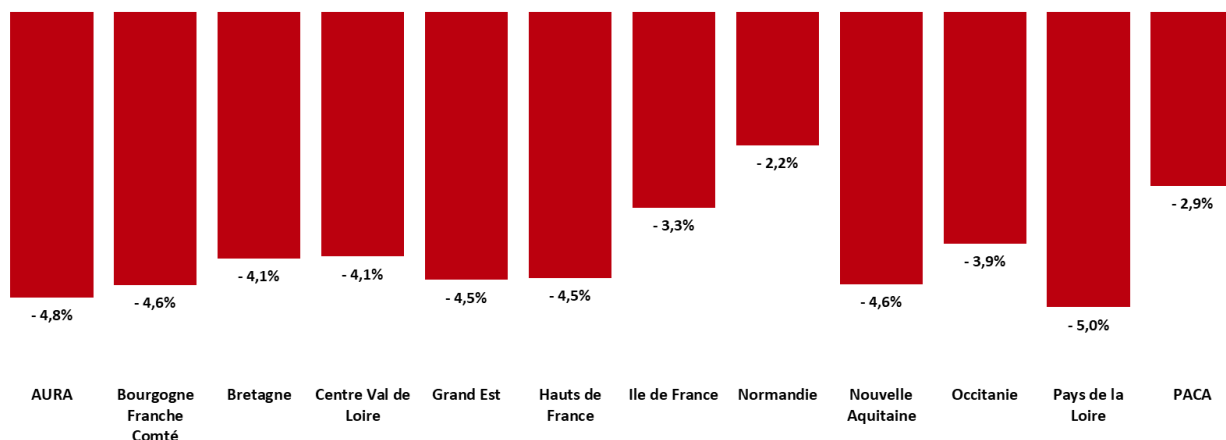


Source : Agence BIO d'après Circana



En 2024, les ventes en valeur en hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité et e-commerce ont reculé dans toutes les régions métropolitaines. Pays de la Loire est la région dans laquelle les ventes ont le plus reculé en valeur relative en 2024 avec - 5,0 % par rapport à 2023 et Normandie celle où la baisse a été la plus faible (-2,2 %).

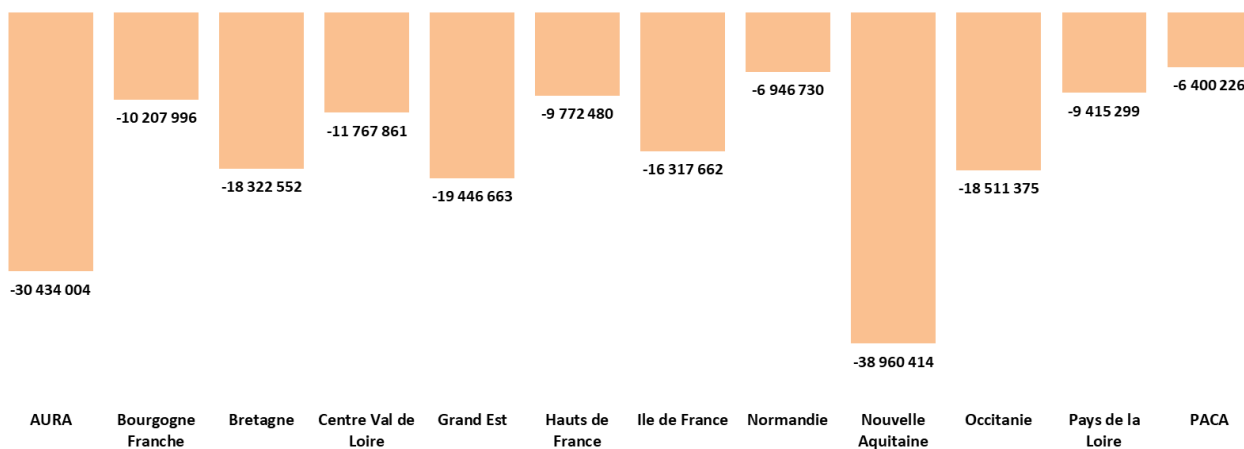
**Evolution des ventes de produits bio à poids fixe en valeur relative par région en hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité et e-commerce en 2024 par rapport à 2023**



Source : Circana

La Nouvelle-Aquitaine et l’Auvergne-Rhône Alpes sont les deux régions dans lesquelles les ventes ont le plus reculé en valeur absolue et PACA celle où elles ont le moins reculé.

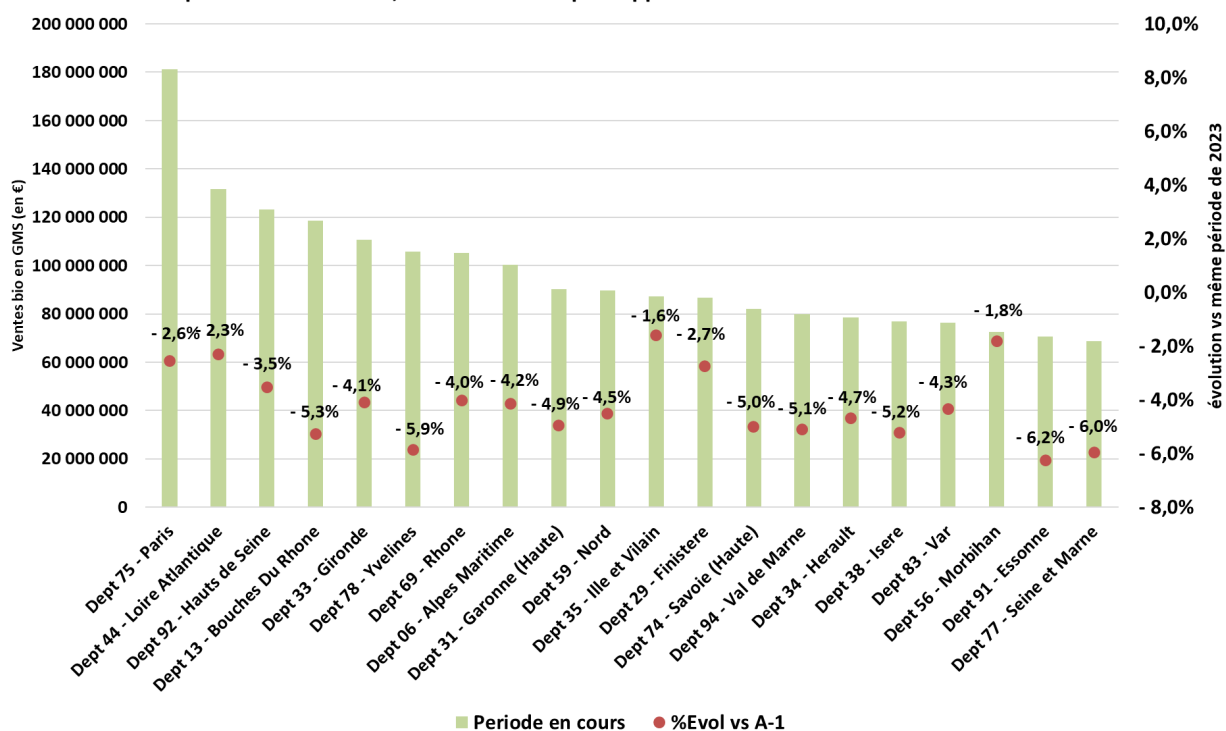
**Evolution des ventes de produits bio à poids fixe en valeur absolue par région en hypermarchés, supermarchés, magasins de proximité et e-commerce en 2024 par rapport à 2023**



Source : Agence BIO d’après Circana

En 2024, Paris est resté le département en tête pour les ventes de produits bio à poids fixe en hypermarchés et supermarchés.

Les 20 départements avec les plus ventes bio les plus importantes en valeur en hypermarchés et supermarchés en 2024, avec l'évolution par rapport à 2023



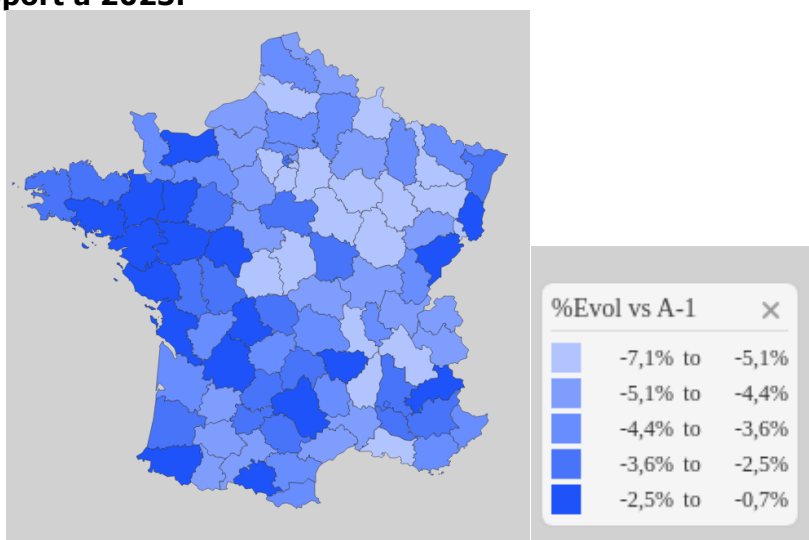
Source : Agence BIO d'après Circana

En 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 en 2024 vs 2023
Somme	-7,1%
Ardennes	-6,7%
Essonne	-6,2%
Seine et Marne	-6,0%
Yvelines	-5,9%
Territoire de Belfort	-5,9%
Aube	-5,8%
Indre	-5,5%
Yonne	-5,5%
Côte d'Or	-5,5%

Dans deux départements, la baisse était inférieure à 1 % : Vendée et Calvados (-0,7 % chacun).

## Evolution des ventes bio en valeur par département en hypermarchés et supermarchés en 2024 par rapport à 2023.



Source : Circana

### 4.2) Les Ventes de produits bio à poids fixe<sup>1</sup> en GMS : résultats du panel Circana : premiers chiffres 2025

Au cours des 8 premières semaines de 2025, les ventes de produits bio à poids fixe en GMS ont globalement reculé de 1,3 % en valeur par rapport à la même période de 2024.

L'évolution diffère d'une catégorie de produits à l'autre :

- +0,3% pour les produits d'épicerie,
- -2,6 % pour les liquides,
- -1,0 % pour les produits frais en libre-service.

Et suivant les sous-circuits :

- -0,2% en hypermarchés,
- -0,8 % en supermarchés,
- -11,1 % en EDMP,
- +2,7 % en magasins de proximité,
- -2,5 % en e-commerce.

L'offre de la GMS en produits bio a continué de baisser au cours des 8 premières semaines de 2025 avec -3,1 % par rapport à la même période de 2024.

La part de bio dans l'offre des GMS était de 6,6 % en valeur au cours de cette période.

### 4.3) Analyses des panelistes

#### Circana :

22 % des acheteurs souhaiteraient trouver plus de choix de produits bio en GMS.

Les magasins spécialisés ont récupéré des clients de la GMS.

Les MDD et les marques nationales spécialistes du bio ont gagné des parts de marché dans les ventes de produits bio en 2024, au détriment des marques nationales généralistes.

## **Kantar :**

L'écart de prix entre bio et conventionnel a à nouveau augmenté en GMS en 2024 pour quelques produits : huiles, beurre, viandes surgelées et hachées et légumes surgelés.

### **4.3) Autres informations sur les produits bio en GMS**

Après avoir réduit de 7,7 % son assortiment de produits bio au premier semestre 2024, Intermarché a annoncé qu'il ne procédera qu'à un élargissement à la marge de son offre en 2025.

## **5) Les produits bio en magasins spécialisés**

### **5.1) L'ensemble de la distribution spécialisée bio**

#### **a) En 2024**

D'après Bio Linéaires, les ventes des magasins bio (alimentaires et non-alimentaires) ont globalement progressé de 5,3 % en 2024 par rapport à 2023 (à périmètre non constant)<sup>1</sup>.

Fin décembre 2024, le parc de magasins bio comptait 2 697 points de vente, soit 129 de moins que fin décembre 2023 (i.e. -4,6 %).

En 2024, l'Ile-de-France restait la région avec le plus de magasins bio (479), mais c'est aussi celle qui a connu le plus de fermetures. Auvergne-Rhône-Alpes arrivait en deuxième place pour le nombre de magasins bio, mais dépassait l'Ile-de-France s'agissant de la surface de vente totale de ses magasins bio.

Sur les 2 697 points de vente bio fin 2024, seuls 23 % étaient complètement indépendants, les autres appartenaient à des chaînes ou des groupements.

En décembre 2024, la surface de vente totale de la distribution spécialisée était de 742 219 m<sup>2</sup>, soit 4 % de moins qu'en décembre 2023.

La surface moyenne des magasins spécialisés bio a été de 275 m<sup>2</sup>, ce qui est très proche du chiffre de 2022 et 2023 (274 m<sup>2</sup>).

Le rayon des fruits et légumes a été particulièrement dynamique en distribution spécialisée en 2024.

#### **b) Début 2025**

Selon Bio Linéaires, le chiffre d'affaires des magasins bio a progressé de 8,7 % en janvier 2025 par rapport à janvier 2024<sup>2</sup>.

### **5.2) Les réseaux et groupements de magasins spécialisés**

#### **Biocoop**

En 2024, Biocoop a représenté 43,7 % du chiffre d'affaires total de la distribution spécialisée.

---

<sup>1</sup> Et de +8 % à périmètre constant

<sup>2</sup> A périmètre non constant

Biocoop comptait 741 magasins bio fin 2024.

Au moins 10 ouvertures sont prévues en 2025.

### **Naturalia**

En 2024, Naturalia est restée la deuxième enseigne spécialisée bio, avec environ 9 % du chiffre d'affaires total de la distribution spécialisée.

En 2024, Naturalia a connu une croissance de 4,7 % de ses ventes par rapport à 2023. Cette hausse est notamment due au succès du concept "La Ferme".

La fréquentation des magasins Naturalia a augmenté de 5,8 % en 2024 par rapport à 2023.

Les détenteurs de la carte fidélité ont représenté 73 % des ventes de Naturalia en 2024.

Le réseau Naturalia comptait 222 points de vente fin 2024 (dont 26 % en location-gérance ou en franchisés). Naturalia prévoit d'ouvrir 20 nouveaux magasins sous le concept "La Ferme" en 2025.

### **La Vie Claire**

En 2024, La Vie Claire est arrivée en troisième position avec 8 % du chiffre d'affaires total de la distribution spécialisée.

En 2024, La Vie Claire a enregistré une croissance de 8 % de son chiffre d'affaires à périmètre constant. Ces performances sont attribuées à la hausse de la fréquentation, puis à celle du panier moyen.

Fin 2024, il existait 327 magasins La Vie Claire. Il s'agit de l'enseigne qui a fermé le plus de points de vente en 2024.

L'enseigne prévoit l'ouverture d'une dizaine de points de vente en 2025.

### **Accord Bio**

Cette enseigne est arrivée en quatrième position en 2024 avec 5 % du chiffre d'affaires total de la distribution spécialisée.

En 2024, son chiffre d'affaires a progressé de 10,8 % par rapport à 2023.

Ce groupement rassemblait 215 magasins bio fin 2024, soit 20 de plus qu'un an auparavant.

En 2025, Accord Bio va développer de nouveaux services pour ses adhérents.

### **Satoriz**

Satoriz arrivait juste derrière Accord Bio en 2024, avec 4,6 % du chiffre d'affaires total de la distribution spécialisée.

Le chiffre d'affaires de Satoriz a augmenté de 10,7 % en 2024 par rapport à 2023.

En 2025, l'enseigne prévoit de développer son service de Click & Collect.

## **Marcel et Fils**

En 2024, le chiffre d'affaires de cette enseigne a progressé de 3,7 %.

Elle comptait 61 magasins en fin d'année

## **Les Comptoirs de la Bio**

En janvier 2025, Les Comptoirs de la Bio comptait 69 magasins, contre 83 en janvier 2024.

## **L'Eau Vive**

Le chiffre d'affaires de cette enseigne a progressé de près de 8 % en 2024 par rapport à 2023.

## **Le Grand Panier Bio**

En 2024, le chiffre d'affaires du Grand Panier Bio a augmenté de 10 % par rapport à 2023.

## **Léopold**

Cette enseigne a connu une croissance de 10 % en 2024.

## **Chlorophylle**

Cette coopérative de 7 magasins bio a connu une hausse de 5,7 % de son chiffre d'affaires en 2024 par rapport à 2023. La fréquentation de ces magasins a augmenté.

## **6) Les produits bio en RHD**

### **6.1) Dans les territoires**

#### **Auvergne Rhône-Alpes :**

Dans le cadre de son PAT, l'Agglomération d'Aurillac a décidé de développer un réseau de 9 maraîchers bio pour alimenter la restauration scolaire.

#### **Bretagne :**

Début février 2025, le lycée de l'Iroise, à Brest, s'est vu remettre le label Etablissement bio engagé pour ses 23,75 % de bio dans sa restauration scolaire en 2024.

#### **Bourgogne-Franche-Comté :**

La ville de Besançon a reçu le label "2 carottes" d'Ecocert pour sa démarche "En Cuisine" avec 46% de produits bio dans sa cuisine municipale (plus de 5 000 repas quotidiens).

#### **Centre-Val de Loire :**

Bio Centre a remis le Label Bio Engagé à 9 lycées de la région.

### **Grand Est :**

La cuisine Centrale de Charleville-Mézières a acheté 21 % de bio en 2024.

### **Hauts de France :**

La restauration collective de Roubaix a servi 22 % de produits bio en 2024.

### **Ile-de-France :**

La caisse des écoles du 2<sup>e</sup> arrondissement de Paris utilise 62 % de produits bio.

### **Normandie :**

Le GIP Restauration Collective Centre Manche livre maintenant les deux hôpitaux et les écoles de Saint-Lô et de Coutance avec 20 % de produits bio.

### **Nouvelle-Aquitaine :**

Les restaurants administratifs de Pau se sont vu attribuer le label Etablissement bio engagé.

La commune de Coulon s'est vu décerner le label Territoires Bio Engagé pour sa part de 28 % de produits bio dans ses cantines.

La Dordogne compte 16 collèges (sur 35) dont la restauration est certifiée 100 % bio. Le département souhaite généraliser cette pratique à l'ensemble des collèges de Dordogne.

### **Occitanie :**

La commune de Pinsac, en Occitanie, prévoit d'appliquer, dès cette année, son Plan Alimentaire Durable en servant 100% de repas composés de produits bio ou locaux dans ses cantines.

Dans le Gers, l'EHPAD de Termes-d'Armagnac a pour projet de proposer 100 % de produits bio dans ses repas. L'établissement a déjà atteint les 85 % de bio.

### **Pays de Loire :**

Le collège René-Guy Cadou à Ancenis Saint-Géréon prépare et sert plus de 900 couverts avec plus de 40 % de bio.

### **Provence-Alpes-Côte D'Azur :**

La Cuisine Centrale de salon de Provence sert 30 % de bio dans les écoles, la cantine administrative, les centres de loisirs et les structures médico-sociales de la ville

## 6.2) Suivi coût matière

Chef.fes Partenaires de la campagne CuisinonsPlusBio illustrant les différents leviers pour introduire plus de bio, en maîtrisant son budget (Le coût matière représente entre 20 et 25 % du coût de revient d'un repas.).

Leviers mis en avant	Chef.fes Partenaires	Données 2024	Témoignages
<b>Réduire le gaspillage alimentaire</b>	Jean Philippe Moulinier La Cantine de Chadi (Lycée agri le Petit Chadignac) Charentes Maritimes (Nouvelle Aquitaine)	400 repas/j Coût matière 2,26€ HT pour 63% de Bio	En suivant le gaspillage alimentaire via mon outil « EVALIM » en faisant participer les élèves, je peux mettre du Bio Equitable tout en sensibilisant à l'empreinte carbone de mes menus
<b>Acheter majoritairement des produits bruts</b>	Vincent Tenes Collège Département du Gers Ecocert 3 carottes (Occitanie)	305 repas/j Coût matière de 2,34 HT pour (97% de BIO poisson compris)	En réduisant mes achats de produits ultra transformés à 1 par semaine, en sourçant localement mes produits et en respectant les saisons, je dépasse les objectifs EGALim sans difficulté
<b>Mettre en place des marchés à lot 100% bio</b>	Guillaume Roy CC de l'Interco de Bayeux Département du Calvados (Normandie)	1350 repas/j, Coût matière de 1,90HT pour 29% de bio	Grâce à un compromis entre un lot 100% BIO (viande porc, yaourts et légumes) et des petits lots spécifiques (pain, légumineuses et miel), je progresse tout doucement vers le 50% BIO
<b>Acheter du bio local provenant de circuit court et respectant la saisonnalité</b>	Pierre Yves Rommelaere Collège Joseph Anglade Département de l'Aude (Occitanie)	500 repas/j Coût matière 2,30€HT pour 80% de Bio	Sourcer des produits BIO localement en respectant les saisons (raisin, pain,...), me permet d'augmenter ma part de bio et de faire travailler des producteurs BIO locaux
<b>Moins et mieux de viande dans l'assiette</b>	Didier Thevenet SICOPAL Lons le Saunier Bourgogne Franche Comté AGORES	6000 repas/j coût matière 2,20€ HT pour 33% de bio	<i>Les bœufs dont je cuisine la viande sont élevés localement en BIO, nourris à l'herbe et sans ensilage. Pour maîtriser le coût de mes repas, préserver la ressource en eau et maîtriser mon empreinte carbone, je travaille mes recettes en mixant la protéine végétale et animale.</i>
<b>Végétaliser son assiette</b>	Ariane Delmas Les marmites Volante IDF	2000 repas/jour 1500 gouter/jour Coût matière : 2,10€ HT 60% de BIO	En cuisinant plus de recettes végétariennes à base de légumineuses, je maîtrise mon coût de matière et j'introduis plus de BIO dans mes plats.
<b>Valoriser le « Fait Maison »</b>	Jean Paul Terrusse (Provence Alpes Côtes d'Azur)	600 repas/j 2,46 € HT pour 80% de BIO	En privilégiant les produits bruts et la cuisine maison, j'ai augmenté ma part de BIO.

### Sources :

Agence BIO, Agence BIO/Circana, Agence BIO/ObSoCo, Basta Media, Bio Linéaires, Circana, Dauvers, Département du Gers, Elabe/Les Echos, FCD, France Bleue, FranceAgriMer/Kantar, Grand Besançon Métropole, INSEE, Kantar, La Dépêche, La Montagne, La Nouvelle-République, La République des Pyrénées, Les Echos, Le Télégramme, Ma Cantine, Odoxa, Plan Bio, Région Centre-Val de Loire et Réussir – janvier/mars 2025



## 1) Monde

### Biofach

L'édition 2025 de Biofach a accueilli 2 300 exposants et près de 35 000 visiteurs.

### Production

D'après FIBL/IFOAM, les surfaces mondiales cultivées en bio s'élevaient à 98,9 millions d'hectares en 2023, soit une hausse de 2,6 % (+2,5 millions ha) par rapport à 2022.

L'Amérique latine a connu la plus forte augmentation de surface avec 1 million ha supplémentaires par rapport à 2022 (+10,8 %).

L'Océanie<sup>1</sup> restait à la première place pour les surfaces cultivées en bio en 2023, avec plus de la moitié de la surface mondiale, devant l'Europe et l'Amérique Latine.

4,3 millions de producteurs bio ont été recensés, dont 2,36 millions en Inde.

## 2) Union européenne

### Ensemble de l'UE

### Politique de développement

IFOAM Organics Europe a publié ses recommandations pour la prochaine Vision de la Commission européenne pour l'agriculture et l'alimentation. Elles visent à aligner les politiques de l'UE sur les conclusions du dialogue stratégique, afin d'accélérer les progrès vers un système agroalimentaire européen durable, résilient et compétitif. IFOAM Organics Europe plaide en faveur :

- d'un objectif pour les produits bio dans le cadre d'une révision de la directive sur les marchés publics durables,
- d'un soutien financier continu aux campagnes bio dans le cadre de la politique de promotion de l'UE,
- d'une révision du règlement de l'Organisation commune des marchés, afin de garantir que les producteurs bio soient éligibles aux mécanismes de régulation du marché en cas de crise du marché biologique.

Fin janvier, IFOAM Organics Europe a lancé la campagne #StopHarm afin de sensibiliser aux impacts sociaux, économiques et environnementaux des pesticides synthétiques et de redéfinir la priorité de la réduction des pesticides comme objectif central de la vision future de l'UE pour l'agriculture et l'alimentation.

### Production

D'après FIBL/IFOAM, 10,9 % de la SAU de l'Union européenne étaient cultivés en bio en 2023. Les surfaces cultivées en bio ont progressé de 3,6 % pour atteindre 17,7 millions d'hectares.

Le nombre de producteurs bio a progressé de 1,8 % en 2023, approchant les 435 000.

---

<sup>1</sup> Surfaces cultivées en bio principalement localisées en Australie

## Allemagne

### Politique de développement

L'association Bioland Bildungswerk Bayern e.V. a été créée. Ses objectifs sont de créer de nouveaux réseaux (des éducateurs et enseignants aux familles et écoles) et de diffuser les connaissances sur l'agriculture biologique et le développement durable dans la société. Elle dispose d'une plateforme et de 4 centres pédagogiques.

Le 10 décembre dernier, le BÖLW<sup>1</sup> a publié des revendications en vue des élections fédérales du 23 février. Le BÖLW souhaite notamment une refonte de la PAC pour une rémunération des seuls services écosystémiques (avec 3 niveaux de rémunération), le renforcement de la part de bio en restauration collective, un plus grand soutien à la recherche en agriculture biologique et une réduction des doubles charges bureaucratiques pour les producteurs bio.

Le secteur bio allemand est convaincu que la Bavière échouera dans son objectif d'atteindre 30 % de sa SAU en bio d'ici 2030, car elle n'est qu'à 13,6 %<sup>2</sup> actuellement (seulement +0,2 point en 2024 vs 2023).

### Production

En 2024, les surfaces cultivées en bio ont progressé de 0,4 %, atteignant 1 896 431 ha, soit 11,4 % de la SAU allemande.

En 2024, l'Allemagne comptait 36 134 fermes en bio (-1,1 % vs 2023), soit 14,2 % des fermes allemandes.

Le président de l'association allemande d'agriculture biologique Bioland, Jan Plagge, a averti qu'il pourrait y avoir une pénurie de matières premières bio en 2025, en particulier pour les produits laitiers et la viande. Selon lui, trop peu d'agriculteurs se tournent vers l'agriculture biologique en raison de l'incertitude causée par un manque ou une direction politique contradictoire.

### Marché

En 2024, le marché bio allemand a progressé de 5,7 % par rapport à 2022, atteignant 16,99 milliards € (hors RHD). Tandis que la hausse de 2023 était due à l'inflation, celle de 2024 est liée à une progression des volumes vendus<sup>3</sup>.

La GMS restait le principal circuit de commercialisation des produits bio avec une part de près de 69 %, devant la distribution spécialisée (19 %) et les autres circuits<sup>4</sup> (12 %).

En GMS, la progression la plus forte des ventes bio en valeur a eu lieu pour les drogueries avec +19,6 %, devant le hard discount avec +7,4 % et les autres magasins avec un assortiment plus large avec +4,7 %. Aldi Süd est devenu le premier distributeur de produits bio en Allemagne. Il dispose d'une gamme de plus de 600 références bio.

Les ventes en distribution spécialisée ont progressé de 3,5 % (avec une dynamique plus forte dans les petits magasins que dans les grands). En 2024, le chiffre d'affaires du réseau bio Alnatura a progressé de près de 4 % par rapport à 2023. Il poursuit les ouvertures de points de vente.

En revanche, les ventes bio dans les autres circuits ont reculé de 2,5 % en 2024.

---

<sup>1</sup> Organisation faitière bio allemande

<sup>2</sup> 420 000 ha

<sup>3</sup> Ils ont même augmenté davantage que les ventes en valeur.

<sup>4</sup> Magasins de producteurs, marchés, artisans, magasins de produits naturels et magasins en ligne.

Selon l'indice des prix à la consommation AMI, les prix à la consommation des aliments frais bio se sont stabilisés en 2024.

## **Emploi**

Selon BÖLW, le secteur bio fournit environ 380 000 emplois. Lors du précédent recensement de 2009, le secteur ne comptait que 180 000 emplois.

### **Irlande**

#### **Production**

En janvier 2025, 5 700 producteurs participaient au programme d'agriculture biologique et touchaient des subventions, ce nombre a triplé en 3 ans. 50 % de ces producteurs sont des éleveurs de bovins et 40 % des éleveurs de moutons.

L'Irlande a dépassé les 5 % de sa SAU cultivés en bio.

### **Italie**

#### **Politique de développement**

En Frioul-Vénétie Julienne, 4 nouveaux appels d'offres régionaux pour la production biologique et les zones de montagne ont été annoncés pour 2025, avec un budget total de 6,7 millions €.

La commission agricole du Conseil régional toscan a approuvé à l'unanimité un plan de financement visant à promouvoir l'utilisation de produits bio, typiques et traditionnels dans les cantines publiques. La disposition attribue 600 000 € aux municipalités, aux autorités sanitaires et aux entreprises, garantissant qu'au moins 20 % de l'alimentation est biologique, ou 25 % pour ceux qui ont déjà commencé ces pratiques.

Dans le Piémont, le biodistrict de Monregalese-Cebano a reçu 3,4 millions € pour la transition écologique et le développement durable du territoire.

La Région Ligurie a lancé un appel d'offres quinquennal de 9 millions € pour soutenir les agriculteurs impliqués dans le maintien de l'agriculture biologique. L'appel est accessible aux agriculteurs dont les entreprises sont déjà certifiées bio ou en phase finale de conversion au 1<sup>er</sup> janvier 2025.

#### **Marché**

93 % des Italiens âgés de 18 à 65 ans (soit 24 millions de familles) ont acheté au moins un aliment biologique en 2024.

En 2024, le marché bio italien a progressé de 5,7%, atteignant 6,526 milliards €. Il y a également eu une croissance des volumes vendus.

La GMS a représenté 51 % du marché bio en 2024. Ses ventes bio ont progressé de 5,3 % par rapport à 2023.

La RHD arrivait à la deuxième place en 2024 avec 20 % du marché bio italien. Ce circuit a connu une croissance de 5,0 % en 2024. Pour 68 % des Italiens, les produits bio sont incontournables au restaurant.

Les ventes en magasins spécialisés ont augmenté de 9 %, dépassant le milliard € (plus de 15 % du marché bio italien).

## Exportations

Les exportations bio italiennes ont augmenté de 7,0 % en 2024 par rapport à 2023, atteignant 3,897 milliards €.

L'enquête Nomisma montre que les principales destinations des produits bio italiens sont l'Allemagne, la France, la Scandinavie, le Benelux et les Etats-Unis.

### Pays-Bas

Une enquête IPSOS a été réalisée en 2025 auprès des Néerlandais. Il en ressort notamment que :

- 66 % des Néerlandais achètent régulièrement des produits biologique (stable au cours des 3 dernières années), 25 % occasionnellement et 10 % jamais,
- 62 % des consommateurs connaissent le logo bio européen (+9 points vs 2024),
- 66 % des Néerlandais ont confiance dans le label bio (+19 points vs 2024),
- le prix reste, de loin, le principal obstacle au choix du bio,
- 78 % des consommateurs achèteraient des produits bio plus souvent s'ils étaient moins chers,
- même si le prix et le goût influencent le plus le choix du bio, 78 % des consommateurs trouvent important qu'un produit soit fabriqué dans le respect des animaux,
- 82 % des consommateurs qui achètent régulièrement des produits bio trouvent important que les aliments soient bons pour leur santé.

### Suède

En 2024, les ventes de produits bio ont reculé de 2,9 % en GMS par rapport à 2023 tandis que les ventes globales de produits alimentaires (bio et non bio) ont progressé de 3,9 %.

Au cours du quatrième trimestre 2024, les ventes de produits bio ont globalement reculé de 5,4 % en valeur par rapport au quatrième trimestre 2023, tandis que les ventes globales de produits alimentaires (bio et non bio) ont progressé de 4,4 %.

Les catégories de produits bio qui ont le plus reculé ont été les œufs<sup>1</sup> (-22,4 %) et les fruits et légumes (-9,1 %)

Les ventes de produits laitiers bio ont stagné.

Les ventes de viandes bio ont augmenté de 3,5 % au 4<sup>e</sup> trimestre 2024.

## 3) Autres pays d'Europe

### Royaume-Uni

#### Politique de développement

Le Plan d'action biologique écossais devrait être lancé en 2025.

Les agriculteurs biologiques écossais seront automatiquement éligibles aux paiements de soutien du gouvernement.

---

<sup>1</sup> par rapport aux niveau légèrement anormalement élevé un an plus tôt, lors d'une pénurie d'œufs conventionnels

## Marché

D'après la Soil Association, 67 % des consommateurs achètent intentionnellement des produits bio.

Le marché bio britannique a progressé de 7,3 %<sup>1</sup> en 2024, atteignant 3,7 milliards £ (soit 4,46 milliards €). Il s'agit de la treizième année consécutive de croissance du marché bio britannique.

Les ventes de produits bio ont augmenté dans tous les circuits avec +8 % en GMS, +3 % pour la livraison à domicile, +9 % chez les indépendants et +6,5 % en RHD.

La GMS restait le principal circuit de vente de produits bio avec 65,8 % du marché bio, devant les livraisons à domicile (14,6 %), les indépendants (14 %) et la RHD (5,6 %).

Les produits laitiers, les fruits et les légumes ont représenté 49 % des ventes de produits bio en GMS en 2024.

## Suisse

### Production

Au cours des 11 premiers mois de 2024, la collecte suisse de lait bio est restée quasiment stable (+0,4 %) par rapport à la même période de 2023, approchant 252 000 tonnes. Elle était, en revanche, inférieure de 2,8 % à la même période de 2022.

Le secteur bio suisse manque de céréales bio cette année (environ 8 000 tonnes manquantes), suite à de mauvaises récoltes. Les meuniers bénéficient d'une dérogation pour incorporer jusqu'à 20 % de blé bio importé, tout en conservant le droit de commercialiser la farine sous le label Bourgeon<sup>2</sup>.

## Ukraine

Le FIBL a enquêté sur la situation actuelle du secteur bio ukrainien, il en ressort notamment que la main-d'œuvre est le principal problème rencontré par les opérateurs bio, devant l'approvisionnement en énergie et son prix.

Les produits bio n'intéressent plus les consommateurs ukrainiens. En outre, il n'y a quasiment plus de différence de prix entre les produits bio et conventionnels.

## 4) Amérique du Nord

### Etats-Unis

#### Politique de développement

Le ministère américain de l'Agriculture (USDA) a annoncé une deuxième série de paiements pour les producteurs laitiers bio dans le cadre du Programme d'aide à la commercialisation des produits laitiers biologiques (ODMAP) 2024. Le budget s'élève à 8,7 millions \$. L'Agence des services agricoles (FSA) avait déjà versé 23 millions \$ lors de la première série de paiements aux producteurs éligibles, ce qui porte le total des paiements ODMAP 2024 à plus de 31 millions \$ (soit près de 29 millions €).

---

<sup>1</sup> Croissance supérieure à celle des produits non bio

<sup>2</sup> Le label bio suisse

## Marché

D'après l'Organic Trade Association, le marché bio américain (non alimentaire compris) a progressé de 5,2 % en valeur, pour atteindre 71,5 milliards \$ (68,8 milliards €) en 2024. Il pourrait atteindre 100 milliards \$ d'ici 2035.

L'enquête sur les consommateurs<sup>1</sup>, publiée par Organic Trade Association/Euromonitor International en février 2025, révèle que les bienfaits du bio pour la santé et la nutrition trouvent un écho profond auprès des Millennials et de la génération Z, ce qui en fait les générations les plus acheteuses de produits bio. Les avantages du bio pour la santé personnelle dépassent ses avantages pour la santé environnementale dans les décisions d'achat, en particulier auprès des jeunes consommateurs, et les prix parfois plus élevés des produits bio ne constituent pas un obstacle pour les personnes soucieuses de leur santé.

Cette enquête a révélé que les allégations alimentaires telles que bio, végétalien et sans allergène sont presque 40 % plus importantes pour les Millennials et la génération Z que pour les générations plus âgées.

## 5) Amérique Latine

### Chili

#### Exportations

Au cours de la saison 2024/2025, le Chili a augmenté ses exportations de myrtilles bio de 7 % par rapport à la saison précédente, approchant 11 800 tonnes, soit 12 % des exportations nationales de ce fruit. L'Europe restait la principale destination pour les myrtilles bio chiliennes.

### Pérou

#### Production

La production de bananes bio dans la région du Piura<sup>2</sup> a diminué en raison conditions climatiques extrêmes. L'une des plus grandes préoccupations est la propagation du Fusarium tropical Race 4.

## 6) Asie

### Inde

#### Politique de développement

Une révision du Programme national de production biologique (NPOP) a été annoncée pour courant 2025.

Un produit ne pourra être exporté en tant que "produit biologique" que s'il est accompagné d'un certificat de transaction délivré par un organisme certificateur accrédité par l'organisme national d'accréditation.

Le gouvernement du Sikkim a lancé un projet pour développer la pêche et l'aquaculture biologiques.

---

<sup>1</sup> Plus de 2 500 consommateurs interrogés en octobre 2024.

<sup>2</sup> Principale région de production de bananes bio au Pérou

## **Exportations**

Le gouvernement indien souhaite doubler les exportations bio au cours de la campagne 2025/2026 par rapport à la précédente, afin d'atteindre le milliard \$ (957 millions €). L'objectif à plus long terme est d'atteindre 2 milliards \$ d'ici 2030.

### **Indonésie**

#### **Production**

La production de sucre de coco bio se développe en Indonésie.

### **Kirghizistan**

#### **Politique de développement**

Le ministère des Ressources en eau, de l'Agriculture et de l'Industrie de transformation de la République kirghize a élaboré le programme de développement de la production biologique pour 2025-2029 et l'a ouvert au débat public.

Actuellement, les terres agricoles certifiées biologiques au Kirghizistan couvrent 63 000 hectares, soit 5,25 % de la SAU. Les objectifs clés à horizon 2029 sont d'atteindre 25 % de la SAU en bio et que 25 % des produits bio soient exportés.

Le programme comprend un projet pilote visant à convertir les régions d'Issyk-Kul et de Naryn à une agriculture 100 % biologique, ainsi qu'une campagne de sensibilisation du public pour mettre en avant les avantages de la production biologique. Il met également l'accent sur le développement des infrastructures de transformation et de logistique, la création de laboratoires de certification pour garantir la conformité et la promotion de la recherche et de l'innovation dans l'agriculture biologique.

### **Ouzbékistan**

#### **Politique de développement**

Fin novembre, le Président a fixé l'objectif d'augmenter la surface de culture des produits biologiques pour atteindre 100 000 ha d'ici 3 ans.

### **Vietnam**

#### **Politique de développement**

L'agriculture bio a été intégrée au plan d'actions national du Vietnam<sup>1</sup> pour transformer son système alimentaire en un modèle plus durable et plus transparent d'ici 2030.

## **7) Afrique**

### **Algérie**

#### **Exportations**

En décembre 2024, l'Algérie a commencé à exporter des dattes bio vers l'Union européenne.

---

<sup>1</sup> Le Vietnam est néanmoins toujours le 6<sup>e</sup> plus grand consommateur mondial de pesticides.

## Ethiopie

### Exportations

L’Ethiopie cible le marché du Moyen-Orient pour exporter ses bananes bio. Elle souhaite également développer ses exportations vers le Soudan, la Somalie et Djibouti.

## Tunisie

### Exportations

En 2024, la Tunisie a exporté près de 50 800 tonnes de produits bio (-23 % vs 2023), pour une valeur totale de 1,224 milliards de dinars, soit 369 millions € (+7 %). L’Italie a représenté 44 % des quantités exportées, devant l’Espagne (22 %) et la France (11 %). L’huile d’olive et les dattes sont restées les principaux produits bio exportés en 2024.

## 8) Océanie

### Australie

### Réglementation

La réflexion sur un projet de loi sur des normes bio nationales pour le marché domestique est en cours. Un rapport du Sénat paru en février 2025 reconnaît les avantages que la réglementation nationale pourrait apporter.

#### Sources :

Agriland, AMI, Australian Organic, Bio Actualités, Bio Eco Actual, Bio Journaal, Bio Linéaires, CNIEL, DD News, E Dairy News, Economic India Times, Ekologiska Lantbrukarna, Ekozept, Farming UK, FIBL, FIBL/IFOAM, Fresh Plaza, Frucht Portal, Green Planet, IFOAM Organics Europe, LSA, Missions économiques de Berlin et de Hanoï, Natural News Desk, Nomisma, Ökolandbau, ONAGRI, Organic Trade Association, River Reporter, SANA, Soil Association, Swiss Milk, The Guardian, The Hindu Business Line, USDA et Vietnam Plus – janvier/mars 2025

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