

4

LA BIO EN FRANCE

DE LA PRODUCTION A
LA CONSOMMATION



Edition 2014





L'agriculture biologique, ses acteurs, ses produits, ses territoires Carnet n°4



Ce rapport constitue le carnet n°4 de l'édition 2014 de l'ouvrage annuel de l'Agence Bio : **L'agriculture biologique ses acteurs, ses produits, ses territoires (Chiffres Clés)**.

L'ensemble des publications correspondantes peut être retrouvé sur <http://www.agencebio.org>.

Ce rapport présente successivement la situation des exploitations agricoles bio, les surfaces et les cheptels concernés, la transformation, la distribution, l'importation et la consommation de produits biologiques, y compris en restauration collective en France.

Un travail important a été réalisé pour approfondir :

- les données concernant les échanges en distinguant les importations et exportations concernant les Pays tiers des introductions et expéditions se rapportant aux échanges intra-communautaires. A cet égard la coopération avec les services des Douanes est essentielle.
- les analyses de marché, en mettant davantage l'accent sur les volumes et la distinction entre fruits et légumes bio notamment.

Le travail se poursuit avec les familles professionnelles concernées pour aboutir à des schémas de filière, qui sont progressivement introduits dans ce rapport.

Une partie de cette publication a été réalisée grâce au projet européen de recherche 'Data network for better European organic market information' (**OrganicDataNetwork**). Ce projet a reçu des fonds de la part du septième programme cadre pour la recherche et le développement technologique de l'Union européenne (Autorisation N° 289376). Les opinions exprimées dans cette publication ne reflètent que le point de vue des auteurs et non celui de la commission européenne.

La méthodologie employée est détaillée dans le carnet n°8 « Sources et méthodologie ».

ORGANICDATA
NETWORK



Co-funded by
the European Union



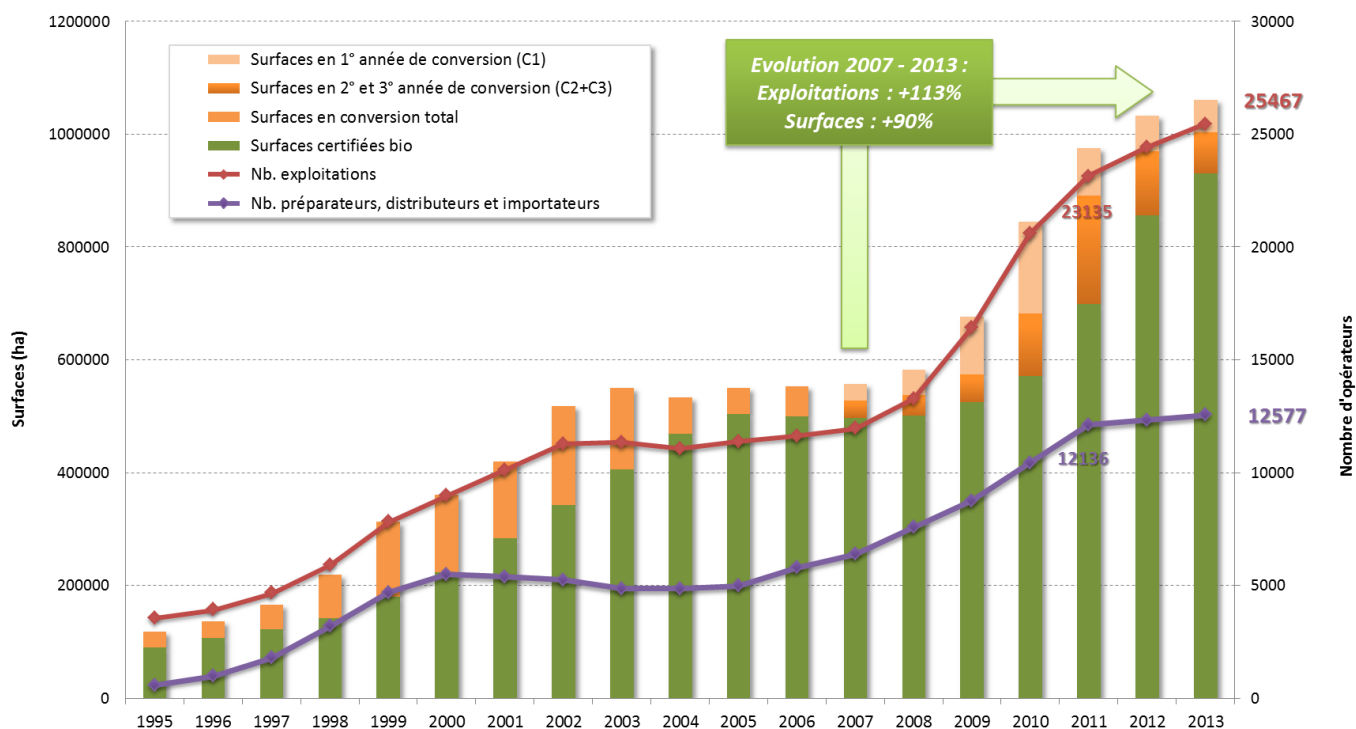
L'agriculture bio en France

Fin 2013, la France comptait 25 467 exploitations agricoles engagées en bio, soit 5,4% des exploitations françaises (contre 4,7% en 2012) et plus de 7% de l'emploi agricole.

1 060 756 ha étaient conduits en agriculture biologique : 930 868 ha certifiés biologiques (+9%/2012) et 129 888 ha en conversion (soit 12% du total) dont plus de 60 000 ha en dernière année de conversion.

Ces surfaces représentaient, fin 2013, **3,93%** de la surface agricole utile nationale (SAU), contre 3,8% en 2012 et 2% en 2007.

Evolution depuis 1995 du nombre de producteurs et autres opérateurs bio ainsi que des surfaces en mode de production biologique



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Evol. /2012	Evol. /2007	
Nbre d'exploitations en mode de production biologique	11 293	11 359	11 070	11 401	11 640	11 978	13 299	16 446	20 603	23 135	24 425	25 467	4%	x 2,1	
Nbre de préparateurs, distributeurs et importateurs engagés	5 252	4 860	4 874	4 995	5 802	6 402	7 582	8 757	10 458	12 136	12 340	12 577	2%	x 2	
Surfaces en mode de production biologique (ha)	517 965	550 990	534 086	550 539	552 872	557 133	583 316	676 394	845 440	975 111	1 032 941	1 060 756	3%	x 1,9	
dont surfaces certifiées bio	342 406	406 338	468 516	504 565	499 624	497 314	501 755	524 526	571 814	699 271	855 644	930 868	9%	x 1,9	
dont surfaces en conversion	175 559	144 652	65 570	45 974	53 248	59 819	81 560	151 868	273 626	275 841	177 297	129 888	-27%	x 2,2	
Surfaces C1							28 826	45 472	102 709	162 665	84 262	62 426	56 809	-9%	x 2
Surfaces C2 / C3							30 994	36 088	49 159	110 961	191 579	114 872	73 079	-36%	x 2,4
Part des surfaces en mode de production bio dans la SAU	1,87%	2,00%	1,94%	2,01%	2,02%	2,03%	2,14%	2,49%	3,12%	3,61%	3,82%	3,93%	3%	x 1,9	
Part des exploitations bio dans l'ensemble des exploitations agricoles en France	1,71%	1,77%	1,78%	1,89%	1,98%	2,11%	2,41%	3,07%	3,96%	4,58%	4,98%	5,34%	7%	x 2,5	

Source : Agence BIO/OC



■ De nouvelles exploitations depuis 2008

En 2009-2010, les engagements de nouveaux producteurs bio ont été particulièrement élevés. Ils se sont traduits par 7306 fermes bio supplémentaires en deux ans alors qu'entre 2011 et 2013 l'augmentation a été de 4863, soit un niveau moyen supérieur à celui de l'année 2008 (+1320 exploitation). En 2014, au vu du rythme d'engagement et d'arrêts sur les 8 premiers mois de l'année, le nombre de fermes bio supplémentaires devrait être similaire à 2013.

Au vu des activités principales déclarées par les producteurs au cours des 8 premiers mois de l'année, cette progression est notamment visible en grandes cultures (233 nouvelles exploitations contre 170 en 2013 sur la même période), en élevage bovin allaitant (125 nouvelles exploitations contre 102 en 2013) et en élevage de volailles (67 nouvelles exploitations contre 45 en 2013).

Année	Producteurs	Evolution annuelle	Surface engagée (ha)
1995	3602		117955
1996	3 977	+ 375	137 106
1997	4 680	+ 703	165 489
1998	5 914	+ 1234	218 828
1999	7 834	+ 1920	315 804
2000	8 985	+ 1151	361 042
2001	10 364	+ 1379	419 750
2002	11 288	+ 924	517 965
2003	11 359	+ 71	550 990
2004	11 059	- 300	534 037
2005	11 402	+ 343	550 488
2006	11 640	+ 238	552 824
2007	11 978	+ 338	557 133
2008	13 298	+ 1320	583 299
2009	16 446	+ 3148	676 394
2010	20 604	+ 4158	845 440
2011	23 135	+ 2531	975 141
2012	24 425	+ 1290	1 032 941
2013	25 467	+ 1042	1 060 756
au 1er semestre 2014	26 211	+ 744	1 100 000

Source : Agence BIO/OC

■ Des arrêts relativement stables

Près de 1100 exploitations ont cessé de certifier leur activité auprès de leur OC en 2013. Ces arrêts représentent depuis 2010 entre 3% et 4% des exploitations engagées.

Les motifs d'abandons peuvent être classés selon trois grandes catégories :

- **40 % cessation d'activité agricole** : un arrêt total de l'activité de l'exploitation (vente-cession, liquidation, retraite etc...),
- **46 % arrêt de l'activité bio « décertification »**, pour des raisons diverses, telles que le manque de débouchés, des difficultés techniques, le non acquittement de la facture à l'OC, ou encore le retrait d'agrément par l'OC.
- **9 % changement de statut « fausses sorties »**, de raison social ou d'OC (regroupement en Gaec, rachat...) Il ne s'agit pas de véritable sortie de la bio, la ferme continuant son activité certifiée bio.
- Dans 5% des cas le motif d'arrêt n'est pas fourni « **NC** »

■ 35 % des exploitations en conversion, en tout ou partie, fin 2013

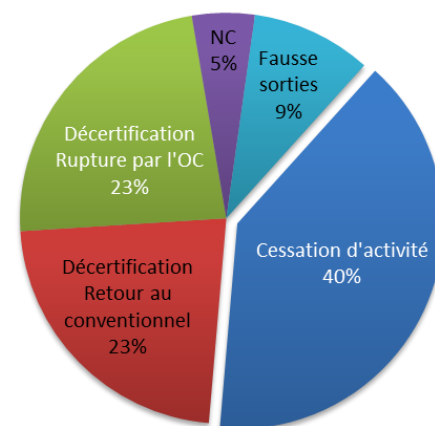
Fin 2007, un tiers des exploitations engagées était en conversion, partiellement ou totalement. Reflet du très fort mouvement de conversions au cours de ces dernières années, elles représentaient 51% lors du pic de conversion de 2010, et 35% en 2013.

■ 12 % des surfaces en conversion fin 2013

Parmi les 1 060 756 ha cultivés suivant le mode de production biologique en 2013 :

- 12% étaient en conversion (C1, C2, C3),
- 88% certifiés bio en progression de 9% par rapport à 2012.

Répartition des motifs d'abandons en 2013



Source : Agence BIO/OC

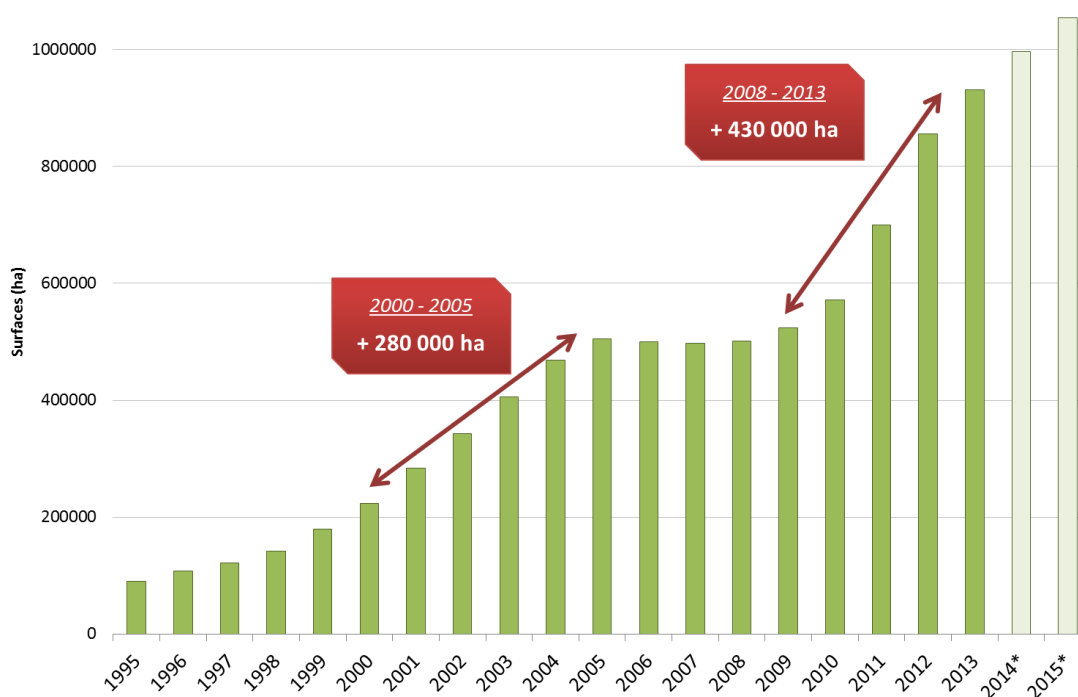


■ Quelques repères sur les perspectives de développement

Dans le cadre du recensement agricole réalisé en 2010 dont les résultats ont été arrêtés au 1er septembre 2010, 18 500 agriculteurs conventionnels avaient déclaré envisager la conversion de leur ferme au cours des cinq années suivant le recensement. Compte tenu des décisions d'engagement en bio prises depuis le 1er septembre 2010 jusqu'à la mi-2014, et à état d'esprit constant, environ 9 000 agriculteurs auraient l'intention de convertir leur ferme à la bio d'ici le 1er septembre 2015.

L'augmentation des surfaces certifiées bio (portant une production mise sur le marché avec le label bio) devrait être de l'ordre de 3% en 2014.

Evolution des surfaces agricoles françaises certifiées bio de 1995 à 2015



Source : Agence BIO/OC

Surfaces « bio » ou « en conversion »

Les surfaces conduites en respectant le cahier des charges de l'agriculture biologique, qualifiées de surfaces « en mode de production biologique », ou surfaces « bio », regroupent :

- **les surfaces dites « certifiées bio »** qui rassemblent les parcelles dont la période de conversion est terminée. Les productions issues de ces parcelles peuvent donc être commercialisées avec la mention « agriculture biologique ».

- **les surfaces « en conversion »** : la durée de conversion vont de deux ans pour les cultures annuelles, à trois ans pour les cultures pérennes. Elles comprennent les surfaces en 1^{re}, 2^e et 3^e année de conversion (C1, C2, C3).

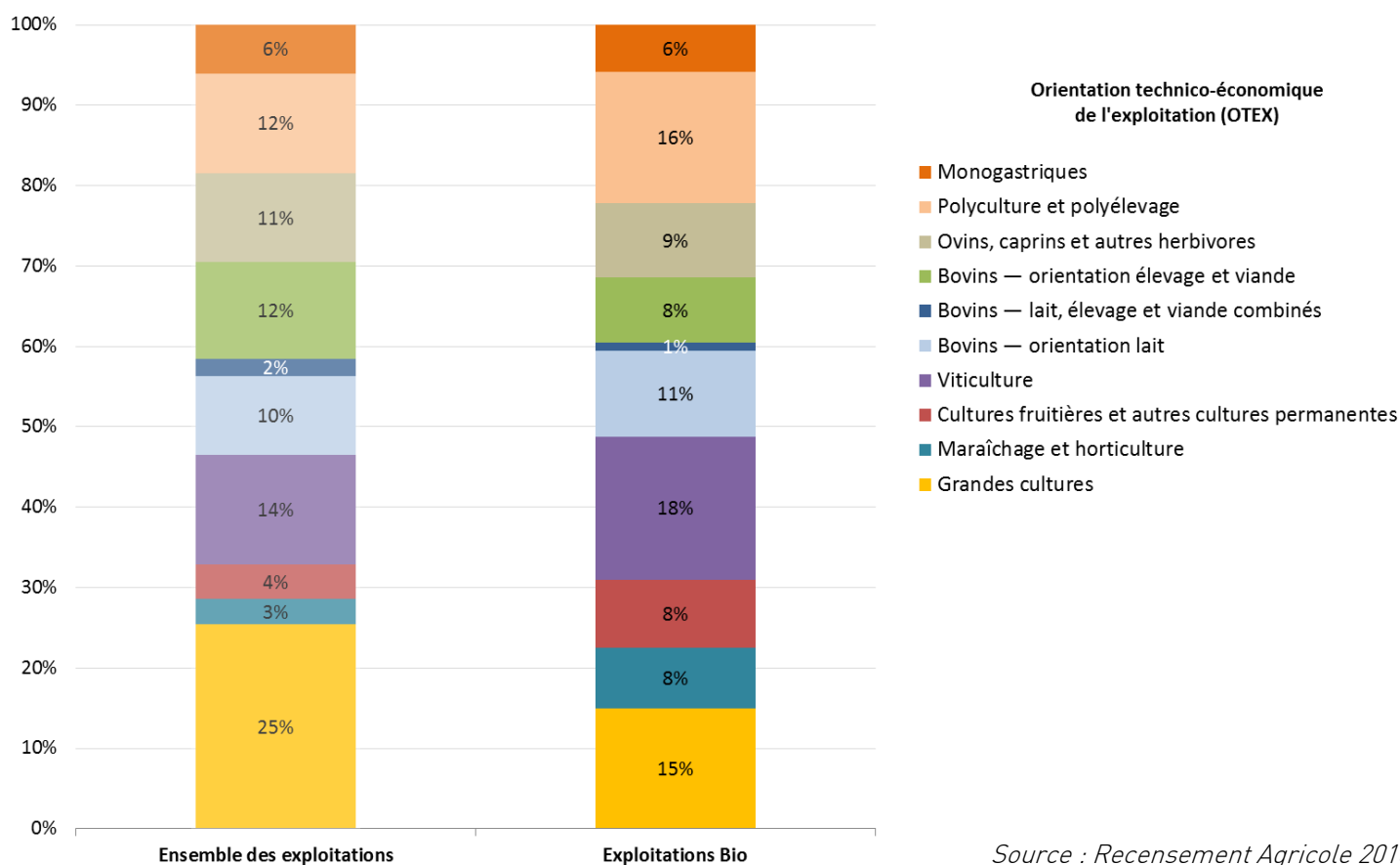


■ Des exploitations diversifiées

En 2013 parmi les 25 467 fermes engagées en bio :

- 63% avaient des surfaces toujours en herbe et/ou des cultures fourragères,
- 37% cultivaient des céréales, oléo-protéagineux ou légumes secs dont environ 30% à titre principal représentant la moitié des surfaces,
- 40% produisaient des fruits et/ou des légumes frais, dont près des deux tiers à titre principal,
- 19% avaient des vignes, dont 85% à titre principal,
- 7% produisaient des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM) dont 35% à titre principal,
- 36% pratiquaient l'élevage :
 - 22% avaient un troupeau de bovins lait ou allaitant (soit 60% des élevages bio),
 - 9% avaient un élevage de monogastriques (porcs ou volailles),
 - 6% avaient un élevage ovin (lait ou viande) et 3% un élevage caprin.

Répartition des fermes bio en fonction de leur orientation technico-économique en 2010



La part des exploitations principalement orientées vers la polyculture ou le polyélevage est plus forte qu'en conventionnel. Le secteur des fruits et légumes est également davantage présent (16% des fermes en bio alors que leur part est de 7% toutes fermes confondues). En revanche, le secteur des grandes cultures est sous-représenté en bio.

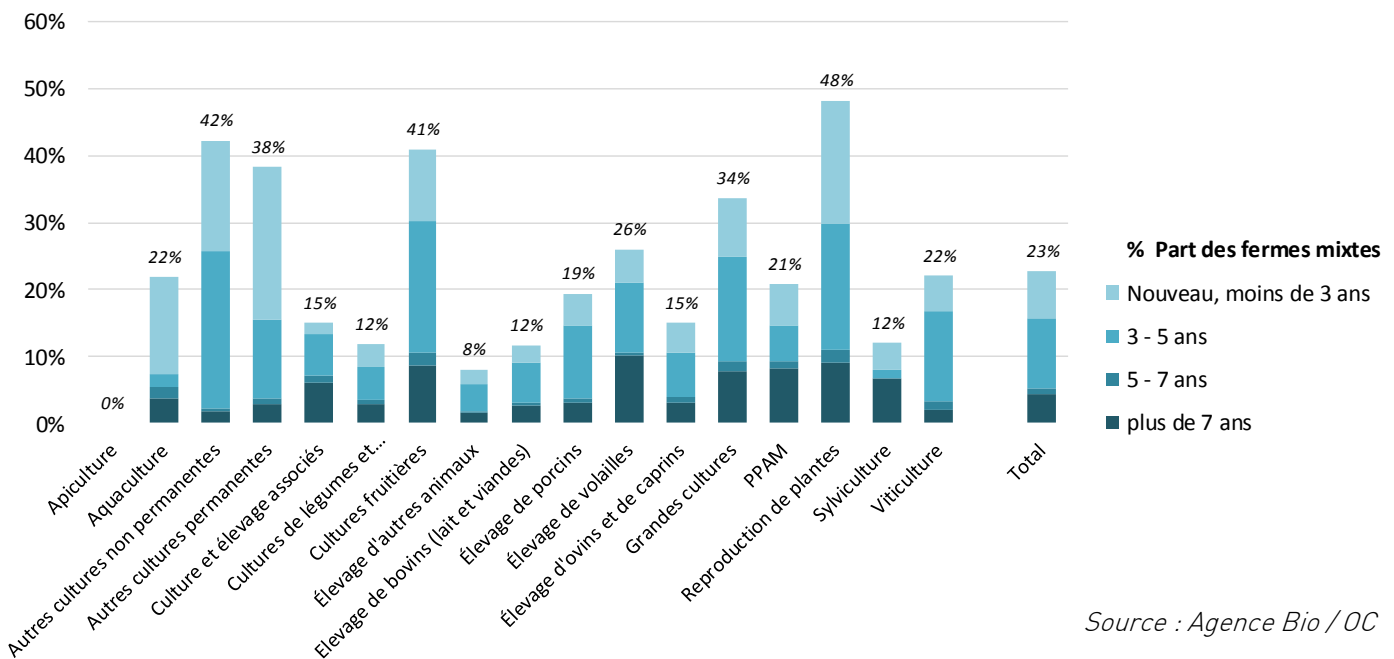


■ 3 exploitations bio sur 4 étaient entièrement engagées en bio fin 2013

L'analyse de la mixité des activités bio et non bio, chez les producteurs engagés, met en évidence que :

- 23% des exploitations engagées fin 2013 sont dites « mixtes » avec également des productions animales ou végétales conventionnelles ;
- **la conversion des exploitations est progressive** : près de la moitié (44%) des surfaces en première année de conversion était détenue par des exploitations déjà engagées en 2012 ;
- la mixité parmi des nouvelles exploitations tend à décroître (22% en 2013 contre 33% en 2010) ;
- l'importance de la mixité pour certains systèmes de production : selon l'activité principale de l'exploitation, la mixité est plus ou moins importante : plus de 90% des élevages de bovins lait sont totalement conduits en bio, alors que 41% des exploitations avec une activité dominante de productions fruitières étaient mixtes en 2013.

Répartition des exploitations mixtes en fonction de leur activité principale et de l'ancienneté de leur engagement en agriculture biologique.



Source : Agence Bio / OC

La mixité des exploitations bio encadrée par la réglementation

L'article 11 du règlement 834/2007 précise : « une exploitation peut être scindée en unités clairement distinctes ou en sites de production aquacole, qui ne sont pas tous gérés selon le mode de production biologique. Pour les animaux, il doit s'agir d'espèces distinctes. Pour l'aquaculture, les mêmes espèces peuvent être concernées, pour autant qu'il y ait une séparation adéquate entre les sites de production. Pour les végétaux, il doit s'agir de variétés différentes pouvant facilement être distinguées.

Lorsque, en application du paragraphe 2, les unités d'une exploitation ne sont pas toutes affectées à la production biologique, l'opérateur sépare les terres, les animaux et les produits qui sont utilisés pour les unités biologiques ou qui sont produits par ces unités de ceux qui sont utilisés pour les unités non biologiques ou qui sont produits par ces unités, et il tient un registre ad hoc permettant d'attester cette séparation. »

Lors du processus de certification : les clients mixtes sont identifiés lors de leur engagement car la mixité entraîne un renforcement éventuel des mesures de contrôles (audit supplémentaire, analyses, contrôle des flux).



■ Près de 60% des fermes engagées en agriculture biologique ont le statut d'exploitation agricole individuelle

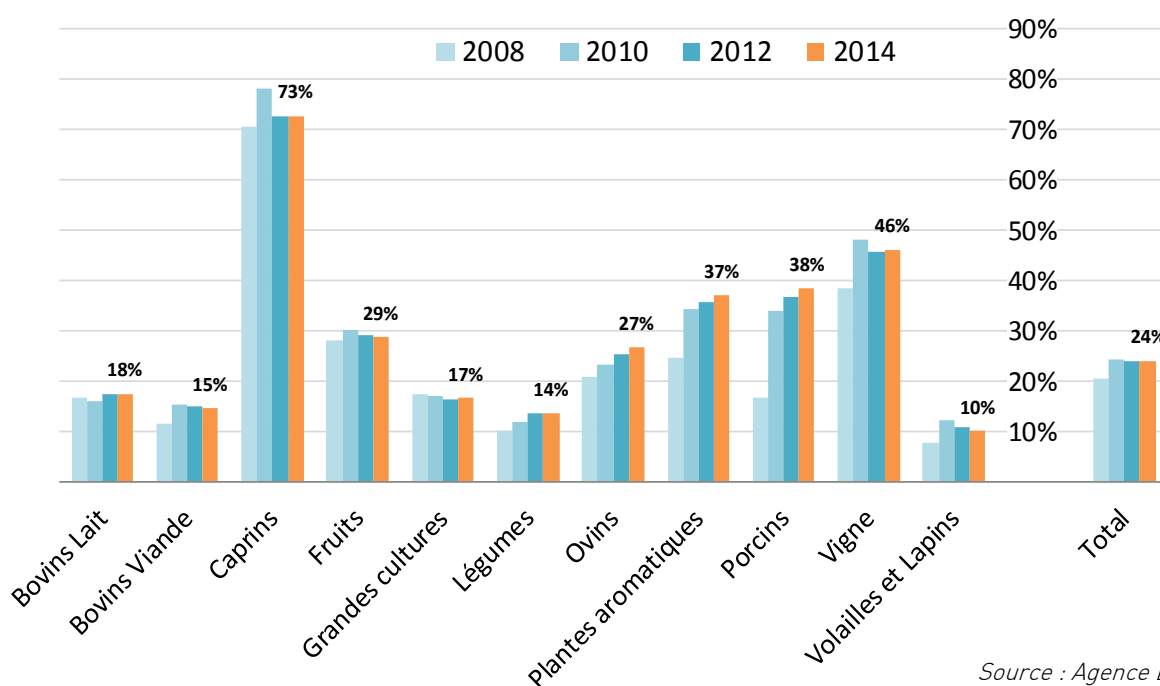
Les exploitations sous **forme sociétaire** sont **globalement plus représentées en bio**, notamment les EARL, SCEA, SCA ou les associations. (35% des statuts en bio, contre 22% pour l'ensemble des exploitations françaises). La tendance du statut individuel sur les 4 dernières années est à la baisse : 57% des exploitation en 2014 contre 64% en 2010. (*source : Agence Bio / Notifications - Agreste*)

■ 1 exploitant sur 4 déclare transformer, en tout ou partie, sa production à la ferme

La transformation à la ferme se développe dans tous les secteurs de production biologique. Elle est associée à la vente directe aux consommateurs dans 95% des cas. Outre l'élaboration de vin, la fabrication de fromages, l'élaboration de charcuterie, de pain ainsi que le conditionnement des viandes permettent aux producteurs de créer de la valeur ajoutée à la ferme et d'offrir des produits très typés aux consommateurs.

Les principaux secteurs concernés sont ceux :

- des vins : près de la moitié des viticulteurs déclarent vinifier leur vin,
- des fromages et autres produits laitiers, avec un développement spécialement élevé dans le secteur du fromage de chèvre (près des trois quarts),
- viandes et charcuteries : la préparation de viandes à la ferme, après passage en abattoir agréé, se développe aussi bien en filières ovine que bovine ou porcine.
- Le nombre d'agriculteurs fabriquant des jus ou autres produits à base de fruits ou légumes bio tend à augmenter.



Source : Agence BIO/Notification

Au final, près d'un exploitant sur quatre déclarait en 2014 transformer et/ou conditionner à la ferme ne serait-ce qu'une partie de ses produits contre un sur cinq en 2008.



■ Plus d'1 producteur bio sur 2 déclare pratiquer la vente directe ne serait-ce qu'un peu

L'enquête « vente directe » rééditée par l'Agence BIO en mai 2014 auprès de 1000 producteurs dans toutes les filières, a fait ressortir que **la vente à la ferme reste le circuit le plus cité (37%) devant les marchés (26%) et les AMAP (15%)** toutes catégories de produits confondues.

Suivant les secteurs d'activité, la vente directe est un circuit de distribution plus ou moins privilégié.

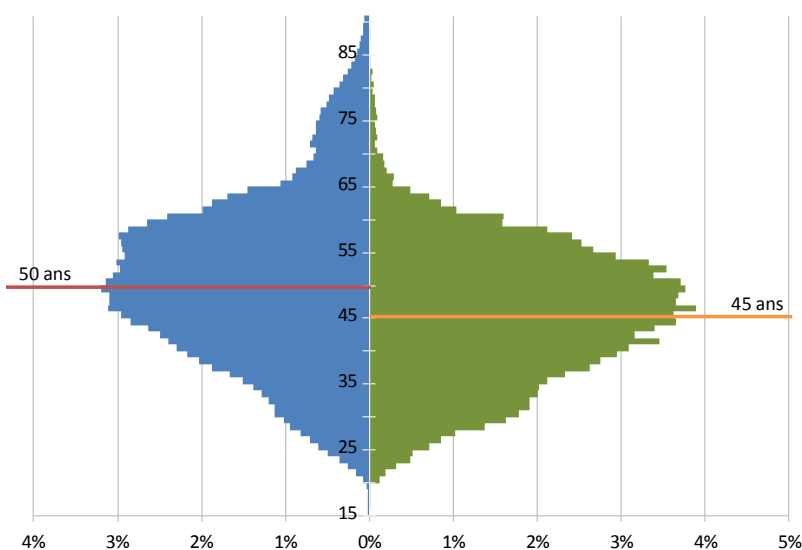
Le chiffre d'affaires est principalement réalisé sur les marchés, à la ferme, *via* les AMAP ou par correspondance, en particulier :

- **pour les fruits et légumes**, la vente sur les marchés représente 1/3 du chiffre d'affaires réalisé en vente directe.
- **les produits carnés** sont commercialisés principalement à la ferme (40% du chiffre d'affaires).
- **le secteur du pain et des farines** est très présent sur les marchés (50% du chiffre d'affaires).
- **pour la vente directe de vins**, la vente au domaine est le circuit qui domine largement (2/3 du chiffre d'affaires).

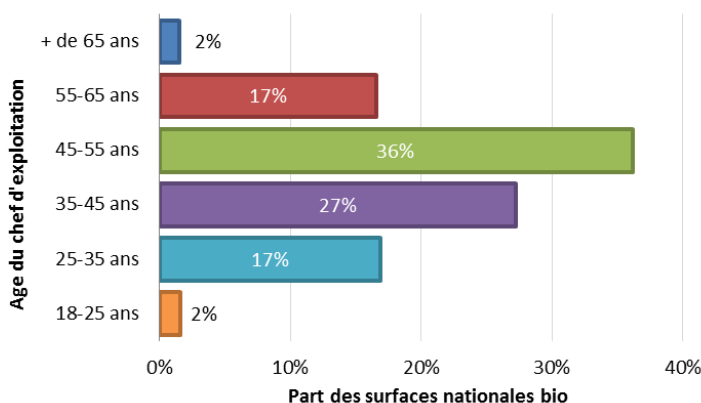
■ Des chefs d'exploitations plus jeunes

Pyramide des âges des chefs d'exploitation selon l'engagement de l'exploitation en bio

■ Exploitations conventionnelles ■ Exploitations engagées en agriculture biologique
— Moyenne — Moyenne



Source : Agreste/RA 2010



Source : Agence BIO/OC

■ Selon le recensement agricole 2010, la moyenne d'âge des chefs d'exploitation était de près de 50 ans pour l'ensemble des exploitations. **L'âge moyen des exploitants bio était de 45 ans en 2011** avec une légère variabilité selon l'activité principale : plus faible dans les exploitations maraîchères (43 ans) et plus élevée dans les exploitations de grandes cultures (48 ans).

■ Les surfaces engagées en bio étaient détenues à 46% par des fermes dont le représentant légal était âgé de moins de 55 ans en 2013. Les surfaces détenues par des exploitants âgés de plus de 65 ans représentent environ 2% des surfaces engagées en bio. Cependant selon les filières cette part dépasse les 6%, comme en arboriculture. A l'inverse, les filières les plus « jeunes » sont le maraîchage, l'élevage de petits ruminants ou de porcins avec près du quart des chefs d'exploitations âgés de moins de 35 ans.

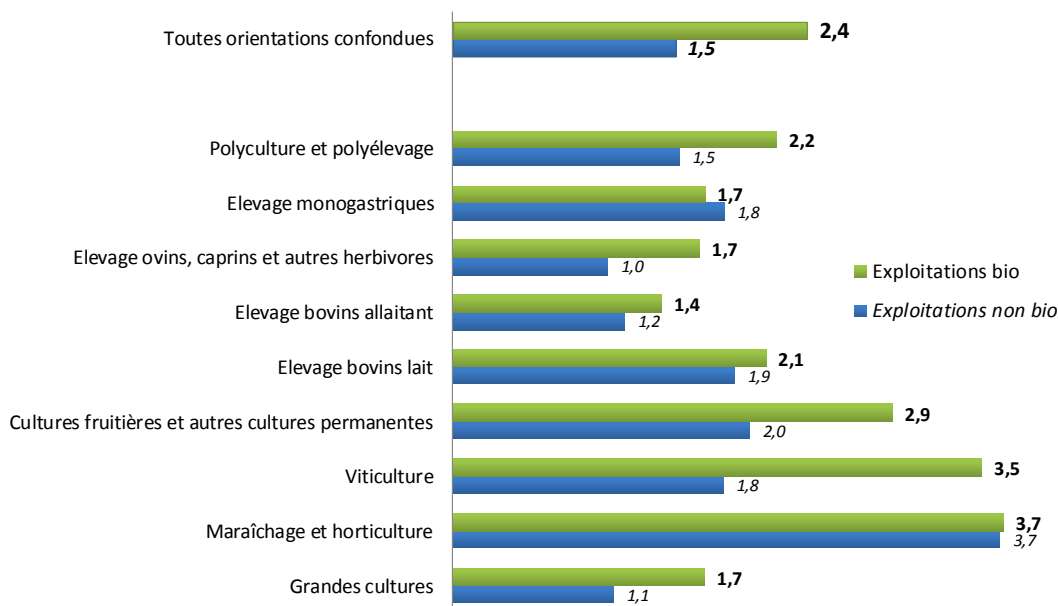


■ Plus de 61 000 unités de travail annuel (UTA) dans les exploitations bio en 2013

Les exploitations bio génèrent plus d'emplois que les exploitations conventionnelles : 2,4 Unités de Travail Annuel (UTA) en bio contre 1,5 en moyenne.

Il existe de fortes différences selon l'orientation technico-économique des exploitations (OTEX). L'écart le plus élevé (de 1 à 2) est observé dans le secteur viticole.

Unité de travail annuel moyenne par orientation technico-économique (OTEX) de l'exploitation



L'unité de travail annuel (UTA)

correspond à l'équivalent du temps de travail d'une personne à temps complet pendant un an, y compris les prestations fournies par des entreprises agricoles sur l'exploitation.

Source: Recensement agricole 2010

À la date du recensement agricole, le total des emplois (en équivalent temps complet : UTA) en exploitation biologique représentait **5,4% du temps de travail dans l'agriculture française**, qu'il soit familial, salarié-permanent ou saisonnier.

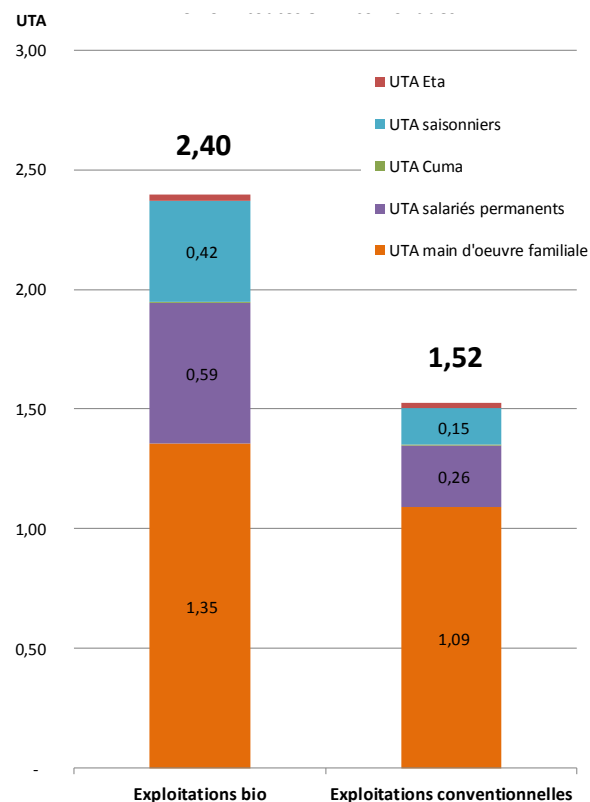
Le quart du temps de travail en exploitation bio est effectué par des salariés permanents contre 17% en conventionnel. Les exploitations bio ont recours à plus de main-d'œuvre saisonnière (18% du temps de travail annuel contre 10% en conventionnel).

Au vu des nouveaux engagements depuis le 1^{er} septembre 2010 jusqu'à fin juin 2013, le nombre total d'emplois dans les fermes bio a dépassé les 62 000 UTA mi-2014.

Au total, **7% des emplois agricoles** en France sont assurés dans des fermes bio.

Source: Recensement agricole 2010

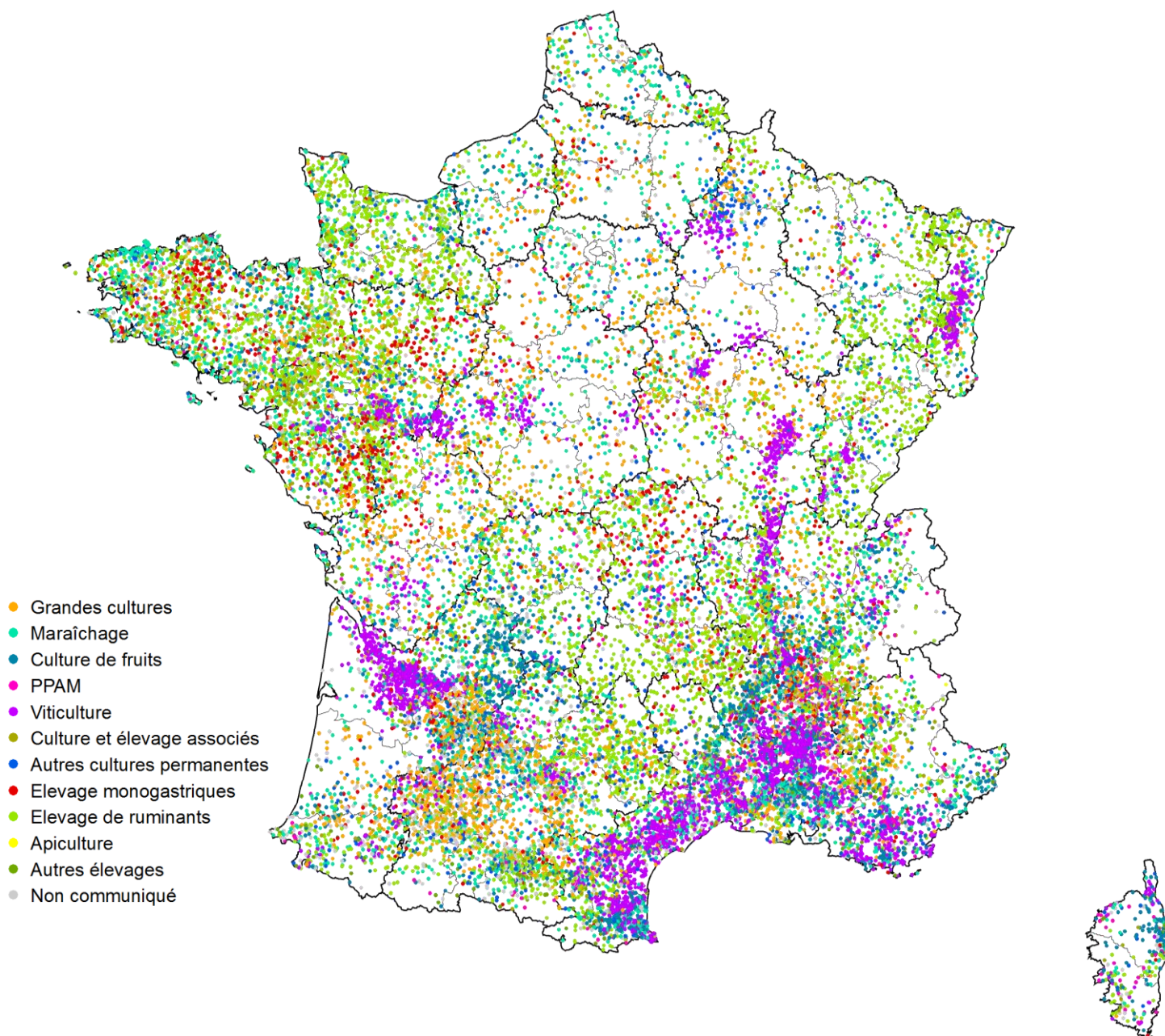
Type de main-d'œuvre en exploitations bio et conventionnelles en UTA toutes OTEX confondues





■ Des spécificités régionales en termes de productions biologiques

Localisation des fermes bio par activité principale en 2013



Source : Agence BIO/OC

Cette carte est établie à titre purement indicatif d'après l'activité principale définie par l'organisme certificateur. Chaque point représente une exploitation engagée en agriculture biologique au 31 décembre 2013.



Pour en savoir plus cf. carnet n°7 : « La Bio dans les territoires »



Les productions végétales

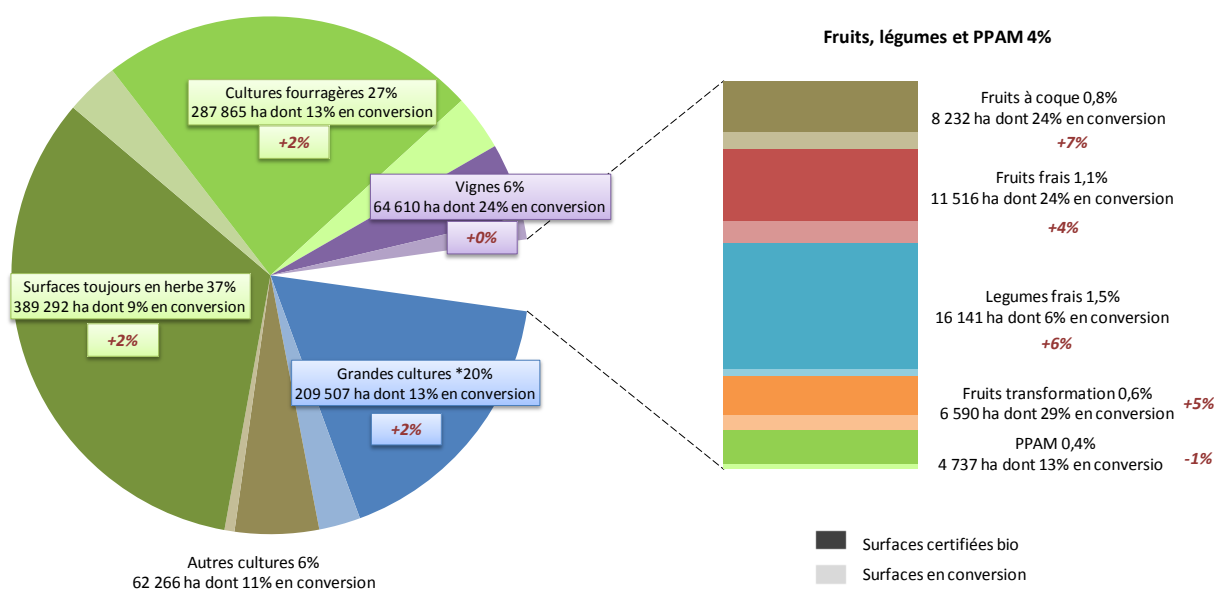
2/3 des surfaces bio sont toujours en herbe ou consacrées aux cultures fourragères, 2 ha bio sur 10 cultivés avec des grandes cultures (céréales oléoprotéagineux ou légumes secs), 1 ha sur 10 avec des vignes, vergers, du maraîchage et des PPAM.

Sur les 1 060 756 ha cultivés selon le mode de production biologique en 2013, 64% étaient toujours en herbe ou en cultures fourragères, les grandes cultures en couvraient 20% et les cultures pérennes (vigne et arbres fruitiers) près de 9%.

L'année 2013 a été marquée par une hausse des surfaces certifiées bio quelles que soient les productions (+9% en moyenne).

Au-delà des surfaces fourragères certifiées bio qui ont augmenté de près de 32 800 ha entre 2012 et 2013, les plus forts taux de croissance étaient supérieurs à 20%. Ils concernaient les cultures pérennes telles que les fruits destinés à la transformation (pommes à cidre et olives), les fruits à coques et la vigne. Le secteur des grandes cultures suivait, avec une augmentation des surfaces de l'ordre de 13%, soit 20 500 ha certifiés bio supplémentaires principalement en céréales bio.

Répartition des surfaces certifiées bio et en conversion par catégorie de productions en 2013



■ Surfaces certifiées bio

■ Surfaces en conversion

+ XX% Evolution par rapport à 2012

* Grandes cultures : céréales, oléo-protéagineux et légumes secs

Source : Agence BIO/OC

■ Fin 2013, 12% des surfaces étaient encore en conversion (129 888 ha) dont la moitié en dernière année de conversion (63 802 ha).

La dynamique de développement s'exprime à travers la part des surfaces bio en conversion. Elle est relativement moins forte qu'en 2012 mais reste importante dans les secteurs :

- des fruits transformés (oliveraies et pommes à cidre) : 29% des surfaces en conversion,
- de la vigne (à 99% du raisin de cuve) : 24% des surfaces en conversion,
- des fruits à coque : 24% des surfaces en conversion,
- des fruits frais : 24% des surfaces en conversion.

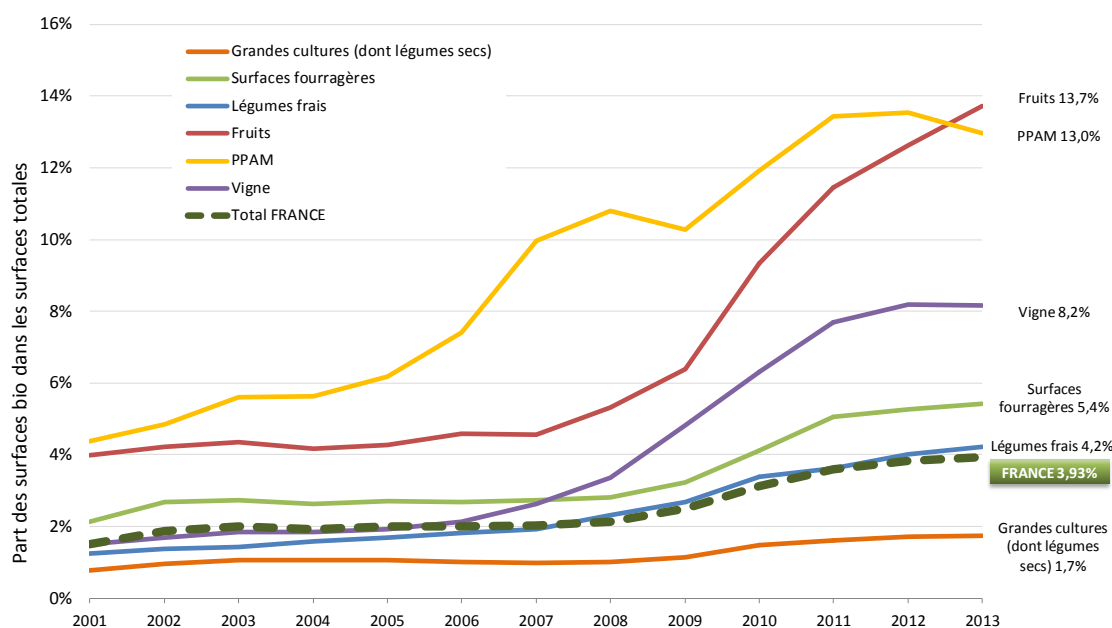


■ L'objectif des 6% de la SAU en bio dépassé dans 3 filières sur 6

La part des surfaces conduites en mode de production biologique dans l'ensemble national ne cesse de prendre de l'ampleur. Elle est très variable suivant les cultures :

- un quart des surfaces pour les fruits à coque (châtaigniers et noyers principalement), et pour les oliveraies,
- près du quart des surfaces dédiées à la production de légumes secs,
- près de 13% pour les PPAM,
- plus de 8% du vignoble.

Evolution de la part des surfaces nationales conduites en bio depuis 10 ans



Source : Agence BIO/OC ; Agreste

Répartition des surfaces végétales par production en 2013 et évolution par rapport à 2012

	Nb. Exploitations		Surfaces certifiées bio (ha)		Surfaces en conversion					Surfaces certifiées + conversion		
	2013	Evol. /12	2013	Evol. /12	C1	C2	C3	Total C123	Evol. /12	2013	Evol. /12	Part en bio
					2013	2013	2013	2013				
Céréales	8 979	0%	141 512	13%	8 300	13 328	-	21 627	-39%	163 139	1%	1,7%
Oléagineux	2 069	3%	25 339	15%	1 982	1 855	-	3 837	-24%	29 177	8%	1,3%
Protéagineux	1 471	0%	10 027	11%	409	1 382	-	1 792	-40%	11 819	-2%	6,2%
Légumes secs	827	-3%	5 134	11%	125	114	-	239	-15%	5 373	10%	22,8%
Grandes cultures	9 356	0%	182 012	13%	10 816	16 679	-	27 495	-37%	209 507	2%	1,7%
STH	11 950	3%	353 974	5%	19 158	16 160	-	35 318	-17%	389 292	2%	5,1%
Cultures fourragères	11 905	4%	251 030	7%	16 737	20 098	-	36 835	-22%	287 865	2%	5,9%
Surfaces fourragères	16 061	3%	605 004	6%	35 895	36 258	-	72 153	-20%	677 157	2%	5,4%
Légumes frais	6 180	3%	15 179	8%	388	575	-	962	-15%	16 141	6%	4,2%
Fruits à coque	1 388	2%	6 255	35%	708	794	476	1 977	-35%	8 232	7%	-
Fruits transformation	1 577	3%	4 677	43%	505	499	910	1 913	-37%	6 590	5%	-
Fruits Frais	4 594	3%	8 712	16%	934	791	1 079	2 804	-21%	11 516	4%	-
Fruits	6 568	3%	19 644	28%	2 146	2 084	2 464	6 694	-31%	26 338	5%	13,7%
Vigne	4 916	0%	49 262	22%	3 732	4 379	7 236	15 347	-37%	64 610	0%	8,2%
PPAM	1 831	3%	4 125	7%	184	226	201	612	-37%	4 737	-1%	13,0%
Autres	12 759	11%	55 642	15%	3 647	2 587	390	6 624	-13%	62 266	11%	5,6%
TOTAL	25 467	4%	930 868	9%	56 809	62 789	10 290	129 888	-27%	1 060 756	2,7%	3,93%

Source : Agence BIO/OC



Les productions animales

■ Plus d'1 exploitant bio sur 3 est un éleveur

En 2013, 36% des producteurs engagés en bio élevaient des animaux bio, soit 9094 éleveurs, principalement en bovins allaitants (3300 ateliers) et en bovins laitiers (2607 ateliers). L'élevage de poules pondeuses concernait 1359 exploitations (15%)

Quelle que soit l'espèce, les élevages bio présentent une grande disparité de taille, allant de la diversification d'atelier d'élevage avec simplement quelques animaux aux élevages spécialisés de taille plus conséquente.

■ L'élevage bio continue sa progression en 2013 malgré le pas marqué par l'élevage monogastrique :

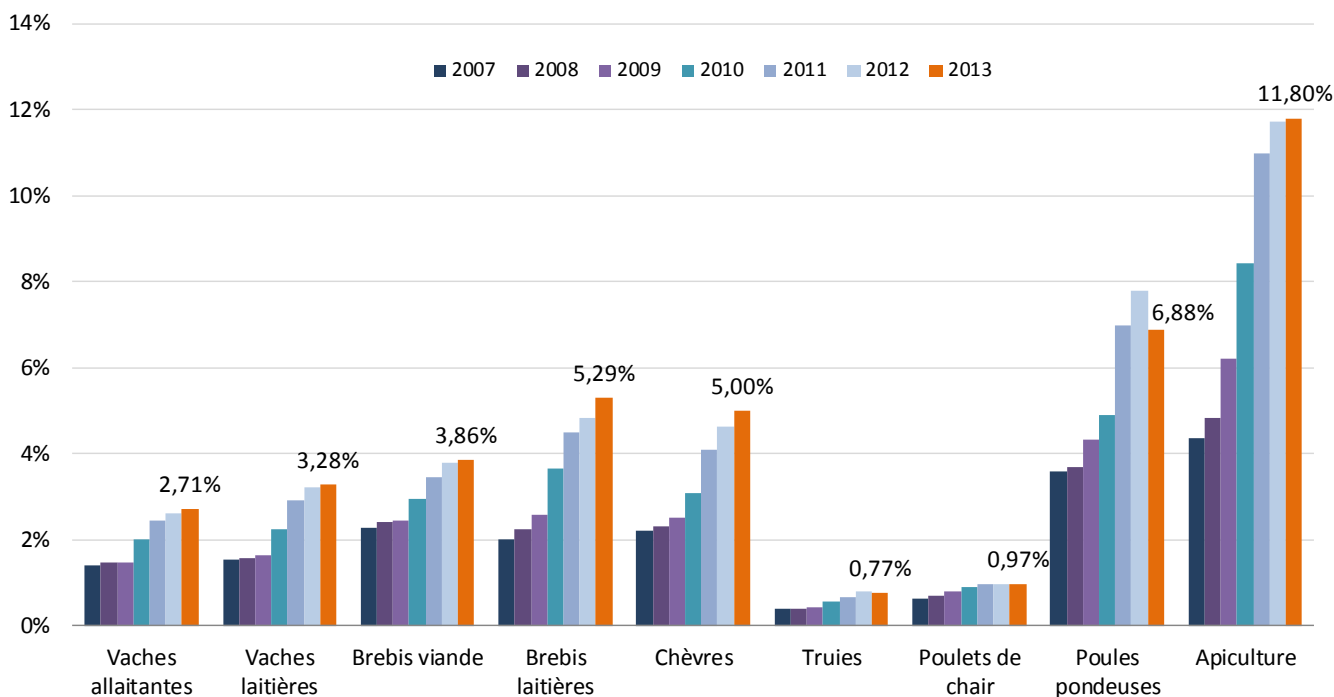
- **Le cheptel de bovins bio** a augmenté de 3% par rapport à 2012. La dynamique de développement du secteur se traduit par **plus de 15% du cheptel en conversion en 2013**, aussi bien pour les vaches allaitantes que laitières. En valeur absolue, les progressions de cheptel les plus importantes ont été observées en Pays de la Loire et en Bretagne, qui restent les deux premières régions françaises en termes de nombre d'élevages et de cheptels bovins bio.
- **Le secteur ovin** connaît une certaine stabilité en 2013 notamment dans les élevages allaitants. Par rapport à 2012, les cheptels de brebis certifiés bio étaient en légère diminution en races à viande (-1%) ; le secteur de brebis laitières continue son développement avec 5% de croissance. Les régions principales sont Midi-Pyrénées (+1 596 brebis engagées en bio) et Rhône-Alpes (+1 142), lesquelles rassemblent 40% du cheptel de brebis bio français.
- **Le secteur caprin** a continué sa croissance en 2013 (+5% d'élevages par rapport à 2012) et ce principalement en Midi-Pyrénées (+543 chèvres) et en Bretagne (+440 chèvres).
- **Le secteur porcin**, après une croissance record entre 2009 et 2011 (+40% en deux ans), termine une période d'ajustement et de consolidation avec un repli de 8% du cheptel reproducteur. Alors que certaines régions présentent un net recul en 2013 (Bretagne -17%), d'autre région marquent simplement le pas (Pays de la Loire +3%).
- Le nombre de mises en place de **poulets de chair et de poules pondeuses** bio était relativement stable par rapport à 2012 (respectivement +1% et -0,2%). Même si les mises en places connaissent un net recul en Pays de la Loire ou en Auvergne (-6% par rapport à 2012), celles-ci augmentent significativement dans d'autres régions comme en Poitou-Charentes ou en Aquitaine pour les poulets de chair (+204 555 mises en places) et en Champagne-Ardenne ou en Rhône-Alpes pour les poules pondeuses (+52 403 mises en place).
- Après un doublement du nombre de ruches en 4 ans, **l'apiculture biologique** connaît en 2013 une stabilisation de son développement. Cependant son développement continue dans certaines régions comme Rhône-Alpes (1^{ère} région apicole bio de France), ou Languedoc-Roussillon.



■ La part du cheptel bio continue son essor

La part du cheptel élevé selon le cahier des charges biologique dans le cheptel national varie de 0,77% s'agissant de l'élevage porcin à près de 7% pour les poules pondeuses et plus de 11% des ruches pour l'apiculture.

Part du cheptel bio dans le cheptel national entre 2007 et 2013



Source : Agence BIO/OC ; Agreste

Répartition des animaux par production en 2013 et évolution par rapport à 2012

	Nb. Exploitations					Nb. Animaux					% Bio / Total national		
	Certifiés Bio *		Conversion **		Bio et/ou Conversion		Certifiés Bio		Conversion			Bio + Conversion	
	2013	Evol. / 12	2013	2013	Evol. / 12	2013	Evol. / 12	2013	2013	Evol. / 12		2013	Evol. / 12
Vaches allaitantes	2 824	6%	904	3 300	3%	94 210	5%	16 769	110 979	3%	2,7%		
Vaches laitières	2 268	6%	700	2 607	2%	101 974	7%	19 469	121 443	4%	3,3%		
Total Vaches	4 767	6%	1 536	5 481	3%	196 184	6%	36 238	232 422	3%	3,0%		
Brebis allaitantes	1 210	5%	118	1 307	3%	131 097	2%	8 867	139 964	-1%	3,9%		
Brebis laitières	301	5%	13	309	5%	63 925	3%	1 654	65 579	5%	5,3%		
Total Brebis	1 506	5%	131	1 611	3%	195 022	2%	10 521	205 543	1%	4,2%		
Chèvres	722	7%	67	782	6%	41 893	7%	2 287	44 180	5%	5,0%		
Truies	344	-1%	7	349	-4%	8 025	-5%	17	8 042	-8%	0,8%		
Poulets de chair	691	4%	-	691	3%	7 956 236	1%	-	7 956 236	1,0%	1,0%		
Poules pondeuses	1 359	3%	-	1 359	2%	3 350 369	0%	-	3 350 369	-0,2%	7,8%		
Apiculture (1)	484	5%	57	594	0%	89 875	3%	3 282	93 157	0%	11,1%		

Source : Agence BIO / OC ; Agreste

* Exploitations ayant des animaux certifiés bio ;

** Exploitations n'ayant que des animaux en conversion ; (1) Nombre de ruches

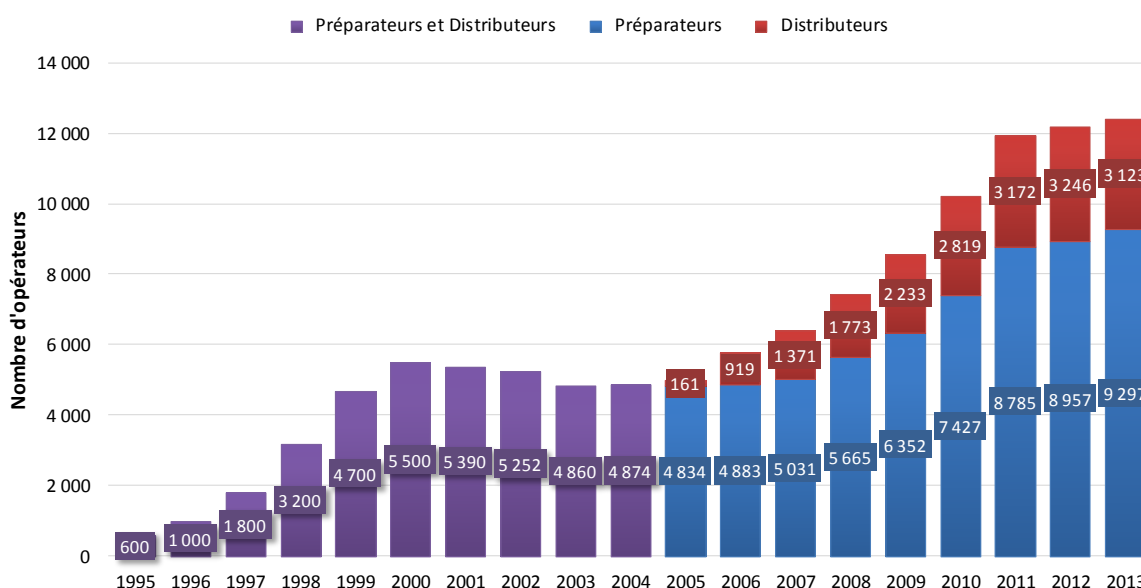


La transformation et la distribution de produits biologiques

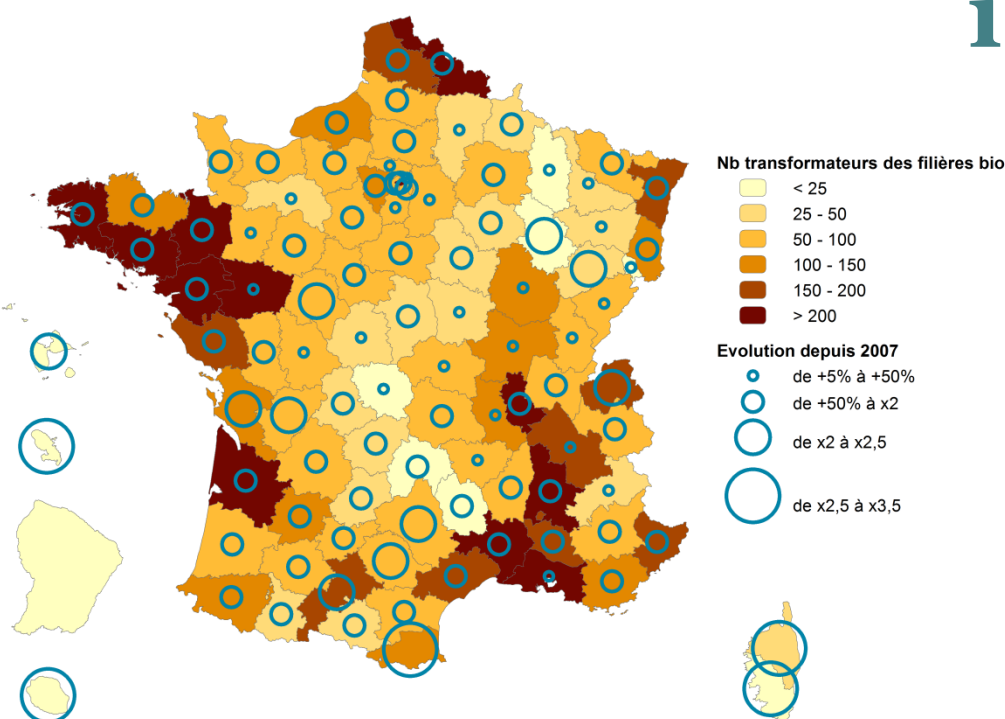
12 420 entreprises de transformation et de distribution certifiées bio en 2013 (+2% par rapport à 2012) :

- 9 297 préparateurs étaient certifiés bio fin 2013 (+4% par rapport à 2012),
- 3 123 distributeurs étaient certifiés bio fin 2013 (-4% par rapport à 2012).

Evolution du nombre de préparateurs et distributeurs certifiés bio depuis 10 ans



Nombre de préparateurs bio par département et évolution depuis 2007



i

Préparateurs bio : entreprises réalisant des opérations de transformation, stockage et/ou de conditionnement de produits agricoles biologiques. Les restaurants certifiés sont compris dans cette catégorie.

Distributeurs bio : entreprises de commercialisation de produits biologiques, vers le consommateur final (détaillants) ou non (grossistes).

Pluriactivité des opérateurs

Les opérateurs bio ayant plusieurs activités bio ne sont comptabilisés qu'une fois, pour l'activité faisant l'objet du contrôle le plus contraignant. Les transformateurs à la ferme sont ainsi comptabilisés en tant que producteurs, les importateurs étant également certifiés pour une activité de distribution comme distributeurs, les GMS ayant une activité de terminal de cuisson en tant que préparateurs, etc.



■ Profils des entreprises de préparation

Les trois-quarts des entreprises certifiées en 2013 avaient une activité principale bio dans le domaine végétal :

- **56%**, soit 5 233 entreprises, avaient pour activité principale la fabrication de produits de **boulangerie-pâtisserie** ou de **pâtes alimentaires**, en léger recul depuis 2011 du fait de l'évolution du secteur des artisans boulangers. Parmi ces entreprises, un tiers était des boulangeries-pâtisseries et deux tiers des terminaux de cuisson.
- **6%** étaient engagés avec une activité principale dans le secteur des **fruits et légumes**, y compris pommes-de-terre, soit 523 préparateurs (+6% par rapport à 2011).
- **7%**, soit 605 entreprises, étaient spécialisées dans le secteur des **boissons** (hors jus de fruits). La majorité d'entre elles étant liée à la production de vins bio, près des deux tiers de ces entreprises étaient localisées dans les cinq plus grandes régions viticoles bio : Languedoc-Roussillon, PACA, Aquitaine, Rhône-Alpes et Bourgogne.

Répartition des préparateurs bio par secteur d'activité principal bio en 2012

Secteur principal d'activité économique bio	Nombre de transformateurs	
	2013	2011
Semences et plants	47	70
Miel	11	19
Œufs	47	52
Viandes	591	550
Poissons, crustacés et mollusques	116	110
Fruits et légumes	523	492
Huiles et graisses végétales ou animales	151	90
Alimentation animale	114	132
Grains et produits amylacés	257	225
Produits laitiers	220	222
Produits de boulangerie-pâtisserie et/ou pâtes alimentaires	5 233	5 334
dont : Boulangeries et boulangeries-pâtisseries	1 852	1 979
Fabrication industrielle de pain ou pâtes-fraîches	219	185
Terminaux de cuisson	3 159	3 170
Autres produits alimentaires	700	504
Boissons	605	514
Huiles essentielles et autres produits à base de PPAM	101	244
Restauration	86	52
Multi-produits	417	166
Autres activités	5	2
Non précisé	73	7
TOTAL	9 297	8 785

Source : Agence BIO/OC

12% des entreprises avaient une activité principale dans le secteur animal (en incluant l'alimentation animale) :

- **6%**, soit 591 entreprises, travaillaient spécifiquement dans le secteur des **viandes**. Plus d'un tiers d'entre elles était localisé en Pays de la Loire, Bretagne et Midi-Pyrénées.
- **2%** étaient spécialisées dans les **produits laitiers** (conditionnement du lait, fabrication de fromages, yaourts, etc.). Les régions Franche-Comté, Rhône-Alpes, Bretagne et Pays de la Loire totalisaient près de la moitié des entreprises du secteur.
- **1%** des entreprises, soit 116 établissements, avaient une activité principale liée à **l'aquaculture** (poissons, crustacés et mollusques). La Bretagne en rassemblait le tiers.
- **2%** étaient orientées vers **l'alimentation animale**, soit 114 entreprises dont 40% en Bretagne et Pays de la Loire.



L'importation de produits biologiques

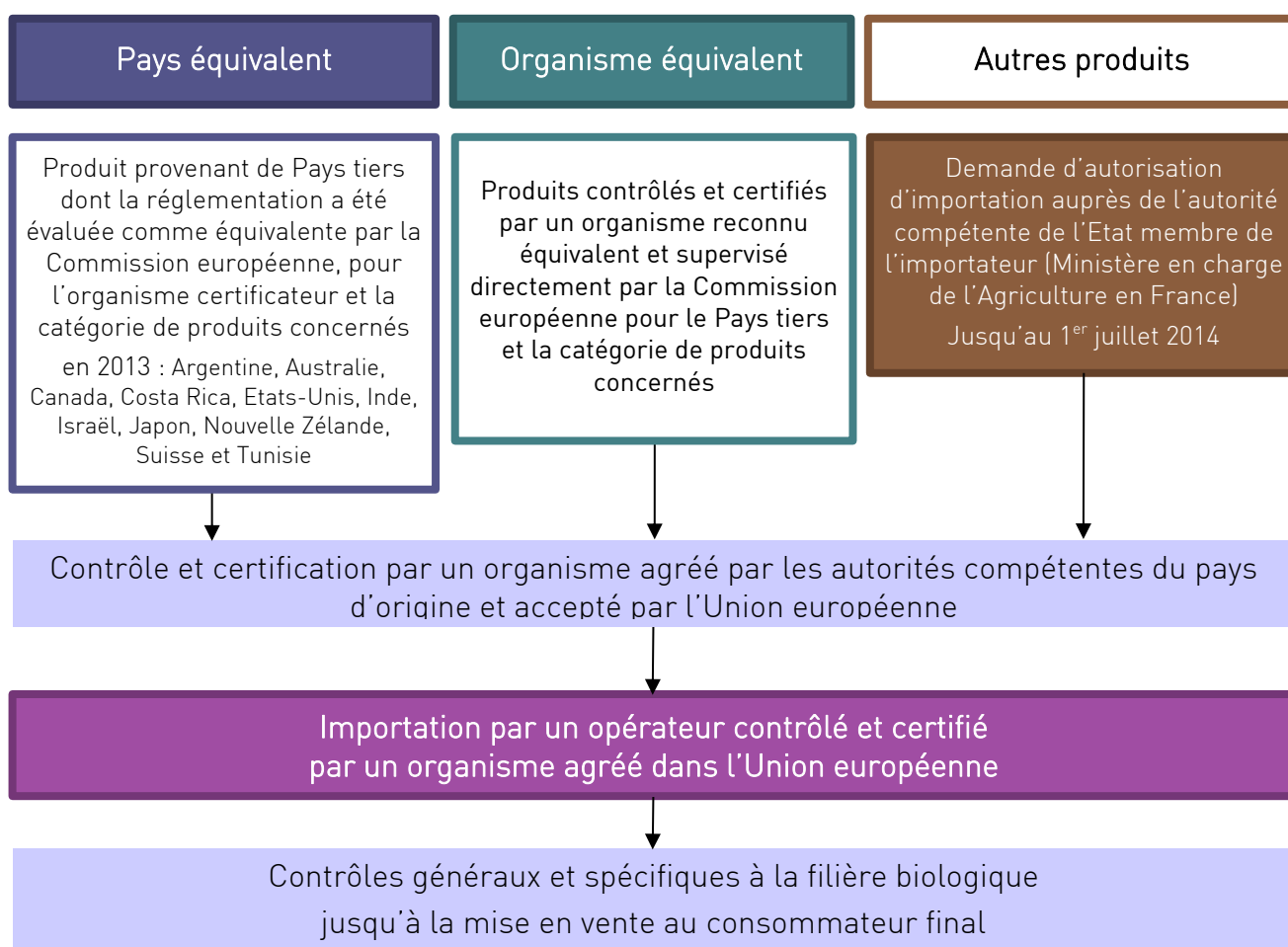
- Les produits biologiques en provenance de pays non membres de l'Union européenne (Pays tiers), doivent avoir été produits et certifiés selon **des règles au moins équivalentes à celles en vigueur dans l'Union européenne**, et définies par le règlement CE n°834/2007 et ses règlements d'application.
- En outre, les entreprises qui introduisent ces produits dans l'Union européenne, qualifiées d'importatrices, sont tenues de faire certifier et de notifier leur activité conformément à la réglementation européenne en agriculture biologique.
- Sur les 488 opérateurs ayant notifié une activité d'importation de produits bio en 2013, 157 étaient importateurs à titre principal, les autres ayant également une activité de transformation et/ou distribution.

i

Depuis le 1^{er} juillet 2012, en application du règlement (CE) n°1235/2008 et son règlement d'exécution (UE) n°508/2012, trois modalités d'importation de produits biologiques issus de Pays tiers sont possibles.

Dans tous ces cas (à l'exception de la Suisse), un certificat d'inspection par lot précisant le régime d'importation appliqué et visé par les autorités douanières doit accompagner l'arrivée dans l'Union européenne.

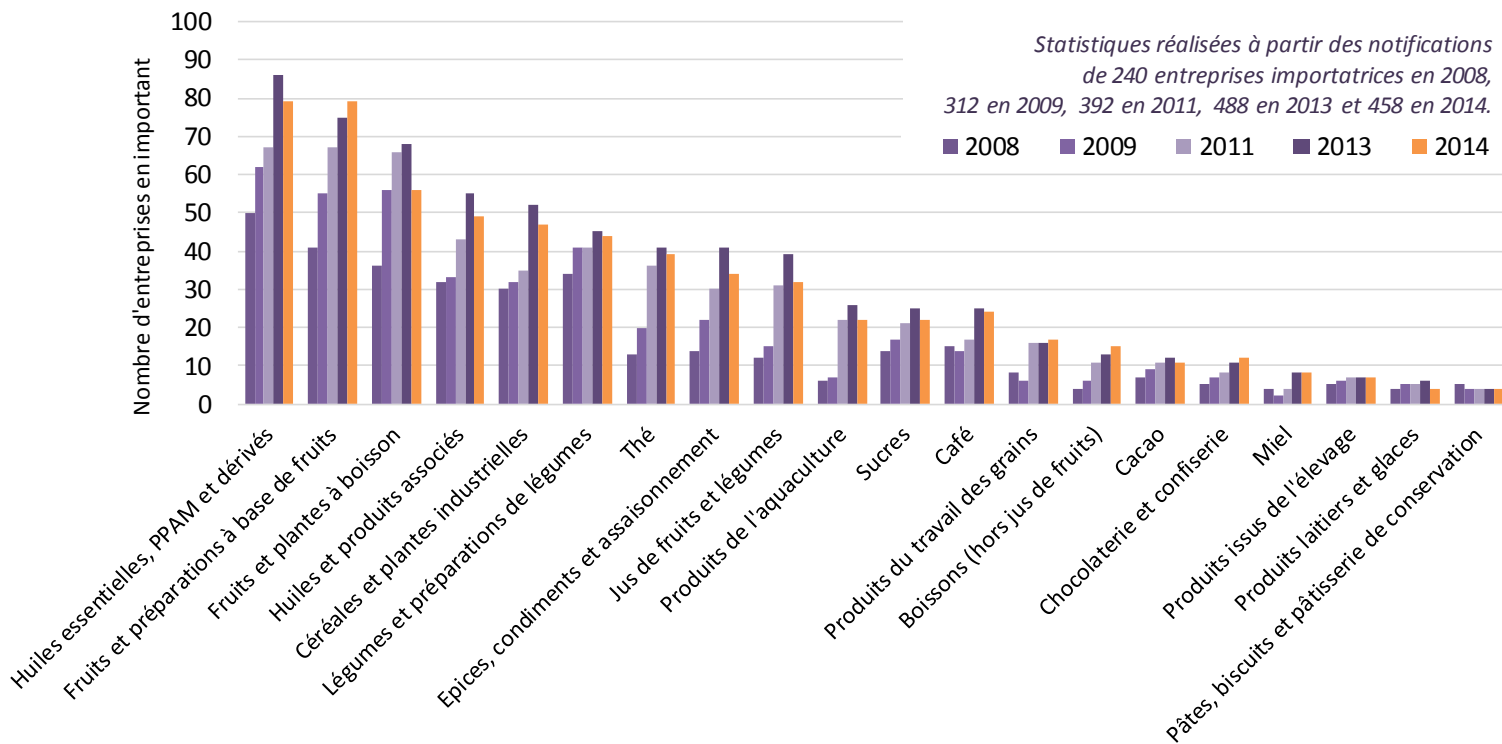
Trois modalités d'importation des produits biologiques issus de Pays tiers





■ Les activités d'importation concernent avant tout le secteur de l'épicerie

Nombre d'importateurs par famille de produits entre 2009 et 2014 (tous Pays tiers)



Source : Agence BIO/Notifications

Cet histogramme ne reflète pas les volumes importés, mais uniquement le nombre d'entreprises impliquées dans l'activité d'importation pour chaque famille de produits.

■ Un quart de la valeur des produits bio importés et introduits en France était en provenance directe des Pays tiers en 2013

En France, un **code spécifique** est utilisé pour identifier les certificats d'inspection des produits biologiques en provenance des Pays tiers à l'Union européenne, qui en application de la réglementation européenne en agriculture biologique, font l'objet d'un visa par les services des Douanes. Grâce à cette codification nationale et à l'enregistrement des volumes et valeurs des produits bio concernés, des **statistiques** sont aujourd'hui disponibles.

Dans le cadre du projet de recherche européen **OrganicDataNetwork**, pour la première fois, l'Agence BIO a pu se procurer auprès du Ministère de l'agriculture et des Douanes ces données. En parallèle, pour affiner les estimations 2013 concernant les échanges, l'Agence Bio a complété ses enquêtes ad'hoc auprès des opérateurs notifiés en agriculture biologique, dans le double objectif de mieux distinguer les introductions des importations et les expéditions des exportations.

Le résultat est un approfondissement de l'analyse des « importations » au sens large et communément utilisé (y compris les introductions de pays membres de l'Union européenne) présentée dans l'étude Agence Bio/AND-i ci-après. Ainsi **en 2013, un quart de la valeur des produits bio « importés » en France était en provenance directe des Pays tiers.**



- Le sucre constitue à lui seul le quart des volumes de produits bio directement importés de Pays tiers

Evolution des importations directes en provenance des Pays tiers

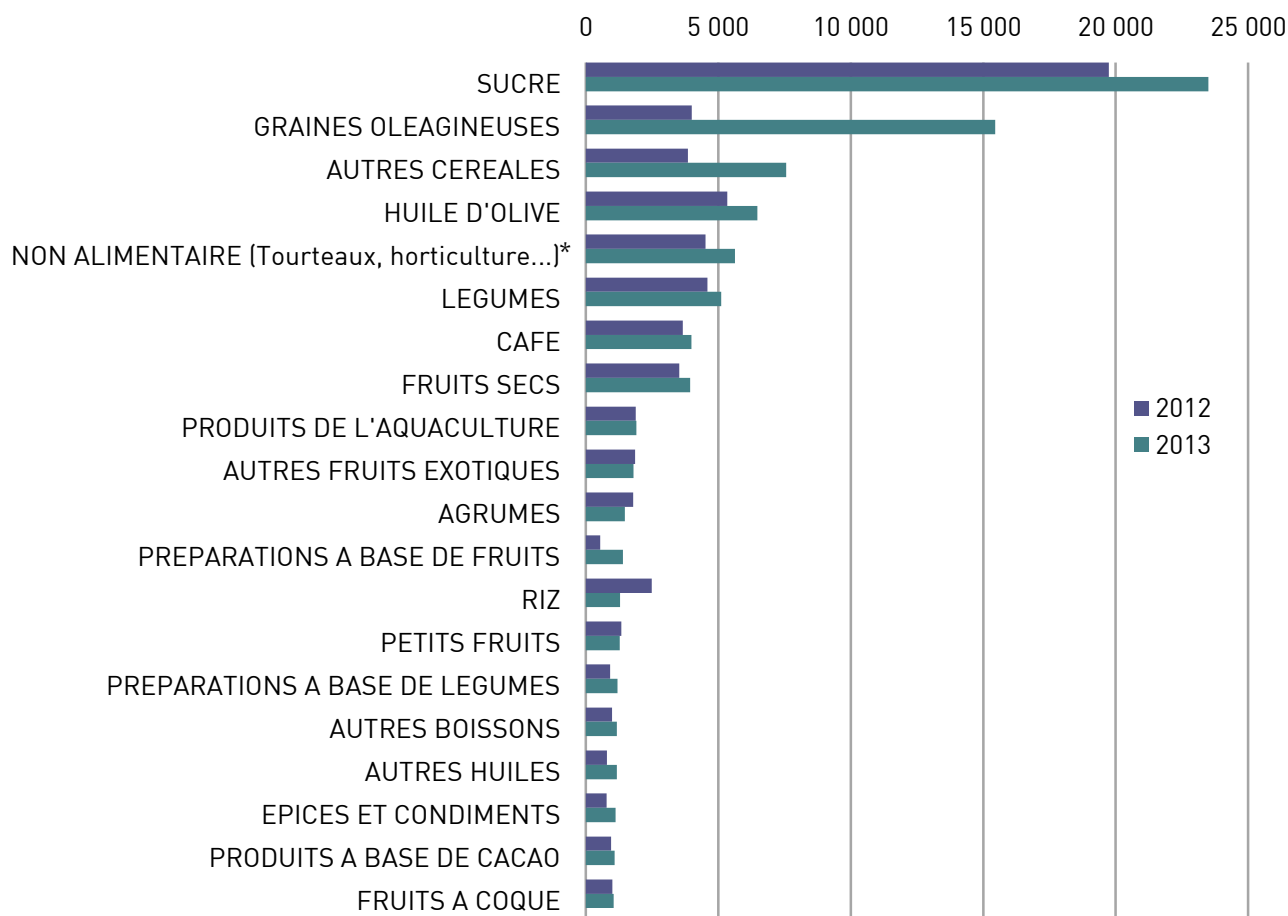
Source : Agence Bio / d'après données Douanes Françaises

	2012	2013
En volume (tonnes)	72 542	94 304
En valeur (milliers d'euros)	163 195	194 224

Les volumes de produits importés directement en France en provenance de Pays tiers portent essentiellement sur du **sucre** (25%), des **graines oléagineuses** (16%) et des **céréales autres que le riz** (8%), de l'**huile d'olive** (7%), des **légumes** (6%), du **café** (4%), des **fruits secs** (4%) et des **produits de l'aquaculture** (qui ne représentent que 2% des volumes mais constituent le 2^{ème} poste en valeur après le sucre).

Principaux produits importés depuis des Pays tiers en France

volumes échangés en 2012 et en 2013 (tonnes)



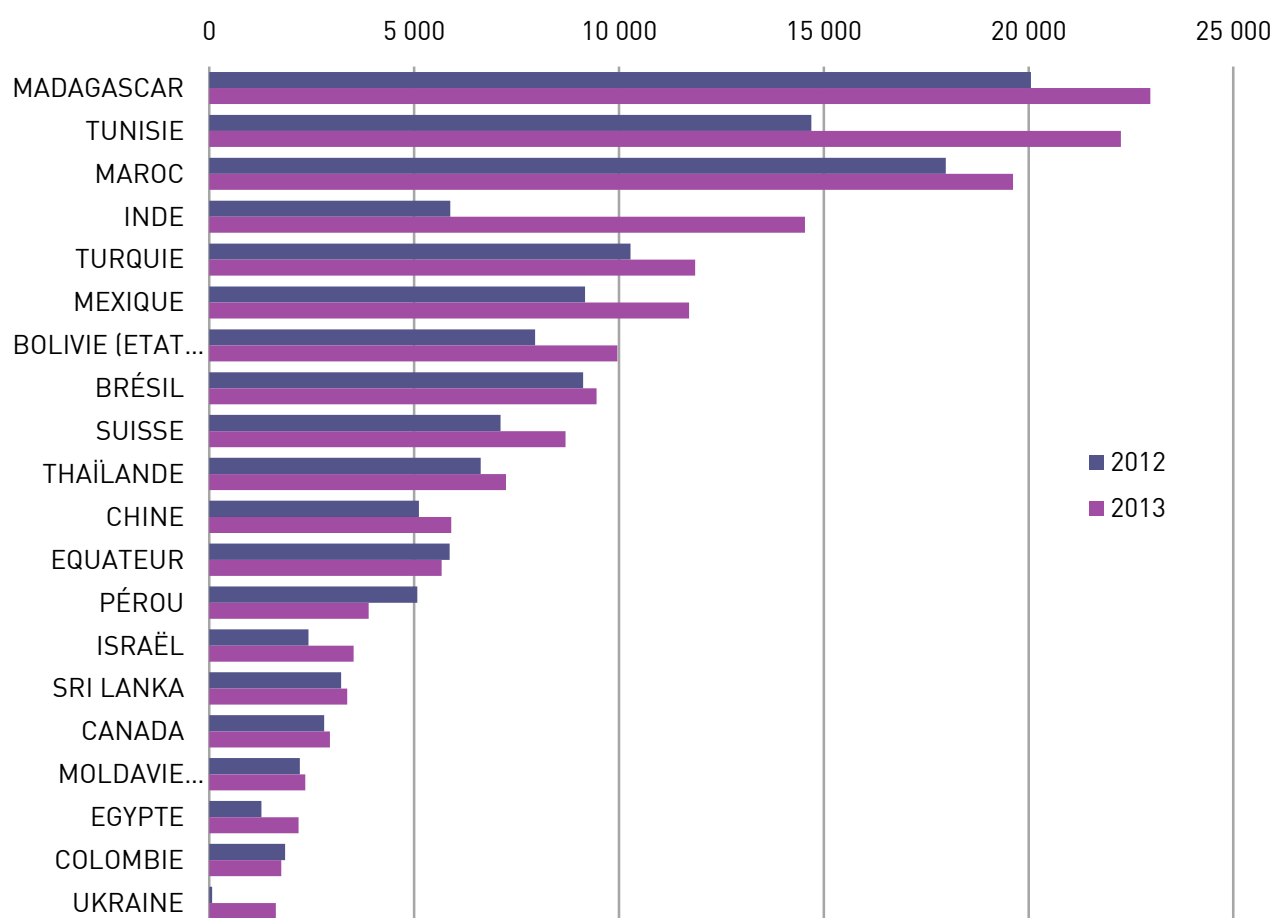
* Alimentation animale principalement
Source : Agence Bio / d'après données
Douanes Françaises



■ 3 pays représentaient près du tiers des exportations vers la France

Madagascar était, en 2013, le principal pays d'origine des produits bio importés directement en France en valeur (crevettes, vanille et épices en particulier), suivi par la **Tunisie** (essentiellement huile d'olive, dattes, plantes aromatiques), et le **Maroc** (large gamme d'huiles, légumes, agrumes, petits fruits, plantes aromatiques et épices), puis l'**Inde** (graines oléagineuses, tourteaux, riz, thé, fruits à coque, plantes aromatiques, épices) et la **Turquie** (fruits secs, fruits à coque, légumes secs et jus de fruits).

Principaux Pays tiers exportant en France
valeur en 2012 et en 2013 (Milliers d'euros)



Source : Agence Bio / d'après données Douanes Françaises



■ Des origines distinctes selon les productions

Le tableau ci-dessous répertorie les principaux pays d'origine des produits importés directement en France (en volume importé en 2013).

Groupe de Produits	Principaux Pays tiers partenaires (en volume)
AGRUMES	MAROC ISRAËL TUNISIE EGYPTE MADAGASCAR
ALGUES	ARGENTINE MEXIQUE BRÉSIL
AUTRES BOISSONS	SUISSE THAÏLANDE PÉROU UKRAINE PHILIPPINES
AUTRES CEREALES	UKRAINE BOLIVIE (ETAT PLURINATIONAL DE) CHINE PÉROU EQUATEUR CANADA ETATS-UNIS
AUTRES FRUITS EXOTIQUES	TOGO AFRIQUE DU SUD ISRAËL BURKINA FASO GHANA MADAGASCAR TUNISIE
AUTRES HUILES	MAROC PHILIPPINES MEXIQUE BURKINA FASO PÉROU KENYA TUNISIE
AUTRES PREPARATIONS ALIMENTAIRES	TCHAD SRI LANKA EQUATEUR INDE SOMALIE CHINE PHILIPPINES
AUTRES PRODUITS ISSUS DE L'ELEVAGE	CHINE BRÉSIL
BANANES	EQUATEUR SRI LANKA OUGANDA COLOMBIE PÉROU CAMEROUN
CAFE	MEXIQUE PÉROU ETHIOPIE BOLIVIE (ETAT PLURINATIONAL DE) HONDURAS THAÏLANDE INDONÉSIE
EPICES ET CONDIMENTS	MAROC MADAGASCAR PÉROU JAPON EGYPTE INDE TURQUIE
FRUITS A COQUE	MOLDAVIE (RÉPUBLIQUE DE) TURQUIE SRI LANKA THAÏLANDE ETATS-UNIS INDE VIÊT NAM
FRUITS A PEPIN	MAROC EGYPTE TUNISIE
FRUITS SECS	TURQUIE TUNISIE ISRAËL CHINE ETATS-UNIS SERBIE IRAN (RÉPUBLIQUE ISLAMIQUE D')
GRAINES OLEAGINEUSES	INDE MALI CANADA BURKINA FASO ARGENTINE OUGANDA EGYPTE
HUILE D'OLIVE	TUNISIE TERRITOIRE PALESTINIEN OCCUPÉ
HUILES ESSENTIELLES	MAROC BRÉSIL TUNISIE INDE HAÏTI MEXIQUE MADAGASCAR
JUS DE FRUITS	ISRAËL CANADA MAROC TURQUIE TOGO PÉROU
JUS DE FRUITS OU LEGUMES	TURQUIE AZERBAÏDJAN POLYNÉSIE FRANÇAISE PHILIPPINES PÉROU BRÉSIL ETATS-UNIS
LEGUMES	MAROC ISRAËL EGYPTE ARGENTINE TUNISIE SUISSE KENYA
LEGUMES SECS	TURQUIE CANADA INDE SUISSE
MIEL	ARGENTINE CHINE URUGUAY CHILI THAÏLANDE BRÉSIL NOUVELLE-ZÉLANDE
NON ALIMENTAIRE (Tourteaux, horticulture...)	INDE CHINE BRÉSIL MEXIQUE ZAMBIE MAROC SUISSE
PATES	JAPON THAÏLANDE
PETITS FRUITS	MAROC SERBIE ETATS-UNIS
PPAM	MEXIQUE TUNISIE MAROC EGYPTE ALBANIE INDE NAMIBIE
PREPARATIONS A BASE DE FRUITS	TUNISIE SRI LANKA UKRAINE TURQUIE CANADA EQUATEUR ISRAËL
PREPARATIONS A BASE DE LEGUMES	GUYANA MADAGASCAR CHINE MAROC COLOMBIE INDE ISRAËL MADAGASCAR COLOMBIE
PRODUITS A BASE DE CACAO	SUISSE PÉROU DOMINICAINE (RÉPUBLIQUE) EQUATEUR MEXIQUE
PRODUITS CEREALISERS	TURQUIE BOLIVIE (ETAT PLURINATIONAL DE) UKRAINE BURKINA FASO VIÊT NAM CANADA SUISSE
PRODUITS DE L'AQUACULTURE	MADAGASCAR EQUATEUR INDONÉSIE CHILI NORVÈGE NICARAGUA
PRODUITS LAITIERS	SUISSE
RIZ	INDE THAÏLANDE PAKISTAN ETATS-UNIS
SUCRE	BRÉSIL THAÏLANDE MEXIQUE PARAGUAY COLOMBIE COSTA RICA ARGENTINE
THE	CHINE SRI LANKA BRÉSIL INDE JAPON KENYA MAROC
VINS	ARGENTINE AFRIQUE DU SUD CHILI

Source : Agence Bio / d'après
données Douanes Françaises



La consommation des produits biologiques

■ Un marché de 4,56 milliards d'euros en 2013 en croissance de 9%

4,38 milliards d'euros TTC d'achats de produits bio pour la consommation à domicile en 2013 (+9%)

172 millions d'euros HT de produits bio achetés en restauration collective en 2013 (+1,4%) *

* Hors pain dont les achats par la restauration collective sont estimés à 10M€ HT en 2013 - Source : Agence BIO / ANDI

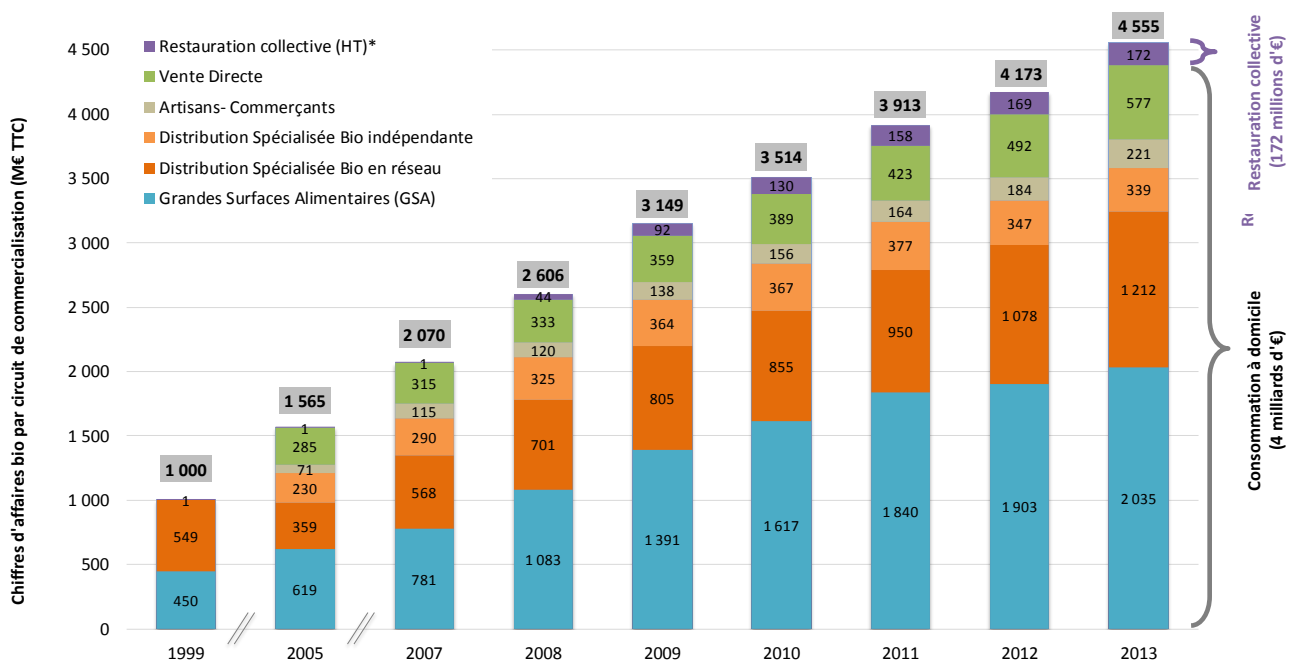
Avec 4,38 milliards d'euros TTC de chiffre d'affaires en 2013 (contre 2,1 milliards d'euros en 2007), la consommation de produits bio à domicile est estimée à **2,6% de la consommation alimentaire total (hors tabac et eaux minérales)** contre 1,3% en 2007. Le marché atteint 4,56 milliards d'euros en intégrant les achats par la restauration collective.

La part de marché des produits bio est plus ou moins importante suivant les secteurs. En valeur, elle dépasse les 20% pour les œufs, suite à une baisse importante du prix des œufs conventionnels en 2013 et dépasse les 10% s'agissant du lait liquide. Elle atteint 6% pour le vin avec une progression importante des volumes vendus en 2013 (4,5% en 2012), les jus de fruits et les 14 fruits et légumes les plus consommés en France (hors agrumes et bananes).

Ce marché est structurellement en augmentation, avec une croissance moyenne de l'ordre de 10% par an de 1999 à 2005, tous secteurs de produits confondus. En 2006, la croissance s'est accélérée, permettant au marché de doubler entre 2007 et 2012.

Entre 2012 et 2013, les achats par le consommateur final ont progressé de 9% en valeur et de 8% en volume (contre une croissance de 5% en volume l'année précédente).

Un marché des produits bio multiplié par 4 depuis 1999



* : seule la valeur (HT) des achats de produits ou ingrédients servis en restauration collective est prise en compte (Agence BIO - CSA)

Sources :

L'enquête Agence BIO/AND-International a été réalisée début 2014 auprès des distributeurs, des transformateurs, des producteurs et des grossistes. Les répondants représentaient plus de 80% du marché au stade de détail.

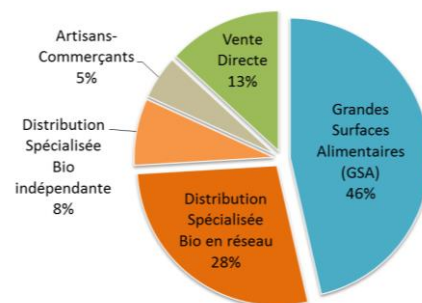


■ Des circuits de distribution variés

En 2013, 46% des ventes ont été réalisées via les Grandes Surfaces Alimentaires, 36% via les magasins spécialisés bio, 13% directement du producteur au consommateur et 5% par les artisans-commerçants. La part de marché des GSA est passée de 45% au début des années 2000 à 40% en 2005. Elle s'est élevée jusqu'à 49% en 2011. Elle est de 46,4% en 2013.

Les ventes sont en croissance dans tous les circuits de distribution à l'exception de la distribution spécialisée bio indépendante au profit des réseaux de magasins spécialisés bio.

Répartition en valeur des ventes de produits bio en 2013 (hors restauration collective)



Source : Agence BIO/AND-i - 2014

Evolution du chiffre d'affaires par circuit de distribution de 2005 à 2013

En millions d'€	Chiffres d'affaires TTC							Croissance						Parts de Marché						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	08/07	09/08	10/09	11/10	12/11	13/12	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)	781	1 083	1 391	1 617	1 840	1 903	2 035	39%	28%	16%	14%	3%	7%	38%	42%	46%	48%	49%	48%	46%
Distribution Spécialisée Bio en réseau	568	701	805	855	950	1 078	1 212	23%	15%	6%	11%	13%	12%	27%	27%	26%	25%	25%	27%	28%
Distribution Spécialisée Bio indépendante	290	325	364	367	377	347	339	12%	12%	1%	3%	-8%	-2%	14%	13%	12%	11%	10%	9%	8%
Artisans- Commerçants	115	120	138	156	164	184	221	4%	15%	13%	5%	12%	20%	6%	5%	5%	5%	4%	5%	5%
Vente Directe	315	333	359	389	423	492	577	6%	8%	8%	9%	16%	17%	15%	13%	12%	11%	11%	12%	13%
TOTAL (hors RHD)	2 069	2 562	3 057	3 384	3 755	4 004	4 383	24%	19%	11%	11%	7%	9%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Restauration collective (HT)*	1	44	92	130	158	169	172	4300%	109%	41%	22%	7%	2%							
TOTAL	2 070	2 606	3 149	3 514	3 913	4 173	4 555	26%	21%	12%	11%	7%	9%							

* valeur des achats effectués par les opérateurs
Source : Agence BIO/ANDi

■ Les ventes ont progressé dans tous les circuits de distribution à des rythmes plus ou moins importants

En 2013/2012, les taux de croissance les plus élevés ont été enregistrés par la **vente directe** (+17% portée par les ventes de vin bio), les **artisans-commerçants** (+15%) et les **magasins spécialisés bio en réseau** (+9%). Le taux de croissance en Grandes Surfaces Alimentaires s'est situé à un niveau inférieur à la moyenne générale (+6,5%).

Toutefois, en valeur absolue, la croissance des ventes de produits bio a été de 125 millions d'euros tant en Grandes Surfaces Alimentaires qu'en magasins spécialisés. En ajoutant celles générées par les autres circuits, **la croissance totale des achats par les ménages a été de 363 millions d'euros en 2013/2012.**

L'évaluation générale du marché est pour le moment sous-estimée.

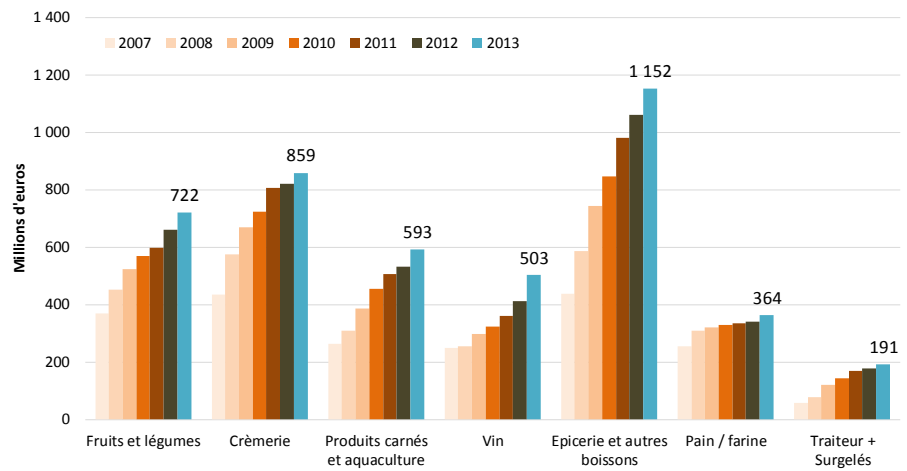
S'agissant de **la restauration collective**, à ce stade-ci la valeur des achats de pains bio n'est pas prise en compte, elle cependant estimée de l'ordre de 10 millions d'euros en 2013. En **restauration commerciale**, les produits bio, en particulier les vins bio, ont une place croissante. Une estimation de ce marché est en cours.



■ La hausse des achats est plus ou moins forte selon les catégories de produits

Les ventes de produits bio dans toutes les familles sont à la hausse. De 2010 à 2013, ce sont les ventes de vins qui ont connu les taux de croissance les plus élevés (+56%), devant l'épicerie et autres boissons (+36%) et les produits traiteur et surgelés (+34%). Le secteur du pain connaît une légère reprise de croissance après plusieurs années atones.

Evolution du chiffre d'affaires alimentaire bio par circuit de distribution depuis 2007



Source : Agence BIO/ANDi

Tendances 2014

D'après le baromètre CSA/Agence BIO, la très large majorité des consommateurs de produits bio a déclaré en novembre 2013 vouloir maintenir ou augmenter sa consommation bio durant les 6 mois suivant l'enquête. Au cours du premier semestre 2014 par rapport au premier semestre 2013, **les ventes de la majorité des produits bio dans les linéaires des GMS (hors hard discount) ont progressé**. Au total, d'après les informations disponibles au premier semestre 2014, **les ventes ont augmenté de 8% en valeur pour un ensemble de produits en GMS (contre +5.6% l'année précédente sur la même période)**.

Suivant les catégories de produits, les évolutions sont contrastées :

Le **secteur des liquides** est celui qui a connu la plus forte hausse : +11% porté par le rayon des boissons non gazeuses (jus de fruits principalement), qui représentent plus de 80% de ce secteur.

Dans le **secteur de l'épicerie**, la croissance a été de 9% avec une évolution plus importante pour l'épicerie sucrée (56% des ventes de produits d'épicerie) et notamment dans les rayons biscuits et petit déjeuner.

Dans le **secteur des produits frais** (libre service à poids fixe), la hausse a été de 7%. La croissance a été particulièrement forte pour les surgelés sucrés, mais ceux-ci représentent encore moins de 1% de ce secteur de produits. Les ventes de beurre, d'œufs et de lait, qui représentent la moitié des produits frais, ont progressé de 6%. Mais d'autres produits participent à la croissance du secteur comme le steak haché bio (+21%) la charcuterie bio (+17%)

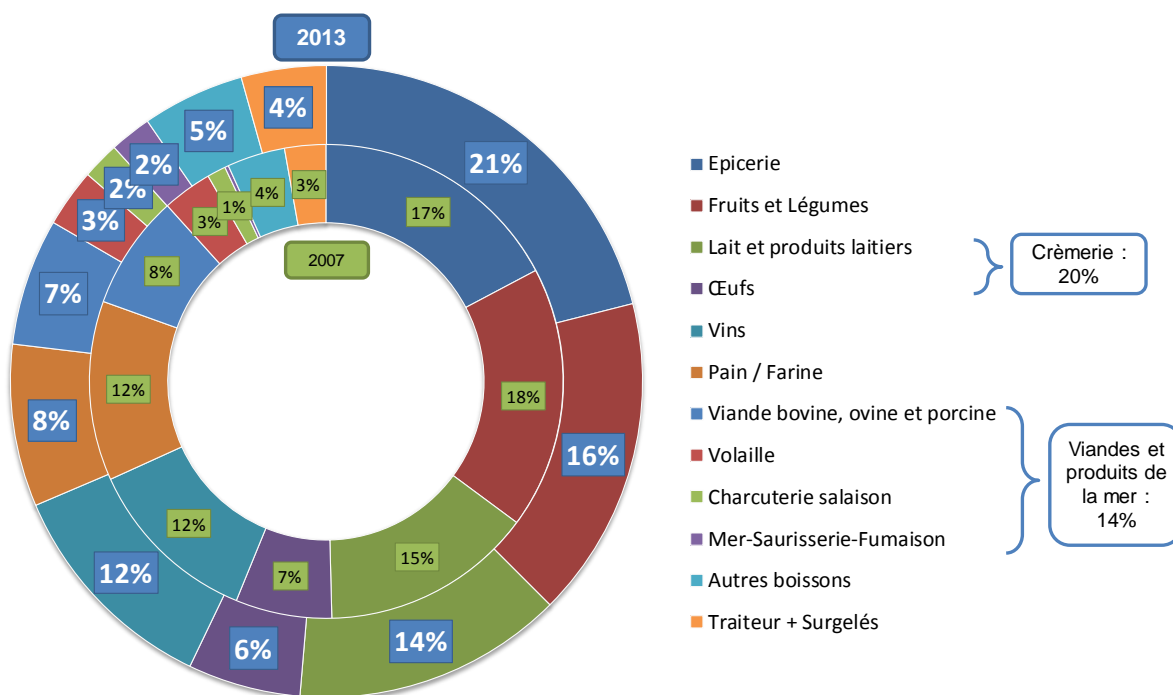


■ Plus de la moitié des ventes de produits bio au rayon frais

D'après les estimations réalisées par l'Agence BIO/AND-i, en 2013 :

- 20% des ventes de produits bio ont été effectués dans le rayon crèmerie (14% lait et produits laitiers et 6% œufs),
- 26% dans le rayon des produits d'épicerie (épicerie sucrée à parité avec l'épicerie salée),
- 16% dans le rayon des fruits et légumes frais,
- 8% dans le secteur de la boulangerie et de la pâtisserie fraîche,
- 11% dans le secteur des vins bio et 5% avec les autres boissons : jus de fruits, de légumes et boissons végétales (boissons à base de soja,...),
- 9% au rayon des viandes rouges et blanches et 2% pour les charcuteries et salaisons,
- 4% de produits traiteurs et surgelés et 2% de produits de la mer et des rivières.

Répartition des ventes de produits biologiques par catégorie, tous circuits confondus en 2013



Source : Agence BIO/AND-i - 2014

Les secteurs de la bio se développant le plus rapidement entre 2007 et 2013 sont ceux de l'épicerie, des surgelés et traiteurs (+ 698 millions d'euros) représentant plus de 30% de la croissance du marché alimentaire bio entre 2007 et 2013.



■ Suivant les produits, la place de chaque circuit de distribution varie

Dans le secteur des fruits et légumes bio, 42% des ventes sont effectués par le biais des magasins spécialisés, devant les grandes surfaces alimentaires (30%) et la vente directe (27%). Le reste est vendu par les détaillants en fruits et légumes.

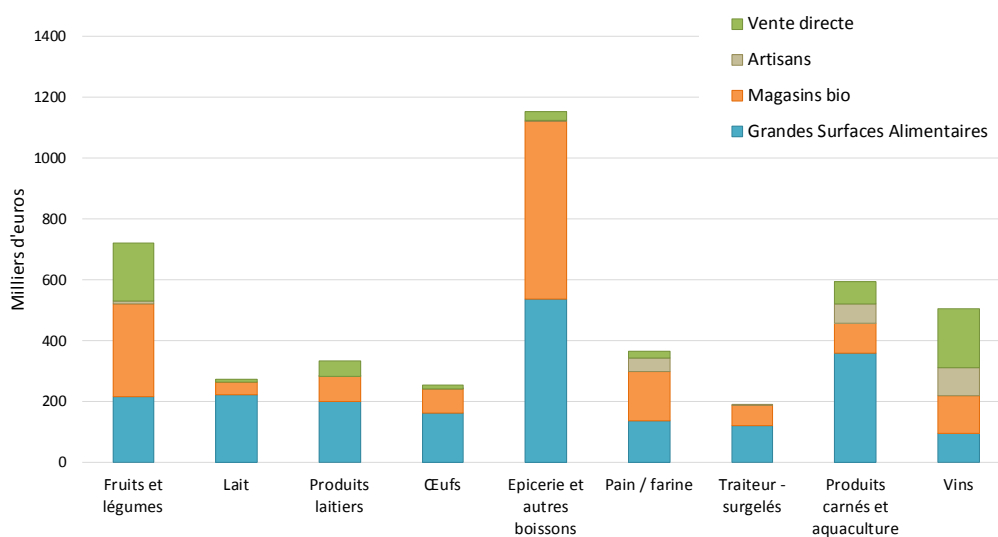
En revanche, dans le secteur de la crèmerie, 67% des ventes de lait et autres produits laitiers/œufs sont effectués par le biais des grandes surfaces alimentaires, devant les magasins bio (24%) sachant que la vente directe est estimée à 8%.

S'agissant de l'épicerie sucrée et salée, 55% des ventes sont effectués en magasins spécialisés et 43% en GSA.

La vente directe est spécialement développée dans les secteurs du vin et des fruits et légumes, devant les fromages et autres produits laitiers, ainsi que la viande avec les ventes en caissettes.

Les ventes assurées par les artisans concernent majoritairement le vin, les viandes, les produits de boulangerie et les produits de la mer.

Répartition des ventes par circuit et catégorie de produits en 2013



Source : Agence BIO/AND-i – 2014

i

Les familles de produits prises en compte en épicerie dans le cadre de l'évaluation

Epicerie sucrée : les produits issus de la transformation de céréales, hors pain et farine, biscotterie, pâtisserie sèche, biscuiterie et panification fine préemballée ; les produits sucrés : le sucre et trois sous-ensembles constitués par les fruits transformés (y compris fruits secs), le miel et la chocolaterie-confiserie ; les boissons chaudes : café, thé, tisane, chicorée et cacao, plus les laits industriels ; les aides culinaires.

Epicerie salée : les féculents, céréales transformées et conditionnées : pâtes, riz et graines ; ainsi que les légumes secs et purées déshydratées ; les huiles ; les condiments ; les légumes transformés (conserves principalement), surgelés, conditionnés.



Evolution de la valeur des ventes au détail par famille de produits biologiques

Stade de détail (Millions €)	2005	2007	2010	2011	2012	2013	Evol. / 12	dont :				Part des appro. ext.	Effet Prix	Part bio de la conso
								GSA	Mag. spéc. bio	Artis.-com.	Vente directe			
Fruits	-	-	-	-	-	353	-	118	153	5	77	43%	-	3,9%
Légumes	-	-	-	-	-	368	-	97	152	4	116	22%	-	3,6%
Fruits et légumes*	264	370	569	597	661	722	9%	215	305	8	193	32%	7%	3,8%
Viande bovine	84	109,2	146	159	169	181	7%	114	11	28	28	1%	5%	2,2%
Viande porcine	22,005	26,846	52	58	63	66	5%	34	14	8	10	1%	0%	2,7%
Viande ovine	12,5	26	32	35	37	38	3%	17	3	11	8	0%	5%	3,0%
Volaille	60	70,2	109	119	122	130	7%	68	38	3	22	1%	3%	2,3%
Charcuterie salaison	12	26,4	65	75	76	84	10%	55	26	2	2	13%	2%	0,5%
Mer-Saurisserie-Fumaison	3,5	5,215	50	70	80	94	17%	70	10	13	1	83%	3%	1,1%
Total produits carnés et produits de la mer	194,01	263,86	454	506	531	593	12%	357	100	64	71	16%	0%	1,4%
Lait	99	137,61	245	269	269	273	2%	221	43	0	9	1%	-5%	10,1%
Produits laitiers	131,5	161,54	269	311	316	333	5%	198	83	2	50	3%	-1%	1,9%
Œufs	95,04	136	209	228	237	253	7%	159	80	2	11	1%	-2%	20,6%
Total crèmerie	325,54	435,15	723	807	822	859	5%	578	206	4	71	2%	0%	4,1%
Traiteur - Surgelés	37,98	57,968	143	169	178	191	7%	119	67	5	0	42%	2%	2,7%
Épicerie sucrée	165,5	190	365	414	453	492	9%	193	288	3	8	54%	-	1,9%
Épicerie salée	133,8	167	315	374	395	430	9%	201	225	1	3	50%	-	2,6%
Total traiteur, surgelés et épicerie	337,28	414,97	823	958	1025	1 113	9%	513	579	9	11	50%	0%	2,2%
Vin	189	249	322	359	413	503	22%	93	127	90	193	1%	0%	6,0%
Boissons végétales	29	39,15	61	65	70	73	4%	36	37	0	1	40%	-2%	nd
Jus de fruits et de légumes	33,4	40,08	90	109	123	135	10%	98	32	0	6	80%	-2%	5,8%
Autres boissons	2	2,58	15	18	19	21	11%	9	4	1	8	11%	0%	0,1%
Total boissons	253,4	330,81	487	551	626	732	17%	235	199	91	208	20%	0%	2,8%
Pain / Farine	190	254	328	336	341	364	7%	136	161	44	23	11%	0%	3,7%
TOTAL	1 564	2 069	3 384	3 755	4 004	4 383	9,5%	2 035	1 551	221	577	25%	1%	2,6%

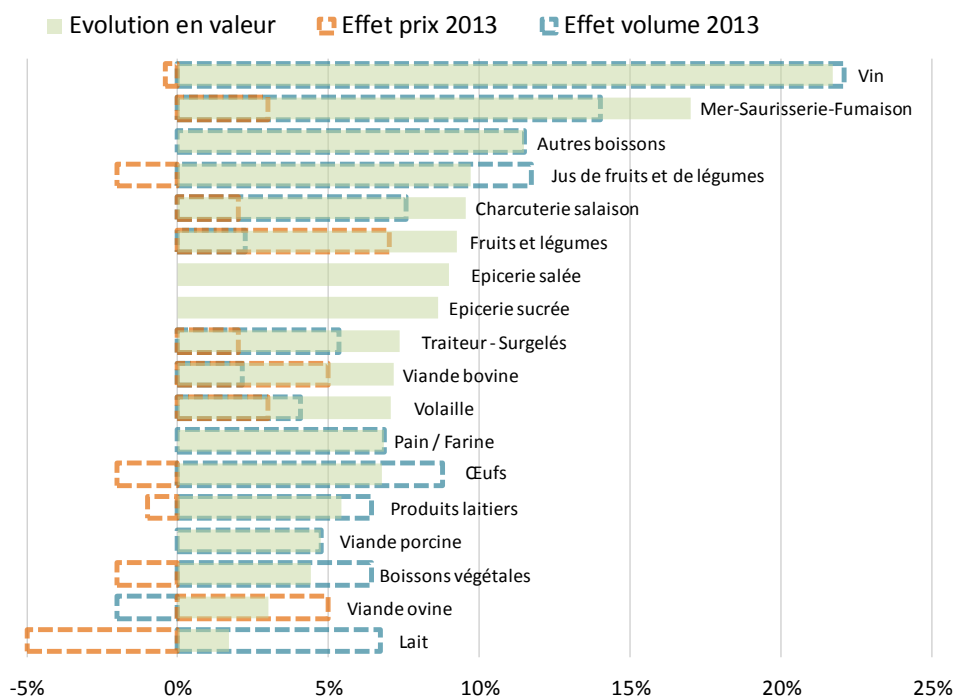
* pour 2013, les fruits et légumes ont été distingués

Source : Agence BIO/AND-i/Insee - 2014

■ Des prix à la vente des produits bio stables, en moyenne, depuis 2009

En 2013, les prix de vente des produits bio ont été relativement stables, avec une hausse de 1% seulement tous produits confondus et des variations suivant les catégories de produits :

- à la hausse pour les fruits et légumes (+7%), les produits carnés (+3%), traiteurs, mer et surgelé (+2%),
- à la baisse pour le rayon crèmerie (-3%), les jus de fruits et autres boissons végétales (-2%),
- stables s'agissant du vin, des produits du rayon épicerie et boulangerie pâtisserie.



Source : Agence BIO/AND-I - 2014

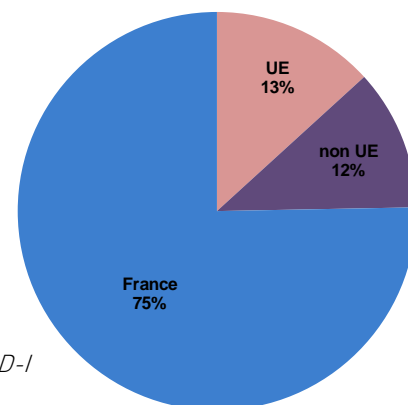


■ 75% des produits bio consommés en France proviennent de France

En moyenne, tous secteurs confondus, l'étude Agence BIO/AND-I réalisée pour 2013 amène à estimer que les trois quarts de la valeur des produits bio consommés en France proviennent de France (comme en 2012, et contre 68% en 2011, 65% en 2010 et 62% en 2009).

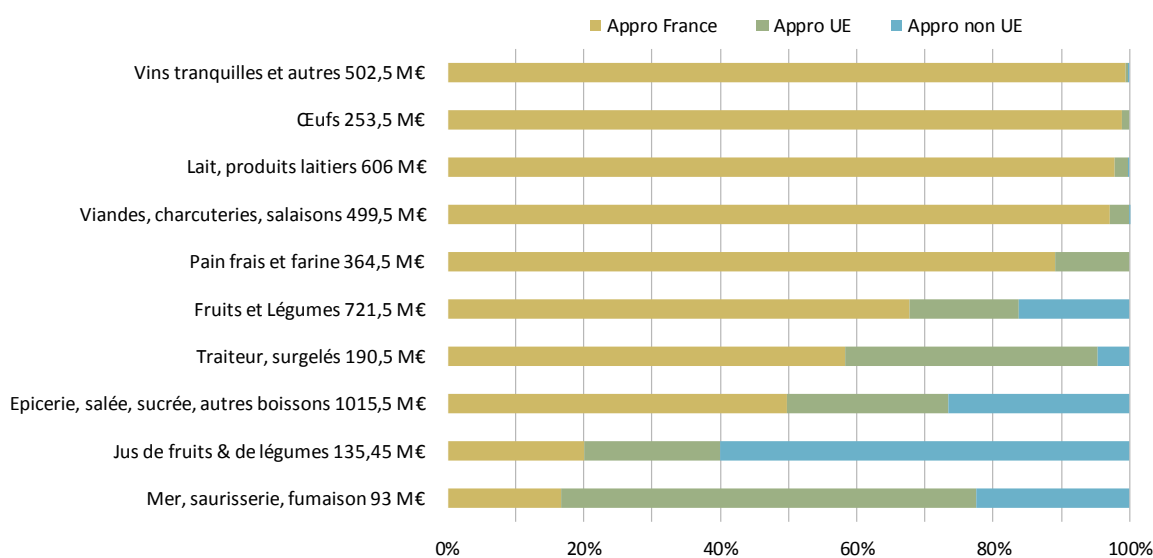
Les vins bio et les produits de l'élevage bio sont les secteurs où la demande est globalement la plus satisfaite avec des produits de proximité.

Les origines des produits bio consommés en France (en valeur)



Source : Agence BIO/AND-I

Origine des approvisionnements selon les produits bio (% de la valeur) en 2013



Source : Agence BIO/AND-i - 2014

L'augmentation de la part des approvisionnements en France est spécialement observée dans certains secteurs :

- plus de 30 points dans le secteur des fruits et légumes en 2013 par rapport à 2009,
- plus de 20 points dans le secteur du pain en 2013 par rapport à 2009 et dans celui du lait et des produits laitiers.

La baisse des « importations » des autres produits (au sens large, y compris échanges intracommunautaires) se poursuit en 2013.



En résumé :

75% des produits ou matières premières bio utilisés en France sont d'origine française.

11% sont des produits exotiques et spécialités gastronomiques dont ne dispose pas la France métropolitaine.

5% sont des produits pour l'heure peu disponibles en France avec des perspectives d'augmentation de l'offre française à moyen terme.

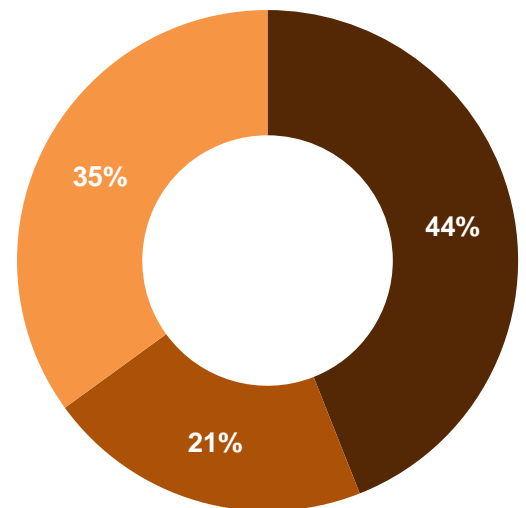
9% sont des produits achetés le plus souvent dans des pays européens dans des secteurs où l'offre française prédomine très largement et ne cesse d'augmenter.

■ Les produits importés

Parmi les produits bio consommés en France et provenant d'un pays autre que la France :

- **44%** sont des produits exotiques (café, thé, cacao, bananes et autres fruits, etc.) ou non disponibles en bio sur le territoire français (sucre consommé en l'état ou comme ingrédient) et des spécialités gastronomiques étrangères (ex. : fromages d'appellation d'origine italienne) ;
- **21%** sont des produits peu, ou très peu, disponibles en France (riz, produits aquacoles, agrumes méditerranéens, etc.). Une partie du blé dur utilisée pour la fabrication de pâtes alimentaires et du soja dans le cadre d'une préparation de produits élaborés en France, est prise en compte dans cette catégorie. Des cultures existent en France, des filières ont été créées et se développent mais l'augmentation des surfaces cultivées en France ne peut être que très progressive compte tenu des spécificités de ces produits ;
- **35%** sont constitués par des achats extérieurs relais de l'offre française et/ou des compléments de gamme (céréales et produits qui en découlent, fruits et légumes tempérés frais ou transformés, etc.).

Répartition des 25% de produits bio importés en France (en valeur)



- Exotiques et spécialités gastronomiques
- Très peu disponibles en France
- Achats extérieurs relais et compléments de gamme

Source : Agence BIO/AND-I

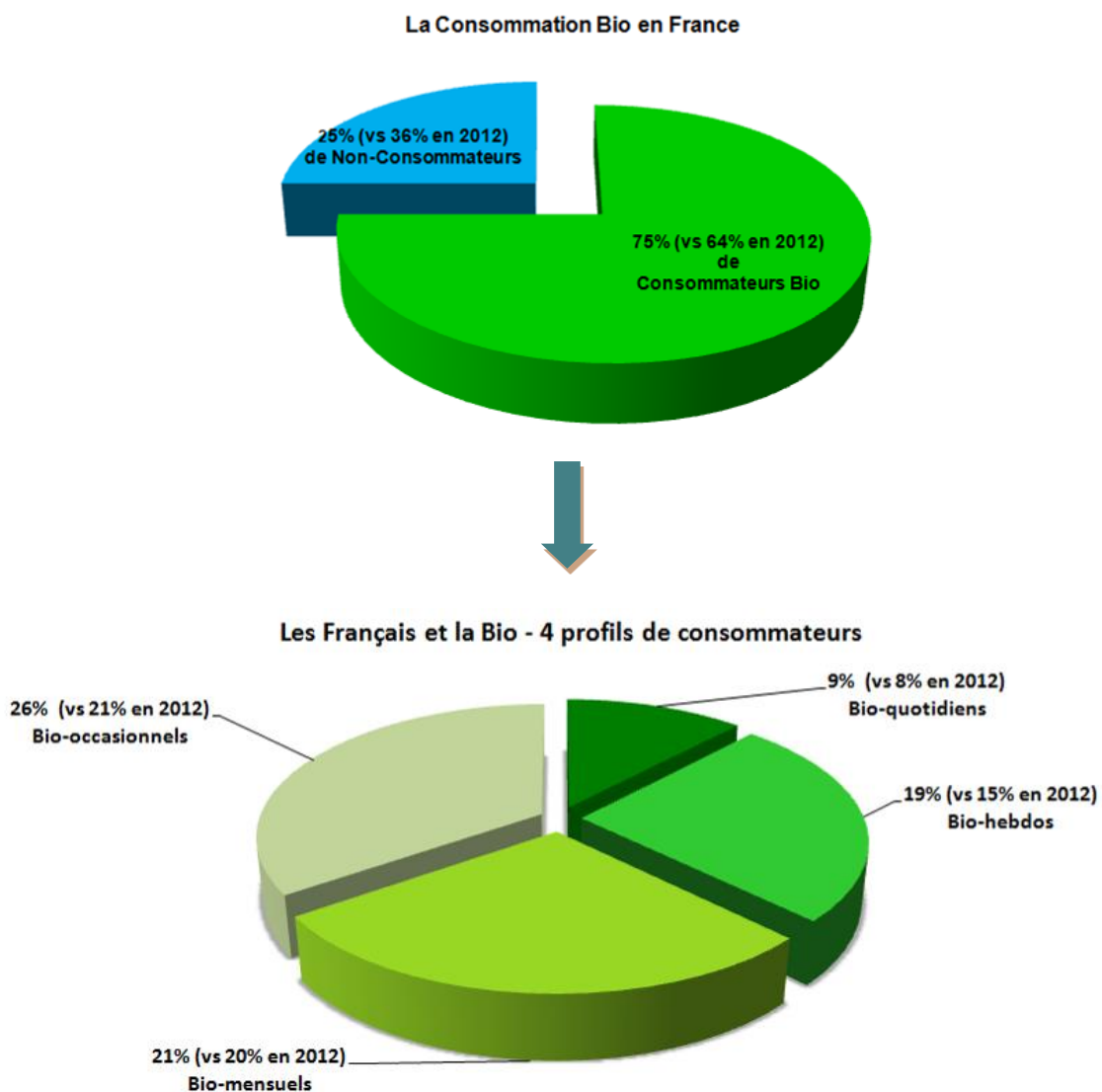
■ Une partie des entreprises commercialise également des produits bio à l'extérieur de la France

Les ventes de produits bio à l'extérieur de la France, communément appelées «exportations», ont été estimées à 393 millions € en 2013 contre 309 millions d'euros en 2012, au stade de gros départ de France. Elles étaient à 64% constituées de vins bio (plus 8 points par rapport à 2012), de spécialités des secteurs de l'épicerie pour 15%, devant les fruits et légumes (13%, y compris de réexportation).



■ **Près d'un Français sur deux consomme des produits bio au moins une fois par mois**

D'après le baromètre Agence Bio/CSA, en 2013, 75% des Français ont consommé bio, et 49% au moins une fois par mois. En corollaire, le nombre de non-consommateurs diminue significativement : seulement 25% des Français en 2013, soit la plus faible part de l'histoire de ce baromètre (en 2012, 35% des Français déclaraient ne jamais consommer bio et ils étaient 46% en 2003).



Source : Baromètre Agence Bio/CSA - 2014

- 9% des Français sont des « Bio-quotidiens » (ils consomment des produits bio au moins une fois par jour)
- 19% sont des « Bio-hebdos » (ils consomment bio au moins une fois par semaine)
- 21% sont des « Bio-mensuels » (ils consomment bio au moins une fois par mois)
- 26% sont des « Bio-occasionnels » (ils consomment bio de temps à autre)

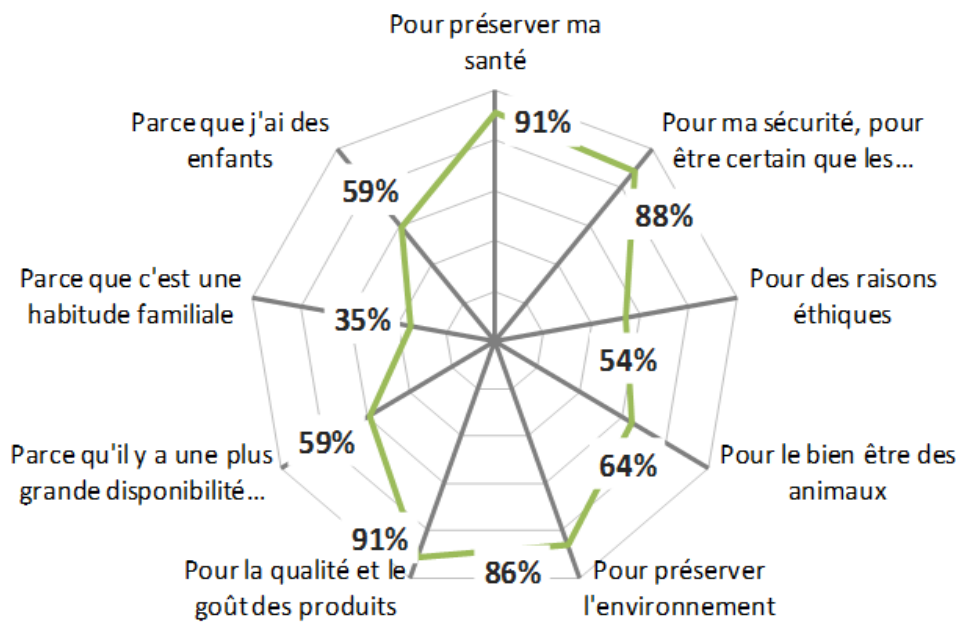


■ Une consommation de produits bio liée à de multiples motivations

Les consommateurs-acheteurs bio ont comme premières motivations la préservation de leur santé et de l'environnement ainsi que la qualité et le goût des produits.

Réponse à la question : «Pour quelles raisons consommez-vous des produits biologiques ?»

Base «consommateurs bio» : 305 répondants



Source : Baromètre Agence

Le principal frein à l'achat reste le prix (pour 78% des consommateurs).

■ Consommer bio fait évoluer les habitudes de consommation

41% des consommateurs de produits bio disent avoir changé leurs habitudes d'achat, leur comportement alimentaire ou culinaire. Ils étaient 39% en 2012. Ces modifications portent essentiellement sur :

- le développement des achats de produits de saison, à 95%,
- la réduction des pertes / du gaspillage, à 92%,
- une part plus importante accordée aux produits frais, à 91%.

Par ailleurs, 45% des Français déclarent également acheter des produits fabriqués à partir d'ingrédients bio, autres que des produits alimentaires, dont 24% des cosmétiques bio et 11%, du textile bio. Cette part monte à 73% chez les consommateurs de produits bio dont 45% pour les cosmétiques bio et 21% pour le textile bio.

Source : Baromètre Agence Bio/CSA - 2014

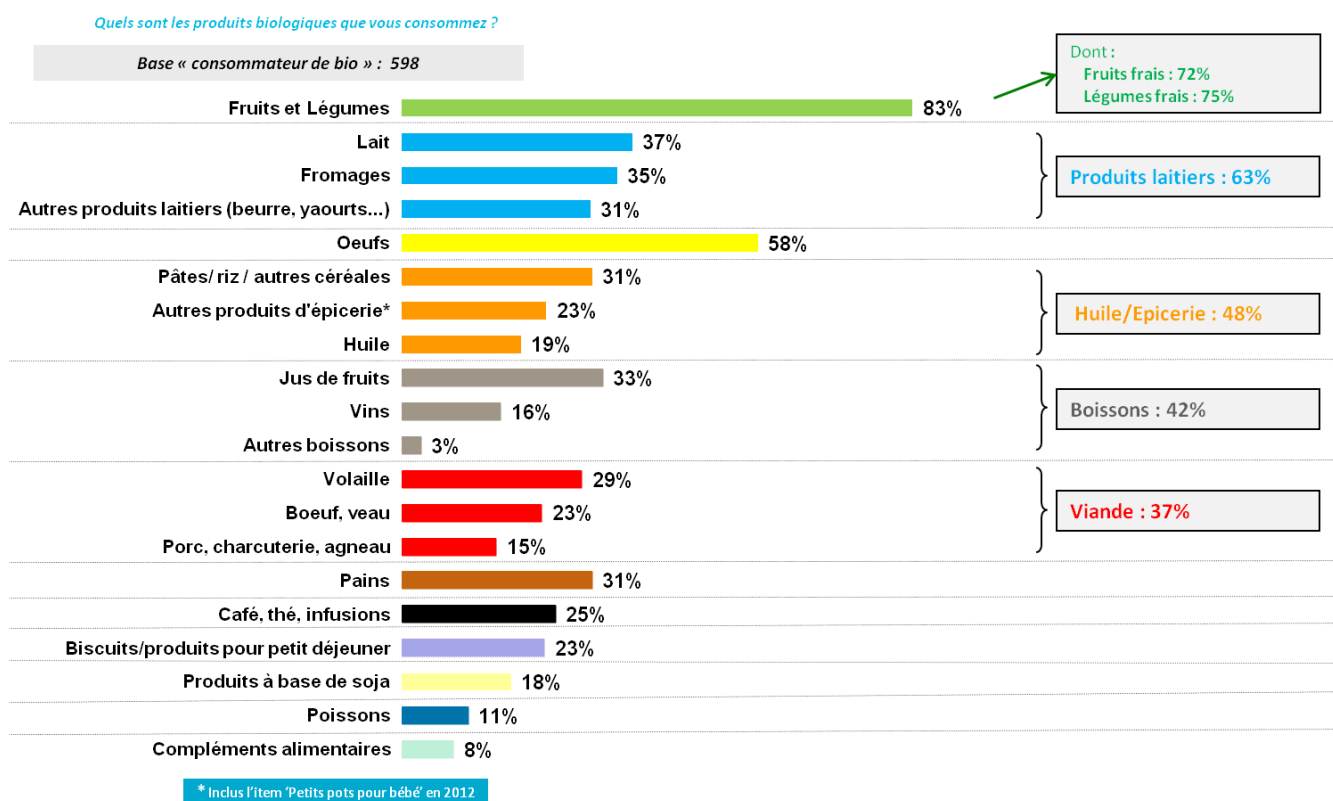


■ Fruits et légumes, produits laitiers bio : au premier rang des produits achetés

Début 2014, 83% des consommateurs de produits bio disaient acheter des fruits et légumes bio, 63% des produits laitiers bio, 58% des œufs bio, 48% des produits d'épicerie bio (huiles, pâtes, riz...), 42% des boissons bio, 37% de la viande bio et 31% du pain bio.

Réponse à la question : «Quels sont les produits bio que vous consommez ?»

Base «consommateurs bio» : 598 répondants



Source : Baromètre Agence Bio/CSA - 2014

■ De nombreux consommateurs achètent des produits bio dans plusieurs circuits

D'après le baromètre Agence BIO/CSA en relation avec la valeur de la consommation alimentaire à domicile (Evaluation Agence BIO/AND-I 2014), les actes d'achat se traduisent par un panier plus ou moins rempli selon les points de vente :

- 79% des consommateurs bio achètent des produits bio en GMS, pour un budget total représentant 46% de la valeur totale des achats de produits bio en 2013 en France ;
- 29% des consommateurs de produits bio en achètent en magasins spécialisés, pour un budget total de 35% de la valeur des achats de produits bio en France ;
- 19% des consommateurs de produits bio en achètent à la ferme et 33% sur les marchés, pour 13% de la valeur des achats de produits bio en France ;
- 19% des consommateurs de produits bio en ont acheté chez les artisans commerçants, pour 5% de la valeur des achats.



Réponse à la question : «Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?»

Base «consommateurs bio» : 598 répondants

	GMS	Marché	Magasins spécialisés	A la ferme	Atisans	Via le drive	Autres	N'achète pas le produit
Pains	24%	11%	23%	1%	33%	1%	3%	4%
Lait	74%	6%	11%	4%	2%	3%	-	1%
Fromages	50%	20%	15%	8%	5%	1%	< 1%	1%
Autres produits laitiers (beurre, yaourts...)	72%	2%	15%	5%	1%	2%	1%	2%
Produits à base de soja	65%	2%	29%	-	1%	2%	-	1%
Fruits	40%	28%	14%	7%	3%	1%	3%	4%
Légumes	38%	29%	13%	8%	3%	1%	4%	4%
Boeuf, veau	31%	12%	10%	22%	23%	1%	3%	-
Porc, charcuterie, agneau	29%	12%	9%	19%	25%	2%	2%	2%
Volaille	36%	13%	9%	24%	12%	1%	3%	2%
Poissons	46%	12%	17%	-	14%	3%	6%	1%
oeufs	52%	12%	9%	16%	3%	1%	4%	3%
Huile	58%	1%	23%	3%	5%	4%	5%	-
Café, thé, infusions	63%	2%	25%	-	2%	3%	4%	1%
Biscuits/produits pour petit déjeuner	66%	2%	26%	-	4%	2%	-	1%
Pâtes/riz/autres céréales	65%	-	29%	1%	2%	2%	1%	< 1%
Autres produits d'épicerie (chocolat, miel, sucre, condiments, plats préparés, / petits pots pour bébés,...)	63%	1%	28%	2%	1%	1%	1%	2%
Vins	45%	1%	22%	7%	10%	1%	10%	3%
Jus de fruits	71%	2%	17%	2%	2%	3%	1%	1%
Autres boissons	40%	5%	35%	5%	-	-	7%	8%
Compléments alimentaires	23%	-	50%	-	-	2%	25%	-
Tous produits (lieu cité au moins une fois)	79%	33%	29%	19%	19%	2%	9%	

Source : Baromètre Agence Bio/CSA - 2014



Les produits biologiques en restauration collective

■ La restauration collective à caractère social en France⁽¹⁾

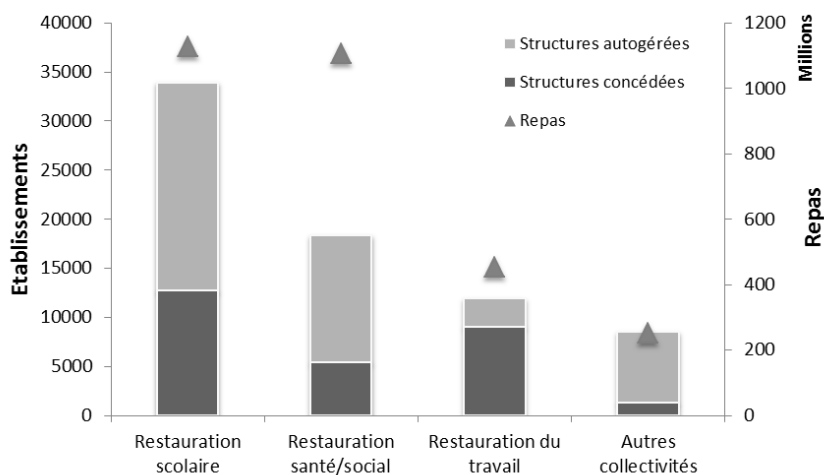
15 millions de Français prennent chaque jour au moins un repas hors de leur domicile, dont plus de la moitié en restauration collective.

Près de 73 000 structures de restauration collective, publiques ou privées, distribuent plus de 3,5 milliards de repas par an dans les secteurs de :

- l'enseignement (restauration scolaire et universitaire),
- la santé et le social (restauration hospitalière, maisons de retraite...),
- le travail (restauration d'entreprises et d'administrations),
- les autres collectivités (centres de vacances, armées, établissements pénitentiaires...).

L'ensemble de ces secteurs totalise plus de 7 milliards d'euros HT d'achats alimentaires (hors petits déjeuners), répartis de façon quasiment égale entre produits frais, produits surgelés et produits d'épicerie.

Part des différents secteurs de la restauration collective en fonction du nombre de restaurants et du nombre de repas
(d'après données Gira Foodservice)



■ La bio bien installée dans les assiettes⁽²⁾

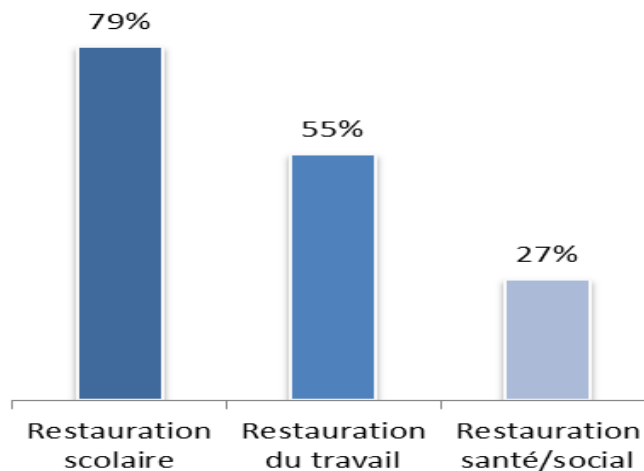
Depuis 2012, les établissements de restauration déclarant proposer des produits biologiques à leurs convives sont majoritaires : 59% en 2014, alors qu'ils n'étaient que 4% avant 2006 et 56% en 2013.

Le secteur scolaire est le plus concerné, avec 79% d'établissements qui déclarent proposer des produits bio, suivi du secteur du travail, avec 55% d'établissements, puis du secteur de la santé et du social, avec 27% des établissements.



Part des acheteurs de produits bio dans les différents secteurs de la restauration

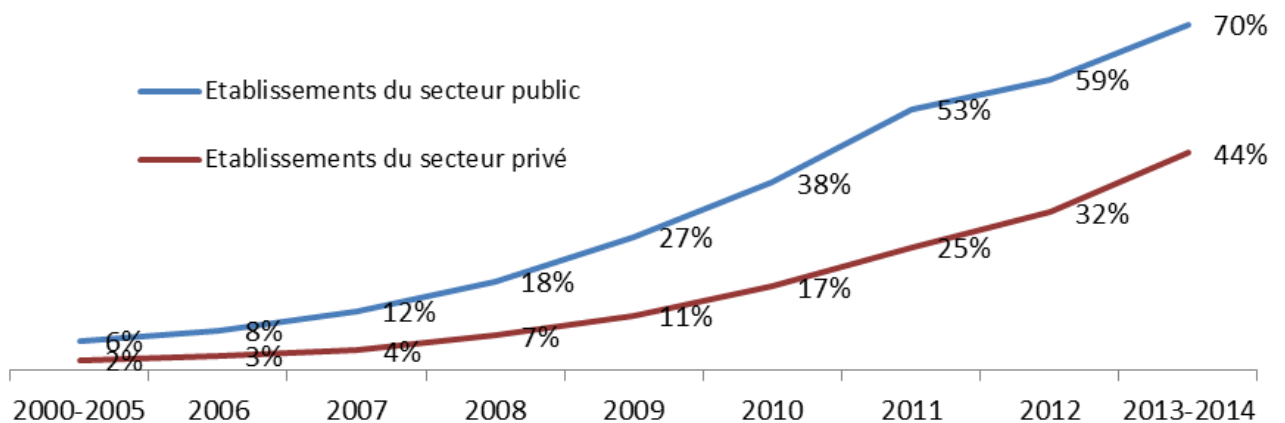
(source : Etude Agence Bio/CSA-2014)



L'introduction est plus significative dans le secteur public (70% des établissements) que dans le privé (44% des établissements).

Année d'introduction des produits biologiques en restauration collective dans les secteurs public et privé

(source : Etude Agence Bio/CSA-2014)



■ Typologie des établissements

Les produits bio restent davantage introduits au sein des grosses et moyennes structures (72% de celles de plus de 500 repas par jour en proposent), et dans celles ayant les budgets alimentaires les moins élevés (66%).

La part des établissements introduisant des produits bio est globalement la même en gestion directe (59%, plutôt stable depuis 3 ans) et concédée (58%, en progression constante depuis 2009).



■ Les formules et la fréquence retenues

L'introduction de produits bio se fait cette année majoritairement en faveur **de produits et d'ingrédients bio** (51% des établissements, contre 46% en 2013) plutôt que de plats (21% des établissements, 19% en 2013) ou de menus entièrement bio (28% des établissements, 35% en 2013).

Parmi les acheteurs de produits bio, 6 sur 10 en proposent au moins une fois par mois (contre 36% en 2009). 4 sur 10 en proposent au moins une fois par semaine (17% en 2009), et 16% tous les jours (5% en 2009).

■ Les produits bio frais toujours les plus introduits

Les principaux produits bio introduits en restauration collective sont les produits frais, notamment :

- les **fruits frais** (85% des restaurants ayant introduit des produits bio déclarent en proposer), les pommes étant toujours autant achetées (81%),
- les **produits laitiers** (78%) et notamment les yaourts (75%),
- les **légumes frais** (75%) avec une forte part de carottes (68%), crudités (47%), tomates (46%) et salades (41%).

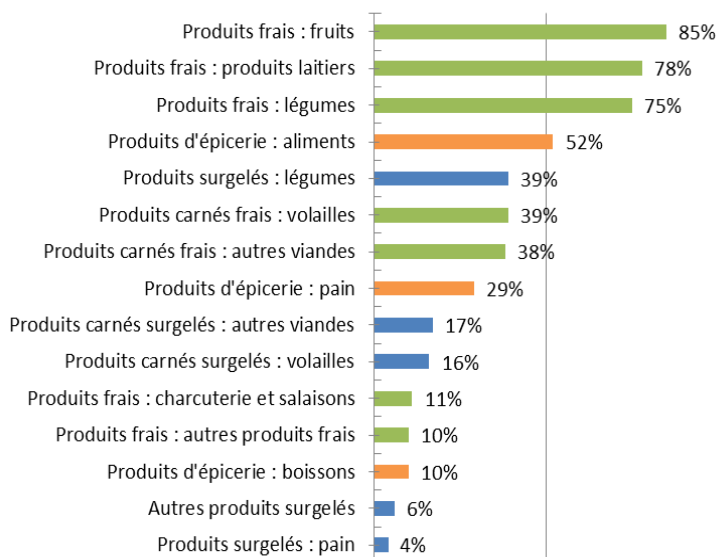
On retrouve également :

- les **produits d'épicerie** (52% des restaurants ayant introduit des produits bio déclarent en proposer), notamment pâtes (40%) et riz (34%),
- La **volaille** fraîche (39%) et surgelée (16%), les **viandes** fraîches (38%) et surgelées (17%),
- les **légumes surgelés** (39%),
- le **pain** frais (29%) et surgelé (4%).

En moyenne, chaque établissement introduit **environ 5 familles de produits bio différentes**.

Part des acheteurs par famille de produits bio

(source : Étude Agence Bio/CSA -2014)





■ Les produits bio de saison et régionaux plébiscités

Les établissements déclarent à 83%, acheter des produits bio d'origine française, dont la moitié d'origine régionale, qu'ils sont 79% à privilégier.

La saisonnalité demeure le premier critère de choix d'un fournisseur de produits bio pour 86% des établissements.

■ Le marché des produits bio en restauration collective

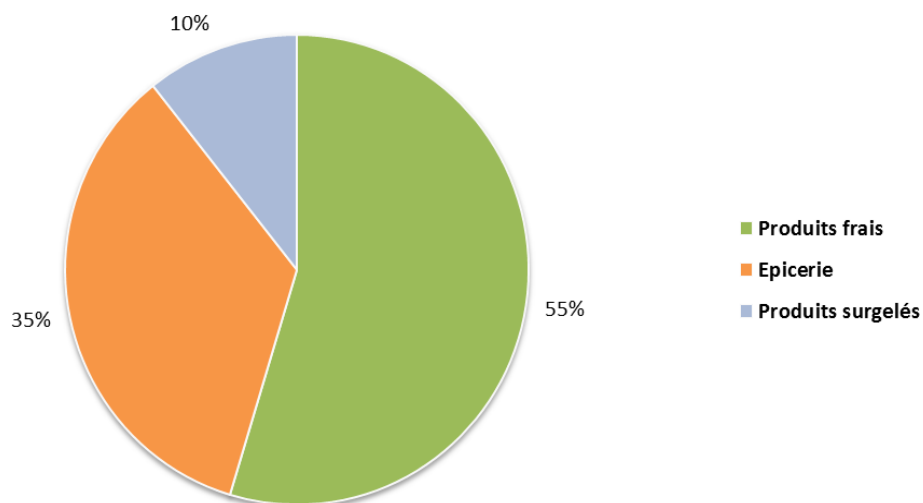
Lorsqu'ils sont introduits, la part des produits biologiques dans le montant total des achats des établissements est passée de 5% en 2008 à 12% depuis 2012 en moyenne. Ce taux monte à 32% pour le pain.

Les achats de produits bio en restauration collective ont ainsi été estimés à 172 millions d'euros HT pour 2013 pour l'ensemble des familles de produits (frais, surgelés, épicerie, hors pain), soit une progression de 1,4% en un an (contre 7% l'an dernier). Ainsi, ce marché représentait en 2013 :

- 2,4% des achats alimentaires de la restauration à caractère social (contre 0,6% en 2008),
- 4% des achats alimentaires de la restauration scolaire,
- 3,8% du marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique.

Répartition des achats en produits bio par famille

(source : Etude Agence Bio/CSA - 2014)





■ Le coût de l'introduction des produits bio

8 établissements sur 10 ayant introduit des produits bio font état d'un surcoût de 19% en moyenne (en baisse significative depuis 2011 où il était de 26%).

7 sur 10 ont cherché à le réduire, notamment :

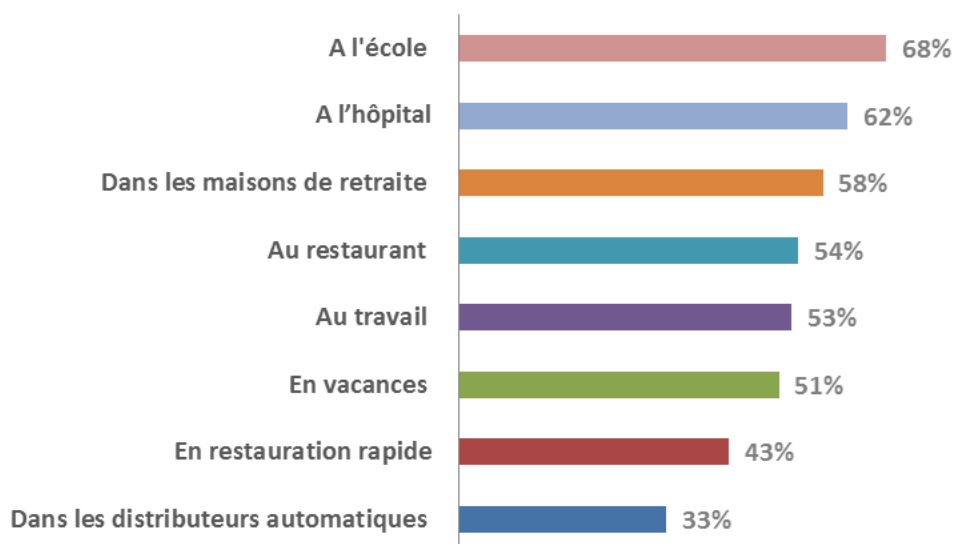
- en limitant le gaspillage (88%),
- en travaillant sur l'éducation alimentaire (66%),
- en mettant en concurrence les fournisseurs (66%),
- en remplaçant certains produits par d'autres moins coûteux (65%),
- en passant des partenariats au niveau local (63%),
- en groupant les achats (62%).

■ Les facteurs d'introduction des produits biologiques

Les élus ou la direction sont cités comme principal facteur d'impulsion des produits biologiques (57% des établissements), suivi de l'équipe en cuisine (48%), des parents d'élèves (33%) et des convives (25%).

Part des Français intéressés par l'introduction de produits bio en restauration

(source : baromètre Agence Bio/CSA - 2014)



■ Un bilan positif

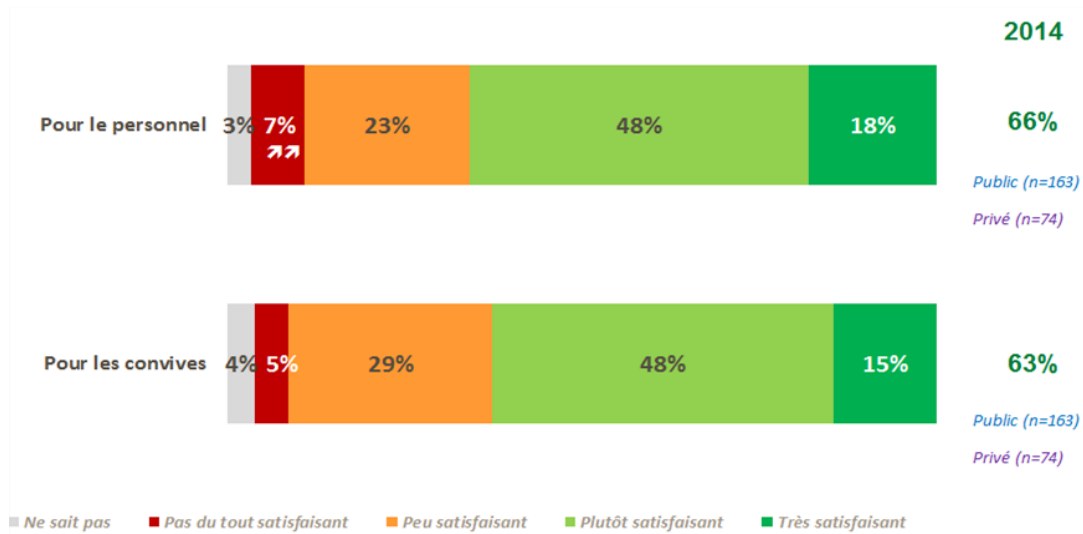
Les 2/3 des responsables de restauration ayant opté pour l'introduction de produits biologiques jugent celle-ci satisfaisante, que ce soit pour le personnel (66% de satisfaits) ou pour les convives (63% de satisfaits).

Ceux qui se déclarent insatisfaits évoquent essentiellement le prix, la méconnaissance des produits bio et des difficultés d'approvisionnement.



Bilan de l'introduction des produits biologiques

(source : Etude Agence Bio/CSA - 2014)



■ Les perspectives

L'introduction des produits bio devrait se poursuivre et toucher encore de nouveaux établissements : 18% de non acheteurs de produits bio actuellement déclarent avoir l'intention d'introduire des produits biologiques dans leurs menus.

Le potentiel de nouveaux acteurs est plus important dans les secteurs actuellement en retrait (restauration du secteur privé et du secteur santé/social).

La part des achats pourrait atteindre 15% en projection en moyenne (contre 19% envisagés l'an dernier).

Tous secteurs confondus, les produits bio les plus présents resteront :

- les fruits frais (67% des établissements envisagent d'en introduire),
- les légumes frais (61%),
- les produits laitiers (58%).

Notes :

⁽¹⁾ D'après données sur la restauration collective fournies par Gira Foodservice.

⁽²⁾ L'ensemble des données de l'observatoire 2014 des produits biologiques en restauration collective est issu de l'enquête Agence Bio/CSA réalisée du 10 au 14 février 2014 auprès de 401 responsables des achats d'établissements de la restauration collective représentatifs de l'ensemble des opérateurs du secteur en France (hors établissements sociaux, structures collectives de loisirs et communautés religieuses).