

**SALON**  
**AGRICOLE**  
**INTERNATIONAL**



**tech & bio**

Une initiative des Chambres d'agriculture

**VIVEZ**  
**DE NOUVELLES**  
**EXPÉRIENCES**  
**AGRICOLES**



**SALON  
AGRICOLE  
INTERNATIONAL**



**tech&bio**

Une initiative des Chambres d'agriculture

A branch with several green leaves is shown on the left side of the slide. One leaf is highlighted with a green wireframe overlay, showing its vein structure. The background is a dark green gradient.

**Où va le lait bio, quelles actions  
pour dynamiser la consommation  
et la valorisation de lait bio dans  
les régions ?**

**C.Puvilland (CNIEL)**

**C.Goscianski (Idèle)**

**SALON**  
**AGRICOLE**  
**INTERNATIONAL**



**tech&bio**

Une initiative des Chambres d'agriculture

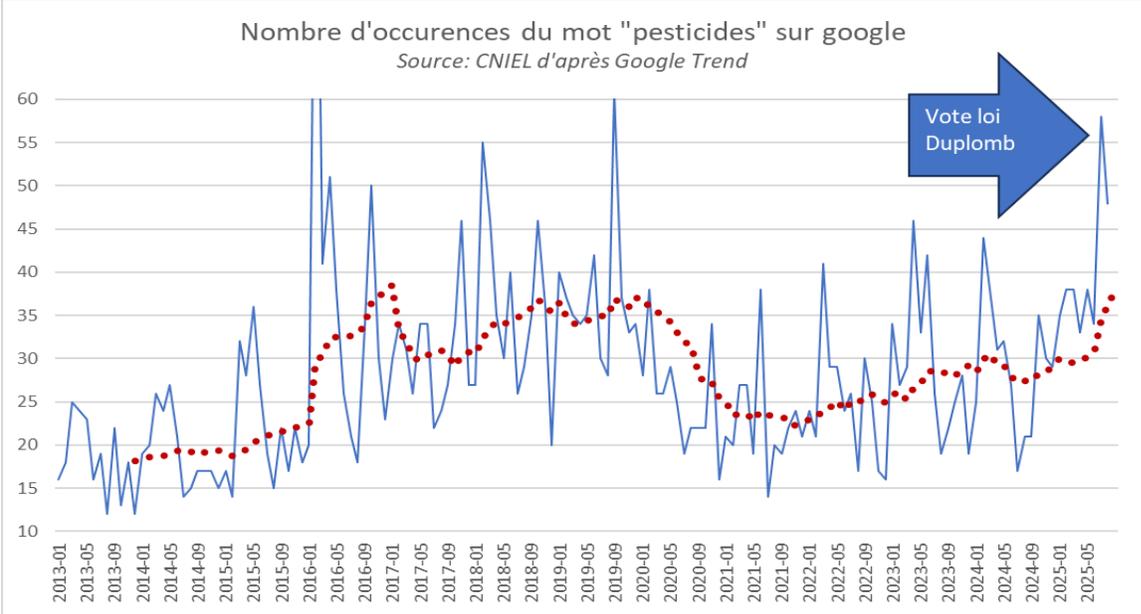
# Quelles perspectives pour la filière lait bio?

**C.Puvilland (CNIEL)**

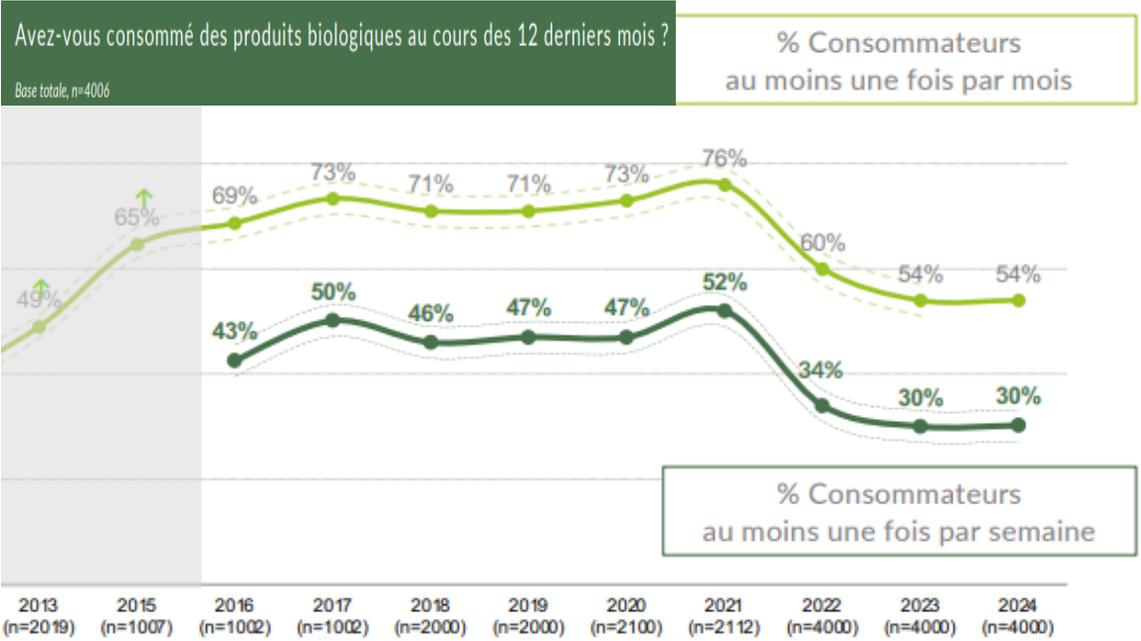




# UNE CONSOMMATION BIO PAR RÉACTION?



Juillet 2025 = première hausse en 4 ans

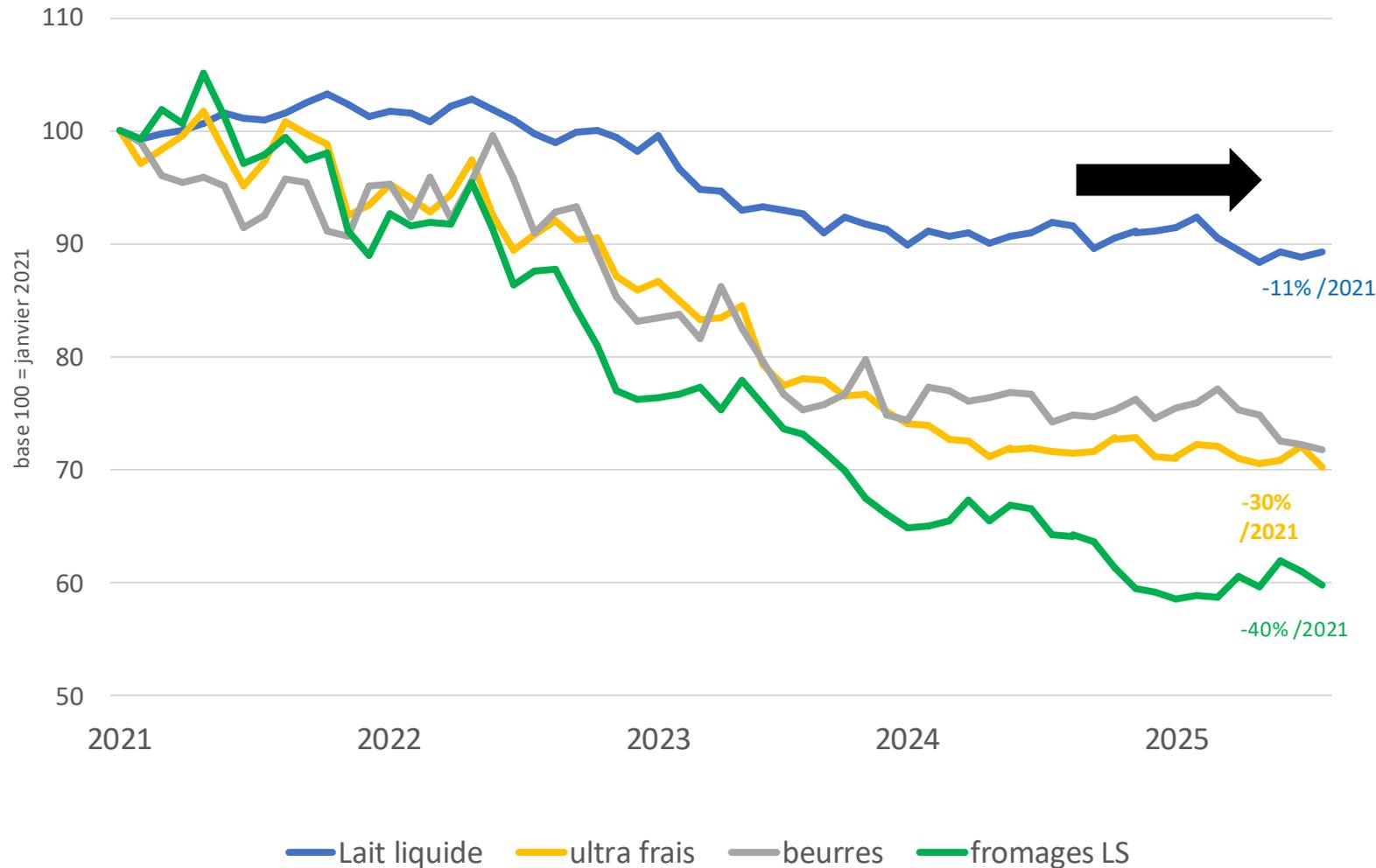


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2025, Obsoco pour l'Agence Bio

# LE NOMBRE DE RÉFÉRENCES BIO PEINE ENCORE À SE STABILISER COMPLÈTEMENT

Nombre de références de produits laitiers bio en GMS

Source: CNIEL d'après CIRCANA

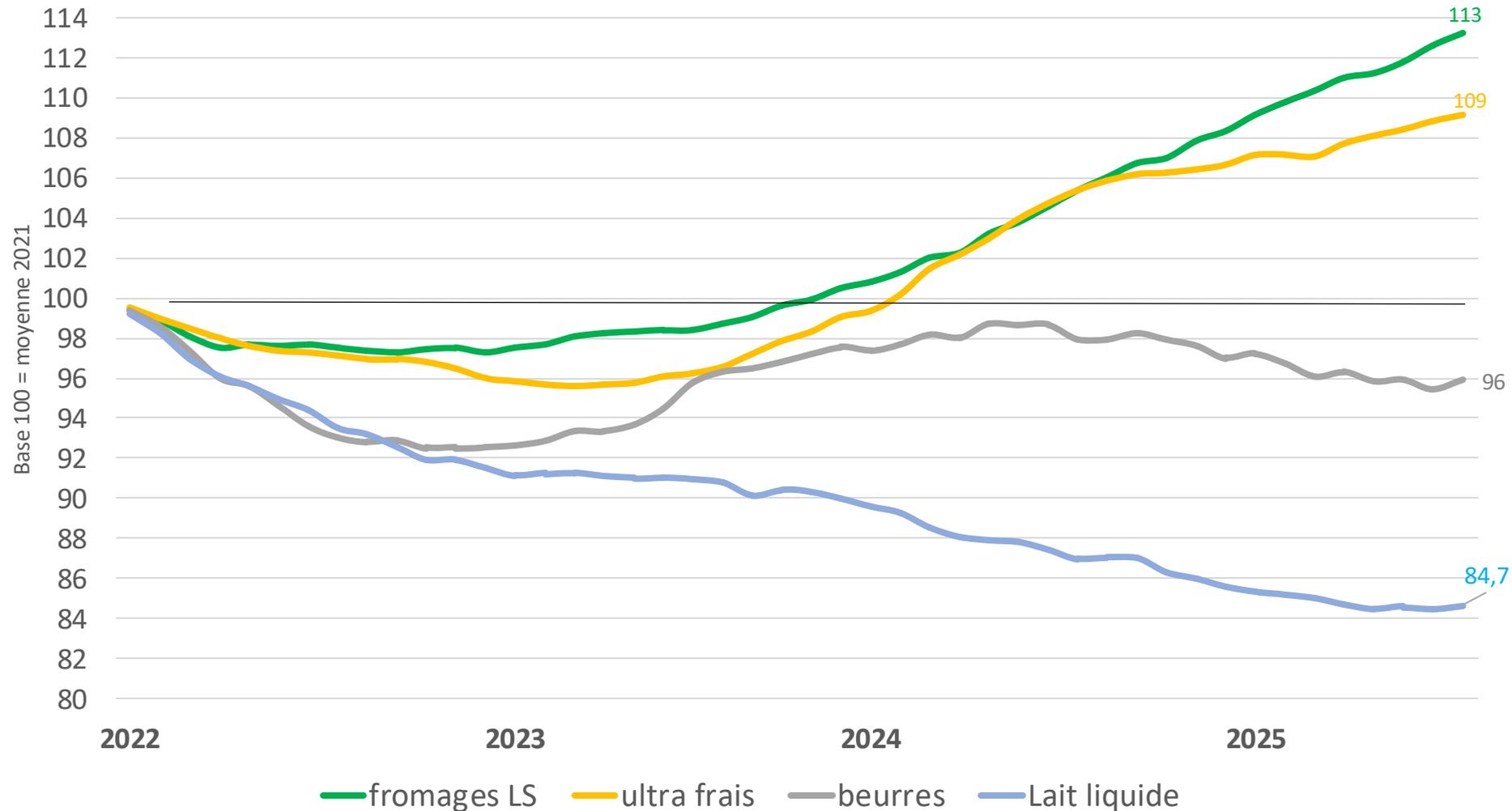


Le rythme de baisse du nombre de références bio a nettement ralenti depuis le début de l'année 2024, mais se poursuit dans toutes les catégories

# ET CE MALGRÉ UNE HAUSSE GLOBALE DE DEMANDE À LA RÉFÉRENCE

Demande à la référence de produits laitiers bio  
(sur un an glissant)

Source: CNIEL d'après CIRCANA





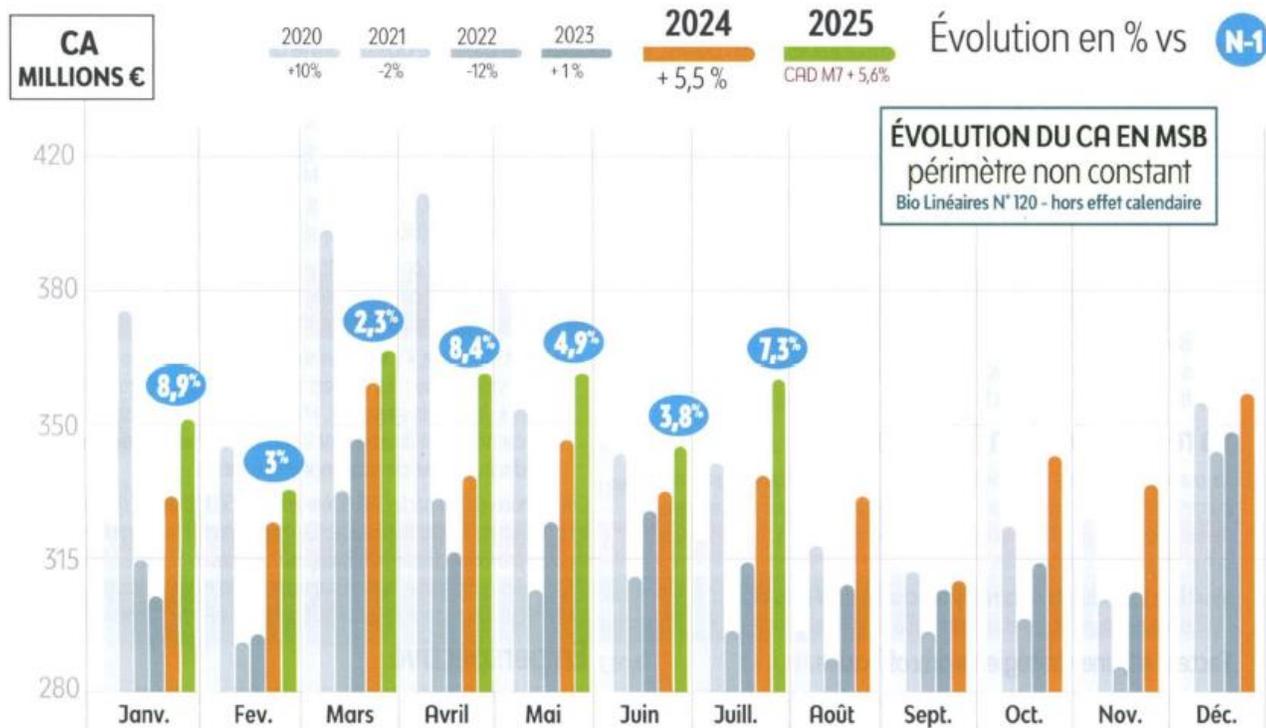


# LE NET REBOND DES VENTES DANS LES CIRCUITS SPÉCIALISÉS BIO SE POURSUIT

+6% en 2025 malgré une inflation nulle

Et le rayon PL fait partie des contributeurs à la hausse

## L'activité des magasins Bio M7 2025



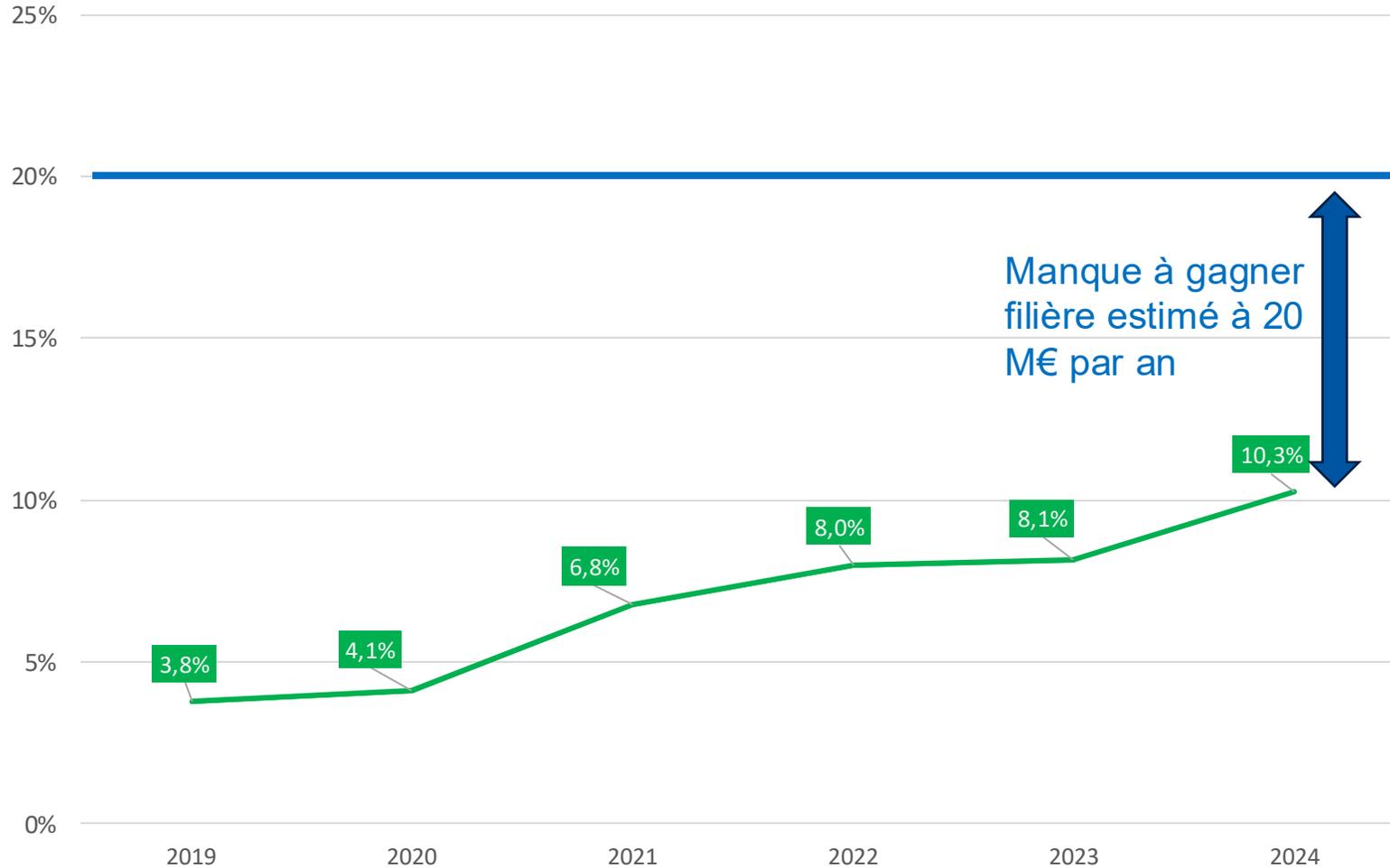
FAMILLE	EVOL. CA 2024 2023
PRODUITS SANS CODE BARRE	6,6%
FRUITS ET LÉGUMES	10,8%
PÂTISSERIE / BOULANGERIE	6,6%
SURGELÉS	11,5%
FRAIS	9,0%
ÉPICERIE SUCRÉE	5,3%
ÉPICERIE SALÉE	8,5%
ÉPICERIE ENFANTS	-13,9%
LIQUIDES	3,4%
HYGIÈNE ET SOINS	-7,8%
COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES	-2,4%
ENTRETIEN	-0,8%
ÉQUIPEMENT	-9,2%

Source: Biolinéaire

# LES VOLUMES DE PL BIO EN RESTAURATION COLLECTIVE PROGRESSENT DE NOUVEAU

Mais demeurent loin de l'obligation dictée par la loi EGalim. A ce rythme de progression, la loi EGalim ne sera respectée qu'en ... 2034!

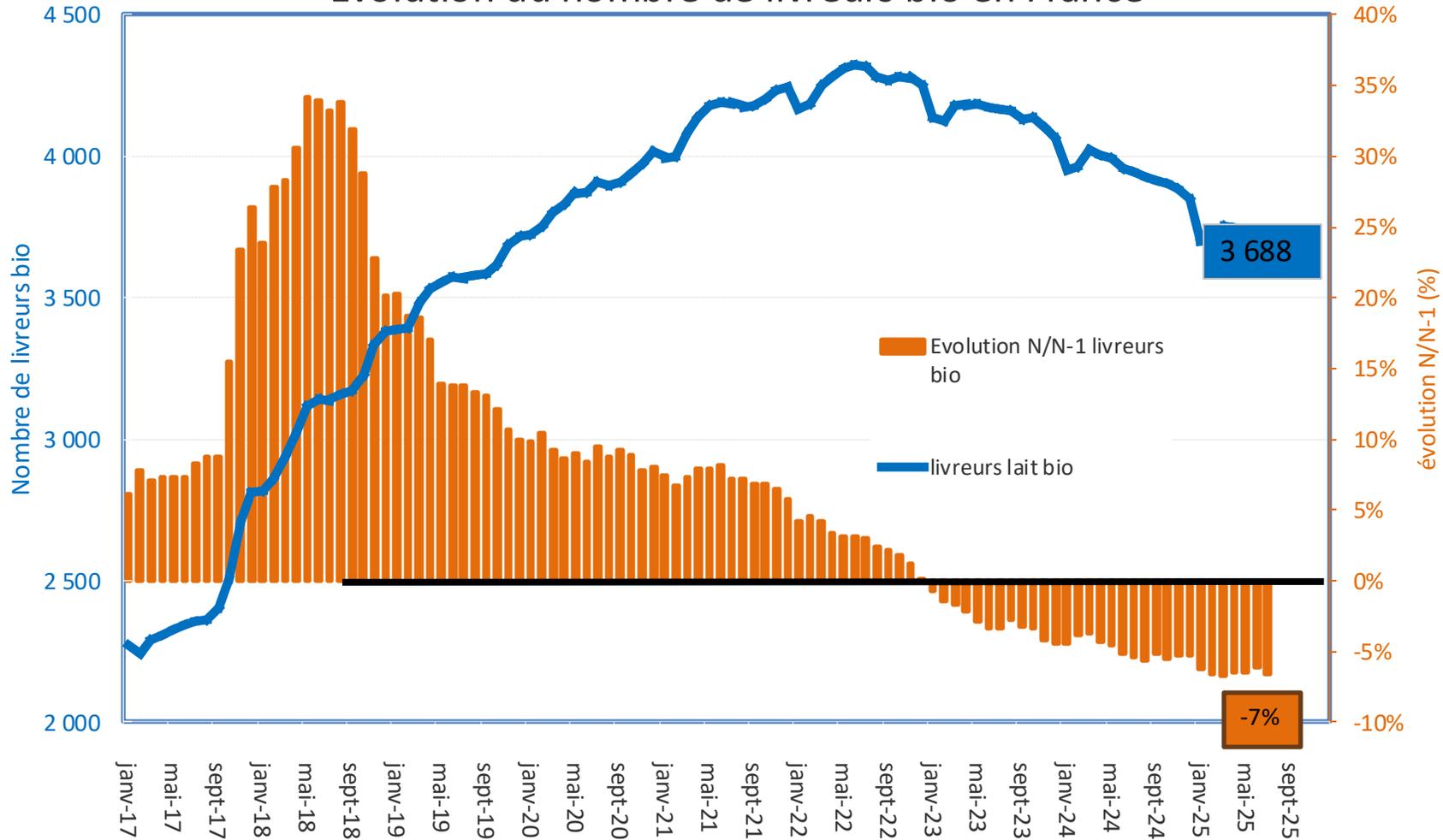
Part du bio en valeur dans la restauration collective (%)  
Source: calculs CNIEL d'après donnés GIRA Food



**Volume lait bio absorbé toute RHD = 80 MI**  
Si application effective loi EGalim par tout le monde : environ 100 millions de litres de potentiel **supplémentaires** seraient absorbés, ce qui représente un manque à gagner de 20 millions d'€ par an pour la filière laitière bio

# ACCÉLÉRATION CONTINUE DE LA BAISSÉ DU NOMBRE DE LIVREURS

Evolution du nombre de livreurs bio en France



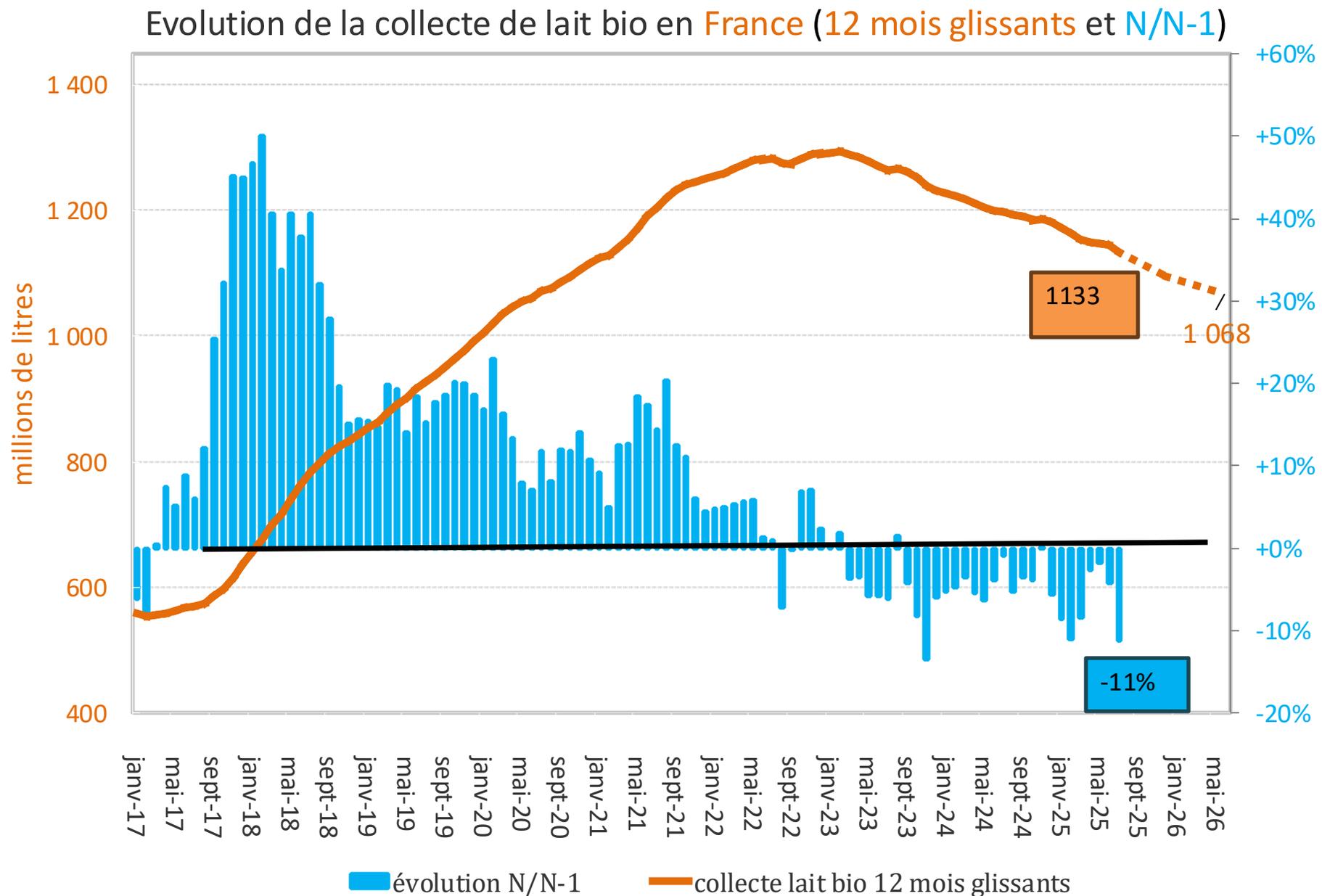
**Juillet 2025:**

3 688 livreurs bio, -7% par rapport à 2024.

**-15%** de livreurs depuis juin 2022 (-600)

**Plus bas niveau depuis 2019**

# ACCENTUATION DE LA BAISSÉ DE COLLECTE



**Sur un an glissant:**  
 1,13 milliards collectés, soit -5,5%

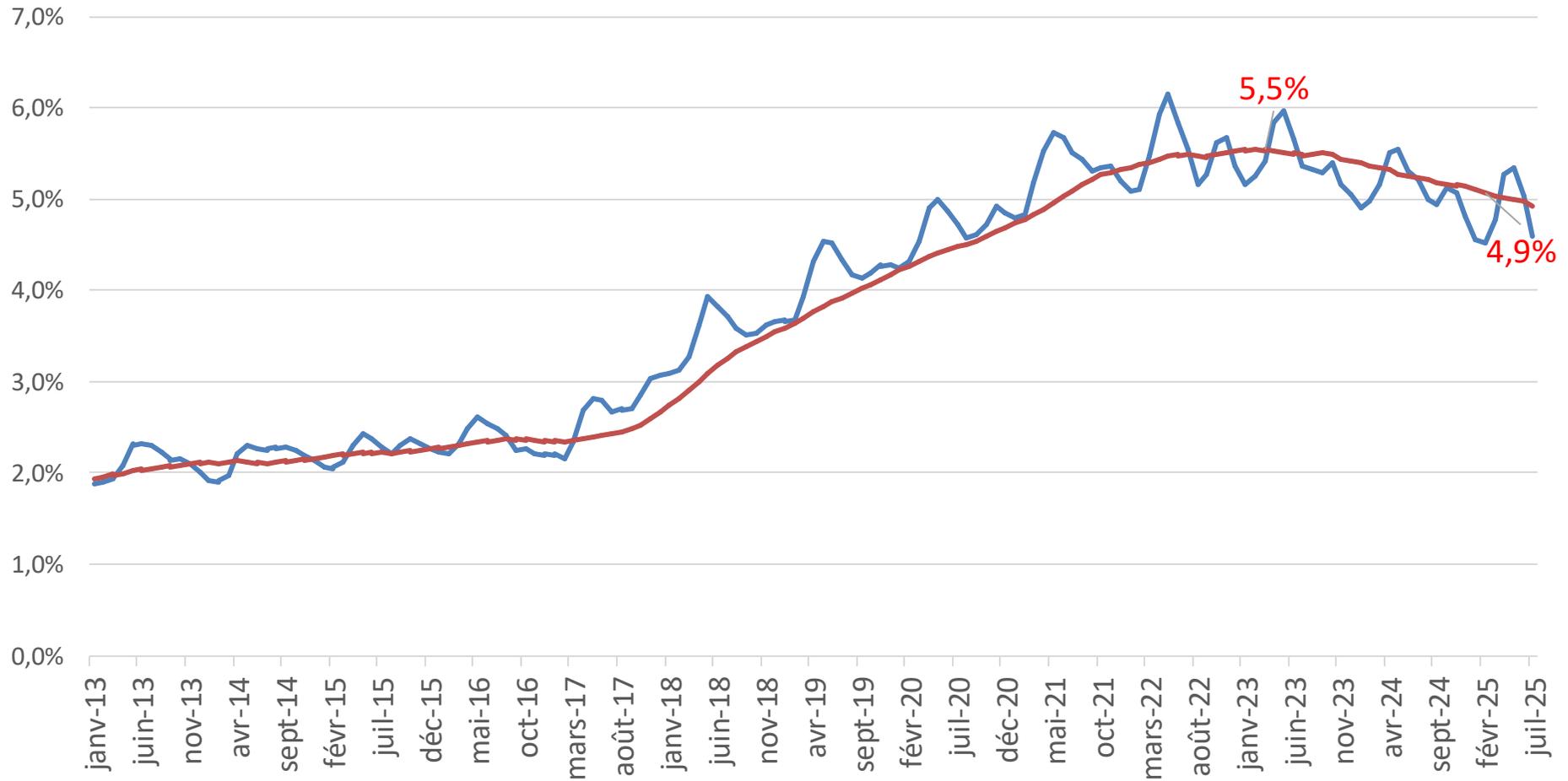
La collecte pourrait repasser sous la barre du 1,1 milliard d'ici la fin de l'année!

**Sur les sept premiers mois 2025:**  
 -7% / 2024  
 Dont -11% en juillet

# LA COLLECTE BIO REPASSE SOUS LA BARRE SYMBOLIQUE DES 5% DE LA COLLECTE TOTAL

Part du lait bio dans la collecte (%)

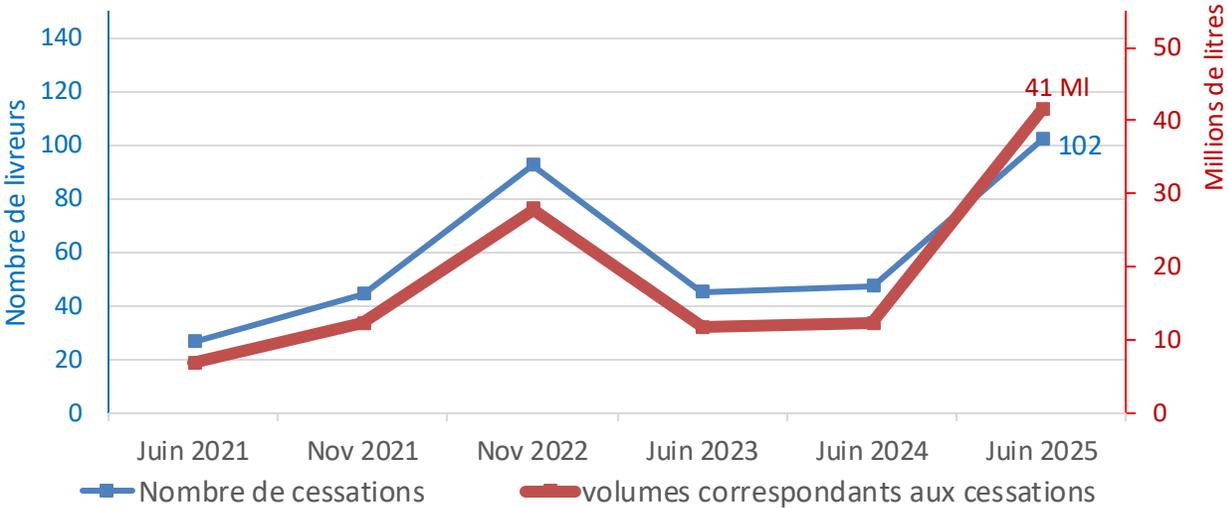
Source: CNIEL d'après FranceAgriMer



# BILAN ET PROJECTION DE L'ENQUÊTE DE CONVERSION / CESSATION CNIEL

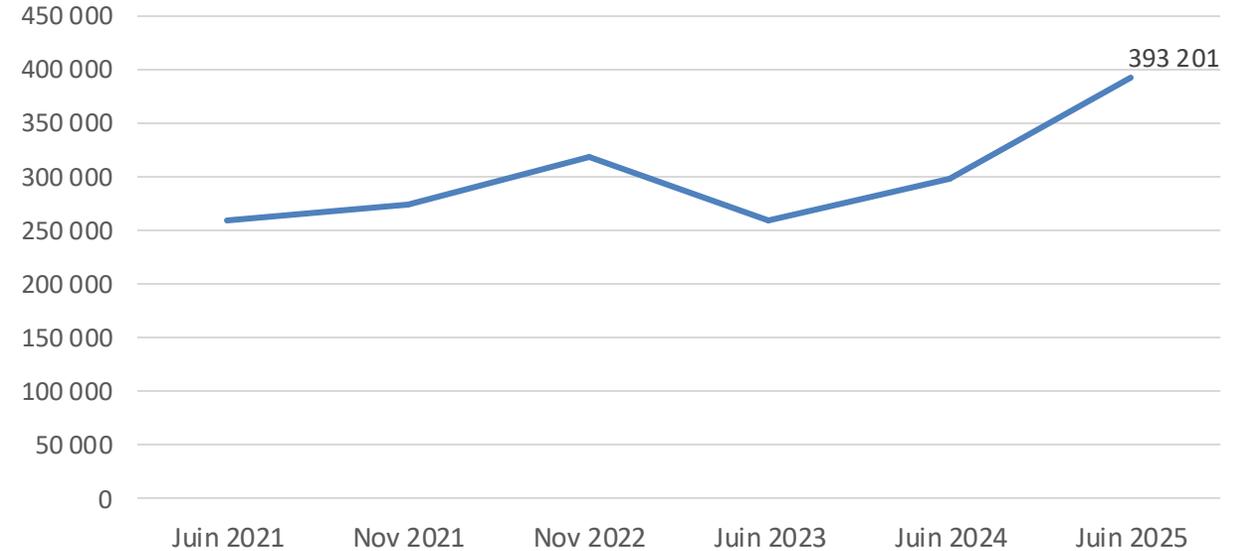
Anticipation d'un nombre record de cessations sur 2025/2026

Cessations d'activité prévues à chaque enquête pour l'année à venir

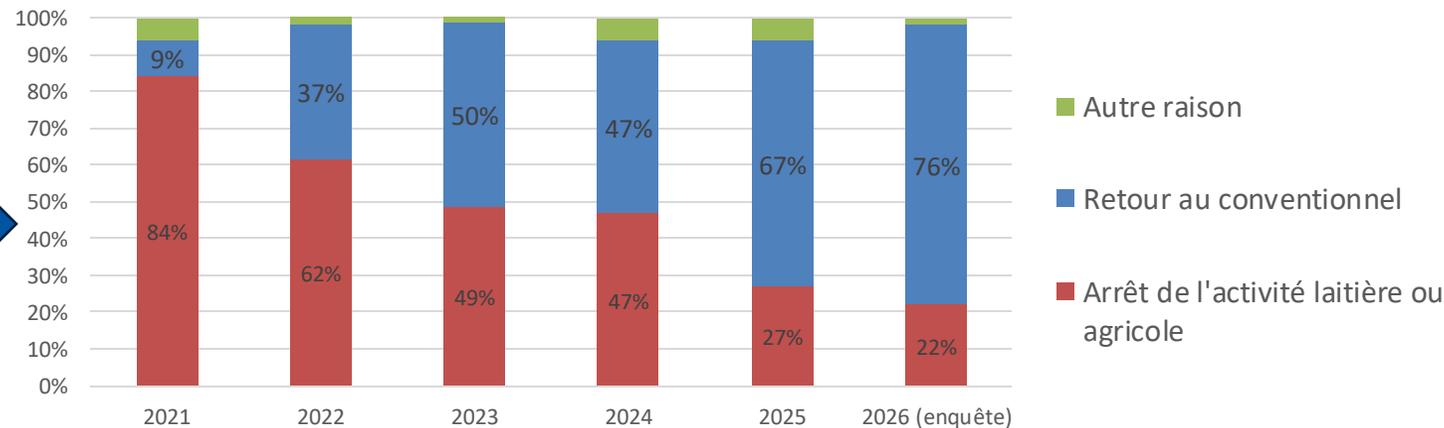


Des fermes de plus grande taille se déconvertissent

Volume moyen annuel des cessations d'activité à venir



Profil des cessations d'activités lait bio



Forte accélération de la part des « déconversions » dans les cessations

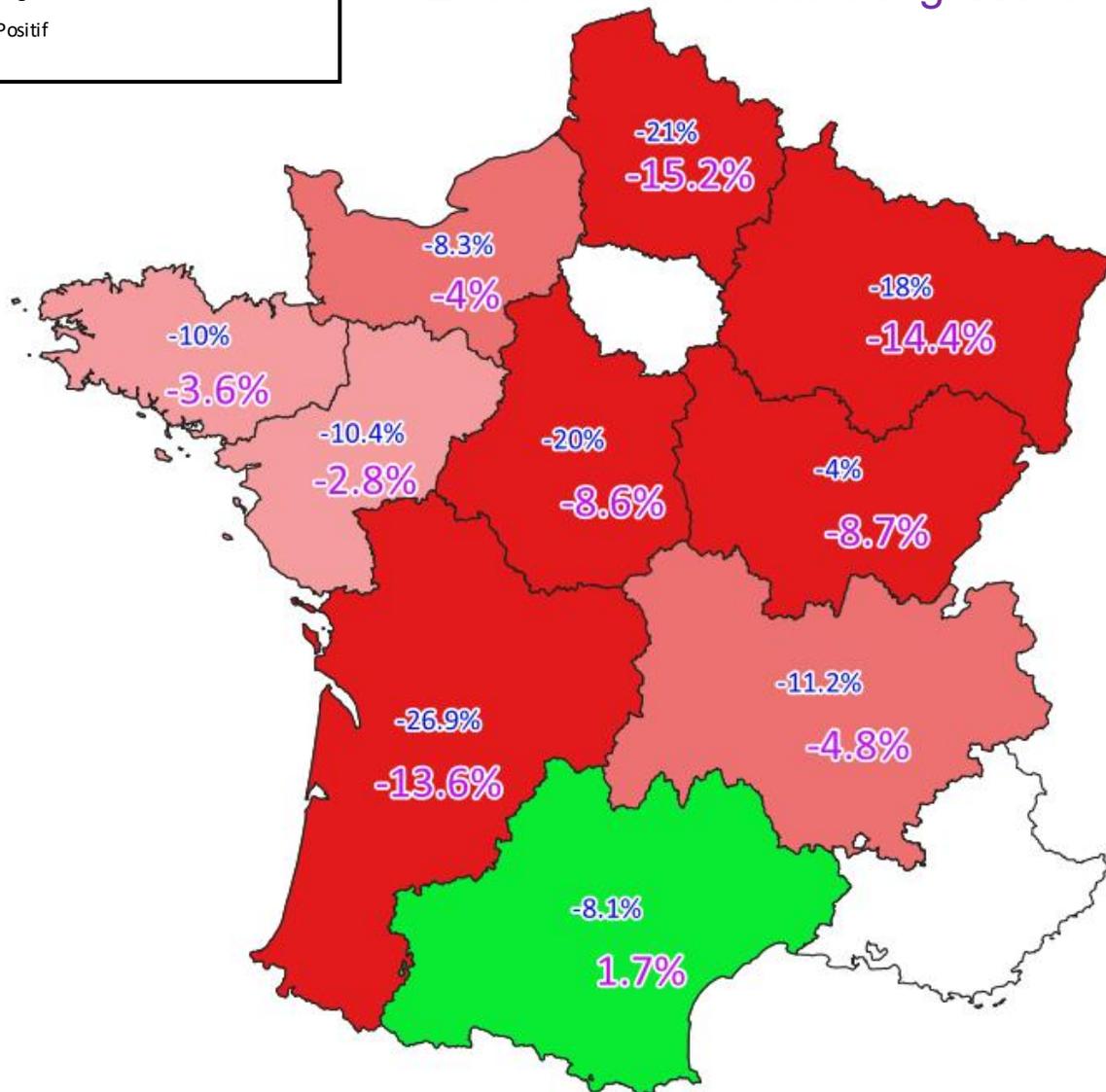
# ÉVOLUTION DE LA COLLECTE BIO PAR RÉGION

Évolution du cumul annuel mobile



Evolution juillet 2025

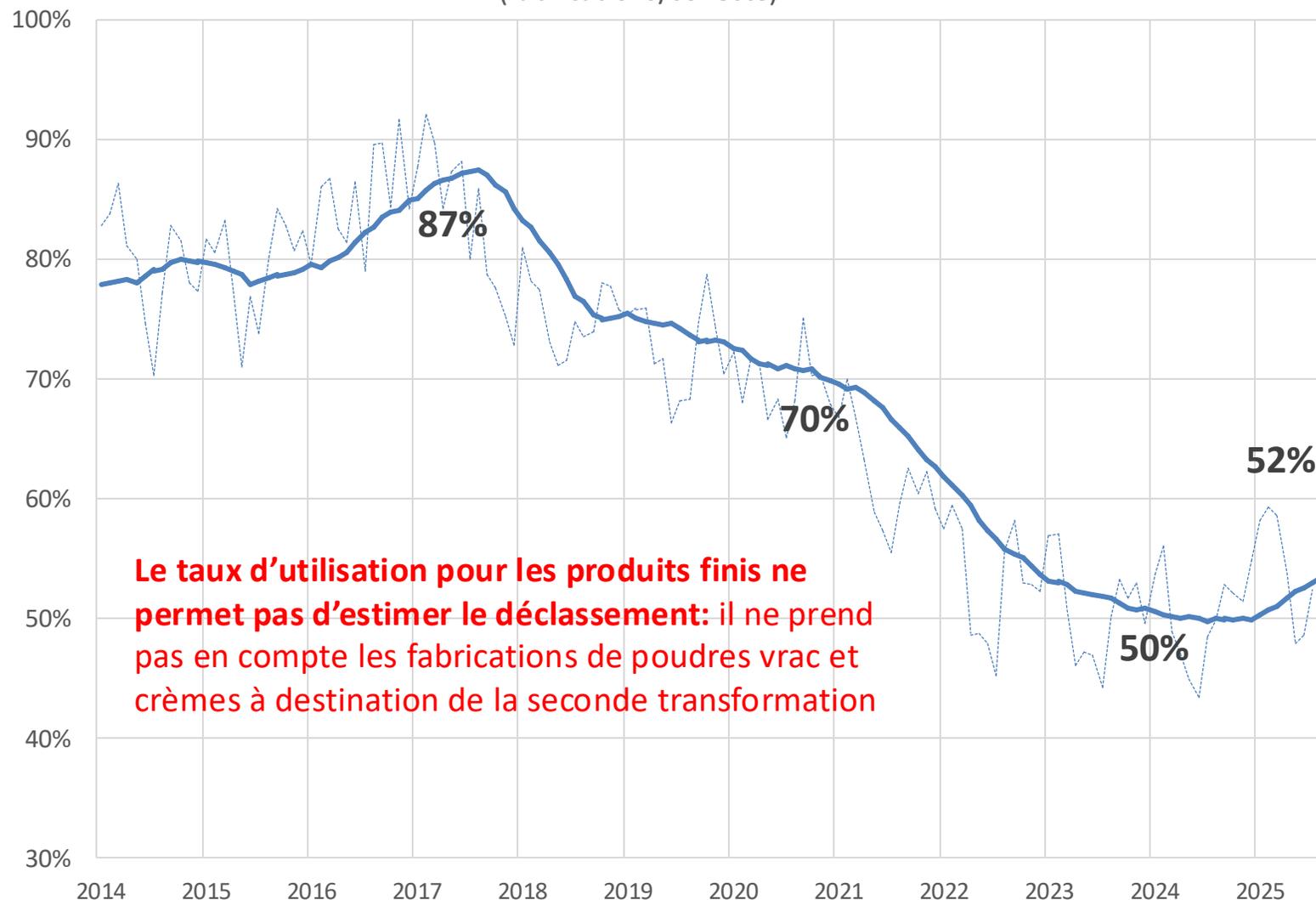
Evolution cumul annuel glissant



Effondrement de la collecte bio dans les régions affectées par la FCO3 dès l'automne 2024, mais qui sont aussi parmi les plus touchées par les cessations d'activité.

# LE TAUX D'UTILISATION EN PRODUITS FINIS SE REDRESSE (LÉGÈREMENT)

Taux d'utilisation en bio (hors ingrédients et exports)  
(fabrications/collecte)



**Sur les sept premiers mois de 2025:**

Collecte bio = **-7% /2024**

Fabrications PL bio = **+3% /2024**

**Une partie de ces déclassements relèvent d'arbitrages industriels**

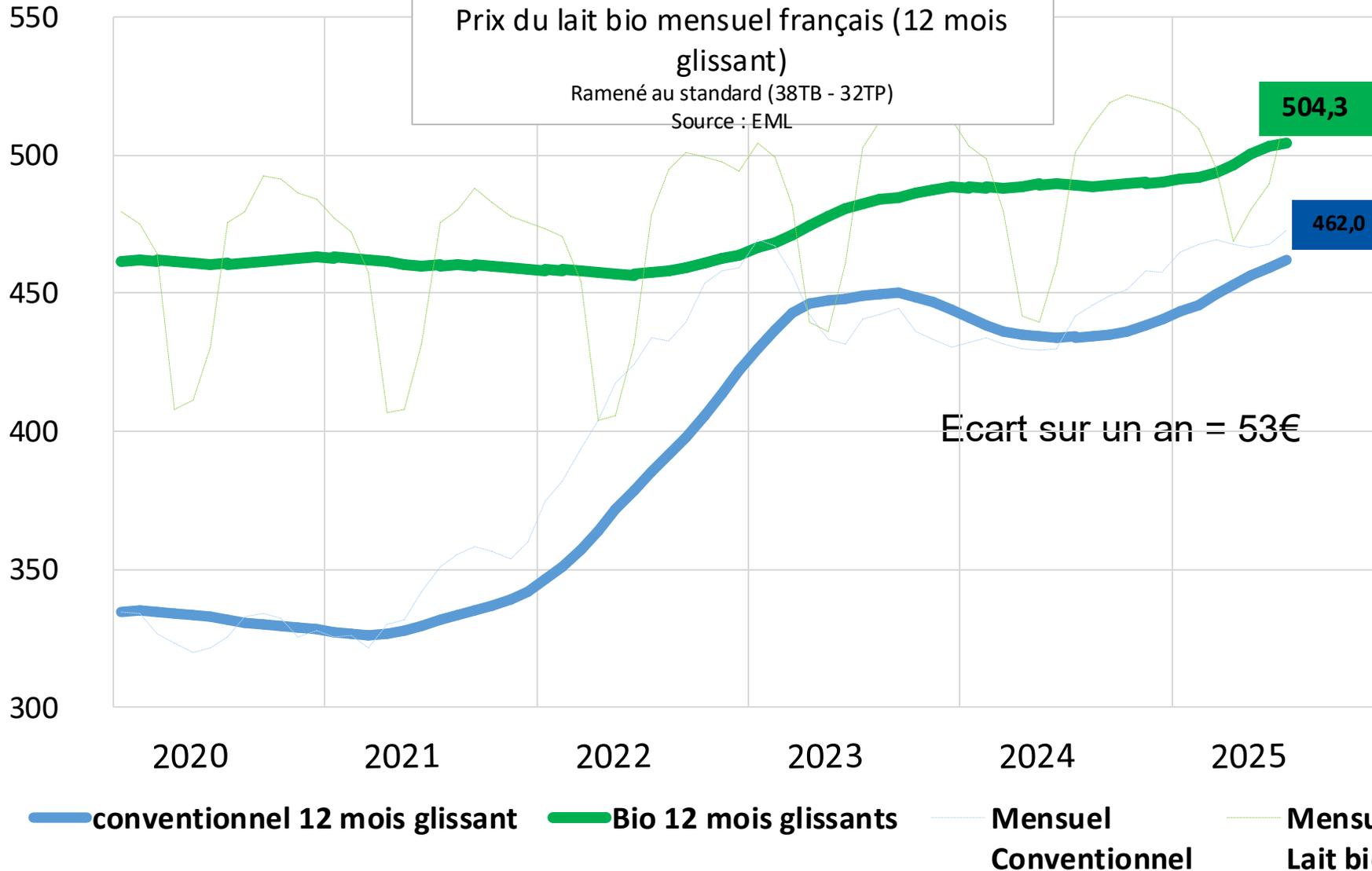
- 1) Déclassement de lait entier avant entrée usine
  - Du fait de prix alléchants en crème spots conventionnelle qui incitent à déclasser
  - Car certaines usines ont réduit leur nombre de série de production bio et déclassent la collecte des autres tournées de la semaine
- 2) Des volumes de crèmes bio parfois insuffisants pour être valorisés en bio

**Conséquences des pertes d'économie d'échelles**

# LÉGÈRE HAUSSE DU PRIX DU LAIT BIO

Un écart de prix entre bio et conventionnel très faible, mais qui pourrait de nouveau se creuser avec la baisse à venir des cours du beurre poudre

Prix du lait bio mensuel français (12 mois glissant)  
Ramené au standard (38TB - 32TP)  
Source : EML



## Prix du lait bio

En juillet 2025

légère hausse sur un an (+3%/2024) à 516€/ 1 000 l

Sur 12mois glissants:

508€ / 1000 l

## Prix du lait conventionnel

En juillet 2025

hausse sur un an (+6%/ 2024) à 472€ / 1 000 l

Sur 12mois glissants:

455,6€ / 1 000 l

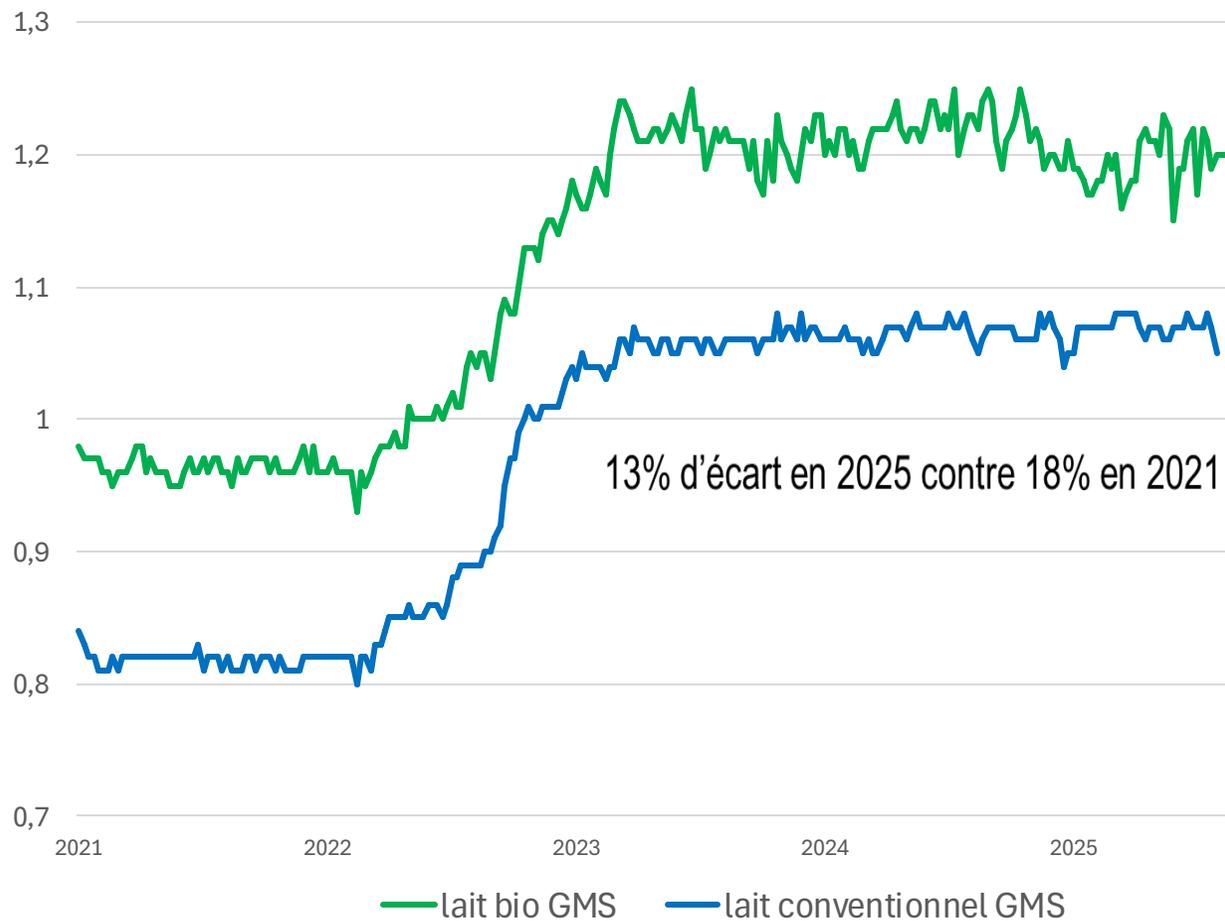
# MAINTIEN DU PRIX DU LAIT BIO EN RAYON

Légère convergence des prix entre bio et conventionnel

Des prix équivalents en Allemagne et en France

## Prix du lait en rayon en GMS en France

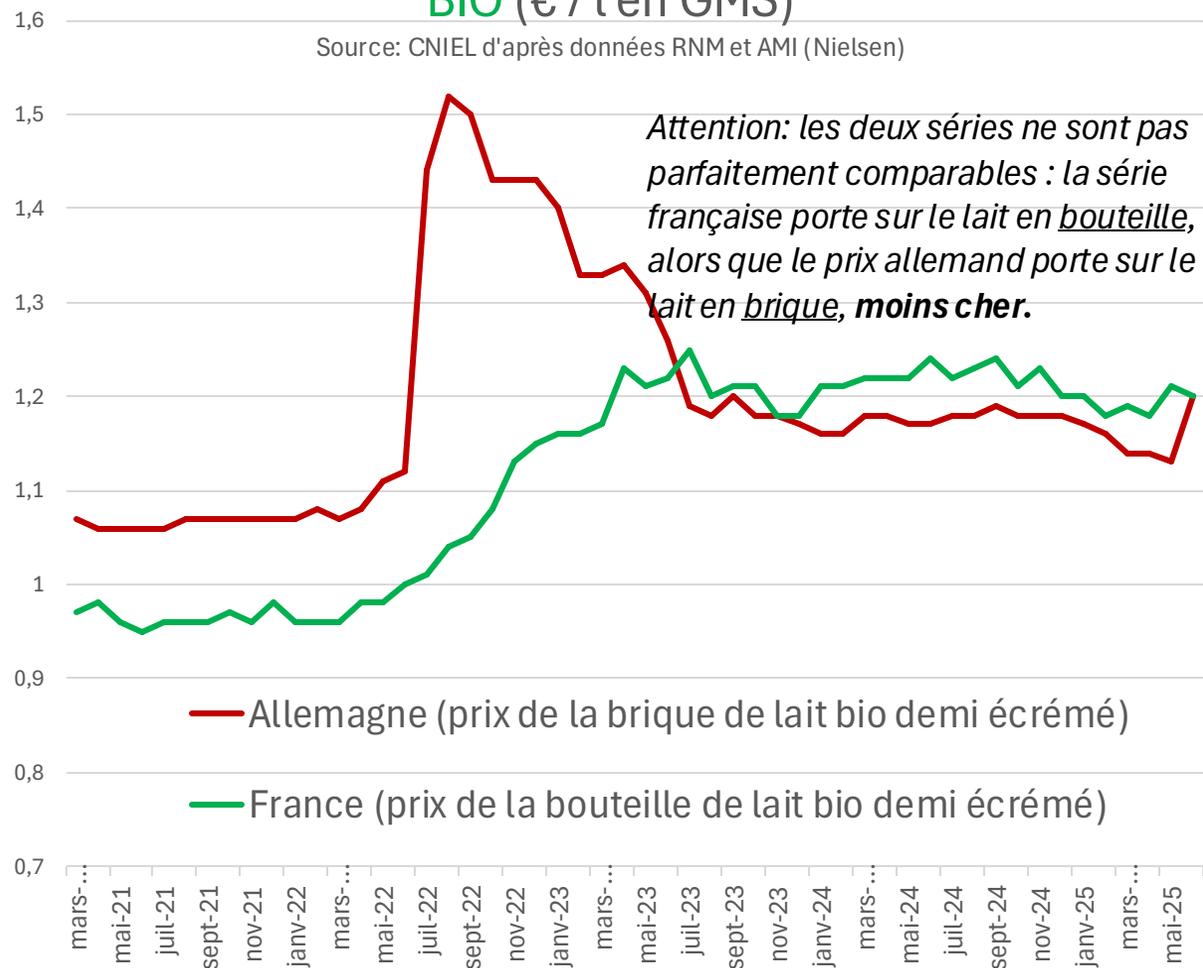
Source: CNIEL d'après RNM



## Prix du lait de consommation demi écrémé

BIO (€ / l en GMS)

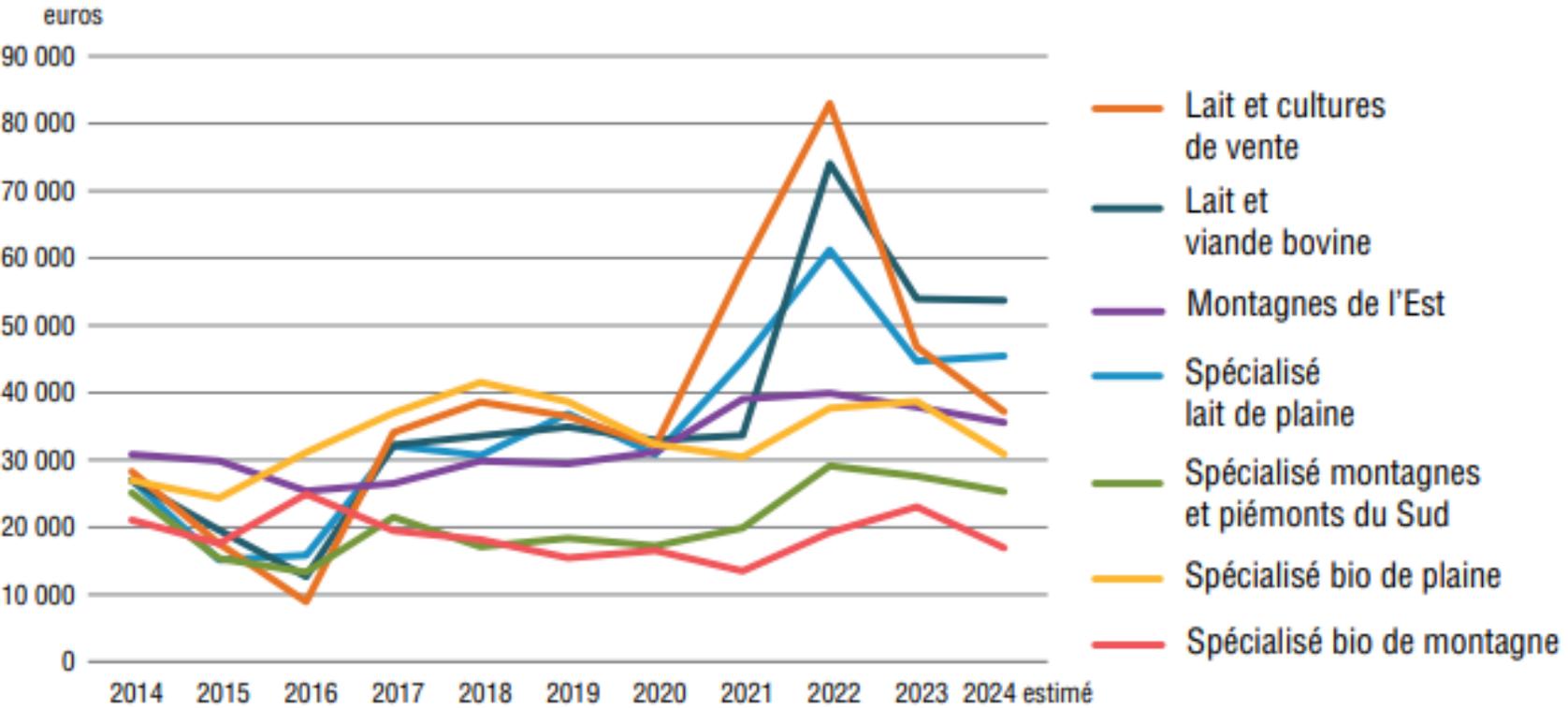
Source: CNIEL d'après données RNM et AMI (Nielsen)



# LES ÉLEVEURS BIO N'ONT PAS PROFITÉ DE L'EMBELLIE DE CONJONCTURE SUR LES PRODUITS LAITIERS STANDARDS

Les éleveurs bio n'ont que très peu profité de la hausse des cours des produits laitiers ces dernières années

**FIG. 2 : ÉVOLUTION DES RÉSULTATS COURANTS/UMO EXPLOITANT DES PRINCIPAUX SYSTÈMES D'ÉLEVAGE BOVINS LAITIERS**



A noter que le crédit d'impôt bio équivaut à un surplus d'environ 30€ / 1 000 l net de net, pour les fermes bio qui le reçoivent (non pris en compte dans les indicateurs)

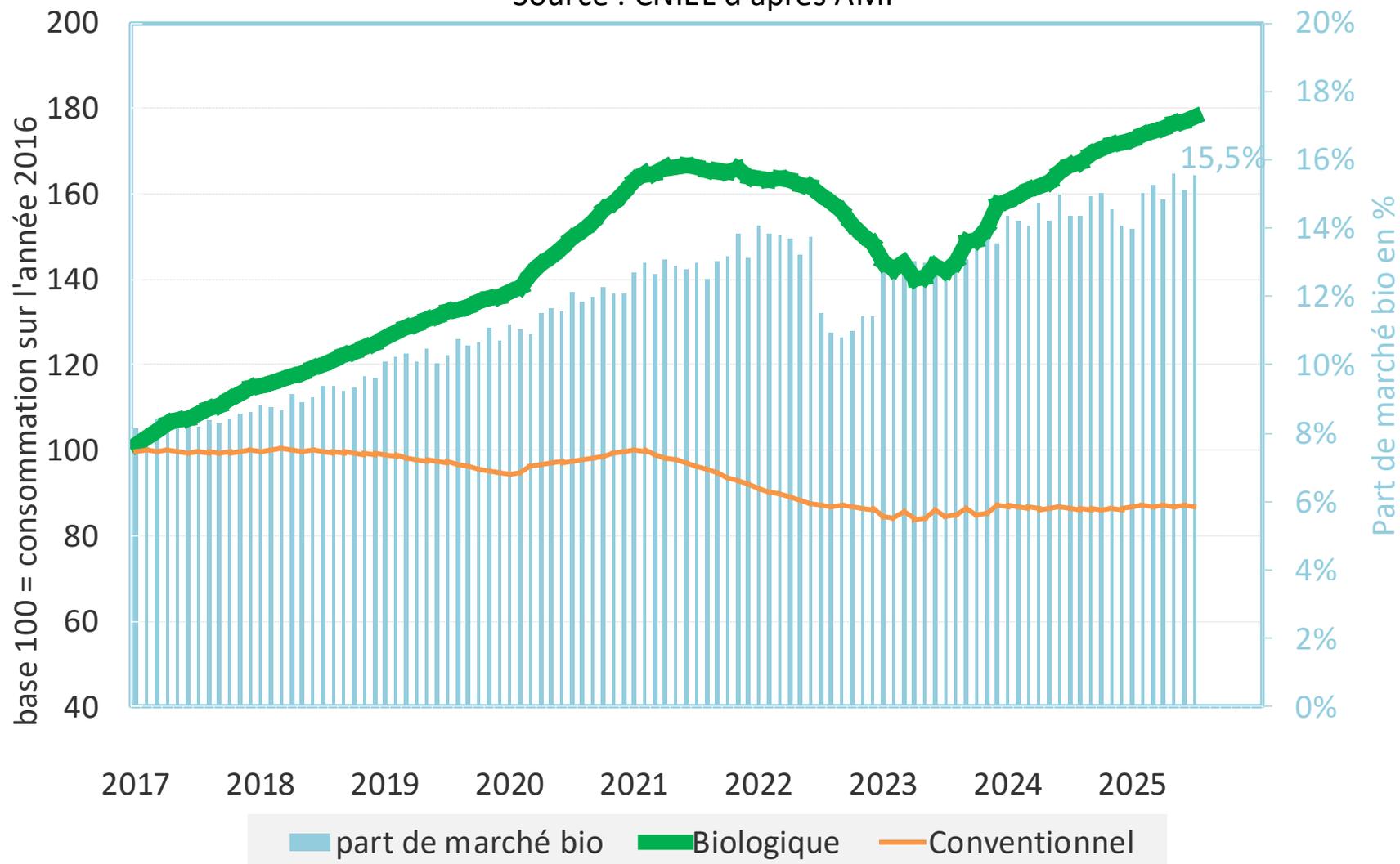
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Inosys Réseau d'élevage et Pôle bio Massif central

# PART DE MARCHÉ BIO RECORD EN ALLEMAGNE



## Evolution des ventes de lait de consommation en Allemagne

Source : CNIEL d'après AMI



## Une situation parfaitement inversée en Allemagne

### Evolution consommation lait bio 2019-2025

France = -30%

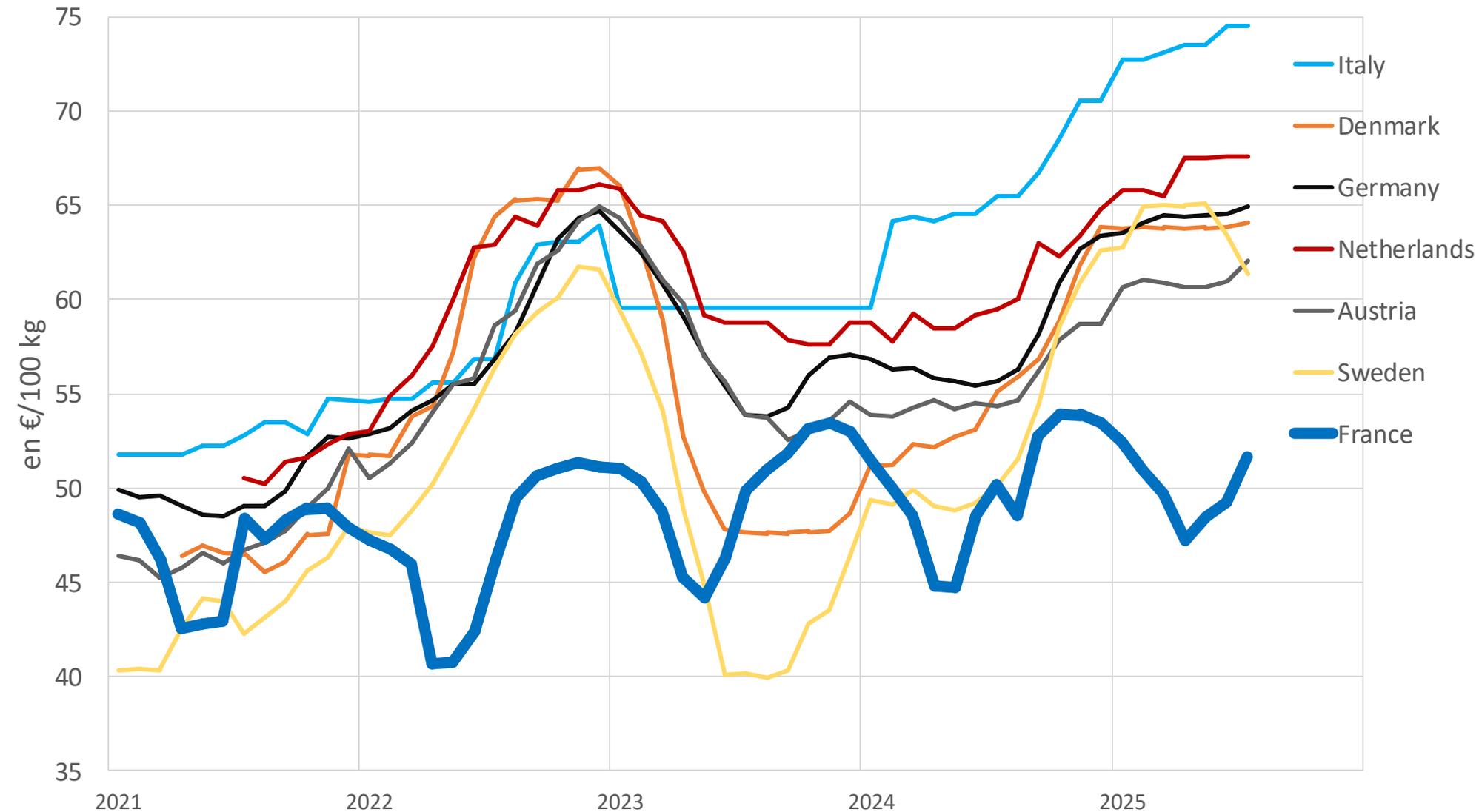
Allemagne = +30%

- La part de marché du bio dépasse la barre des 15% pour la première fois!
- La hausse est - forte sur les spé bio (+3,5%) que sur les GMS (+5%)
- Le discount, débouché le plus en baisse en France (-12% en 2024), est celui qui progresse le + en Allemagne (+7% en 024)

# PRIX DU LAIT BIO: UNE SPÉCIFICITÉ FRANÇAISE QUI SE RENFORCE

## Prix du lait bio dans l'UE-27

Source: CNIEL d'après MMO



*Non ramené à MSU équivalente, ce qui engendre sans doute une légère sous estimation du prix français*

# DES RISQUES DE PÉNURIE DE (LAIT) BIO DE PLUS EN PLUS ÉVOQUÉS À L'INTERNATIONAL

## Viele Bio-Produkte werden 2025 knapp



\* *Beaucoup de produits bio devraient manquer en 2025*



\*\*\*

*En raison d'une pénurie nationale de produits bio, nous rencontrons des difficultés à nous approvisionner dans les produits suivants:*

*Lait bio  
Crème bio  
Fromage bio  
...*



Home > News > GB organic milk production: continued uplift in consumer demand could result in shortages of organic milk supplies

**GB organic milk production: continued uplift in consumer demand could result in shortages of organic milk supplies**

\*\*

*La hausse continue de la demande pourrait se traduire par une pénurie de lait bio*

## CONCLUSION: VERS UN RÉÉQUILIBRAGE À MARCHE FORCÉE... PAR L'OFFRE

- Les cessations d'activité lait bio \_qui atteignent déjà un niveau record du fait du faible différentiel de prix bio/ conventionnel\_ devraient encore s'accélérer ... alors que les prix conventionnels vont s'orienter à la baisse.
- La consommation de PL bio semble avoir enfin atteint son plancher, et les signaux positifs se multiplient
- Des tensions sur la matière grasse bio apparaissent déjà et pourraient se renforcer avec la baisse de production
- L'enjeu est dorénavant de maintenir le potentiel de production existant pour être en mesure à la future reprise de la demande

**SALON  
AGRICOLE  
INTERNATIONAL**



**tech&bio**

Une initiative des Chambres d'agriculture

A branch with several green leaves is shown on the left side of the slide. One leaf is highlighted with a white wireframe overlay, showing its vein structure. The background is a dark green gradient.

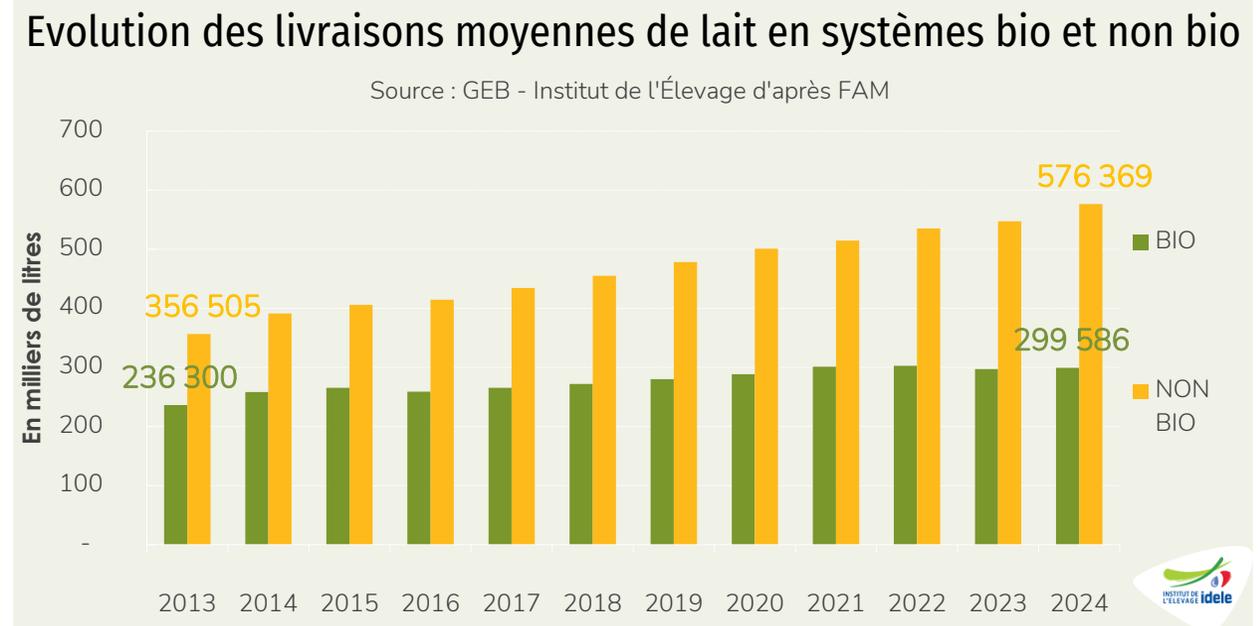
# Quelles actions pour dynamiser la consommation et la valorisation de lait bio dans les régions ?

**C.Goscianski (Idèle)**



- Travaux réalisés dans le cadre de **Basylic**
- **38 entretiens** menés auprès d'organisations de producteurs, de laiteries, d'éleveurs en vente directe, de magasins spécialisés bio, de magasins généralistes, d'acteurs du e-commerce, de la restauration hors domicile (RHD) ainsi que d'institutionnels. Objectif : recueillir leur analyse de la situation passée et future du marché du lait biologique.
- Analyse d'éléments de **contexte**, de **données** de dynamique de **production** et de **consommation**
- **Regards croisés sur des filières bio** : la filière viticole, la filière porcine, la filière lait bio en Allemagne, la filière textile

- La **problématique de l'approvisionnement en fourrages** est un enjeu central
- L' **érosion du nombre de livreurs** de lait bio
  - La dégradation de la demande en produits laitiers bio mais signaux positifs aujourd'hui
  - La très bonne conjoncture en lait conventionnel : écart de prix lait bio/lait conventionnel qui s'est réduit, un cout de l'aliment bio prohibitif
  - L'impact accru des aléas climatiques sur la production fourragère
- **Les défis logistiques de la collecte**
- Quid de la **localisation de la production de lait bio?**
- Un risque réel de **pénurie de lait bio. Quelles exploitations seront susceptibles de se convertir demain?**



# UNE CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS BIO SEGMENTEE SELON LES PROFILS SOCIO ECONOMIQUES ET LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

- Une consommation de produits laitiers bio qui séduit différents profils
  - **Les cadres de plus de 40 ans et les seniors CSP+** : Sensibles à la qualité, aux bénéfices santé. Clients fidèles qui acceptent un écart de prix.
  - **Les jeunes adultes (18-25 ans) avec un certain pouvoir d'achat** : consommation engagée et préfèrent souvent le local.
  - **Les familles avec enfants et un certain niveau de revenu** : peuvent se permettre l'écart de prix. Elles achètent des yaourts en grand format ou des fromages à forte consommation comme l'emmental, dont l'écart de prix avec le conventionnel reste modéré.
  - **Les consommateurs urbains (et plutôt féminin)** : Plus enclins à acheter des produits laitiers bio que les consommateurs en zone rurale.

# UNE CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS BIO SEGMENTEE SELON LES PROFILS SOCIO ECONOMIQUES ET LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

- **Selon les circuits de distribution et la zone géographique**
  - En VD : attachée au **local**, au produit **fermier**, un logo AB pas indispensable.
  - En magasins spécialisés : clients sensibles à la bio. Stratégie de **marques propres**. Un **rayon produits lait de vache qui pèse peu** (dynamisme plus marqué en lait de chèvre, lait de brebis, alternatives végétales).
  - En magasins généralistes : **déréférencements, surmarges, rôle dans la reprise de la consommation**. Ecart de l'approche de la bio selon les enseignes. Fortes **disparités des ventes bio** selon la **zone géographique** et le profil socio-professionnel des **consommateurs**. **Influence déterminante du gérant du magasin** ou du responsable crèmerie.
  - En restauration collective : **Disparité de politique des collectivités locales** (politique affirmée ou vague). Des **modèles d'appro structurants** (appro libre ou sur liste bloquée avec des prestataires privés de la RHD plus intéressés par le prix que la bio).

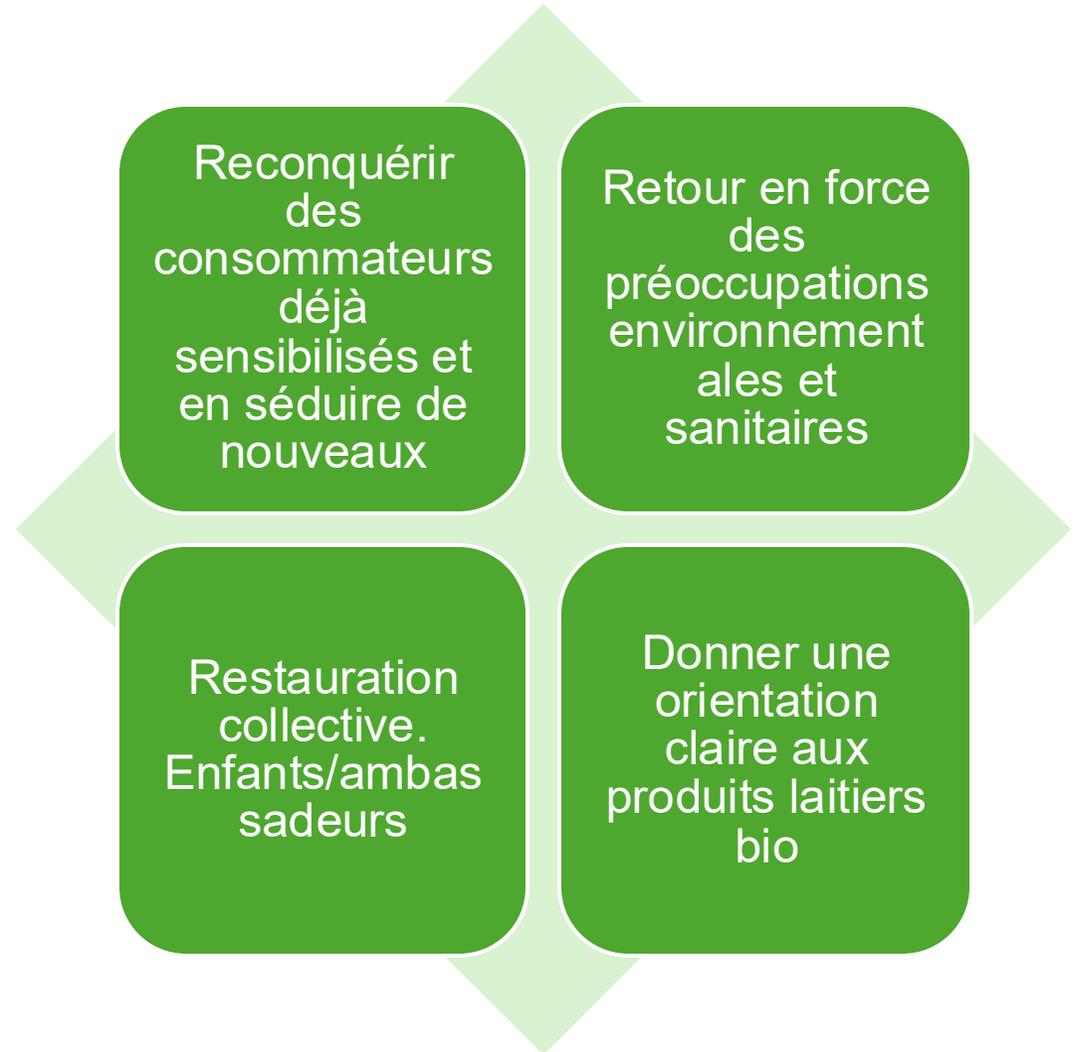


# LES MENACES A SURMONTER ET LES OPPORTUNITES A SAISIR

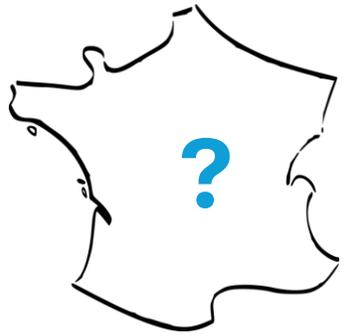
## Les menaces qui pèsent sur la filière lait bio



## Saisir les opportunités pour le lait bio



- **Conditions structurantes** : autonomie fourragère, résilience face au climat, maîtrise des charges, présence d'un collecteur.
- **Où produira t'on du lait bio demain?**
  - Concentration dans les zones à fort potentiel fourrager ?
  - Maintien d'une production répartie sur le territoire, avec soutien économique accru ?
- **Conversions incertaines** : écart croissant avec le conventionnel, conjoncture favorable au conventionnel.
- **Un risque de pénurie** : besoin d'engagements contractuels ; menace d'importations si la demande repart sans volumes disponibles.



- **Peu de différences nutritionnelles** : achat motivé surtout par la santé et l'attention à l'alimentation.
- Un défi majeur : affirmer la **spécificité de la bio**.
- Axes de différenciation :
  - **Produits plus « naturels »** : moins transformés, recettes simples, peu d'additifs.
  - **Produits fonctionnels** : digestion, vitalité, bien-être.
- **Un rôle clé du packaging** : durable, innovant, valorisant.
- **Mieux se distinguer** : face au conventionnel et aux autres labels.

- **Redonner du sens** : engagements environnementaux et sanitaires, réponse aux attentes sociétales.
- **Axes de communication** :
  - Valoriser la localité et l'origine (logo AB relooké, ancrage durable).
  - Messages percutants et pédagogiques (coûts cachés du conventionnel, externalités positives de la bio).
  - Enjeu du récit
- **Canaux à mobiliser** :
  - Réseaux sociaux & influenceurs (jeunes consommateurs).
  - TV, radio, points de vente (grand public).
- **Éducation et sensibilisation** : école, jeunes générations.
- **Clé de réussite** : communication collective, structurée et portée par l'ensemble des acteurs.



- **Un soutien affaibli pour la bio** : baisse des aides, fortes disparités régionales.
- **Reconnaître les externalités positives de la bio ?**: environnement, biodiversité, qualité de l'eau.
- **Soutenir la collecte ?**: condition essentielle pour maintenir une production sur l'ensemble du territoire.
- **Appliquer la loi Egalim ?** : restauration collective comme levier de demande et de débouchés stables.

# REGARDS CROISES SUR D'AUTRES FILIERES BIO : QUELS ENSEIGNEMENTS POUR LE LAIT BIO FRANCAIS ?

- Quatre filières étudiées :

- La filière **viticole** biologique,
- La filière **porcine** biologique,
- La filière **lait bio en Allemagne**,
- La filière **textile** éthique et biologique.



- Place de la bio, spécificité de la crise bio, signaux de reprise, leviers et freins au développement, autres segmentations, enseignements pour le lait bio français

# REGARDS CROISES SUR D'AUTRES FILIERES BIO : QUELS ENSEIGNEMENTS POUR LE LAIT BIO FRANCAIS ?



## Le vin bio en France

Une dynamique favorable dans un secteur en crise

- **22%** des vignes françaises en bio
- Une production exigeante et **sensible aux aléas climatiques**
- Des **coûts de production** plus élevés
- Un **consentement à payer / Bonne image** auprès des consommateurs
- **Communication positive**, sincérité du récit

# REGARDS CROISES SUR D'AUTRES FILIERES BIO : QUELS ENSEIGNEMENTS POUR LE LAIT BIO FRANCAIS ?



## Le vin bio en France

Une dynamique favorable dans un secteur en crise

- **22%** des vignes françaises en bio
- Une production exigeante et **sensible aux aléas climatiques**
- Des **coûts de production** plus élevés
- Un **consentement à payer / Bonne image** auprès des consommateurs
- **Communication positive**, sincérité du récit



## Le porc bio en France

Des défis structurels et des difficultés de positionnement

- **1%** des porcs abattus sont bio
- Forte **crise** en porc bio
- **Rôle décisif** des **industriels** et des **GMS** dans la valorisation des produits bio
- Des **atouts peu valorisés**
- La **valorisation de toutes les pièces** du porc bio reste un levier sous exploité
- Capacité à proposer des **produits différenciés**
- **Manque de lisibilité et de communication** autour des bénéfices

# REGARDS CROISES SUR D'AUTRES FILIERES BIO : QUELS ENSEIGNEMENTS POUR LE LAIT BIO FRANCAIS ?



## Le vin bio en France

Une dynamique favorable dans un secteur en crise

- **22%** des vignes françaises en bio
- Une production exigeante et **sensible aux aléas climatiques**
- Des **coûts de production** plus élevés
- Un **consentement à payer / Bonne image** auprès des consommateurs
- **Communication positive**, sincérité du récit



## Le porc bio en France

Des défis structurels et des difficultés de positionnement

- **1%** des porcs abattus sont bio
- Forte **crise** en porc bio
- **Rôle décisif** des **industriels** et des **GMS** dans la valorisation des produits bio
- Des **atouts peu valorisés**
- La **valorisation de toutes les pièces** du porc bio reste un levier sous exploité
- Capacité à proposer des **produits différenciés**
- **Manque de lisibilité et de communication** autour des bénéfices



## Le lait bio en Allemagne

Filière structurée, demande soutenue, production sous tension

- **4,5%** de la collecte est bio
- Des **labels bio privés** moteurs de la croissance
- Une **politique publique volontariste** et constante
- Des **consommateurs sensibles** aux valeurs de la bio
- **Superposition de promesses**
- Des **freins à la production** de lait bio

# REGARDS CROISES SUR D'AUTRES FILIERES BIO : QUELS ENSEIGNEMENTS POUR LE LAIT BIO FRANCAIS ?



## Le vin bio en France

Une dynamique favorable dans un secteur en crise

- **22%** des vignes françaises en bio
- Une production exigeante et **sensible aux aléas climatiques**
- Des **coûts de production** plus élevés
- Un **consentement à payer / Bonne image** auprès des consommateurs
- **Communication positive**, sincérité du récit



## Le porc bio en France

Des défis structurels et des difficultés de positionnement

- **1%** des porcs abattus sont bio
- Forte **crise** en porc bio
- **Rôle décisif** des industriels et des **GMS** dans la valorisation des produits bio
- Des **atouts peu valorisés**
- La **valorisation de toutes les pièces** du porc bio reste un levier sous exploité
- Capacité à proposer des **produits différenciés**
- **Manque de lisibilité et de communication** autour des bénéfices



## Le lait bio en Allemagne

Filière structurée, demande soutenue, production sous tension

- **4,5%** de la collecte est bio
- Des **labels bio privés** moteurs de la croissance
- Une **politique publique volontariste** et constante
- Des **consommateurs sensibles** aux valeurs de la bio
- **Superposition de promesses**
- Des **freins à la production** de lait bio



## Textile éthique et bio

Les défis d'une mode engagée face aux géants du textile conventionnel

- **6-7%** de part de marché en 2022
- Problématique **compétitivité prix**
- **Segmentation** du marché du textile qui répond aux attentes des consommateurs
- **Expériences de communication réussie** dans le textile

## • Leviers de réussite pour l'avenir

- **Structuration économique et récit partagé.** Acteurs engagés. Récit commun positif et sincère ; créer du lien avec le consommateur → facilite compréhension et sens de l'achat
- **Différentiel de prix justifié et accepté** par le consommateur
- Un **produit « spécifique »** bio
- **Ajout de valeurs différenciantes :** Local, bien-être animal, lait de foin, artisanat, justice sociale...
- **Soutien public clair, stable et durable.** Exemple : Allemagne, stratégie nationale bio affirmée

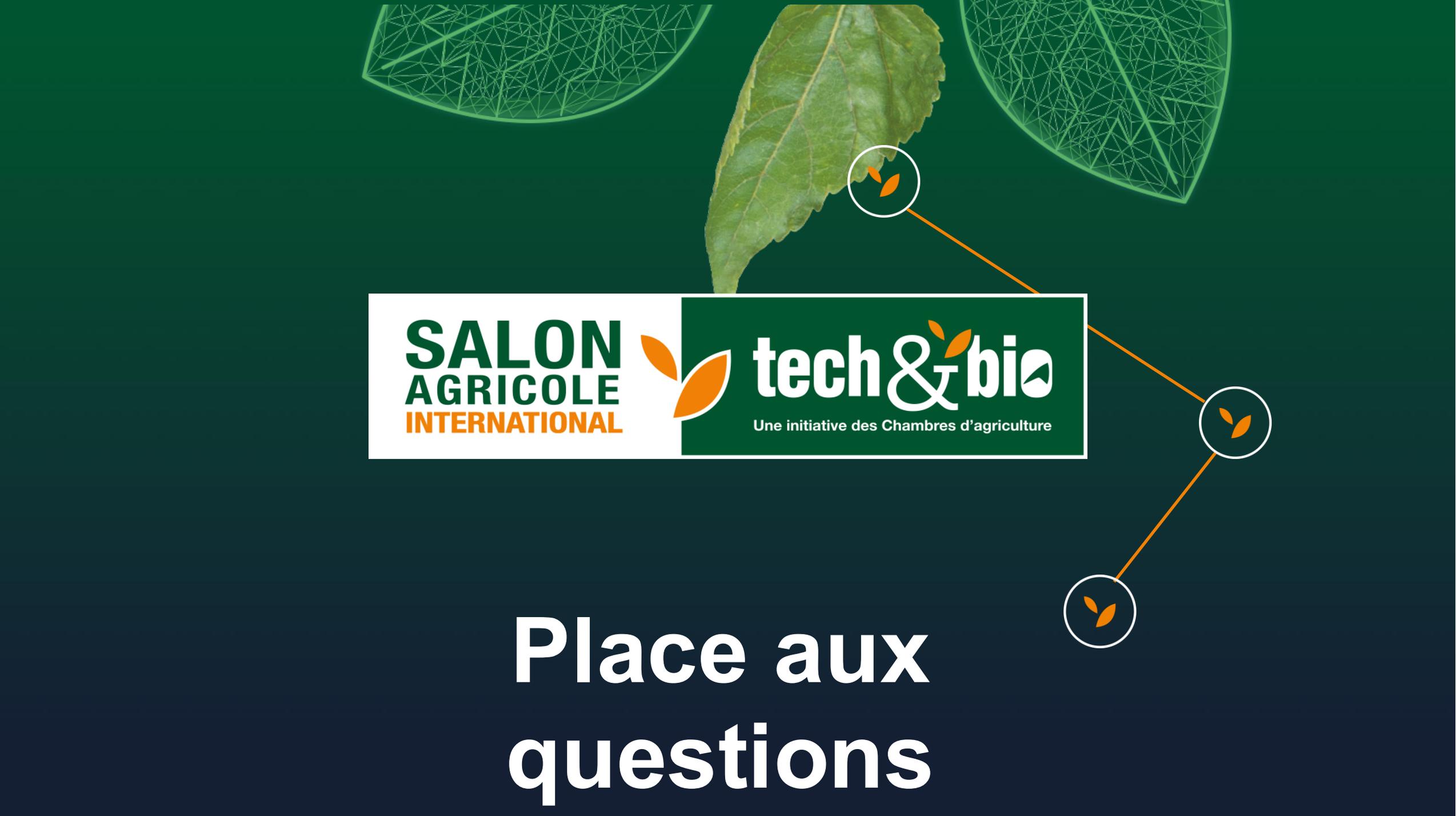
## • Points de vigilance

- **Croissance de l'offre non alignée avec la demande :** suroffre et déclassements
- **Banalisation de l'offre bio** et multiplication des offres « proches de la bio »
- **Désengagement brutal de la grande distribution**
- **Manque de pédagogie sur les bénéfices de la bio** pour consommateurs et prescripteurs
- **Difficultés structurelles de la production bio**



RENDEZ-VOUS SUR LE SITE DE BASYLIC

<https://idele.fr/basylic/>



**SALON  
AGRICOLE  
INTERNATIONAL**



**tech & bio**

Une initiative des Chambres d'agriculture

**Place aux  
questions**