

# LE MARCHÉ BIO FRANÇAIS EN 2023 ET 2024

Laurence Foret-Hohn, Directrice adjointe de l'Agence BIO



Septembre 2024

# Memento : La production bio en 2023

## Moins de surfaces, plus de producteurs

### Surfaces

**- 2%**

soit **54 184 ha en moins**

Essentiellement en cultures fourragères et grandes cultures liées à la baisse des cheptels bio

### Producteurs

**+2%** (solde net)  
de producteurs en plus

**7% de nouveaux**  
**5% de sortants** (versus 5,8% l'an dernier et historiquement 4%)

**61 000 fermes**

Et vis-à-vis de  
l'objectif des 18% ?

**10,4%** des surfaces  
françaises en bio

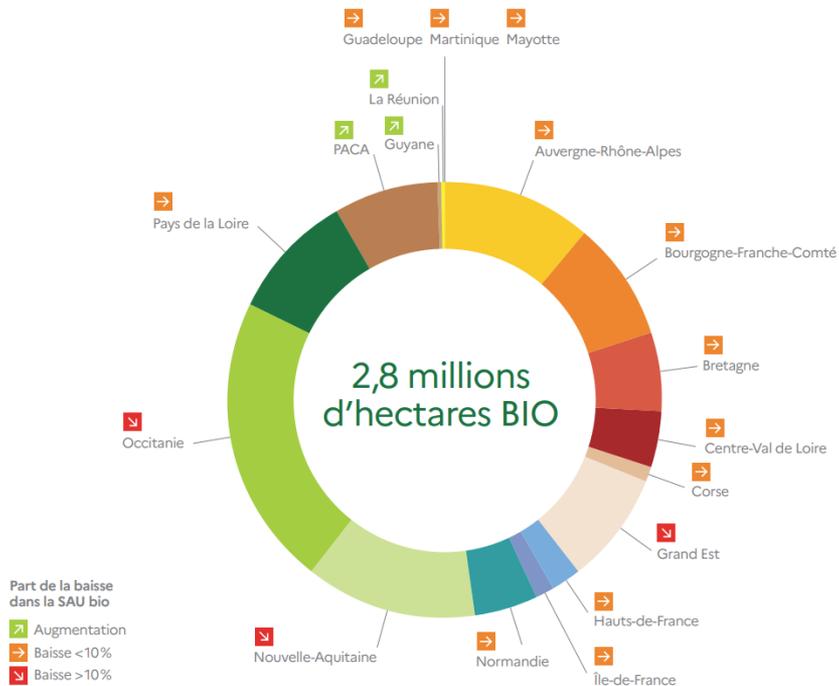
versus 10,5% en 2022

**14% des fermes**  
françaises sont en bio

# Memento : La production bio en 2023

## Dynamiques régionales

Répartition régionale de surface bio et évolution par région



- 2/3 des surfaces bio en France localisées dans cinq régions (Occitanie 22%, Nouvelle-Aquitaine 13%, Auvergne-Rhône-Alpes 11%, Bourgogne-Franche-Comté 9%, Pays de la Loire 9%).
- Trois régions concentrent 71% des pertes de surfaces bio: Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Grand-Est
- Augmentation des surfaces bio en PACA (+14%) et dans les DROM (+1,4%)

# Memento : La consommation bio en 2023

## La bio se maintient dans l'assiette des Français malgré l'inflation

- En 2023, les **dépenses alimentaires des Français ont reculé de 4,7%**, à 180 milliards d'euros.
- Les **produits bio ont été moins impactés par l'inflation : 4 points de moins en bio** (8% versus 12% pour le conventionnel)
- La **part du bio dans les dépenses des Français passe de 6 à 5,6%**.



# Memento : La consommation bio en 2023

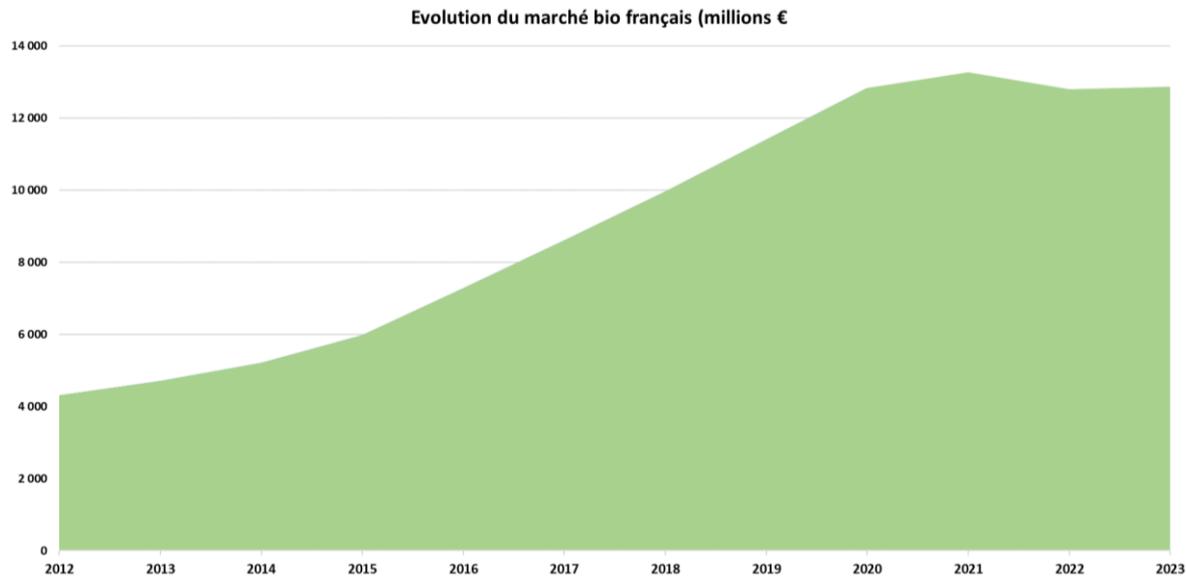
## (conclusions du Baromètre consommateur 2023)

- Le basculement d'une alimentation axée sur des préoccupations santé (- 6 points vs 2022) et environnement (- 9 points vs 2022) vers une alimentation plaisir (+15 points).
  - Les Français se déclarent moins préoccupés par les questions environnementales et écologiques (en baisse de 8 points). 53% des consommateurs de bio en mangent pour préserver leur santé, en baisse de 4 points et 37% pour préserver l'environnement, en baisse de 6 points. A l'exception de l'attention portée au gaspillage, les Français sont moins attentifs au fait d'acheter des produits frais, issus de circuits courts, de cuisiner davantage ou de réduire l'utilisation de plastiques et d'emballages.
  - Les Français conservent une bonne connaissance des labels, logos ou certifications mais s'en préoccupent moins lors de leurs courses alimentaires. Ils sont 93% à connaître le label AB et 79% l'Eurofeuille et en parallèle, lors de leurs achats alimentaires, ils sont 60% à prêter attention au premier (en baisse de 5 points) et 57% au second (en baisse de 2 points).
  - L'image des produits bio est associée à celle des produits bruts. 62% des Français privilégient l'aspect pratique/ gain de temps pour leurs achats alimentaires et 34% d'entre eux estiment que cuisiner est une corvée (en hausse de 4 points). Les produits bio pâtissent de cette image de manque de praticité dans une recherche du consommateur du "vite préparé" synonyme de gain de temps et du "portionné" pour limiter les pertes.
-

# Un marché bio quasiment stable en 2023

**12,08 milliards € pour les ventes au détail ⇒ +0,0% vs 2022**

**786 millions pour les achats des cantines et des restaurants (hors TVA) ⇒ +9,9%**

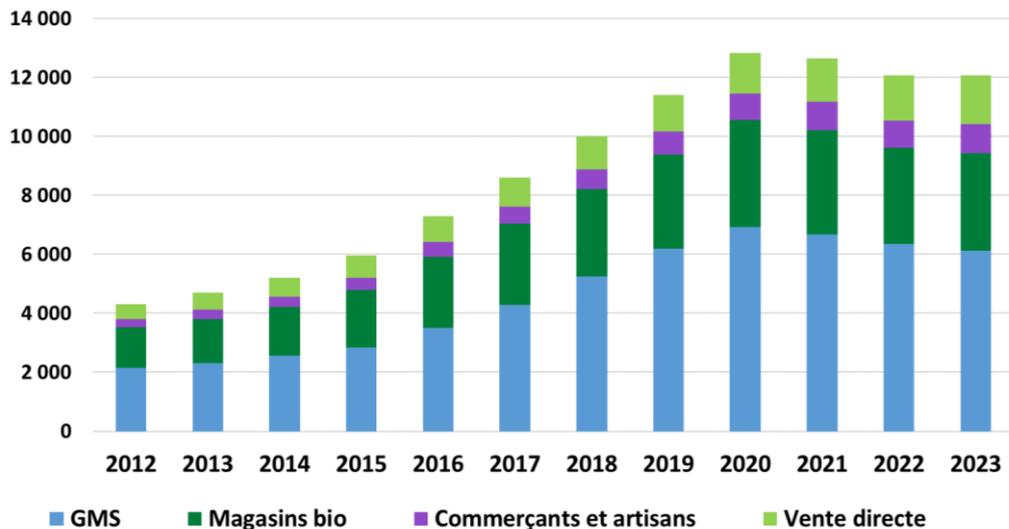


Source : Agence BIO/AND-I

# Les ventes au détail de produits bio en 2023

Part de marché bio : 5,6% (vs 6,1% in 2022)

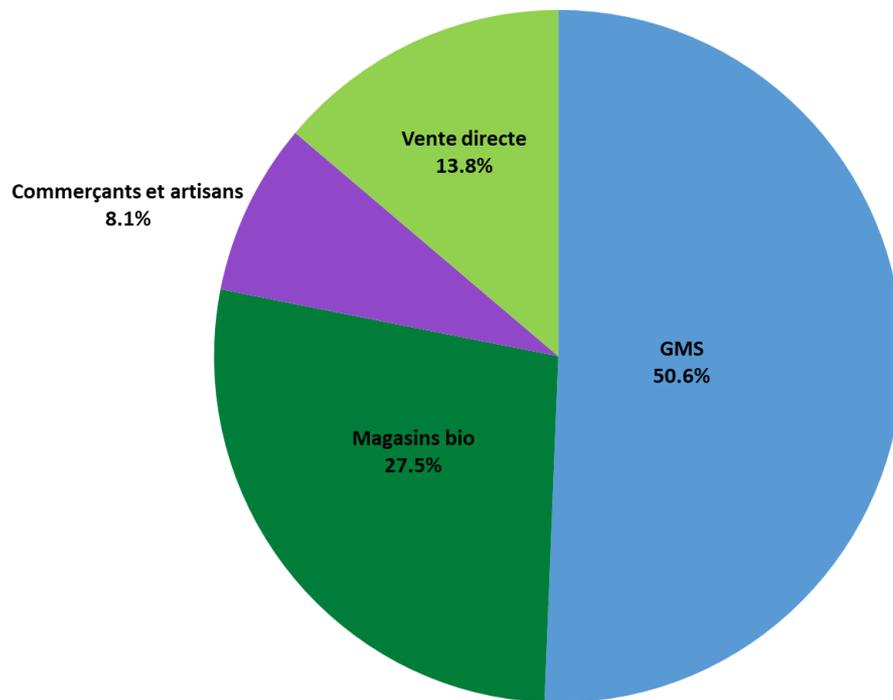
Evolution des ventes au détail de produits bio (millions €)



- GMS : -3,8%
- Magasins bio : +2,2%
- Commerçants et artisans : +4,3%
- Vente directe : +8,7%

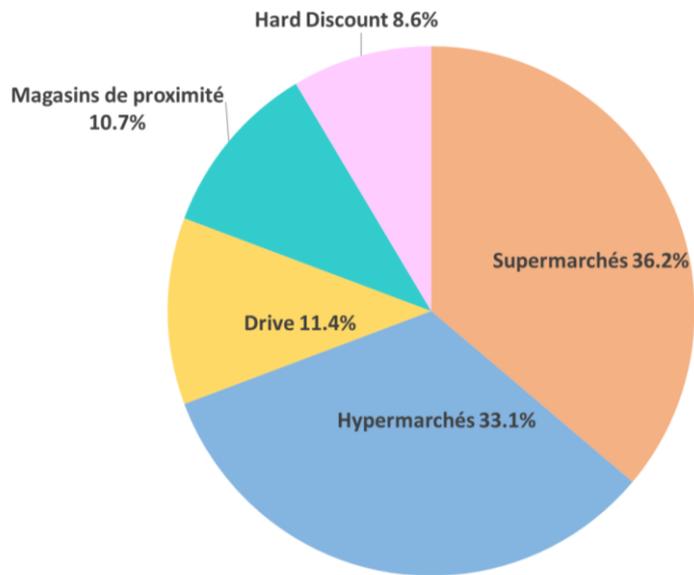
Source : Agence BIO/AND-I

# Circuits de distribution en 2023



Source : Agence BIO/AND-I

# Les produits bio en GMS en 2023



Source : Agence BIO/AND-I

- Supermarchés : -4,2% (diminution de la gamme bio et report sur les MDD)
- Hypermarchés : -2,8% (diminution de la gamme bio et report sur les MDD)
- Drive : -6,1%
- Magasins de proximité : -1.9%
- Hard Discount : -4.5%

# La distribution spécialisée bio en 2023

- Croissance des ventes (en valeur) : +2,2% vs 2022  
⇒ Avec des évolutions très différentes entre les magasins en réseau et les indépendants, et entre les différentes chaînes bio
  - 2 826 points de vente fin 2023 ⇒ -8,5% vs 2022
  - 552 magasins ont fermé en 2 ans.
  - Surface totale de vente : 774 391 m<sup>2</sup> ⇒ -8,6% vs 2022
  - Surface moyenne de vente par magasin : 274 m<sup>2</sup> (comme en 2022).
-

## Les ventes de bio chez les commerçants et artisans en 2023

- Croissance des ventes bio : +4,3% vs 2022
- Cavistes : une part importante des ventes

## La vente directe de produits bio en 2023

- Croissance des ventes : +8,7% vs 2022, principalement due aux ventes de vin.
  - Croissance des volumes vendus.
  - Plus de 40% des fermes bio pratiquent la vente directe.
-

# Les produits bio dans les cantines et les restaurants en 2023

- Cantines :

- Achats bio : 484 millions € (hors TVA)  
+9% vs 2022
- Part de bio : 6,2% (vs 6,5% in 2022)

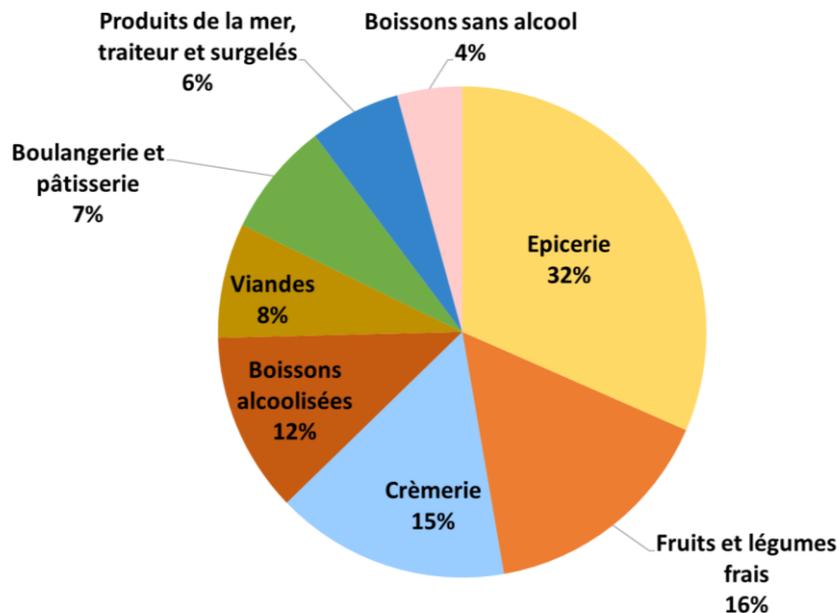
- Restaurants :

- Achats bio : 302 millions € (hors TVA)  
+12% vs 2022
- Part de bio = 1,4% (comme en 2022)

**Egalim : 20% de bio  
dans les cantines  
publiques**

---

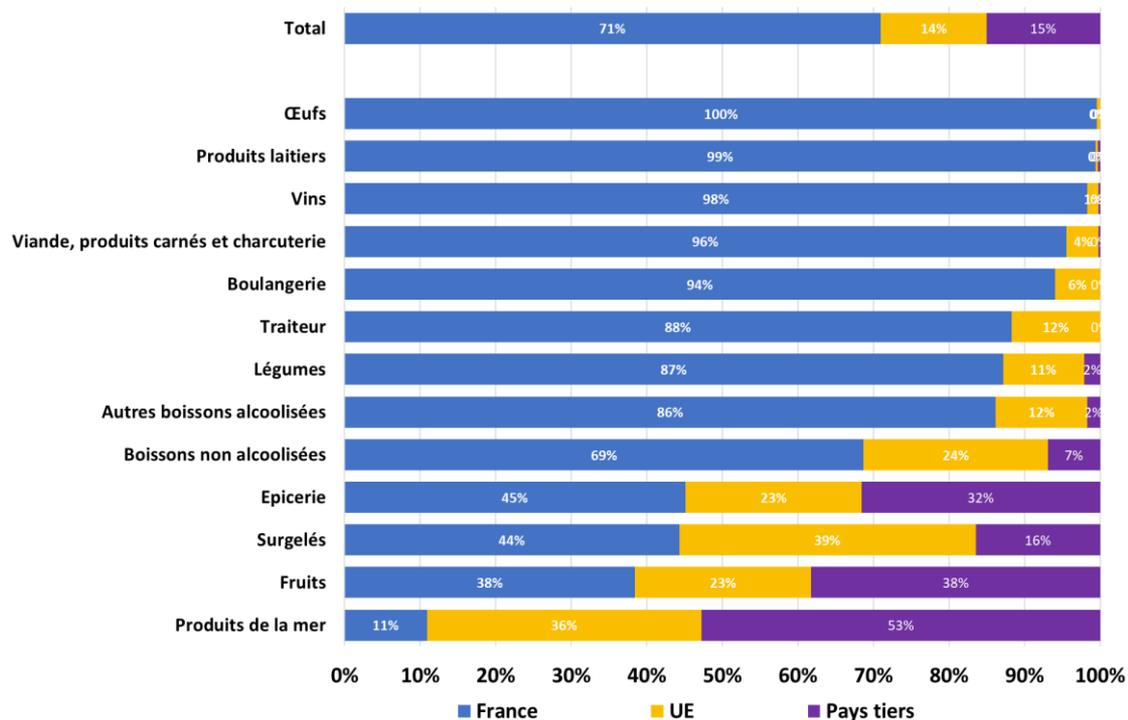
# Part des différentes catégories de produits bio dans les ventes au détail en 2023 (valeur)



Source : Agence BIO/AND-I

- Épicerie + F&L frais + Crèmerie = 63% des ventes bio au détail
- Ventes en croissance : boissons alcoolisées (+8,4%), crèmerie (+3,3%) et F&L frais (+0,4%)
- Viandes = la baisse la plus forte (-8,7%)
- Épicerie : quasiment stable (-0,2%)

# Origine des produits bio consommés en France en 2023



Source : Agence BIO/AND-I

Merci pour votre attention !

[www.agencebio.org](http://www.agencebio.org)

---