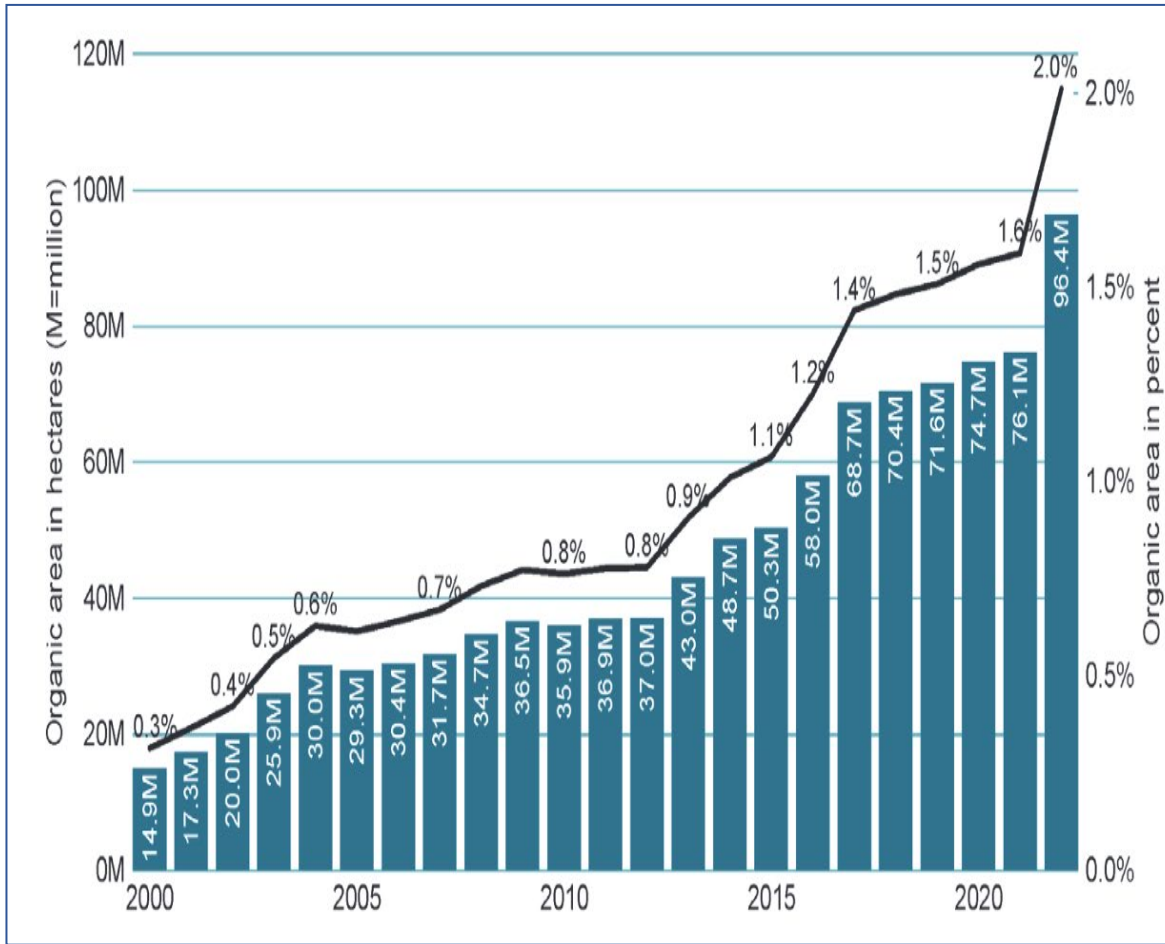


# L'agriculture biologique et les produits animaux bio en France : après l'essor, le choc de l'inflation

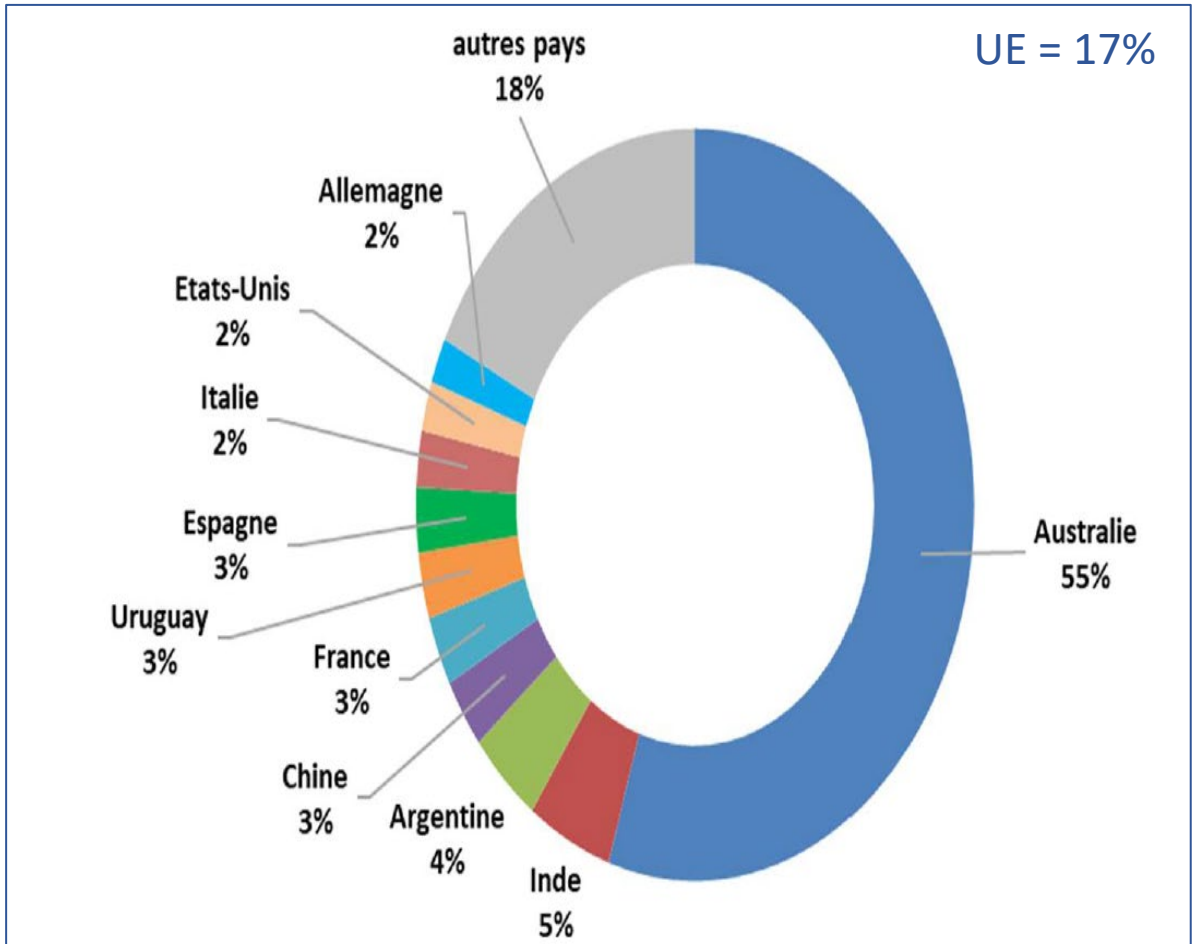
# Les surfaces en agriculture biologique dans le monde et l'UE-27

(Millions d'hectares dans le monde entre 2000 et 2022 ; % des surfaces AB selon les pays)

### Millions d'hectares dans le monde et % de la SAU



### Poids des pays dans les surfaces AB mondiales

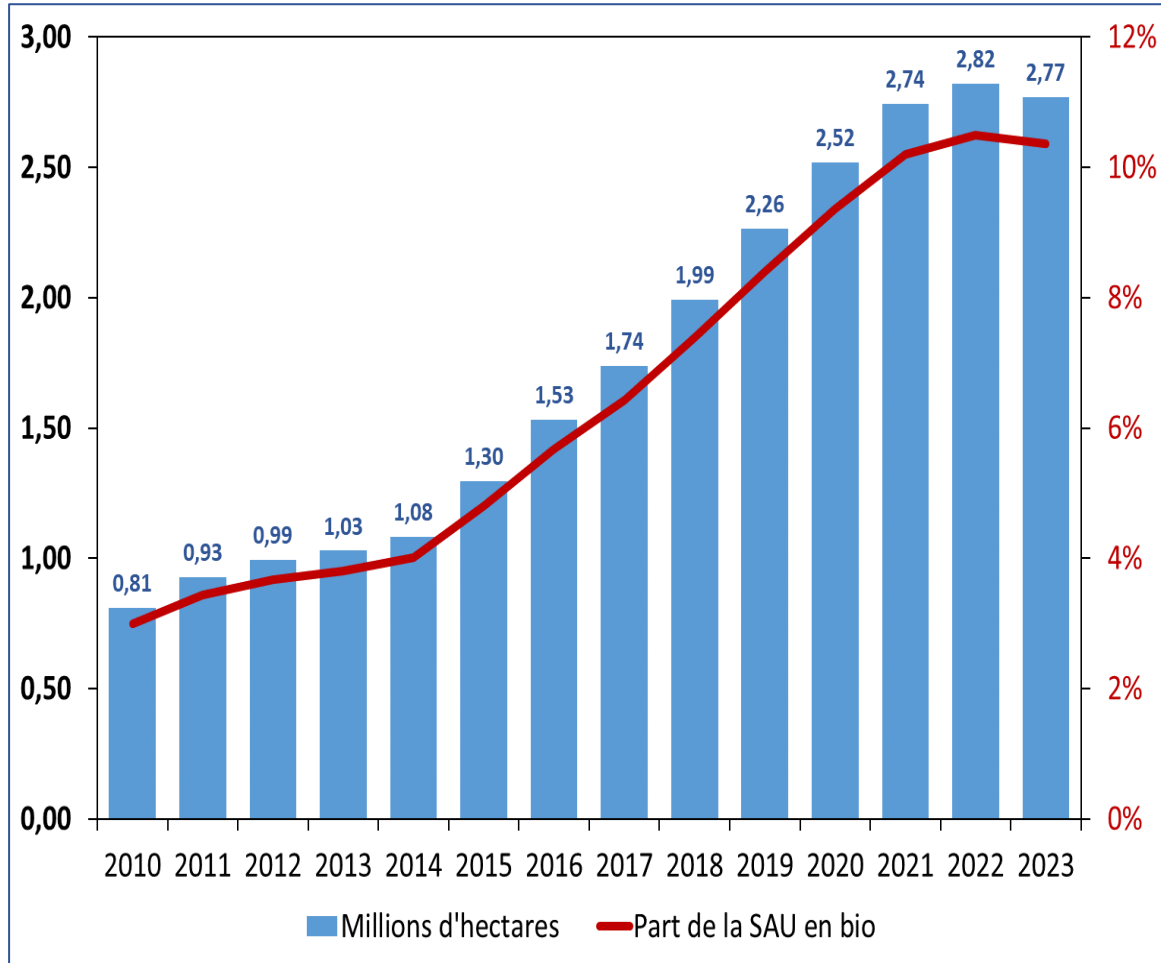


FiBL-IFOAM-SOEL surveys 2001-2024

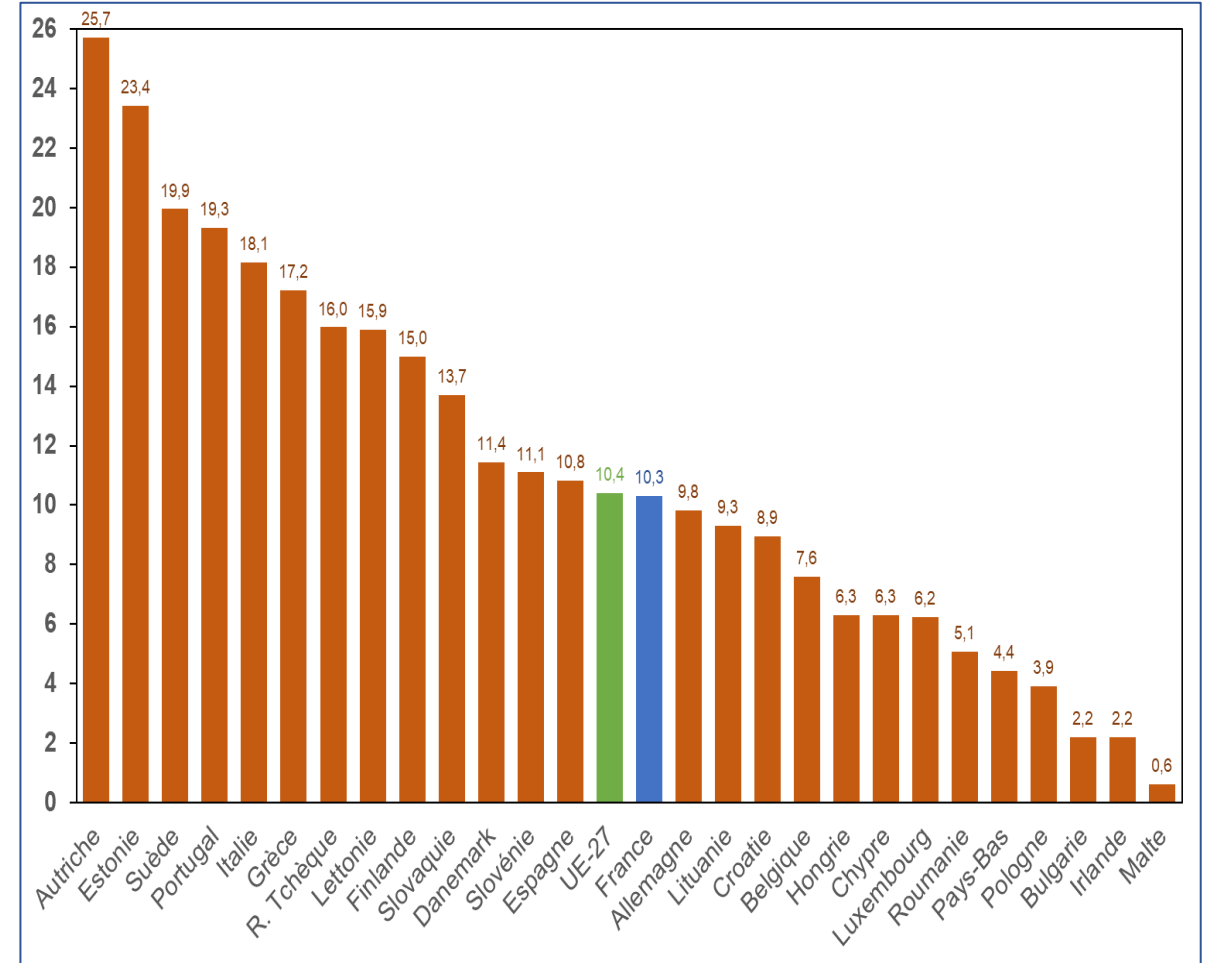
# Les surfaces en agriculture biologique en France et dans l'UE-27

(Millions d'hectares et % de la SAU)

## France - Millions d'hectares et % de la SAU



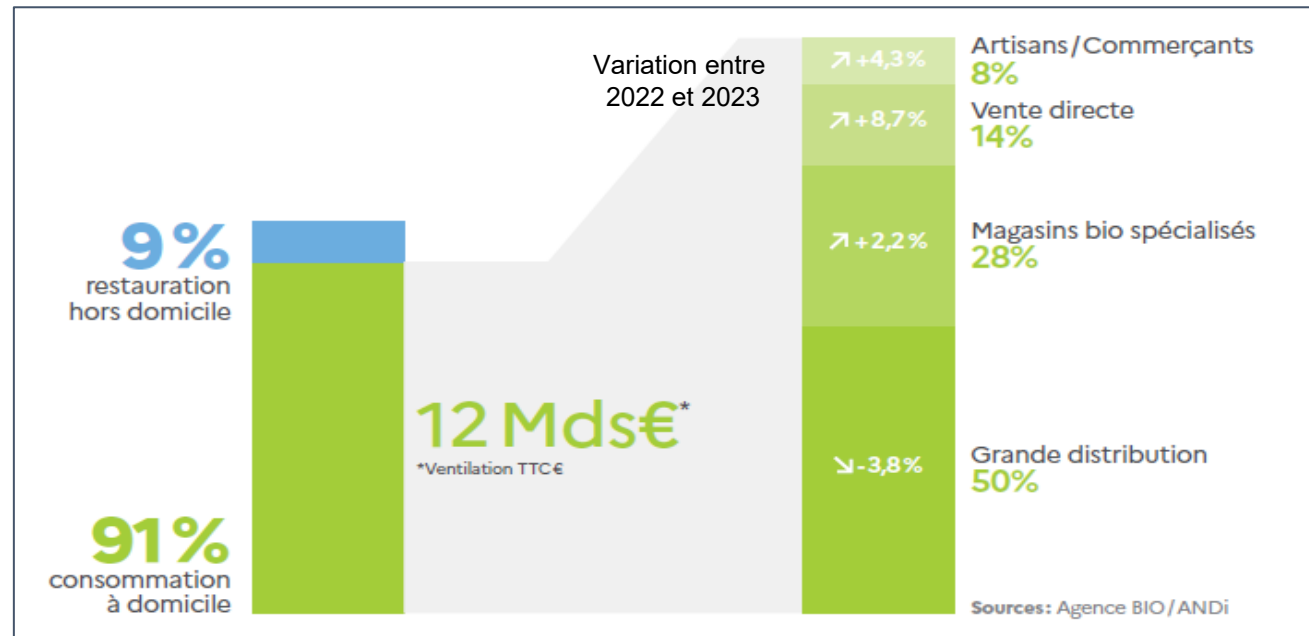
## % de la SAU dans les Etats membres de l'UE



AgenceBio & Eurostat

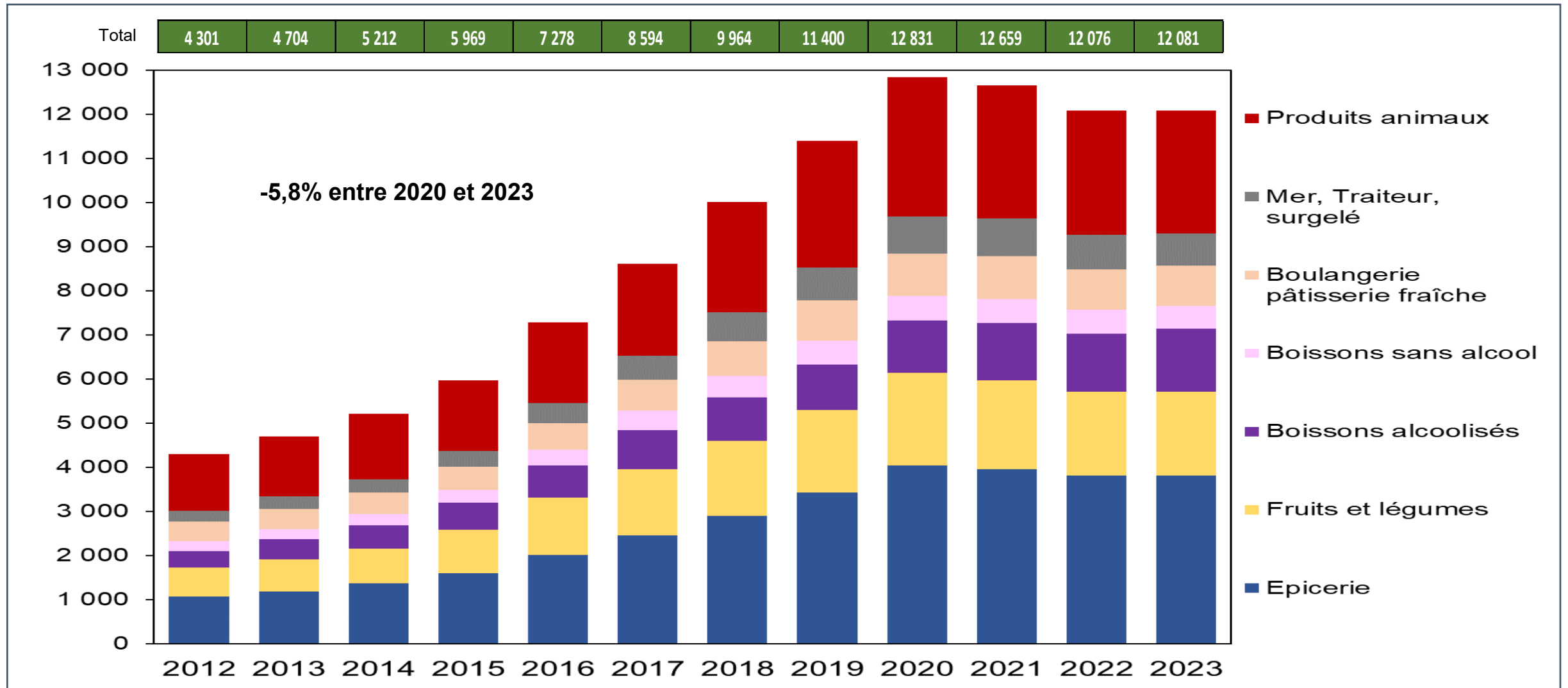
# La consommation de produits alimentaires bio en France

- ❑ **La part de marché du bio** dans les produits alimentaires passe de 6% en 2022 à **5,6% en 2023**.
- ❑ En 2023, l'inflation a été moins forte pour les produits AB (+7,7%) que les produits classiques (11,8%).
- ❑ Le marché des produits alimentaires bio est resté stable entre 2022 et 2023 (12,1 Milliards d'€), avec d'un côté une hausse des prix (+7,7%) et de l'autre une baisse des volumes (-7 %).



# Les ventes\* de produits alimentaires bio en France

(Millions d'euros entre 2012 et 2023)

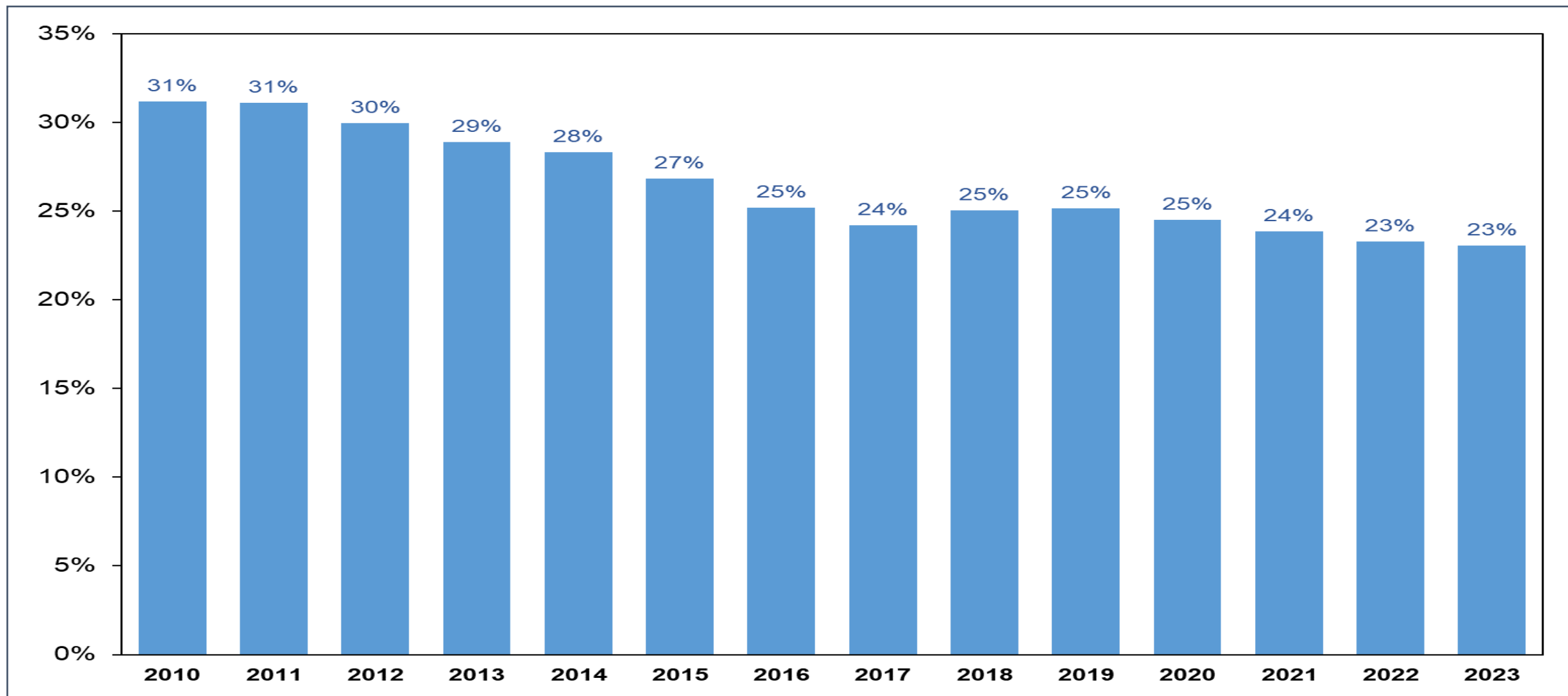


(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI

# Les produits animaux en % des ventes\* de produits alimentaires bio en France

(% entre 2012 et 2023)

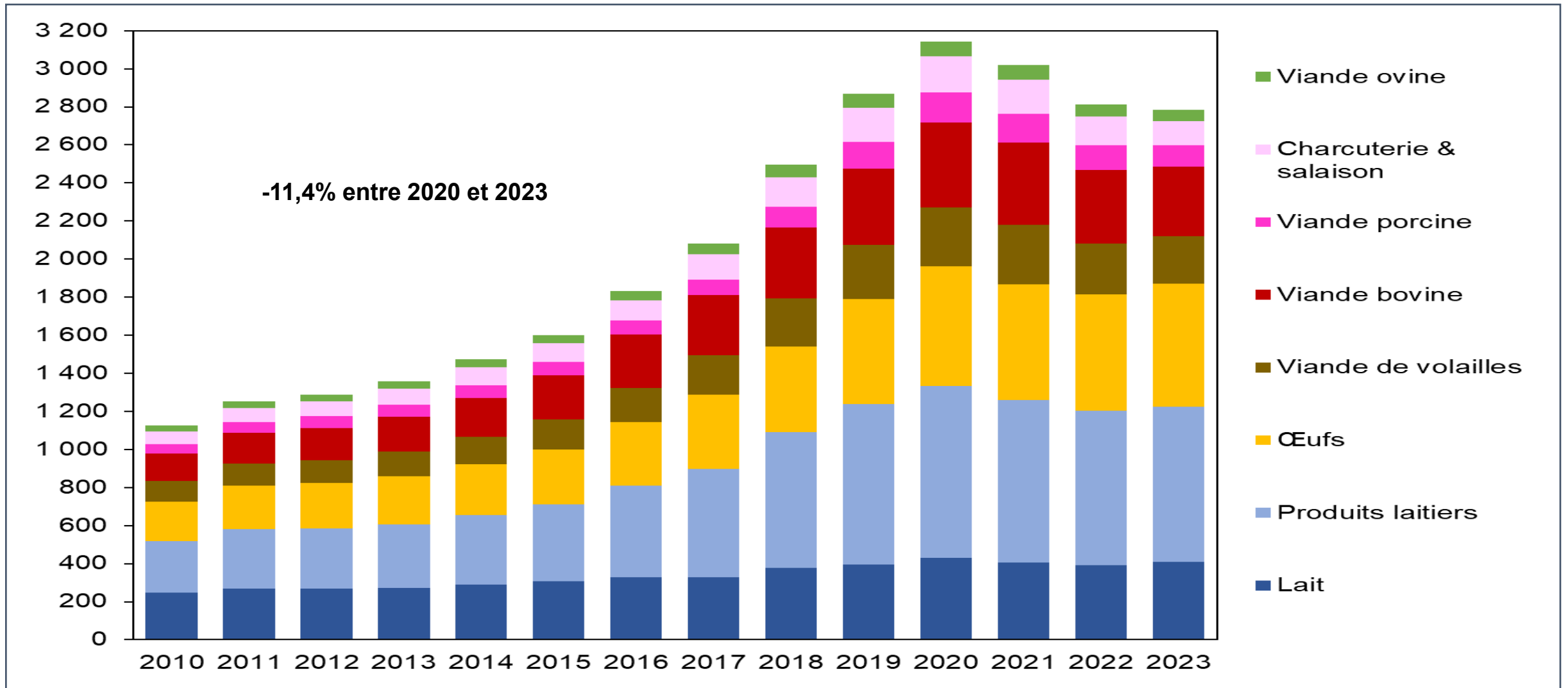


(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI

# Les ventes\* de produits animaux bio en France

(Millions d'euros entre 2012 et 2023)

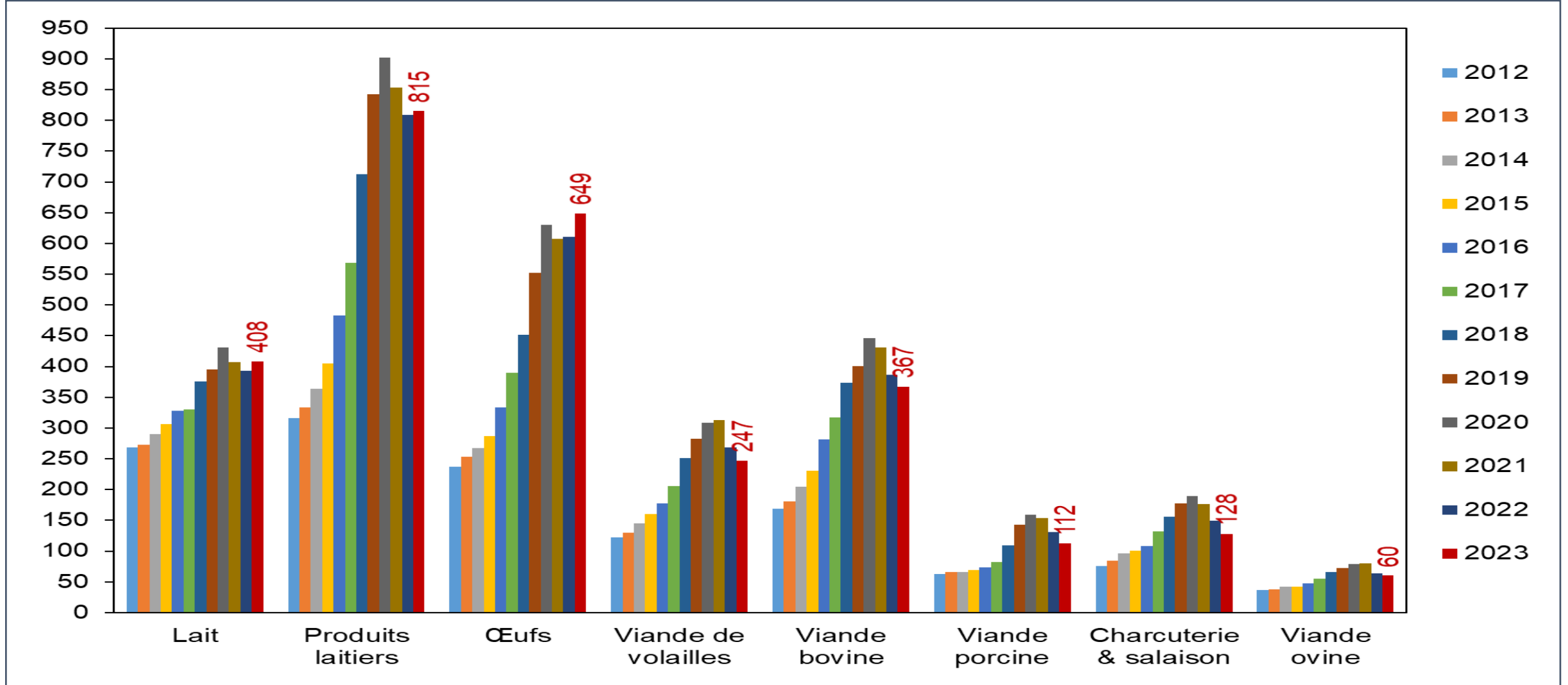


(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI

# Les ventes\* de produits animaux bio en France

(Millions d'euros entre 2012 et 2023)

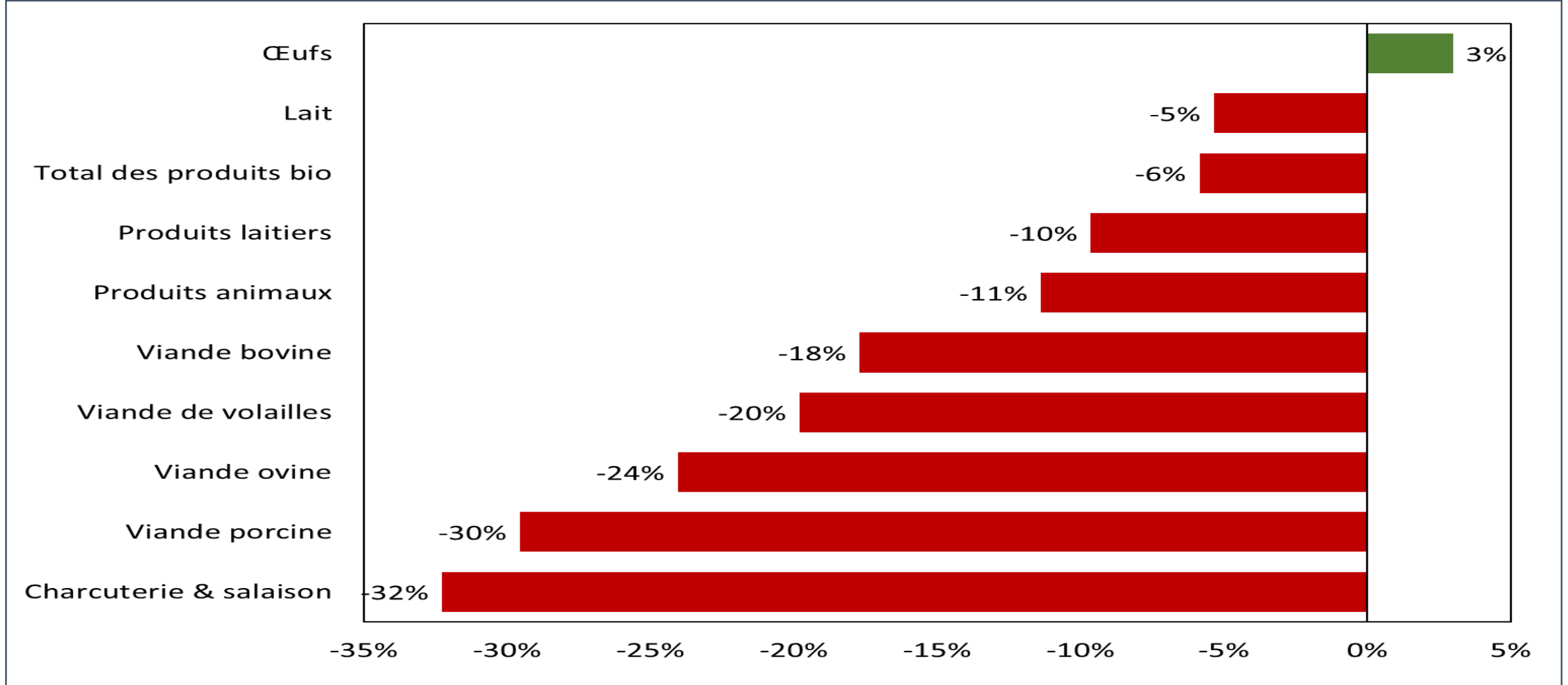


(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI



# L'évolution des ventes\* de produits animaux bio en France entre 2020 et 2023 (en % de la valeur des ventes)

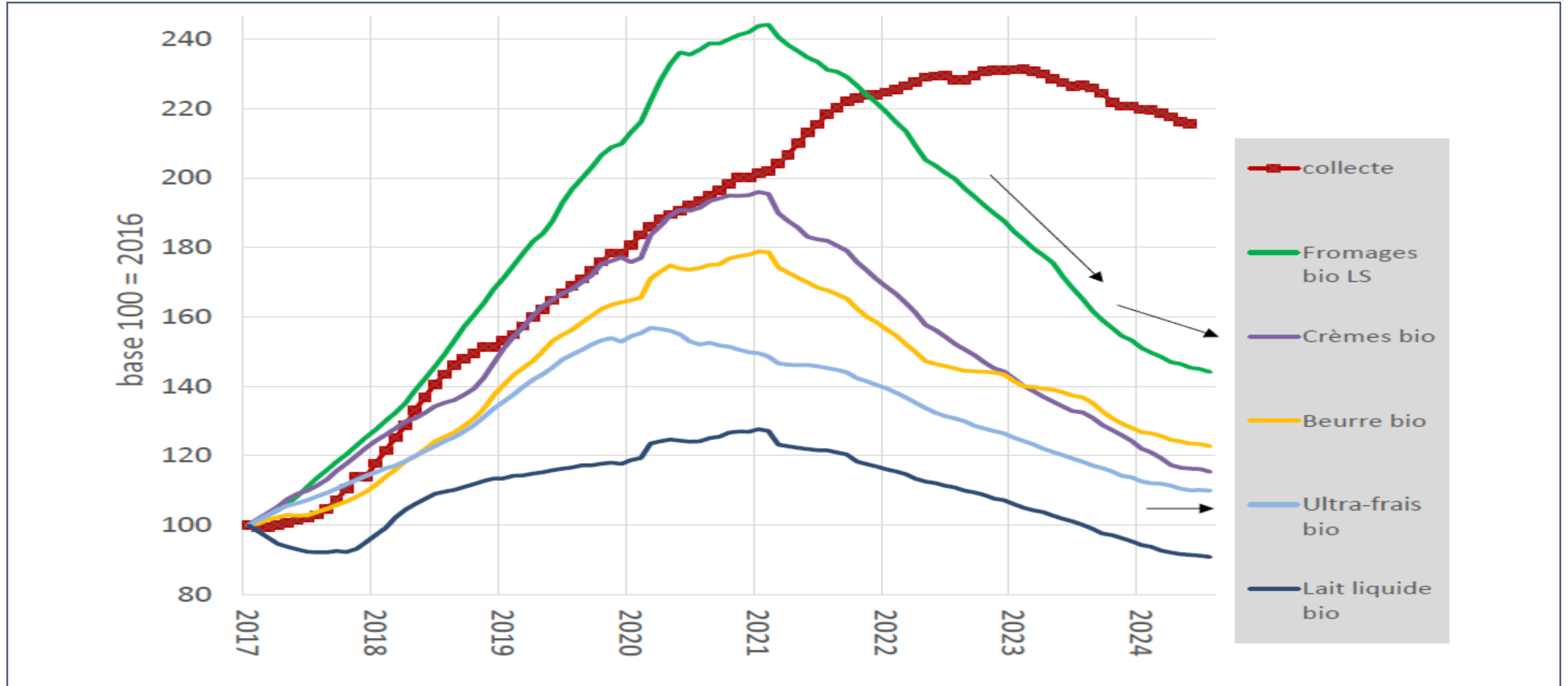


(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI

# Les ventes de produits laitiers bio en GMS en France entre 2017 et 2024

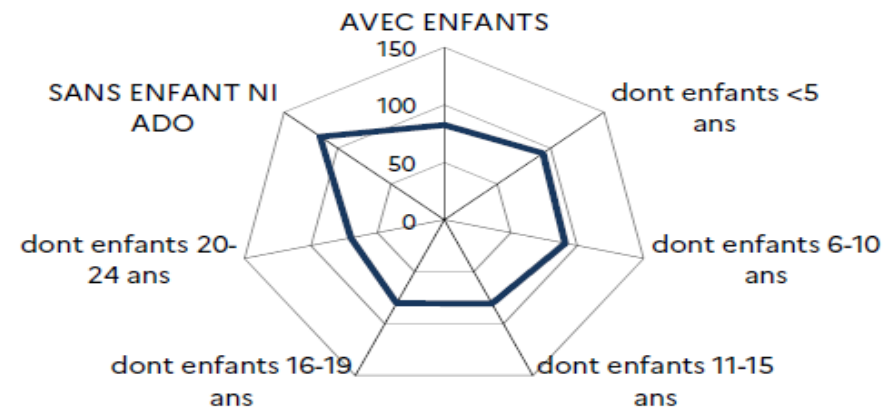
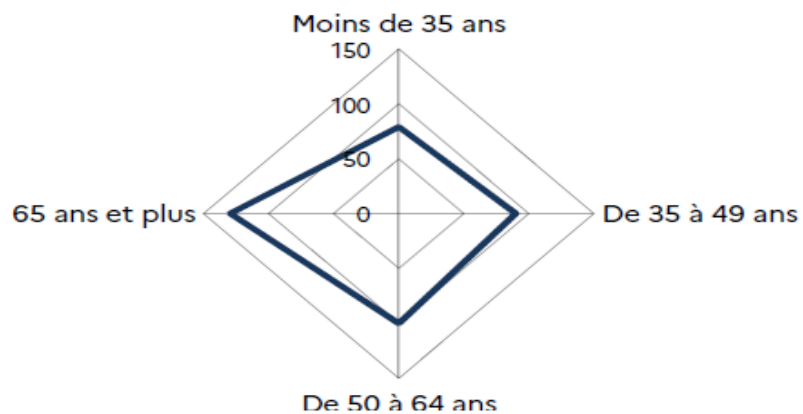
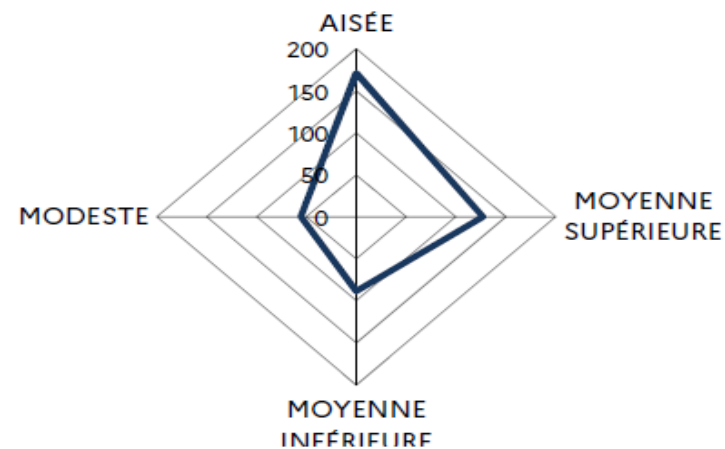
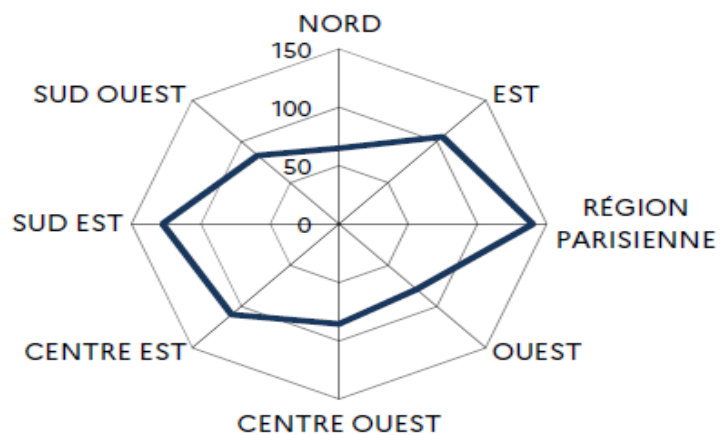
(Base 100 = 2016 ; évolution sur 12 mois glissants)



CNIEL d'après CIRCANA

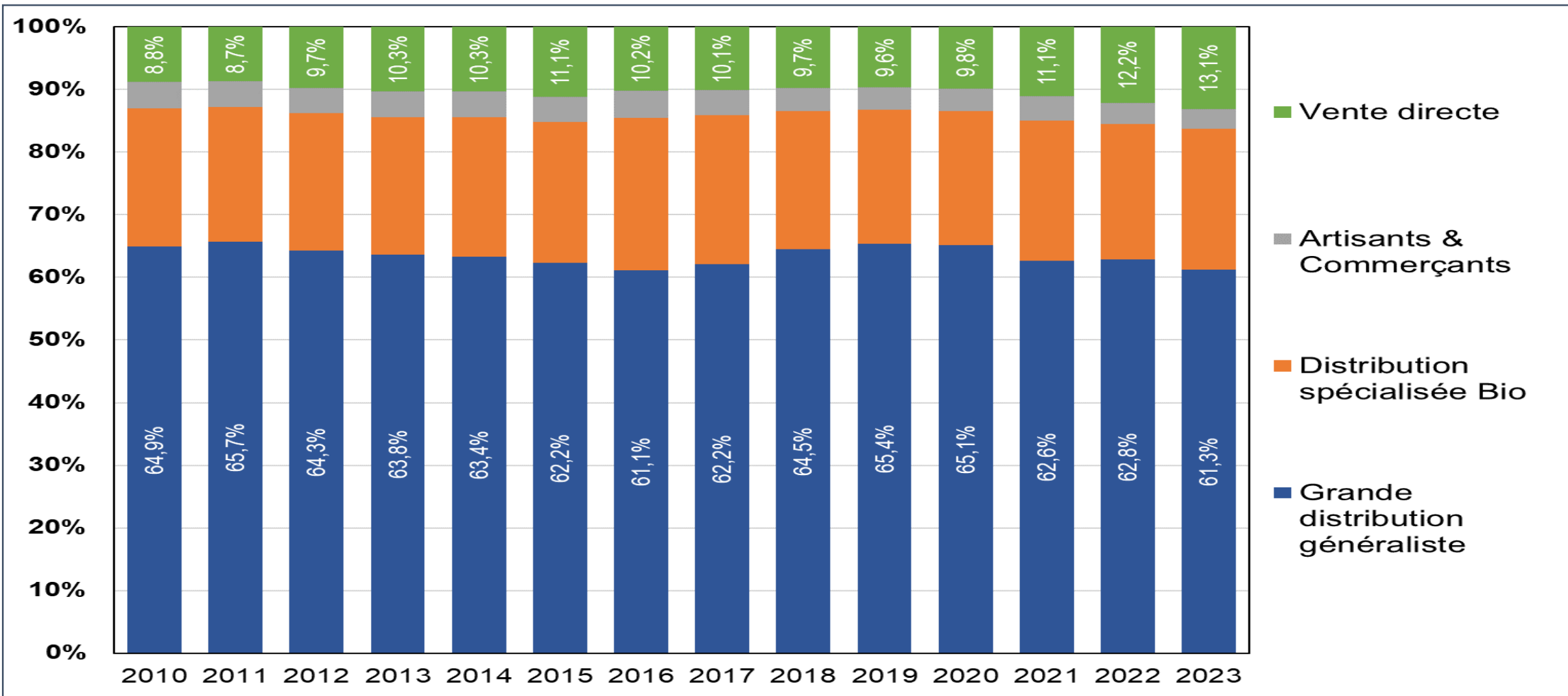
# Les ventes de lait conditionné AB en France en 2023

(Indice en volume ; Base 100 = moyenne nationale)



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

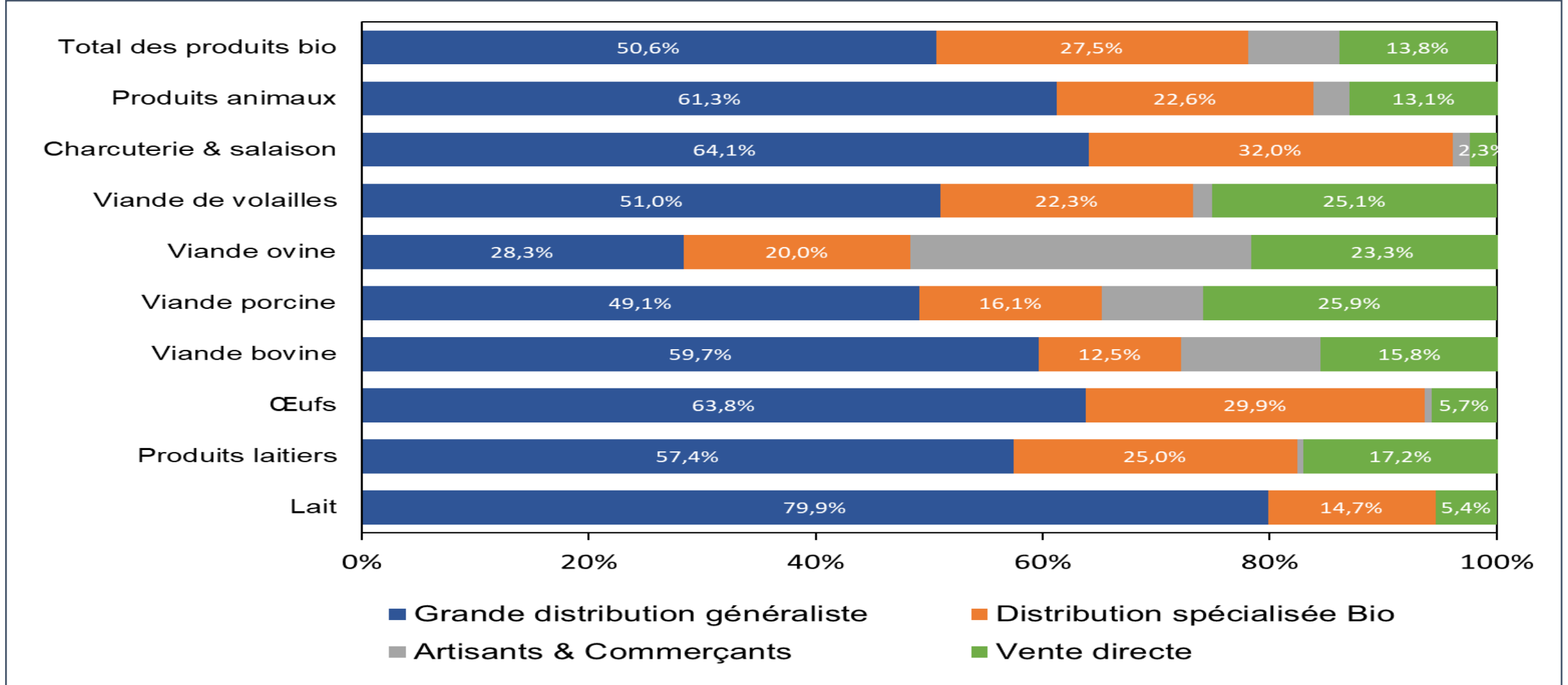
# Le poids des circuits de distribution dans les ventes\* de produits animaux bio (% en France entre 2012 et 2023)



(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI

# Le poids des circuits de distribution dans les ventes\* de produits animaux bio (% en France en 2023)

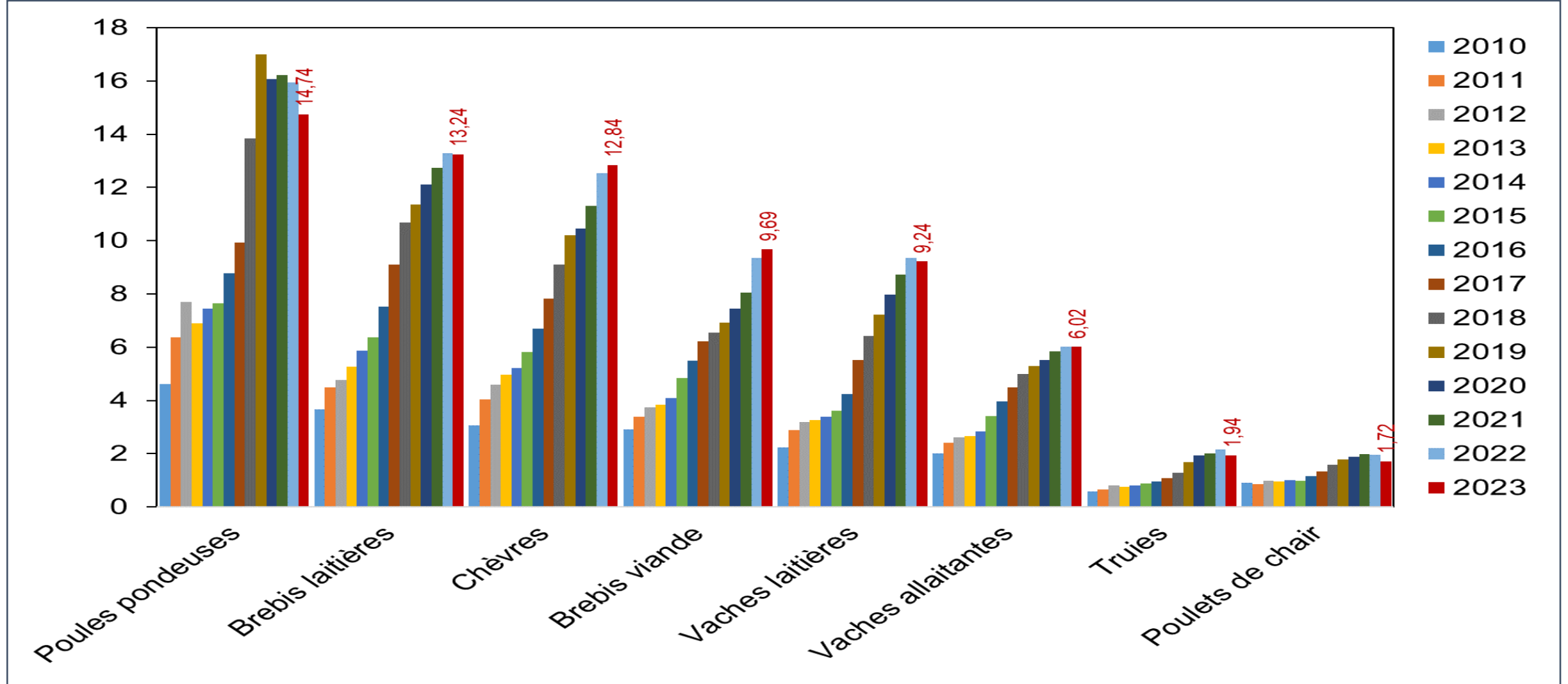


(\*) Hors restauration collective

AgenceBio & ANDI

# La part du cheptel relevant de l'agriculture biologique en France

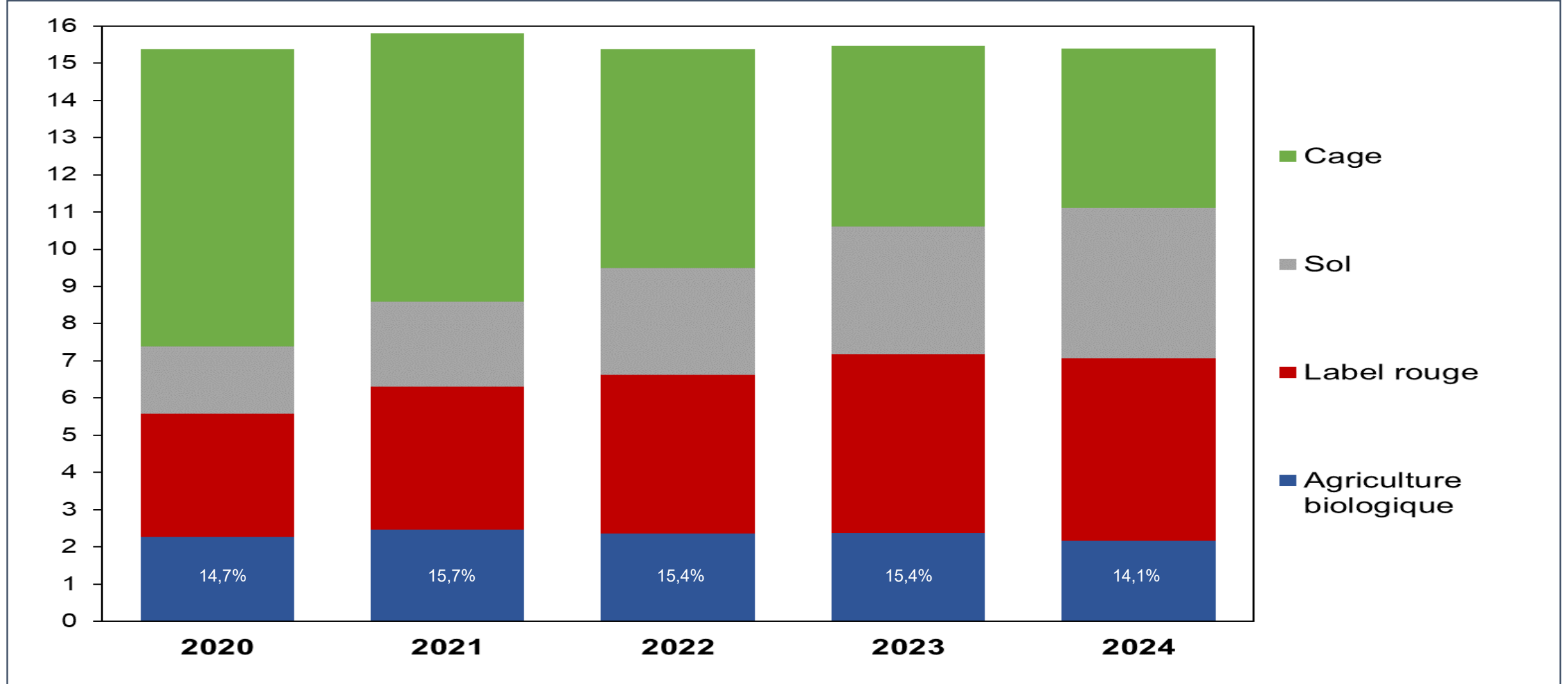
(% des effectifs totaux entre 2010 et 2023)



AgenceBio

# La production d'œufs de consommation bio en France

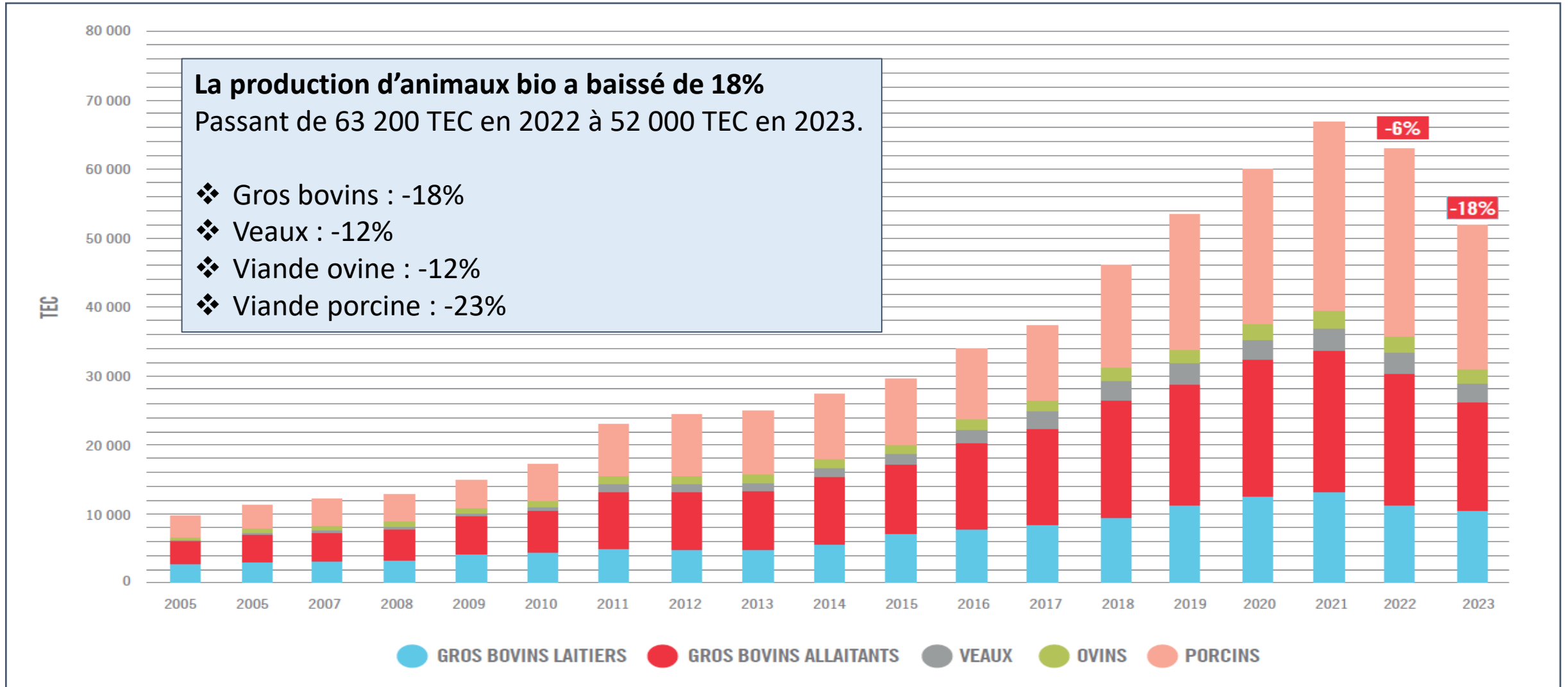
(en millions d'œufs selon les types d'élevage entre 2020 et 2023)



Agreste

# Les abattages d'animaux bio en France

(Milliers de tonnes équivalent carcasse entre 2005 et 2023)



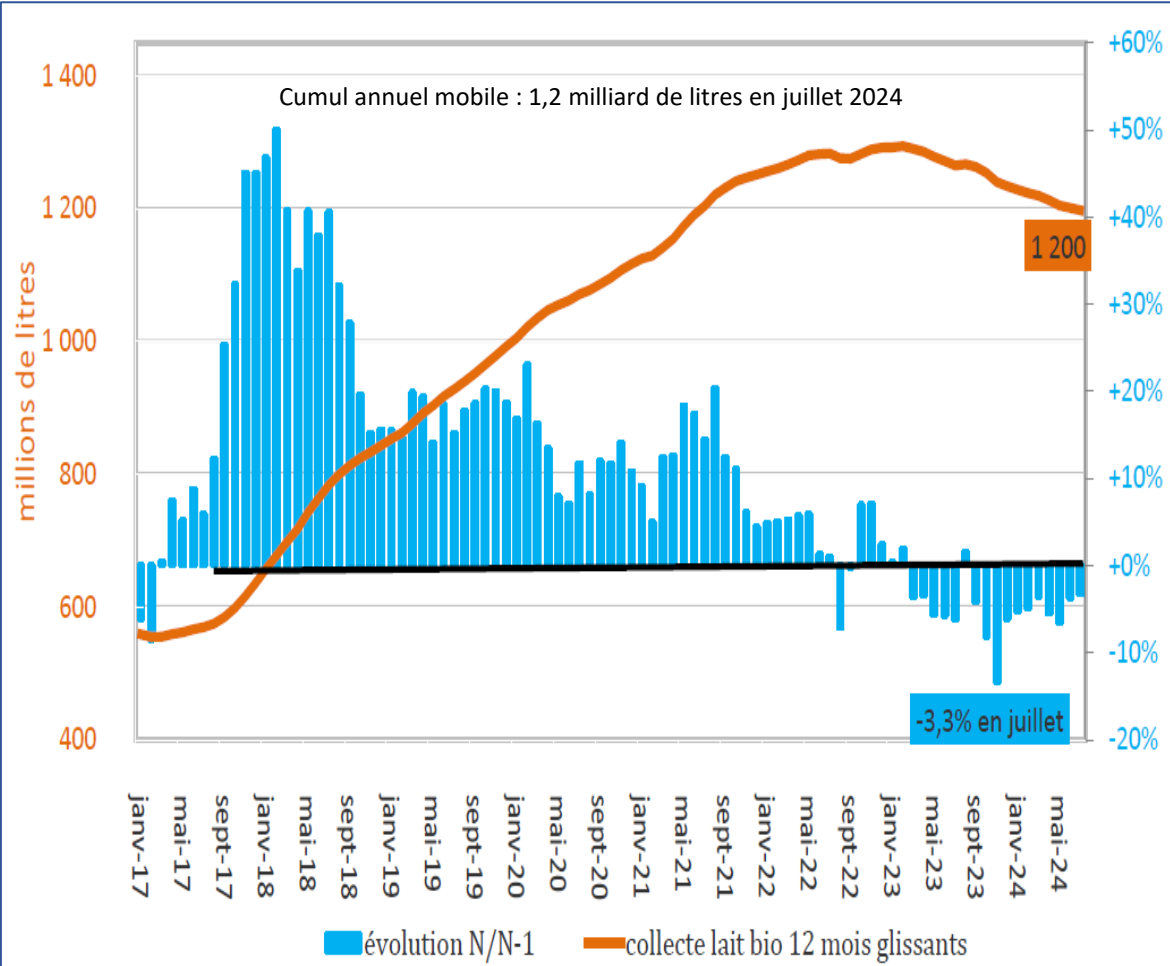
Interbev



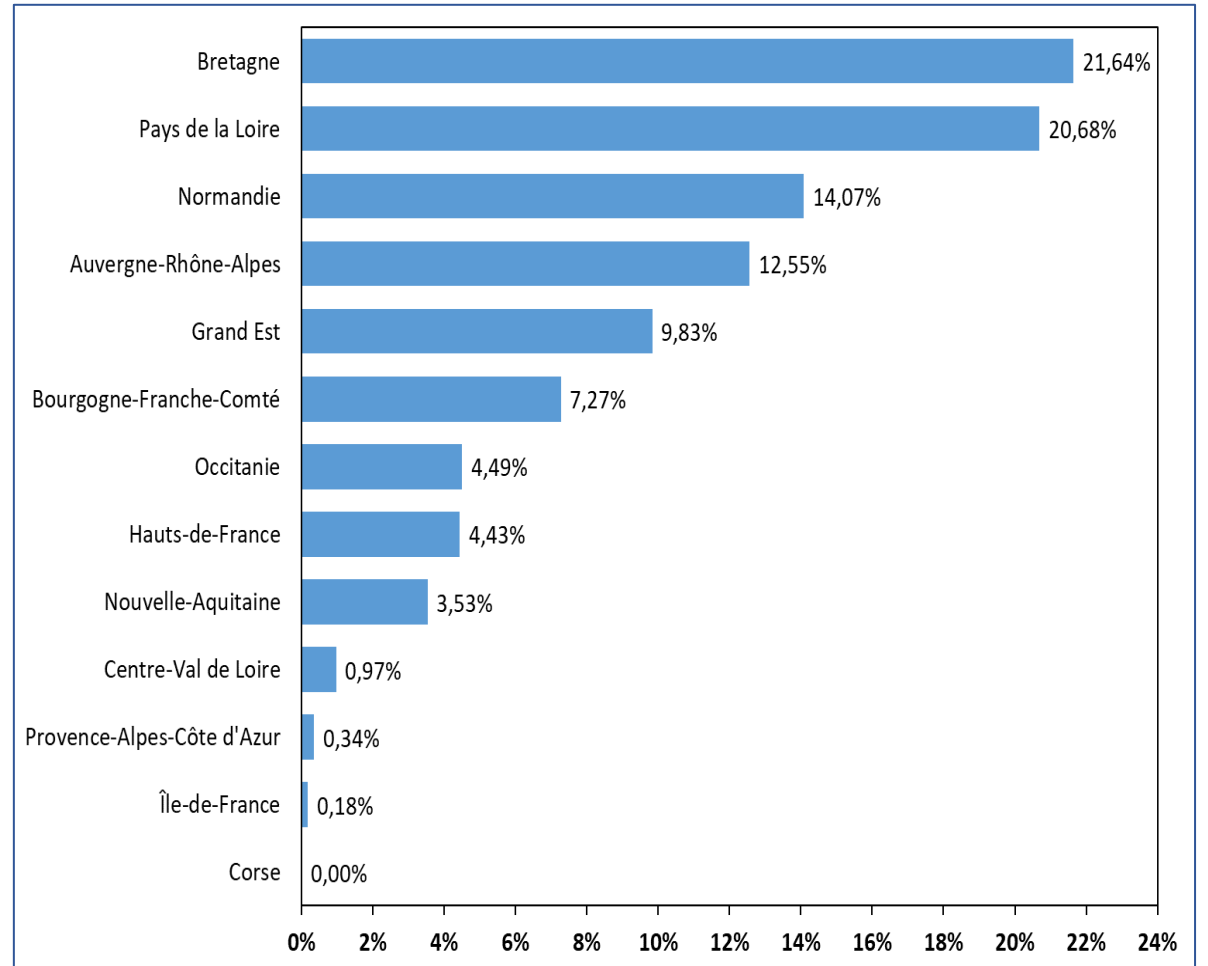
# La production de lait de vache bio en France

(Millions de litres entre Janvier 2017 et Juillet 2024 et poids des régions en 2023)

## La production mensuelle de lait de vache Bio



## Le poids des régions dans la production de lait Bio

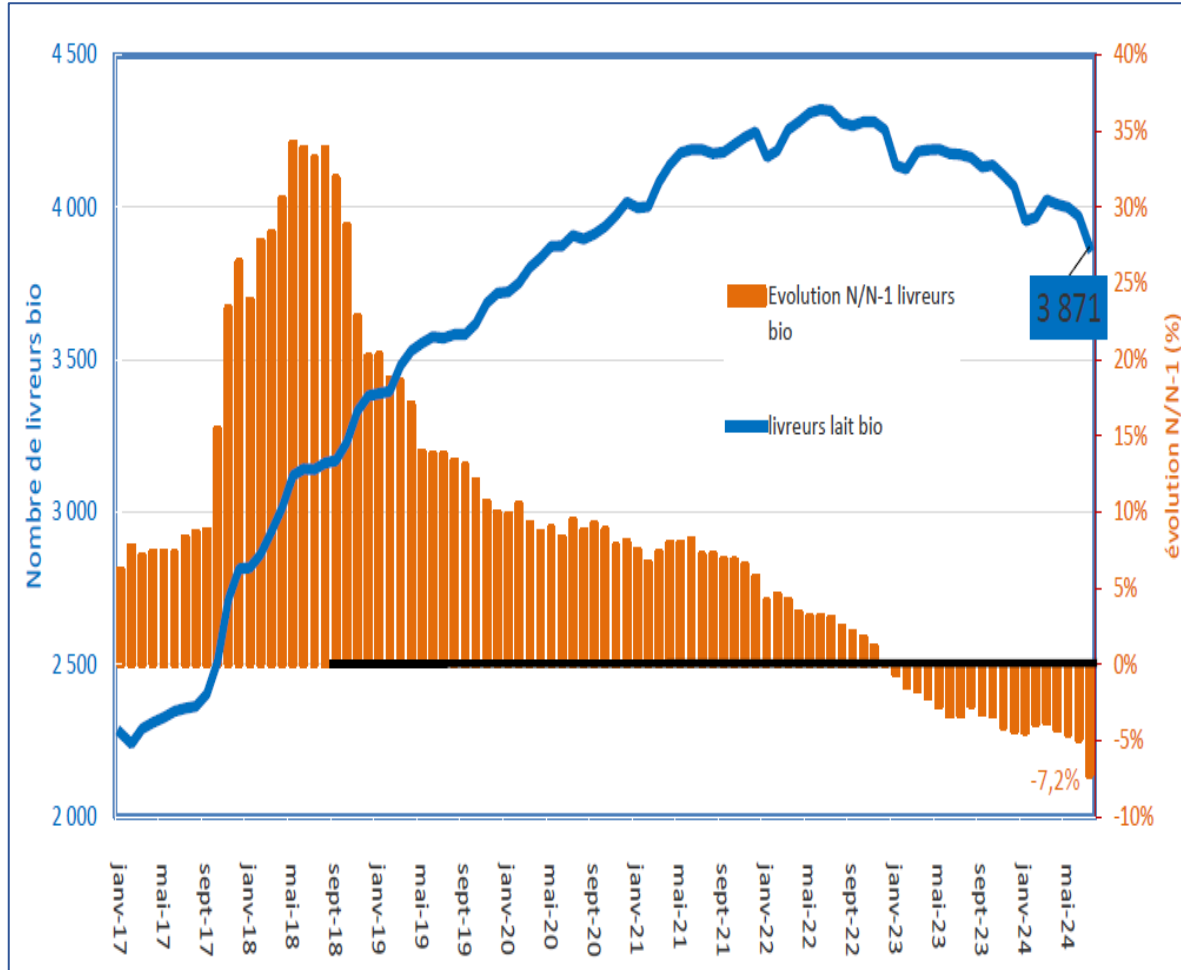


CNIEL & AgenceBio

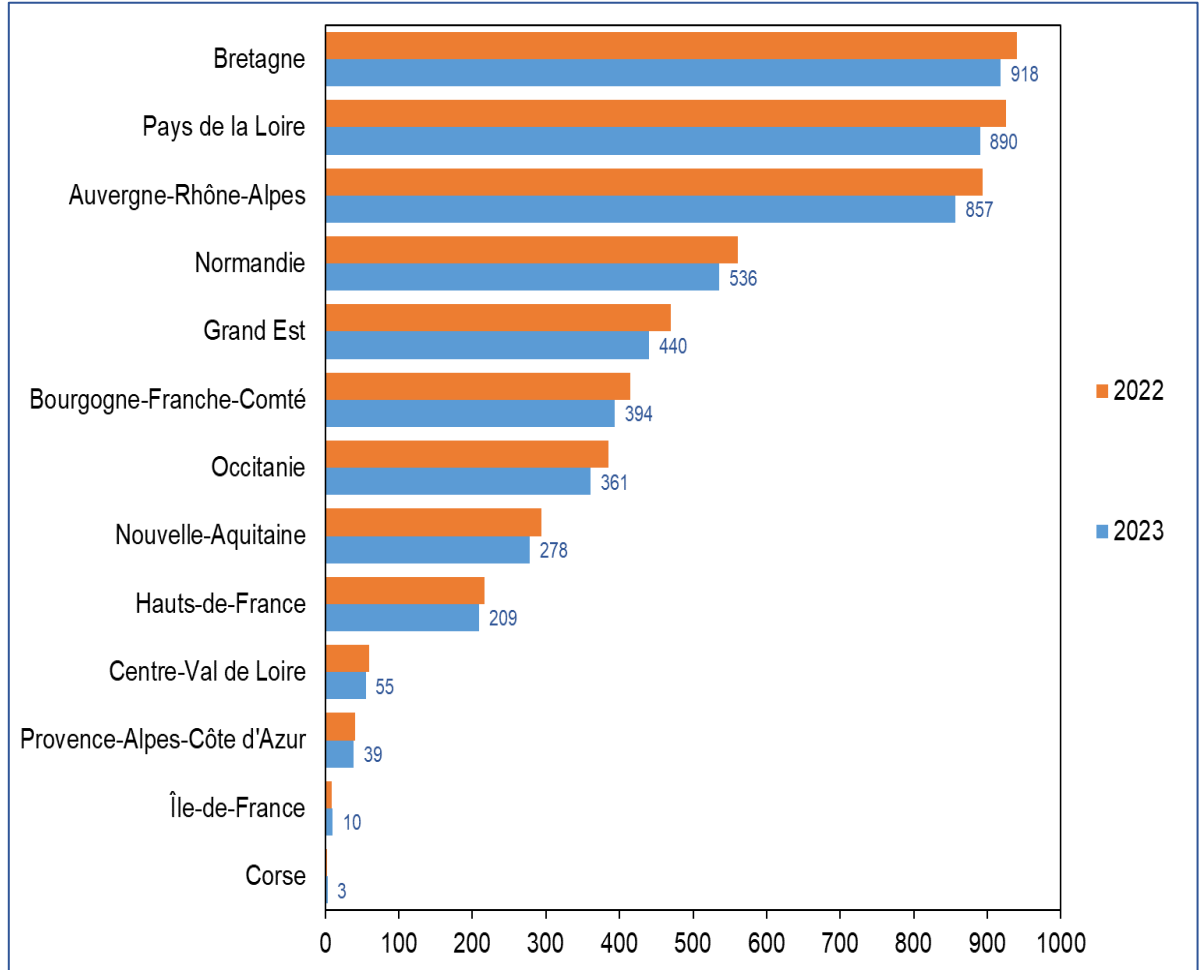
# Les producteurs de lait de vache bio en France

(Effectif entre Janvier 2017 et Juillet 2024 et poids des régions en 2023)

### Effectifs mensuels en France



### Effectifs selon les régions en 2022 et 2023



CNIEL & AgenceBio

# Conclusion<sup>(1/2)</sup> : le développement du Bio n'est pas le fruit du hasard...

- ❑ **Le développement à long terme de l'AB résulte de l'appui des pouvoirs publics** qui ont :
  - ❖ Adapté le cadre législatif pour encadrer l'AB.
  - ❖ Octroyé des aides spécifiques aux exploitations qui s'engageaient en AB.
  - ❖ Favorisé les investissements dans les structures de transformation de produits bio.
  - ❖ Incité à une utilisation accrue de produits bio dans la restauration collective, etc.
  
- ❑ **Il tient aussi au réseau de la grande distribution** qui a progressivement facilité la mise à disposition des produits bio à une grande masse de consommateurs, car nombreux étaient ceux qui ne fréquentaient pas le réseau commercial spécialisé en produits bio (Biocoop, La vie Claire, Naturalia, So.bio...).
  
- ❑ **Les entreprises de la transformation ont également contribué** à cette évolution en diversifiant l'offre de produits bio et optimisant les coûts de production par l'adoption d'une certaine massification.
  
- ❑ **Cette trajectoire de l'AB n'aurait évidemment pas eu lieu sans les agriculteurs eux-mêmes**, qui pour certains d'entre eux ont pris d'importants risques économiques (pertes de rendements, maîtrise technique plus délicate) en quittant l'agriculture conventionnelle pour se convertir à l'AB.

## Conclusion<sup>(2/2)</sup> : l'avenir du Bio n'est écrit...

- ❑ **Les objectifs du Green Deal sont très ambitieux (25% de la SAU en bio).** Plus que les politiques, ce sont les consommateurs qui détermineront, au travers de leurs stratégies d'achat, le niveau futur de développement de la production agricole issue de l'AB.
  
- ❑ **Une certaine régulation de l'offre en AB est nécessaire.** Un excédent d'offre en produits bio implique souvent une baisse de prix et un resserrement des écarts avec la filière conventionnelle.
  
- ❑ **Le consentement à payer des consommateurs pour les produits bio sera la principale variable d'ajustement des marchés futurs.**
  - ❖ Conjoncture économique et évolution des revenus (surtout de la « classe moyenne »).
  - ❖ Une bonne maîtrise du prix de vente des produits bio restera un enjeu essentiel pour séduire de nouveaux consommateurs, notamment ceux de la nouvelle génération des actifs.
  - ❖ Les vecteurs de la communication sur les produits bio vont devoir s'adapter pour limiter les critiques médiatiques et lutter contre la concurrence croissante de produits mettant en avant d'autres atouts attendus (SIQO, HVE, produits sans OGM, produits locaux, produits fermiers, produits issus de circuits courts, Nutri-Score...).

# Merci de votre attention

LA REVUE INRAE PRODUCTIONS ANIMALES

INRAE

2024

Volume 37 – Numéro 2

Numéro spécial

**L'élevage biologique : conditions et potentiel de développement**

AB

<https://www.quae.com/produit/1907/9782738014665/l-elevage-biologique>

LA REVUE INRAE PRODUCTIONS ANIMALES

INRAE

INRAE Prod. Anim. 2024, 37(2), 7937

**L'agriculture biologique et les produits animaux bio en France : après l'essor, le choc de l'inflation**

Vincent CHATELLIER  
INRAE, Institut Agro Rennes Angers UMR SMART-44300, Nantes, France  
Courriel: vincent.chatellier@inrae.fr

■ Les produits animaux issus de l'agriculture biologique représentent, en France, un peu moins du quart du marché alimentaire des produits bio. Si ces produits connaissent un développement soutenu depuis dix ans, les ventes ont manqué le pas depuis 2021, en raison non pas d'un manque d'intérêt des consommateurs pour ce mode de production, mais de l'inflation inédite qui a imposé de nouveaux arbitrages dans les actes d'achat. En agriculture biologique, où le marché reste étroit, l'ajustement de l'offre à la demande est une nécessité, faute de quoi les prix à la production deviennent moins incitatifs.

**Introduction**

L'agriculture biologique (AB), qui répond à des exigences strictes définies dans des cahiers des charges rigoureusement contrôlés<sup>1</sup>, a pris ses racines scientifiques il y a environ une centaine d'années (Allain, 2016; Bellon, 2016). Longtemps resté confidentiel (Lecoux, 2015), ce mode de production connaît, surtout depuis deux décennies, un développement soutenu. À l'échelle mondiale, les surfaces agricoles consacrées en AB, y compris celles qui sont en conversion, ont ainsi quintuplé en vingt ans pour atteindre 74,9 millions d'hectares en 2020, soit l'équivalent de 1,6 % de la SAU (FAO, 2022). L'Australie regroupait, à elle seule, 46 % des surfaces mondiales en AB en 2020 (Pauil, 2019), devant l'Union européenne – UE – (20 %), l'Amérique latine (13 %), l'Asie (8 %), l'Amérique du Nord (5 %) et l'Afrique (5 %). Dans l'UE-27, les surfaces dédiées à l'AB sont passées de 9,5 millions d'hectares en 2012 à 14,7 millions d'hectares en 2020 (soit 9,1 % de la SAU). Avec 2,8 millions d'hectares en 2021 (10,3 % de la SAU), la France compte parmi les pays où l'AB a le plus fortement augmenté (à l'échelle mondiale, 2021; Commission européenne, 2023). L'essor de l'AB tient surtout à la volonté d'une partie croissante des consommateurs de privilégier des biens alimentaires qui soient à la fois compatibles avec l'obtention d'une bonne santé et élaborés selon des processus respectueux de l'environnement. Il tient aussi à l'accompagnement assuré par les pouvoirs publics au travers de leurs plans de soutien (Cocoe des complexes, 2022). En France, l'analyse de la diffusion spatiale de la production en AB montre des effets de plus ou moins grande concentration selon les petites régions agricoles et les départements (Allain *et al.*, 2015). Cela tient à l'héritage du développement de l'AB en France (Allain, 2016), à la rentabilité économique des spécialisations agricoles, à la plus ou moins grande proximité des bassins de consommation, à la concurrence locale entre productions, au potentiel agronomique des terres, à

<sup>1</sup> L'AB constitue un mode de production alternatif à l'agriculture conventionnelle et contribue à un meilleur impact des éleveurs ruraux, au maintien d'une plus grande biodiversité et à un développement durable de l'activité agricole. Elle se distingue par son mode de production qui exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des organismes génétiquement modifiés (OGM) et des produits vétérinaires à base d'antibiotiques. Elle favorise le bien-être animal et le respect de l'environnement. Elle est reconnue par le label européen AB et le label français AB. Elle est reconnue par le label européen AB et le label français AB. Elle est reconnue par le label européen AB et le label français AB.

<https://doi.org/10.1002/production.animals.2024.37.2.7937>

INRAE Productions Animales 2024 numéro 2

<https://productions-animales.org/article/view/7937/34497>

LA REVUE INRAE PRODUCTIONS ANIMALES

INRAE

INRAE Prod. Anim. 2024, 37(3), 8281

**Le revenu agricole des agriculteurs et des éleveurs en France : une forte variabilité interannuelle (2010-2022) et de grandes disparités**

Vincent CHATELLIER  
INRAE, UMR SMART, 44300, Nantes, France  
Courriel: vincent.chatellier@inrae.fr

■ Le début de l'année 2024 a été marqué par de retentissantes manifestations agricoles. Parmi les nombreux et parfois inextricables arguments déployés pour justifier de cette colère, la faiblesse des revenus agricoles a souvent été mise en avant. L'ambition poursuivie ici est de faire le point sur l'évolution des revenus agricoles en France depuis 2010 et sur leur importante dispersion entre exploitations agricoles.

**Introduction**

En France, comme dans plusieurs États membres de l'Union européenne (UE), des manifestations agricoles fortement médiatisées se sont tenues au début de l'année 2024. Les arguments déployés par les agriculteurs en colère étaient pour le moins hétérogènes, à tel point qu'il était parfois difficile, même pour des experts de l'agriculture et des mouvements syndicaux, de bien se repérer dans la hiérarchie des attentes et des revendications. Ces tensions, qui s'expliquent toujours sur le terrain en cette fin 2024, ont été pour partie influencées par le calendrier politique du moment, et notamment les élections au Parlement européen de juin 2024, les élections aux Chambres d'agriculture de janvier 2025, la mise en œuvre de la nouvelle politique agricole commune (PAC) sur la période 2023-2027 et le projet de loi d'orientation agricole en cours d'élaboration portant sur la souveraineté en matière agricole et le renouvellement des générations. De nombreux slogans ont occupé une place de choix lors de ces manifestations, tels que : « agriculteur, enfant on en rêve, adulte on en crève » ; « qui sème la misère récolte la colère » ; « on vous nourrit, mais nous, on crève » ; « pas de pays sans paysans » ; « on est sur la paille » ; « Mercosur, destruction de l'agriculture française » ; « taxes, charges, paperasses, trop c'est trop », etc. Derrière ces derniers, souvent accrochés aux cabines des tracteurs dans les convois de manifestants, force est de constater que la question du revenu des agriculteurs était l'une des composantes (mais pas la seule) de cette colère.

Dans ce cadre et en utilisant les données du Réseau d'information comptable agricole (RICA) sur une longue période (2010 à 2022), et à plus court terme (2020 à 2022), cet article présente une analyse portant sur l'évolution des revenus agricoles en France et de leur hétérogénéité. Il s'inscrit dans la continuité de travaux menés dans le cadre du projet de recherche dit AgrIncome conduit pour le ministère en charge de l'agriculture (Chatellier, 2021; Delame, 2021; Jeanneaux & Velay, 2021; Laroche-Dupraz & Ridier, 2021; Piet *et al.*, 2021a, 2021b; Piet & Desjeux, 2021; Veyssier & Boukhriess, 2021). Il complète les analyses développées dans plusieurs publications récentes issues du ministère en charge de l'agriculture (Agreste, 2023; Devaure, 2023), du Conseil général de l'alimentation, de l'agriculture et des espaces ruraux (CGAER, 2022) ou de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Bordet-Gaudin *et al.*, 2021; INSEE, 2024). Au fil des dernières décennies, le thème des revenus agricoles a suscité de nombreux rapports et articles scientifiques, dont notamment, dans un ordre chronologique, Chausard & Chevalier (2007), Institut de l'Élevage (2005), Bourgeois (1994), Bousnard (1994), Brangeon *et al.* (1994), Cordellier

<https://doi.org/10.1002/production.animals.2024.37.3.8281>

INRAE Productions Animales, 2024, numéro 3

<https://productions-animales.org/article/download/8281/41287/125220>