

### 3.3 Achats de produits issus de l'agriculture biologique par les ménages français

Entre 2015 et 2020, le marché français des produits alimentaires biologiques est très dynamique avec des taux de progression annuels globalement supérieurs à 10 %, exception faite de la distribution spécialisée en 2018 et 2019

► **figure 1.** Sur la période étudiée, le nombre de magasins bio et l'offre bio en magasins se sont accrus. Tous les circuits de distribution profitent de l'essor du bio, notamment la distribution généraliste qui enregistre les taux d'évolution les plus élevés. En 2020, le marché biologique tous circuits de distribution confondus représente près de 13 milliards d'euros.

Toutefois, l'année 2020 se caractérise par une augmentation plus modérée des dépenses des ménages en produits biologiques que les années précédentes (+12 % sur un an), alors même que le contexte sanitaire lié à l'épidémie de Covid-19 et les confinements successifs ont été favorables aux achats pour le domicile. Depuis, les achats diminuent : selon IRI, entreprise de conseil spécialisée dans la consommation, le total des achats des ménages en produits de grande consommation et produits frais en libre-service bio baisse de 2,6 % en volume en 2021, et de 7,8 % en 2022.

Les dépenses en **produits d'épicerie** bio augmentent jusqu'en 2020, dernières données disponibles pour ces produits. Entre 2016 et 2020, les taux annuels d'évolution se situent entre 10 % et plus de 25 %. Les dépenses dans le rayon **pains et céréales** bio, hors boulangerie, augmentent très fortement, malgré un ralentissement depuis 2018 (+11 % en 2020, contre +25 % en 2017) ► **figure 2.** Pour les produits sucrés, les matières grasses ou encore les boissons, les dépenses augmentent en 2020

de plus de 13 %, mais là aussi, moins que les années précédentes.

Les données disponibles jusqu'en 2022 pour les **produits frais traditionnels** confirment le ralentissement du marché du bio, déjà amorcé pour les produits d'épicerie avant 2020. L'année 2021 marque une rupture de tendance : quel que soit le produit bio, les quantités achetées par les ménages diminuent. Cette baisse se poursuit et s'accroît en 2022 ► **figure 3.**

Les quantités achetées de lait bio baissent en 2021, puis en 2022 (-8 %). Les achats de fruits et légumes bio diminuent en 2022 pour la deuxième année consécutive après plusieurs années de hausse (-9 % pour les fruits, -12 % pour les légumes), tout comme les achats d'œufs bio qui diminuent de 11 % en 2022 face à la concurrence accrue des œufs plein air (+3 %). Enfin, dans un marché de la viande largement orienté à la baisse, les achats de poulet bio diminuent et ce davantage que les produits conventionnels (-15 % pour le poulet bio, contre -11 % pour le conventionnel).

Un des facteurs qui explique le recul des achats de produits alimentaires bio depuis 2022 est la différence de prix entre un produit conventionnel et un produit bio qui amène certains consommateurs de produits bio à y renoncer, d'autant plus que le contexte est inflationniste ► **figure 4.** L'offre croissante d'autres labels, comme le « local et d'origine France », vient de plus en plus concurrencer les produits biologiques avec un prix souvent plus attractif. Depuis la crise sanitaire, les consommateurs semblent porter un intérêt croissant pour ces labels, au détriment des produits issus de l'agriculture biologique. ●

#### ► Définitions

Les **produits de grande consommation d'épicerie** comprennent tous les produits gencodés, c'est-à-dire porteurs d'un code-barres.

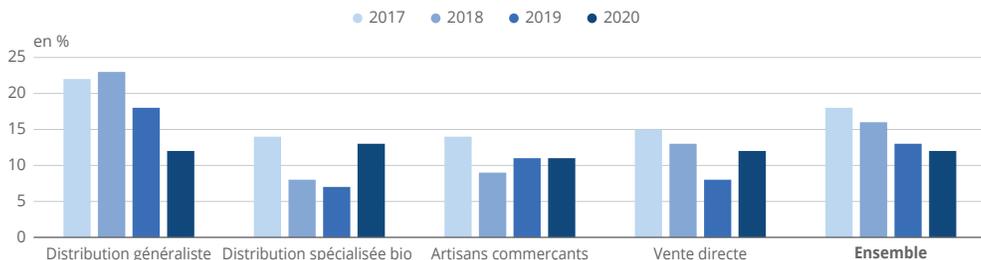
Les **pains et céréales** intègrent les pains suivants, vendus dans les rayons épicerie et surgelés de lieux de distribution à l'exception des boulangeries et pâtisseries : les pains traditionnels (baguette, campagne, complet, etc.), les pains spéciaux (type blinis, fougasse, pain pour hamburger, toast, etc.) et les pains de mie. Ce groupe de produits comprend également les biscottes, les viennoiseries, les pâtisseries (fraîches préemballées avec code-barres, industrielles et surgelées), les gâteaux secs, gaufres et crêpes, les pizzas, quiches et tourtes, le riz, les pâtes, les farines et graines de céréales, la semoule, les préparations à base de céréales (y compris les céréales pour le petit-déjeuner), les plats cuisinés à base de pâtes, les pâtes à tarte, les sandwichs sous vide et les légumineuses.

Les **produits frais traditionnels** désignent les fruits et légumes (6 fruits et 9 légumes), les produits laitiers (beurre, yaourts, lait), les œufs et le poulet (poulet entier prêt à cuire et les découpes).

#### ► Pour en savoir plus

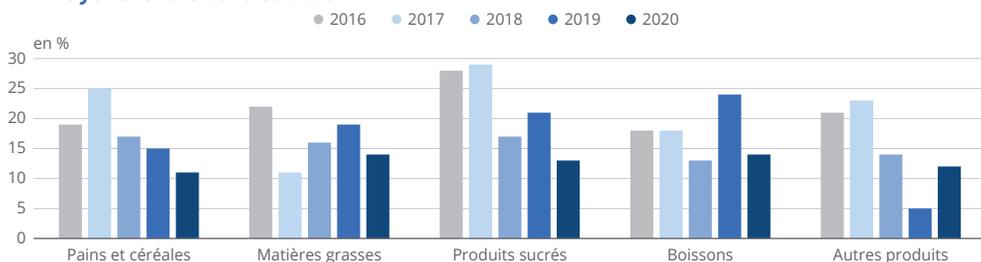
- « Le marché alimentaire bio en 2020 », Agence bio et AND International, édition 2021.
- « Les tendances du marché des PGC », IRI Vision le mensuel.
- Kantar Worldpanel (base de données).

## ► 1. Évolution annuelle du chiffre d'affaires des produits alimentaires biologiques par circuit de distribution



**Lecture :** Entre 2019 et 2020, le chiffre d'affaires des produits alimentaires biologiques, quel que ce soit le circuit, a augmenté de 12 %.  
**Champ :** France métropolitaine. **Sources :** FranceAgriMer ; Agence Bio ; AND International.

## ► 2. Évolution annuelle des dépenses réalisées en produits bio par les ménages et par grands rayons<sup>1</sup> entre 2016 et 2020

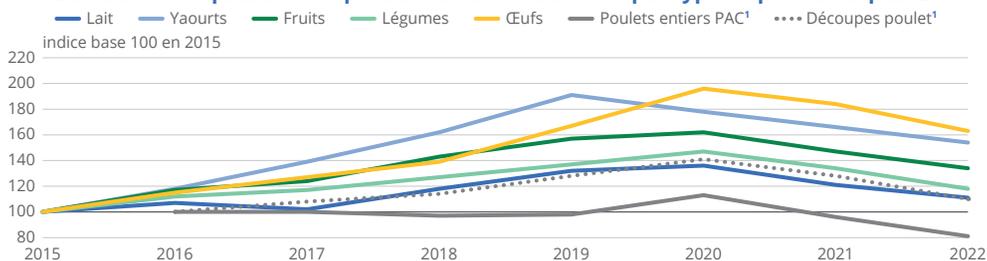


<sup>1</sup> Les dépenses alimentaires par grands rayons sont reconstituées à partir du panel consommateurs Kantar.

**Lecture :** Entre 2019 et 2020, les dépenses alimentaires de pains et céréales biologiques ont augmenté de 11 %.

**Champ :** France métropolitaine. **Source :** Kantar Worldpanel, calculs FranceAgriMer.

## ► 3. Évolution des quantités de produits frais bio achetées par type de produit depuis 2015



PAC : prêt à cuire.

<sup>1</sup> Indice base 100 en 2016 pour le poulet entier ou en découpes.

**Lecture :** Entre 2015 et 2022, les quantités achetées de yaourts bio ont augmenté de 54 %.

**Champ :** France métropolitaine.

**Source :** Kantar Worldpanel, calculs FranceAgriMer.

## ► 4. Prix moyens et écarts de prix entre produits bio et non bio au cours de l'année 2020

Produit	Prix du bio	Prix du conventionnel	Écart de prix (val. absolue) (en euros par kilogramme ou par litre)	Écart de prix (val. relative) (en %)
	(en euros par kilogramme ou par litre)			
Farine	1,90	0,80	1,10	137,5
Pâtes	3,80	2,50	1,30	52,0
Huile alimentaire	7,70	3,20	4,50	140,6
Jus de fruits	2,10	1,50	0,60	40,0
Lait	1,10	0,90	0,20	22,2
Sucre	4,10	1,20	2,90	241,7
Beurre	10,00	7,90	2,10	26,6

**Lecture :** En 2020, l'écart de prix entre un kilogramme de farine bio et un kilogramme de farine non bio est de 1,10 euro.

**Champ :** France métropolitaine.

**Source :** Kantar Worldpanel, calculs FranceAgriMer.