

# CHANGEMENT D'ECHELLE

# METABIO



21 mars 2023

---

# L'AGENCE BIO



Financement &  
Gouvernance



Familles professionnelles

Pouvoirs publics



MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
ET DE LA SOUVERAINETÉ  
ALIMENTAIRE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



MINISTÈRE  
DE LA TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

En 2023, l'intégration de la **distribution** (FCD, FCA, SYNADIS) et des **interbios régionales** au conseil d'administration

Tous **les 3 ans** : un  
Contrat d'Objectifs et  
de Performance (COP)

# L'AGENCE BIO



Groupement d'Intérêt Public créé en 2001 en charge du développement, de la promotion et de l'agriculture et de l'alimentation biologique



Une équipe d'environ 20 personnes dédiée à construire un monde plus bio



**Communiquer** et **informer** les citoyens et consommateurs sur l'agriculture et l'alimentation biologiques et ses vertus environnementales.



**Produire** et **analyser** les données du secteur bio de l'amont à l'aval à travers son Observatoire National.



Gérer la **notification** des opérateurs et **délivrer** les autorisations de **l'utilisation** de la **marque AB** à des fins de communication et promotion



Contribuer à la **structuration** de **filières biologiques** pérennes en France notamment à travers le Fonds Avenir Bio depuis 2008.



**Favoriser** le **dialogue** entre les différentes parties prenantes au service de la transition agroécologique et alimentaire.

# Conjoncture

## Un marché en stagnation en 2021 et en recul en 2022 (9 premiers mois)

Ventes bio à poids fixe en GMS (hors hd) : -6,5% en 2022 vs 2021

Ventes en magasins spécialisés : -8,2% d'après les premières estimations

⇒ Pas assez de conso alors que les jeunes producteurs veulent passer en bio.

## Production

Les engagements sont restés supérieurs aux arrêts en 2022 (total engagés fin 2022 : 60300) : 3,2% de croissance

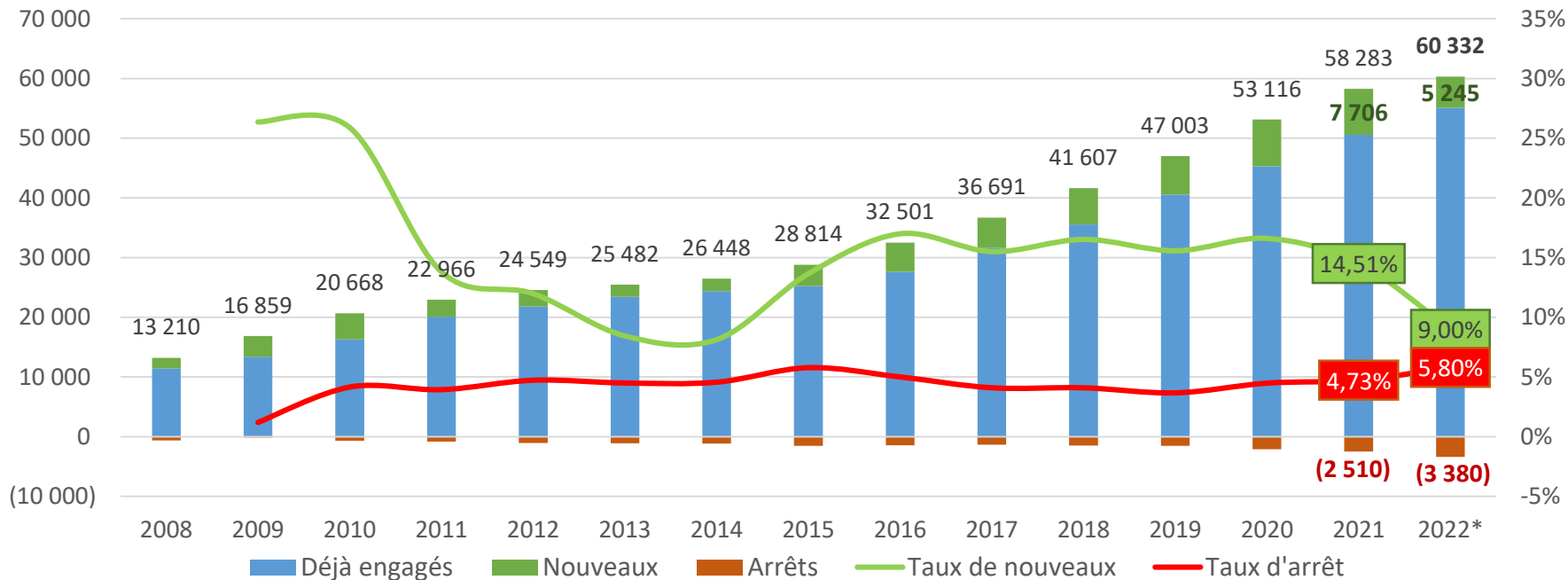
La proportion de nouveaux producteurs (7700 en 2021; 5200 en 2022) subit une baisse importante passant de 14,5 % en 2021 à 9,0 % en 2022.

La proportion des arrêts de certification a globalement atteint 5,80 % de la population engagée début 2022 ⇒ un des plus forts taux d'arrêt enregistré depuis 10 ans

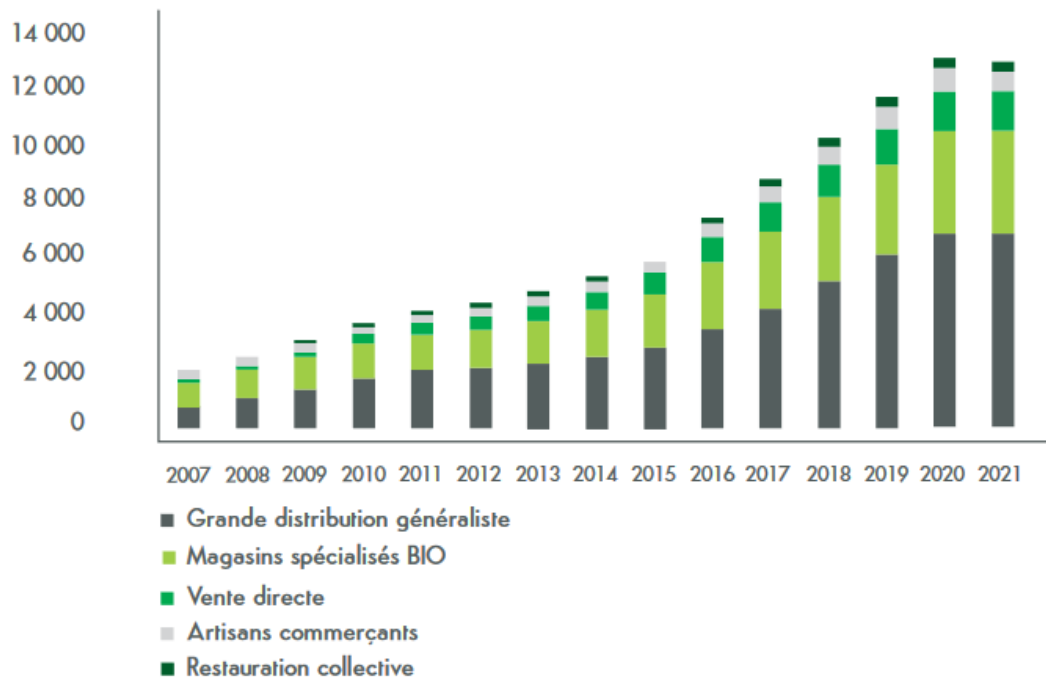
~ 3 millions d'hectares engagés en bio en 2022

---

# Engagements et arrêts de producteurs bio



## Evolution du marché bio français



Recul du marché bio de 0,5% en 2021, après la forte croissance de 2020 (liée à la pandémie) à 12,4 M€

Bio = 6,6% des courses alimentaires des Français

Principaux circuits : grande distribution et magasins spécialisés

3 Français sur 10 disaient consommer des produits bio toutes les semaines (vs 5 en 2021)

En 2022, le marché est de nouveau en recul de l'ordre de 7% pour repasser sous la barre des 12M€

# Résultats de la 20<sup>e</sup> édition du baromètre

**83% des répondants disent consommer des produits bio au moins une fois par an, baisse de part des fréquences mensuelles de consommation**

Si le **prix reste le 1er frein cité** à la consommation de produits alimentaires bio, il n'a pas bondi en période d'inflation.

On observe en revanche en 2022 une **très forte progression de la remise en question de la réalité du bio**, qui arrive en 2<sup>ème</sup> position des arguments invoqués par 57% des non-consommateurs de bio.

**+17% des doutes sur le bio, qui culminent à 57% des répondants**

Si le bio s'est développé à l'origine via des marques spécialisées, **l'arrivée sur le marché des grandes marques** de l'industrie agroalimentaire ou des **marques distributeurs** a certainement contribué à **diluer la promesse initiale** et à limiter la capacité de réassurance du bio. En témoignent les **61%** de Français qui considèrent que le bio est **avant tout du marketing**.

C'est donc la question du respect des exigences du cahier des charges par les différentes marques se réclamant du bio qui est interrogée.



## Mieux comprendre le consommateur pour mieux lui parler et le réassurer

- Projet d'approfondissement de notre baromètre
  - Qualifier les différences de modes alimentation, de régimes
  - Quantifier les externalités positives de l'alimentation bio lorsqu'on parle des prix du bio
  - Quel coût social et en termes de santé de la non-application d'Egalim (en RHD).
-



# Enjeu de consolidation des filières existantes

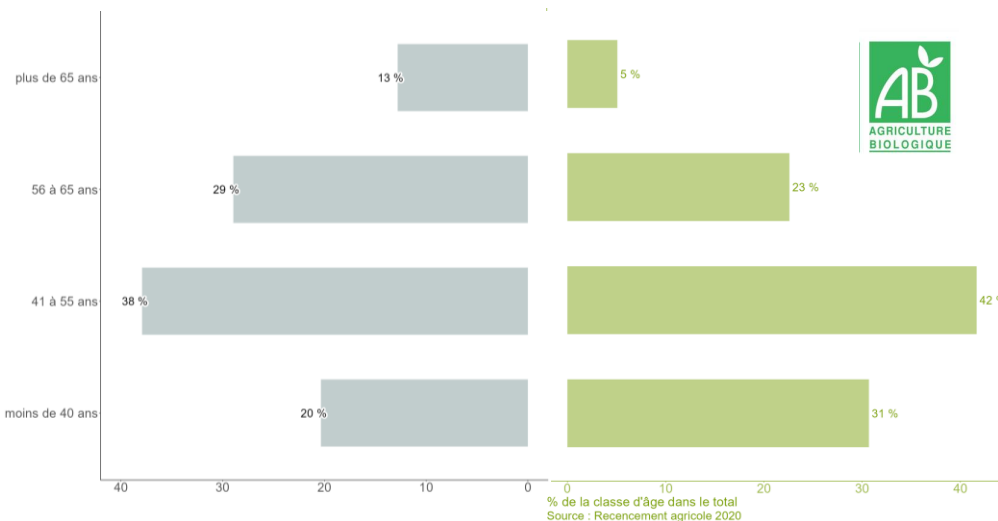
Des actions conjointes pour caractériser et soutenir les producteurs

- TypoBIO
- DIS BIO et Baromètre producteurs

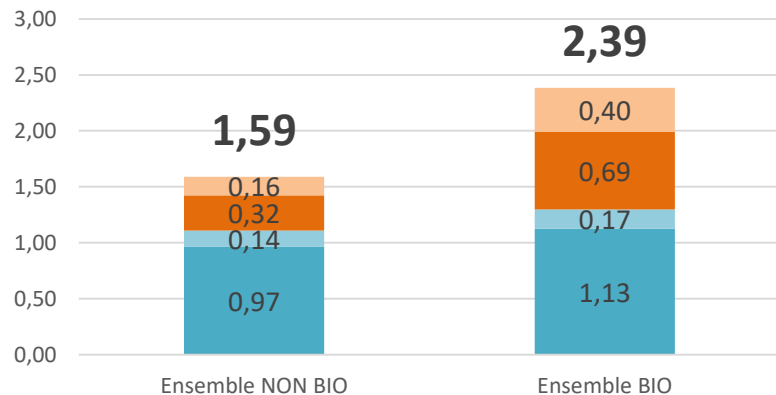
Nos actions à envisager ensemble ?

- revoir nos critères d'intervention pour adapter l'action publique : exemples
    - critères du Fonds Avenir BIO
    - impact des équipements sur les dynamiques territoriales
    - étude prospective MASA/FAM/AGENCE BIO
-

# Enjeu de renouvellement des générations



Equivalents temps pleins moyens par exploitation  
source : Agreste RA2020



- ETP saisonniers
- ETP salariés permanents
- ETP familial hors chef ou coexpl.
- ETP chef et coexploitants

TOTAL ETP par exploitation en moyenne

## Age moyen du chef d'exploitation (selon RA 2020) :

- France : non bio 52,77 – bio 47,92 – ensemble 52,21
- Dép 35 : non bio 51,57 – bio 47,22 – ensemble 51,06

# Mobiliser les jeunes générations

---

- Renforcer les évaluations technico-économiques du bio, leur coordination et leur diffusion
  - Qualifier la résilience des systèmes bio ? sobriété énergétique ? Une agriculture économe en intrants et en eau ?
  - Proposer des méthodes comptables qui intègrent les impacts sociaux et environnementaux
  - Approfondir le baromètre producteur pour affiner la communication destinée aux jeunes et futurs professionnels
-

# Conclusion

Les enjeux d'un passage à l'échelle de l'alimentation bio, servent un développement cohérent et souverain,

Les défis scientifiques se retrouvent du champs à l'assiette dans un contexte climatique et économique profondément modifié.

Et l'action publique à travers les interventions et la recherche se doit d'être au rendez-vous :

L'Agence BIO continuera de soutenir l'INRAE sur Metabio

Et veillera à ce que tous ces sujets intègrent le plan ambition BIO

---