

# **Production bio et circuits courts : une autre façon de consommer ?**

**1 L'essor de la production bio**

**2 Les attentes du consommateur**

**3 Les circuits courts**

**4 Le consommateur contradictoire**

# 1 L'essor de la production bio

En France la production bio fait son apparition dans les années 1950 en réaction à l'utilisation de plus en plus intensive des produits issus de la chimie de synthèse.

En 1958 est créé le GABO (Groupement d'Agriculture Biologique de l'Ouest) et il devient en 1961 l'AFAB (Association Française d'Agriculture biologique). En 1964 naît l'association nature et progrès qui se veut ouverte à toutes les pratiques de l'agriculture biologique.

Tout au long des années 1960-1970 la prise de conscience des risques de l'agriculture conventionnelle se développe et la notion de cahier des charges de l'agriculture biologique apparaît. Le 1<sup>er</sup> verra le jour en 1972 sous l'impulsion de nature et progrès.

En 1978 naît la FNAB (Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique des régions de France). En 1981 la loi reconnaît la spécificité de l'agriculture biologique et donne naissance en 1985 au logo de l'agriculture biologique.

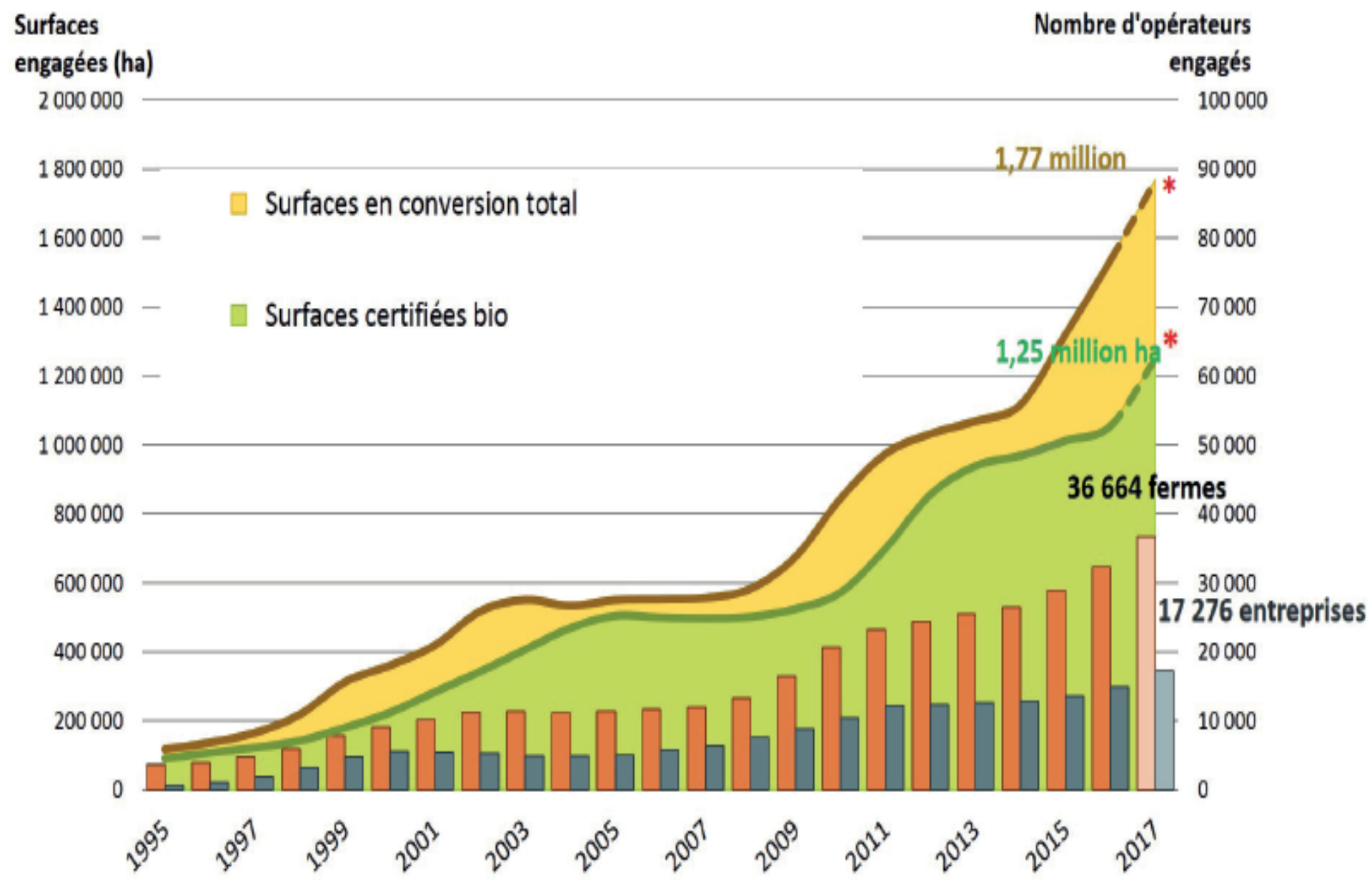
En 1991 apparaît la 1<sup>o</sup> réglementation européenne sur l'agriculture biologique pour les productions végétales. En 2000 c'est le règlement européen sur la production biologique animale qui apparaît, mais il pose problème : il est en retrait des exigences des cahiers des charges français.

Jusqu'en 2009 la France, au nom du principe de subsidiarité, obtient le maintien sur son territoire du cahier des charges français (le CC REPAB F) qui va réellement lancer la dynamique française de l'agriculture biologique.

Mais en 2009 la norme européenne s'impose, et elle vécue comme un amoindrissement des exigences. En 2014 le règlement européen actuel renforce les principes et les contrôles. Depuis 2017 il est de nouveau en discussion, toujours dans le souci, semble-t-il, de rassurer le consommateur.

Cet ensemble de mesures a fait sortir la production bio de sa confidentialité initiale : en 20 ans la surface bio cultivée a été multipliée par presque 14.

# Évolution du nombre d'opérateurs (fermes et entreprises de l'aval) et des surfaces engagées en bio



**36 664**  
producteurs en 2017  
(+13,6% vs 2016)



**1,77 million**  
ha en Bio en 2017  
**6,5% de la SAU en Bio**  
(chiffre provisoire)



**12 238**  
transformateurs en 2017  
(+15,5% vs 2016)



**4 752**  
distributeurs en 2017  
(+18% vs 2016)



Plus de  
**8 milliards d'euros**  
pour les produits alimentaires bio  
en 2017  
(chiffre provisoire)



**La France**  
dans l'Union européenne  
**3° surface bio d'Europe**  
**2° marché bio européen**



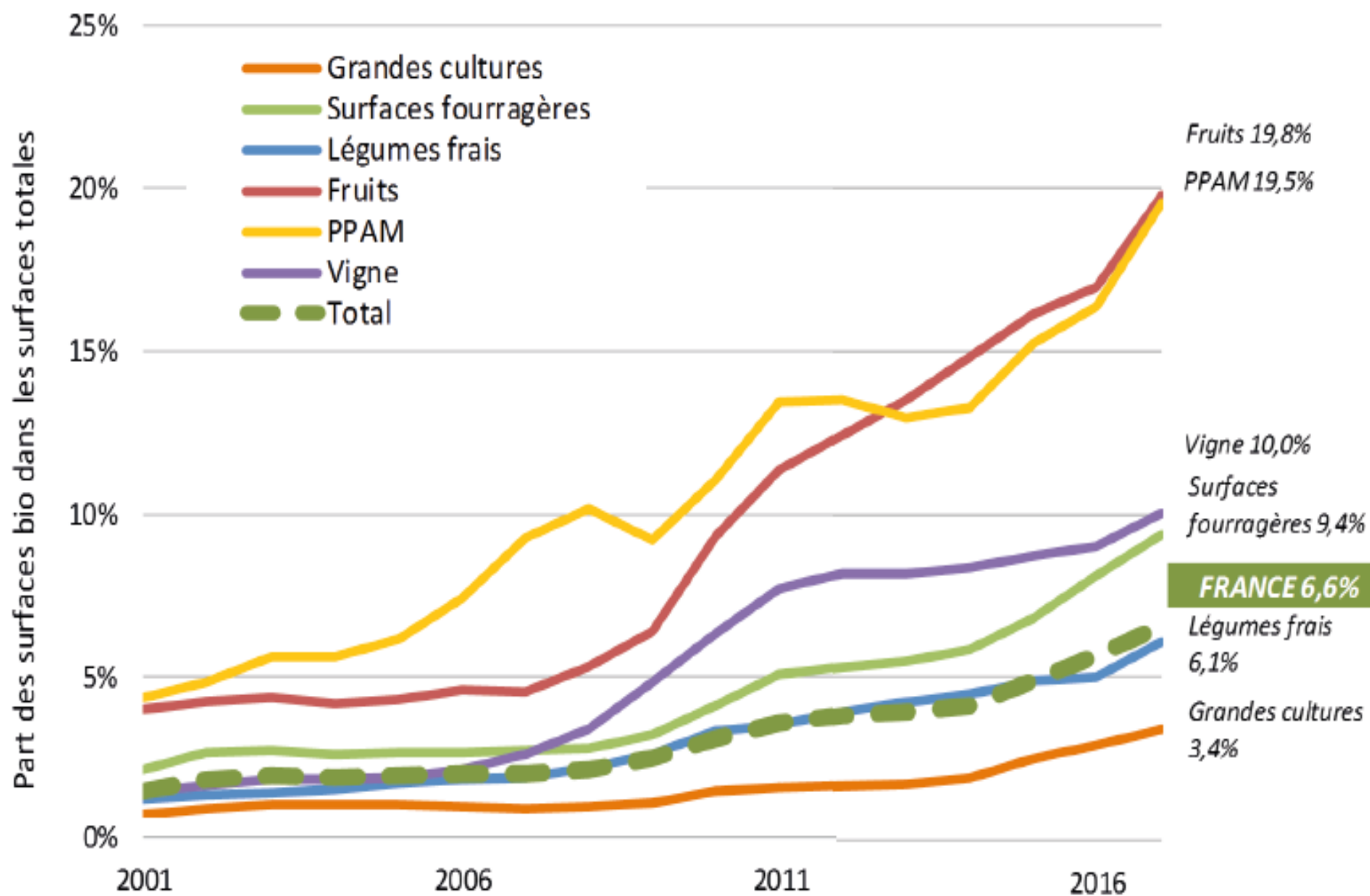
La surface biologique en France représente 6.6% de la surface agricole totale ce qui en fait la 3<sup>o</sup> d'Europe derrière l'Espagne et l'Italie.

Toutes les productions ne sont pas concernées au même niveau : ce sont les fruits et les plantes à parfum aromatiques et médicinales (PPAM) qui dominent avec pratiquement 20% de la surface cultivée en bio.

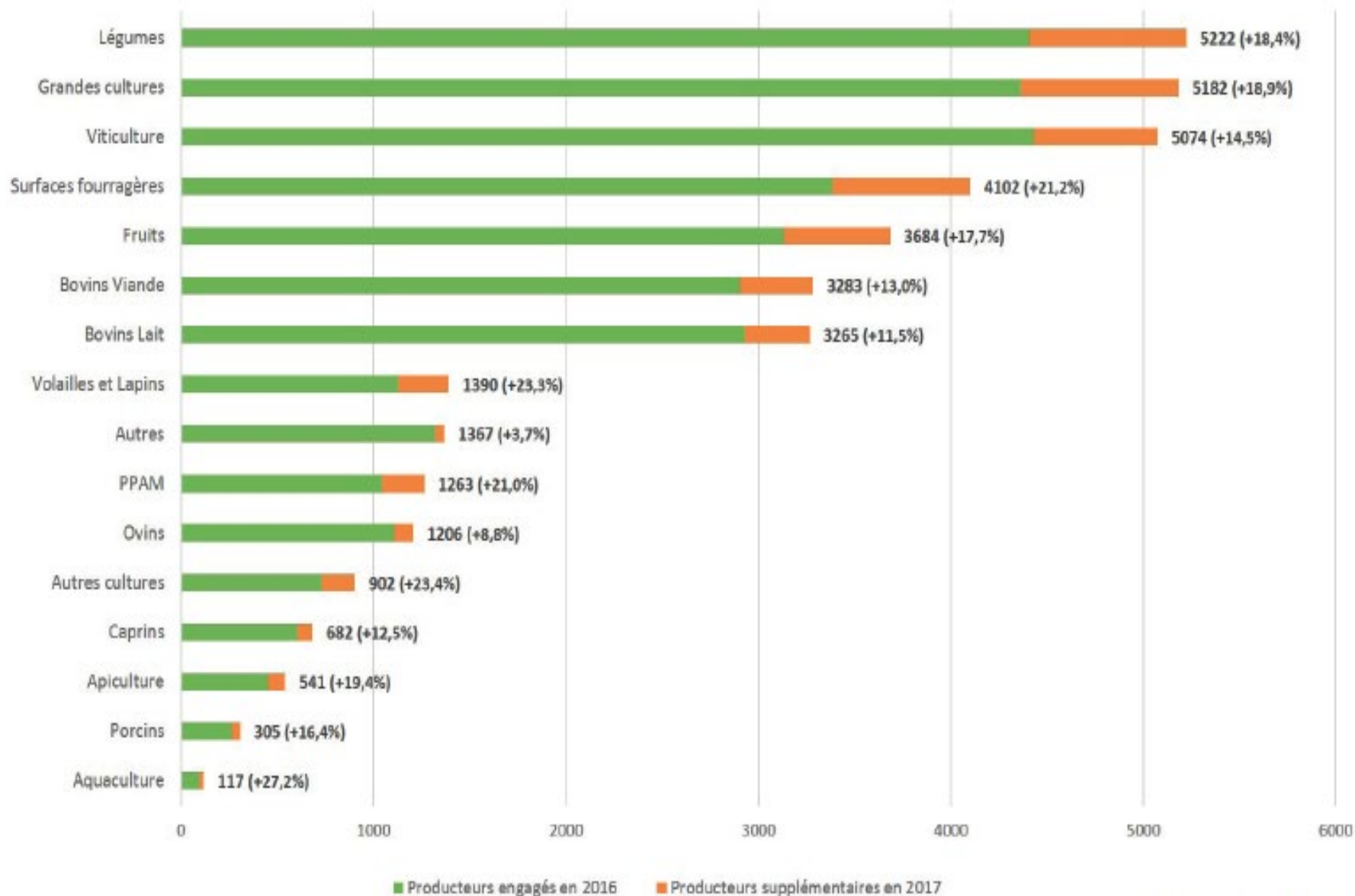
La production animale se développe également : en 2017 plus de 3 000 éleveurs sont engagés en bio ou en conversion. Pour la production porcine, par contre, l'essor tarde un peu : seulement 305 éleveurs en 2017.

Logiquement, le marché du bio se développe également : il représente en 2017 près de 8 milliards €, dont 69% (seulement ?) est issu de la production française, le reste étant importé, soit de l'Union européenne (18%) soit de pays tiers (13%), ce qui pose le problème de la certification de ces importations (surtout en provenance de Chine et d'Egypte, les deux plus gros fournisseurs)

## Évolution de la part des surfaces nationales conduites en bio de 2001 à 2017

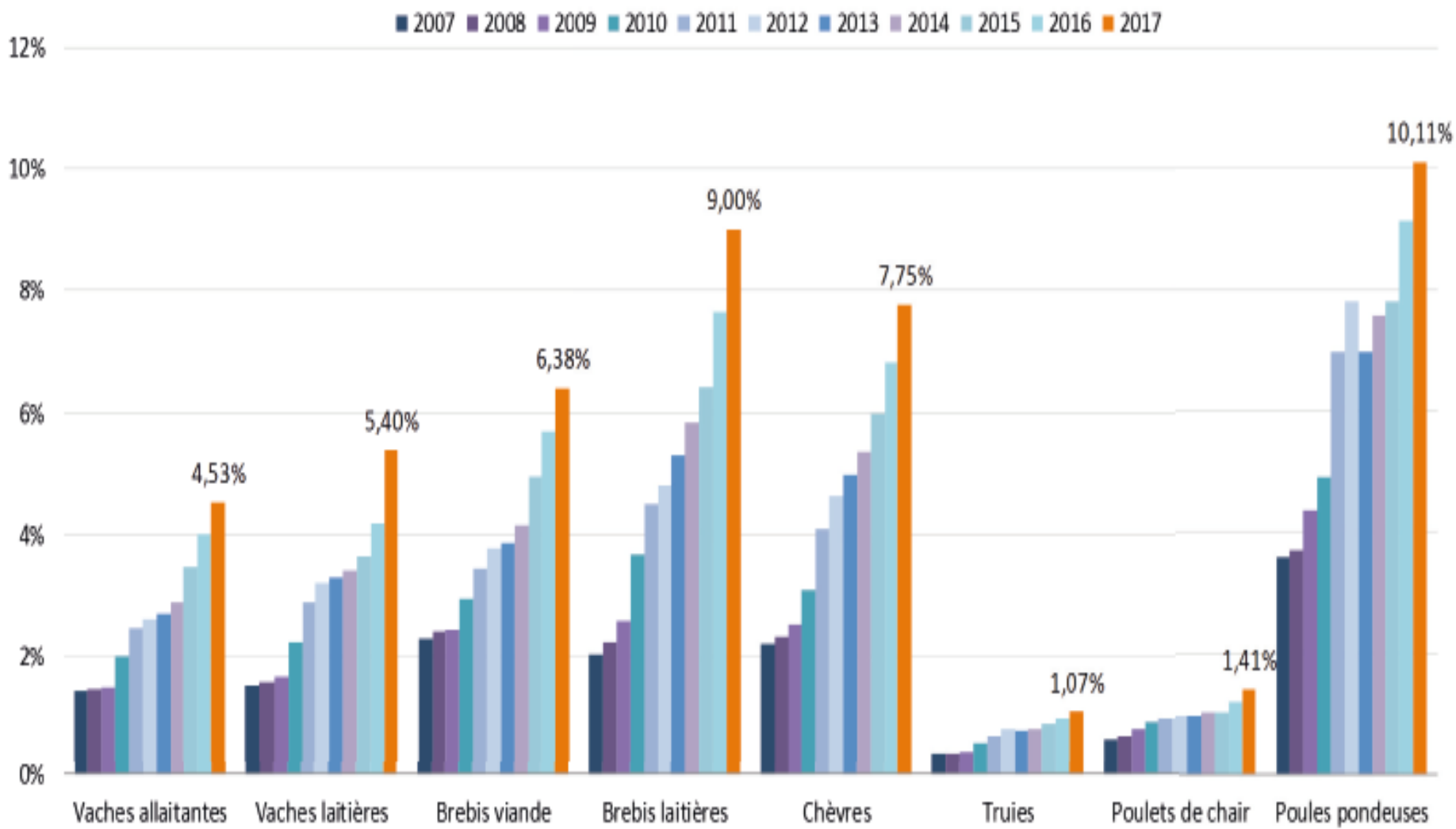


## Répartition des producteurs engagés en bio en 2017 en fonction de leur production principale déclarée et progression en 2017 par rapport à 2016



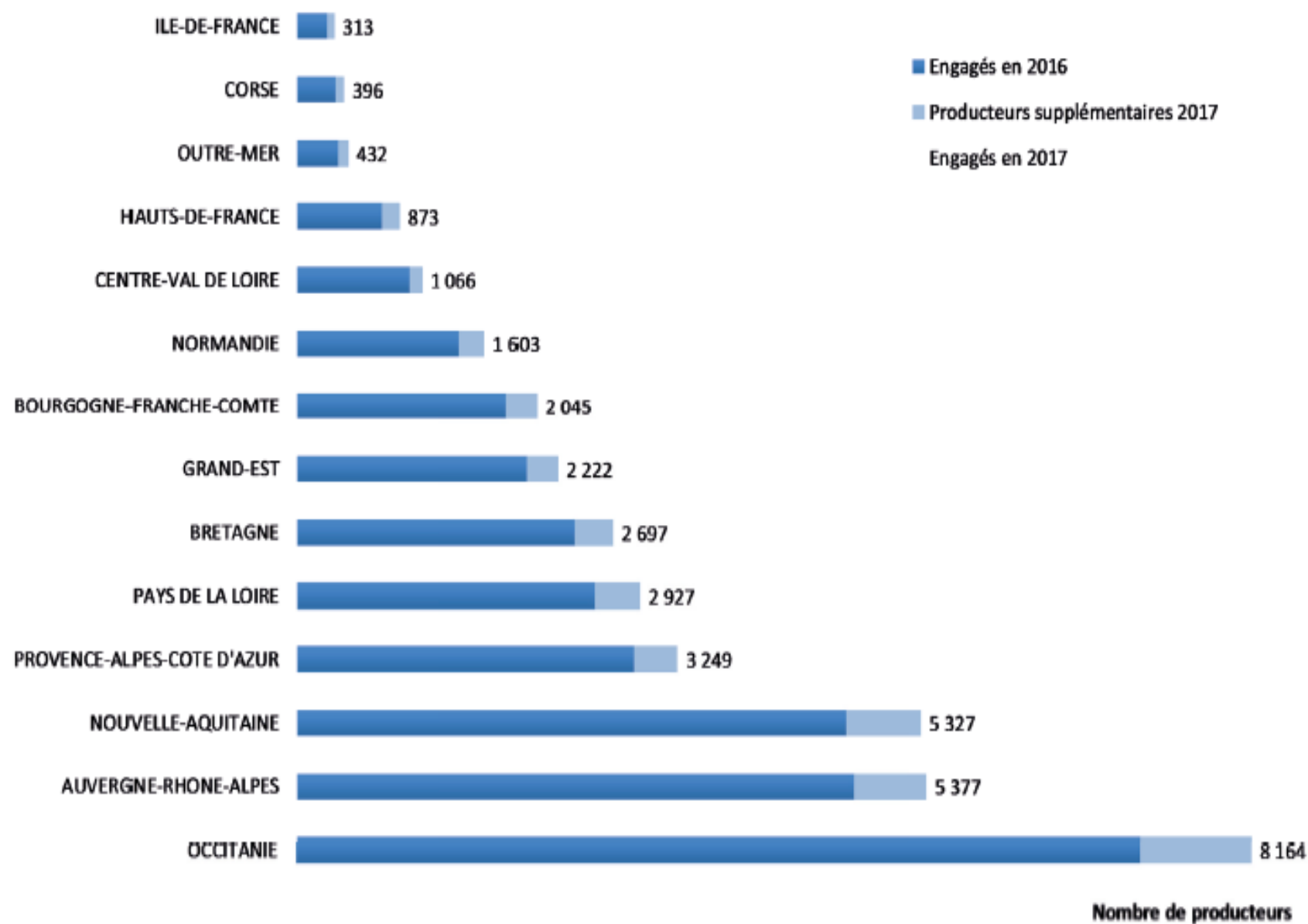


# Évolution de la part des cheptels nationaux conduits en bio depuis 2007

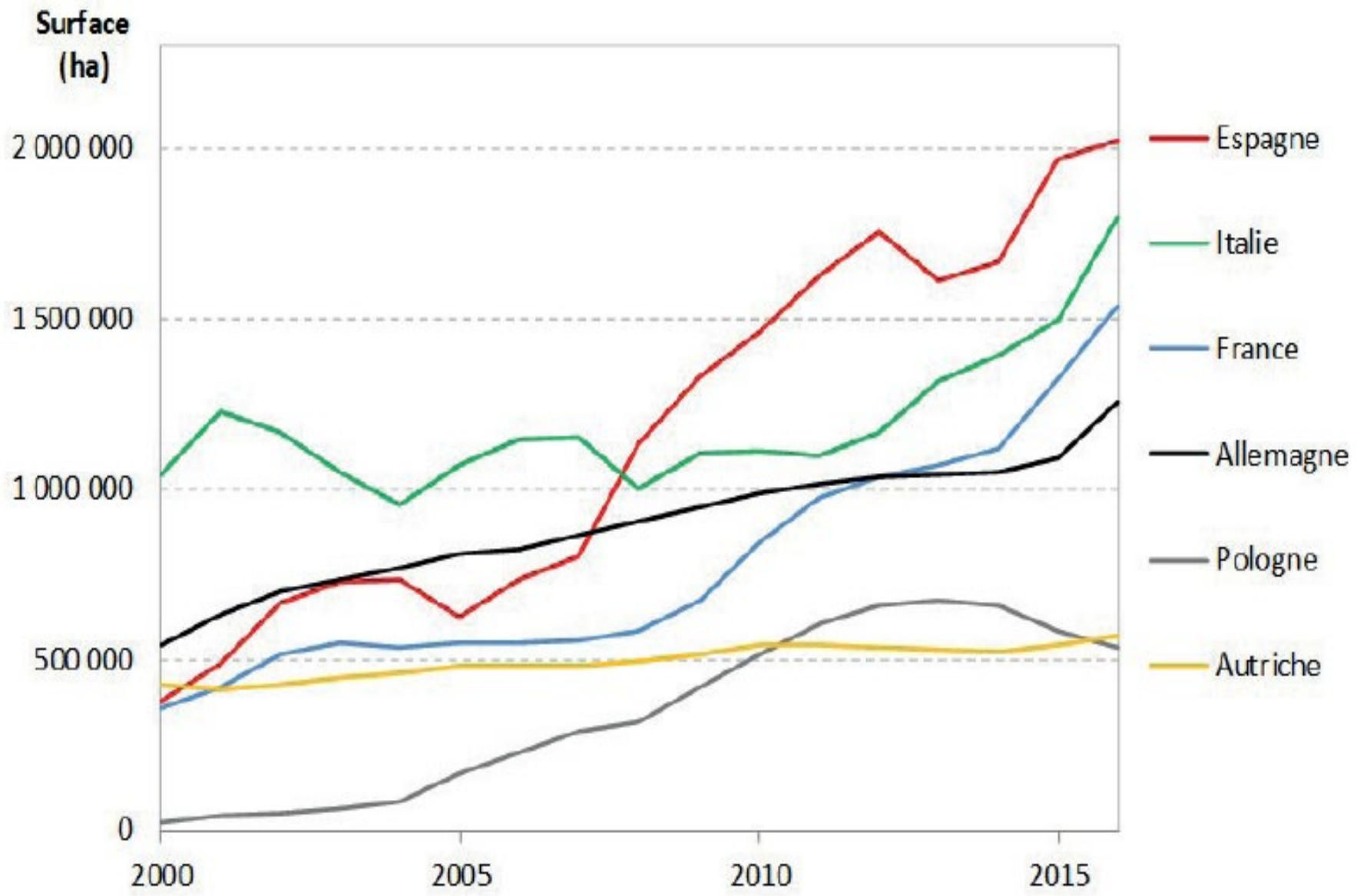


Sources Agence BIO / OC 2018, Agreste 2017

## Répartition régionale des producteurs bio en 2017 et évolution par rapport à 2016



# Surfaces cultivées en bio dans les 6 premiers pays de l'UE depuis 2000



Source Agence BIO d'après différentes sources européennes.

## Évolution de la répartition en valeur des achats de produits biologiques par les ménages

millions €

8 000

7 000

6 000

5 000

4 000

3 000

2 000

1 000

0

7 921

6 736

5 534

4 830

4 383

- Viandes
- Crèmerie
- Mer, traiteur, surgelé
- Fruits et légumes frais
- Epicerie
- Boulangerie
- Boissons sans alcool
- Boissons alcoolisées

2013

2014

2015

2016

2017

11%

17%

7%

19%

23%

7%

5%

12%

11%

16%

7%

19%

24%

7%

5%

13%

11%

18%

6%

18%

23%

7%

5%

13%

10%

17%

7%

19%

23%

7%

5%

12%

10%

16%

7%

19%

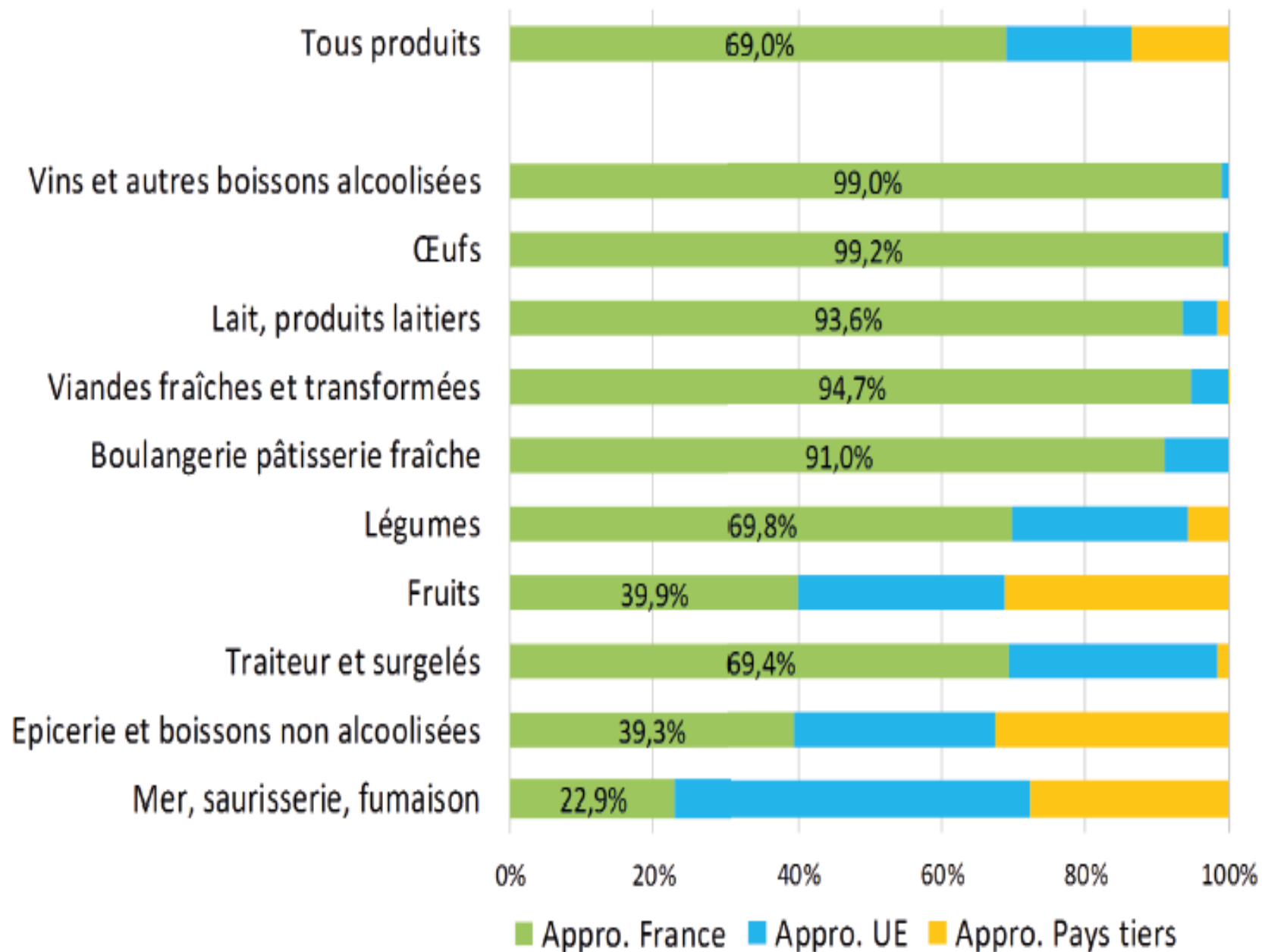
24%

7%

5%

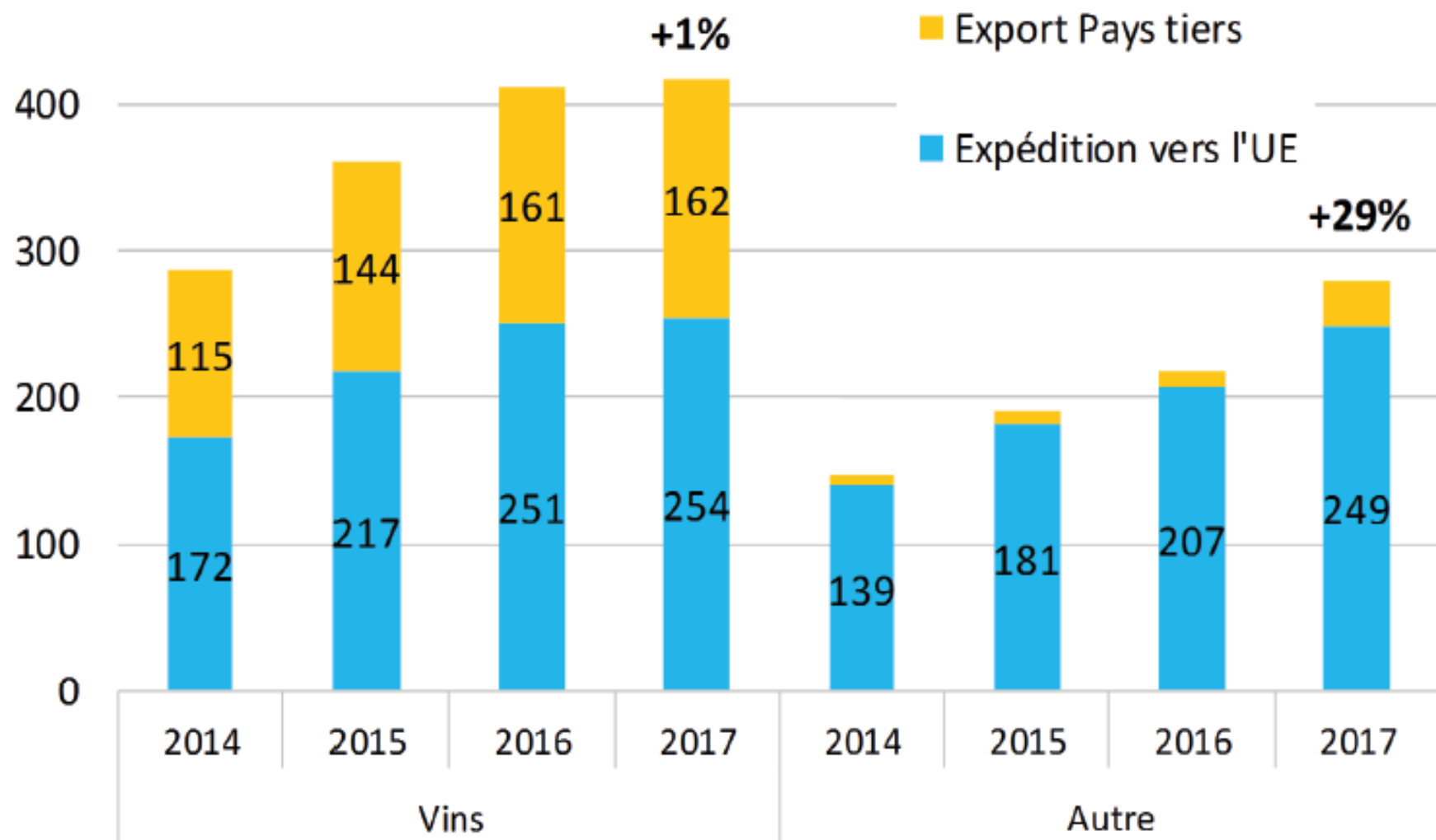
13%

## Origine des approvisionnements selon les produits bio en 2017



## Évolution de la valeur des exportations de produits bio entre 2014 et 2017

Valeur de gros  
en M€



## 2 Les attentes des consommateurs

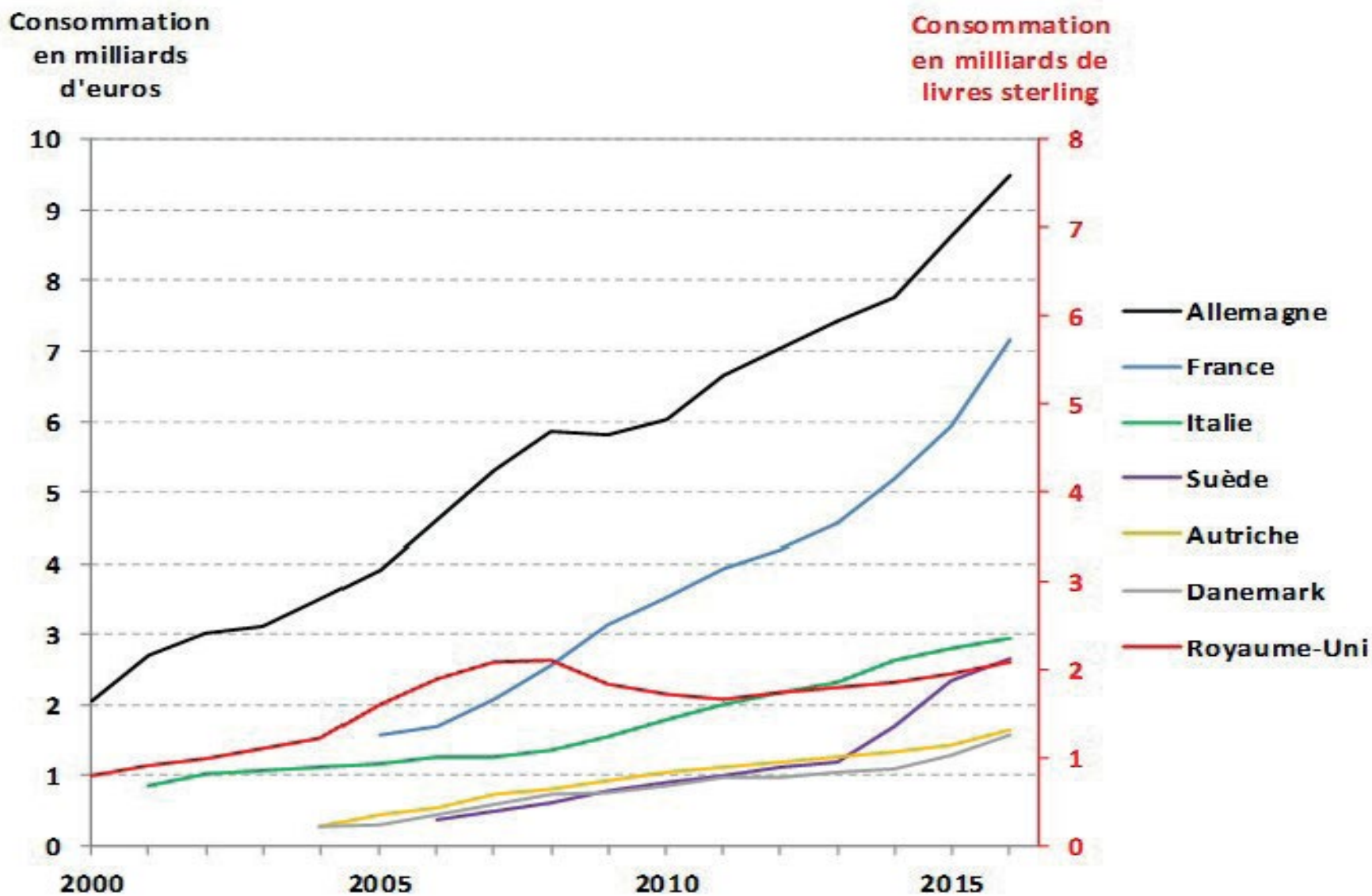
L'essor de la production bio correspond à l'essor de la consommation. Apparue plus tardivement que dans les pays d'Europe du nord, la consommation bio française est aujourd'hui la seconde d'Europe derrière l'Allemagne.

Un sondage CSA réalisé chaque année à la demande de l'Agence bio permet de mesurer l'ampleur du phénomène de la consommation bio et de comprendre les attentes des consommateurs.

Globalement 73% des consommateurs ont consommé au moins une fois des produits bio en 2017, 16% tous les jours et 34% au moins une fois par semaine.

On assiste à la presque disparition de ceux qui ne consomment jamais du bio (8% en 2017 contre 46% en 2003, les progrès sont spectaculaires), d'autant plus que l'acte d'achat se développe également : 69% des personnes interrogées ont acheté du bio au cours des 4 semaines précédant l'enquête.

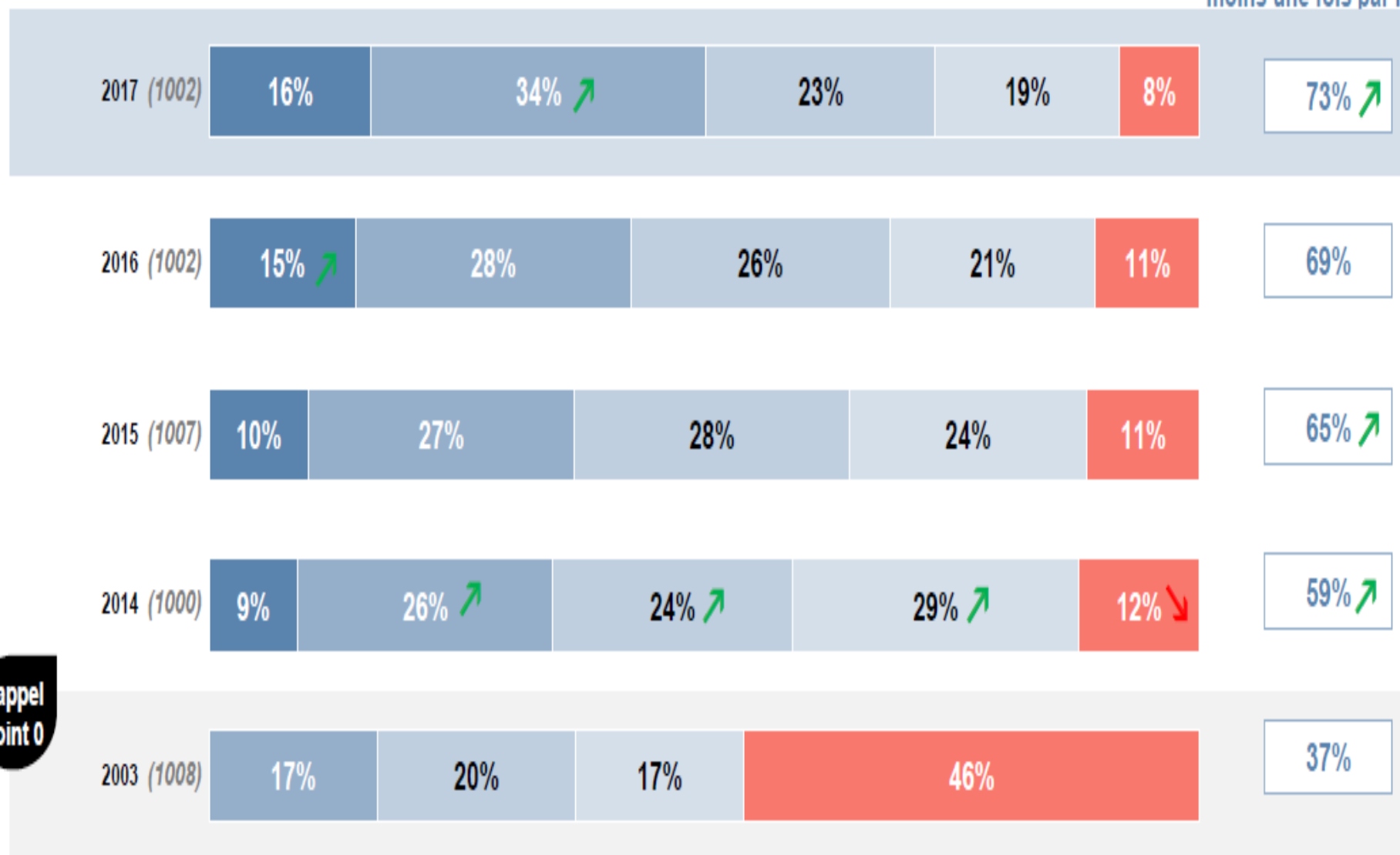
## Évolution de la consommation alimentaire bio dans les 7 premiers pays





Q101. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois?

Consommateurs au moins une fois par mois

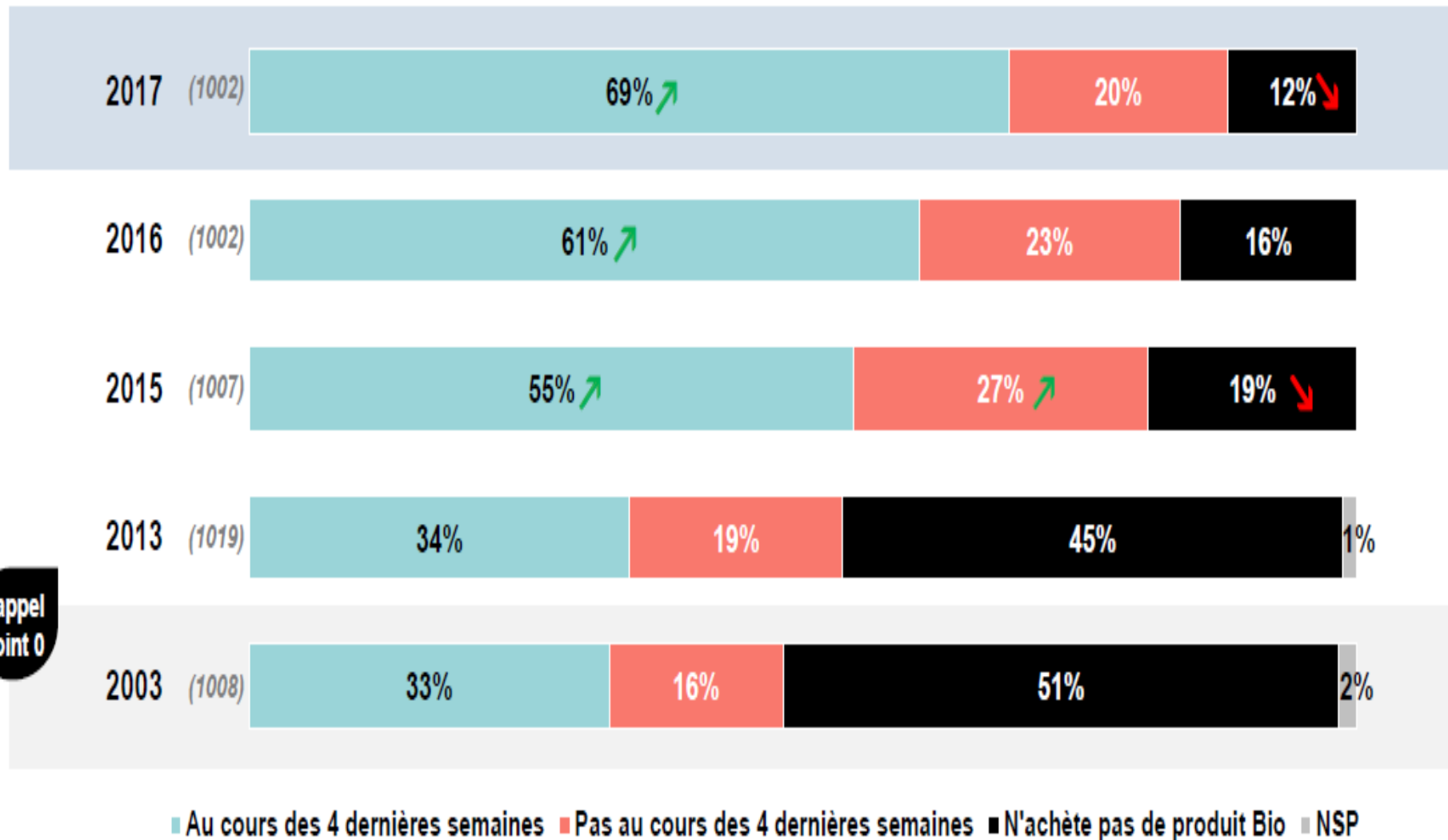


Rappel Point 0

■ Tous les jours ■ Au moins une fois par semaine ■ Environ une fois par mois ■ Moins d'une fois par mois ■ Jamais ■ nsp

Il n'y a plus que 12% de consommateurs qui n'achètent pas de produits bio, contre 51% en 2003. Là aussi l'essor de la consommation est net.

Q102. Avez-vous, vous ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?



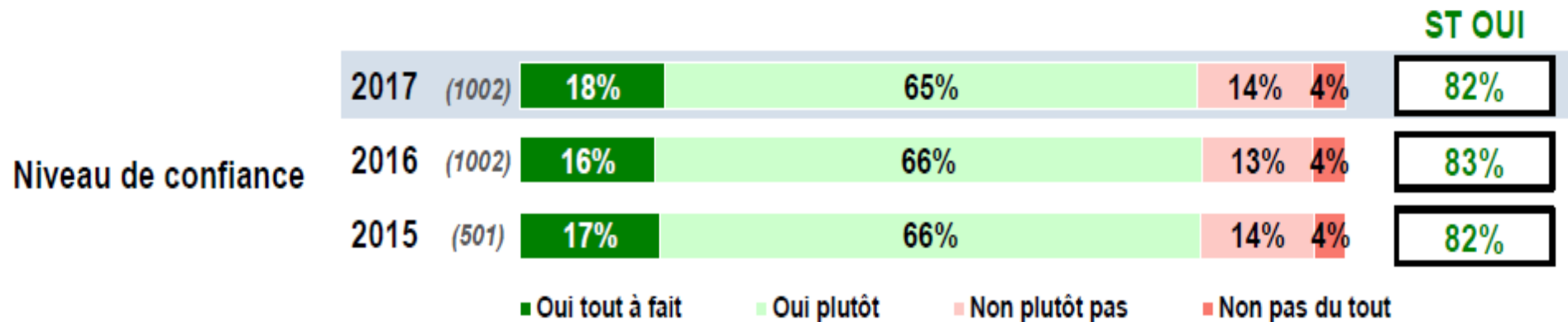
Rappel Point 0

Les motivations des consommateurs sont assez claires : le bio c'est bon pour l'environnement (acte d'achat citoyen), le bio c'est bon pour la santé et c'est de meilleure qualité (acte d'achat individuel).

On remarquera que le consommateur fait confiance à l'agriculture bio et à son logo : 82%. Mais 91% des consommateurs privilégient l'agriculture bio française, signe d'une défiance envers des importations parfois « douteuses ».

C'est également le signe, mais il faudra en discuter, d'une convergence intéressante entre l'agriculture bio et les circuits courts : les français ont l'air de privilégier le « local » qui évite en plus les coûts écologiques du transport alimentaire.

Q107C. Globalement, diriez-vous que vous avez confiance dans les produits biologiques ?

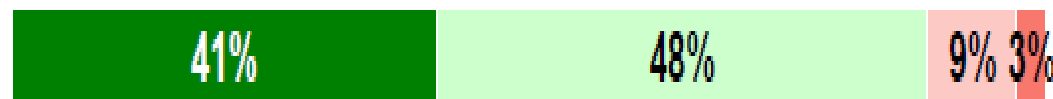


L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau



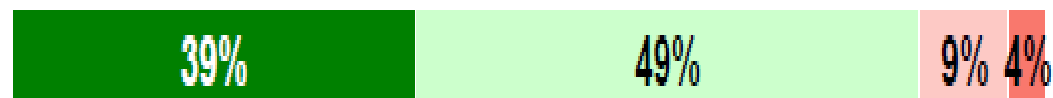
91%

Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé



89%

Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse



88%

Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées



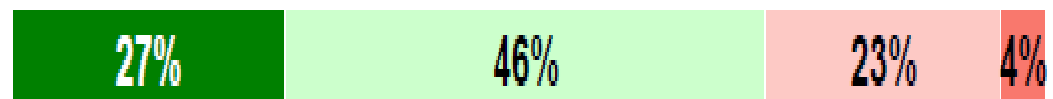
81%

Les produits biologiques sont source d'emplois



75%

Les produits biologiques ont meilleur goût



73%

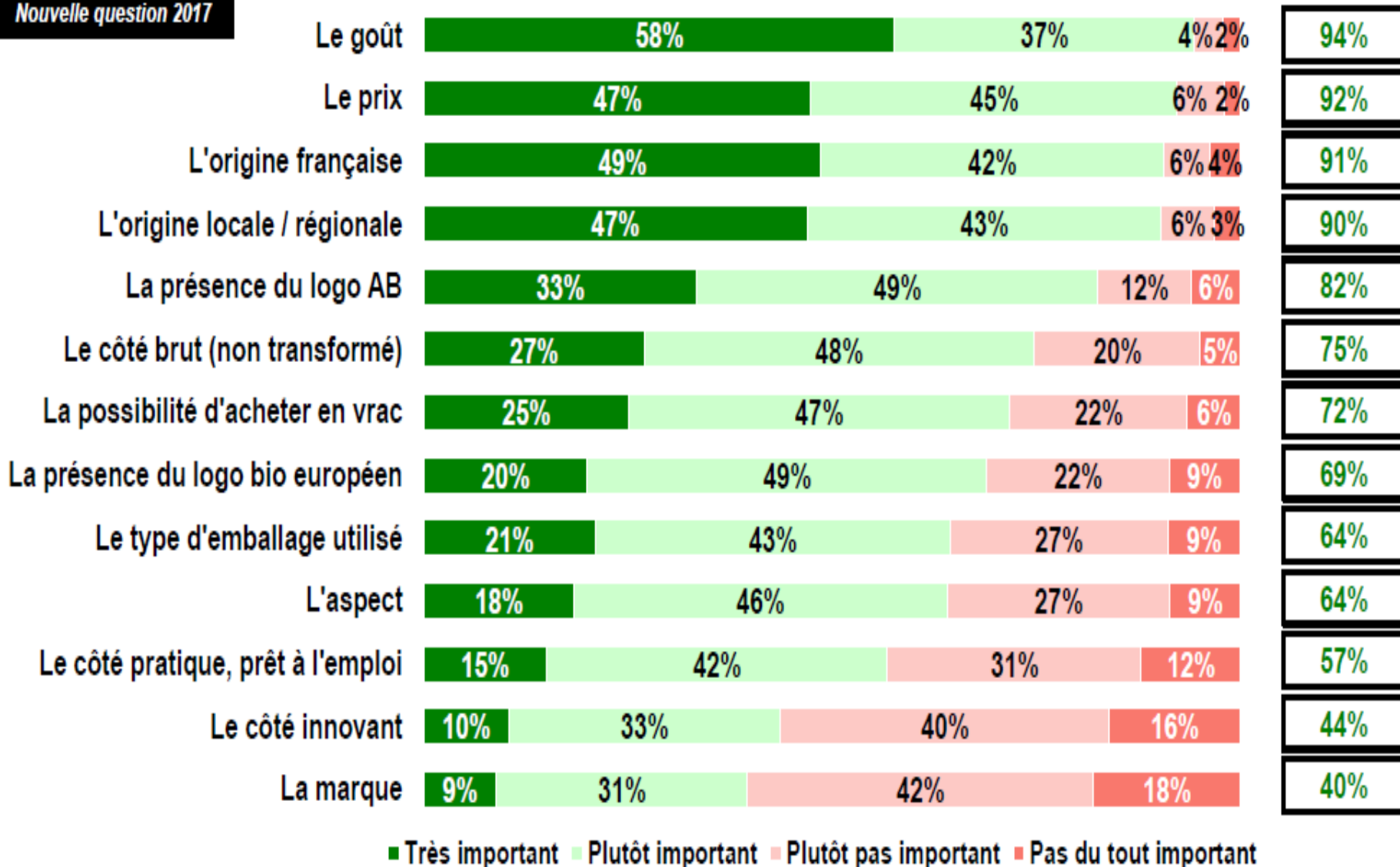
Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ NSP

Q210C. Dans quelle mesure trouvez-vous les critères de choix potentiels d'un produit biologique suivants importants ou pas ?

ST « Important »

Nouvelle question 2017



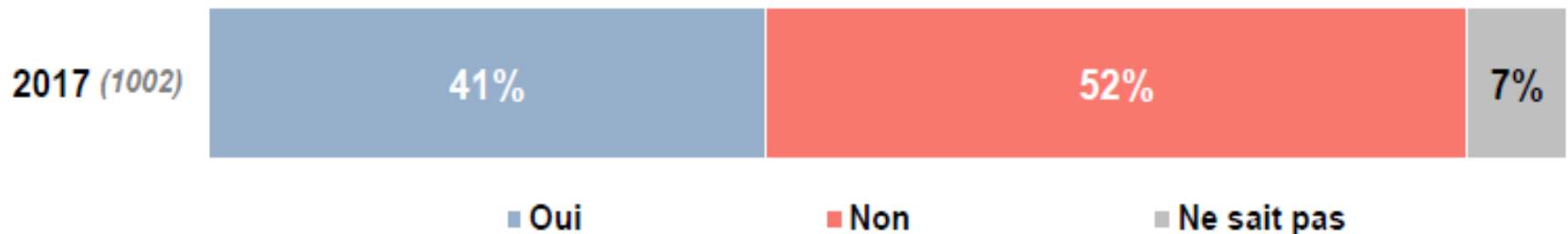
La question qui se pose alors pour savoir si le bio est également une autre façon de consommer est celle du prix : les consommateurs bio sont-ils prêts à mettre leur porte monnaie au service de leurs convictions et de leurs goûts ?

La réponse est à priori mitigée : si 41% des consommateurs trouvent normal que la production bio soit plus chère, 52% ne sont pas d'accord. Il est pourtant difficile de produire de façon bio pour le même prix.

La question de l'adaptation de la quantité consommée au prix va donc se poser, et en particulier la lutte contre le gaspillage alimentaire est au cœur du développement de l'agriculture bio.

*Il est normal qu'un produit bio coûte plus cher...*

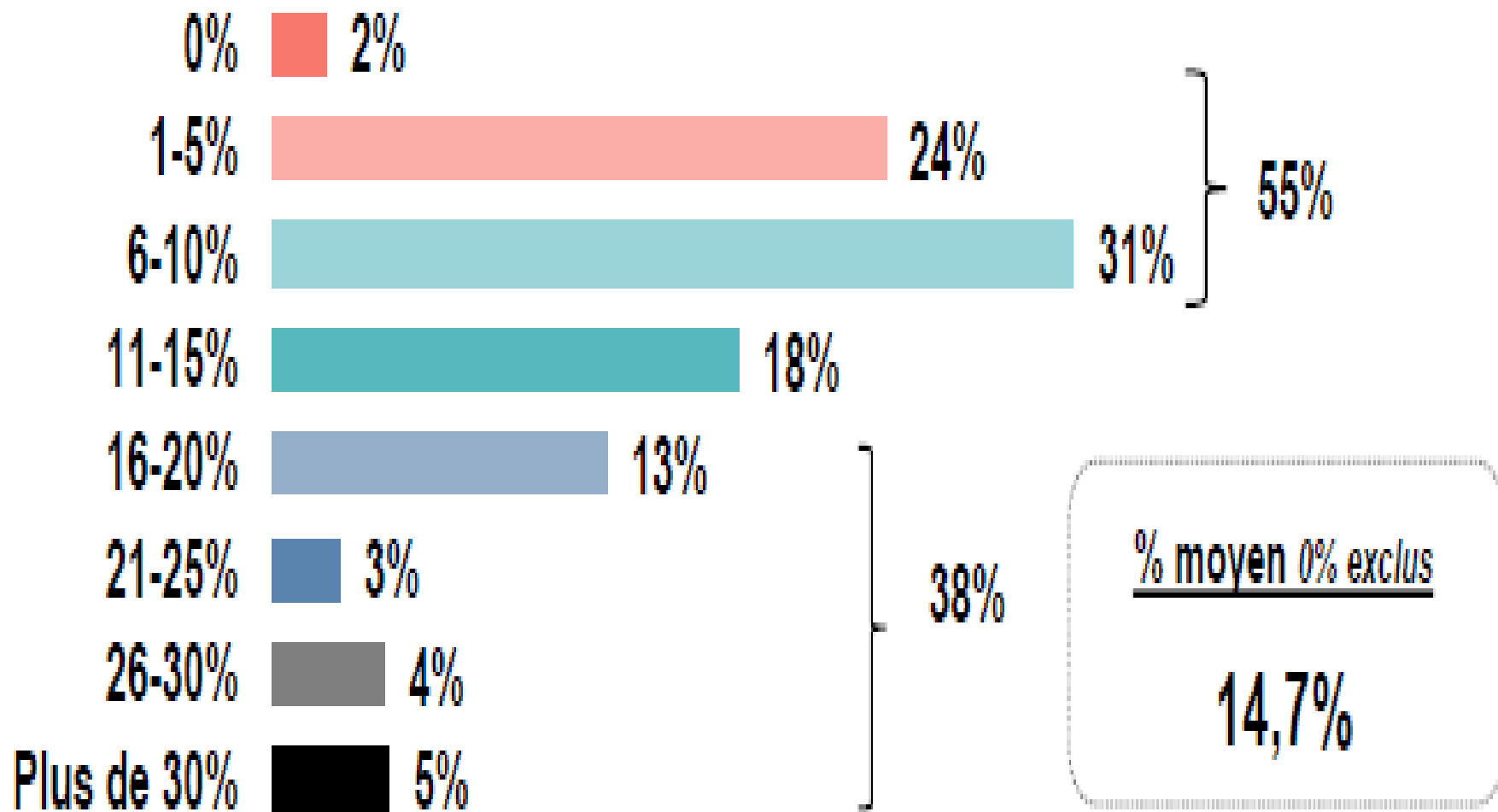
**Nouvelle question 2017**



On voit également que plus de la moitié des consommateurs ne sont pas prêts à dépasser 10% d'augmentation de prix pour leurs achats en bio.

## Budget supplémentaire prêt à payer...

Nouvelle question 2017



Ceci pose donc la problématique du « consommer autrement » et du « produire autrement » (ce que nous appellerons tout à l'heure le consommateur contradictoire).

Le développement de la consommation bio semble davantage relever de l'acte individuel du consommateur soucieux de sa santé et du goût des produits que de l'acte du consommateur soucieux de l'environnement et de sa protection.

Certes, la problématique du pouvoir d'achat et du niveau de vie se pose : tout le monde, à priori, n'a peut-être pas les moyens de consommer bio.

Mais si consommer bio signifiait également consommer autrement, la question du pouvoir d'achat se poserait sans doute moins : le consommateur pourrait dépenser plus pour des produits vraiment nécessaires, quitte à sacrifier un peu sur la quantité et beaucoup sur le superflu.

L'éducation à la consommation reste à faire.



### **3 Les circuits courts**

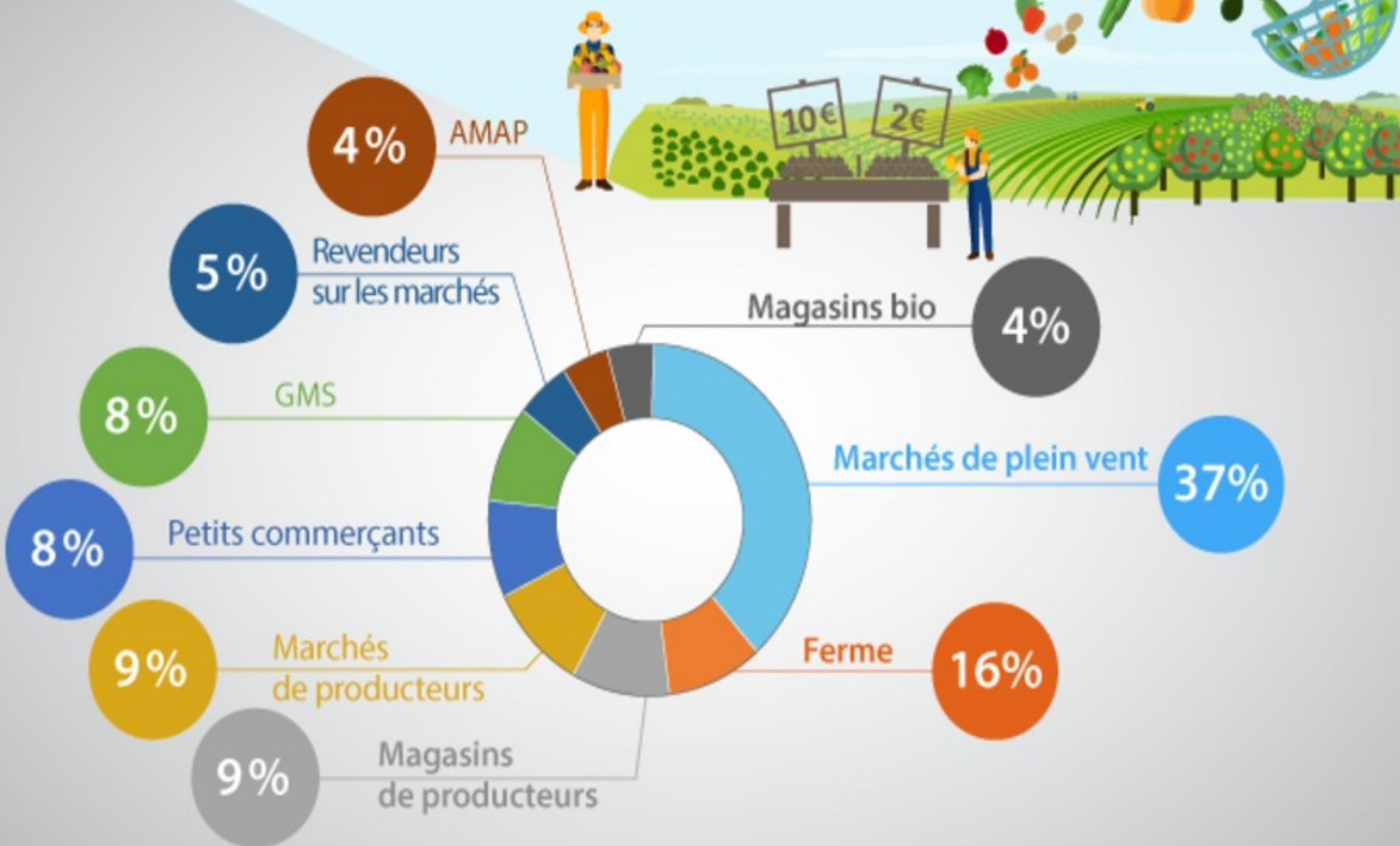
**Ils sont à priori inséparables du concept de la production bio : ils visent à ce que le consommateur se réapproprie sa consommation et ne soit pas victime de circuits opaques qui, à la fois, peuvent « tricher » sur la qualité (exemple de la viande bovine polonaise) et multiplier les intermédiaires pour alourdir les coûts.**

**Les circuits courts de distribution présentent également deux autres qualités : ils évitent l'impact écologique du transport des denrées alimentaires et ils permettent une meilleure rémunération du producteur par absence relative d'intermédiaires.**

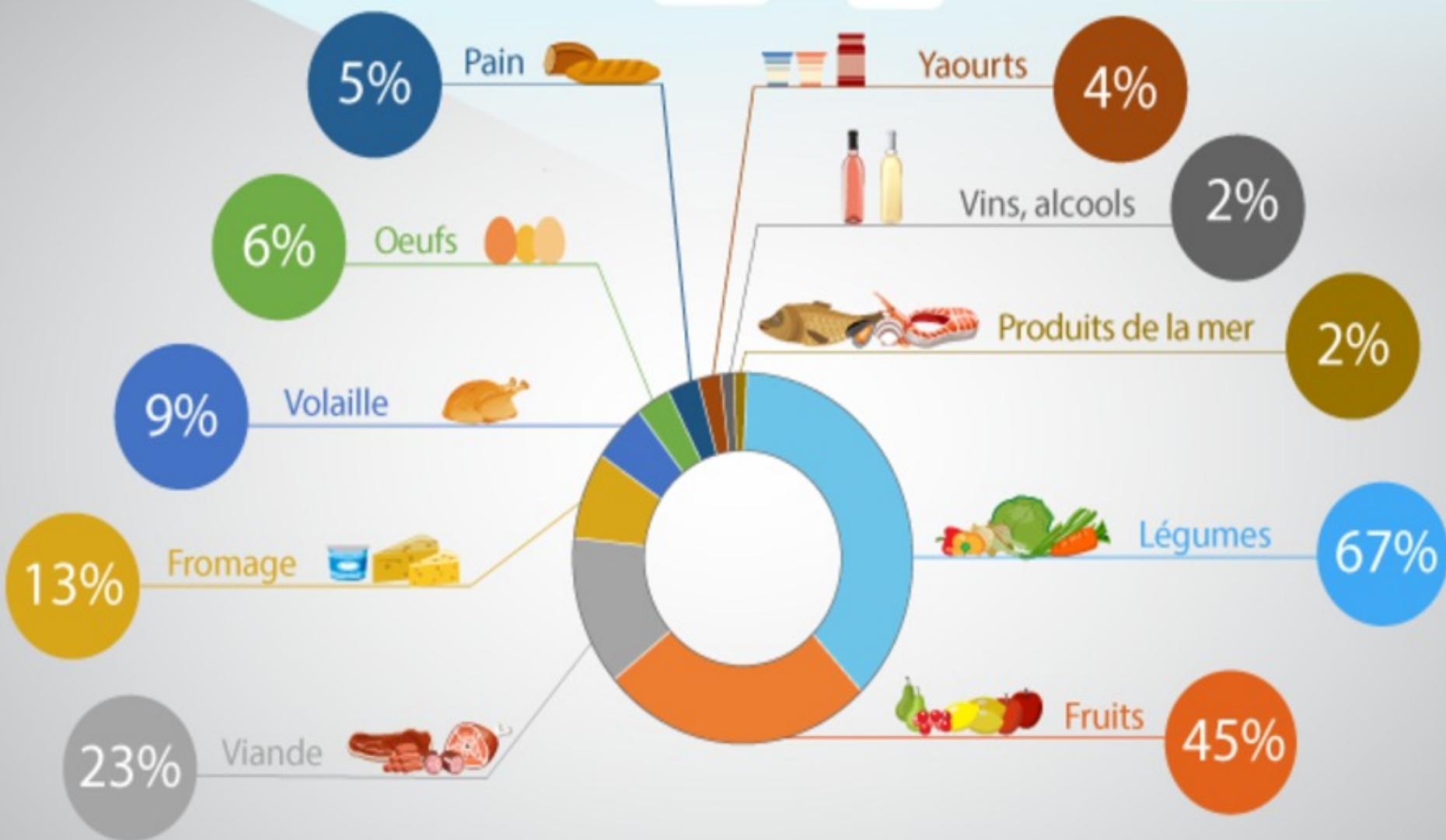
**Ils sont donc largement plébiscités par les consommateurs : 67% des légumes par exemple seraient achetés en circuits courts.**

**Ils sont donc les compléments de la production bio : d'ailleurs les consommateurs privilégient clairement la production bio locale : 85% veulent plus de bio local et 83% plus de bio français. Et dans 95% des cas, les consommateurs privilégient la production bio locale.**

# Points de vente en circuits courts les plus fréquentés



# Le top 10 des produits achetés en circuits courts



ST Intéressé

Intérêt par davantage de produits Bio et d'origine locale



85%

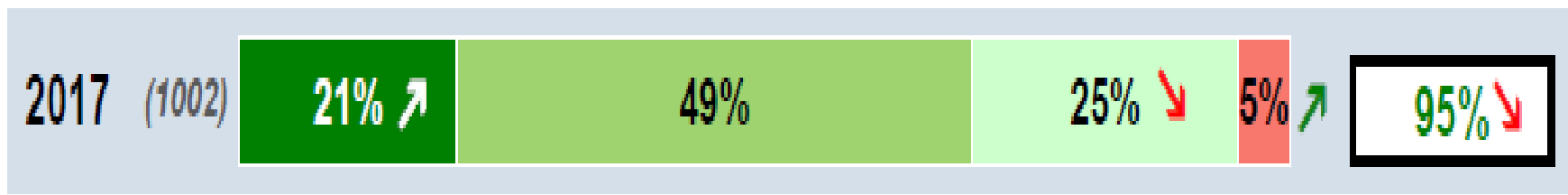
Intérêt par davantage de produits Bio et d'origine France



83%

Q115bis. De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits locaux ?

ST OUI



■ Oui, toujours   ■ Oui, souvent   ■ Oui, de temps en temps   ■ Non, jamais

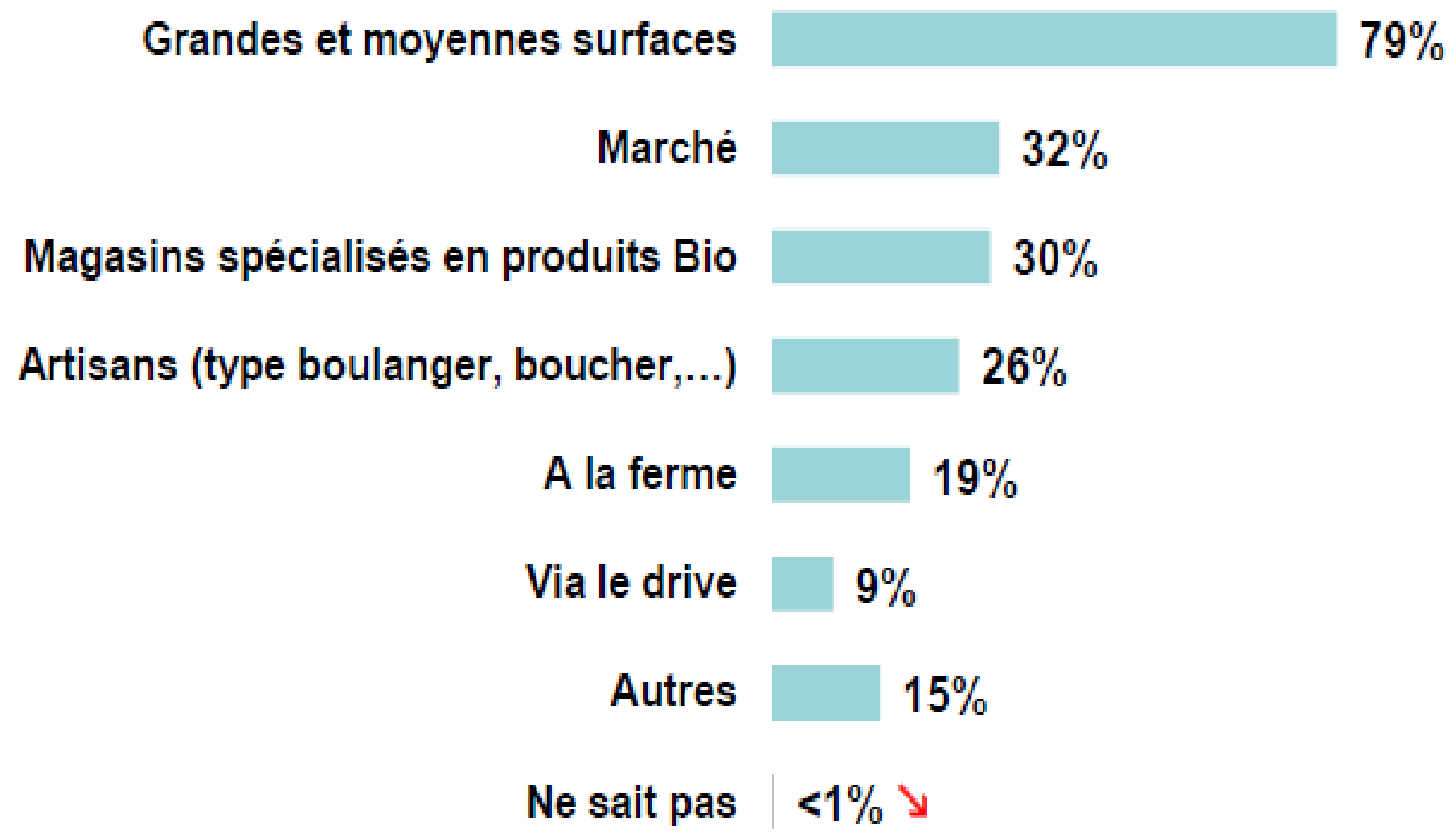
**Les circuits courts semblent donc ne présenter que des avantages, et ils répondent assez exactement à la définition de ce que nous appelons « une autre économie » puisqu'ils réduisent à la fois le coût social de production et qu'ils maximisent son utilité sociale (en particulier pour le producteur).**

**La synthèse du bio et des circuits courts semble donc à la fois prometteuse et évidente.**

**A priori d'ailleurs, le consommateur est d'accord : 32% des produits bio sont achetés sur les marchés et 30% dans des magasins bio spécialisés.**

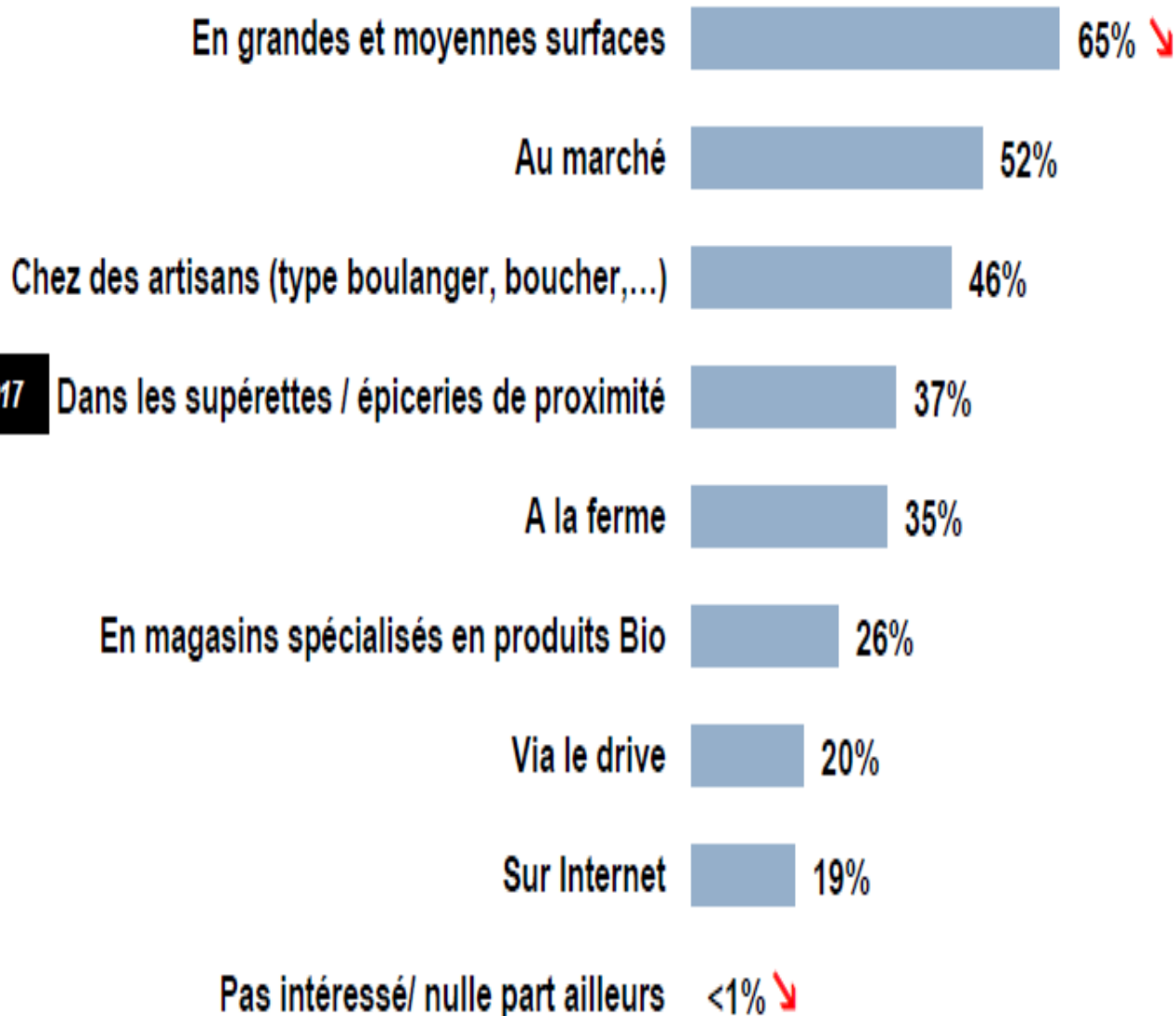
**Les consommateurs en souhaiteraient plus : 52% voudraient trouver plus de bio sur les marchés. Et nombreux sont également ceux qui voudraient trouver plus de bio quand ils doivent manger hors de chez eux : 83% voudraient en trouver au restaurant et 90% dans les cantines scolaires. Ce ne sont pas tout à fait des circuits courts, mais c'est une tendance intéressante.**

### CITÉ AU MOINS UNE FOIS :



Q111. Parmi les réseaux de distribution suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

Nouvel item 2017



2016 b=1002	2015 b=1007	2013 b=1019
73%	69% ↑	60%
48%	44% ↑	37%
44%	44% ↑	35%
/	/	/
33%	31% ↑	22%
25%	24%	23%
18%	17% ↑	8%
18%	14% ↑	11%
2%	/	/

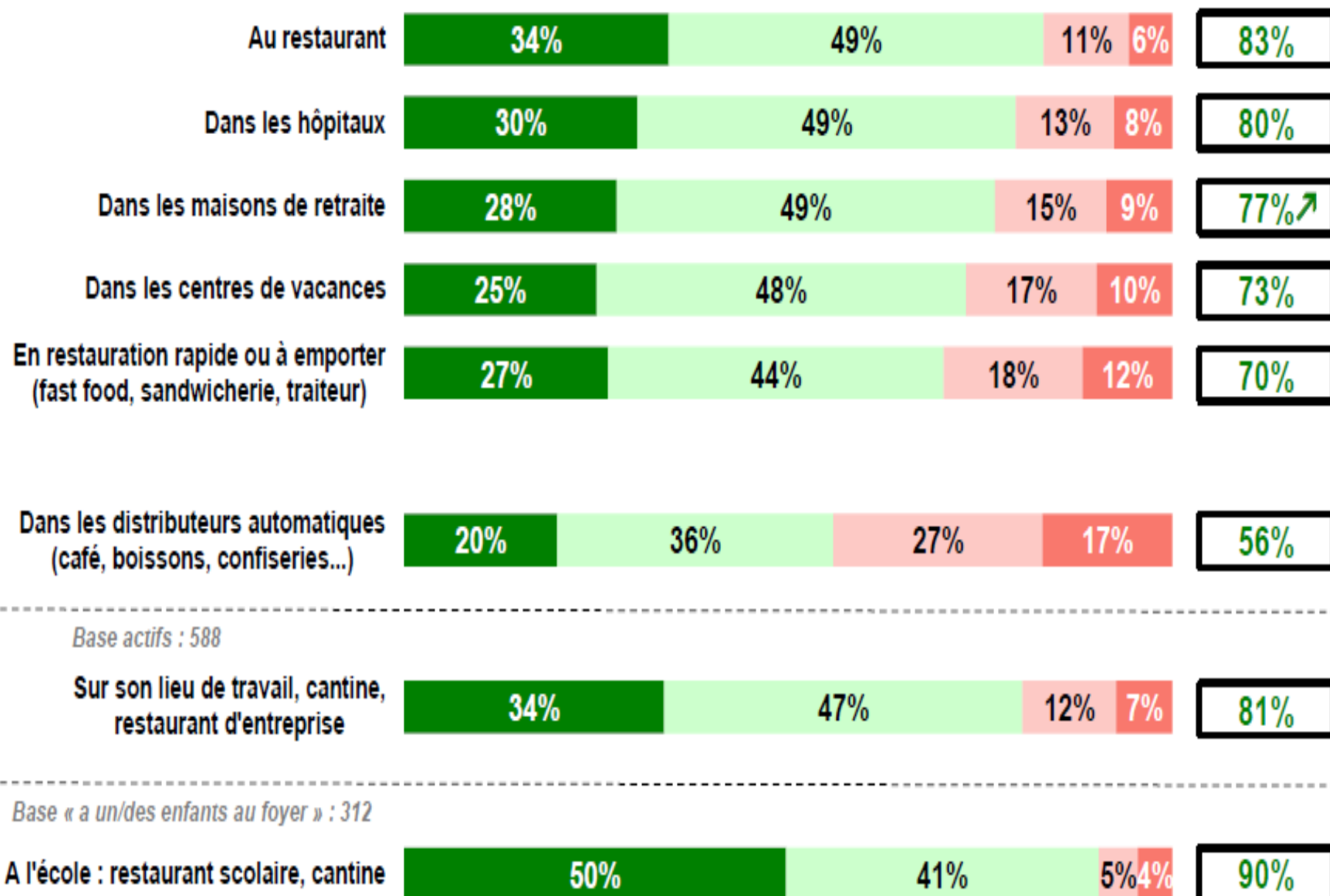


Base total Français : 1002

Score moyen :  
76% des Français sont  
intéressés

**ST Intéressé**

Q113. Etes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques ?





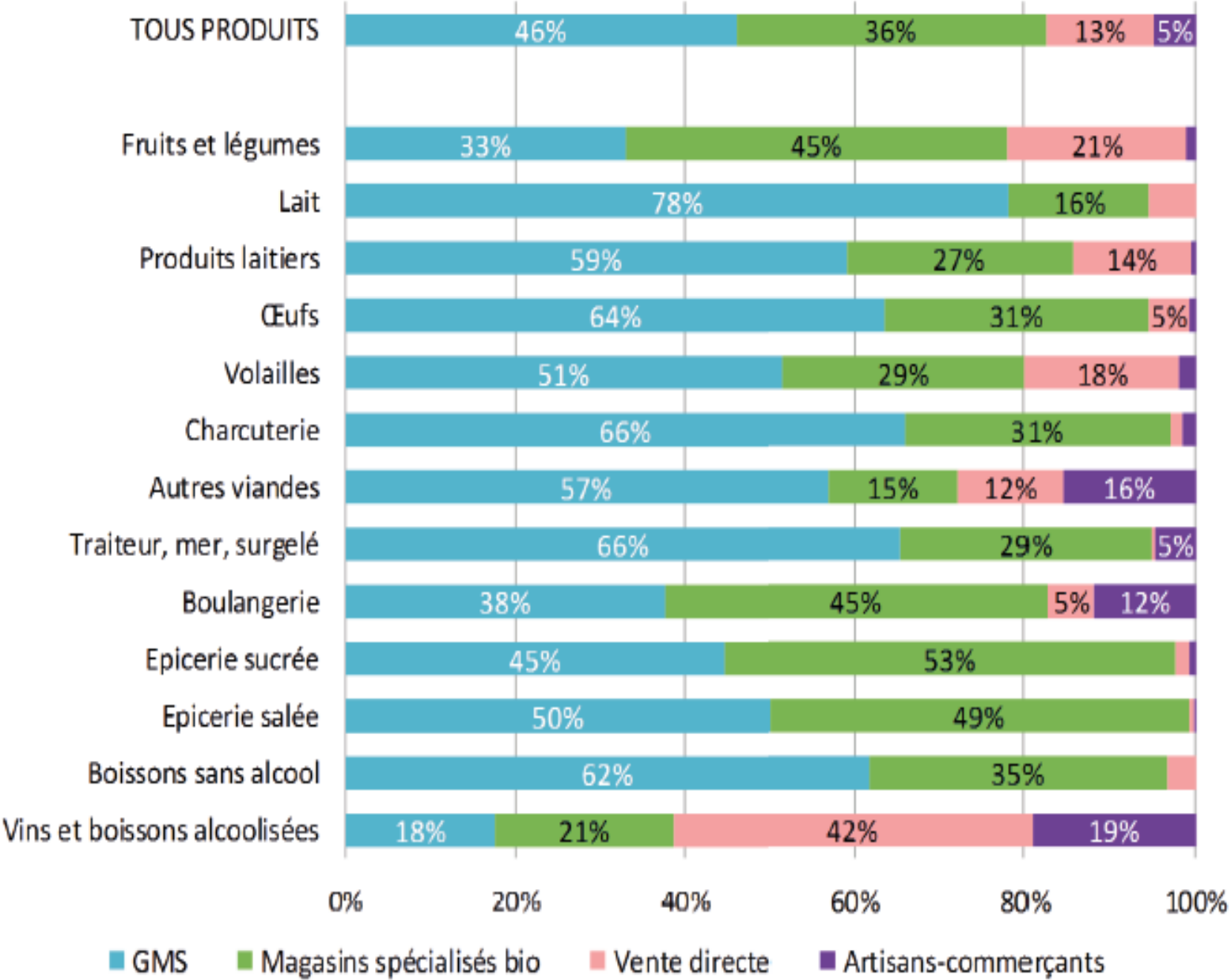
Il ne nous aura pas échappé néanmoins que la plus grande partie de la vente de produits bio se fait en grande et moyenne surface (GMS) : 79% cité au moins une fois, même si les français souhaiteraient que cette part diminue (65%).

La rencontre entre ces deux mondes (bio et circuits courts) se fait encore difficilement : la vente directe de produits bio ne représente en moyenne que 13% des ventes, et le maximum est atteint pour les boissons alcoolisées : 42%.

Même pour les productions qui sont les plus accessibles en vente directe, les productions de légumes et de fruits bio, la vente directe ne représente que 21% des ventes. Ce n'est certes pas déjà si mal, mais ce résultat est à comparer aux 67% et 45% annoncés tous fruits et légumes confondus.

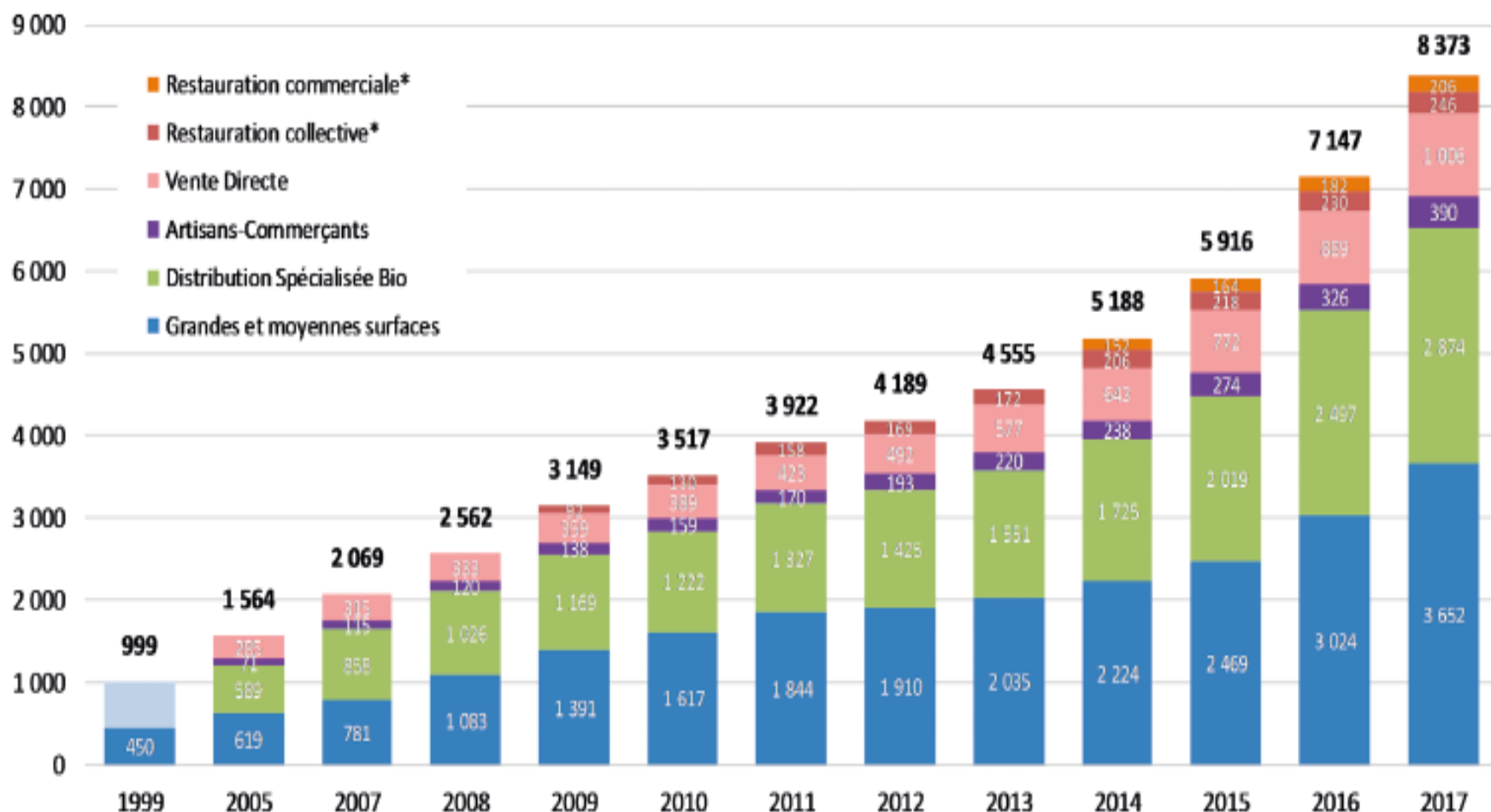
En matière de chiffre d'affaires des ventes en bio, les GMS représentent 43.6% du total (45% en 1999), les magasins bio 34.2% et la vente directe seulement 12% (18% en 2005).

# Répartition des ventes de produits par circuit de distribution



## Évolution du chiffre d'affaires bio par circuit de distribution depuis 1999

millions €

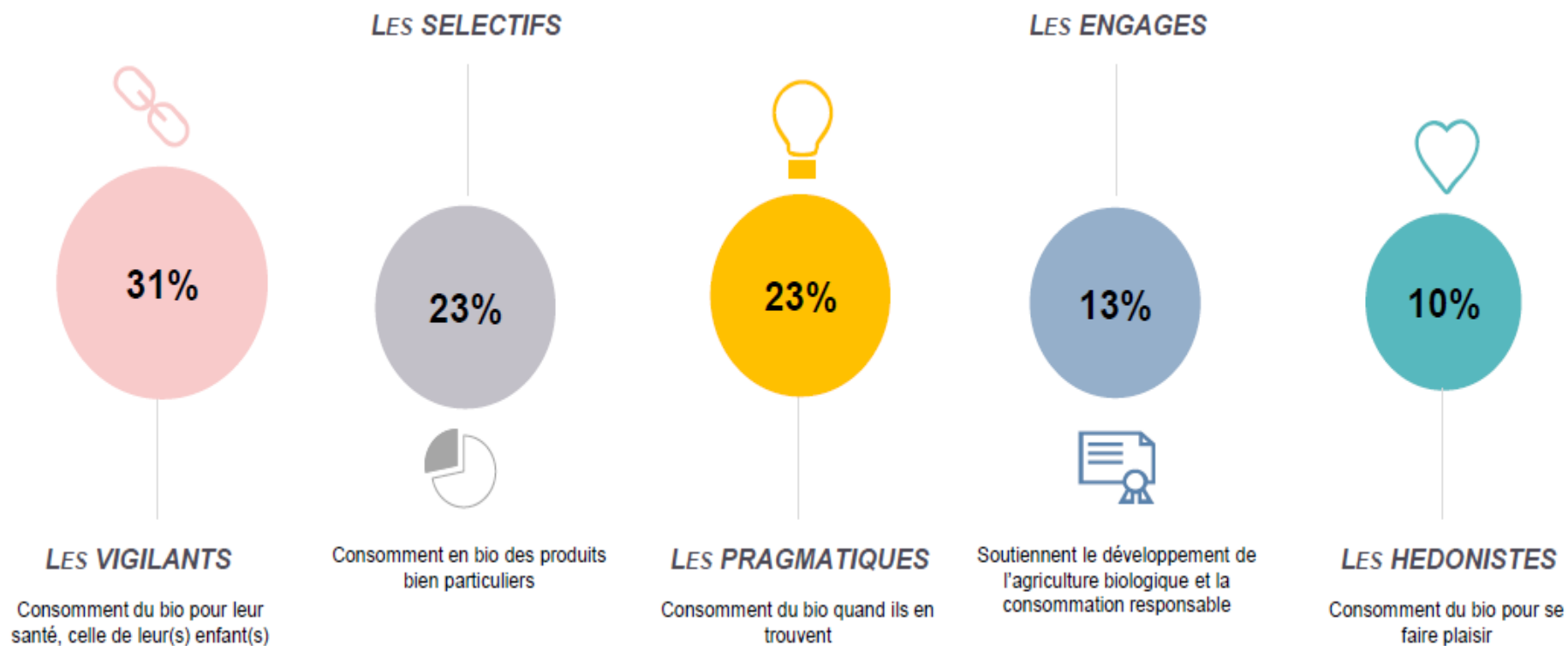


\* Achats hors taxes évalués par enquête auprès des fournisseurs et des acheteurs, depuis 2014 en restauration commerciale et depuis 2009 en restauration collective.

## 4 Le consommateur contradictoire

Cette difficulté relative de la production bio de s'écouler en circuits courts reflète l'ambivalence du consommateur et sa contradiction : il aime bien le bio, mais souhaite-t-il vraiment adopter un autre mode de consommation ? Rien n'est moins sûr.

Et on peut voir d'ailleurs qu'il existe plusieurs types de consommateurs de produits bio.



Le consommateur semble donc plus opportuniste que réellement engagé dans une démarche de « consommer autrement et produire autrement » : seuls 13% des consommateurs s'inscrivent dans cette démarche.

On le voit également au niveau des prix : le principal frein à la consommation bio semble être le prix, argument avancé par 88% des consommateurs.

Beaucoup de consommateurs ne semblent donc pas vraiment se rendre compte que le « léger » surcoût de la consommation bio est compensé par la diminution de coûts ailleurs, coûts environnementaux ou coûts en matière de santé.

Nous retrouvons là un paradoxe déjà vu lors des deux premières conférences : des produits ne nous paraissent pas chers parce que nous ne payons pas immédiatement tous les coûts. Mais nous les payons quand même. Il faudrait alors que le consommateur bio potentiel se persuade qu'il fait, à long terme, des économies.

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1<sup>er</sup> ? En 2<sup>ème</sup> ? En 3<sup>ème</sup> ?

Items <1% : N'en trouve pas d'origine locale, N'aime pas leur goût, N'en voit pas l'intérêt ,  
Ne consomme que les produits de mon jardin/ potager, Sentiment d'arnaque, d'escroquerie,  
'd'attrape nigauds', N'a pas confiance dans l'agriculture biologique, n'y croit pas



Un autre argument se fait jour chez le consommateur : il aime bien le bio, il aime bien les circuits courts, mais il « manque de temps » pour acquérir ces produits en vente directe.

On le constate, il n'y a que 16% des cadres qui achètent en circuits courts, alors que pourtant ils ne sont pas vraiment arrêtés par une question de pouvoir d'achat.

A l'inverse, 26% des retraités achètent en circuits courts. Question de disponibilité, à l'évidence.

Le sentiment qui prévaut alors est un peu ambiguë : l'essor de la production bio est une bonne nouvelle, mais signifie-t-il réellement l'avènement d'une autre façon de consommer, plus respectueuse de l'environnement et tenant compte davantage des coûts sociaux de production ?

C'est possible, mais on peut aussi en douter : le consommateur actuel, dans une grande majorité des cas ne semble pas vraiment prêt à sacrifier de son temps et de son argent pour consommer autrement.

## PROFIL DES ACHETEURS EN CIRCUITS COURTS

### ANCIENNETÉ D'ACHAT

Renouvellement et progression du nombre des consommateurs

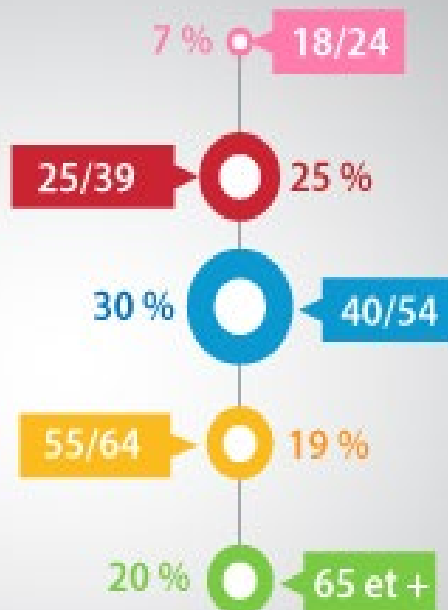


**42 %** des personnes interrogées \* avaient acheté un produit en circuit court au cours du dernier mois

### ACHETEURS PAR SEXE



### ACHETEURS PAR ÂGE



### ACHETEURS PAR PROFESSION

