





CONJONCTURE AVRIL 2022

A RETENIR:

2021

La production bio en région continuait sur sa dynamique de croissance à un niveau élevé, malgré une légère inflexion des superficies en conversion sur certaines filières

L'inflation commençait à se faire ressentir au niveau marchés / consommation bio mais la bio continue à recruter et reste un label connu et reconnu par les consommateurs.

L'année 2020 a été exceptionnelle avec l'impact des confinements. Les chiffres 2021 doivent plutôt être comparés aux chiffres 2019.

Les filières pour lesquelles les chiffres de la consommation ont le moins augmenté sont les filières laitières, les fruits et légumes et les œufs / volailles (conséquence de la fin des confinements)

2022

Les impacts de l'inflation et disponibilité agricole / Ukraine : difficile à évaluer à l'heure actuelle. L'augmentation du prix des carburants a et aura un impact direct ou indirect sur l'ensemble des filières : gasoil agricole, engrais, emballages, livraisons, export, consommation.

La perturbation sur le marché des grandes cultures aura un impact important sur le prix des grandes cultures bio par effet ricochet d'augmentation des coûts du conventionnel mais également sur les filières viandes (augmentation du prix des aliments). Les filières bio déjà fragiles (bovins viande bio, monogastriques) risquent donc de connaître des difficultés plus importantes.

Les magasins bio spécialisés font état d'une baisse de fréquentation et d'une baisse du panier moyen importante sur la fin 2021 et début 2022.



Table des matières

| Bilan des filières et du marché bio fin 2021 – impacts de la crise sanitaire | 3 |
|--|----|
| La production | 3 |
| Evolution des surfaces certifiées, en conversion et nombre de producteurs bio en région | 3 |
| Evolution de la part en bio des surfaces agricoles d'Occitanie | 3 |
| Evolution des nouveaux notifiés par spécialisation. | 4 |
| Consommation et marché | 4 |
| Familles de produits biologiques consommés par les français, Baromètre de consommation e perception des produits biologiques en France | |
| Perception et connaissance du label bio en France | 6 |
| Bilan 2021 et premières tendances pour la distribution de produits bio | 8 |
| Début 2022 : crise géopolitique en Ukraine : premiers impacts et premières projections | 11 |
| Production | 11 |
| Consommation et marché | 11 |



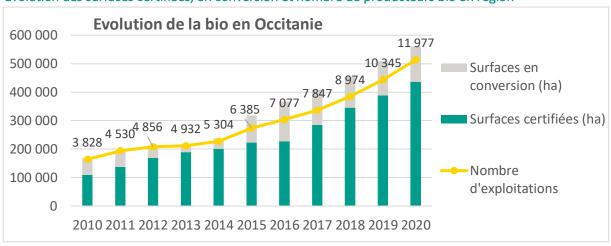
Bilan des filières et du marché bio fin 2021 – impacts de la crise sanitaire

La production

La bio continue à recruter producteurs et surfaces en région. L'Occitanie reste la première région bio de France. Il est à noter un ralentissement des surfaces en conversion pour certaines filières, bien que les demandes de budget CAB soient en augmentation sur 2020/2021 (mais la dynamique est très hétérogène selon les productions).

Voici quelques graphiques afin d'illustrer la situation.

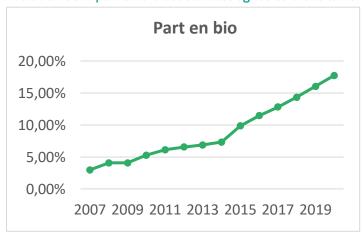
Evolution des surfaces certifiées, en conversion et nombre de producteurs bio en région



Source: Agence bio – OC; ORAB; 2021.

La croissance de la bio est importante, tant pour les surfaces que pour le nombre de producteurs. Les surfaces en conversion continuent de croître mais le rythme se ralentit. Elles ont augmenté de + 3% 2020/2019 VS + 10 % 2019/2018. Les surfaces bio et en conversion au global continuent donc d'augmenter : +10,5 % 2020/2019 et +11,3% 2019/2018.

Evolution de la part en bio des surfaces agricoles d'Occitanie.

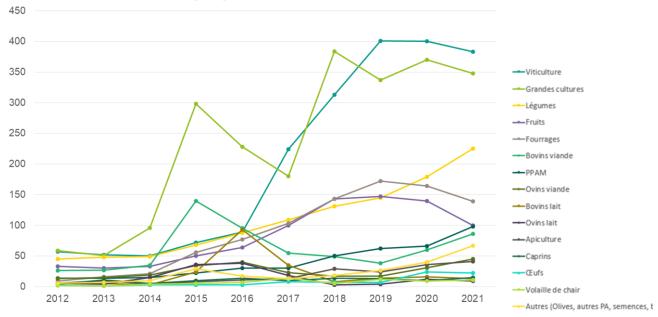


Ce graphique illustre la croissance quasi linéaire de la part en bio dans les surfaces agricoles régionales depuis plus de 5 ans. Il est à noter que cette part risque de changer dans les prochaines estimations du fait de la publication de données plus récentes sur la SAU totale avec le RGA 2020.

Source: Agence Bio - ORAB; 2021



Evolution des nouveaux notifiés par spécialisation.



Source: Agence Bio - ORAB; 2021.

Sur ce graphique, il est clair que les filières bio continuent de recruter en région. Même si pour certaines filières le nombre de nouveaux agriculteurs est légèrement en diminution, il n'en reste pas moins important : la croissance des filières continue mais son rythme est légèrement infléchi. La dynamique de recrutement est assez hétérogène selon les filières.

Consommation et marché

Le marché bio ralentit sa croissance après avoir connu plusieurs années de croissance à 2 chiffres. L'année 2020 a été exceptionnelle avec l'impact des confinements. Les chiffres 2021 doivent donc plutôt être comparés aux chiffres 2019. Les filières laitières, fruits et légumes, et les œufs / volailles sont les plus impactées, ce qui est imputable au renversement du phénomène confinement (moins de cuisine à domicile). A bien noter qu'à ce stade, la situation n'est pas catastrophique (cf graphes cidessous).

Les magasins spécialisés maintiennent un niveau de 30 % de commercialisation. La Restauration Hors Domicile est toujours peu développée. Si l'année 2021 est marquée par le repli des ventes de bio au sein de la grande distribution (GSA), avec -3 % de chiffre d'affaires sur un an (vs 2020), le mouvement économique à deux ans reste toujours favorable (+9,9 % vs 2019) d'après l'IRI. La GMS représente 55 % des ventes de produits bio.

Le dernier baromètre de l'Agence bio (CSA; décembre 2021) se montre assez rassurant sur les tendances de fond de consommation bio. Le nombre de consommateurs réguliers est en hausse, tant par mois que par semaine (78 % en 2021 vs 73 % en 2020 pour les consommateurs réguliers mensuels; 52 % vs 47 % pour les consommateurs réguliers hebdomadaires).

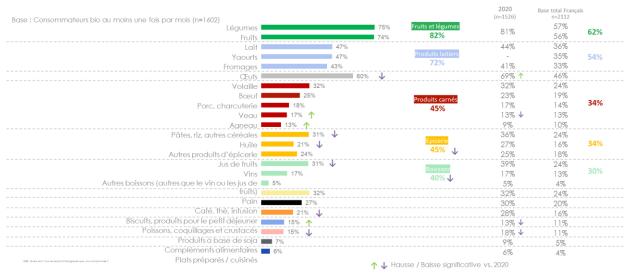


Les études consommateurs menées fin 2021 (étude Kantar / baromètre Agence bio) convergent vers des conclusions similaires :

- ⇒ il **faut réaffirmer les bases du cahier des charges bio** (santé et environnement), ses garanties, notamment auprès des consommateurs les plus convaincus par le bio, le prix n'étant plus un frein lorsque la confiance est élevée.
- ⇒ Les consommateurs sont attentifs à **l'origine des matières premières** (françaises et locales) lors de leurs actes d'achat. Le bio et local a donc des atouts à faire valoir.

Familles de produits biologiques consommés par les français, Baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France

 Les fruits et légumes restent les produits les plus consommés en bio, devant les produits laitiers. A noter un recul des œufs (après une hausse en 2020 liée aux périodes de confinement).

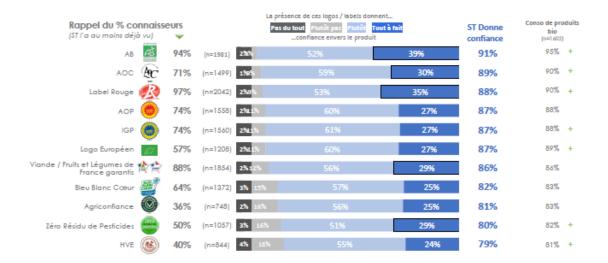


Source: Agence bio -CSA; 2022.

Comme expliqué ci-dessus, les confinements successifs ont créé une distorsion de la consommation « normale » en la poussant fortement (plusieurs repas à la maison par jour, augmentation du temps pour cuisiner, ...). En 2021, la consommation revient sur des rythmes plus classiques et donc va avoir tendance à diminuer. Les produits pour lesquels la baisse est la plus importante sont ceux pour lesquels l'augmentation l'avait été en 2020.



Perception et connaissance du label bio en France



Q55. Vous allez voir, de nouveau, ces labels/logos/certifications. Ils peuvent être présents sur les emballages de produits alimentaires. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, personnellement, il vous donne ...?

Connaissance et confiance des consommateurs vis-à-vis des principaux labels à dimension environnementale- qualitative du marché. Baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France. Source : Agence bio –CSA ; 2022.

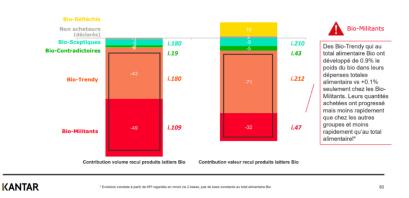
Si le label Agriculture Biologique est moins reconnu par les consommateurs que le Label Rouge, il est celui dans lequel les répondants estiment avoir le plus confiance. Les consommateurs de produits bio sont plus nombreux à penser qu'il est devenu plus exigeant (54% vs. 51%).





Bio-Trendy et Bio-Militants = 92% des pertes volume et 88% des pertes valeur

KANTAR





Malgré tout, selon l'étude réalisée pour le CNIEL par Kantar Panel, la consommation de produits bio (en l'occurrence le lait) commence à s'étioler, en particulier chez les consommateurs les plus militants, dont le nombre continue d'augmenter mais moins. Autre explication à cette situation révélée par cette étude, la concurrence des autres labels et/ou marques privées mettant en avant des allégations sur les mêmes curseurs que la bio : santé / environnement ainsi que l'attachement au local.

Des nouveaux freins?

→ Oui, un contexte de la pandémie qui a certainement joué un rôle important: chamboulement des rayons, ruptures etc...

Q/ Pour quelles raisons ne souhaitez-vous pas acheter de produits alimentaires bio à l'avenir ? Ou Pour quelles raisons n'achetez-vous pas plus de produits alimentaires bio aujourd'hui ?

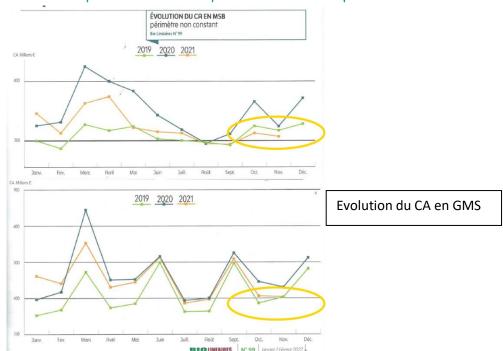


KANTAR 8

Nouveaux freins à la consommation de produits bio, Kantar Panel pour le CNIEL, 2022

La même étude met en lumière les freins identifiés par les consommateurs à l'augmentation de la croissance du bio. On retrouve comme principaux facteurs le manque de références et en particulier la diminution de diversité des produits dans les linéaires.





Bilan 2021 et premières tendances pour la distribution de produits bio

Evolution comparée des chiffres d'affaires des Magasins Spécialisés Bio (haut) et des rayons bio des Grandes et Moyennes Surfaces (bas) ; Biolinéaires, mars 2022

Sur ces graphiques, l'année 2020 apparaît clairement comme exceptionnelle : il faut donc comparer la courbe 2021 (orange) avec la courbe 2019 (verte). L'année 2021 a globalement été meilleure que 2019. En MSB, le chiffre d'affaires lissé sur l'année 2021 et de 10 % supérieur à celui de 2019. Le point d'alerte se trouve sur les tendances des derniers mois de 2021 (qui semblent se confirmer sur début 2022), où la tendance s'inverse, notamment en MSB.



| | | ENSEIGNES NATIONALES | | | | | | | | | | |
|----------|------------------------|----------------------|-----------|---------------|------------------|-----------------|---------------------------|-----------------------------|-----------|---------|---------|--------|
| | | Biocoop | Bio c'Bon | L'Eau Vive | La Vie Claire | La Vie Saine | Le Grand Panier Bio | Les Nouveaux Robinson | Naturalia | naturé0 | Satoriz | So.Bio |
| | 20191 | 1370 | NC | 131 | 330 | 29 | 21 | 40,6 | 320 | 150 | 158 | 45 |
| | 20201 | 1620 | NC | 156 | 383 | 30,5 | 26 | 36 | 395 | 158 | 164 | NC |
| CA | 2021 (previsionnel) | 1636 | NC | 123 | 353 | 32 | 26 | 31 | NC | 120 | 160 | NC |
| ht | Evolution 2020/2021 | 1% | | -9,56% | -7,83% | 4,92 % | 0% | -13,89 % | | -13,04% | -2,44% | 1 |
| | Evolution 2019/2021 | 19,42% | | -6,11% | 6,97 % | 10,34 % | 21,5 % | -23,65 % | | -7,69% | 1,27 % | |
| | 2019 | 625 | 127 | 72 | 370 | И | 16 | 19 | 209 | 50 | 37 | 12 |
| lbre de | 2020 | 678 | 106 | 64 | 390 | 14 | 20 | 20 | 224 | 50 | 39 | 31 |
| lagasins | 2021 | 758 | 107** | 61 | 393 | 16 | 25 | 19 | 257 | 50 | 40 | 61" |
| | Evolution 2020/2021 | 80 | 1 | -3 | 13 | 2 | 5 | -1 | 33 | 0 | 1 | 30 |

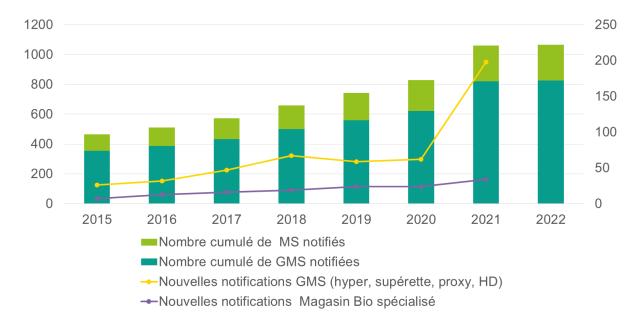
Evolution du chiffre d'affaires et ouverture du nombre de magasins par réseau d'enseignes ; Biolinéaires, mars 2022

Dans l'ensemble, le nombre de magasins bio spécialisés continue de s'accroître. Comme la consommation commence à marquer légèrement le pas, le chiffre d'affaires par magasin connait logiquement une baisse individuellement, même si au cumulé les chiffres ne témoignent pas d'un dévissage important.

⇒ A retenir pour les magasins bio spécialisés :

Le bilan 2021 est en faible recul par rapport à 2020, qui était une année exceptionnelle (avec 2 confinements Covid, qui ont été très favorables à la consommation bio des ménages). Le bilan 2021 reste en positif avec + 10 % de croissance par rapport à 2019. Cependant, des signaux inquiètent : baisse de la fréquentation, baisse des paniers, y compris chez les consommateurs de bio convaincus. La fin de l'année 2021 et le début de l'année 2022 sont vraiment moins bons, inférieurs à l'année 2019. Le marché bio se partage entre davantage de magasins, donc un ressenti très négatif dans les magasins bio existants (comme ils partagent le marché avec les nouveaux venus ...).

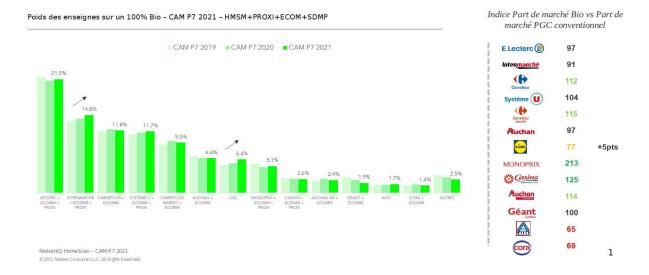




Evolution du nombre de nouvelles notifications de magasins proposant du bio en Occitanie Source : Agence Bio – ORAB, mars 2022.

Le graphique ci-dessus illustre l'augmentation du nombre de magasins ayant une notification bio (donc proposant du vrac, un terminal de cuisson de pain et/ou de boucherie-fromagerie bio) en Occitanie. Les barres représentent le nombre cumulé de magasins notifiés (qui s'approche du total) et les courbes le nombre de nouveaux magasins notifiés dans l'année. En mars 2022, il y avait deux nouvelles notifications de détaillants bio. En 2021, il y a eu 34 nouveaux magasins bio contre 24 en 2020.

Le pic de notifications en 2021 correspond aux notifications de 120 magasins Lidl. D'après Biolinéaires d'octobre 2021, c'est l'enseigne de GD dont les ventes en bio progressent le plus (données NielsenlQ Homescan arrêtées à P7 2021). Sur un an, son chiffre d'affaires AB a été dopé de +19 % et de +49 % par rapport à 2019.



Source: https://www.lineaires.com/la-distribution/lidl-refait-petit-a-petit-son-retard-sur-le-bio



Début 2022 : crise géopolitique en Ukraine : premiers impacts et premières projections

Production

Les chiffres de l'Agence Bio – OC ne sont pas encore publiés pour 2021. En attendant, il est quand même possible grâce aux dires d'acteurs de faire émerger certaines tendances.

- L'impact de l'augmentation du prix du gasoil est déjà et va être important: impacts sur le prix du carburant agricole, des intrants et des matériels de manière générale (ex : prix des tunnels, des emballages,...)
- Les impacts de la production ukrainienne et russe et des prix internationaux. Du fait du conflit, ni la Russie ni l'Ukraine ne suivent le rythme « normal » des exports, notamment de grandes cultures. En conséquence, les prix nationaux augmentent en flèche du fait de la mondialisation des marchés et le prix du conventionnel est temporairement passé au-dessus du prix du bio. Des transferts de produits bio vers les filières conventionnelles pourraient se produire.
- Les impacts indirects: A ce stade, la tendance va vers l'inquiétude, du fait du risque de déconversions si les prix du conventionnels restent très haut et que certaines filières bio sont au contraire en difficulté (avec prix bio pas / peu rémunérateur, ex : lait de vache) et dans les filières œufs / volailles où se rajoutent les surcouts de l'aliment et la grippe aviaire ...

Consommation et marché

L'augmentation des prix de l'essence et de l'énergie (avant la guerre en Ukraine) a commencé à avoir un impact sur le pouvoir d'achat et baisse de la consommation alimentaire dès fin 2021 (avant même que l'inflation ne soit répercutée sur les prix des aliments). Avec la Guerre en Ukraine, cela se renforce, les prix de l'essence et de l'énergie augmentent encore, les gens sont encore plus prudents et restreignent leurs dépenses alimentaires.

Second impact de la guerre en Ukraine, la déstructuration du marché conventionnel avec des prix conventionnels qui s'envolent et qui rejoignent les prix bio => substitution de produits bio sur le marché conventionnel : huiles, blé, viande de bœuf ... cela perturbe les filières bio.

