

CONJONCTURE DE LA BIO REGIONALE

DECEMBRE 2022

A RETENIR :

Les conversions et les installations en bio ont marqué le pas cette année mais continuent tout de même à alimenter les filières. Le solde global d'exploitations par filière n'est pas encore connu mais devrait rester positif. Ce ralentissement global de la dynamique aidera à stabiliser les marchés et les prix, dans un contexte inflationniste et approchant d'une saturation contextuelle.

Le marché bio semble commencer à se stabiliser après des mois de chute. La GMS continue à déréférencer les produits bio mais en distribution spécialisée, la situation semble se consolider. Un effort de communication est à faire pour mettre en valeur les plus-values des produits bio et soutenir leur consommation dans un contexte où les écarts de prix avec le conventionnel se resserrent.

Les filières sont prises en étau entre l'augmentation du coût des matières premières d'un côté et la diminution de la consommation et du plafonnement des prix de vente de l'autre. L'enjeu actuel est autant d'accompagner les filières bio dans leur développement que de conforter l'existant. Pour cela, les opérateurs ont besoin d'accompagnement et de financement pour faire face à la flambée du prix de l'énergie, d'accompagnement technique et d'appui à la diversification des gammes, au développement des promotions et au développement de circuits alternatifs de commercialisation.

Table des matières

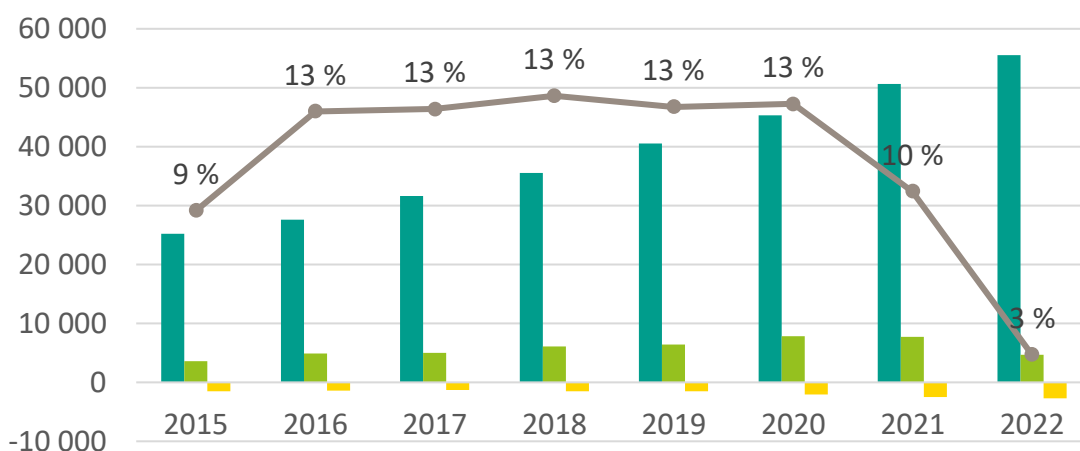
Dynamiques générales des filières et du marché bio en 2022	2
La production	2
Le marché.....	5
Etat des lieux des filières bio régionales	5
Productions végétales.....	5
Grandes cultures.....	5
Viticulture.....	5
Fruits et légumes.....	6
PPAM.....	6
Productions animales.....	6
Viandes.....	6
Laits.....	7
Apiculture.....	7
Restauration hors domicile.....	8
En résumé.....	8

Dynamiques générales des filières et du marché bio en 2022

La production

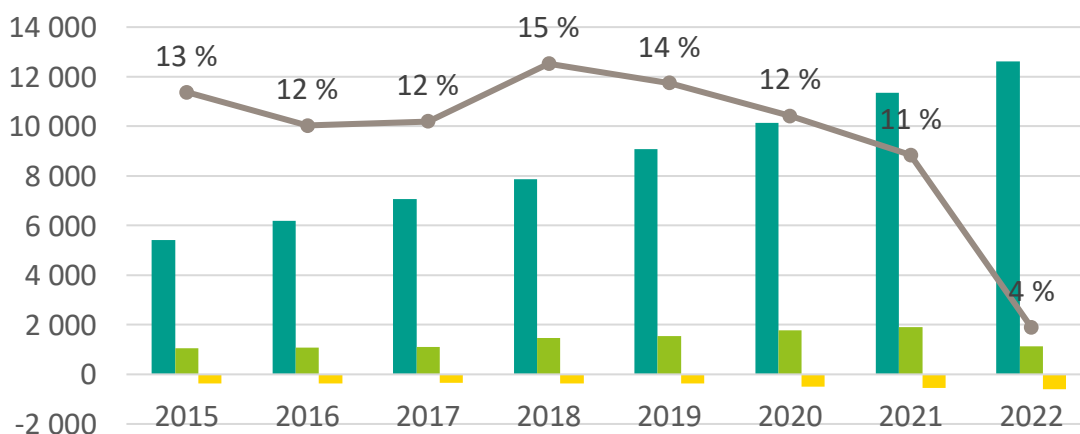
Les filières bio continuent de recruter en Occitanie, même si le rythme de croissance est plus faible que les années précédentes. La dynamique en région est légèrement plus soutenue qu'au national. Cette perte de vitesse s'observe pour toutes les filières régionales. Toutes sans exception ont recruté moins de nouveaux producteurs en 2022 qu'en 2021, même si le solde général reste positif à cette date (moins d'arrêts que de nouveaux). L'évolution des nouvelles notifications revient sur un niveau comparable à celui de 2015-2017 pour l'amont et l'aval.

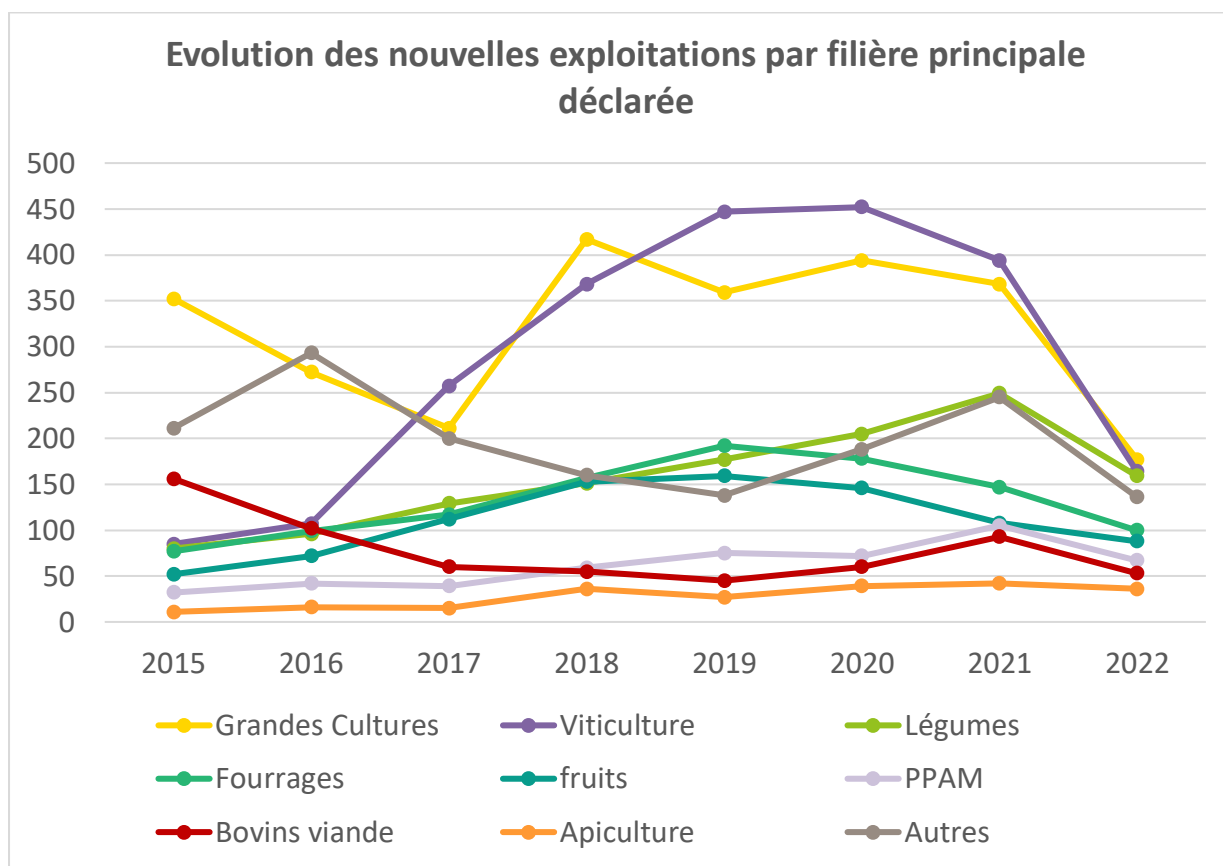
Evolution du nombre de producteurs bio en France



■ Déjà engagés ■ Nouveaux ■ Arrêts — % Evol opérateurs vs année précédente

Evolution du nombre de producteurs bio en Occitanie



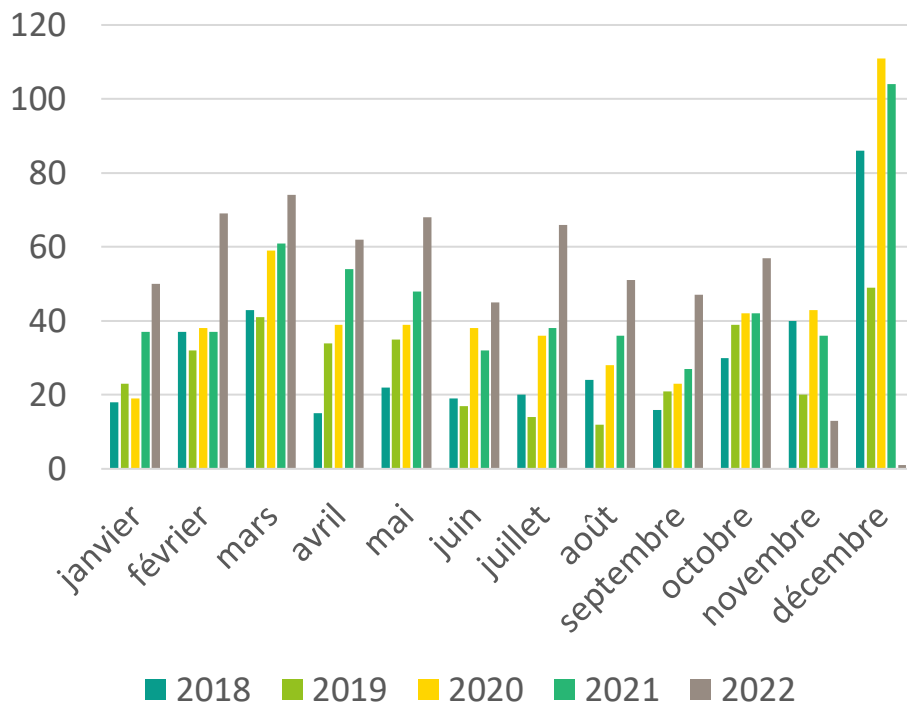


Concernant les arrêts, l'analyse annuelle ne peut pas encore être réalisée car, en général, une part significative a lieu en fin d'année. Elle n'est donc de fait pas encore prise en compte. A ce stade, on ne constate pas de déconversions massives, ni en région, ni au national.

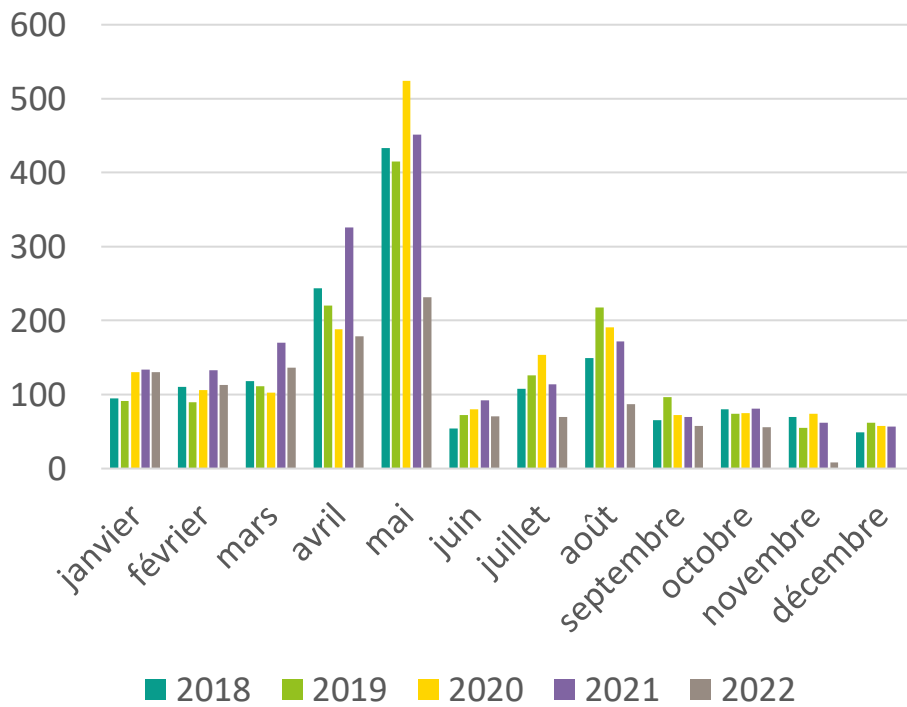
Les principaux motifs d'arrêts relevés par les OC sont : l'arrêt de l'activité bio (poursuite en conventionnel) pour 36 %, l'arrêt total de l'activité agricole (24%) et le changement administratif (19 %). Le reste des arrêts se répartit entre les motifs inconnus, les motifs personnels (maladie, décès, liquidation) et le non règlement des factures. Ces chiffres valent pour les arrêts relevés à la mi-décembre 2022.



Nombre d'arrêts par mois et année d'arrêt



Nombre d'opérateurs engagés par mois et année d'engagement



Le marché

En fin d'année, le marché du bio semblait enfin se stabiliser. L'impact lié à l'inflation semble moindre en bio qu'en conventionnel, bien que les conséquences et dynamiques diffèrent selon les marchés et les filières. Ce phénomène s'explique partiellement par un impact bien moindre des marchés à terme sur le prix des produits bio et une contractualisation plus importante. Les perspectives pour 2023 restent néanmoins incertaines, car les répercussions de l'inflation et de l'augmentation du prix de l'énergie pourraient finalement impacter fortement le marché.

En GMS, la situation est délicate pour les produits bio. Les effets combinés du déréférencement important de la part de la plupart des enseignes et de l'inflation qui réduit la propension à payer des consommateurs sont sans appel : les achats de bio en GMS sont en berne. Le Synabio, la FNAB et la Forébio ont donc lancé un appel à la GMS pour qu'elle n'abandonne pas les filières bio et ses opérateurs. Selon l'IRI, le nombre de références bio dans les grandes et moyennes surfaces baisse plus vite que la consommation à proprement parler.

Face à la crise, la distribution spécialisée a suivi deux stratégies différentes. La première a été de conforter une politique de bio engagée, porteuse de valeurs (ex Biocoop). La seconde a été de sortir du « tout bio » et de s'ouvrir à d'autres produits, locaux et porteurs d'une image qualitative (ex Naturalia, Marchés Léopold).

Il ressort de manière générale un déficit d'information au consommateur sur les plus-values de la bio. Le report d'achat se fait sur des produits souvent moins chers qui paraissent équivalents mais qui ne le sont pas (HVE, 0 résidus de pesticides etc.). L'accent est à mettre sur les spécificités de la bio et des bénéfices garantis par ce label.

Etat des lieux des filières bio régionales

Productions végétales

Grandes cultures

La conjoncture actuelle est plutôt favorable, semblable à celle de l'an dernier. La surproduction régionale est absorbée par les marchés d'export, principalement européens, qui permettent une bonne valorisation des produits. Les OS ont jusque-là maintenu un différentiel de prix avec le conventionnel.

Une baisse de consommation est à prévoir pour la prochaine campagne, auprès des consommateurs finaux et des acheteurs intermédiaires comme les meuneries. Ces derniers ayant des charges en hausse (prix de l'énergie) et des achats en diminution, il est très probable que leurs propres achats de grandes cultures bio diminuent. L'écart de prix avec le conventionnel, jusque-là maintenu par les OS, pourrait diminuer si les acheteurs ne suivent plus. Les opérateurs les plus fragiles sont les fabricants d'aliments pour animaux et les meuniers. Une baisse du prix payé au producteur n'est pas à exclure pour le premier semestre 2023.

Viticulture

Cette année, la vendange a été particulièrement bonne, du fait des conditions climatiques finalement favorables et la forte augmentation des conversions/installations de ces trois dernières années. Les stocks sont corrects et similaires à ceux de l'année dernière.



Le marché français est dans une position plutôt attentiste et commence à ralentir. La baisse des conversions observée cette année va aider à réguler le marché. Du fait du large choix présent sur le marché, la qualité va être particulièrement importante. La moins bonne sera probablement déclassée pour maintenir un bon niveau de qualité/prix. Les viticulteurs ayant le plus de mal à commercialiser sont les derniers arrivés sur le marché. Les tendances du marché vrac sont à l'augmentation de la contractualisation et à la baisse de prix. Les vins rouges sont en fort recul.

Fruits et légumes

Les fruits et légumes bio ont subi cette année une baisse de consommation notable (-6 % en volume et - 7% en valeur). L'écart de prix entre le bio et le conventionnel se resserre. Les entreprises et les exploitations les plus touchées sont celles 100 % en bio car elles ont moins de possibilités et de réactivité pour se retourner vers d'autres circuits de distribution et éventuellement déclasser. Les légumes ont été plus sujets au déclassement que les fruits (mis à part les melons et les abricots). La baisse de consommation se fait aussi sentir en circuits courts. Les exploitations les plus vulnérables sont les dernières installées, qui rencontrent des difficultés pour commercialiser.

Pour l'année à venir, les prévisions ne sont pas très optimistes. Interfel préconise de déstocker en développant les promotions, avec les risques que cela comporte sur la stabilité du marché. Les opérateurs sont inquiets des effets que pourraient avoir les éventuels délestages électriques sur le stock réfrigéré.

PPAM

Le marché des plantes sèches subit une baisse de consommation entraînant un déréférencement, y compris dans certaines enseignes de distribution spécialisée. Le report est possible dans une certaine mesure vers les compléments alimentaires (dont la demande en plantes sèches est croissante) mais uniquement pour certaines plantes et en petits volumes.

Les huiles essentielles ont aussi des difficultés pour se commercialiser, surtout pour la lavande et le lavandin qui sont en surproduction : des aides à l'arrachage sont proposées. Pour les autres essences, la demande continue à tirer un peu le marché, bien que ralentie.

En circuits courts, les producteurs n'ont pas observé de décrochage des ventes. Changer de circuit de vente ne s'improvise pas: les gros marchés sont plus compliqués à atteindre car ils demandent innovation et adaptation.

Productions animales

Viandes

De manière générale, la commercialisation des viandes cette année a été en baisse, malgré un petit regain observé en fin d'année. L'écart de prix avec le conventionnel est faible, voire inversé. Il arrive que le conventionnel sous certains SIQO soit acheté plus cher au producteur que le bio. La consommation dépend des circuits. En circuits courts, aucune difficulté majeure de commercialisation n'a été remontée. La RHD est un levier de croissance intéressant bien que les volumes concernés soient assez faibles.

Bovins viandes : Les achats sont globalement en baisse. Même le produit phare, le steak haché bio, a connu une baisse de consommation, alors qu'il représente 80 % de la viande bovine bio vendue en valeur. D'autre part, la nouvelle réglementation suscite des inquiétudes quant à la production de veau bio.



Ovins viande : Cette filière a été sujette à beaucoup de déclassements. On estime que 50 % des agneaux de l'année sont partis sur les circuits conventionnels. Cette tendance, bien que très marquée cette année, n'est pas nouvelle et donc n'inquiète pas outre mesure les opérateurs de la filière.

Volailles et œufs : La crise économique a été couplée cette année avec une crise sanitaire (grippe aviaire) pour les volailles. Peu de volumes ont été produits et les prix ont donc augmenté. Les producteurs n'en sortent pas gagnants pour autant car le prix de l'aliment a augmenté de 30 % et le délai entre deux bandes rallongé. Les œufs continuent à bien se vendre et les producteurs ne se sont pas déconvertis cette année.

Porcs : La demande est supérieure à l'offre en région, du fait de la faible production de porcs bio. Au national, c'est le contraire, on estime la surproduction aux alentours de 30 %. Avec la hausse des matières premières, les producteurs ont des difficultés pour bien valoriser leurs produits.

Laits

De manière générale, le marché est attentiste. Le taux de déclassements est stable et se fait plutôt vers des marchés conventionnels rémunérateurs. En GD, la politique est encore à l'augmentation des prix d'achat et de vente au consommateur : les gros opérateurs sont dans une dynamique de conclusion rapide d'accords avec eux avant que la politique ne change. Les producteurs sont quant à eux pris en étau entre l'augmentation des coûts de production (prix de l'aliment et des matières premières) et la stagnation du prix du lait qui leur est acheté.

Bovins lait : La dynamique générale de la filière est ralentie. La fabrication de produits laitiers baisse, le frais et l'ultra-frais sont en perte de vitesse. Sur le circuit GMS, les prix de vente augmentent mais les volumes vendus diminuent. Le prix payé au producteur est stable, mais avec l'augmentation du prix de l'aliment et des matières premières, les éleveurs perdent en rémunération. Les volumes de lait de vache bio sont stabilisés.

Ovins lait : Là aussi, la fabrication de produits laitiers est en baisse. L'écart de prix avec le conventionnel se resserre (le prix payé en bio stagne et celui en conventionnel augmente). Le prix de vente augmente mais les volumes vendus au consommateur sont en baisse : le bilan n'est pas favorable. Les volumes produits sont légèrement en baisse, ce qui laisse espérer de pouvoir atteindre rapidement un équilibre.

Caprins : La filière s'organise avec des restructurations à l'aval. Les débouchés en bio sont saturés, que ce soit en laiterie ou en circuits courts. Le déclassement est compliqué car les laiteries conventionnelles sont elles aussi proches de la saturation. Une situation inquiétante pour plusieurs éleveurs de l'Aveyron et de Lozère qui n'ont plus de collecteur.

Apiculture

Depuis deux ans, la production dans le sud de la France est très perturbée par les aléas climatiques provoquant de faibles rendements. Cette année, le reste du pays a été relativement épargné, ce qui provoque l'incompréhension de certains opérateurs nationaux. La filière est fortement impactée par l'augmentation du prix des matières premières (transport de pots en verre, arbitrages sur la transhumance etc.). L'Ukraine étant le premier pays d'origine des importations françaises de miel, le conflit a particulièrement déstabilisé les marchés de cette filière.

Les conversions continuent sur un rythme stable. La nouvelle réglementation génère des inquiétudes pour l'année prochaine car le guide de lecture n'est pas finalisé et laisse des incertitudes sur les emplacements de ruchers.



Restauration hors domicile

La RHD représente un débouché assez bon pour les produits bio. Les volumes absorbés augmentent avec la mise en application de la loi Egalim. La bio représente actuellement 5-6 % des achats en RHD et 10 % en scolaire. Les collectivités sont dans l'ensemble engagées dans les achats de produits bio. Du fait du nombre de convives et du caractère « politique » de l'introduction de bio dans les repas, la RHD reste un débouché stable, notamment grâce aux aides : aides à l'achat de produits bio, dispositifs généralistes comme « ma cantine à 1€ ».

Les achats en RHD étaient jusqu'ici régis par des contrats annuels avec les opérateurs de l'aval. Les établissements déjà engagés en bio ne subissent donc que peu l'inflation dans leurs achats, à la différence des nouveaux qui sont confrontés à l'augmentation du prix des produits. Les fournisseurs déplorent eux l'impossibilité de répercuter leurs augmentations de charges dans le prix des produits. Un nouvel arrêté a été adopté permettant aux opérateurs de se retirer des marchés si la collectivité n'accepte pas une renégociation, qui pourra avoir lieu tous les trimestres. L'inconvénient est que le prix ne sera plus garanti à l'année et qu'il n'existe pas de tables de révision des prix spécifiques à la bio.

En résumé

Les filières bio d'Occitanie sont pour la première fois de leur histoire confrontées à un ralentissement important de leur croissance. La consommation ne tire plus du fait de l'inflation et du déréférencement des produits et la hausse des matières premières fait augmenter les coûts de production. La production marque le pas elle aussi avec un fort ralentissement des nouvelles notifications, des marchés qui saturent et des prix payés de moins en moins intéressants (augmentation des charges et réduction de l'écart de prix avec le conventionnel).

Pour autant, si elle est inquiétante, la situation n'est pas catastrophique. Les niveaux de croissance sont ceux de 2016 et les instances publiques se mobilisent, avec la reconduite de l'aide au maintien de la bio par exemple. Il est en revanche primordial de continuer à accompagner les producteurs sur leurs techniques de production pour les aider à en réduire les coûts. De même, communiquer auprès du grand public sur les plus-values de la bio paraît incontournable pour aider la consommation à se relancer.

L'enjeu actuel est autant d'accompagner les filières bio dans leur développement que de conforter l'existant. Les opérateurs ont besoin d'aide pour traverser cette crise et ses conséquences, comme l'augmentation du prix de l'énergie, le délestage etc. Pour cela, plusieurs pistes sont envisageables : l'accompagnement technique, l'accompagnement de collectifs de producteurs pour favoriser la mutualisation, le développement de circuits de commercialisation alternatifs, la diversification des gammes, le déploiement de campagnes de promotions et l'amélioration de la qualité des produits.

