

Agriculture bio : quels débouchés pour sauver la filière ?



LES AUTEURS

- ▶ Louise Le Provost, Chargée de mission Alimentation Durable, Fondation pour la Nature et l'Homme
- ▶ Thomas Uthayakumar, Directeur des programmes et du plaidoyer, Fondation pour la Nature et l'Homme

CETTE PUBLICATION A ÉTÉ RÉALISÉE AVEC LE SOUTIEN TECHNIQUE DE :

- ▶ Christian Couturier, Directeur, Solagro
- ▶ Julie Casenave, Chargée de mission Alimentation, Solagro



Nous tenons à remercier chaleureusement les expert.e.s qui ont relu et apporté leur regard critique sur cette étude : Charlie Brocard (IDDRI), Mathilde Gsell (Synabio), Philippe Camburet (FNAB), Sophia Majnoni d'Intignano (FNAB), Valentin Cèze (FNAB), Lucile Rossigart (I4CE), Christophe Alliot (Basic), Elyne Etienne (FNH), Enzo Armaroli (FNH), Marie-Cécile Rollin (Réseau Restau'Co) et Laure Verdeau (Agence Bio)

PHOTOS

- ▶ iStock ; AdobeStock ; Canva

**LA RESPONSABILITÉ DES INFORMATIONS ET DES POINTS DE VUE EXPOSÉS
DANS CE RAPPORT INCOMBE AUX AUTEURS ET N'ENGAGE EN RIEN LES
PARTENAIRES, NI LES PERSONNES INTERROGÉES DANS LE CADRE DE L'ÉTUDE.**

SOMMAIRE

RÉSUMÉ	4
I - L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE, UNE FILIÈRE EN SITUATION DE CRISE HISTORIQUE	5
Une filière aux multiples bienfaits et en croissance depuis une dizaine d'années...	5
...récemment stoppée dans son élan, faute de débouchés	6
II - QUELS DÉBOUCHÉS POUR ATTEINDRE 21 % DE SURFACES AGRICOLES EN BIO D'ICI 2030 ?	12
Méthodologie.	12
Une feuille de route pour réussir cette course contre la montre	14
III - RECOMMANDATIONS DE POLITIQUES PUBLIQUES POUR CRÉER DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS POUR LA FILIÈRE BIO EN DANGER	16
Poursuivre le développement des débouchés en mobilisant l'ensemble de la restauration hors-domicile	17
Instaurer une véritable politique alimentaire pour renforcer la consommation de produits biologiques à domicile.	17
RÉFÉRENCES.	18

RÉSUMÉ

Depuis le début des années 2000, l'État français a mis en place plusieurs plans visant à promouvoir l'agriculture biologique (AB) : le Plan Agriculture Biologique Horizon 2012 (lancé en 2007), le Programme Ambition Bio 2017 (lancé en 2013) et le second Programme Ambition Bio 2022 (lancé en 2018). **Ce dernier Programme Ambition Bio 2018-2022 avait deux objectifs : atteindre, d'ici 2022, 15 % des surfaces agricoles en AB et 20 % de produits biologiques dans les achats de la restauration collective. Résultat ? Un échec.** En 2022, l'AB représentait 10,7 % des surfaces agricoles et seulement 7 % des achats de la restauration collective.

Dans les semaines à venir, l'État prévoit de lancer un nouveau Programme Ambition Bio, qui servira de feuille de route pour atteindre les objectifs fixés dans plusieurs stratégies et plans nationaux¹ : **atteindre 18% de la Surface Agricole Utile (SAU) en agriculture biologique en 2027 et 21% en 2030.**

Cependant, l'atteinte de ces objectifs semble déjà compromise. **La filière biologique française traverse une crise sans précédent** : en 2022, les surfaces en première année de conversion ont chuté de 40 % et, en 2023, les pertes économiques pour les agriculteurs biologiques ont été estimées entre 250 et 300 millions d'euros.

Pour sortir de cette impasse, il est nécessaire de créer de nouveaux débouchés pour cette filière. Par cette étude, la Fondation pour la Nature et l'Homme souhaite donc répondre à une question : **quelle hausse de la consommation est nécessaire pour garantir un avenir à la filière biologique et assurer le respect par l'Etat français de son objectif de 21 % de surfaces agricoles en agriculture biologique d'ici 2030 ?**

À la suite d'un travail de modélisation, le constat est clair : **l'atteinte de l'objectif de 21 % de surfaces agricoles en bio d'ici 2030 dépendra de la capacité de l'Etat à mobiliser l'ensemble des secteurs de consommation (restauration collective, restauration commerciale et consommation à domicile).** Dans cette étude, la FNH propose une feuille de route, démontrant le niveau d'augmentation de la consommation de bio nécessaire dans chaque secteur pour atteindre l'objectif à horizon 2030.

Ainsi, si l'Etat français ne souhaite pas réitérer l'échec du dernier Programme Ambition Bio², mais souhaite véritablement respecter ses engagements et offrir des perspectives à cette filière, **il est impératif d'agir rapidement en proposant des solutions concrètes pour soutenir et préserver cette agriculture biologique. Le début de l'année 2024 sera caractérisé non seulement par le lancement du nouveau Programme Ambition Bio, mais également par l'adoption prévue de la nouvelle Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat (SNANC) ainsi que de la Loi d'Orientations et d'Avenir Agricoles (LOA). Ces opportunités politiques constituent un moment décisif pour assurer la pérennité de l'agriculture biologique.** Dans cette étude, la FNH formule plusieurs recommandations de politiques publiques qui permettraient la création de nouveaux débouchés et, conséquemment, la croissance de la production biologique française.

I - L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE, UNE FILIÈRE EN SITUATION DE CRISE HISTORIQUE

UNE FILIÈRE AUX MULTIPLES BIENFAITS ET EN CROISSANCE DEPUIS UNE DIZAINE D'ANNÉES...

L'agriculture biologique (AB) est un mode de production agricole qui s'est développé et structuré en France surtout à partir des années 1970. Ce mode de production a obtenu sa première reconnaissance légale en France grâce à la loi d'orientation agricole de 1980 et a été dotée de son propre label AB en 1985³, puis a finalement été défini et encadré par une réglementation européenne en 1991⁴.

Le cahier des charges de l'AB valorise le respect de l'environnement, mais aussi celui de la santé humaine et du bien-être animal. Il interdit l'usage de toute substance de synthèse (pesticides, engrais de synthèse) et d'organismes génétiquement modifiés, réglemente les conditions d'élevage et valorise les produits plus naturels (avec par exemple l'interdiction de colorants, arômes chimiques de synthèse, exhausteurs de goût et de certains additifs dans les produits bio transformés)⁵.

Aujourd'hui, la littérature existante a pu documenter les bienfaits que l'agriculture biologique peut exercer sur différents aspects.

- **L'environnement** : Grâce à la non-utilisation de pesticides et d'engrais de synthèse⁶, l'AB a des effets positifs sur la biodiversité, la qualité de l'air, des sols et de l'eau⁷. Il a également été démontré que l'agriculture biologique peut contribuer à réduire les émissions de protoxyde d'azote, grâce à sa non-utilisation des engrais minéraux azotés, et à augmenter le stockage de carbone en favorisant les prairies⁸.
- **La santé humaine** :
 - Les consommateurs bio sont davantage alignés avec les recommandations nutritionnelles grâce à une consommation plus végétale et de meilleurs apports en nutriments (sauf la vitamine B12), fibres, fer, iode, potassium, magnésium, oméga 3, acide gras poly-insaturés et vitamines B6, B9, C et E⁹.
 - Une consommation riche en produits bio permettrait de réduire les risques d'apparition de certaines maladies¹⁰. À titre d'exemple, une étude épidémiologique a révélé que ce type d'alimentation limiterait de 25 % le risque de cancer¹¹.
 - De multiples études ont montré que l'exposition aux pesticides peut augmenter le risque de maladie de Parkinson¹², d'Alzheimer¹³, de Charcot¹⁴, mais aussi de développement de troubles cognitifs et anxio-dépressifs¹⁵. Le déploiement de l'AB réduirait ces expositions professionnelles et préserverait davantage la santé des agriculteurs¹⁶.
- **Le bien-être animal** : la réglementation de l'AB impose des normes plus élevées en matière de bien-être animal en interdisant les cages et le maintien d'animaux attachés, en limitant les densités, en prescrivant une alimentation plus naturelle (sans OGM par exemple) et en garantissant un accès au plein air¹⁷.
- **La création d'emploi en milieu rural** : les fermes bio génèrent 30 % d'emplois en plus à la fois pour la main d'œuvre agricole et pour la vente à la ferme¹⁸.
- **Le bien-être des agriculteurs** : selon l'Agence Bio, 95 % des agriculteurs bio ayant répondu à leur questionnaire se disent « fiers » d'être en agriculture biologique et 86 % déclarent qu'être en bio « contribue à leur bonheur »¹⁹.
- **La souveraineté alimentaire** : la France dépend à hauteur d'environ 75 % des importations pour les engrais azotés, de 50 % pour les engrais phosphatés et est totalement dépendante des importations pour les engrais potassiques puisqu'elle a arrêté la fabrication de ce type d'engrais depuis les années 2000²⁰. La France dépend directement de la Russie à hauteur d'environ 7 % de ses importations d'engrais et importe également des engrais fabriqués chez ses voisins européens, à partir de matières premières elles aussi principa-

lement importées de Russie (gaz naturel, ammoniac, pierre à phosphate)²¹.

Depuis 2010, l'AB a connu une expansion significative en France, occupant désormais une place importante dans le paysage agricole français. Selon les derniers chiffres de l'Agence Bio, qui se basent sur l'année 2022, l'agriculture biologique :

- couvre 10,7 % de la surface agricole utile (SAU) nationale, soit 2,88 millions d'hectares²², contre seulement 3 % en 2010²³.

- concerne 14,2 % des exploitations agricoles, soit 60 483 fermes²⁴, contre seulement 3,9 % en 2010²⁵.
- génère 16,3 % des emplois agricoles, totalisant plus de 200 000 emplois²⁶.
- implique 89 030 opérateurs économiques certifiés pour une activité bio (fermes et entreprises) à tous les niveaux des filières²⁷.
- est soutenue par 10 organismes certificateurs²⁸.

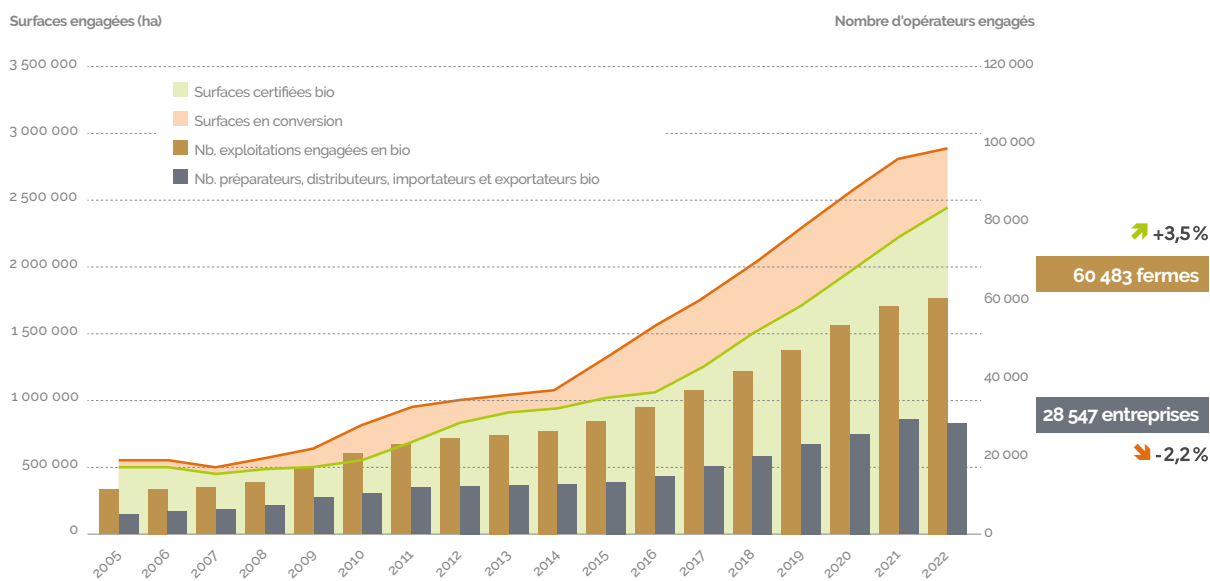


Figure 1 - Evolution des surfaces, des fermes et des entreprises engagées en bio. Source : Agence Bio/OC (2023).

...RÉCEMMENT STOPPÉE DANS SON ÉLAN, FAUTE DE DÉBOUCHÉS

Les signes d'une crise sans précédent

Les signes annonçant une situation de crise sont apparus dès 2021 et se sont confirmés en 2022 et 2023 :

► Ralentissement du marché du bio :

- La valeur du marché de produits bio, inflation comprise, a diminué de 4,6 % en 2022 (ce qui représente environ 600 millions d'euros)²⁹.
- En 2022, le nombre de points de vente bio a diminué de 5,3 % par rapport à 2021, du fait de la fermeture d'enseignes et de magasins spécialisés bio.

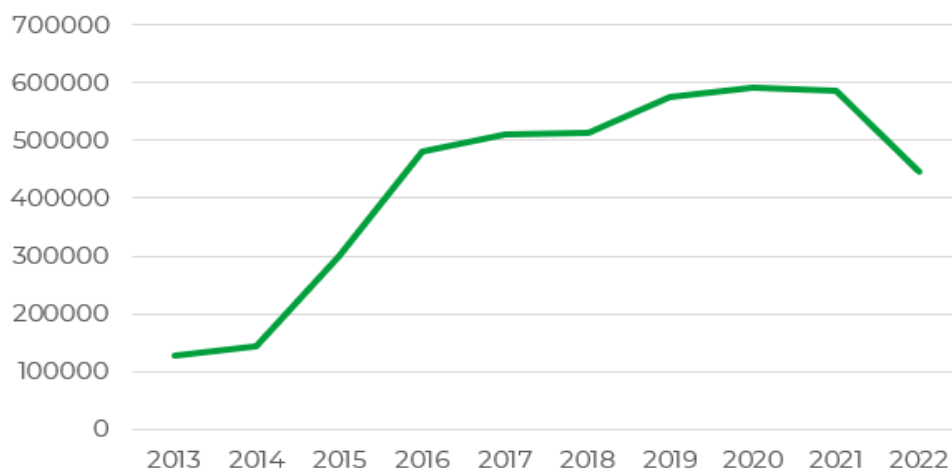
► Ralentissement des conversions en agriculture biologique :

- En 2022, 5 330 nouveaux producteurs se sont lancés dans l'agriculture biologique, en comparaison aux 7 706 nouveaux producteurs en 2021³⁰, soit une réduction d'environ 30 % du nombre de nou-

veaux producteurs entre les deux années.

- En 2022, les surfaces en première année de conversion ont diminué de 40 %³¹ (Figure 2).
- **Déclassement des productions biologiques en conventionnel** : Plusieurs interprofessions et syndicats agricoles ont évalué entre 250 et 300 millions d'euros les pertes occasionnées pour les agriculteurs biologiques en 2023, notamment à cause du déclassement de certaines productions biologiques en production conventionnelle³². À titre d'exemple, en 2022, le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL) a estimé que 35 % de la collecte de lait bio a été déclassée³³.

Figure 2 -
Surfaces en conversion
(en hectares).
Source : Enab à partir
des données Agence Bio.



La principale cause de cette crise ? Le manque de débouchés

L'une des principales raisons de cette crise réside dans un décalage entre l'offre et la demande, c'est-à-dire par un manque de débouchés pour la filière biologique³⁴. En effet, la présence du bio reste encore limitée dans les deux grands postes de consommation des français (restauration hors-domicile et consommation à domicile).

La restauration hors-domicile : un levier à optimiser

La restauration hors-domicile (RHD)³⁵ est composée de :

- **La restauration collective**, ayant la particularité, selon l'INSEE, de posséder un caractère social, en proposant, aux membres d'une collectivité déterminée, un repas à un prix modéré. Elle est divisée en deux parties : la restauration collective publique (restaurants d'administrations, cantines scolaires, hôpitaux, Ehpad, centres pénitenciers, etc.) et la restauration collective privée (restaurants d'entreprises privés ou établissements médicaux privés).
- **La restauration commerciale**, qui correspond à l'ensemble des lieux commerçants de restauration hors commerces alimentaires et stations-service (restaurants traditionnels, fast-food, cafés, restauration d'hébergement, etc.).

La RHD reste un secteur important puisqu'elle représente environ 15 % de la consommation alimentaire des Français³⁶. En 2022, l'ensemble de la

RHD a enregistré une reprise par rapport aux années précédentes marquées par des restrictions sanitaires liées à la Covid-19. Cette relance a eu des retombées positives sur la consommation de produits biologiques, avec **une augmentation de 17 % du marché des produits biologiques dans la RHD par rapport à 2021**, atteignant 715 millions d'euros hors taxe³⁷.

Cependant, actuellement, **la RHD ne représente que 8 % des débouchés pour la filière biologique française**³⁸. Dans d'autres pays européens, ce secteur constitue une part plus importante des débouchés, comme au Danemark (15 %), en Italie (15 %), en Suède (18 %) ou aux Pays-Bas (20 %)³⁹.

Mais pourquoi ce faible poids de la RHD dans les débouchés de la filière biologique française ?

La restauration collective : un levier pas encore maximisé

Des politiques publiques ont été mises en place pour développer la consommation de produits durables, et notamment biologiques, dans la restauration collective :

- **La Loi Grenelle 1 de 2009 (article 48)** prévoyait un objectif de 20 % de produits biologiques dans les achats de la restauration collective des services de l'État à partir de 2012⁴⁰.
- **La Loi EGalim 1 de 2018 (article 24)** fixe pour objectif d'atteindre, à partir du 1^{er} janvier 2022, 50 % de produits durables, dont 20 % de produits biologiques, dans les achats de la restauration collective publique (écoles, collèges, lycées, hôpitaux, etc.)⁴¹.

- **La Loi Climat et Résilience de 2021 (article 257)** prévoit l'extension de l'objectif de la loi EGAlim à la restauration collective privée à partir du 1^{er} janvier 2024⁴².

Malheureusement, l'Agence Bio (2023) estime que **les denrées biologiques ne représentaient que 7 % des achats de la restauration collective en 2022⁴³**, bien loin de l'objectif de 20 % fixé dans ces différentes lois. Cet objectif n'est donc pas encore atteint, alors même que son ambition reste encore inférieure à ceux fixés dans d'autres pays européens :

- **Le Danemark** a fixé, dans son *Organic Action Plan for Denmark 2015-2020*, un objectif de 60 % de produits bio dans la restauration collective publique⁴⁴.
- **En Suède**, l'objectif public est d'introduire 60 % de produits bio dans toutes les municipalités d'ici 2030 (écoles maternelles et primaires, hôpitaux et autres institutions publiques). En 2016, la moyenne nationale était de 33 % et 104 collectivités territoriales avaient atteint au moins 30 %⁴⁵.
- **En Italie**, la loi prévoit que les cantines scolaires utilisent au moins 50 % de produits biologiques⁴⁶.



La restauration commerciale : un levier encore non-exploité

Contrairement à la restauration collective, la restauration commerciale n'est soumise à aucune obligation de durabilité. Conséquence ? Elle est encore plus mauvaise élève sur le bio : **seulement 1 % de ses achats sont bio⁴⁷ (dont la moitié correspond à du vin⁴⁸)**.

Or, augmenter l'achat de produits bio en restauration commerciale permettrait d'aider la filière biologique mais également de répondre aux attentes des consommateurs : **environ 80 % des Français souhaitent des produits bio au restaurant⁴⁹**.

La consommation à domicile : un levier à redynamiser

La consommation à domicile (CAD) est constituée de 4 grands débouchés : la grande distribution, les magasins spécialisés, la vente directe et les artisans et petits commerces.

La CAD représente 92 % des débouchés pour la filière bio⁵⁰, notamment du fait du nombre de repas plus important qu'elle représente par rapport à la RHD (environ 6 fois supérieur). Cependant, alors que la consommation de produits biologiques par les ménages français ne cessait de croître depuis les années 2010, elle **a diminué en 2022 en passant de 6,4 % en 2021 à 6 %⁵¹**. Un autre indicateur de réduction de la consommation de produits biologiques : **la part des personnes n'ayant pas consommé de produits alimentaires biologiques sur un an a quasiment doublé depuis 2021, pour atteindre 17 % en 2022⁵²**.

La consommation de produits biologiques des ménages en France est donc désormais comparable à celle des États-Unis⁵³ et marque un retard important par rapport à celle de certains de nos voisins européens, comme le Danemark (13 %) ou l'Autriche (11 %)⁵⁴.

Comment expliquer ce ralentissement de la demande ?

Cette faible demande en produits biologiques s'explique par plusieurs facteurs :

Le facteur prix

Selon le Baromètre des produits biologiques en France de l'Agence Bio (2022)⁵⁵, **le principal motif avancé par les consommateurs interrogés pour expliquer leur non-consommation de produits bio est leur prix trop élevé**⁵⁶.

Le rôle de ce facteur prix est d'autant plus renforcé par la perte de pouvoir d'achat des Français, provoquée par la situation inflationniste.⁵⁷ Même si l'inflation semble avoir moins impacté le prix des produits biologiques par rapport aux produits conventionnels⁵⁸, les Français ont détourné leur regard en premier lieu des produits avec des labels de qualité et environnementaux, à l'instar du bio, les considérant trop onéreux.

- ▶ **83 %** des Français contraints dans leur budget alimentaire disent **éviter les produits issus de l'agriculture biologique** car ils pensent qu'ils coûtent trop chers⁵⁹.
- ▶ **Le pourcentage de Français se disant attentifs au logo AB au moment de choisir un produit alimentaire a diminué de 11 points en 2022 par rapport à 2021**⁶⁰.

Il est vrai que le prix des produits bio est en général plus élevé que celui des produits conventionnels, puisque ce mode de production nécessite plus de main d'œuvre et peut présenter de plus faibles rendements. Cependant, ce prix plus onéreux s'expliquerait également parfois par des surmarges réalisées sur ces produits par les acteurs de la distribution et de la transformation. En effet, dans une de ses enquêtes, l'UFC Que Choisir s'est intéressée à la différence de prix entre les fruits et légumes bio et conventionnels et déclare que « 46 % du surcoût du bio provient en réalité des 'sur-marges' réalisées sur le bio par les grandes surfaces »⁶¹.

Ce facteur prix est également un des principaux freins à l'introduction de produits biologiques dans les approvisionnements des établissements de la restauration commerciale⁶² et de la restauration collective : selon une estimation du Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux (CGAAER), l'introduction de 50 % de produits durables, dont 20 % de produits biologiques, dans les approvisionnements de la restauration collective entraînerait des surcoûts ma-

tières moyens entre 0,14 € et 0,42 € par repas en fonction du type d'établissement, auxquels il faudrait ajouter les surcoûts moyens liés à l'inflation (entre 0,17 et 0,25 euros/repas⁶³).

Un manque de confiance et d'information sur les produits biologiques

Toujours d'après le Baromètre des produits biologiques en France de l'Agence Bio (2022)⁶⁴, deux autres grands facteurs expliquent la faible consommation de produits biologiques : **l'incertitude des consommateurs quant à la fiabilité des produits biologiques et le manque d'information des consommateurs sur les bienfaits de l'agriculture biologique**.

- ▶ **La note moyenne de confiance accordée** à l'information fournie sur les produits bio est relativement basse **(6,1/10)** et en baisse de 0,5 points par rapport à 2021⁶⁵.
- ▶ **Moins de la moitié des Français considèrent avoir suffisamment d'informations sur l'impact sanitaire et environnemental de l'agriculture biologique** (-9 points par rapport à 2021) et **plus de la moitié des Français considèrent ne pas avoir suffisamment d'informations sur le contrôle et la réglementation des produits bio**⁶⁶.

Il serait donc d'intérêt public de renforcer la connaissance des consommateurs sur les intérêts de l'agriculture biologique pour la protection de l'environnement et de la santé publique mais aussi sur les processus de contrôle et sur la réglementation. Il convient par exemple de rappeler que :

- ▶ **Seuls les produits contenant au moins 95 % d'ingrédients agricoles certifiés biologiques peuvent comporter les termes « biologique » ou « bio »** dans leur dénomination de vente⁶⁷.
- ▶ Tout opérateur (producteur, préparateur, distributeur ou importateur) souhaitant commercialiser des produits biologiques doit notifier son activité auprès de l'Agence Bio et est **contrôlé chaque année par des organismes certificateurs agréés par les pouvoirs publics**. En plus des contrôles annuels obligatoires spécifiques à l'agriculture biologique, les services de l'Etat opèrent des contrôles additionnels ciblés⁶⁸.

La concurrence avec les autres démarches alimentaires (labels, marques privées).

Le label AB fait souvent face à la concurrence d'autres démarches alimentaires (labels, certifications, etc.) qui mettent également en avant leurs bienfaits en matière de durabilité. Cette concurrence est une autre raison, selon l'Agence Bio, de la diminution de la consommation de produits biologiques : **73 % des pertes du bio en valeur iraient vers d'autres offres labellisées**⁶⁹.

En effet, comme l'indique la Cour des Comptes, *« la multiplication de ces labels contribue à réduire le consentement des consommateurs à payer des produits bio plus chers, dès lors que leur sont proposés d'autres produits présentés comme respectueux de l'environnement, à des prix un peu supérieurs aux produits conventionnels mais inférieurs à ceux de l'agriculture biologique »*⁷⁰. À titre d'exemple, la certification Haute Valeur Environnementale (HVE), qui s'est fortement développée depuis 2019, serait une des offres concurrentes qui expliquerait le détournement des produits bio.

Pourtant, une étude réalisée par le Basic, WWF et Greenpeace⁷¹ a permis d'évaluer 11 démarches alimentaires au regard de 7 critères environnementaux (impacts sur le climat, la biodiversité, etc.) et 7 critères socio-économiques (conditions de travail, impact sur la santé humaine, etc.). Suite à cette évaluation, les conclusions sont claires :

- **Les démarches reposant sur le socle de l'agriculture biologique (comme le label AB ou Bio Équitable en France) obtiennent les bénéfices socio-économiques et environnementaux les plus forts et les plus avérés** du fait de leurs impacts positifs notamment sur la santé humaine, la qualité des sols, les ressources en eau, la biodiversité, ou le bien-être animal.
- Au contraire, **les démarches comme Agri Confiance, Zéro Résidu de Pesticides et la certification Haute Valeur Environnementale (HVE) possèdent les effets positifs les plus faibles et les moins avérés** parmi l'ensemble des démarches étudiées.



Les représentations sociales assignées à la consommation de bio

Le profil des consommateurs réguliers de produits bio reste très marqué socialement⁷² : **selon l'Anses (2017), la consommation de produits biologiques apparaît deux fois plus fréquente lorsque l'individu est cadre, ou d'un niveau d'étude supérieur au bac, que lorsqu'il est ouvrier ou possède un niveau d'étude primaire ou collège⁷³**. Même si certains consommateurs avec des niveaux de vie plus faibles que la moyenne consomment eux aussi du bio (selon l'étude BioNutrinet, un cinquième de ceux qui consomment plus de la moitié de leur alimentation en bio touche moins de 1 200 € par mois⁷⁴), leur consommation de bio reste inférieure à cause de barrières économiques mais aussi sociales et culturelles. La perception de la consommation de produits biologiques comme une pratique élitiste, réservée à un certain groupe social, dissuade parfois certains consommateurs d'adopter ce mode alimentaire en raison de leur sentiment de non-appartenance à ce groupe social spécifique⁷⁵. Ainsi, pour encourager la demande de produits biologiques, la réduction des prix ne suffira probablement pas ; il sera également essentiel de changer l'image des produits biologiques afin qu'ils soient perçus comme une pratique alimentaire envisageable par tous et toutes.

La faiblesse des politiques publiques françaises visant à stimuler la demande en produits biologiques

Dans son rapport d'évaluation des politiques de soutien à la bio⁷⁶, **la Cour des Comptes met en avant que les politiques publiques françaises en faveur de la consommation de produits bio sont insuffisantes**. En effet, les politiques publiques se focalisent depuis plusieurs années principalement sur le volet de la production, en omettant de créer en parallèle un marché pouvant offrir des débouchés suffisants pour cette filière. Ce manque de politiques publiques visant la demande est l'un des facteurs expliquant notre retard par rapport à certains voisins européens. À titre d'exemple, le Danemark a adopté une approche globale de « push and pull » (booster la demande et la pro-

duction concomitamment) depuis son premier plan de promotion de la bio en 1995⁷⁷.

Les seules politiques alimentaires ayant été mises en place en France pour augmenter la consommation de produits bio restent encore très limitées :

- ▶ Comme mentionnés ci-dessus, les objectifs de durabilité des approvisionnements de la restauration collective, présents dans la loi EGAlim et la loi Climat et Résilience, ne sont toujours pas atteints, en raison du manque de moyens et d'accompagnement des acteurs de ce secteur.
- ▶ Le gouvernement a récemment annoncé l'octroi de 8 millions d'euros en 2024 (puis 5 millions par an en 2025 et en 2026) à l'Agence Bio pour promouvoir les produits bio à travers une campagne de communication. Si cette action doit être saluée, les moyens accordés restent cependant encore très limités, surtout lorsqu'ils sont mis en comparaison avec le budget de l'ensemble des autres annonceurs réalisant de la publicité sur les produits alimentaires⁷⁸. Par ailleurs, cette politique repose sur l'hypothèse que la consommation de produits bio pourrait augmenter uniquement en renforçant l'information fournie au consommateur. Or, pour espérer avoir une influence sur les comportements alimentaires, des mesures devraient également être mises en œuvre pour renforcer l'accessibilité économique et physique des produits biologiques, notamment en régulant les acteurs de l'aval. En effet, **pour qu'une politique alimentaire soit efficace, elle ne peut se limiter à informer le consommateur, mais doit intervenir sur toutes les facettes de l'environnement alimentaire, c'est-à-dire les dimensions cognitive, socio-culturelle, économique et physique⁷⁹**.

II - QUELS DÉBOUCHÉS POUR ATTEINDRE 21 % DE SURFACES AGRICOLES EN BIO D'ICI 2030 ?

Quelle hausse de la consommation est donc nécessaire pour garantir à la filière biologique un avenir et assurer le respect par l'Etat français de son objectif de 21 % de surfaces agricoles en agriculture biologique d'ici 2030 ? C'est à cette question que la Fondation pour la Nature et l'Homme tente de répondre dans ce nouveau rapport.

MÉTHODOLOGIE

La FNH a réalisé, avec le soutien technique de Solagro, un travail de modélisation visant à estimer dans quelle mesure l'évolution de la consommation de bio dans les différents secteurs de la consommation alimentaire (consommation à domicile, restauration collective et restauration commerciale) impacterait l'évolution des surfaces cultivées en agriculture biologique. Le but de ce travail est donc de montrer quel pourcentage de bio devrait être consommé dans chacun de ces secteurs pour créer les débouchés suffisants pour atteindre 21% de surfaces agricoles en bio en 2030. Pour réaliser ce travail, une méthodologie en plusieurs étapes a été suivie :

En premier lieu, il a été nécessaire de reconstituer les approvisionnements totaux pour chaque secteur. Les données de l'Agence Bio indiquent des approvisionnements totaux de 5,6 milliards d'euros pour la restauration collective et de 13,9 milliards d'euros

pour la restauration commerciale. Selon l'INSEE, les dépenses alimentaires des ménages s'élèvent à environ 202,7 milliards d'euros, incluant les boissons alcooliques (22,7 Mds€), mais excluant les services de restauration et débits de boisson (61,8 Mds€). Cela donne un total d'approvisionnements tous secteurs confondus de 222,2 milliards d'euros.

La proportion de produits biologiques dans ces approvisionnements a également dû être estimée. Selon l'Agence Bio, les achats de produits biologiques représentent 377 millions d'euros en restauration collective (soit 6,7% des approvisionnements totaux) et 232 millions d'euros en restauration commerciale (soit 1,7%). Avec le montant total des produits alimentaires bio vendus en France estimé par l'Agence Bio à 12,1 milliards d'euros (tous produits et tous circuits confondus), on peut estimer que 11,5 milliards d'euros proviennent de la consommation à domicile (soit 5,7% de produits bio dans la consommation à domicile (Tableau 1).

Tableau 1 - Estimations du chiffre d'affaires, des approvisionnements globaux et en bio dans les différents postes de la consommation française.

Sources :
1. calculs Solagro ;
2. FranceAgriMer (2018) ;
3. Agence Bio ; 4. INSEE (2020).

	Chiffre d'affaires total (en M€)	Approvisionnements totaux (en M€)	Part de bio dans les approvisionnements (en M€) ³	Part de bio (en %) ¹
Restauration collective	21 480 ²	5 600 ³	377 ³	6,7 %
Restauration commerciale	54 700 ²	13 900 ³	232 ³	1,7 %
À domicile	202 699 ⁴	202 699 ⁴	11 467 ¹	5,7 %
TOTAL	278 879 ¹	222 199 ¹	12 076 ³	5,4 %

Ensuite, il a été nécessaire d'associer les achats de produits biologiques aux surfaces agricoles en AB correspondantes. L'Agence Bio fournit la répartition par produit du montant total de produits alimentaires bio vendus en France (tous produits et tous circuits) (Tableau 2). Cependant, cette répartition par produit est trop complexe pour être mise en correspondance avec la répartition par groupe de production des surfaces agricoles en AB ou en conversion vers l'AB (Tableau 3). Pour simplifier, une classification simplifiée par produit a été créée, comprenant les catégories suivantes : fruits, légumes, viande de ruminants, lait, produits

animaux (monogastriques), autres produits végétaux, boissons alcoolisées. Ensuite, deux nomenclatures de correspondance ont été établies pour mettre en relation la répartition par produit de l'Agence Bio et la répartition par groupe de production des surfaces agricoles en AB avec notre classification simplifiée des produits alimentaires.

Millions d'euros	2022	Millions d'euros	2022
Fruits et légumes frais	1 890	Mer, sauriserie, fumaison	205
Fruits	926	Traiteur	335
Légumes	964	Surgelés	237
Crèmerie	1 812	Boulangerie, pâtisserie fraîche	921
Lait	393	Épicerie	3 821
Produits laitiers	809	Épicerie sucrée	2 026
Œufs	611	Épicerie salée	1 795
Viandes	1 000	Boissons sans alcool	533
Viande bovine	387	Boissons végétales	170
Viande porcine	131	Jus de fruits & de légumes, brsa	362
Viande agneau	64	Boissons alcoolisées	1 322
Volaille	268	Vins tranquilles et autres	1 233
Charcuterie salaison	149	Cidres, bières et autres boissons alcoolisées	89
Mer, traiteur, surgelés	778	Tous produits confondus	12 076

Tableau 2 - Répartition par produit des ventes de produits alimentaires biologiques en France (tous produits et tous circuits). Source : Agence Bio

Groupe de productions	Sous-groupe de productions	Surface bio et en conversion (en ha)
Céréales et oléoprotéagineux (yc légumes secs)		781 086
	✦ Céréales	557 797
	✦ Légumes secs	23 823
	✦ Oléagineux	160 650
	✦ Protéagineux	38 816
Surfaces et cultures fourragères		1 674 226
	✦ Cultures fourragères	683 752
	✦ Surfaces toujours en herbe	990 474
Légumes frais		49 664
	✦ Légumes frais	49 664
Fruits (yc à coque)		68 160
	✦ Agrumes	982
	✦ Baies	1 343
	✦ Fruits à coque	20 687
	✦ Autres fruits	3 529
	✦ Fruits à noyau et à pépins	39 619
	✦ Fruits tropicaux et subtropicaux	2 000
Viticulture		170 806
	✦ Viticulture	170 806
Plantes à parfum, aromatiques et médicinales		17 151
	✦ Plantes à parfum, aromatiques et médicinales	17 151
Autres surfaces		114 954
	✦ Cultures industrielles	10 712
	✦ Hors liste	104 242
TOTAL GENERAL		2 876 048

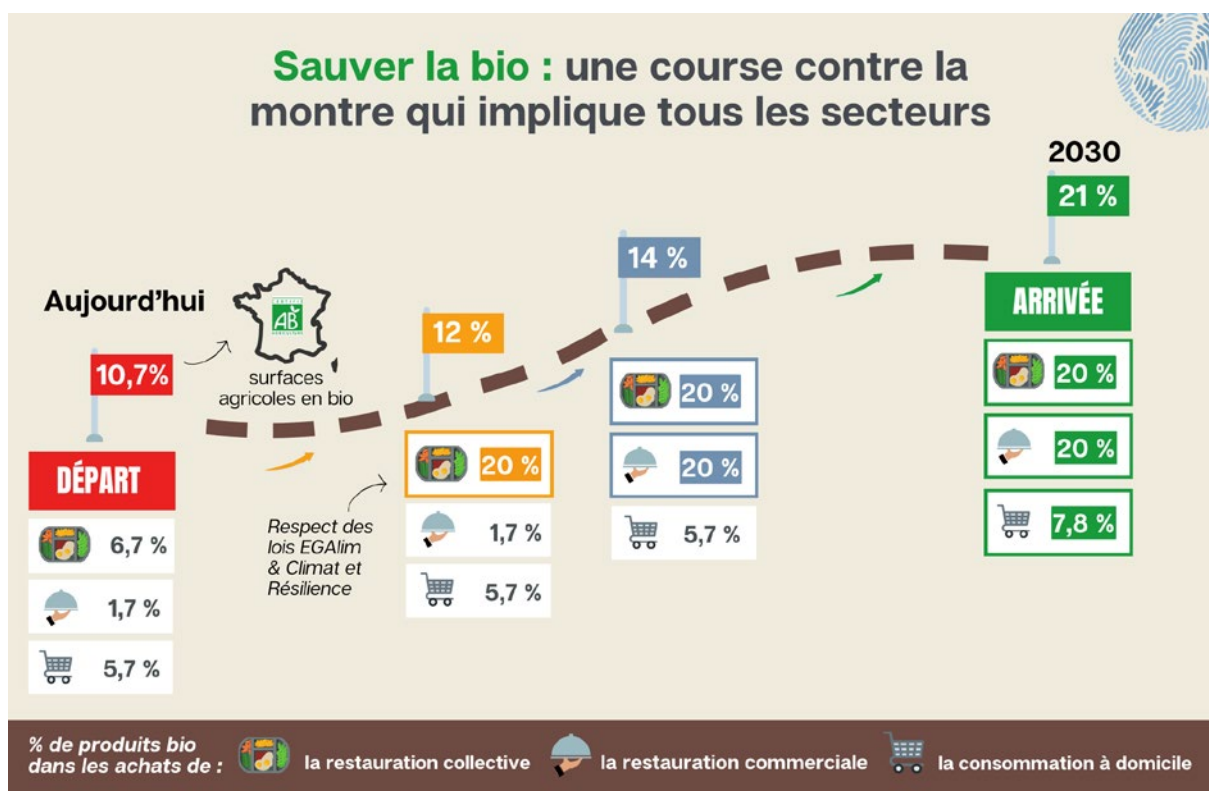
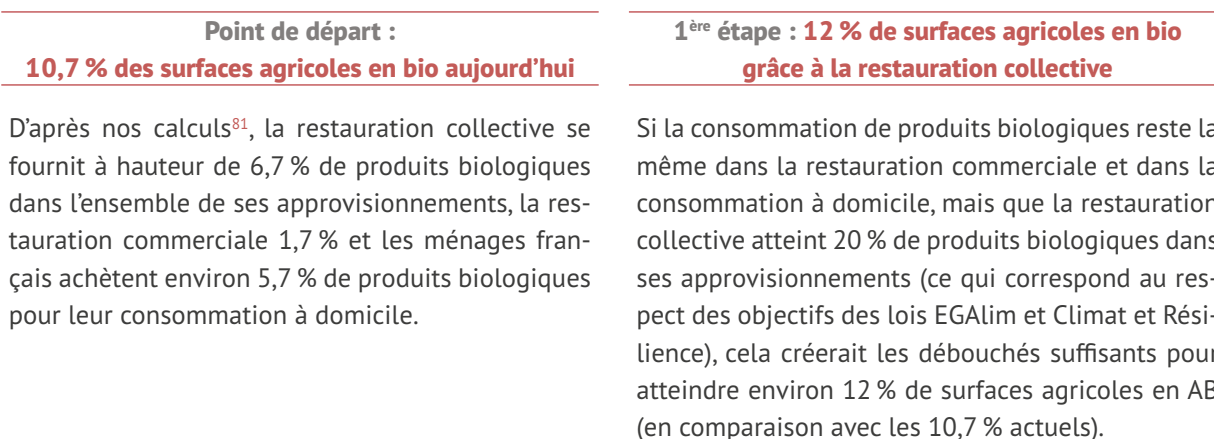
Tableau 3 – Répartition des surfaces agricoles en agriculture biologique (ou en conversion vers l'agriculture biologique) par groupe de production. Source : Agence Bio

Grâce à ces nomenclatures de correspondance, un « coefficient multiplicateur » a pu être calculé en rapportant le volume des achats par catégorie de produit aux surfaces réparties dans ces mêmes catégories. Par exemple, le coefficient s'élève à 0,7 pour la viande de ruminants (systèmes les plus extensifs) et à 18,1 pour les fruits et 20,9 pour les légumes (systèmes les plus intensifs).

Bien que cette méthodologie présente des limites⁸⁰, elle offre la possibilité d'estimer l'impact de l'augmentation de la part de produits biologiques dans les approvisionnements des différents secteurs de consommation sur les surfaces agricoles.

UNE FEUILLE DE ROUTE POUR RÉUSSIR CETTE COURSE CONTRE LA MONTRE

Grâce à ce travail de modélisation de l'impact de l'évolution de la consommation de bio sur l'évolution des surfaces agricoles en AB, la FNH a pu élaborer une véritable feuille de route, jalonnée de plusieurs étapes, pour atteindre cet objectif à horizon 2030 :



2^e étape :

14 % de surfaces agricoles en bio en mobilisant l'ensemble de la Restauration Hors-Domicile (RHD)

Si la consommation de produits biologiques reste la même dans la consommation à domicile, mais que l'ensemble de la restauration hors-domicile (collective et commerciale) atteint 20 % de produits biologiques dans ses approvisionnements, cela créerait les débouchés suffisants pour atteindre environ 14 % de surfaces agricoles en AB.

3^e étape :

18 % de surfaces agricoles en bio en mobilisant l'ensemble de la RHD et en revenant au niveau de consommation du bio à domicile de 2020

Si l'ensemble de la restauration hors-domicile atteint 20 % de produits biologiques dans ses approvisionnements et que la consommation à domicile de produits biologiques revient à son niveau de 2020, soit 6,5 % des achats, cela créerait les débouchés suffisants pour atteindre 18 % de surfaces agricoles en AB (objectif fixé par l'Etat français pour 2027).

Point d'arrivée :

21 % de surfaces agricoles en bio en mobilisant l'ensemble de la RHD et en augmentant davantage la consommation du bio à domicile

Si l'ensemble de la restauration hors-domicile atteint 20 % de produits biologiques dans ses approvisionnements et que la consommation à domicile de produits biologiques atteint 7,8 %, cela créerait les débouchés suffisants pour atteindre 21 % de surfaces agricoles en AB.

Cette feuille de route permet de mettre en évidence deux éléments clés :

1 Assurer le respect de la loi EGALIM et Climat et Résilience dans la restauration collective est une étape nécessaire sur le chemin de la bio.

Garantir l'atteinte de l'objectif des 20 % de produits biologiques dans les approvisionnements de la restauration collective est une étape nécessaire pour plusieurs raisons :

- **Conformité à la loi** : pour respecter la législation en vigueur (lois EGAlim et Climat et résilience), ce secteur devrait inclure 20 % de produits biologiques dans ses achats.
- **Créer des débouchés pour contribuer à atteindre l'objectif à horizon 2030**
- **Enjeux de justice sociale** : la restauration collective joue un rôle essentiel dans la lutte contre les inégalités sociales en favorisant l'accessibilité de tous et toutes à une alimentation saine et durable. À titre d'exemple, l'ANSES (2017) a démontré que la consommation de produits biologiques par les enfants dépend des catégories socio-professionnelles et du niveau de diplôme de leurs parents⁸². Étant donné que les repas à la cantine peuvent représenter environ 30 % de l'apport quotidien des écoliers⁸³, offrir une alimentation plus saine et durable dans ces lieux de consommation contribue à réduire ces inégalités.
- **Influence des normes et comportements alimentaires** : favoriser la consommation de certains produits dans la restauration collective est susceptible d'entraîner des changements significatifs sur les comportements alimentaires dans le temps. En effet, J.-L. Pernin (2014) a montré que l'introduction de produits biologiques dans les cantines scolaires exerce « *un impact significatif et conséquent sur les croyances, l'attitude et les fréquences d'achat de produits bio des parents d'élèves* » qui s'expliquerait principalement par l'influence qu'exercent les enfants auprès de leurs parents⁸⁴.

2 Cependant, **ce seul secteur ne peut à lui seul faire des miracles. La restauration commerciale et la consommation à domicile doivent également être mobilisées** pour relancer la demande de produits biologiques du fait du volume de repas et des débouchés structurants qu'elles représentent.

III - RECOMMANDATIONS DE POLITIQUES PUBLIQUES POUR CRÉER DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS POUR LA FILIÈRE BIO EN DANGER

Le dernier Programme Ambition Bio s'est soldé par un véritable échec. Si l'Etat ne souhaite pas réitérer cet échec, mais souhaite, au contraire, respecter ses engagements et offrir des solutions à cette filière en crise, il doit mettre en oeuvre des politiques publiques permettant de stimuler la consommation de produits biologiques, notamment grâce au nouveau Programme Ambition Bio, à la prochaine Stratégie Nationale pour l'Alimentation et le Climat (SNANC) et à la future Loi d'Orientation et d'Avenir Agricoles (LOA).

Dans ce cadre, la FNH propose plusieurs recommandations de politiques publiques pour créer de nouveaux débouchés et assurer ainsi la croissance de la production biologique française.



POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT DES DÉBOUCHÉS EN MOBILISANT L'ENSEMBLE DE LA RESTAURATION HORS-DOMICILE

- ▶ Créer un fonds EGAlim pour accompagner la restauration collective publique des secteurs de la santé et du médico-social⁸⁵ et garantir l'exemplarité de chaque restaurant collectif d'Etat d'ici la fin de l'année 2024.
- ▶ Inclure l'atteinte des objectifs des lois EGAlim et Climat et Résilience dans les critères d'inspection des restaurants collectifs fixés par la Direction Générale de l'Alimentation.
- ▶ Mettre en place une bonification durable du titre restaurant pour récompenser les salariés qui achètent leur repas dans des restaurants proposant une offre alimentaire durable⁸⁶.
- ▶ Rendre obligatoire, dès à présent, l'affichage dans chaque restaurant commercial du pourcentage de produits durables⁸⁷ dans ses achats et étendre, dans un second temps, les obligations EGAlim à l'ensemble de ce secteur.
- ▶ Renforcer, dans les formations continues et initiales⁸⁸ de l'hôtellerie et de la restauration, les enseignements consacrés à l'agriculture biologique et à la durabilité de l'offre alimentaire des restaurants (« moins et mieux » de viande, produits bruts, diminution du gaspillage alimentaire, etc.).

INSTAURER UNE VÉRITABLE POLITIQUE ALIMENTAIRE POUR RENFORCER LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES À DOMICILE

- ▶ Garantir l'accessibilité économique des produits biologiques à tous et toutes :
 - Renforcer les aides du Fonds « Mieux manger pour tous » destinées à financer des expérimentations favorisant l'accès à tous, en particulier aux plus précaires, aux produits durables (ex : chèque alimentaire durable).
 - En période de hausse des prix alimentaires, inciter les distributeurs à proposer des paniers de produits biologiques de première nécessité à prix réduits⁸⁹.
- ▶ S'assurer que le futur affichage environnemental ne pénalise pas, mais au contraire, valorise les produits biologiques.
- ▶ Rendre obligatoire la transparence de l'information de la part des acteurs de la distribution et de la transformation sur :
 - les prix et les marges réalisés sur les produits biologiques ;
 - le pourcentage de produits durables⁹⁰ dans leur offre alimentaire.
- ▶ Renforcer les financements publics destinés à la communication sur le bio (Agence Bio, Santé Publique France) et inciter les interprofessions et les acteurs de l'industrie agroalimentaire et de la distribution à promouvoir le bio dans leurs campagnes publicitaires.

Ces politiques publiques visant à soutenir la demande de bio devront être mises en place de façon concomitante avec des politiques publiques visant à soutenir la production bio, à l'instar de :

- ▶ la mise en place d'aides d'urgence pour compenser les pertes économiques des agriculteurs bio occasionnées par la crise ;
- ▶ la hausse de l'éco-régime bio (145 euros/ha au lieu des 93 euros/ha actuels) pour compenser la suppression des aides au maintien ;
- ▶ le développement de Paiements pour Services Environnementaux spécifiques à la bio ;
- ▶ la mise en place de la gratuité de la certification.

- 1 L'objectif d'atteindre 21 % de la Surface Agricole Utile (SAU) en bio d'ici 2030 est présent dans plusieurs stratégies gouvernementales, à l'instar de la [Stratégie Nationale Biodiversité 2030](#) et de la [Stratégie Nationale Bas Carbone](#), mais également dans le plan « [Mieux agir. La planification écologique](#) » développé par le Secrétariat Général à la Planification Écologique (SGPE). Le [Plan Stratégique National pour la Politique Agricole Commune 2023-2027](#) prévoit également un objectif intermédiaire à horizon 2027 de 18 % de la SAU en bio.
- 2 Le Programme Ambition Bio 2022 avait fixé pour objectif d'atteindre 15 % des surfaces agricoles en agriculture biologique d'ici 2022. Or en 2022, selon les chiffres de l'Agence Bio, seulement 10,7 % des surfaces agricoles étaient en agriculture biologique.
- 3 Site internet de l'Institut National de l'origine et de la qualité (INAO), « [Agriculture Biologique](#) », consulté le 02/01/2024.
- 4 [Règlement \(UE\) 2018/848 du Parlement et du Conseil du 30 mai 2018 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, et abrogeant le règlement \(CE\) no 834/2007 du Conseil](#)
- 5 Site internet de l'Agence Bio, « [Le bio en quelques mots...](#) », consulté le 02/01/2024.
- 6 Cour des comptes. (2022). [Le soutien à l'agriculture biologique](#) ; Sautereau, N., Savini, I., Savini, M-B. (2016). [Quantifier et chiffrer économiquement les externalités de l'agriculture biologique ?](#). Institut Technique de l'Agriculture Biologique (ITAB).
- 7 Idem
- 8 Sautereau, N., Savini, I., Savini, M-B. (2016). [Quantifier et chiffrer économiquement les externalités de l'agriculture biologique ?](#). Institut Technique de l'Agriculture Biologique (ITAB).
- 9 Solagro. (2019). [Le revers de notre assiette. Changer notre alimentation pour préserver notre santé et notre environnement.](#)
- 10 Solagro. (2019). [Le revers de notre assiette. Changer notre alimentation pour préserver notre santé et notre environnement.](#)
- 11 Baudry, J., Assmann, KE., Touvier, M., et al. (2018). [Association of Frequency of Organic Food Consumption With Cancer Risk: Findings From the NutriNet-Santé Prospective Cohort Study](#). JAMA Intern Med. 178(12):1597–1606. doi:10.1001/jamainternmed.2018.4357
- 12 Kamel, F., Tanner, C., Umbach, D., Hoppin, J., Alavanja, M., Blair, A., Comyns, K., Goldman, S., Korell, M., Langston, J., Ross, G., Sandler, D. (2006). [Pesticide exposure and self-reported Parkinson's disease in the agricultural health study](#). Am J Epidemiol. 2007 Feb 15;165(4):364-74. doi: 10.1093/aje/kwk024.
- 13 Yan, D., Zhang, Y., Liu, L., Yan, H. (2016). [Pesticide exposure and risk of Alzheimer's disease: a systematic review and meta-analysis](#). Sci Rep. 6:32222. doi: 10.1038/srep32222.
- 14 Ingre, C., Roos, PM., Piehl, F., Kamel, F., Fang, F. (2015). [Risk factors for amyotrophic lateral sclerosis](#). Clin Epidemiol. 7:181-93. doi: 10.2147/CLEPS37505.
- 15 Beseler, CL., Stallones, L. (2008). [A cohort study of pesticide poisoning and depression in Colorado farm residents](#). Ann Epidemiol. 18(10):768-74. doi: 10.1016/j.annepidem.2008.05.004. ; Kamel, F., Tanner, C., Umbach, D., Hoppin, J., Alavanja, M., Blair, A., Comyns, K., Goldman, S., Korell, M., Langston, J., Ross, G., Sandler, D. (2006). [Pesticide exposure and self-reported Parkinson's disease in the agricultural health study](#). Am J Epidemiol. 2007 Feb 15;165(4):364-74. doi: 10.1093/aje/kwk024.
- 16 Inserm. (2021). [Expertise collective. Pesticides et effets sur la santé. Nouvelles données](#). Éditions EDP Sciences.
- 17 Cour des comptes. (2022). [Le soutien à l'agriculture biologique](#) ; Sautereau, N., Savini, I., Savini, M-B. (2016). [Quantifier et chiffrer économiquement les externalités de l'agriculture biologique ?](#). Institut Technique de l'Agriculture Biologique (ITAB).
- 18 Site internet du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire. (2023). « [Infographie - L'agriculture biologique](#) », consulté le 03/01/2024.
- 19 Agence Bio. (2023). [1er Baromètre du moral des agricultrices et agriculteurs bio 2023](#).
- 20 Chambres d'Agriculture France. (2022). [Hausse du prix des engrais, quel impact et quelles perspectives...](#), Economie & perspectives agricoles.
- 21 Chambres d'Agriculture France. (2022). [Engrais : pourquoi les marchés s'emballent ?](#)
- 22 Site internet de l'Agence Bio, « [Les chiffres clés](#) », consulté le 02/01/2024.
- 23 Cour des comptes. (2022). [Le soutien à l'agriculture biologique](#)
- 24 Site internet de l'Agence Bio, « [Les chiffres clés](#) », consulté le 02/01/2024.
- 25 Cour des comptes. (2022). [Le soutien à l'agriculture biologique](#)
- 26 Agence Bio. (2023). [Chiffres du Bio. Panorama 2022](#).
- 27 Idem
- 28 Idem
- 29 Agence Bio. (2023). [Le marché alimentaire bio en 2022](#).
- 30 Idem
- 31 Idem
- 32 Contexte. (2023). [Interprofessions et syndicats chiffrent les pertes en bio pour 2023](#).
- 33 Bordon, E. (2023). « [35 % du lait bio aurait été déclassé en 2022](#) », WebAgri [en ligne], consulté le 03/01/2024
- 34 Cette crise s'explique également par un manque d'orientation des subventions publiques vers la production biologique. Les [analyses de l'Institute For Climate Economics \(I4CE\)](#) mettent en lumière que sur les 26 milliards d'euros de financements publics accordés au système alimentaire français en 2018, seulement 1,5 % (soit 386 millions d'euros) étaient explicitement fléchées au soutien à l'agriculture biologique.
- 35 La consommation hors domicile (CHD) recouvre un domaine plus large que la restauration hors-domicile (RHD), car elle inclut également les circuits de vente alternatifs. Cependant, nous nous concentrerons dans cette étude uniquement sur la RHD, aussi appelée restauration hors foyer (RHF) - qui est composée de la restauration collective et de la restauration commerciale - car elle représente environ 88 % du chiffre d'affaires et 93 % des achats alimentaires de la CHD (Source : FranceAgriMer, 2018).
- 36 Ce calcul a été réalisé à partir des données de : Gira Foodservice pour France AgriMer. (2018). [Panorama de la consommation alimentaire hors domicile](#) ; INSEE. (2020). [Consommation des ménages](#) ; et de l'Agence Bio.
- 37 Agence Bio. (2023). [Chiffres du Bio. Panorama 2022](#).
- 38 Agence Bio. (2023). [Chiffres du Bio. Panorama 2022](#).
- 39 Agence Bio. (2023). [Chiffres du Bio. Panorama 2022](#).
- 40 [Loi n° 2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement \(1\)](#), Legifrance [en ligne]. JORF n°0179 du 5 août 2009, mis à jour le 25 août 2021, consulté le 03/01/2024
- 41 Article 24, [Loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous \(1\)](#), Legifrance [en ligne]. JORF n°0253 du 1 novembre 2018, consulté le 03/01/2024
- 42 Article 257, [Loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets \(1\)](#), Legifrance [en ligne]. JORF n°0196 du 24 août 2021, consulté le 03/01/2024
- 43 Agence Bio. (2023). [Chiffres du Bio. Panorama 2022](#).
- 44 University of Copenhagen. (2021). « [Sweden ahead of Denmark in the public sector organic food race](#) »
- 45 Agence Bio. (2017). [La Bio dans l'Union européenne](#).
- 46 Agence Bio. (2023). [Chiffres du Bio. Panorama 2022](#).

- 47 Agence Bio. (2023). Panorama des chiffres du bio 2022 : l'Agence BIO alerte sur le besoin de relancer la demande de bio.
- 48 Agence Bio. (2022). Les chiffres 2021 du secteur bio.
- 49 Site de l'Agence Bio, « La restauration commerciale », consulté le 03/01/2024.
- 50 Agence Bio. (2023). Chiffres du Bio. Panorama 2022.
- 51 Agence Bio. (2023). Chiffres du Bio. Panorama 2022.
- 52 Obsoco. (2022). Baromètre des produits biologiques en France. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 53 Agence Bio. (2023). Chiffres du Bio. Panorama 2022.
- 54 Agence Bio. (2023). Panorama des chiffres du bio 2022 : l'Agence BIO alerte sur le besoin de relancer la demande de bio
- 55 Obsoco. (2022). Baromètre des produits biologiques en France. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 56 Obsoco. (2022). Baromètre des produits biologiques en France. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 57 Agence Bio. (2023). Chiffres du Bio. Panorama 2022.
- 58 Idem
- 59 Obsoco. (2022). Baromètre des produits biologiques en France. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 60 Idem
- 61 <https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-fruits-et-legumes-bio-les-sur-marges-de-la-grande-distribution-n45900/>
- 62 AND international. (2023). Potentiel de développement de l'utilisation de produits biologiques en restauration commerciale. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 63 Bouville, B. Molinier, M-C. (2022). Rapport n° 22071. Actualisation du rapport du Gouvernement au Parlement sur les impacts budgétaires induits par l'application des règles prévues aux articles L. 230-5-1 à L. 230-5-5 du code rural et de la pêche maritime concernant la qualité des approvisionnements en restauration collective. Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux (CGAAER).
- 64 Obsoco. (2022). Baromètre des produits biologiques en France. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 65 Idem
- 66 Idem
- 67 Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique. (2023). Section Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, « Agriculture biologique », consulté le 08/01/2024.
- 68 Site de l'Agence Bio, « Les garanties de l'agriculture biologique », consulté le 08/01/2024.
- 69 Agence Bio. (2023). Chiffres du Bio. Panorama 2022.
- 70 Cour des comptes. (2022). Le soutien à l'agriculture biologique.
- 71 Basic, WWF, Greenpeace. (2021). Etude de démarches de durabilité dans le domaine alimentaire. Rapport d'analyse transverse.
- 72 Obsoco. (2022). Baromètre des produits biologiques en France. Rapport réalisé pour l'Agence Bio.
- 73 ANSES. (2017). Étude individuelle nationale des consommations alimentaires 3 (INCA 3).
- 74 Baudry, J. et al. (2019). Improvement of diet sustainability with increased level of organic food in the diet: Findings from the BioNutriNet cohort. Am. J. Clin. Nutr. 109, 1173–1188
- 75 Brocard, C., Saujot, M., Brimont, L., Dubuisson-Quellier, S. (2022). Pratiques alimentaires durables : un autre regard sur et avec les personnes modestes, ID-DRI, à partir de Dubuisson-Quellier, S. & Gojard, S. (2016). Why are Food Practices not (More) Environmentally Friendly in France? The role of collective standards and symbolic boundaries in food practices. Environ. Policy Gov. 26, 89–100.
- 76 Cour des comptes. (2022). Le soutien à l'agriculture biologique
- 77 *ibid.*
- 78 Chanel, S. (2022). Lidl confie son budget publicitaire à Marcel, Stratégies.
- 79 Brocard, C., Saujot, M. (2023). Environnement, inégalités, santé: quelle stratégie pour les politiques alimentaires françaises ?
- 80 La méthodologie de cette étude présente plusieurs limites. Tout d'abord, ces estimations reposent sur la mise en correspondance de données en valeur (et non en volume) avec les surfaces agricoles. En effet, faute de données suffisantes, cette estimation des différents volumes de produits biologiques vendus dans les différents secteurs n'a pas pu être réalisée. Par ailleurs, il convient de souligner que dans cette étude la balance commerciale n'est pas prise en compte : on estime que l'ensemble des achats supplémentaires de produits biologiques sont d'origine France. Enfin, ces estimations reposent sur l'hypothèse d'un régime constant pour simplifier les analyses. Cependant, à horizon 2030, on estime qu'il faudrait au moins réduire de 20% la consommation de produits animaux.
- 81 Ces calculs sont réalisés à partir des données de : Gira Foodservice pour France AgriMer. (2018). Panorama de la consommation alimentaire hors domicile ; INSEE. (2020). Consommation des ménages et des chiffres de l'Agence Bio.
- 82 ANSES. (2017). Étude individuelle nationale des consommations alimentaires 3 (INCA 3).
- 83 Lucas, P-J., Patterson, E., Sacks, G., Billich, N., Evans, CEL. (2017). Preschool and School Meal Policies: An Overview of What We Know about Regulation, Implementation, and Impact on Diet in the UK, Sweden, and Australia. 11;9(7):736. doi: 10.3390/nu9070736.
- 84 Pernin, J-L. (2014). Le bio à la cantine. Impact sur les attitudes et comportements des parents d'élèves. Économie rurale [En ligne], 339-340, mis en ligne le 20 janvier 2016, consulté le 10 janvier 2024.
- 85 Selon le Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, dans son rapport pour le Parlement « Bilan statistique annuel de l'application des objectifs d'approvisionnement fixés à la restauration collective » (avril 2023), les secteurs de la santé et du médico social restent les secteurs les plus en retard sur l'atteinte des taux EGAlim, respectivement 4 et 3 % pour le bio et 15 et 10 % pour EGAlim, alors qu'ils représentent près d'un tiers des achats totaux de l'échantillon (constitué à partir des télédéclarants sur le site « ma cantine »).
- 86 Le titre-restaurant (TR) est un titre de paiement accordé au salarié pour payer son repas, s'il n'a pas de cantine ou restaurant d'entreprise. La bonification durable du TR permettrait la mise en place de récompenses financières (entre 5 et 20 % du prix du repas) aux salariés l'utilisant dans des restaurants commerciaux proposant une offre alimentaire durable (au moins 20 % de produits biologiques dans leurs approvisionnements, offre de plats végétariens, lutte contre le gaspillage alimentaire, produits locaux, etc.).
- 87 « Produits durables » au sens des critères d'EGAlim.
- 88 Exemples de formations initiales concernées : certificat d'aptitude professionnelle (CAP) cuisine, CAP commercialisation et services en hôtel-café-restaurant, brevet professionnel (BP) arts de la cuisine et BP arts du service et de la commercialisation en restauration, baccalauréat professionnel spécialité « cuisine » ou encore le baccalauréat professionnel spécialité « commercialisation et services en restauration ».
- 89 La mise en place d'une sélection de produits alimentaires biologiques à prix réduit devra être réalisée grâce à un effort fourni par les acteurs de l'aval (en particulier par la grande distribution et les entreprises multinationales de l'agroalimentaire), mais ne devra pas impacter la rémunération des agriculteurs.
- 90 « Produits durables » au sens des critères d'EGAlim.



FONDATION
POUR LA NATURE
ET L'HOMME

Dépasser les clivages, inspirer les courages

Reconnue d'utilité publique, apaisane et non-confessionnelle, la Fondation pour la Nature et l'Homme œuvre depuis 1990 pour que les solutions écologiques deviennent la norme de nos vies, sans laisser personne de côté. En plaçant l'humain au cœur de ses actions, elle lève les blocages économiques, politiques, psychologiques et sociaux qui entravent cet horizon, seul choix d'avenir.

Pour y parvenir, la Fondation démontre qu'agir pour le climat et la biodiversité est dans l'intérêt de tous. Avec son conseil scientifique et ses partenaires, elle propose à celles et ceux qui ont le pouvoir d'agir, des décideurs politiques aux acteurs économiques en passant par les citoyens, des solutions qui concilient les impératifs de la planète et les besoins humains. L'exigence dans l'action, la co-construction, la solidarité et le dialogue avec tous sont les fondamentaux de sa méthode.

www.fnh.org