

L'agriculture bio est-elle en crise de croissance ?

Si les signaux d'alerte se multiplient, certains n'hésitent pas même à crier que c'en est fini, qu'en est-il vraiment ? Pour connaître l'avenir de la bio, pas besoin de sortir une boule de cristal... mais voici quelques éléments d'analyse de la situation. En 2020, crise du Covid aidant, la consommation de produits biologiques a connu une année record avec des croissances de 10,4 % en moyenne, pouvant aller jusqu'à plus de 20 % pour certaines denrées. En effet, face à des rayons de produits conventionnels vides, les consommateurs ont eu tendance à se reporter sur ce qu'il restait, notamment les produits bios qu'ils n'achetaient pas forcément avant. De plus, comme toujours lors d'une crise sanitaire, la consommation se reporte sur des produits sains. À cela s'est ajouté l'effet confinement : pas de vacances, pas de resto... Alors on se fait plaisir à la maison et on cuisine de bons petits plats. Donc non, le repère n'est pas l'année 2020 mais bien l'année 2019. Et là, biens sûr, les chiffres sont moins alarmants même s'il faut rester en alerte.

Autre paramètre à considérer, la bio ne marque pas le même recul selon les circuits de distribution. L'érosion des ventes est surtout marquée en GMS qui en 2018 ont connu une croissance en valeurs de 23 %, de 18 % en 2019, de 11,9 % en 2020 et de - 3,1 % en 2021. Or, les GMS sont approvisionnées principalement par les grands groupes qui freinent les conversions autant que possible, déclassent des volumes comme Lactalis ou paient bien moins le lait bio pour Sodial avec des demandes de réduire la collecte auprès des producteurs. En poules pondeuses, les poulaillers sont déconvertis pour passer sous l'étiquette plein air et ainsi réduire les coûts de production avec des aliments conventionnels qui, du coup, ne sont plus produits en bio. La vente en magasin spécialisé marque également le pas avec parfois des pertes de chiffres d'affaires conséquentes. Mais l'augmentation du nombre de magasin bio ces dernières années a été tellement importante que l'on connaît un effet boomerang. De leur côté, les producteurs bios en vente directe ont souvent vu leurs ventes augmenter pendant le Covid et revenir, ensuite, au niveau antérieur.

Pas tous dans le même panier

Vous l'aurez compris, tous les produits ne sont pas en baisse de la même façon. Les productions les plus touchées sont le lait, les œufs, le porc ainsi que les légumes. Ces denrées bios majeures servent de produits d'appel aux grandes surfaces qui se fournissent auprès des grands groupes. Entre 2020 et 2021, la baisse en GMS est spectaculaire pour la farine (- 18 %), le beurre (- 12 %), les œufs (- 6 %). En effet, l'effet Covid n'a pas perduré dans les ménages. Les ventes de légumes ont reculé de 11 % sur un an, mais avec des prix qui ont augmenté pour le consommateur de 9 %



// Photo DR

Alors que la consommation de produits bios est en recul et que certaines filières déclassent leurs produits, quelle est la destinée de ce mode d'agriculture ?

entre septembre 2019 et septembre 2021, soit des tarifs d'environ 50 % plus chers que leurs équivalents conventionnels. À cela s'ajoute un contexte d'inquiétude sur le pouvoir d'achat qui a diminué ces derniers mois. Une baisse estimée à 2 % de plus que la réalité par les consommateurs. Il y a eu un précédent en Grande Bretagne après la crise financière 2008-2009 : après maintes études, il s'avère qu'une poignée de décideurs dans la grande distribution outre-Manche avaient cru bien faire en anticipant une baisse de la consommation qu'ils jugeaient probable en vue de la crise. Ils ont donc déréférencé un grand nombre de produits bio. Dans un marché très peu contractualisé, les fournisseurs se sont, alors, retrouvés sur la paille et l'effet sur les filières fut dévastateur. Les Britanniques ne trouvant plus de bio en GMS, ils n'en achetaient plus, réalisant ainsi la prophétie des décideurs... Aujourd'hui en France, la bio marque le pas notamment sur l'innovation des produits qui rendait l'offre attractive. L'identité bio est également brouillée avec les

labels dits de troisième voie (Zéro-pesticides, HVE, C'est Qui le patron, etc.), bien moins complets et équilibrés que la bio. Ils vont cependant satisfaire une partie des consommateurs modestes ou peu avertis en GMS, mais (et c'est nouveau) désireux de manger plus sain à moindre coût. S'aligner sur leurs prix inférieurs d'au moins 20 % ne sera pas tenable par les producteurs d'autant plus que la bio répond à beaucoup plus d'enjeux. À noter qu'une bonne partie des Français vit toujours très bien sans souci financier majeur, et, souvent, avec des exigences sociales et qualitatives importantes auxquelles justement la bio sait répondre.

Commerce équitable

Le secteur bio a donc tout intérêt à maintenir et même renforcer sans complexes ses exigences, quel que soit le circuit (GMS, magasins bios) et à communiquer sur ses multiples atouts. Mais la bio doit rester accessible à tous. Pour aider les budgets les plus modestes à garder une alimentation qualitative, un certain nombre d'interprofessions bios militent pour l'instauration d'un chèque fruit et légume, d'une baisse de la TVA à 5,5 % sur les produits bios... De son côté, l'Agence bio va prochainement lancer une campagne pour encourager la consommation des produits bio en repartant sur les fondamentaux. L'éducation des consommateurs à bien consommer fera, également, partie des pistes de réflexion à suivre en facilitant la lecture des labels,

notamment de la bio, par rapport à ceux de la troisième voie.

La bio ne faisant pas de miracle, elle ne résiste pas mieux au modèle agricole, grands groupes et GMS que les filières conventionnelles. À noter que l'Interprofession bio de Nouvelle-Aquitaine développe une marque Bio Sud-Ouest Équitable qui vise à garantir un niveau de rémunération aux producteurs. Elle s'inspire des démarches de commerce équitable Nord-Sud mais en appliquant le principe entre des entreprises et des producteurs du Sud-Ouest. Un accord sur les prix doit alors être trouvé entre les deux parties. Cette initiative représente peut-être une lueur d'espoir pour les filières longues, car tout le monde n'est pas fait pour la vente directe.

Cette période constitue peut-être un rappel de la bio à ses valeurs historiques visant un système le plus autonome possible. La bio reste une valeur sûre de par ses fondements, c'est-à-dire un mode de production durable, respectueux des êtres vivants et de leur environnement tant en production, comme l'impose le cahier des charges, que dans la valorisation des produits comme nous le rappelle la crise actuelle. Une conversion doit être envisagée en s'y référant et être abordée avec humilité en prenant en compte ce nouveau contexte de marché. La chambre d'agriculture reste à vos côtés pour vous y aider.



Ludivine Mignot, conseillère bio
Chambre d'agriculture
des Pyrénées-Atlantiques