

PANORAMA



France : le secteur bio est-il condamné à renier ses principes ?

L'industrie agroalimentaire fait face à de nombreux défis en Europe¹, dont celui, central, de la répartition de la valeur créée. Pour y répondre et réfléchir à la nécessité de garantir une alimentation saine, sûre et durable, le gouvernement français a organisé du 20 juillet au 30 novembre 2017 les États généraux de l'alimentation. Le développement du secteur de la production agricole d'origine biologique semble être l'une des pistes privilégiées, tant le marché est en pleine expansion en France et dans le monde. La France est ainsi le troisième marché mondial du bio (5,9 milliards d'euros en 2015, soit 7 % du marché total ; Coface estime qu'il atteindra environ 8 milliards en 2017), derrière les États-Unis (40 milliards en 2015, soit plus de 40 % du total) et l'Allemagne (11 %) et juste devant la Chine, le Canada et les autres principales économies européennes.

Mais l'offre française semble peiner à répondre à cette demande dynamique, 29 % des biens étant importés. Ce déséquilibre peut laisser penser que trop peu d'entreprises en France se sont converties au bio. Pourtant, nous mettons en exergue dans cette étude la solidité des entreprises des filières plus tournées vers le bio que les autres. En effet, d'après notre modèle, une augmentation de 10 % de la part du bio dans la production totale d'une filière est associée à une baisse de 11 % des défaillances d'entreprises dudit secteur.

Dans ce contexte, l'augmentation des rendements, via l'innovation et/ou l'extension des surfaces cultivées en bio, est une question clé. Tout comme celle de la distribution issue des magasins spécialisés historiques, qui, face à une concurrence accrue, devra faire évoluer ses modes d'organisation. Le marché des produits bios étant un formidable gisement de croissance, les acteurs de la grande distribution ne se contentent plus d'une stratégie de simples lancements de marque propre de produits bios, mais ouvrent des magasins 100 % bio, en réponse aux gains de part de marché des distributeurs spécialisés depuis le début de la décennie. A ces enjeux s'ajoute la question du financement ou non de la filière par le marché, avec notamment l'avenir de l'aide au maintien de la production biologique. Au final, l'essor de la consommation de produits bios entraînera nécessairement une mutation de la filière, qui sera tantôt interprétée comme une adaptation, tantôt comme un renoncement à ses principes originels.

^{1/} Coface publie trimestriellement un baromètre risque pays et sectoriel sur l'évaluation dans le monde du risque de 160 pays monde et de 13 secteurs économiques (dont le secteur agroalimentaire en France qui est évalué comme un risque moyen, selon notre échelle de note).

2
LES ENTREPRISES PEINENT À SUIVRE LE RYTHME DES CONSOMMATEURS

7
LES QUATRE FACTEURS CLÉS DE LA MUTATION DU BIO



**BRUNO DE MOURA
FERNANDES**
Économiste



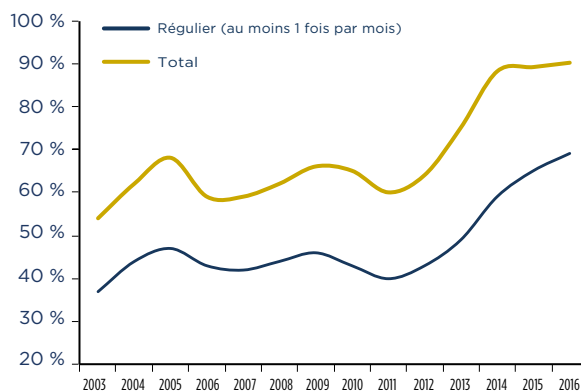
SARAH N'SONDE
Responsable des analyses
sectorielles

1 LES ENTREPRISES PEINENT À SUIVRE LE RYTHME DES CONSOMMATEURS

Un marché en plein essor

Les produits alimentaires d'origine bio se sont progressivement installés dans le panier de consommation des ménages, si bien que neuf Français sur dix en ont consommé en 2016³, contre un peu plus de la moitié en 2003⁴ (voir graphique 1). Toutefois, cette progression au cours des dix dernières années n'a pas été linéaire : la proportion de ménages consommant des produits biologiques était similaire en 2004 et en 2012 (un peu plus de 60 %).

Graphique 1 :
Évolution de la proportion de consommateurs
de produits biologiques



Source : Baromètres Agence Bio/CSA Research

ENCADRÉ 1

Que recouvre exactement le bio ?

Les produits issus de l'agriculture biologique sont certifiés légalement par le label Bio Europe, qui est obligatoire depuis le 1^{er} juillet 2010, selon le cahier des charges défini par le règlement européen (CE n° 834/2007). Bien que le label français AB, créé en 1985, se soit aligné sur ce règlement européen, et qu'il soit donc devenu facultatif, certains produits affichent, malgré tout, les deux labels afin de rassurer le consommateur. Selon le baromètre Agence Bio/CSA Research de janvier 2017, 97% des interrogés connaissent le logo AB, et seulement 48% d'entre eux le logo européen. Cette part est toutefois en forte progression puisque, d'après les éditions précédentes des baromètres Agence Bio/CSA Research, seulement 13% des Français connaissaient le logo européen en 2010 et 37% en 2015. Le cahier des charges européen garantit :

- des produits 100 % biologiques ou, dans le cas des produits transformés, comportant au moins 95 % d'ingrédients biologiques, si la part restante n'est pas disponible en bio et est expressément autorisée ;
- une culture sans produits chimiques de synthèse (engrais, pesticides, traitements après récoltes) ou sans OGM ;

- dans l'élevage, une alimentation sans pesticides chimiques et sans traces d'OGM (au-delà des 0,9 % admis en cas de contamination fortuite), un recours limité aux médicaments et aux traitements vétérinaires ainsi qu'un espace minimal et un accès au plein air pour les animaux ;
- en cas d'exploitation mixte, la séparation dans le temps et l'espace des productions biologiques et conventionnelles, afin d'éviter les contaminations.

Toutefois, pour une partie des militants de l'agriculture biologique, les principes du bio dépassent le cadre légal en vigueur. Ainsi, ce type d'agriculture peut également être associé à des principes écologiques, éthiques et sociaux tels que la priorisation de l'économie locale, les circuits courts, sans intermédiaires, la limitation de la taille et de la densité des élevages, la répartition équitable des revenus entre les acteurs, ou encore le bien-être des salariés.



Aussi cette fulgurante progression s'est-elle opérée entre 2012 et 2014, période pendant laquelle un quart des Français a commencé à consommer des produits alimentaires bios. Si la proportion des ménages consommant des produits issus de l'agriculture biologique n'a progressé que marginalement depuis, les Français ont nettement accru la fréquence de leurs achats. La majorité des ménages consomme désormais régulièrement de tels produits : 69% d'entre eux au moins une fois par mois en 2016, contre 59% en 2014 et 44% en 2012 (voir graphique 2). Le nombre de consommateurs quotidiens de produits bios progresse très fortement en 2016, preuve de l'approfondissement du phénomène.

L'intérêt croissant des ménages a fait fortement progresser le marché des produits bios au cours des dernières années (voir graphique 3). Après un relatif ralentissement, le chiffre d'affaires du secteur a enregistré, à partir de 2014, une croissance annuelle à deux chiffres et dépassé les sept milliards d'euros en 2016⁵. Cette tendance s'est confirmée au premier semestre 2017, avec une augmentation de 14% par rapport au premier semestre 2016, soit 500 millions d'euros de chiffre d'affaires supplémentaire. Si cette tendance se maintenait sur l'ensemble de l'année, le

3/ Résultats de l'enquête Baromètre consommation Agence BIO / CSA Research, janvier 2017.

4/ 54% des Français avaient consommé un produit d'origine biologique en 2003 selon la 1^{re} édition du Baromètre Agence BIO / CSA Research.

5/ Restauration collective (229 M€) et restauration commerciale (182 M€) comprises. La seule consommation à domicile par les ménages s'est élevée à 6,7 Md€ en 2016.

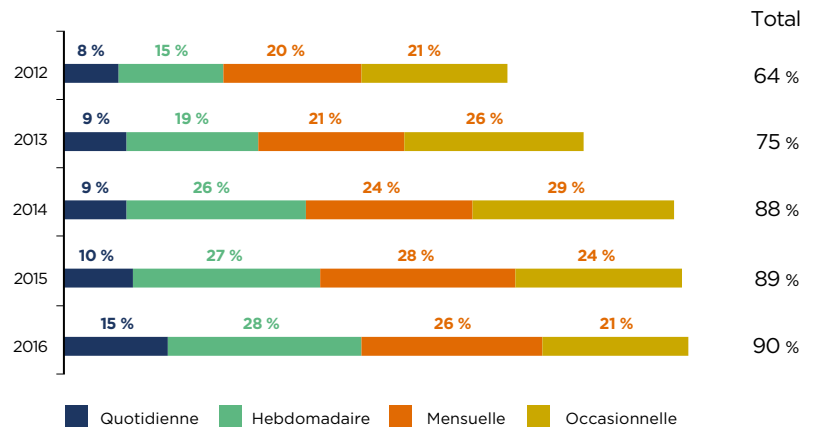
marché des produits bios dépasserait la barre des huit milliards d'euros. Bien que représentant encore un poids relativement modeste dans le marché alimentaire total, la consommation d'origine bio a donc vu sa part de marché progresser entre 2013 et 2016 (de 2,3 % à 3,5 %).

Cet essor du marché des produits d'origine biologique s'inscrit dans une tendance plus générale de volonté de consommation responsable de la part des ménages. Ceux-ci, davantage sensibilisés aux problématiques de santé publique et environnementales, sont de plus en plus exigeants quant à la qualité et à la traçabilité de l'origine des produits consommés. Selon la dernière enquête d'opinion publiée en janvier 2017⁶, l'intérêt croissant pour les produits bios répond à quatre motivations principales⁷ qui sont, par ordre d'importance, la préservation de la santé ; puis celle de l'environnement ; de la qualité et le goût des produits, et enfin la sécurité qu'apporte la certification du produit. Autant de motivations qui concernent un nombre croissant de Français, consommateurs réguliers ou non de produits bios, et qui semblent de plus en plus ancrées dans les choix de consommation. Toujours selon cette enquête, 96 % des consommateurs de produits bios ont l'intention de maintenir ou d'accroître leurs achats. Le dynamisme de la demande de tels produits devrait *a priori* se poursuivre dans les prochaines années. Comment dans ces conditions l'évolution de l'offre dans la filière, notamment française, peut-elle répondre à cette demande ?

Une offre qui peine à répondre à cette demande dynamique

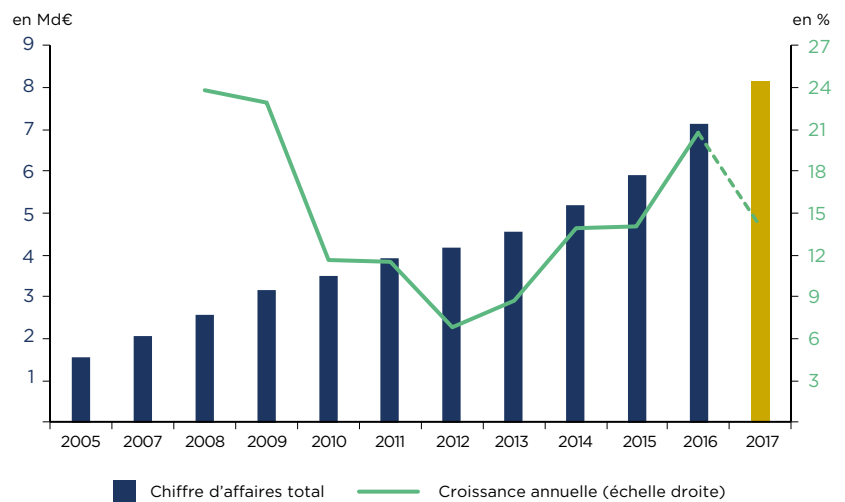
La production agricole d'origine biologique a évolué de façon particulièrement cyclique au cours des dix dernières années, alternant les périodes de stagnation et de croissance forte, si l'on s'en tient aux surfaces consacrées à ce type d'agriculture. Tandis que l'importance de la filière était restée relativement marginale jusqu'alors, les conversions⁸ vers le bio ont fortement progressé entre 2009 et 2011 (voir graphique 4), grâce notamment à la mise

Graphique 2 :
Évolution de la fréquence de consommation de produits biologiques



Source : Baromètres Agence Bio/CSA Research

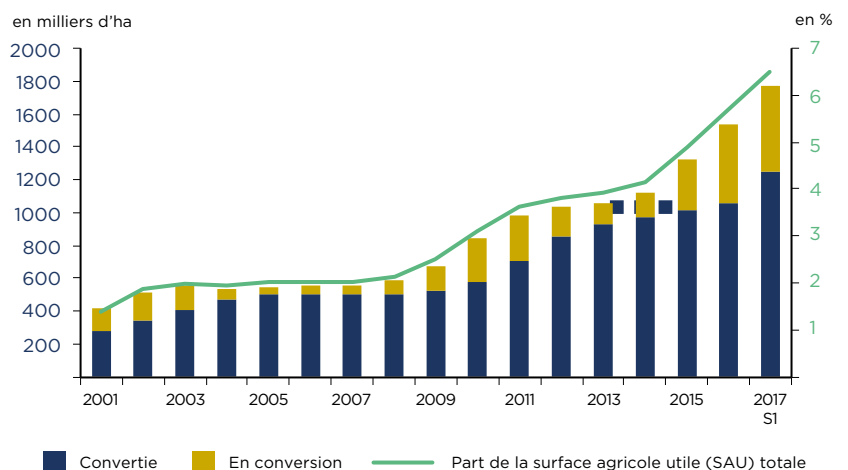
Graphique 3 :
Évolution du marché des produits bios



Sources : AgenceBio, estimation Coface d'après résultats du S1 2017



Graphique 4 :
Évolution des surfaces engagées en agriculture biologique



Source: AgenceBio

6/ Résultats de l'enquête Baromètre consommation Agence BIO / CSA Research, janvier 2017.

7/ Ces quatre motivations ont été citées par plus de la moitié des ménages interrogés, allant jusqu'à 66 % pour celle concernant la préservation de la santé. Les motivations éthiques et/ou sociales et de bien-être des animaux (en forte progression depuis 2014) viennent ensuite avec environ 30 % des interrogés.

8/ Le passage de l'exploitation en agriculture conventionnelle à l'agriculture biologique nécessite une phase de « conversion », au cours de laquelle le producteur met en œuvre un mode production conforme aux règles de la production biologique sans, toutefois, pouvoir commercialiser ses produits sous le label bio. Cette transition, appelée « durée de conversion », varie selon la production agricole concernée. Pour les productions végétales, elle est de deux ans pour les cultures annuelles et les prairies et de trois ans pour les cultures pérennes, comme les vignes ou les vergers. En ce qui concerne les productions animales, elle peut aller de six semaines, pour les poules pondeuses, à un an, pour les bovins. Par conséquent, il convient de distinguer les surfaces « en conversion » de celles « entièrement converties », les premières ne pouvant répondre à la demande de produits bios dans l'immédiat.

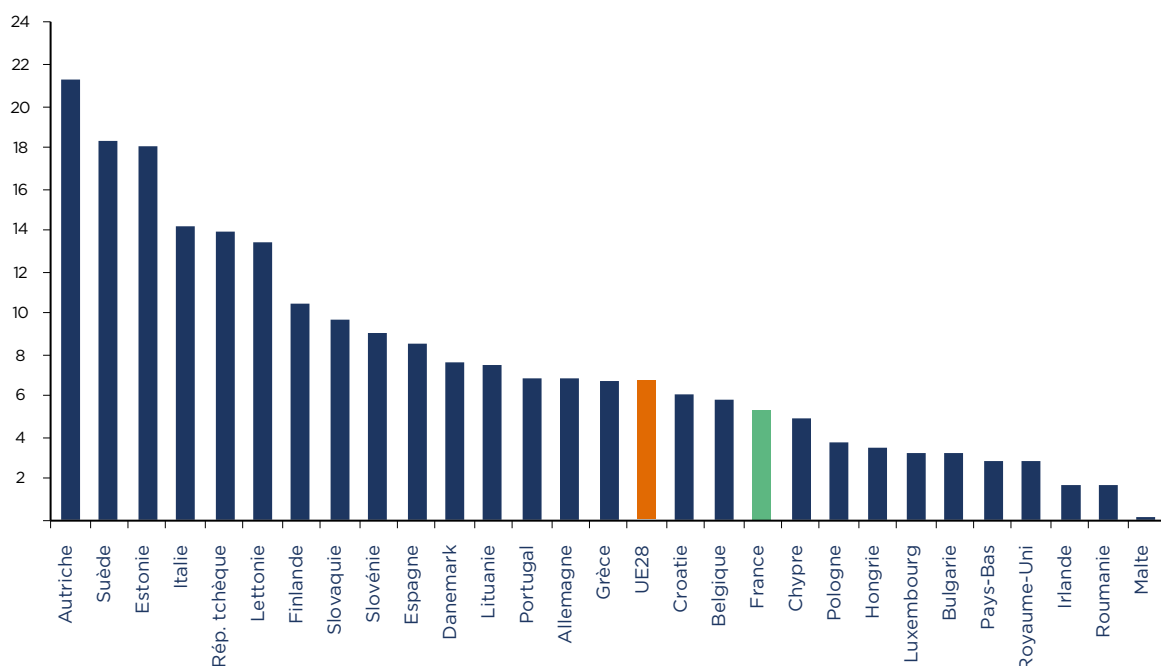


en œuvre des engagements pris lors du « Grenelle de l'environnement »⁹ et à la hausse du soutien des autorités publiques. L'essor de la filière a alors reposé sur un ensemble de mesures et d'aides mises en place par les pouvoirs publics entre 2007 et 2013 dans le cadre des Programmes de développement rural avec le cofinancement européen : aides à la conversion et au maintien, crédits d'impôts (mis en place en 2006, puis doublé en 2009), et fonds de structuration des filières. Les conversions ont ensuite stagné entre 2011 et 2014, avant de progresser vivement à partir de 2015, pour dépasser les 500 000 hectares au premier semestre 2017. Par conséquent, si la part des surfaces cultivées selon le mode de production bio reste relativement faible, elle a augmenté au cours des dernières années, atteignant 6,5 % de la surface agricole utile totale

(SAU) au premier semestre 2017. Cette part reste toutefois inférieure à la moyenne de l'Union européenne en 2016, loin derrière les pays baltes, les pays scandinaves ou l'Autriche (voir graphique 5).

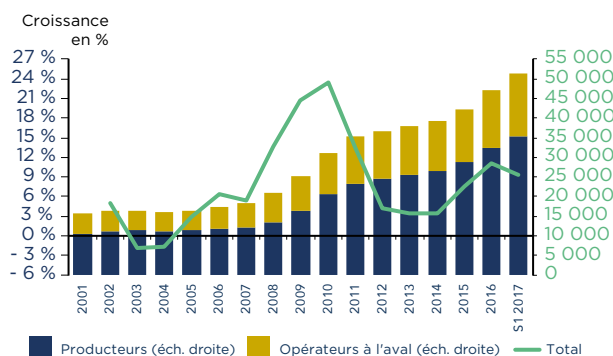
Sans surprise, le nombre d'opérateurs dans la filière bio a suivi la même tendance que celle de la phase de conversion, avec une forte progression du nombre de producteurs, mais également d'opérateurs de l'aval - transformateurs, distributeurs, importateurs et exportateurs - entre 2009 et 2011, suivie d'un relatif creux puis d'un rebond depuis 2015 (voir graphique 6). Par conséquent, si l'offre a crû plus vite que la demande en 2011 et 2012, grâce à la vague de conversions initiées entre 2009 et 2011, sa croissance a par la suite été nettement moins dynamique (voir graphique 7). Selon l'Agence Bio,

Graphique 5 :
Part des surfaces engagées en bio en 2016 (en % de la SAU totale)



Source : Eurostat

Graphique 6 :
Évolution du nombre d'entreprises de la filière bio

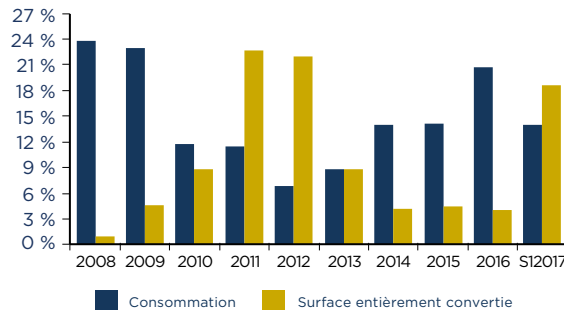


Source : AgenceBio

⁹ Le « Grenelle de l'environnement », qui réunissait des représentants de l'État, des ONG investies dans les questions environnementales, les partenaires sociaux et les collectivités locales, s'est tenu du 6 juillet au 25 octobre 2007. Suite à cet événement, les lois de mise en œuvre Grenelle 1 et 2 ont été adoptées respectivement en 2009 et 2010.

la consommation de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique aurait même été limitée par le manque d'approvisionnement au premier semestre 2017, notamment dans le segment du lait, du saumon ou de certains fruits et légumes. Si le rythme des nouvelles conversions lancées entre 2014 et 2016 devrait permettre d'augmenter l'offre dans les prochaines années, la dynamique de la consommation est telle que la filière devra sans doute muter pour accroître ses rendements et son échelle de production. Sinon, elle sera contrainte de recourir encore plus aux produits importés, comme ce fut le cas pour la première fois depuis sept ans en 2016.

Graphique 7 :
Croissance de l'offre et de la demande de produits bios



Source : AgenceBio

Une part croissante de produits importés bios en France depuis 2016

Les importations de produits bios sont généralement séparées en trois catégories :

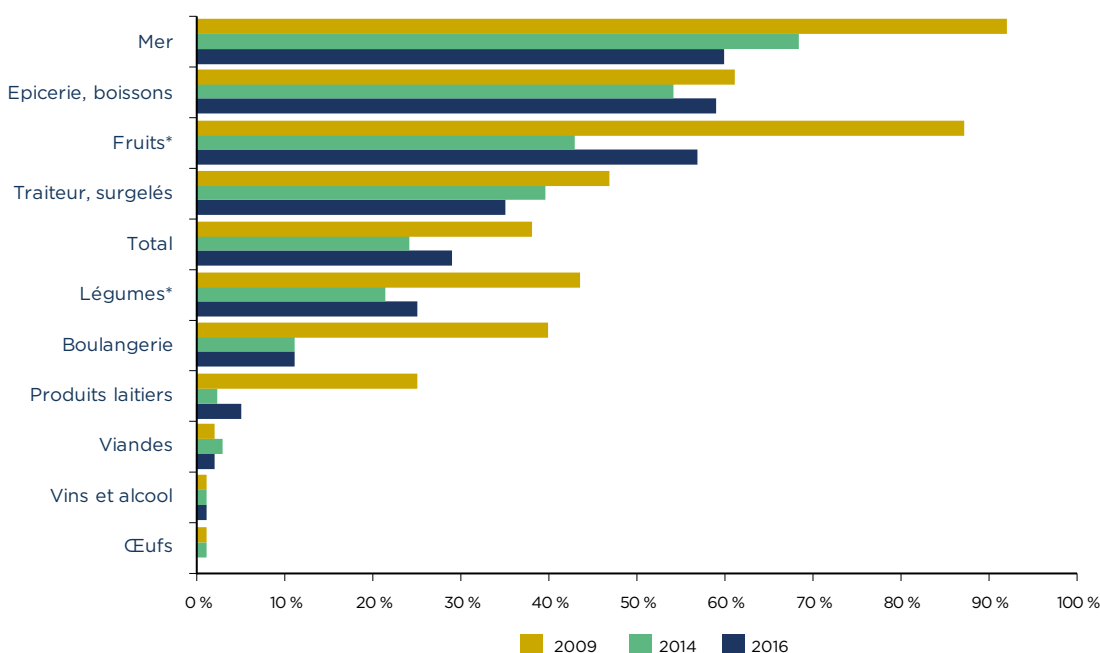
- les produits exotiques provenant de régions tropicales ou équatoriales comme le café, le thé, le cacao, l'ananas, ou le sucre ;
- les produits comme les olives ou certains agrumes, provenant essentiellement des pays méditerranéens disposant d'un avantage climatique ;
- les biens produits en France mais en quantité insuffisante, comme les céréales, les produits laitiers, la viande ou les fruits et légumes tempérés.

Si les importations de produits exotiques ou peu disponibles en France sont inévitables pour des raisons climatiques, les importations de produits,

cultivables en France, sont la conséquence d'une demande supérieure à l'offre locale disponible.

La part d'importations des produits bios consommés s'est logiquement réduite, entre 2009 et 2012, de 38 % à 25 %, suite à la progression de l'offre évoquée précédemment. Les segments des fruits et légumes, des produits laitiers et de la boulangerie (céréales) ont ainsi vu leur part de produits importés chuter de 20 à 30 points sur la période (voir graphique 8). Si le segment des fruits et légumes est, en partie, constitué de produits exotiques, les produits laitiers et les céréales font partie des cultures répandues en France. Par ailleurs, si l'on considère que les préférences des consommateurs sont restées constantes et que donc le pourcentage

Graphique 8 :
Évolution de la part importée selon les produits



Sources : AgenceBio, estimation Coface
*estimation Coface pour 2009, à partir de la donnée « fruits et légumes » non disponible séparément



de produits exotiques est resté stable, cette baisse de la part des fruits et légumes importés s'explique alors par une augmentation de l'offre de fruits et légumes produits en France.

Toutefois, après être restée stable à un niveau proche de 25 % au cours des quatre années suivantes, la part des biens importés a progressé en 2016, pour la première fois depuis 2009, pour s'établir à 29 %. Celle des fruits et légumes importés s'est donc accrue, à cause de la progression moins rapide de l'offre locale par rapport à la demande au cours des années précédentes. Les importations de produits en théorie disponibles en France - donc hors produits exotiques - ont représenté 57 % du total des flux entrants, soit 19 % de la consommation totale.

Si la légère hausse de la part des produits laitiers importés en 2015 et 2016 s'explique largement par la crise traversée par le secteur laitier français au

cours de cette période, un important rebond de la production est attendu au cours des prochaines années, après la vague de conversions lancées fin 2015. En parallèle, l'Agence Bio soulignait dans son rapport semestriel de septembre 2017 la nécessité d'accroître les engagements et la production sur certains segments non exotiques, comme les grandes cultures, les légumes et la viande afin de « répondre à la demande et au changement d'échelle de la bio ».

Par conséquent, si 85 % des ménages sont intéressés par l'achat de produits bios produits locaux, la croissance particulièrement dynamique du secteur représente un défi en termes d'approvisionnement local et des circuits courts, valeurs inhérentes à la production d'origine biologique.

ENCADRÉ 2 :

Entretien avec Florent GUHL, directeur de l'Agence Bio

Le marché des produits issus de l'agriculture biologique est actuellement particulièrement dynamique. La production française répond-elle à cette demande croissante des consommateurs ?

L'offre de produits agricoles biologiques a ponctuellement été supérieure à la demande, lors de la mise en place de politiques publiques d'incitation, notamment entre 2009 et 2011 dans le cadre du « Grenelle de l'Environnement ». Toutefois, depuis 2014 le marché des produits bios connaît une croissance annuelle à deux chiffres (22 % en 2016) et progresse de façon plus rapide que l'offre. Cette tendance s'est poursuivie au cours des six premiers mois de l'année 2017, avec une augmentation de la consommation de produits bio de 14 %. Pour la première fois, la croissance de la consommation a pourtant été limitée sur certains segments par le manque d'offre.

Dans ce contexte de marché en pleine expansion, l'augmentation des rendements et des volumes produits semble donc indispensable. Comment faire ?

Nous incitons fortement les exploitations bios à grandir, pour des raisons de rendements et de qualité des produits, ceux-ci étant meilleurs si les surfaces les entourant sont également cultivées

de façon biologique. S'il est important que ces exploitations restent à taille humaine, les agrandir est nécessaire. De plus, le recours à la technologie (capteurs, automatisation) divise la communauté bio, mais est extrêmement intéressant pour compenser l'absence de chimie de synthèse, tout en garantissant des rendements suffisants.

De nombreuses voix se sont élevées parmi les producteurs bios contre la suppression de l'aide au maintien des exploitations, craignant que cela limite encore un peu plus l'offre locale et oblige à davantage d'importations afin de satisfaire la demande croissante. Que pensez-vous ?

Cette mesure suscite effectivement des craintes au cœur de la filière, dans la mesure où elle ne semble pas encore assez mature pour passer d'un financement par aides publiques à une régulation par le marché. Si l'agriculture biologique a un formidable potentiel, elle représente encore moins de 4 % du marché alimentaire français et reste donc vulnérable à un retournement de conjoncture. Les risques de la régulation par le marché sont multiples : conversions opportunistes qui ne seraient pas pérennes, forte hausse des prix ou encore recours accru aux produits importés.

2 LES QUATRE FACTEURS CLÉS DE LA MUTATION DU BIO

L'essor de la consommation de produits bios entraînera nécessairement un changement de dimension de la filière. Les contours de cette mutation dépendront largement de quatre facteurs clés : la capacité de la filière à innover, l'accroissement des rendements d'échelle des producteurs, l'évolution de la structure des acteurs de la distribution et celle du financement de la filière entre pérennité des aides publiques ou rémunération par le marché.

Innover pour accroître les rendements tout en respectant les normes environnementales

En raison de l'absence de produits chimiques de synthèse et de l'élevage en plein air, les rendements des surfaces cultivées selon le mode de production biologique sont généralement inférieurs à ceux des surfaces cultivées de façon conventionnelle. Selon les études menées à ce sujet, la différence est en moyenne de 19 % à 25 %^{10,11}, avec un écart pouvant dépasser 30 % pour certaines cultures comme celle des céréales¹². Les surfaces cultivées selon le mode de production biologique sont, en général, plus vulnérables, notamment en raison de l'absence d'OGM ou de pesticides chimiques de synthèse permettant de réduire les aléas - comme l'apparition de certaines maladies - et *in fine* d'accroître les rendements.

Par conséquent, s'il est souhaitable pour tous les secteurs, le recours à l'innovation s'avère l'être d'autant plus pour la filière bio, afin de compenser ces vulnérabilités en allant davantage vers une agriculture de précision, pour suivre les cultures régulièrement et en détail.

Ainsi, l'utilisation de capteurs est une aide à la décision extrêmement précieuse pour le pilotage de la production. Citons comme exemple les capteurs de suivi des risques de maladies et de ravageurs qui permettent d'anticiper et de gagner un temps précieux, parfois décisif pour sauver certaines récoltes¹³, ou encore les outils de gestion de l'irrigation, comme les capteurs de suivi d'humidité. Dans une stratégie d'optimisation de l'utilisation des ressources, la mesure du stress hydrique et le calcul des besoins en eau représentent une formidable avancée. Les stations météorologiques connectées permettent également d'anticiper et d'adapter l'irrigation et, plus largement, de déterminer le moment optimal pour traiter, ramasser

ou vendanger les récoltes. Les détecteurs de vèlage, alertant lorsque la vache met bas, ou les détecteurs de niveau, pour les céréales, les grains, les poudres ou les aliments pour animaux, pour silos peuvent aussi améliorer le confort de travail et gagner en efficacité.

Du côté des distributeurs, la technologie peut simplifier la logistique, à l'instar de l'initiative de l'entreprise « La Ruche qui dit Oui », qui favorise les circuits courts, en se passant de l'essentiel des intermédiaires pour rapprocher les consommateurs et les producteurs agricoles. Ainsi, les consommateurs commandent parmi une liste de produits disponibles en ligne, proposés par les producteurs partenaires de la Ruche la plus proche, puis se rendent sur le lieu de distribution à la date et à l'heure fixée pour récupérer leurs achats. Les consommateurs consomment ainsi des produits locaux issus de circuits courts (biologiques ou non), puisque la Ruche s'engage à ne proposer que des produits cultivés ou transformés à moins de 250 km.

S'il existe de nombreuses initiatives locales similaires, sous l'impulsion d'associations, « la Ruche qui dit Oui » se distingue par sa dimension nationale et même désormais européenne. Six ans après l'ouverture de la première ruche, cette start-up en compte désormais plus de 1 500, une majorité (plus de la moitié) en France ; le reste en Italie, en Belgique, en Allemagne, en Espagne, en Suisse, au Danemark et aux Pays-Bas. Le recours à la technologie est une condition *sine qua non* à un changement d'échelle de cette ampleur, afin de réduire les coûts logistiques.



S'il est souhaitable pour tous les secteurs, le recours à l'innovation s'avère l'être d'autant plus pour la filière bio, afin de compenser ces vulnérabilités en allant davantage vers une agriculture de précision.



10/ « The crop yield gap between organic and conventional agriculture », T. de Ponti, B. Rijk, M. K. van Ittersum, avril 2012.

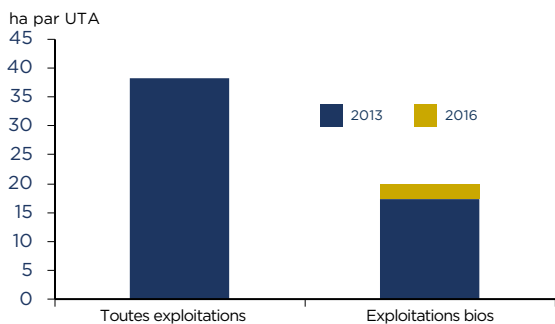
11/ « Can organic crops compete with industrial agriculture? », C. Kremen, décembre 2014.

12/ « Comparing the yields of organic and conventional agriculture », V. Seufert, N. Ramankutty, J. A. Foley, avril 2012.

13/ Par exemple, dans le domaine de la viticulture, un capteur innovant permettant de détecter la flavescence dorée dès les premières variations de couleur et ainsi d'anticiper le traitement. En effet, le changement de couleur de la vigne, symptôme de cette maladie qui nécessite l'arrachage des plans, n'est détectable à l'œil nu que lorsque les dégâts sont très avancés.

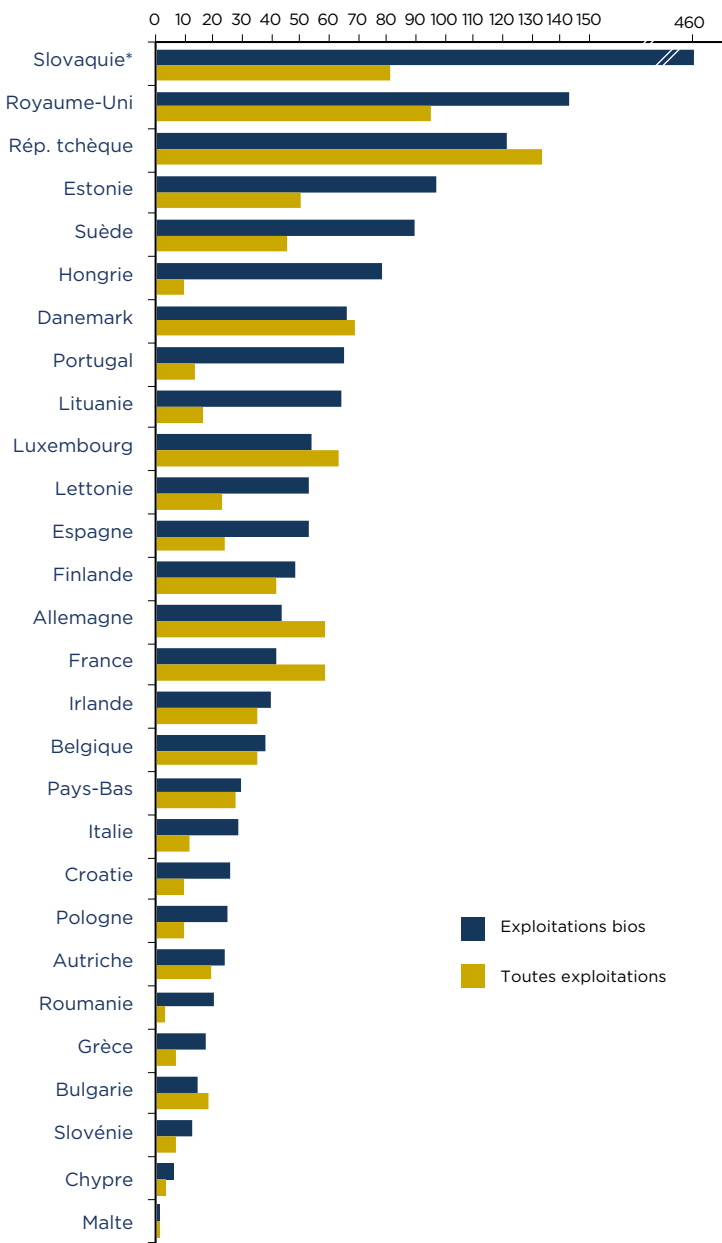


Graphique 9 :
Surface par unité de travail annuel



Sources : Agence Bio, Eurostat (Enquête structure 2013)
* Unité de travail annuel : équivalent du temps de travail d'une personne à temps complet pendant un an

Graphique 10 :
Taille moyenne des exploitations



Source : Eurostat. Dernières données disponibles : 2013
* Taille moyenne des exploitations bios en Slovaquie : 460 ha

Les producteurs devront étendre leurs exploitations afin de réaliser des rendements d'échelle

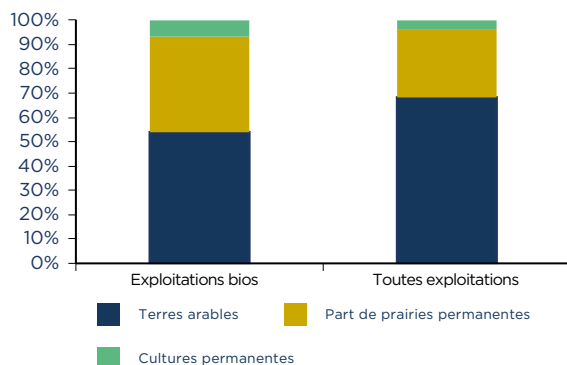
En raison de rendements généralement inférieurs, le mode de production bio nécessite en moyenne davantage de main d'œuvre : en 2013, la différence de surface cultivée par unité de travail annuel était du simple au double (voir graphique 9). Ainsi, un emploi à temps plein pendant un an était nécessaire pour cultiver 17 hectares, contre 38 hectares en moyenne dans l'ensemble du secteur agricole.

Si la productivité des exploitations engagées dans l'agriculture biologique a progressé entre 2013 et 2016, la surface cultivée par unité de travail annuel atteignant 20 hectares, elle reste nettement inférieure à celle du mode de production conventionnel. Si cette intensité supérieure en facteur travail peut être positive, car synonyme de davantage de créations d'emplois en cas d'expansion de la filière, elle représente également un défi pour sa rentabilité. Par conséquent, l'augmentation des rendements des exploitations est un enjeu crucial pour accompagner la croissance de la demande.

La capacité d'accroître l'offre locale de produits bios dépendra du nombre de nouveaux producteurs engagés, mais également de la taille des exploitations. En France, les exploitations agricoles de ce type sont structurellement moins étendues que la moyenne (voir graphique 10). Ce constat est d'autant plus vrai que la part de prairies permanentes est plus importante dans les surfaces engagées dans l'agriculture biologique que dans l'ensemble du secteur agricole (voir graphique 11), ce qui tend à surestimer la taille moyenne des exploitations bios.

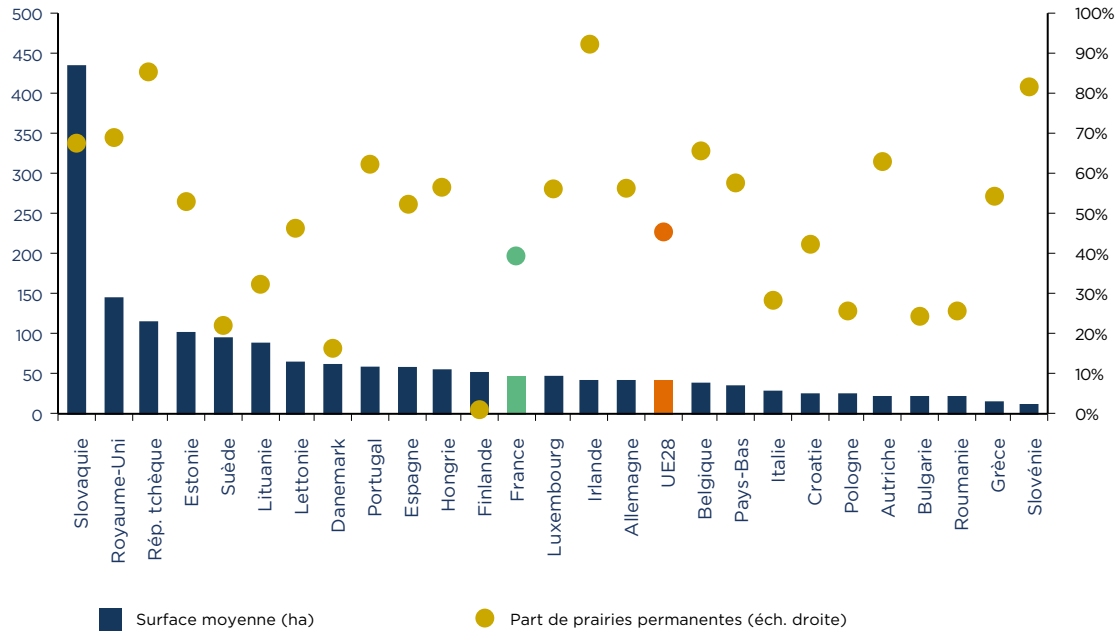
Cette caractéristique peut être interprétée comme une volonté de l'agriculture biologique de conserver une taille « humaine », en opposition à une agriculture plus industrialisée dans le segment

Graphique 11 :
Répartition de la surface agricole utilisée selon la culture en 2016



Sources : Agreste, Agence Bio

Graphique 12 :
Taille moyenne des exploitations engagées dans l'agriculture biologique



Source : Eurostat. Dernières données disponibles: 2016

conventionnel. Elle n'est toutefois pas nécessairement la règle dans le reste de l'Union européenne, où les exploitations bios d'une grande partie de ses pays sont plus étendues que dans le reste de l'industrie (voir graphique 10).

Cependant, la grande majorité des pays ayant des exploitations d'agriculture biologique en moyenne plus étendues qu'en France ont une part supérieure des prairies permanentes dans la surface agricole utilisée. Aussi, les exploitations françaises ne sont-elles pas particulièrement restreintes en comparaison avec leurs homologues européens, à l'exception des pays baltes et scandinaves (ces derniers étant précurseurs en matière d'agriculture biologique), dont les exploitations sont plus étendues en moyenne malgré une proportion de prairies comparable ou inférieure (voir graphique 12).

En outre, selon notre analyse de données mettant en relation l'évolution des défaillances d'entreprises de chaque filière avec le poids du bio dans ces mêmes filières, les exploitations agricoles bios affichent une bonne santé financière (voir encadré « Poids du bio et défaillances »).

Malgré la réticence d'une partie des acteurs craignant que la notion d'agriculture biologique ne soit dénaturée par une industrialisation excessive de la production, l'agrandissement des exploitations semble inévitable en raison de la nouvelle dimension de la filière. Cette extension des exploitations permettrait un accroissement des rendements grâce à des économies d'échelle, mais aussi une meilleure qualité des produits en limitant les risques de résidus de produits chimiques des surfaces environnantes.

De plus, comme le souligne l'Agence Bio, la filière fait face à d'importants coûts logistiques, les exploitations étant davantage atomisées¹⁴. Pour le moment, la filière pâtit également d'un relatif manque de structuration¹⁵, inhérent à un jeune secteur, malgré d'importants efforts dans ce sens avec quelques initiatives notables.

Ainsi, la coopérative Biolait, créée en 1994 par six éleveurs du Morbihan et de Loire-Atlantique afin de mutualiser leur collecte et rendre ainsi viable certaines exploitations isolées, représente actuellement près du tiers des producteurs - et des volumes collectés - de lait bio français. Avec ce type d'initiative reposant sur la mutualisation de la collecte, les coûts logistiques sont réduits, des collectes dans les territoires les plus difficiles deviennent viables, et le pouvoir de négociation des producteurs se renforce. Cette possibilité de négocier le prix de vente au nom de l'ensemble des adhérents, donc pour des volumes substantiels, rééquilibre en effet les forces de négociations avec les opérateurs de l'aval.

La multiplication de ce type de démarches collectives optimisant les flux sera cruciale pour accroître la rentabilité de chaque producteur et rendre viable économiquement les exploitations les plus isolées, ■ ■ ■

14/ « L'offre en matière première bio étant parfois atomisée, des partenariats entre producteurs et transformateurs portent entre autres sur une planification concertée des espèces et des volumes, afin de réduire au mieux l'impact environnemental et économique de la logistique d'approvisionnement. », www.agencebio.org/des-filieres-durables-et-innovantes, au 30/11/2017.

15/ « Ces démarches de structuration de filière (...) sont autant de levier d'actions pour le développement de l'agriculture biologique en France. », www.agencebio.org/des-filieres-durables-et-innovantes, au 30/11/2017.



dans la mesure où tous les adhérents voient leur production rémunérée au même prix, quelle que soit leur situation géographique.

Vers une concentration du secteur de la distribution

Le paysage des distributeurs bio français est diversifié. Les principaux groupes sont les distributeurs historiques de l'agro-alimentaire biologique - indépendants ou en réseau, et les acteurs conventionnels comme les groupes de la grande distribution.

Les réseaux de boutiques des distributeurs spécialisés (Biocoop, Bio C' Bon, La Vie Claire, les Nouveaux Robinsons) sont généralement situés dans les centres villes. L'entreprise « La Ruche Qui Dit Oui ! » fonctionne de façon hybride en combinant une forte implication de bénévoles, « consomm'acteurs », adhérents et soutiens ponctuels ou réguliers à la distribution des produits. La Louve, supermarché coopératif et participatif, détenu et géré par ses clients, est un autre mode d'organisation novateur. Les réseaux associatifs AMAP (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne) sont autant d'acteurs singuliers

ENCADRÉ 3

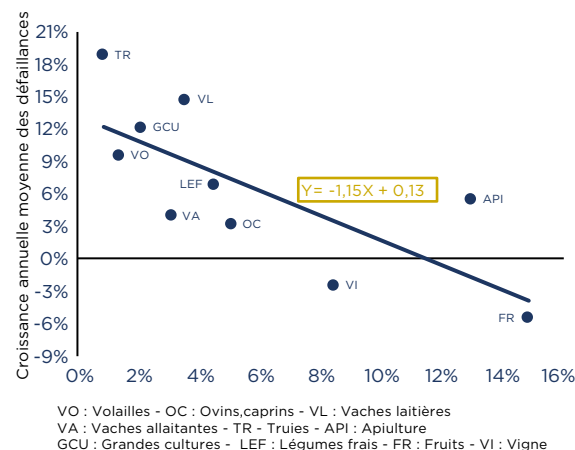
Poids du bio et défaillances d'entreprises

En France, le dynamisme du secteur bio se traduit par une diminution relative des défaillances par rapport aux acteurs de l'agriculture conventionnelle. Si, dans l'ensemble du secteur, les défaillances ont progressé de 4,9 % par an entre 2012 et 2016, les filières (comme les fruits, la vigne, l'apiculture ou les ovins et caprins), ayant une part plus importante de production issue de l'agriculture biologique depuis 2012 ont enregistré relativement moins de défaillances sur la période que celles ayant une proportion moindre de surfaces (ou de têtes pour les cheptels) engagées dans le mode de production biologique (voir graphique 13). Ainsi, les grandes cultures (céréales, oléagineux, protéagineux), l'élevage de volaille, de viande porcine ou de vaches laitières, qui sont des filières peu converties au mode de production biologique, ont enregistré une hausse plus importante des défaillances sur la période. A la lecture de ce graphique, une augmentation de la part du bio de 10 % est associée à une diminution de 11 % des défaillances.

Cette corrélation est confirmée par notre recours à la technique exploratoire ACP (analyse en composantes principales). Au regard des résultats, nous remarquons une corrélation négative entre la part de production bio (points vert) et la croissance des défaillances (points jaune), leurs vecteurs associés (flèches vertes et jaunes) ayant des directions opposées à partir de l'axe des ordonnées, à l'exception de l'année 2015 (voir graphique 14). De plus, si l'évolution des défaillances dans chaque filière dépend largement de l'évolution des prix et des chocs ayant affecté indépendamment chaque filière depuis 2012, il semble que, toute chose égale par ailleurs, les filières davantage converties à l'agriculture biologique ont été plus résilientes sur la période. Ces observations sont cohérentes avec le formidable essor du marché des produits bio, qui a été synonyme d'importants débouchés au cours des dernières années.

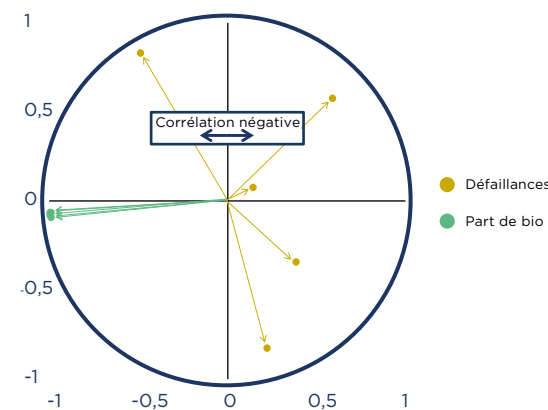
L'analyse en composante principale est une technique statistique exploratoire permettant, à partir de données corrélées entre elles, d'obtenir des facteurs communs. Ces derniers donnent « une structure » jusque-là inconnue aux données originelles, en facilitant notamment le regroupement des variables en groupes, ainsi que les observations. Dans notre cas, cette méthode nous semble la plus appropriée en raison du faible nombre d'observations disponibles. Elle est, en effet, la plus robuste car, à l'inverse de la régression linéaire, elle ne repose pas sur des hypothèses probabilistes, et ne nécessite donc pas un nombre aussi important d'observations.

Graphique 13 : Part de production bio et évolution des défaillances entre 2012 et 2016



Sources: AgenceBio, Coface

Graphique 14 : Technique exploratoire ACP du lien entre défaillances et part de production bio



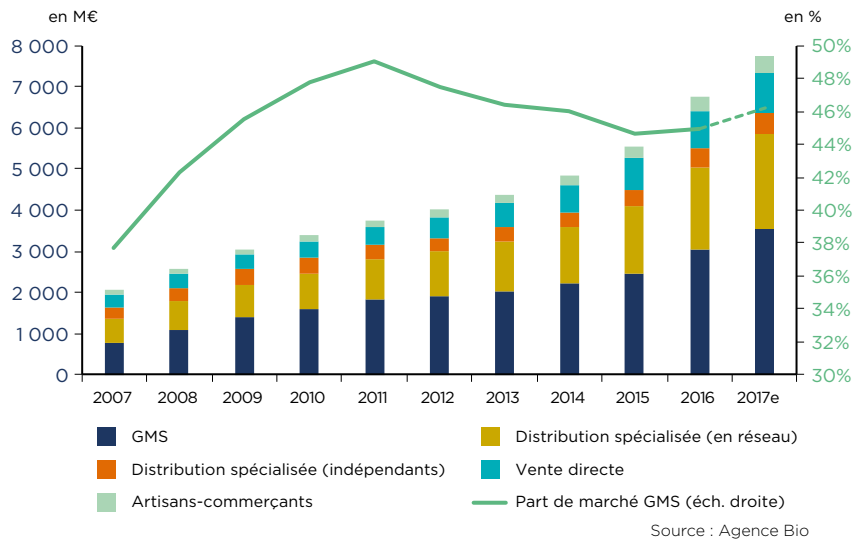
dans la mesure où les initiatives sont prises par des consommateurs, qui financent par avance la totalité de leurs consommations en produits bios. En plus de la promotion des circuits courts, Les Paniers Val de Loire affichent également un objectif social, avec sept jardins d'insertion.

L'essor du marché des produits bios représente une formidable opportunité que les acteurs conventionnels veulent également saisir. Le secteur de la grande distribution, bien que présent depuis longtemps sur le marché du bio, a donc intensifié ses efforts au cours des dernières années afin de conquérir des parts de marché. Non sans générer des inquiétudes chez certains acteurs de la filière, qui craignent la reproduction du schéma de relative dépendance de l'agriculture conventionnelle vis-à-vis de la grande distribution. Toutefois, cet intérêt des groupes de la grande distribution (Carrefour, Leclerc, Intermarché, Casino ou encore Auchan) pour ce marché n'est pas un phénomène récent. Dans une première phase, tous ont lancé leurs propres marques bio comme Monoprix Bio (groupe Casino) en 1994, Bio village (Leclerc) et Casino Bio en 1999, Carrefour Agir Bio en 2005 ou la marque Auchan Bio (2006). La part de marché des grandes et moyennes surfaces (GMS) avoisinait déjà 40 % en 2005 et n'a cessé de progresser jusqu'en 2011 pour atteindre 49 % (voir graphique 15).

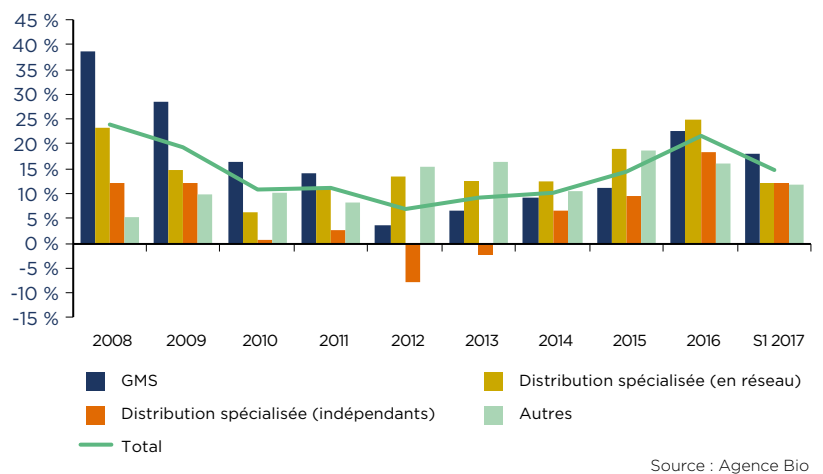
La tendance s'est ensuite inversée à partir de 2012, principalement au profit des distributeurs spécialisés en réseau. Grâce à une stratégie d'expansion particulièrement offensive, ces distributeurs ont dégagé des taux de croissance de leur chiffre d'affaires nettement supérieurs aux GMS entre 2012 et 2015. Tandis que les GMS enregistraient une progression de leur chiffre d'affaires moins rapide que celle du marché et que les distributeurs spécialisés indépendants ont connu une période morose, ceux en réseau ont tiré la croissance du secteur entre 2012 et 2015 (voir graphique 16). Par conséquent, si la part de marché combinée des GMS et des distributeurs spécialisés en réseau est restée stable à environ 75 % depuis 2011, la tendance est indéniablement au rééquilibrage des forces. En 2016, la part de marché des GMS était de 45 % (-4 points), contre 30 % (+5 points) pour les distributeurs spécialisés en réseau (voir graphique 17). Le reste du chiffre d'affaires du marché provient principalement de la vente en direct (13 % de part de marché), mode de distribution qui a constamment surperformé entre 2011 et 2015.

Il est cependant difficile d'écarter la possibilité d'une forte percée des principaux groupes français de la grande distribution à moyen terme, tant leur pouvoir sur le marché français est important. L'exemple de l'expansion rapide, dans les années 1990 et 2000, des enseignes de *hard discount*, comme Lidl, Aldi ou Dia, dont le *business model*, fondé sur un assortiment de produits restreint mais nettement moins chers, avait bousculé la grande distribution, en est l'illustration. Si la part de marché des enseignes de *hard discount* était de 14 % en 2009, elle a depuis reculé, et le leader du segment, Lidl, a même annoncé l'abandon de cette stratégie

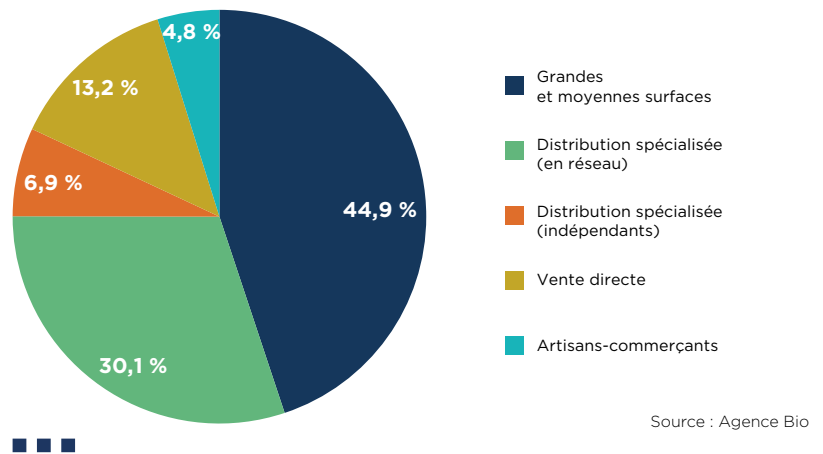
Graphique 15 :
Évolution du chiffre d'affaires par circuit de distribution



Graphique 16 :
Croissance annuelle du chiffre d'affaires par circuit de distribution



Graphique 17 :
Parts de marché par type de distributeurs en 2016





pour une montée en gamme. Contrairement à l'Allemagne où la part de marché des *hard discounters* frôle encore 40 %, cette stratégie a été abandonnée en France, en grande partie à cause de la considérable capacité d'adaptation des principaux groupes de la grande distribution, qui ont segmenté leurs gammes et lancé leurs propres produits de premiers prix.

La « force de frappe » de la grande distribution est donc très forte et la majorité des groupes a fait évoluer sa stratégie au cours des dernières années en ouvrant des magasins 100 % bio, en réaction au tarissement des parts de marché des GMS dans la filière des produits bios après 2011.

Aussi, le groupe Auchan, qui avait ouvert son premier magasin 100 % bio - Cœur de Nature - en 2012, vient-il d'inaugurer le premier magasin Auchan Bio en novembre 2017. Le groupe Carrefour, qui a ouvert quinze Carrefour Bio depuis 2013 et affiche l'objectif d'en ouvrir dix fois plus d'ici 2021, est particulièrement offensif puisqu'il a également racheté en 2016 le premier site de vente de ligne de produits bios, Greenweez. Si le groupe E. Leclerc mise essentiellement sur le développement de sa marque BioVillage, il a également ouvert un magasin « mi-bio mi-italien » à Nice en juin 2016. Naturalia, racheté en 2008 par le groupe Casino - via Monoprix -, est un cas intermédiaire puisqu'il est par définition un distributeur spécialisé en réseau, mais détenu par un groupe de grande distribution. Depuis son acquisition, Naturalia est ainsi passé de 38 points de vente à plus de 150 aujourd'hui.

Carrefour et Leclerc ont tous deux affiché l'ambition de devenir le premier distributeur bio en France et assurent proposer des produits 20 % à 30 % moins chers que chez les distributeurs spécialisés. En 2016, les GMS ont d'ailleurs vu leur part de marché progresser pour la première fois depuis 2011, grâce à une nette accélération de leur croissance, qui a plus que doublé pour s'élever à 22,5 %. Ce dynamisme s'est confirmé au premier semestre 2017, les GMS enregistrant une augmentation de leurs ventes de 18 % en glissement annuel, contre 12 % pour la distribution spécialisée dans son ensemble¹⁶.

Bien que ces données ne soient pas suffisantes pour anticiper l'orientation du marché des produits bios au cours des prochaines années, une augmentation significative de la part de marché des GMS grâce à leurs stratégies expansionnistes ne peut être écartée. Face à ce choc possible, les réseaux historiques spécialisés de la distribution bio pourraient se rapprocher de certains acteurs afin de réaliser des économies d'échelle et de répondre de façon coordonnée à la montée en puissance des groupes de la grande distribution.

Une telle évolution représenterait une opportunité pour la filière de l'agriculture biologique, car elle accélérerait son développement et sa généralisation en facilitant l'accès aux produits bios aux nouveaux consommateurs et aux acheteurs occasionnels. Toutefois, en contrepartie, si le marché des produits bios venait à tendre vers la situation - encore lointaine¹⁷ - des produits de grande consommation où la part de marché combinée des six principaux groupes (Leclerc, Carrefour, Intermarché, Casino, Système U, Auchan) frôle 90 %, la filière ferait alors face à un important risque car en position de forte dépendance.

Une telle dépendance entraînerait probablement un schéma similaire à celui de l'agriculture conventionnelle avec, en conséquence du rapport de force déséquilibré dans les négociations, d'importantes pressions baissières sur les prix payés aux industriels et *in fine* aux producteurs. Par ailleurs, les GMS étant, par définition, dans une démarche beaucoup moins militante que celle des réseaux spécialisés¹⁸, la filière de l'agriculture biologique pourrait se limiter essentiellement à sa notion légale, dans une certaine mesure dénaturée d'une partie de ses fondements originels comme les circuits courts, la faible empreinte carbone, le fort ancrage social, ou la répartition équilibrée de la valeur produite. Au-delà de la future structure de la filière et de ses principaux acteurs, l'agriculture biologique fera également face à un défi de taille à moyen terme : la transition d'un modèle reposant largement sur aides publiques vers un financement par le marché.

La question de la rémunération de la filière par le marché

Les aides de l'État¹⁹ spécifiques à l'agriculture biologique - visant à compenser les surcoûts et le manque à gagner liés à ce mode de production en comparaison avec l'agriculture conventionnelle - sont



La « force de frappe » de la grande distribution est donc très forte et la majorité des groupes a fait évoluer sa stratégie au cours des dernières années en ouvrant des magasins 100 % bio.



16/ Données de croissance des ventes uniquement disponibles pour la distribution spécialisée dans son ensemble - sans distinction entre « en réseau » et « indépendants » -, dans le rapport semestriel de l'Agence Bio.

17/ En prenant pour hypothèse que les distributeurs enregistreront les mêmes croissances qu'au premier semestre 2017 (les GMS : +18 %, les distributeurs spécialisés : +12 %, les ventes directes : +11 % et les artisans : +14 %), la part de marché de la grande distribution atteindrait 50 % en 2020, 60 % dans 10 ans, 70 % dans 20 ans et 80 % dans 30 ans.

18/ « On a pour ambition de vraiment démocratiser le bio, dans une approche plus ouverte, moins militante que les spécialistes », Richard Vavasseur, responsable des marques premium du groupe Carrefour, Comment Carrefour compte s'emparer du marché bio, 16/03/2016, LeFigaro.fr.

19/ De nombreux dispositifs de soutien sont également mis en place, à leur discrétion, par les régions.

essentiellement constituées de trois dispositifs : l'aide à la conversion, l'aide au maintien et le crédit d'impôt.

L'aide au maintien a pour objectif de conserver le potentiel de production des agriculteurs biologiques pour les parcelles déjà converties. Elle prend donc le relai de l'aide à la conversion, versée au cours des cinq premières années, et représente en moyenne une baisse d'un tiers par rapport au montant de l'aide à la conversion. Le montant unitaire de ces aides varie selon la taille de l'exploitation et la nature de la culture, dans la mesure où le manque à gagner par rapport à la production conventionnelle n'est pas le même selon les cultures. Selon la programmation de développement rural 2015-2020, le montant total de ces aides était fixé à 160 millions d'euros par an. Toutefois, l'accélération du rythme des conversions en 2015 et 2016 avait contraint le gouvernement à débloquer des fonds supplémentaires.

L'annonce en septembre dernier de l'arrêt du versement par l'État de l'aide au maintien à partir de novembre 2018 a provoqué de vives réactions des acteurs de la filière, estimant que cette décision n'allait pas dans le sens d'un soutien à la production, alors que certains segments peinent à être auto-suffisants. Si les régions, auxquelles le gouvernement laisse désormais la responsabilité de financer cette aide sur leurs propres crédits, venaient à ne pas la prendre en charge, la perte de revenus pour les producteurs pourrait atteindre entre 30 et 50 millions d'euros, selon la Fédération nationale de l'agriculture biologique (FNAB). Si le financement de l'État *stricto sensu* ne s'élevait qu'entre six et huit millions d'euros par an au titre des aides au maintien, le versement des fonds européens est conditionné à un financement minimum de 25 % des pouvoirs publics, et l'arrêt de ce financement entraînerait la suppression de l'aide européenne.

En contrepartie, le gouvernement a annoncé en novembre 2017 la prolongation du crédit d'impôt en faveur de l'agriculture biologique jusqu'en 2020 ainsi que l'augmentation de son montant - de 2 500 à 3 500 euros -, via un amendement au projet de loi de finances 2018. Si elle concerne aussi bien les agriculteurs en conversion que ceux déjà convertis, cette mesure peut être interprétée comme une compensation puisqu'elle bénéficiera principalement aux producteurs affectés par la fin de l'aide au maintien, en raison du plafond de cumul de 4 000 euros. Si les producteurs engagés dans l'agriculture biologique verront leur financement passer effectivement de 2 500 à 3 500 euros, la majorité des producteurs bénéficiant de l'aide à la conversion atteindront le plafond sans bénéficier de la totalité



La rémunération de l'agriculture biologique peut-elle évoluer d'un modèle reposant largement sur les aides publiques à un financement par le marché ?



du montant maximum du crédit d'impôt. Le crédit d'impôt, accessible aux exploitations dont au moins 40 % du chiffre d'affaires découle de l'agriculture biologique, avait été mis en place en 2006 puis prolongé et doublé dans le cadre du « Grenelle de l'Environnement » en 2009, avant d'être prolongé de trois ans en 2011 et en 2014.

La question de fond soulevée par ces décisions politiques est toutefois le mode de rémunération de l'agriculture biologique et le moment du passage d'un modèle reposant largement sur les aides publiques à un financement par le marché. Le principal argument avancé par le gouvernement et par les organisations soutenant la rémunération de la filière par le marché, comme la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (FNSEA), est la forte croissance de la demande de produits biologiques. Mais, selon bon nombre d'acteurs du secteur, la rémunération par le marché nécessite que la filière soit mature et solide, sous peine de devenir particulièrement vulnérable aux fluctuations du marché, notamment en cas de retournement de la demande.

La question de la rentabilité des acteurs de l'agriculture biologique est essentielle dans la mesure où en cas de financement par le marché, il s'agira de compenser la perte de revenus due à la suppression des dispositifs publics par une hausse des rendements ou une hausse des prix. Cela étant, une potentielle hausse des prix risquerait de faire face, comme dans l'agriculture conventionnelle, à une certaine réticence des consommateurs et, par conséquent, des distributeurs, ce qui pousserait à



20/ « Etude individuelle nationale des consommations alimentaires 3 », ANSES, juin 2017.

21/ Selon un sondage d'Opinion Way de mars 2016, 93 % des Français privilégient les produits locaux « occasionnellement » et 63 % le font « régulièrement ». D'après ce même sondage, 61 % des Français sont prêts à payer plus cher pour favoriser l'économie locale. Le sondage ne précise toutefois pas quel différentiel de prix les Français sont prêts à payer.



reproduire le schéma de la répartition de la valeur dans le secteur conventionnel.

Le financement de la filière bio pose la question de la rémunération des externalités positives. Pour ses défenseurs, il est nécessaire de rémunérer les bienfaits pour l'environnement et la santé de l'agriculture biologique et, dans le même temps, subventionner le prix des produits bios afin d'en élargir le spectre de consommateurs. Le prix est en effet, toujours un facteur discriminant comme le montre la surreprésentation des catégories socioprofessionnelles « cadres et professions libérales » et la sous-représentation de celle des « ouvriers » parmi les consommateurs de produits biologiques²⁰.

Pour les défenseurs d'un financement par le marché, la filière bio doit devenir rentable grâce à cette demande en pleine expansion et plus dynamique que l'offre, qui permet une hausse des prix. Cette hypothèse pose également la question de la préférence des consommateurs pour les produits locaux²¹. Toutefois, pour la majorité des ménages cette préférence est fonction du différentiel de prix entre produits importés et produits français : une forte hausse des produits bios entraînerait une désaffection des ménages pour ce secteur ou, scénario le plus probable, une forte hausse des importations. A titre d'exemple, selon un sondage de l'IFOP pour WWF France d'octobre 2017, si 69 % des Français sont prêts à payer plus cher pour que les agriculteurs soient mieux rémunérés, seuls

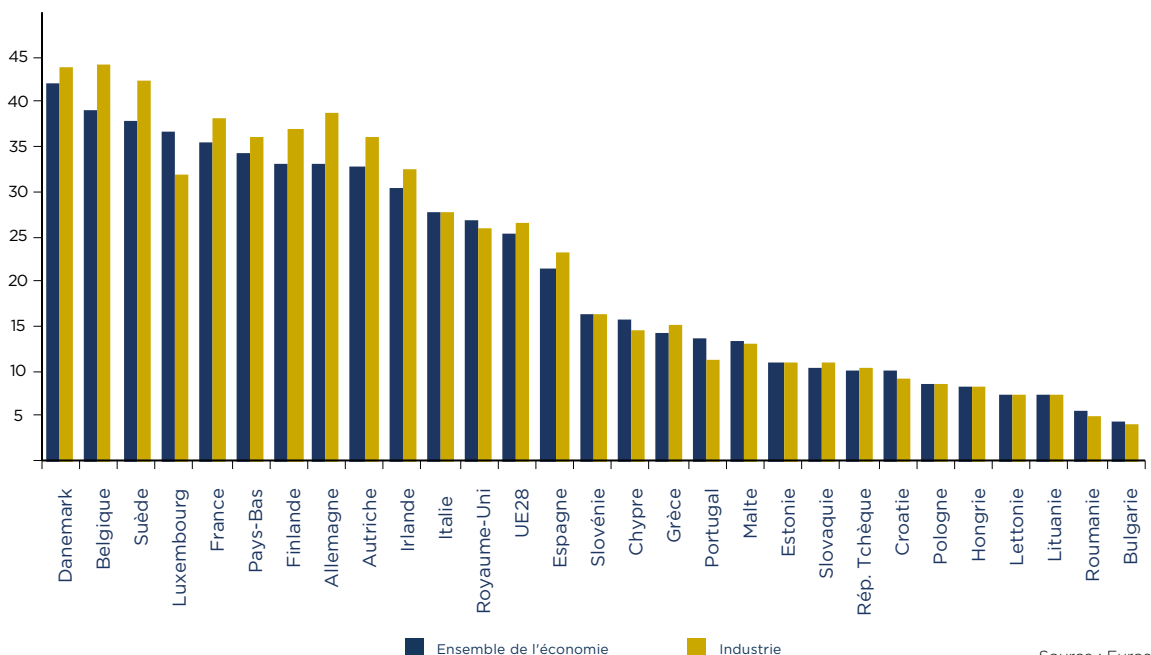
33 % sont prêts à payer au moins 10 % plus cher et cette proportion chute à 8 % s'il s'agit de payer 15 % plus cher. Par conséquent, les préférences des consommateurs - qu'elles soient environnementales ou sociales - n'ont pas une élasticité infinie aux prix.

Par ailleurs, la filière de l'agriculture biologique étant particulièrement intensive en facteur travail - en raison de la nécessaire compensation de l'absence de recours aux pesticides chimiques et aux OGM - elle est d'autant plus sensible au coût de la main d'œuvre, qui est plus important en France que dans la majorité des pays de l'Union européenne (voir graphique 18).

Par conséquent, en cas de rémunération par le marché, et si la filière n'est pas assez mature pour parvenir à compenser la perte de revenu par une hausse des rendements, alors un scénario de hausse conjuguée des prix des produits locaux et des importations de produits bios à moindre coût est probable.

La filière de l'agriculture biologique suivrait alors le chemin de la grande majorité des secteurs, avec une offre complète comprenant toutes les gammes de prix et consommée par la grande majorité des ménages. Mais elle s'éloignerait des principes originels de circuits courts, de production locale et de faible empreinte carbone.

Graphique 18 :
Coût moyen du travail en 2016



Source : Eurostat

RÉSERVE

Le présent document reflète l'opinion de la direction de la recherche économique de Coface, à la date de sa rédaction et en fonction des informations disponibles ; il pourra être modifié à tout moment. Les informations, analyses et opinions qu'il contient ont été établies sur la base de multiples sources jugées fiables et sérieuses ; toutefois, Coface ne garantit en aucun cas l'exactitude, l'exhaustivité ou la réalité des données contenues dans le présent document. Les informations, analyses et opinions sont communiquées à titre d'information et ne constituent qu'un complément aux renseignements dont le lecteur dispose par ailleurs. Coface n'a aucune obligation de résultat mais une obligation de moyens et n'assumera aucune responsabilité pour les éventuelles pertes subies par le lecteur découlant de l'utilisation des informations, analyses et opinions contenues dans le présent document. Ce document ainsi que les analyses et opinions qui y sont exprimées appartiennent exclusivement à Coface ; le lecteur est autorisé à les consulter ou les reproduire à des fins d'utilisation interne uniquement sous réserve de porter la mention apparente de Coface et de ne pas altérer ou modifier les données. Toute utilisation, extraction, reproduction à des fins d'utilisation publique ou commerciale est interdite sans l'accord préalable de Coface. Le lecteur est invité à se reporter aux mentions légales présentes sur le site de Coface.

COFACE SA

1, place Costes et Bellonte
92270 Bois-Colombes
France

www.coface.com

coface
FOR SAFER TRADE