Sortir de la crise du bio

BIEN QU'ELLE AIT CONNU UNE CROISSANCE À DEUX CHIFFRES PENDANT PRÈS DE DIX ANS, LA FILIÈRE BIOLOGIQUE FRANÇAISE EST EN DÉCLIN. UNE ÉCOUTE DES NOUVELLES PRIORITÉS DES CONSOMMATEURS, UNE COMMUNICATION FORTE ET UN SOUTIEN DES INSTITUTIONS DEVRAIENT LUI PERMETTRE DE PASSER LA TEMPÊTE. FABIEN PASSARD

LA SURFACE AGRICOLE BIO DOIT DOUBLER

De 10 %, au niveau français, comme européen, la SAU doit passer à 18 % en 2027 dans l'Hexagone et à 25 % en 2030 sur le Vieux Continent, d'après le Plan stratégique national PAC 2023-2027.

60 MILLIONS D'EUROS DISTRIBUÉS

Promis en mai par Marc Fesneau, ministre de l'Agriculture, 60 millions d'euros ont été alloués en septembre pour soutenir les exploitations agricoles exclusivement biologiques en difficulté financière.

Traversant la première crise de son histoire, l'agriculture biologique (AB) fait le dos rond depuis deux ans. Première explication : la chute de la consommation.

La spirale inflationniste n'épargne évidemment pas les produits bio, plus chers à l'achat. Ainsi, en grandes surfaces alimentaires, le chiffre d'affaires des ventes de produits bio a baissé de 5,6 % en 2022, contre une hausse d'1,8 % pour les produits non bio. Même s'ils comprennent l'arbitrage réalisé par les consommateurs, d'anciens agriculteurs bio, ayant réalisé leur déconversion en 2023, ressentent une pointe d'amertume.

« LE **BIO** DEMEURE L'**ALIMENT IDÉAL** AUX YEUX DES **FRANÇAIS** », PASCALE HÉBEL

« Le bio n'est pas mieux payé, mais est toujours en hausse en magasin, c'est qu'il y a un problème dans le circuit », relève Paul Dupouy, jeune céréalier dans le Gers. *« La filière est en train de scier la branche sur laquelle elle est assise, en ne baissant pas les prix depuis deux ans »*, déplore Laurent Guglielmi, éleveur et *« transformateur »* de cochons dans la Sarthe. Mais le prix n'est pas la seule explication du désamour des Français pour les produits biologiques. Selon les chiffres du baromètre 2022, mené par l'ObSoCo pour l'Agence bio, 57 % des non-consommateurs de produits bio remettent en question la réalité du bio, contre 40 % en 2021, et 44 % des consommateurs n'en voient, tout bonnement, pas l'intérêt.

Une douche froide pour une filière à la philosophie écologique et sanitaire ancrée. *« La particularité de la France est que le bio s'est développé bien plus par la volonté de préserver la santé humaine, que pour la santé de la terre »*, analyse Pascale Hébel, qui suit de longue date les tendances de consommation : *« Je n'ai jamais vu un produit avec un envol positif de son image aussi fort. Bien que le "sans" (sans gluten, sans sel, etc.) commence à rattraper le bio, cela est conjoncturel et lié au prix. Ce qui ressort des enquêtes est que le bio demeure l'aliment idéal aux yeux des Français. »*

Une multiplication des labels et certifications

Un idéal bio, oui, mais local certainement. Un modèle toujours plus complexe à atteindre, avec un solde entre arrivées (9 %) et sorties du bio (5,8 %) chez les agriculteurs de moins en moins positif, résultat d'un coup de frein dans la dynamique des conversions. Dans le même temps, d'autres labels fleurissent. Certains sont beaucoup moins exigeants sur le plan environnemental, telle la certification Haute Valeur environnementale (HVE), dont le nombre d'exploitations a bondi de 150 % entre 2021 et 2023, couvrant désormais 8 % de la surface agricole utile (SAU) française. Si 62 % des exploitations HVE sont viticoles, de plus en plus d'éleveurs optent pour cette certification, tandis que le succès du label Rouge ne se dément pas.

De l'autre côté de l'échiquier, d'autres étiquettes se revendiquent plus éthiques qu'AB. À l'image de Nature & Progrès, Demeter ou Bio Cohérence, qui attirent des citoyens soucieux

PASCALE HÉBEL, DIRECTRICE ASSOCIÉE DE C-WAYS, MEMBRE DE L'ACADÉMIE D'AGRICULTURE

« LE JEU DE POUVOIR EST COMPLÈTEMENT DÉFAVORABLE AU BIO »

« L'acheteur bio a besoin de trouver des arguments pour se rassurer de ne pas acheter bio, dans un contexte de limitation des dépenses. Le bio, provenant d'une idéologie militante, a souffert de sa démocratisation par la grande distribution. Il ne s'est pas adapté, n'a pas entendu d'autres sujets qui montaient, type bien-être animal. Cela ressemble vraiment à une crise conjoncturelle ; tout le monde a une bonne image du bio, a intégré que c'était l'aliment idéal. On ne cassera pas le mythe ! La prise de parole de l'État est importante. Seulement, les deux derniers ministres de l'Agriculture aident la filière au minimum, ce n'est pas dans leurs convictions. Le bio s'est développé contre vents et marées, car le jeu de pouvoir lui est complètement défavorable. Malgré tout, les agriculteurs se lançant dans le bio aujourd'hui auront une clientèle, mais il faut plutôt s'adresser à elle en circuit court que de passer par des grands distributeurs. »