

dossier

de presse

NAISSANCE DE LA MAISON DE LA BIO : LES ENTREPRISES DU SECTEUR RÉUNIES AU SERVICE D'UNE BIO EXIGEANTE ET OUVERTE

Après avoir traversé avec agilité une période de crise sans précédent, les entreprises de la bio ont décidé de se lancer dans une nouvelle dynamique en se regroupant pour créer une organisation capable de porter leur voix et de valoriser leurs engagements au service d'une bio exigeante et ouverte. **La Maison de la Bio** est ainsi née pour réunir tous les acteurs de toutes les filières bio qui souhaitent œuvrer pour la transition écologique et alimentaire. À ce jour, cette nouvelle structure représente 10 000 entreprises (à travers leurs organisations professionnelles) issues de l'agriculture, de l'alimentation, de la distribution, des cosmétiques et des compléments alimentaires.

La Maison de la Bio s'inscrit dans la continuité de NATEXBIO, la fédération des transformateurs et distributeurs bio, et réunit : Synadiet (Syndicat National des compléments alimentaires), Synabio (le Syndicat National des entreprises bio au service de la filière agriculture biologique), Synadis bio (le Syndicat National des distributeurs spécialisés de produits biologiques et diététiques), Cosmébio (le label des cosmétiques bio) et Forébio (la Fédération des Organisations collectives de producteurs 100 % bio).

Face aux enjeux d'un marché en croissance et promis à un bel avenir, ces acteurs souhaitent se mobiliser encore plus pour inscrire la bio dans un processus d'amélioration continue tout en pérennisant les fondamentaux de leur secteur, animé depuis ses débuts par des valeurs de durabilité, de solidarité, d'équitabilité et la volonté d'innover.

Feuille de Route 2021-2022 : déjà des actions en cours

La Maison de la Bio est d'ores et déjà en ordre de marche avec sa Feuille de Route 2021-2022 afin de porter la voix des entreprises bio auprès des pouvoirs publics et des institutions, d'affirmer les fondamentaux de la bio et ses impacts positifs et de concrétiser les engagements RSE, environnementaux et sociaux des entreprises.

Parmi ses premières actions, elle a notamment lancé une étude avec le Credoc et AND International pour définir quelques scénarios du futur du marché de la Bio en France.

Elle formalise actuellement un premier partenariat avec un institut de recherche (l'Itab) pour démontrer scientifiquement les impacts positifs de la bio sur la santé humaine, la biodiversité, l'empreinte carbone...

Elle contribue au partage des bonnes pratiques du secteur en accompagnant par exemple le Synabio à déployer le label RSE Bio Entreprise Durable à tous les acteurs de la Maison de la Bio.



La bio : un marché qui a triplé en 10 ans et un potentiel de 20 milliards d'euros en 2027

Il s'agit pour La Maison de la Bio de relever les défis de l'élargissement d'un marché en plein essor. En effet, si la bio est partie d'un marché de niche, elle s'est progressivement ancrée dans les habitudes de consommation en France et contribue à la vitalité des territoires, avec plus de 210 000 emplois aujourd'hui concernés. Le marché français a plus que triplé en 10 ans, jusqu'à devenir le 2e en Europe et le 3e au niveau mondial. En 2020, il représentait 14,3 milliards d'euros sur les périmètres de l'alimentation (consommation à domicile), des cosmétiques, des compléments alimentaires et du textile.

En phase avec les attentes des consommateurs, notamment des jeunes, le secteur bio reste promis à un bel avenir. D'après les estimations de La Maison de la Bio, hors textile, il devrait représenter un chiffre d'affaires de 20 milliards d'euros en 2027.



SOMMAIRE

LA MAISON DE LA BIO : UN COLLECTIF D'ENTREPRISES ENGAGÉES

p.4

LE SECTEUR BIO EN CHIFFRES : DU MARCHÉ DE NICHE A UN MARCHÉ QUOTIDIEN

p.6

DES PERSPECTIVES DE CROISSANCE PROMETTEUSES

p.9

LES RÉPONSES DE LA MAISON DE LA BIO AUX NOUVEAUX ENJEUX DU MARCHÉ

p.11

LA MAISON DE LA BIO : UN COLLECTIF D'ENTREPRISES ENGAGÉES

La diversité de la bio représentée par six membres fondateurs

La Maison de la Bio est une nouvelle organisation qui rassemble les forces vives de la bio. Ce collectif d'organisations professionnelles constitue un lieu d'échanges, de concertation, de construction pour être la voix des entreprises du secteur bio. Sa création s'inscrit dans la continuité de **Natexbio**, la fédération des transformateurs et distributeurs bio. Elle réunit **Cosmébio** (le label des cosmétiques bio), **Forébio** (la Fédération des Organisations collectives de producteurs 100 % bio), **Synabio** (le Syndicat National des entreprises bio au service de la filière agriculture biologique), **Synadiet** (Syndicat National des compléments alimentaires) et **Synadis bio** (le Syndicat National des distributeurs spécialisés de produits biologiques et diététiques).

La Maison de la Bio se veut **dynamique et ouverte** à d'autres structures dans tous les domaines de la bio, de l'alimentaire, des cosmétiques, des produits de santé et d'autres filières qui valorisent la démarche bio.



10 000 entreprises réunies pour faire entendre leur engagement

Les membres fondateurs de La Maison de la Bio représentent plus de 10 000 entreprises, dont 7 000 exploitations agricoles. Son objectif est de parler d'une seule voix au nom des entreprises du secteur bio, pour les représenter auprès des pouvoirs publics et des institutions. Il s'agit de gagner en lisibilité et en représentativité, à un moment où la bio convainc de plus en plus de consommateurs et risque de perdre certaines de ses valeurs.

La volonté de La Maison de la Bio est d'unir les forces collectives du secteur, de mutualiser certaines de leurs compétences et certains de leurs moyens pour défendre et promouvoir une Bio plus exigeante.

La Maison de la Bio est un nouvel espace d'échanges, de concertation et de construction entre acteurs de la bio et d'informations pour les institutions et les média.

Des actions guidées par 3 valeurs fondatrices

Les actions de La Maison de la Bio s'articulent autour de trois valeurs fondatrices :

1. La bio s'inscrit dans un modèle de développement agricole et économique durable, participant à la transition écologique et alimentaire
2. Les organisations de la bio s'inscrivent dans les principes de la RSE et défendent les valeurs de l'économie sociale et solidaire
3. Le commerce promu par la bio s'inscrit dans les grands principes du commerce équitable



**Notre raison d'être : Inspirer
et bâtir une Bio exigeante
et ouverte pour que
l'entreprise soit actrice au
coeur de la mutation
écologique, économique et
sociale.**

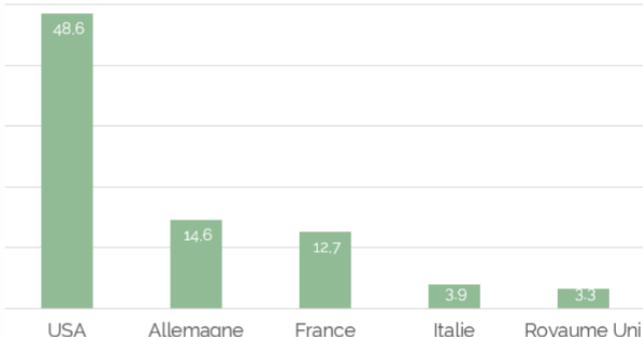


LE SECTEUR BIO EN CHIFFRES : DU MARCHÉ DE NICHE A UN MARCHE QUOTIDIEN

Le marché bio en France : 2^e marché en Europe, 3^e au niveau mondial

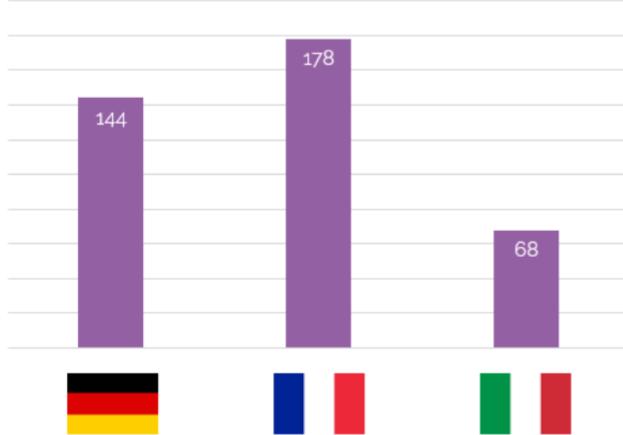
En 2020, le marché alimentaire bio représentait 12,7 milliards d'euros en France (en consommation des ménages), juste derrière l'Allemagne (14,6 milliards d'euros) et après les Etats-Unis (48,6 milliards d'euros).

Marché alimentaire BIO -2020 : la France, 2^e pays européen en consommation (Milliards €)



Les foyers français, plus gros consommateurs de Bio (alimentaire) que l'Allemagne ou l'Italie

■ €/AN/HABITANT - 2018

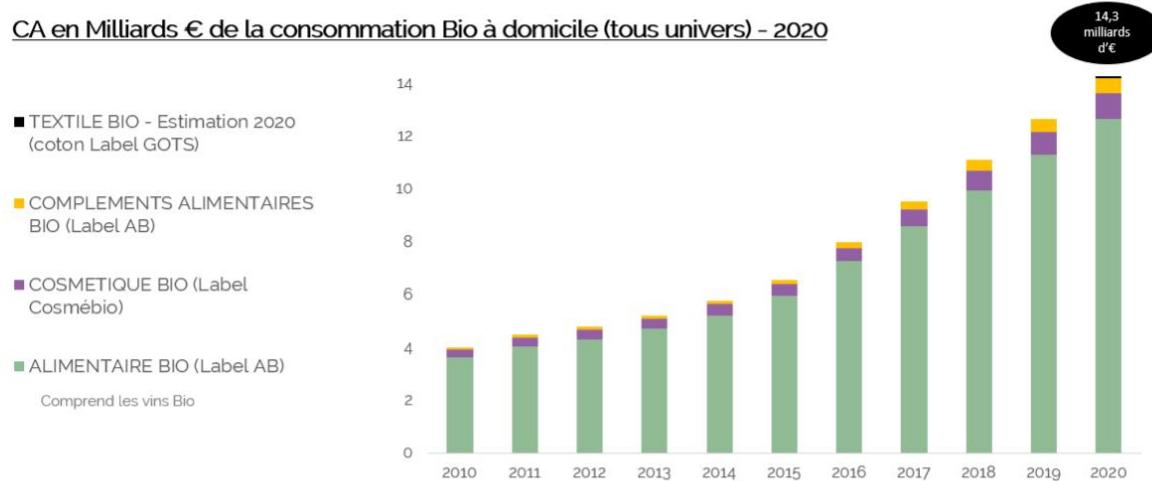


En moyenne, chaque Français consacrait environ 178 € à l'achat de produits bio pour son alimentation sur l'année 2018. Un budget plus important que leurs voisins allemands (144 € / an / hab.) et italiens (68 €).

Un marché bio français qui a triplé en 10 ans

Le marché de la bio en France a triplé en 10 ans, passant d'environ 4 milliards d'euros en 2010 à environ 14,3 milliards d'euros en 2020.

CA en Milliards € de la consommation Bio à domicile (tous univers) - 2020



Contour : alimentaire hors RHD + non alimentaire / hors détergents écologiques ou produits naturels de santé non certifiés
Sources : AND International / Cosmébio / Synadiet / GOTS

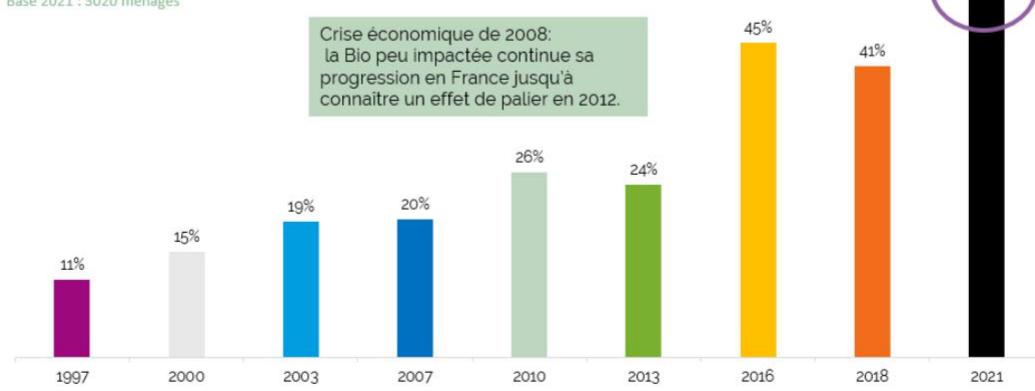
La consommation bio inscrite dans les habitudes de consommation des Français

Aujourd'hui, la consommation de produits bio est devenue incontournable pour plus d'1 foyer français sur 2. D'après la dernière enquête du CREDOC de 2021, 51 % des foyers français achètent des produits bio au moins une fois par mois. Ce taux n'était encore que de 26 % en 2010.

Dans votre foyer, tous les combien achète-t-on des produits bio ?
(au moins une fois par mois)

Base 2021 : 3020 ménages

Crise économique de 2008 :
la Bio peu impactée continue sa progression en France jusqu'à connaître un effet de palier en 2012.



Source : Enquête CCAF 2007, 2010, 2013, CAF 2016, 2018, 2021 (CREDOC)

2021 : le marché alimentaire bio reste sur une tendance forte

Depuis des années, les achats des ménages en produits bio enregistrent une croissance bien supérieure à celle des produits non bio en **Grandes et Moyennes Surfaces**. Le contexte atypique de 2020 n'a pas fait exception. Alors que la multiplication des repas à domicile entraînait une croissance des achats non bio de +6,5 %, en parallèle, les achats bio progressaient de +13,3 % vs 2019 (source : IRI).

De leur côté, **les magasins spécialisés bio**, bénéficiant de la crise sanitaire, ont vu leur chiffre d'affaires progresser de +13 % entre 2019 et 2020 (source : Good, BioAnalytics).

Avec le retour à la normale en 2021, l'ensemble des achats des ménages a logiquement diminué en GMS : -0,3 % pour les produits non-bio et -1,6 % pour les produits bio sur les 8 premiers mois de l'année vs la même période en 2020 (source : IRI). Dans le même temps, dans le réseau spécialisé bio, les ventes ont diminué de - 8 % en valeur après la hausse spectaculaire de 2020.

Cependant, **comparé à la période pré-covid de 2019**, les produits bio sont en hausse en GMS de +14 % sur les 8 premiers mois de l'année 2021. Une progression deux fois supérieure à celle des produits non bio (+7 %).

Les magasins spécialisés bio suivent la même tendance, avec une hausse à +5 % sur les 8 premiers mois 2021 vs les 8 premiers mois de 2019.

210 000 emplois : la bio participe à la vie économique de la France

Le secteur bio participe à la vie économique des territoires français. Il totalise environ 210 000 emplois, dont en particulier plus de 128 000 dans les entreprises de transformation et de distribution bio et 78 000 dans les exploitations agricoles, au cœur des zones rurales.

EMPLOIS SECTEUR BIO	2020
AMONT (Source : Agence Bio . Effectifs dans les exploitations agricoles)	78 000
AVAL (transformation alim + distribution)	128 000
Cosmétique Bio (Source : Cosmébio)	3 000
Produits de santé naturelle et compléments alimentaires Bio (Source : Synadiet)	3 300

La bio est particulièrement pourvoyeuse d'emplois au niveau de l'agriculture puisqu'une exploitation bio emploie en moyenne 1,5 fois plus de travailleurs qu'une exploitation conventionnelle. Une exploitation bio représente en effet 2,4 unités de travail annuel (UTA - temps de travail d'une personne à temps complet pendant un an), contre seulement 1,5 en conventionnel. (Source : Agence bio).

DES PERSPECTIVES DE CROISSANCE PROMETTEUSES

Bio : plébiscitée par les jeunes générations

Les jeunes, les consommateurs très diplômés et les accros aux applis sont sur-représentés dans la clientèle des magasins bio spécialisés. Quand 14 % de la population globale fréquente les magasins bio, ce taux s'élève à 26 % chez les utilisateurs d'applis et 24 % chez les 25-34 ans (source : Crédoc 2021).

Une étude récente de l'institut BVA montre également que les jeunes (18-24 ans) préfèrent davantage la bio à l'agriculture raisonnée que leurs aînés.

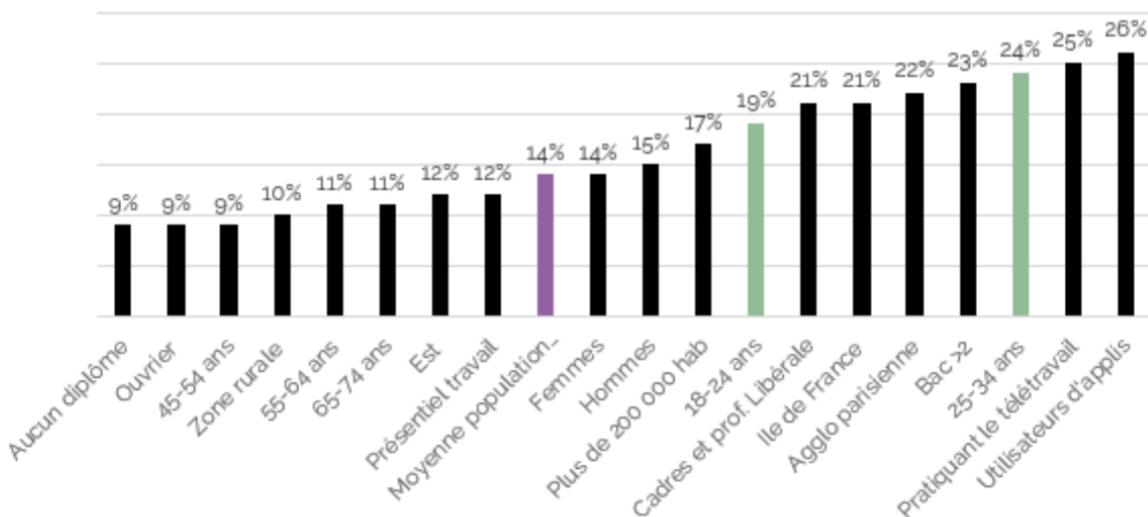
Pour aller plus loin, les 18-24 ans sont sur-représentés parmi les nouveaux consommateurs de bio en 2020. Alors que l'on comptait 15 % de nouveaux consommateurs dans la population globale, ce taux s'élevait à 21 % chez les 18-24 ans. (source : baromètre Agence Bio 2021).

CRÉDOC
CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ÉTUDE ET
L'ORIENTATION DES CONDITIONS DE VIE

Les acheteurs dans les magasins spécialisés Bio

"Fréquentez-vous les magasins spécialisés Bio plus d'une fois par mois ?"

Moyenne population globale = 14%



La Maison de la Bio confiante en l'avenir grâce à un faisceau d'indicateurs très encourageants

De nombreux indicateurs permettent à La Maison de la Bio d'avoir confiance dans la poursuite du développement du secteur de la bio en France. Elle estime en effet que :

- Les secteurs bio non-alimentaires vont fortement contribuer à la croissance
- Le e-commerce (pure players, drive...) et les circuits-courts ont un fort potentiel de croissance sur la bio
- La base de consommateurs va continuer à grandir, en particulier par l'intermédiaire des jeunes consommateurs
- L'auto-suffisance en produits bio agricole va se développer grâce à la conversion des parcelles en bio
- La bio correspond à de nombreuses attentes des consommateurs : absence de pesticides, attention particulière portée aux allergènes, critères stricts (réglementation publique)... Des points sur lesquels la certification bio apporte des garanties. De plus, les consommateurs comprennent de plus en plus que manger bio et utiliser régulièrement des produits de santé ou de bien-être naturels contribue à préserver leur santé sur le long terme
- Les ministres européens de l'Agriculture ont donné leur feu vert à un « plan d'actions » visant à consacrer au moins 25 % des terres agricoles de l'UE à l'agriculture biologique d'ici à 2030 - contre 8,5 % actuellement (Green Deal et Farm to Fork Strategy). Ambition française : 18% de la SAU convertie en bio d'ici 2027 (source : Julien Denormandie)

De fortes perspectives de croissance de la consommation des ménages d'ici 2027

La Maison de la Bio estime que la consommation des ménages de produits Bio pourrait atteindre près de 20 milliards d'euros en 2027 (hors textile Bio), contre 14,3 milliards en 2020.

Elle estime que le marché de la consommation alimentaire Bio à domicile pourrait atteindre près de 17 milliards d'euros en 2027 alors qu'elle était de 12,7 milliards en 2020 (Source : Chiffres Agence Bio), sur une hypothèse de croissance annuelle médiane de 0,6 milliard (source : AND International).

Le marché des cosmétiques bio pourrait quant à lui s'élever à 1,6 milliard d'euros contre 900 millions d'euros en 2019, avec une croissance d'environ +8 % par an de 2022 à 2027 (Source : Cosmébio).

Du côté des compléments alimentaires, La Maison de la Bio estime que le marché pourrait atteindre 1 milliard euros de chiffre d'affaires, contre 550 millions d'euros en 2020. (Source : Synadiet)



LES RÉPONSES DE LA MAISON DE LA BIO AUX NOUVEAUX ENJEUX DU MARCHÉ

Les 4 enjeux prioritaires de La Maison de la Bio

La Maison de la Bio a identifié 4 enjeux prioritaires pour assurer le développement du secteur bio dans les meilleures conditions. Elle estime en particulier nécessaire de :

1. Préserver les fondamentaux de la bio

La bio a une vision animée par une économie créant de la valeur dans le respect l'environnement, mobilisant tous ses acteurs par des activités qui ont du sens (production, transformation et distribution) et de façon solidaire, dans l'intérêt de tous sur la durée. Des fondamentaux qui doivent être préservés.

2. Valoriser les impacts positifs des filières bio sur l'économie, la santé, l'environnement

Le secteur Bio doit apprendre à mieux communiquer sur ses contributions positives sur l'environnement, le commerce équitable, la santé, etc. en menant des actions pédagogiques auprès de tous les publics, en s'appuyant sur des études existantes ou innovantes.

3. Représenter toute la diversité des acteurs de la bio, de l'amont à l'aval, de l'alimentaire au non alimentaire

Pour être efficace et entendu, le mouvement bio doit être représentatif et mobiliser toutes les filières, de l'amont à l'aval, qu'il s'agisse de l'alimentaire, des cosmétiques, des produits d'hygiène, des produits de santé, du textile, de la viticulture... Ce mouvement doit s'inscrire au-delà du territoire français et se coordonner à l'échelle européenne. Les pouvoirs publics doivent accompagner l'essor de la démarche bio, sur laquelle la France est en pointe.

4. Développer une communication et un plaidoyer efficaces face à la multiplication des allégations et des labels

Face à cette dilution, le secteur bio doit affirmer le rôle indispensable des labels bio certifiés et contrôlés. Il est indispensable d'établir des comparaisons objectives entre les différents points de repères présents sur le marché afin de permettre au consommateur de choisir en toute connaissance de cause.

La Maison de la Bio : des missions à la hauteur des enjeux

Pour répondre aux 4 enjeux majeurs identifiés, La Maison de la Bio s'est fixée 4 missions :

1. Parler d'une seule et même voix en devenant l'interlocuteur privilégié des institutions et des médias pour défendre et faire valoir les valeurs de toute la filière Bio
2. Favoriser les progrès techniques de la bio et centraliser puis diffuser l'information économique avec le développement d'un centre de ressources et la création d'un comité éthique
3. Mutualiser les compétences de nos adhérents
4. Animer des missions transversales en construisant des filières durables et équitables et en se dotant d'une vision commune de la RSE

Une Feuille de Route 2021-2022 concrète et ambitieuse

La Maison de la Bio a défini sa feuille de route qu'elle va mettre en œuvre dès cet automne et durant l'année 2022. Il s'agit pour elle de :

- Parler d'une seule voix en représentant les entreprises de la bio pour combler la sous-représentation de la bio dans la sphère publique, médiatique et institutionnelle :
 - Pour mieux représenter le secteur auprès des institutions, générer des études économiques, dont une 1^e étude prospective en cours de réalisation avec le Crédoc et AND international
 - Proposer des actions spécifiques pour peser dans le débat des présidentielles
 - Devenir un référent du secteur dans les discussions du plan Ambition Bio 2022-2027
- Réaffirmer les fondamentaux de la bio et ses impacts positifs
 - Fournir de l'information appuyée sur des faits scientifiques sur les impacts positifs de la bio (santé, environnement, biodiversité, carbone...) en nouant des partenariats avec des instituts de recherche, en commençant par l'Itab
 - Structurer un comité éthique pour être dans l'amélioration continue et à l'avant-garde des progrès techniques et scientifiques de la Bio
- Concrétiser les engagements RSE, environnementaux et sociaux des entreprises
 - Élargir le périmètre de Bio Entreprise Durable, le label RSE créé par le Synabio et dédié aux transformateurs alimentaires Bio, à l'ensemble du secteur. Dans un premier temps, avec les cosmétiques Bio et les réseaux de distribution spécialisés Bio

lamaisondelabio.com