

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

VIANDES  
BIO



# OBSERVATOIRE DES VIANDES BIO 2021

# POINTS DE REPÈRE AU SUJET DES VIANDES BIO

## DU CÔTÉ DE LA PRODUCTION

LA FRANCE, UNE TERRE AGRICOLE DE PLUS EN PLUS ENGAGÉE EN FAVEUR DU BIO

### UN MODÈLE D'ÉLEVAGE EXIGEANT

# 2 À 3

années sont nécessaires pour convertir une ferme et obtenir la certification AB

Pendant cette période de transition, les éleveurs appliquent le règlement AB (pas d'utilisation de pesticides ni d'engrais chimiques de synthèse, limitation des traitements aux animaux, alimentation produite sur la ferme) mais les produits ne peuvent être valorisés en AB qu'au terme de la période de conversion.

6 599 éleveurs de vaches allaitantes bio

soit **30 %** des éleveurs bio <sup>(1)</sup>

186 942 vaches allaitantes élevées selon un cahier des charges strict,

soit **5,7 %** du cheptel national <sup>(1)</sup>

## DU CÔTÉ DE LA CONSOMMATION

LES FRANÇAIS AIMENT LA VIANDE BIO



# 100%

de la viande bovine bio consommée en France est d'origine française <sup>(2)</sup>



Les viandes bovine, ovine et porcine représentent

# 5,3%

du marché bio (tous circuits de distribution confondus)

### CLASSEMENT DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION DES VIANDES BIO <sup>(2)</sup>



### UN LABEL RECONNU, REPÈRE DE LA TRANSITION ALIMENTAIRE ET DU MIEUX-MANGER <sup>(3)</sup>

# 94%

des Français déclarent connaître le label AB

# 91%

lui font largement confiance

## LA FILIÈRE VIANDES BIO FACE À DE NOUVEAUX DÉFIS

Après une période exceptionnelle marquée par la crise sanitaire, les chiffres 2021 du marché bio mettent en lumière un changement des habitudes, avec notamment un recul des achats en GMS. Dans un contexte où les Français se mobilisent en faveur d'une consommation responsable, en plébiscitant des productions locales, la filière des Viandes bio continue de connaître une croissance globale, cependant moins importante que l'année précédente en raison d'un contexte plus difficile au 2<sup>nd</sup> semestre.

En progression en 2021, le marché des viandes bio se caractérise par une augmentation de 10% des volumes d'abattage sur la dernière année.

Concernant les circuits de distribution, plusieurs tendances se dégagent. On observe d'une part un maintien des ventes en magasins spécialisés (+4%), d'autre part une croissance des ventes au sein des boucheries artisanales (+7%) et en vente directe (+10%), et enfin un recul de la GMS où les ventes chutent de 9%. Seule la RHD est en forte croissance (+21%), mais cette évolution est à mettre en rapport avec une année 2020 particulière où l'activité avait été très ralentie et où la RHD ne représentait alors que 7% des débouchés des viandes bio.

En résumé, si la production de viandes bio a continué de progresser (de manière plus modérée en bovins), les comportements des consommateurs changent et contraignent les distributeurs à adapter leur offre.

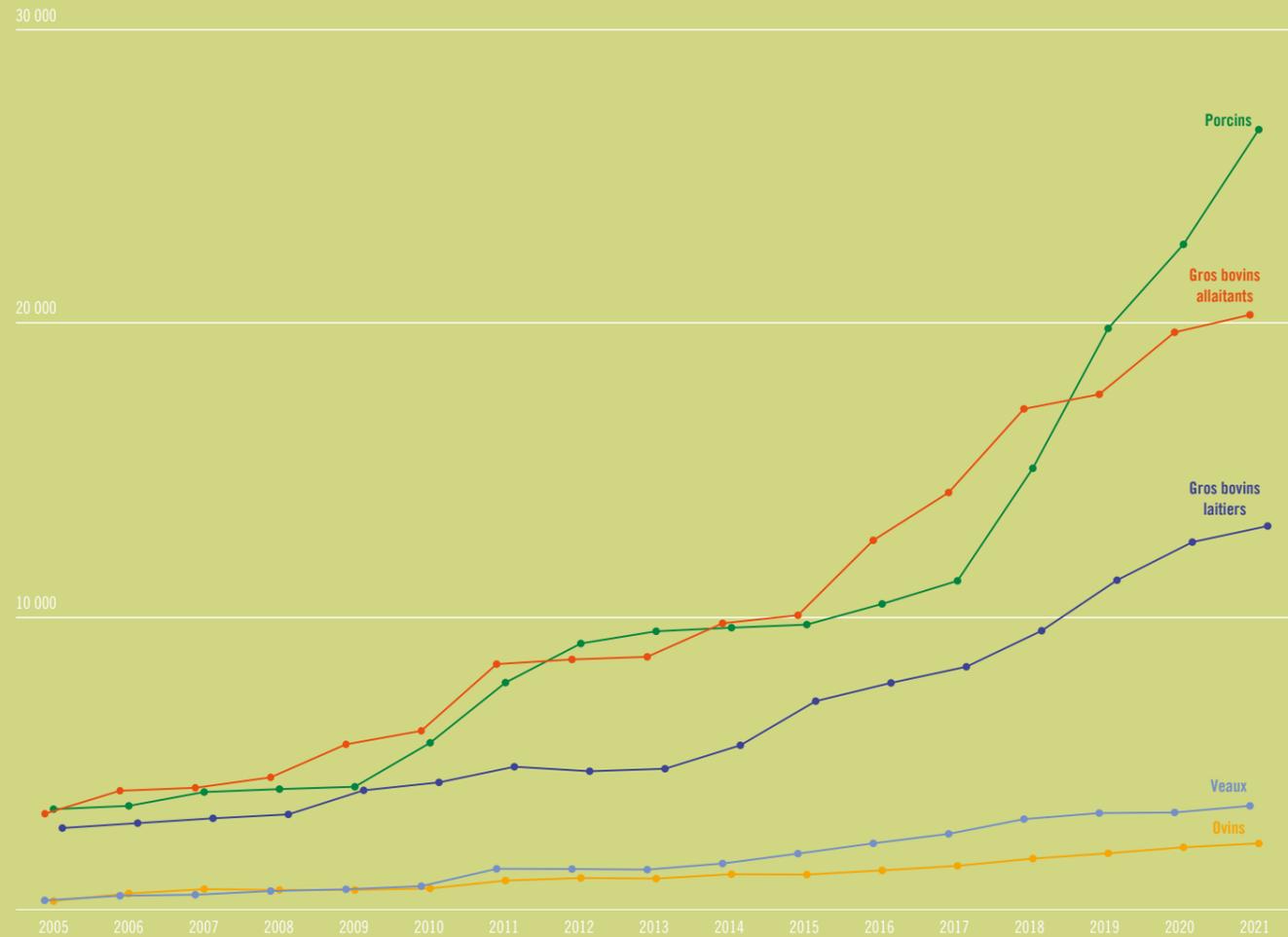


# LA PRODUCTION D'ANIMAUX BIO

En 2021, la production d'animaux bio continue de se développer, passant ainsi de **60 180 TEC** en 2020\* à **65 637 TEC** en 2021, soit **une progression de + 10 % en un an** (tous circuits confondus).

## ÉVOLUTION DES VOLUMES (TEC) ABATTUS DEPUIS 2005, TOUS CIRCUITS CONFONDUS

Attention : à partir de 2011, intégration de la vente directe dans le graphique



## DÉTAIL DES VOLUMES BIO ABATTUS PAR ESPÈCE PAR AN

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	2021
<b>Porcins</b>	3 369	3 481	3 954	4 054	4 147	5 636	7 693	9 030	9 447	9 570	9 708	10 381	11 171	15 016	19 795	22 667	26 652
<b>Gros bovins allaitants</b>	3 212	3 998	4 099	4 455	5 583	6 045	8 325	8 484	8 574	9 719	9 995	12 555	14 188	17 046	17 544	19 663	20 260
<b>Gros bovins laitiers</b>	2 723	2 914	3 056	3 190	4 012	4 284	4 818	4 665	4 749	5 551	7 059	7 683	8 234	9 465	11 192	12 527	13 043
<b>Veaux</b>	255	412	447	573	632	740	1 332	1 325	1 305	1 513	1 852	2 203	2 526	3 031	3 237	3 258	3 483
<b>Ovins</b>	231	488	636	610	612	660	928	1 017	997	1 145	1 132	1 276	1 432	1 680	1 861	2 066	2 199
<b>TOTAUX</b>	<b>9 790</b>	<b>11 293</b>	<b>12 192</b>	<b>12 882</b>	<b>14 986</b>	<b>17 365</b>	<b>23 096</b>	<b>24 521</b>	<b>25 073</b>	<b>27 498</b>	<b>29 746</b>	<b>34 098</b>	<b>37 551</b>	<b>46 238</b>	<b>53 629</b>	<b>60 181</b>	<b>65 637</b>

(\*) Chiffres 2020 corrigés



## ZOOM SUR LA FILIÈRE BOVINE



**Globalement, les abattages bovins bio allaitants, incluant vaches, génisses, bœufs, jeunes bovins et taureaux, se sont développés de façon plus modérée, en augmentant de 3 % entre 2020 et 2021 en volume** (20 260 TEC - Tonnes équivalent carcasse équivalent carcasse). Cette croissance plus faible qu'à l'accoutumée est en lien avec une stagnation du cheptel de vaches allaitantes biologiques et en conversion (+ 0,6 %), une baisse de la consommation fin 2021 ainsi qu'une concurrence plus importante des filières conventionnelles (avec la diminution significative de l'écart de prix payé producteur).

**Une proportion importante des troupeaux de bovins allaitants, en complément des animaux laitiers et mixtes, a alimenté le marché du steak haché et des viandes prêtes à découper.** Au rayon libre-service des grandes surfaces (hard-discount, proxi et e-commerce inclus), les ventes de viande hachée de bœuf bio ont diminué en valeur et en volume passant de 4 834 tonnes en 2020 à 4 387 tonnes en 2021, baissant la part de la bio sur ce segment (4,7 % en volume vs 5,2 % en valeur du total de haché vendu en GMS). **On note aussi des difficultés à valoriser une partie des pièces dites nobles**, comme l'entrecôte ou le faux-filet, notamment en boucheries artisanales, ce qui s'explique entre autres par le déséquilibre créé par l'augmentation des débouchés en RHD non commerciale (valorisant principalement des avants) et de la part prépondérante de la demande en steak haché sur les autres circuits de commercialisation. Ce déséquilibre et la baisse des ventes ont pu être gérés via du déclassement pris en charge par les filières.

**En 2021, les abattages de veaux ont quant à eux repris leur croissance** avec 7 % d'augmentation des volumes d'abattage. Les baisses de volumes constatées en GMS ont pu être en partie compensées par la reprise des ventes en RHD et, dans une moindre mesure, par le développement de la vente directe et des boucheries artisanales.

Sources Agence BIO - Observatoire des Viandes Bio - Sondage IFOP pour la Commission Bio d'INTERBEV

## ZOOM SUR LA FILIÈRE OVINE



En 2021, les abattages d'ovins bio ont continué de progresser, gagnant 6,4 % (2 199 TEC - Tonnes équivalent carcasse) par rapport à 2020, soit un ralentissement par rapport aux croissances habituelles. Cette tendance s'explique, d'une part, par une croissance modérée du cheptel de brebis allaitantes biologiques et en conversion (+ 5,5 % en 2021 par rapport à 2020), et d'autre part, par une meilleure adéquation entre l'offre et la demande, qui se consolide au fil du temps mais aussi par la concurrence avec le conventionnel qui a contribué à la « fuite » de volumes d'agneaux bio pour combler les déficits existants.

Les professionnels ont par ailleurs multiplié les initiatives visant à mettre cette viande en lumière tout au long de l'année afin de gérer la saisonnalité de la production. La campagne « Agneau Bio d'automne » a ainsi permis de dynamiser la consommation à une saison où beaucoup d'agneaux sont disponibles mais qui ne constitue pas une période traditionnelle de consommation de viande d'agneau.



## ZOOM SUR LA FILIÈRE PORCINE

Les abattages de porcs bio ont connu une croissance soutenue en 2021, passant de 22 667\* tonnes en 2020 à 26 652 tonnes en 2021, malgré une augmentation faible du nombre de truies sur 2021 (+ 2,2 %), en lien avec le décalage existant entre la conversion, la mise en place de truies biologiques et l'abattage de porcs.

Tout comme pour les autres viandes, les débouchés ont été moins importants en GMS. Cependant, les Français ont jeté leur dévolu sur certains produits comme les lardons, dont les ventes ont enregistré une forte hausse, notamment au premier semestre, pendant lequel les consommateurs ont davantage cuisiné à domicile. Pour faire face au déséquilibre matière, les professionnels ont néanmoins essayé de valoriser l'ensemble des morceaux du porc, tels que les épaules ou encore la longe, lors d'animations en magasins.

Les volumes de ventes en RHD ont progressé en 2021, et dans une moindre mesure en magasins spécialisés et vente directe. Cependant, dans ce contexte de forte augmentation des abattages de porcs biologiques et de difficultés à équilibrer les carcasses (beaucoup de ventes de pièces type poitrine), une quantité significative des volumes a été exportée, déclassée ou congelée pour le stockage. En effet, l'offre a été globalement supérieure à la demande sur l'ensemble de l'année 2021, avec une accélération de l'écart suite à la baisse de consommation observée à partir du second semestre.



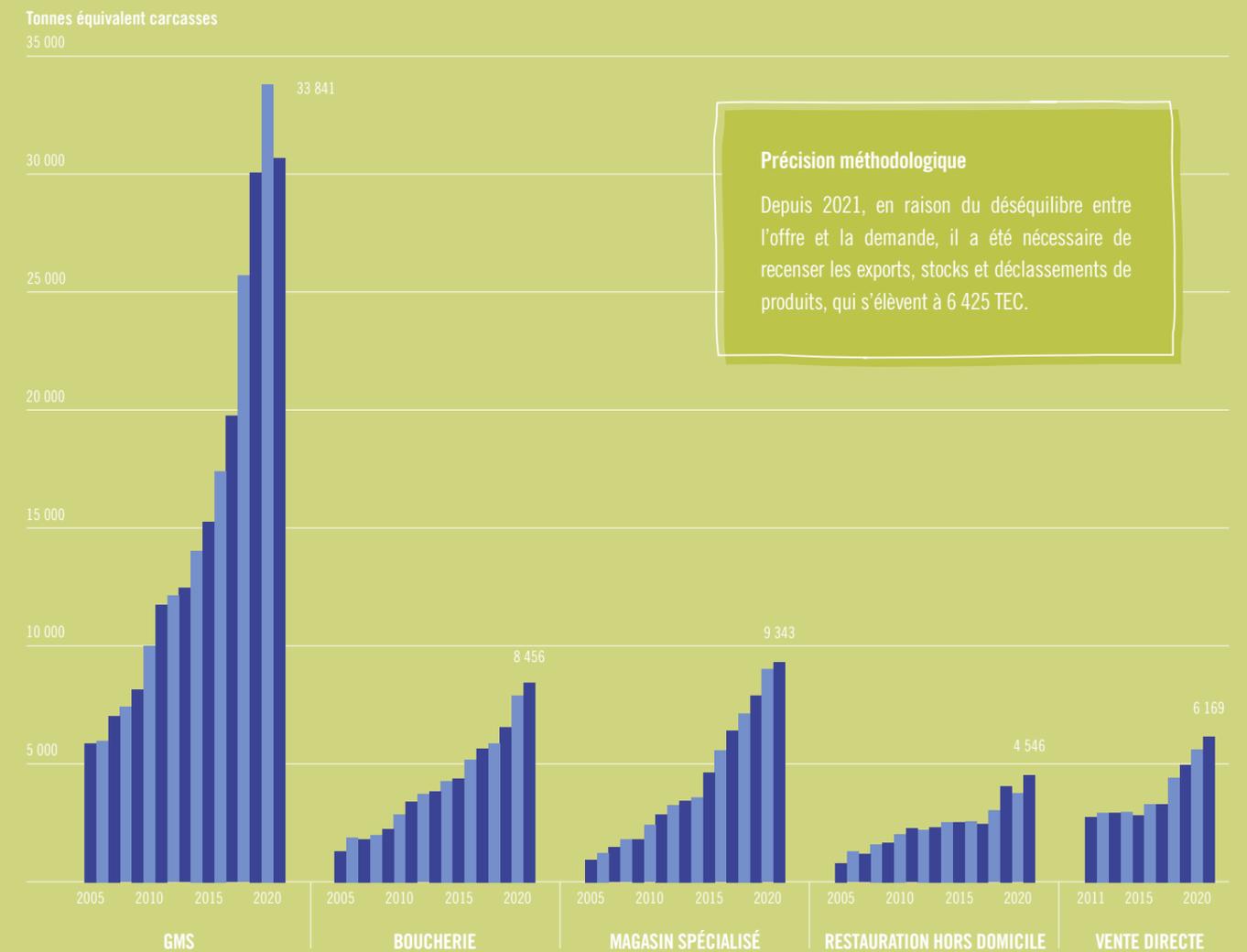
(\*) Chiffres 2020 corrigés

## UNE CRISE SANITAIRE QUI A MODIFIÉ LE MARCHÉ

Jusqu'en 2019, les différents circuits de commercialisation se complétaient de manière harmonieuse, offrant aux viandes bio une bonne visibilité pour trouver des débouchés adaptés à chaque espèce, chaque morceau, chaque saison.

En 2021, la restauration hors domicile impactée par la crise du COVID l'année précédente, retrouve une croissance (+21%) mais reste le débouché le moins important en volume pour les viandes bio. Si la loi EGalim fixe à la restauration collective un objectif de 50% de produits de qualité et durables dans l'assiette, dont au moins 20 % de produits biologiques, ce seuil n'est pas encore atteint et ce, malgré les actions entreprises par la filière pour développer le marché. En cause, la période actuelle marquée par l'inflation, la montée de la demande en local ainsi que la multiplication des labels et des allégations privées qui viennent concurrencer le bio.

Les grandes surfaces ont quant à elle éprouvé des difficultés en 2021 du fait des confinements encore existants et de la modification des comportements des consommateurs sur cette période ; ce circuit accuse une baisse de 9 % qui est assez globale sur l'ensemble des espèces. Cette diminution est en partie compensée par les boucheries artisanales qui ont progressé de 7 % en 2021 (secteur néanmoins fragilisé par la difficulté à trouver du personnel qualifié) et par les magasins spécialisés (+ 4 %). La vente directe, qui avait déjà connu une augmentation lors des épisodes COVID, poursuit sa croissance en enregistrant une hausse de 10 %.



Sources Agence BIO - Observatoire des Viandes Bio - Sondage IFOP pour la Commission Bio d'INTERBEV

# LA FILIÈRE VIANDES BIO DOIT S'ADAPTER DANS UN CONTEXTE INCERTAIN

**Durant cette année 2021, la filière viandes bio a dû s'adapter** pour trouver le juste équilibre entre l'offre et la demande, entre une reprise dans certains segments (RHD) et une baisse de la consommation de produits biologiques observée sur 2021 en GMS.

Les opérateurs continuent leurs efforts pour s'adapter au mieux dans un contexte comportant énormément d'incertitudes : flambée du prix de l'aliment et autres charges (énergie, transports et emballages), hausse exceptionnelle des prix d'achat des animaux conventionnels (gros bovins et agneaux), évolution du comportement des consommateurs.

Des leviers de régulation ont été mis en place ou amplifiés pour gérer l'équilibre entre production et débouchés : export, déclassement, etc. L'ensemble des filières biologiques sont à un tournant historique concernant la consommation de produits bio, qui représentent en 2021 une part de marché globale de 6,6 % dans les courses alimentaires des Français. L'enjeu est de s'adapter pour limiter le déclassement et le stockage tout en ne pénalisant pas le potentiel de production dans l'hypothèse d'une reprise de la consommation.

**La courbe de production toutes espèces confondues a néanmoins continué de progresser et l'objectif de doubler les volumes en 5 ans est désormais atteint.** Cependant, les opérateurs restent très prudents et précisent que l'année 2022 s'annonce a priori moins favorable du fait du contexte compliqué.

Les nombreuses actions initiées par la Commission Bio d'INTERBEV pour valoriser les viandes bio auprès des distributeurs et du grand public vont se poursuivre en 2022 avec en point d'orgue la mise en place d'une grande campagne de promotion des viandes biologiques.

Sources Agence BIO - Observatoire des Viandes Bio - Sondage IFOP pour la Commission Bio d'INTERBEV

**#BIORÉFLEXE** »,

UNE CAMPAGNE COLLECTIVE  
POUR RÉAFFIRMER  
LES GARANTIES DU BIO

**INTERBEV participe à la première campagne collective d'information et de promotion du mode de production de l'agriculture biologique, des exigences du label AB et de ses produits,** pilotée par l'Agence BIO et soutenue par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Déployée du 30 mai à l'automne 2022 sur l'ensemble du territoire national, elle a pour ambition d'interpeller le consommateur pour lui rappeler que la consommation de produits issus de l'agriculture biologique est **une contribution à la préservation de l'environnement et de la biodiversité.**

## À PROPOS D'INTERBEV

INTERBEV est l'Association Nationale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes, fondée en 1979 à l'initiative des organisations représentatives de la filière française de l'élevage et des viandes. Elle reflète la volonté des professionnels des secteurs bovin, ovin, équin et caprin de proposer aux consommateurs des produits sains, de qualité et identifiés tout au long de la filière. Elle fédère et valorise les intérêts communs de l'élevage, des activités artisanales, industrielles et commerciales de ce secteur, qui constitue l'une des premières activités économiques de notre territoire. Afin de mieux intégrer les attentes de la société, les professionnels de cette filière se sont rassemblés autour d'une démarche de responsabilité sociétale, labellisée par l'AFNOR « engagé RSE confirmé » de niveau 3 sur 4 en juin 2018 : le « Pacte sociétal », qui vise à mieux répondre collectivement aux enjeux en matière d'environnement, de protection animale, de juste rémunération des acteurs de la filière et d'attractivité de ses métiers au service d'une alimentation raisonnée et de qualité. Aujourd'hui, cette démarche qui engage la filière dans la promesse responsable et durable « Aimez la viande, mangez-en mieux. », est portée par une campagne de communication collective du même nom, signée « Naturellement Flexitariens. »

## À PROPOS D'INAPORC

INAPORC est l'interprofession nationale porcine. Elle rassemble tous les métiers de la filière porcine française : fabricants d'aliments pour les porcs, éleveurs, coopératives, abatteurs-découpeurs, industriels de la charcuterie- salaison, grande distribution, artisans bouchers et charcutiers- traiteurs, restauration collective. L'interprofession défend les intérêts de la filière porcine française et met en œuvre des actions collectives d'intérêt général. La Commission Bio d'INTERBEV, en partenariat avec INAPORC, rassemble les professionnels de l'agriculture biologique. Elle a donc à cœur de représenter ces filières et d'accompagner leur développement.

## CONTACTS PRESSE - GULFSTREAM INFLUENCE

MATHILDE TOUPET  
mtoupet@gs-com.fr  
06 87 10 27 16

MÉLISSA OUKRAT  
moukrat@gs-com.fr  
06 86 06 16 09