Les victoires à l'exportation, de la bio française

En 2024, l'excédent des échanges agroalimentaires (4,9 milliards d'euros) diminue de 1,6 milliard d'euros par rapport à 2023[1]. Le rebond export français serait-il bio ?

L'évolution de la consommation

Il est révolu le temps du régime bio tristounet ; il est venu celui de la bio plaisir, gastronomique. Le consommateur contemporain d'épicerie fine privilégie dorénavant les aliments sains, à l'origine clairement définie, porteurs de vertus écologiques et sanitaires. En mariant Bio et Gourmet, nos producteurs et transformateurs s'adressent à cette cible exigeante, disposant en outre du consentement à payer nécessaire.

Des pâtes à Bologne, des chocolats à Bruxelles, des sauces à Dublin, des couscous à Montréal

La bio française transcende les idées reçues.

Pourquoi le principal distributeur bio italien achèterait-il des pâtes à une PME provençale ? Certes, pas n'importe quelles pâtes : sans gluten, aux légumineuses, issues d'un process de production innovant garantissant textures et saveurs auxquelles ne peuvent prétendre les concurrents industriels locaux.

Que dire des motivations de la principale enseigne belge[3] qui préfère un fournisseur français pour ses tablettes de chocolats bio équitables à sa propre marque (MDD) ? Sans doute a-t-elle choisi la double garantie d'une qualité constante alliée à celle d'origines éthiques et contrôlées.

Ce sont des qualités organoleptiques exceptionnelles, fruit d'un savoir-faire artisanal, qui ont séduit cette marque bio leader en Irlande pour ses sauces tomate.

Quant au principal réseau bio québécois, et sa MDD distinctive, c'est pour toutes ces raisons qu'il a confié à une PME méridionale sa gamme de couscous sans gluten.

Ces performances de nos PME bio prouvent que le défi est déjà relevé. Quels sont leurs atouts ? Ils sont indubitables et d'ordre culturel.

Les atouts de la bio française à l'export

- La diversité de l'offre : 83 % de la consommation bio hexagonale est produite localement[4]. La bio française couvre l'ensemble des occasions de consommation alimentaire, quotidiennes et festives, en frais, ambiant et surgelé.
- L'exigence et le sérieux de nos certifications : la France est reconnue pour surenchérir sur les normes environnementales et sanitaires de l'UE.
- La priorité donnée aux saveurs : en 2010, l'Unesco classait « le repas gastronomique des Français » comme patrimoine culturel immatériel de l'humanité.
- Des recettes courtes (le clean label) et saines : le savoir-faire de nos transformateurs s'est affranchi depuis longtemps des exhausteurs de goût et des adjuvants destinés à masquer pauvreté gustative et aspect industriel.
- L'innovation et la maîtrise des ingrédients au service de l'excellence organoleptique : le respect des qualités naturelles, gustatives et nutritionnelles des composants est l'ADN de nos fabricants.
- Le recours à des filières de matières premières garantit constance organoleptique, respect des normes éthiques, écologiques, sanitaires et microbiologiques, ainsi que la pérennité des approvisionnements.

Les ventes bio à l'étranger devraient, a minima, être supérieures aux importations (2,4 milliards d'euros en 2022, soit 17,2 % de nos besoins)[5].

L'objectif est d'amener l'export de la bio à son poids dans la consommation hexagonale (5,6 %), soit 4,6 milliards d'euros au lieu des 1,15 milliard d'euros actuels.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les exportations bio françaises s'élevaient en 2023 **à 1,15 Md€ (1,04 Md€ en 2022)**, soit environ 1,4 % des exportations agroalimentaires[2].

[1] *Agreste, Le Service statistique ministériel de l'agriculture.*

[2] *©Statistica 2025 - dont 64 % d'alcools, 21 % d'épicerie.*

[3] *Hors dicounters.*

[4] *En hausse, elle n'était que de 70 % en 2022 et de 68 % en 2021, hors produits exotiques (Source : Agence Bio).*

[5] *En baisse, 2,66 milliards d'euros en 2021 (Source : rapport 2023 de l'Agence Bio).*

Denan et Associés

Exporter la bio innovante de France

Jean-Marc Denan

DENAN & ASSOCIÉS

jm@denan.fr / www.denan.fr