RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

L'AGENCE BiO
Pour un monde plus Bio

L'OBSOCO L'Observatoire Société & Consommation

BAROMÈTRE DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN FRANCE - 2026

Consommation et Perception

Présentation à la presse

Méthodologie

Enquête auto-administrée en ligne sur un échantillon de **6127 personnes**, représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. Un redressement par régions sur la base du genre, de l'âge et de la catégorie socioprofessionnelle a été réalisé, complété par un redressement global sur le niveau du diplôme et la taille de l'agglomération de résidence.

Le questionnaire était composé d'un tronc commun adressé à tous les répondants et de diverses questions filtrées, adressées notamment aux consommateurs de produits bios

Terrain d'enquête du **22 octobre au 3 novembre 2025**

SOMMAIRE

1. LA CONSOMMATION DE BIO REPART À LA HAUSSE

2. LES MOTEURS DE LA REPRISE DE LA CONSOMMATION BIO : LES PRÉOCCUPATIONS SANTÉ ET ENVIRONNEMENTALES EN HAUSSE

3. LA CONFIANCE DANS LE BIO SE RENFORCE MAIS RESTE FRAGILE

4. CONCURRENCE DES LABELS ET DU LOCAL PARTICIPENT AUX DOUTES ET FREINS DU BIO

5. LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ DU BIO RESTENT FORTES

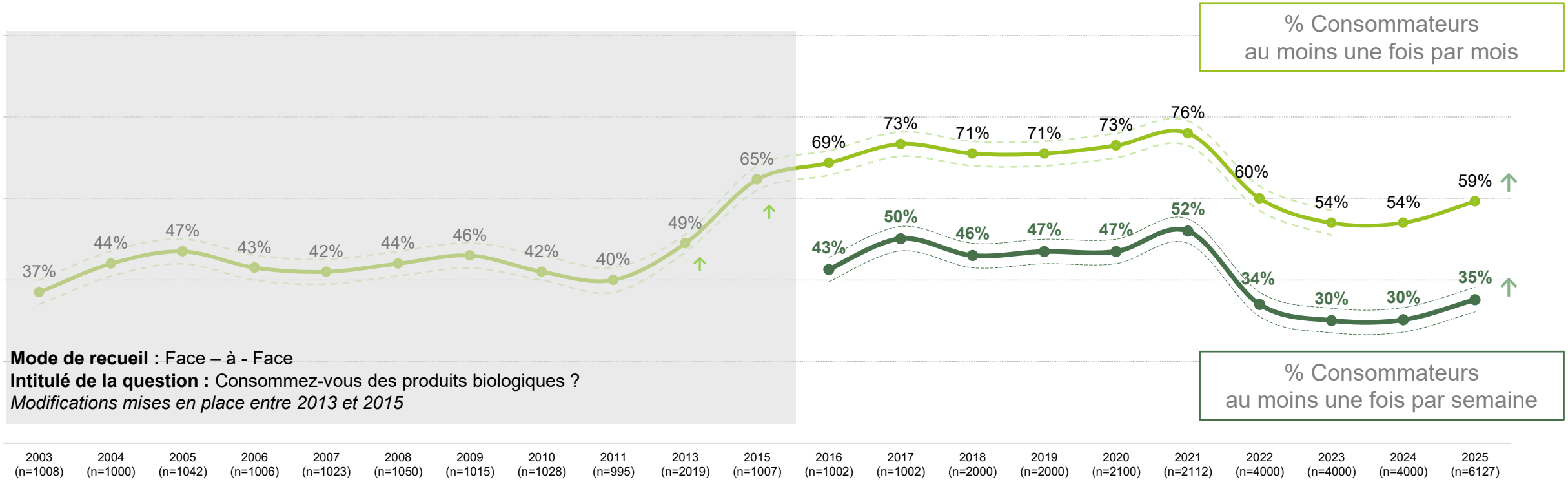
1. LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO REPART

Retour au sommaire

Hausse de la part de consommateurs de produits biologiques qui retrouve son niveau de 2022

Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Base totale, n=6127



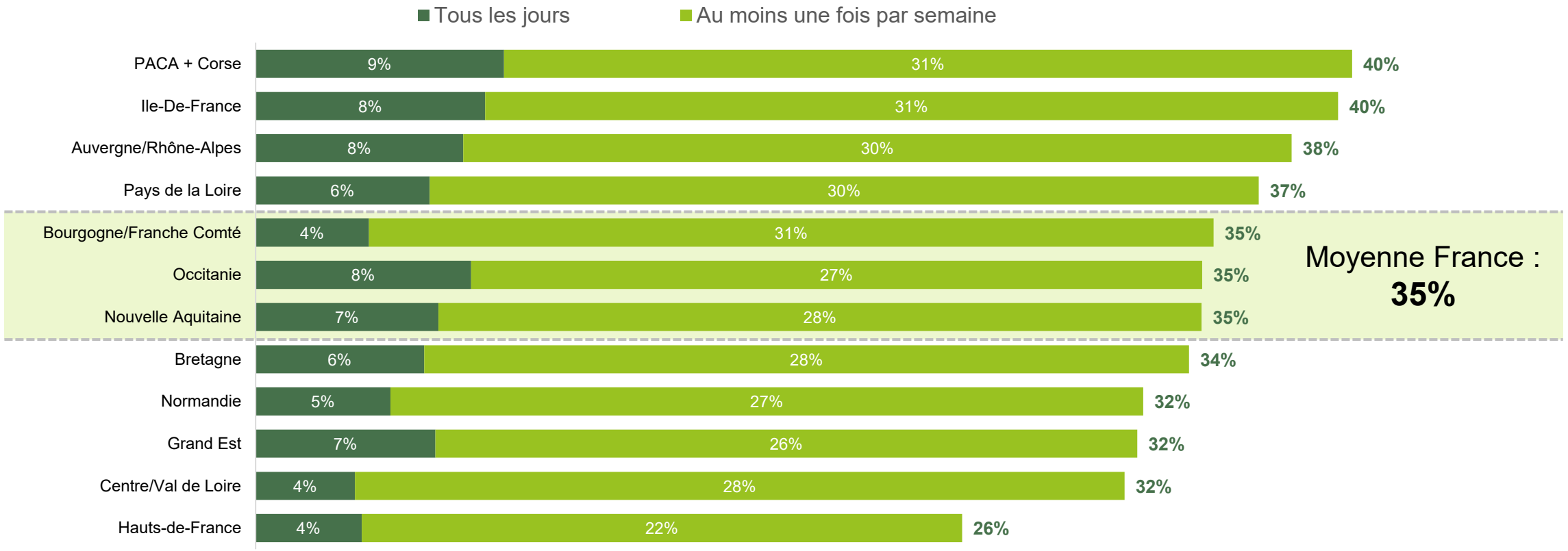
Mode de recueil : Face – à - Face
Intitulé de la question : Consommez-vous des produits biologiques ?
Modifications mises en place entre 2013 et 2015

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Une consommation qui reste hétérogène entre les régions

Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=6127



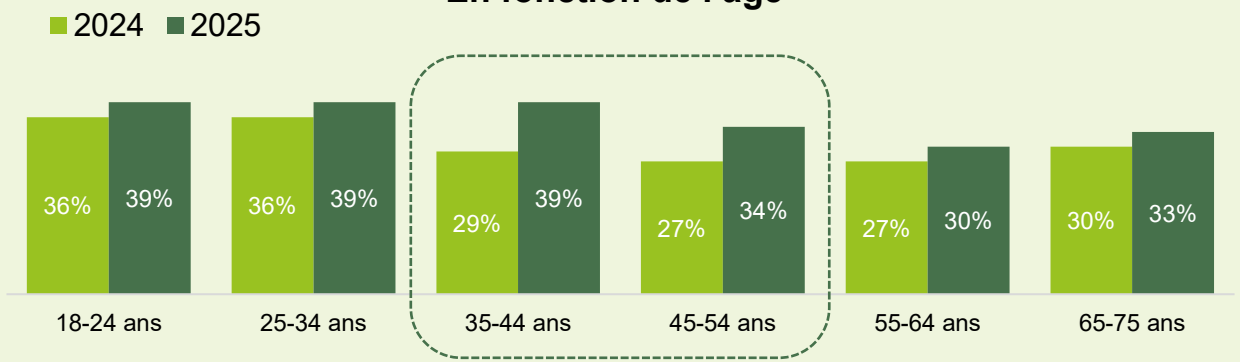
Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Une hausse de la consommation qui concerne toutes les catégories sociales

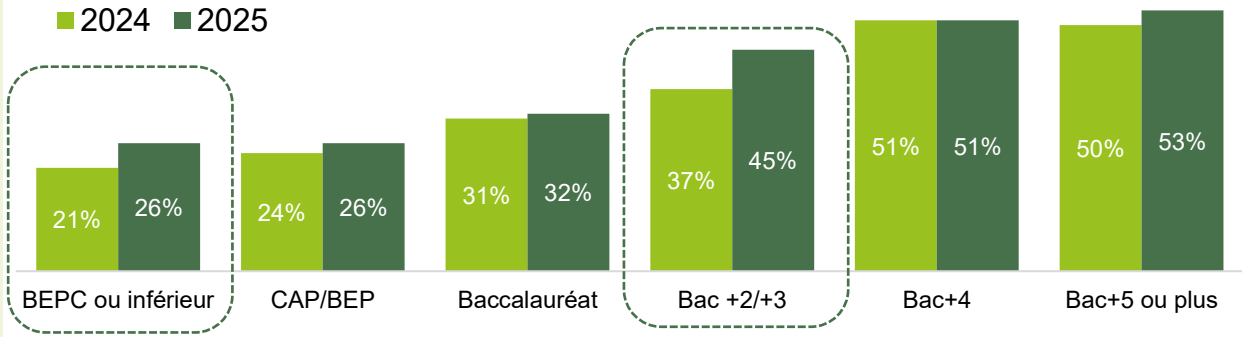
Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=6127

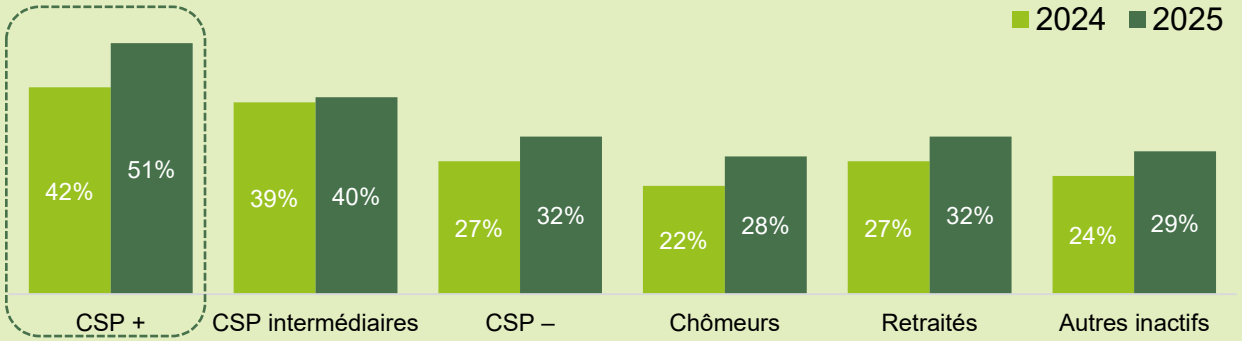
En fonction de l'âge



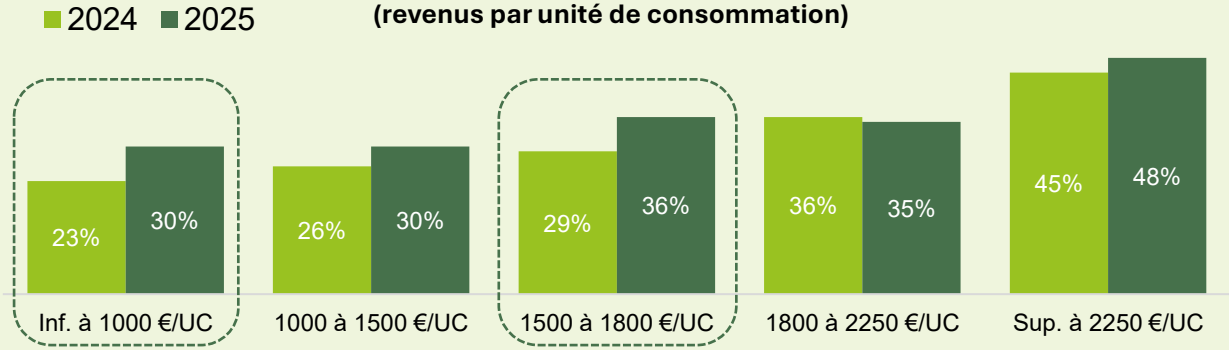
En fonction du niveau de diplôme



En fonction de la catégorie socioprofessionnelle



En fonction du niveau de vie
(revenus par unité de consommation)

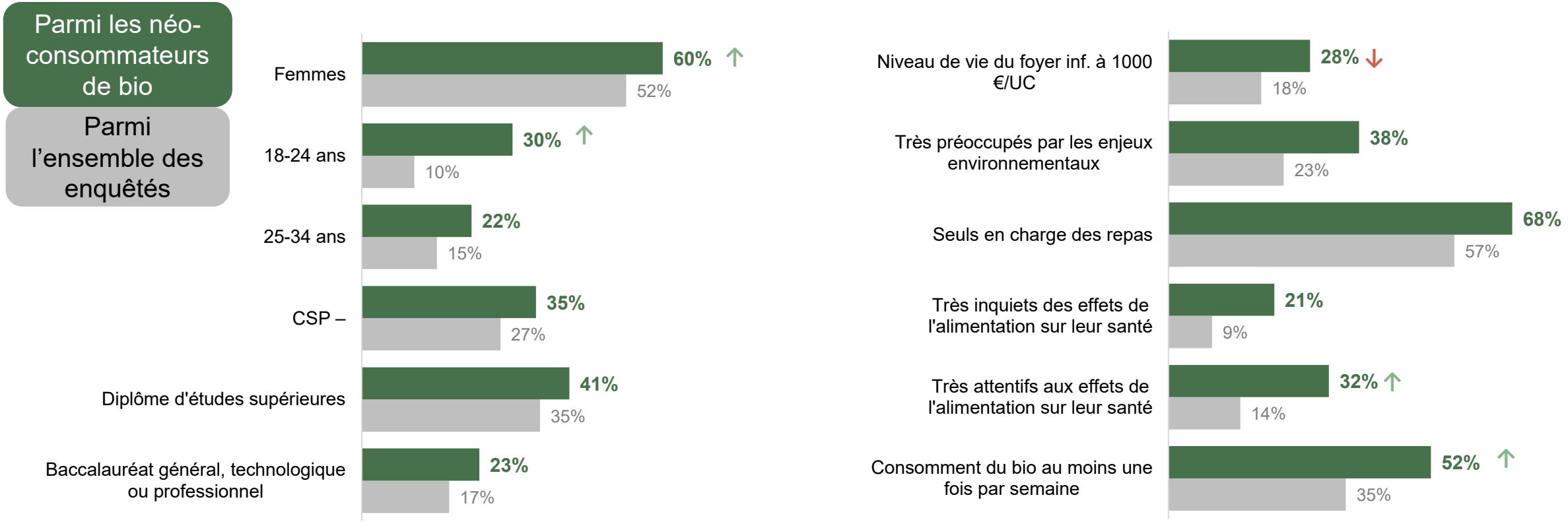


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Profil des néo-consommateurs de bio : jeunes, CSP- et très préoccupés par l'environnement et la santé

Profil des néo-consommateurs de bio

Bases : Consommateurs de bio depuis moins d'un an, n=240 ; Ensemble : base totale, n=6127

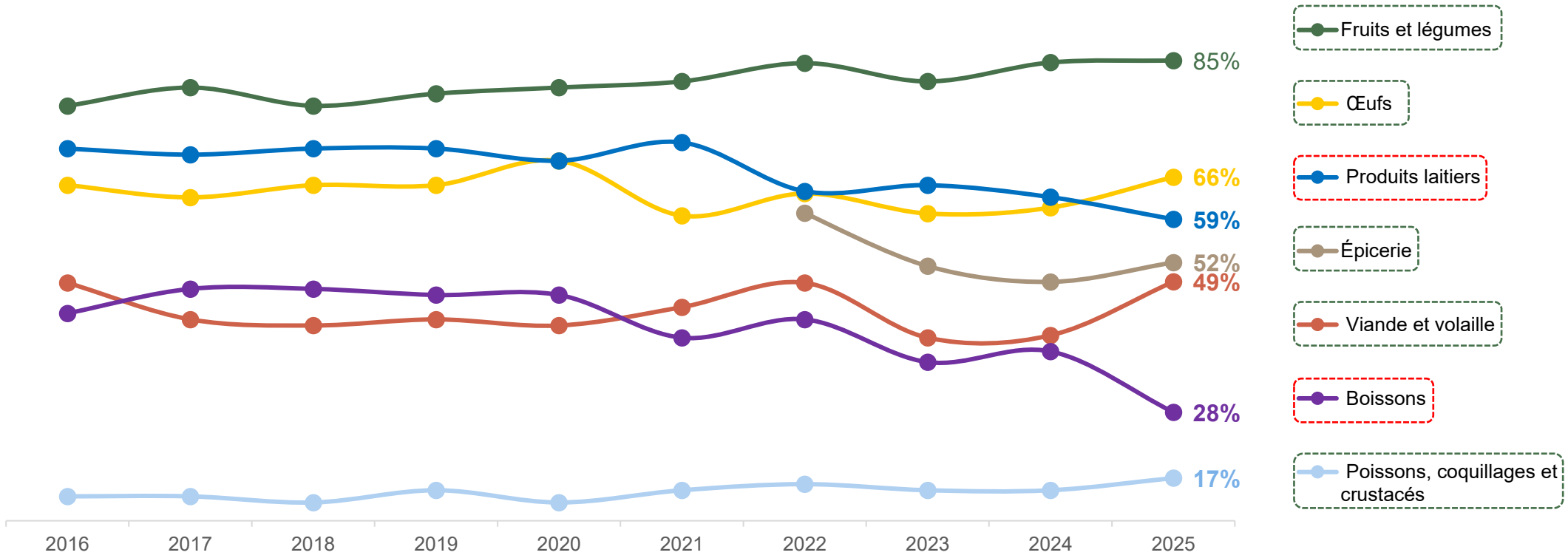


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2025

Hausse de la déclaration de consommation dans une majorité de catégories de produits pour les consommateurs mensuels de produits bio

Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=3686



Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

2. LES MOTEURS DE LA REPRISE DE LA CONSOMMATION BIO : LES PRÉOCCUPATIONS SANTÉ ET ENVIRONNEMENTALES EN HAUSSE

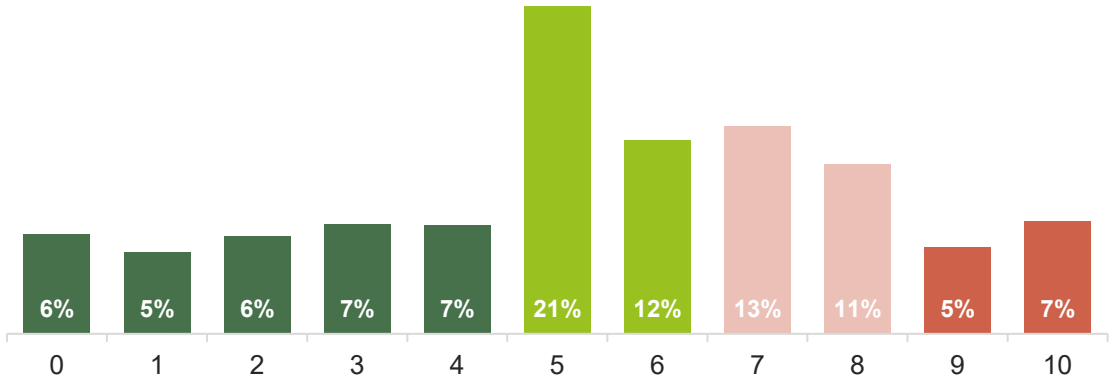
Retour au sommaire

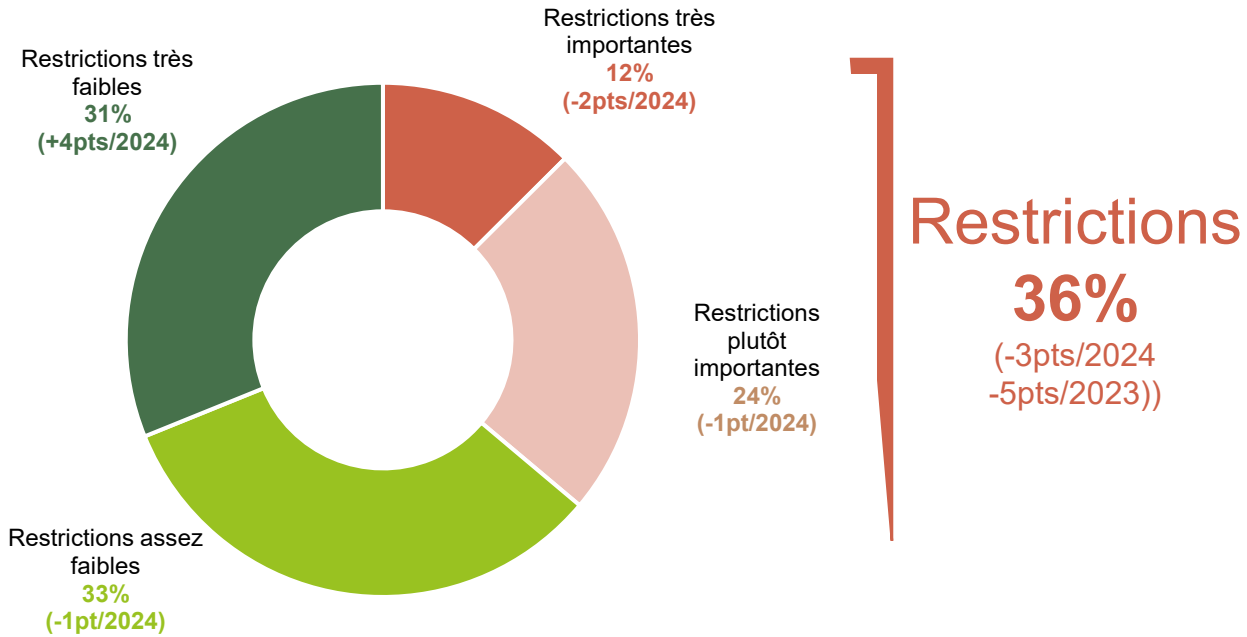
La contrainte financière continue de se desserrer

Dans quelle mesure avez-vous le sentiment que, dans votre foyer, vous êtes contraints de vous restreindre pour des raisons financières sur les dépenses alimentaires ?

Base totale, n=6127

Moyenne : 5,4 (-0,2pts/2024)
Ecart-type : 2,7



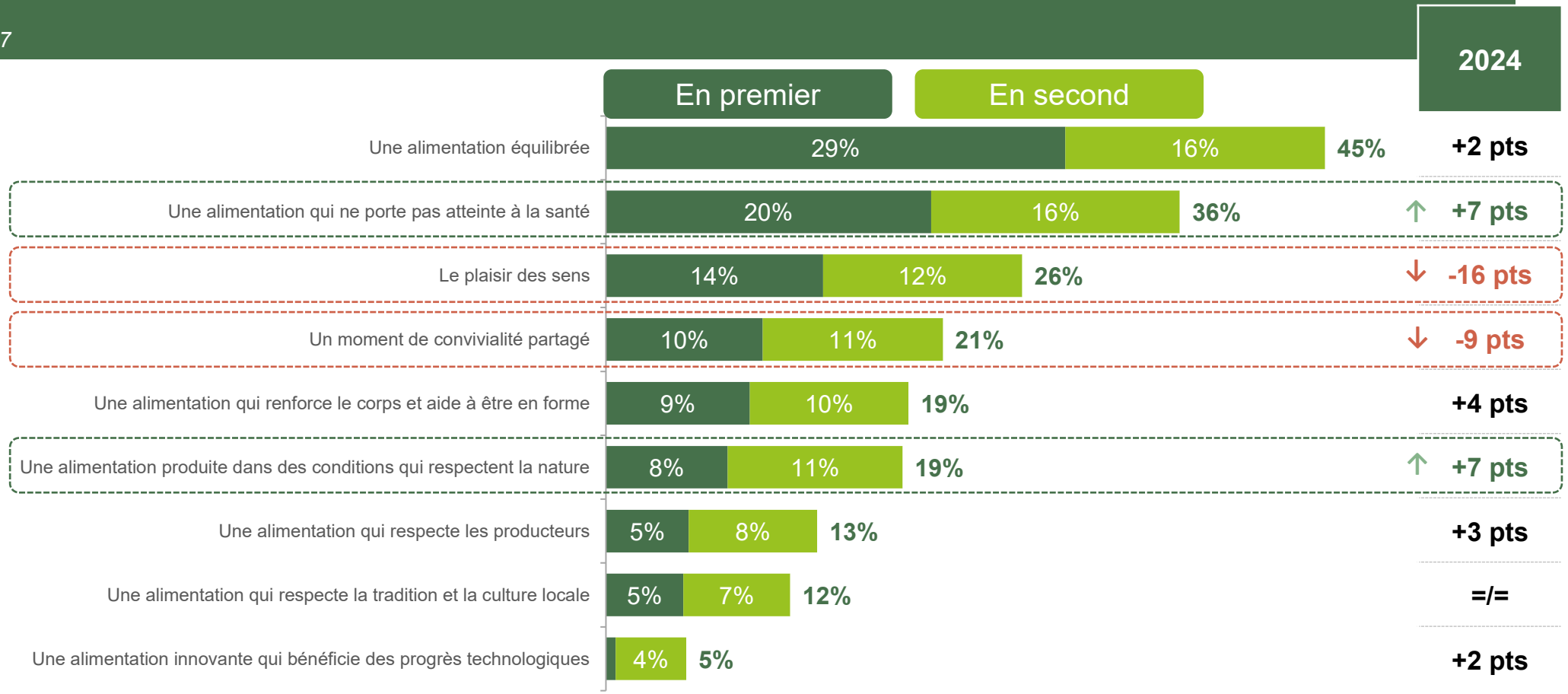


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

La santé de nouveau au 1er plan des représentations du « bien manger » au détriment du plaisir des sens et de la convivialité

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=6127

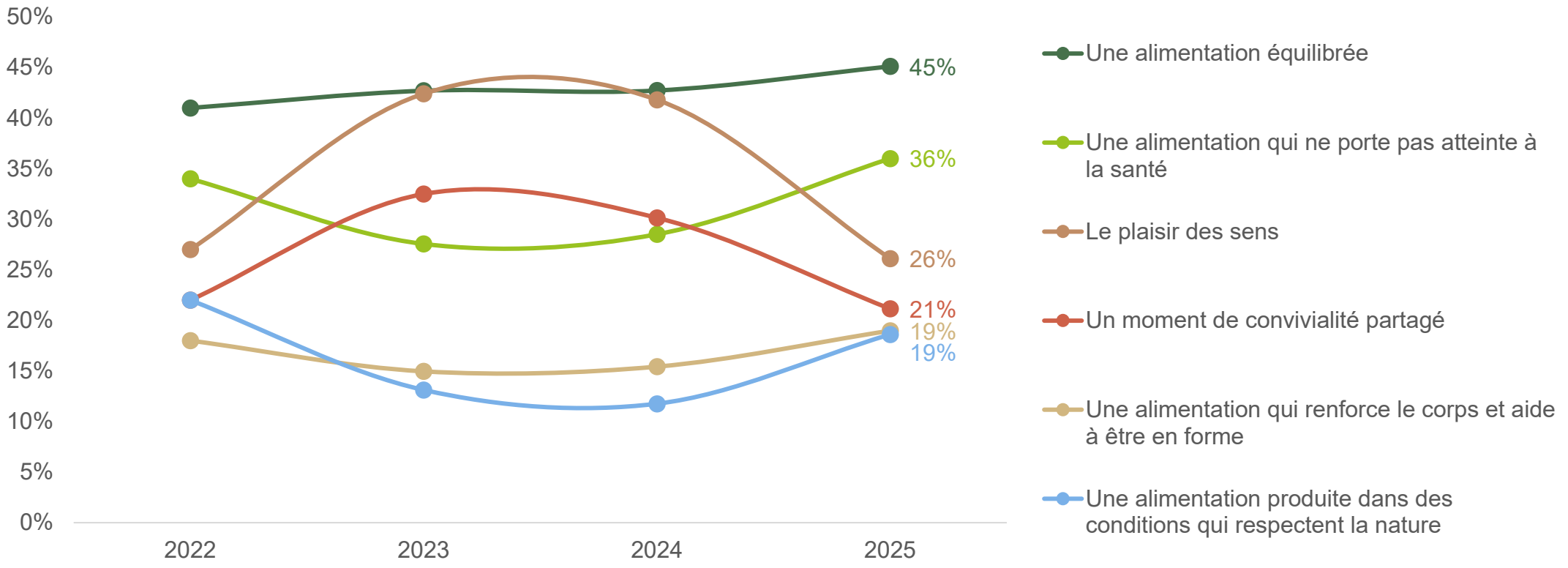


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Les critères santé et environnement en hausse, à l'inverse du plaisir des sens et de la convivialité en chute après un pic pendant l'inflation

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale (2025), n=6127 – « En premier » + « En second »



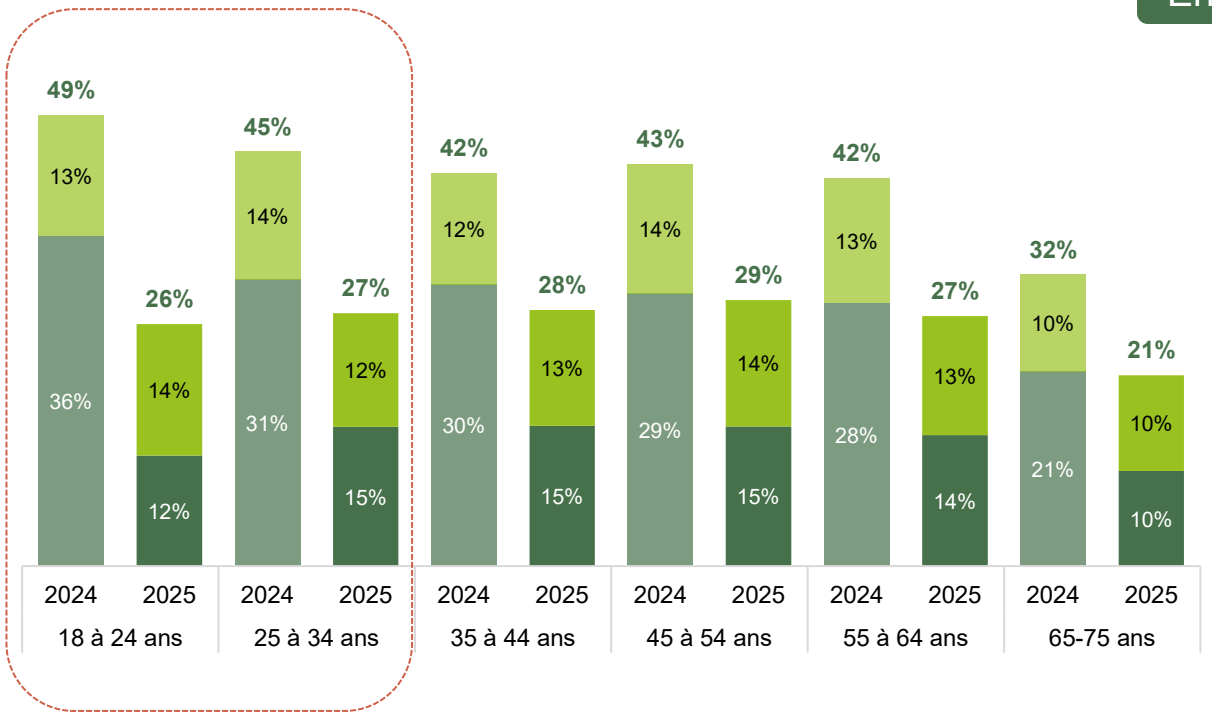
Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Un recul de la dimension plaisir en faveur de la santé plus marqué chez les jeunes

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=6127

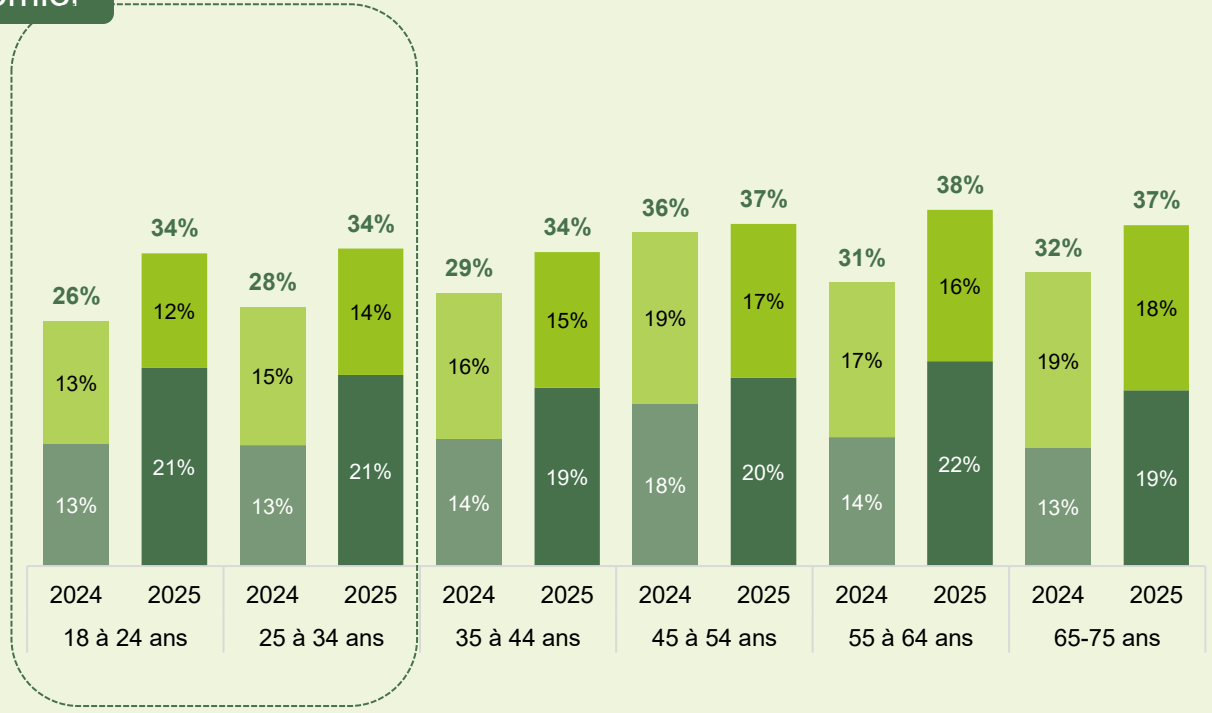
% « Le plaisir des sens »
En fonction de l'âge



En second

En premier

%«Une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé »
En fonction de l'âge

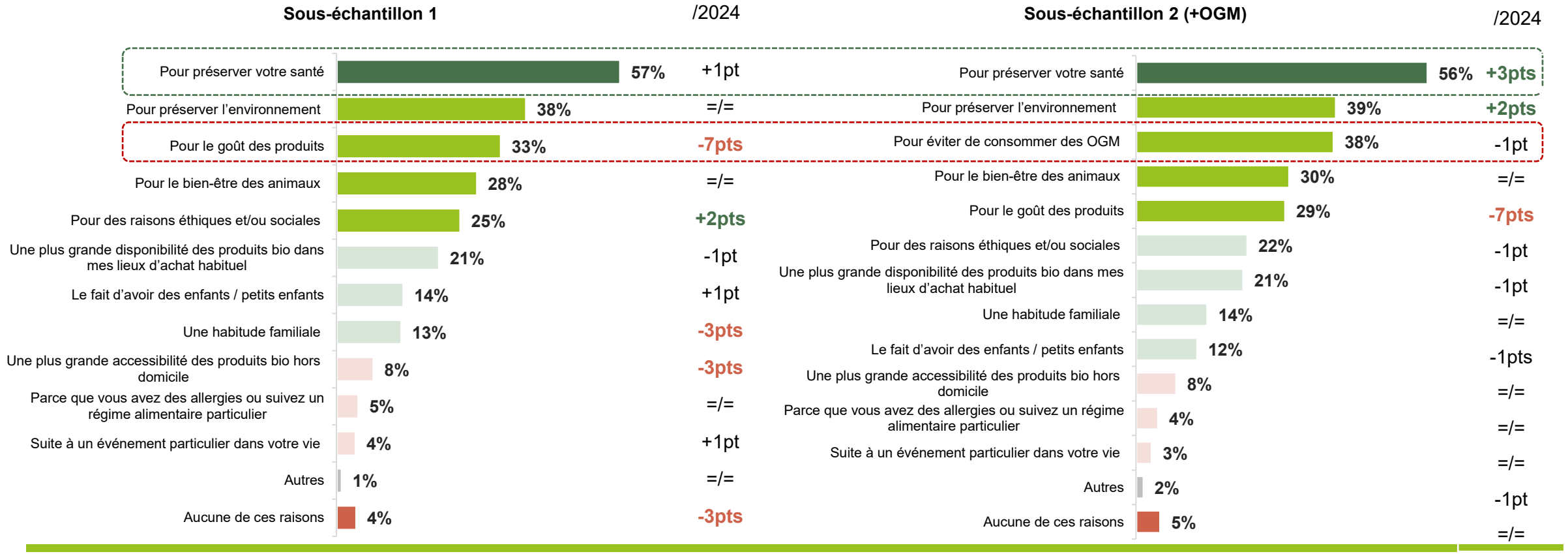


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Santé et environnement, premières raisons de la consommation bio

Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, séparée en deux sous-échantillons, n = 1847 et 1839 / Plusieurs réponses possibles

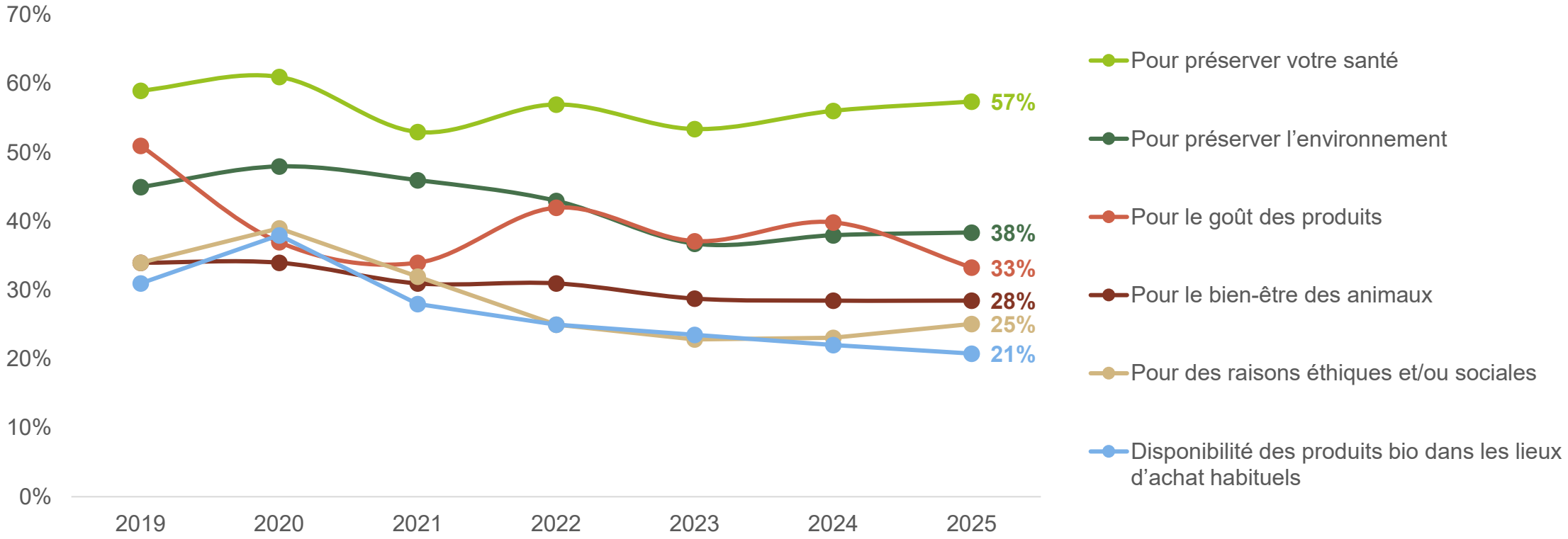


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

La santé, 1ère motivation à la consommation de bio, l'environnement revient en 2ème place en 2025

Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=3686 / Une seule réponse possible

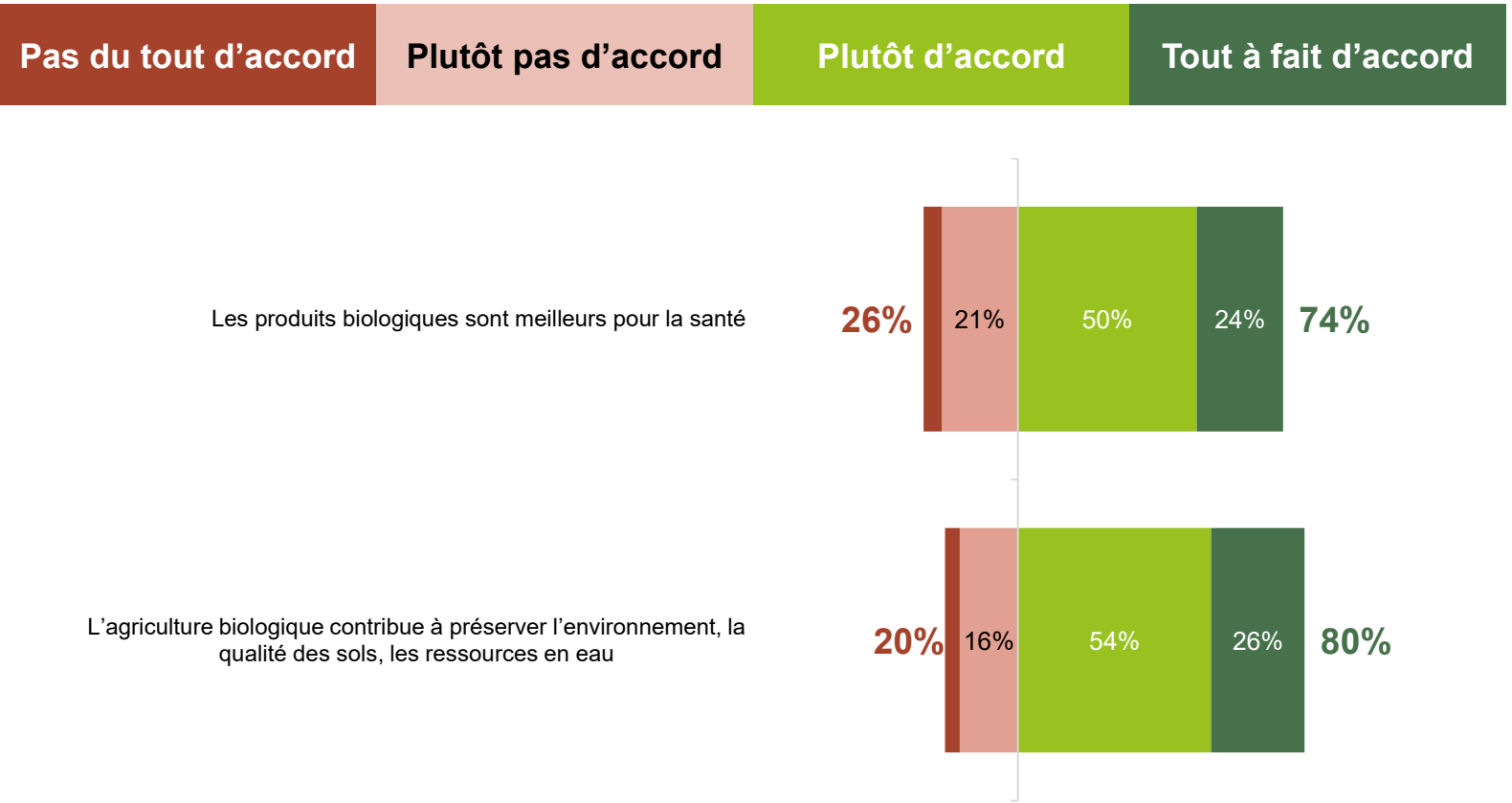


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Les attributs santé & environnement des produits bio très largement reconnus

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=6127



Evolution % « Tout à fait d'accord »

	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	23%	22%	24%	32%	30%	27%	30%	41%
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	25%	24%	28%	35%	33%	31%	32%	25%

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

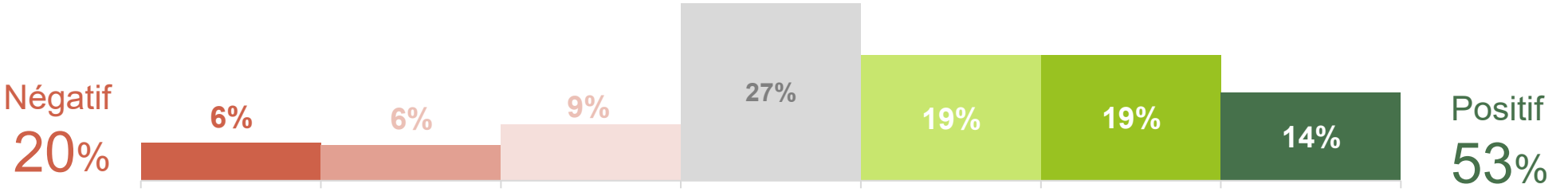
3. LA CONFIANCE DANS LE BIO SE RENFORCE MAIS RESTE FRAGILE

Retour au sommaire

Une perception positive du bio avec un quart d'indifférents

Si je vous dis « bio », cela vous évoque-t-il quelque chose de positif ou de négatif ?

Base totale, n=6127



« C'est plus une mode pour clientèle urbaine et aisée pour des produits qui peuvent venir de fort loin et/ou être fortement transformés. »

« Bio reste positif car sans pesticides, et il y a un cahier des charges qui rassure le consommateur. »

« C'est une preuve de qualité gustative et de respect environnemental, on sait que les produits ne sont pas remplis de produits chimiques pour les rendre jolis a la vente. »

« Ce terme a été galvaudé par des mauvaises utilisations et est utilisé par des marques peu scrupuleuses pour faire payer plus chers leurs produits. »

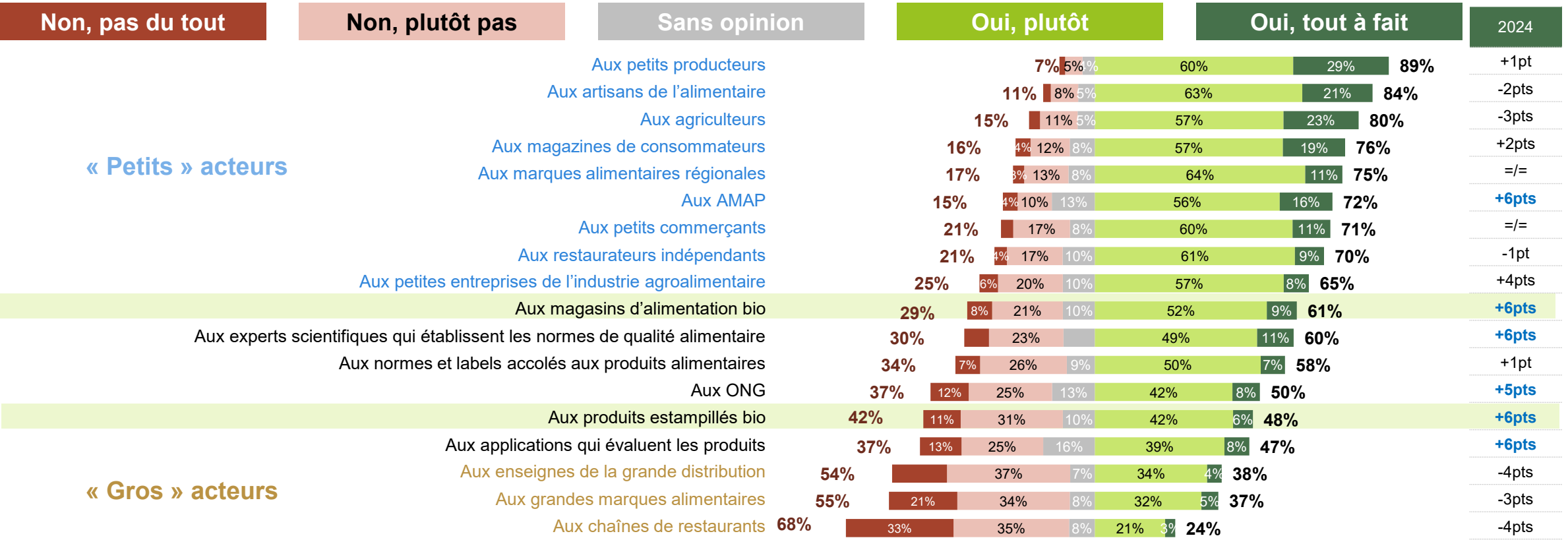
« Pour moi le 100% bio n'existe pas. Mais une culture faite de manière bio est moins catastrophique qu'une culture traditionnelle. »

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Confiance dans les acteurs : le bio remonte dans la dichotomie petits/grands acteurs

Considérez-vous que, de manière générale, en tant que consommateur on peut faire confiance… ?

Base totale, n=6127

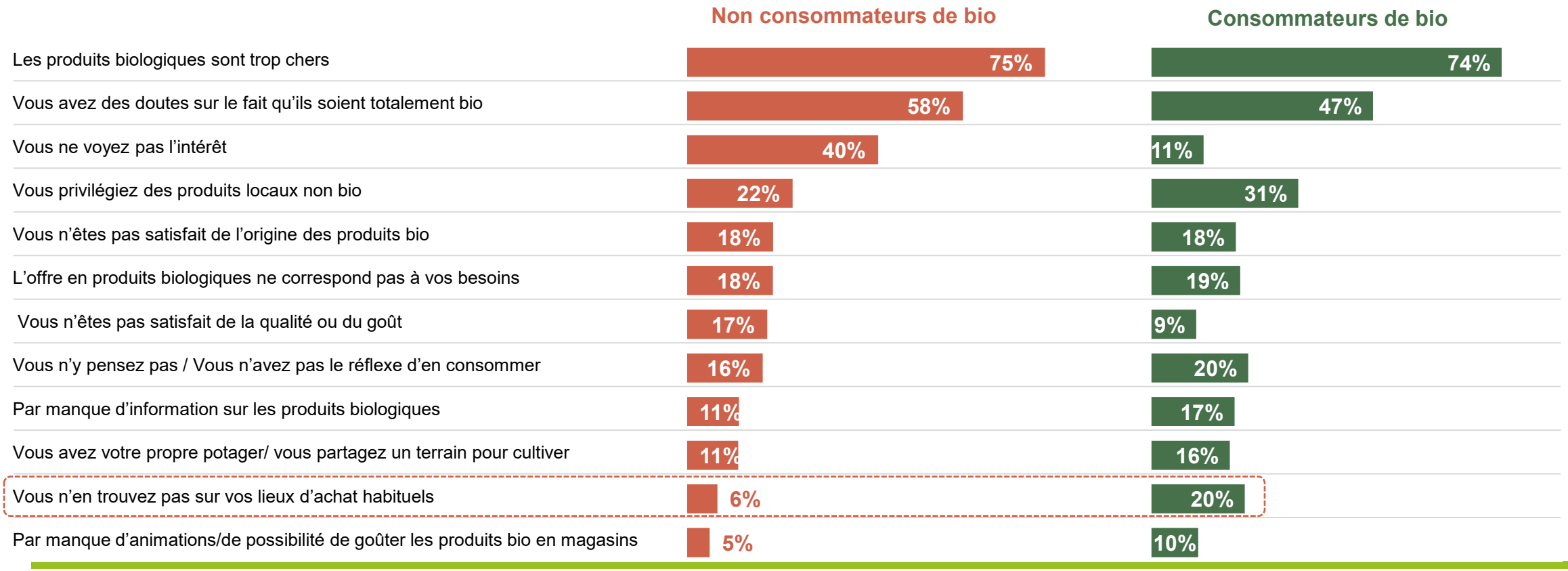


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Freins à la consommation de produits biologiques : le prix et les doutes

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas /pas plus souvent de produits biologiques ?

Bases : non consommateurs de produits biologiques, n=997; consommateurs de produits biologiques, n=5130

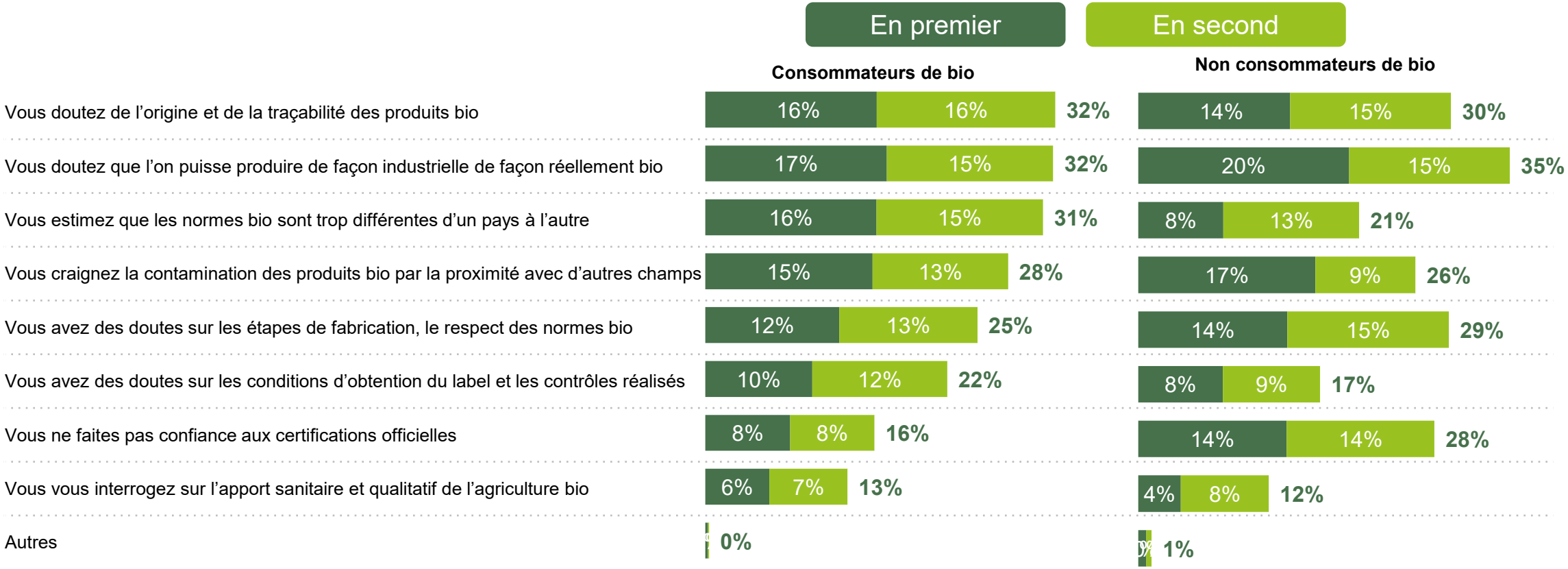


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Doutes vis-à-vis des produits bio selon la consommation de bio

Quels sont vos principaux doutes quant aux produits bio ? – Consommateurs vs non-consommateurs

Base : individus doutant de la réalité du bio, qui en consomment n=2374 / qui n'en consomment pas n=573



Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

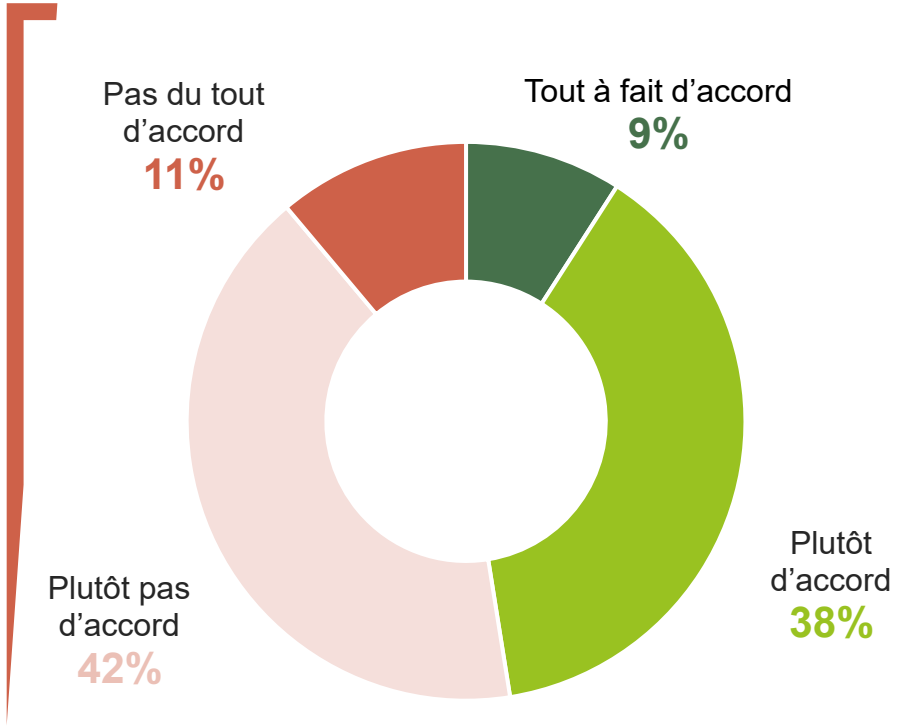
Confusion sur l'origine des produits bio et leurs contrôles, augmentent les doutes sur le bio

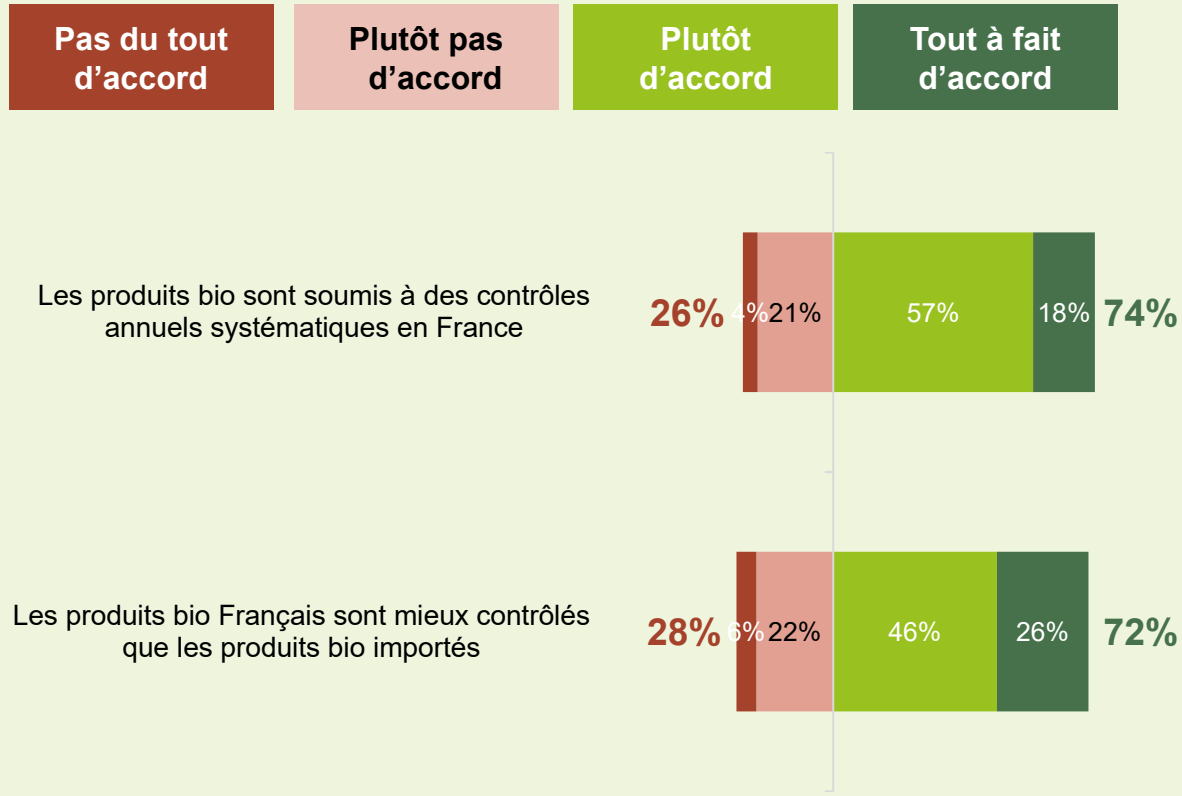
Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4006

« La plupart des produits bio vendus en France sont produits en France »

53%
estiment que la plupart des produits bio vendus en France ne sont pas produits en France
(=/ 2024 et 2023)





Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

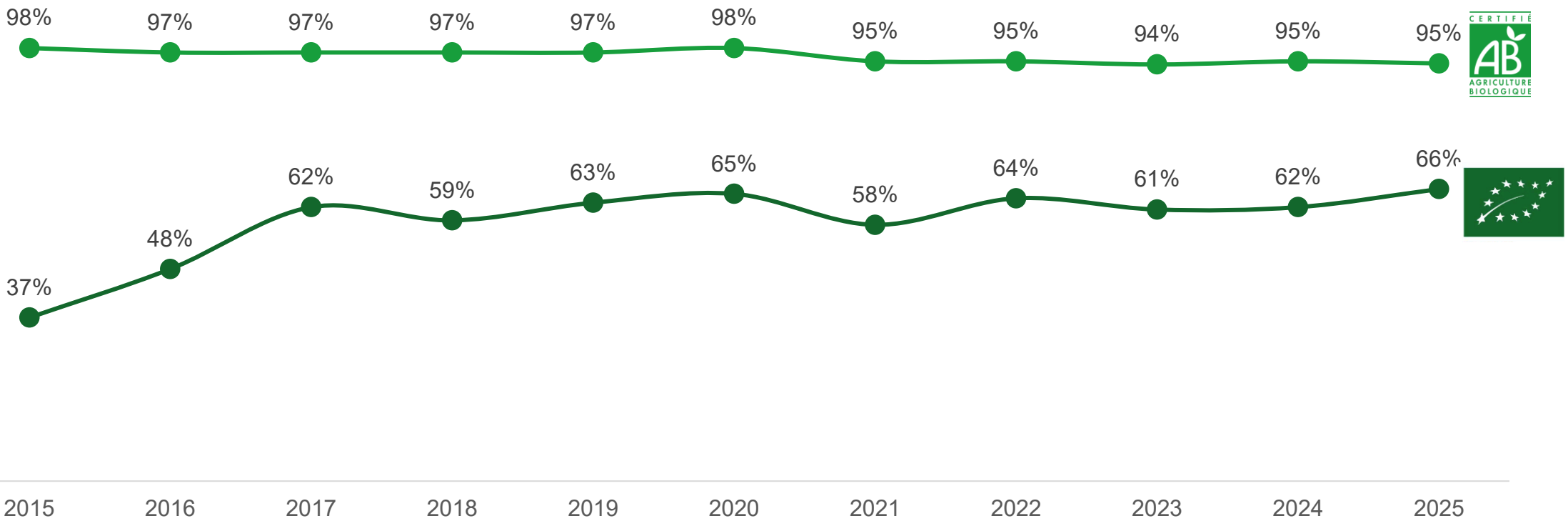
4. CONCURRENCE DES LABELS ET DU LOCAL PARTICIPENT AUX DOUTES ET FREINS DU BIO

Retour au sommaire

Le label AB très reconnu et le label eurofeuille en nette progression

Connaissez-vous ces 2 logos…

Base totale, n=6127

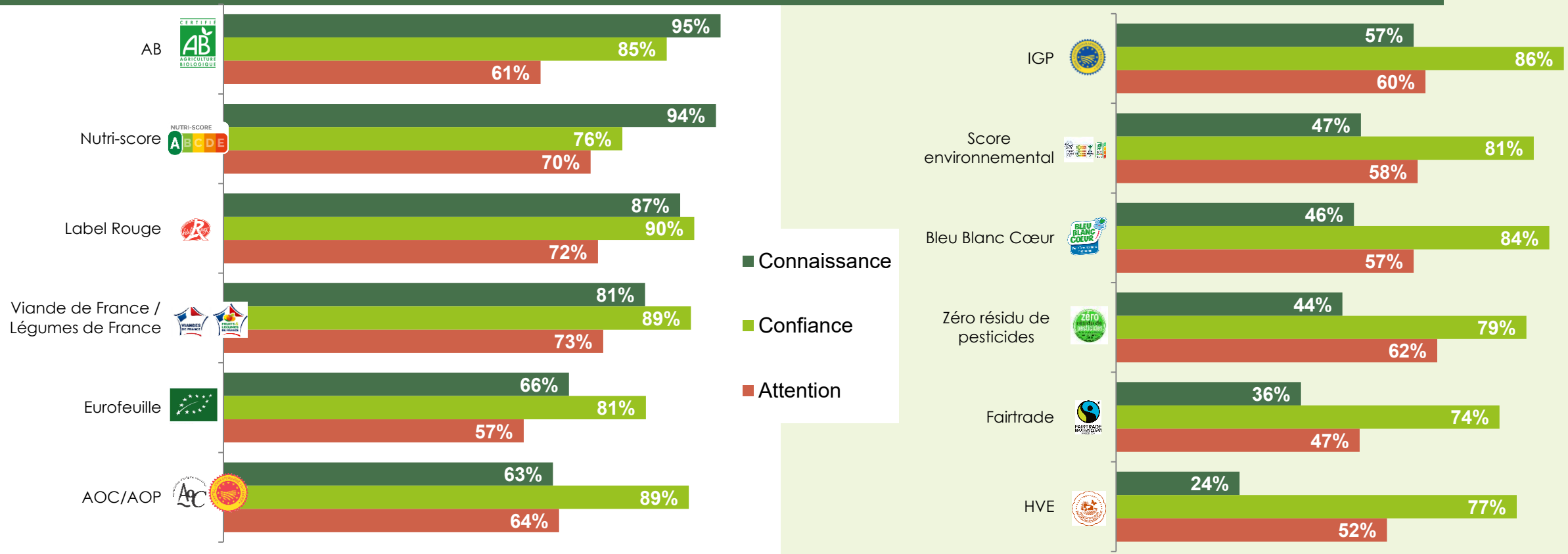


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Le label AB connu et qui inspire la confiance mais qui souffre d'un manque d'attention

Connaissance des labels

Base totale, n=6127



Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

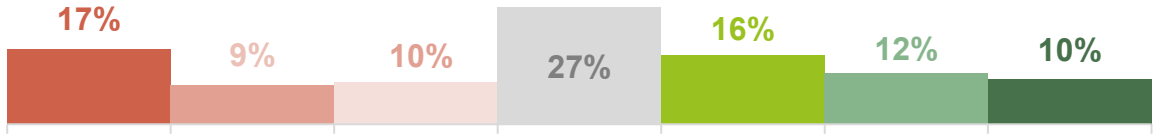
Le local au cœur du changement d'habitude alimentaire

De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ? Vous avez…

Base : individus ayant changé leurs habitudes alimentaires, n=2077

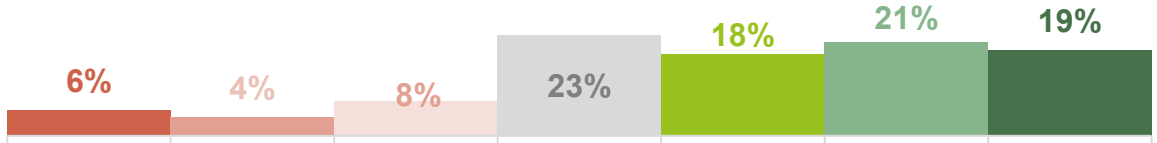
33% des Français ont modifié leurs habitudes alimentaires

… acheté moins de produits biologiques 36%



… acheté plus de produits biologiques 38%

… acheté moins de produits locaux ou en circuit court 18%



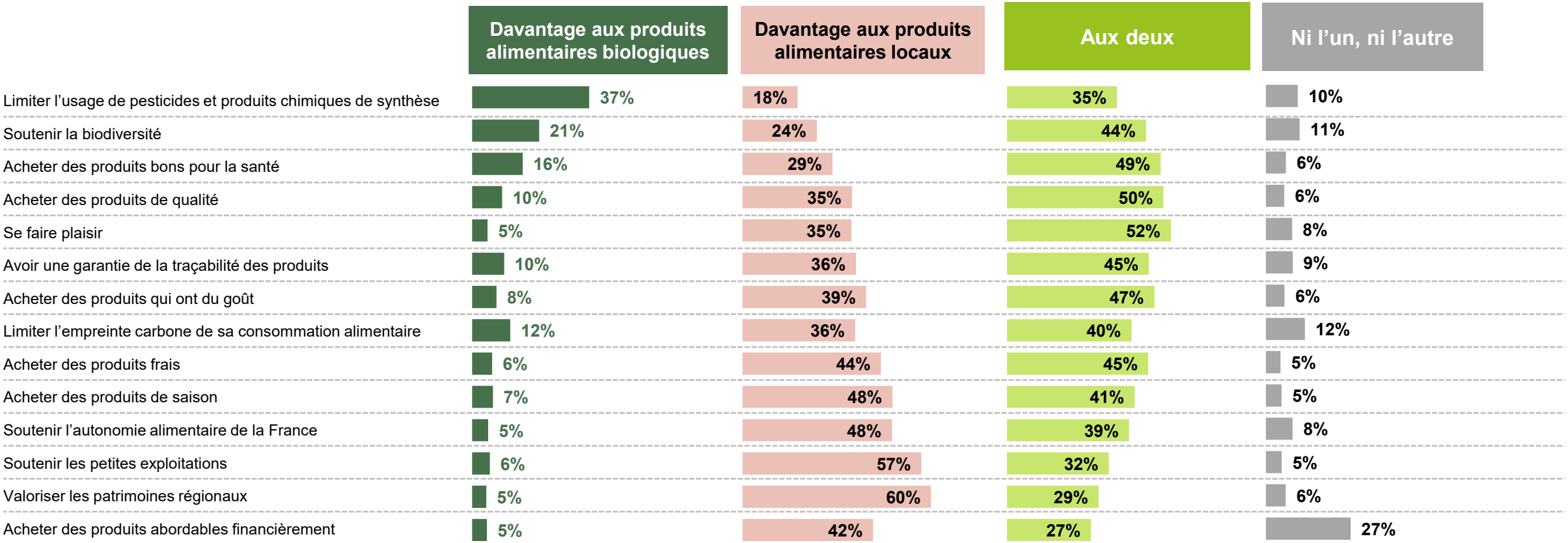
… acheté plus de produits locaux ou en circuit court 59%

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Les externalités positives des produits locaux plus reconnues que celles du bio

Et selon vous, les propositions suivantes se rapportent-elles davantage aux produits alimentaires biologiques, aux produits alimentaires locaux ou aux deux ?

Base totale, n=6127



Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

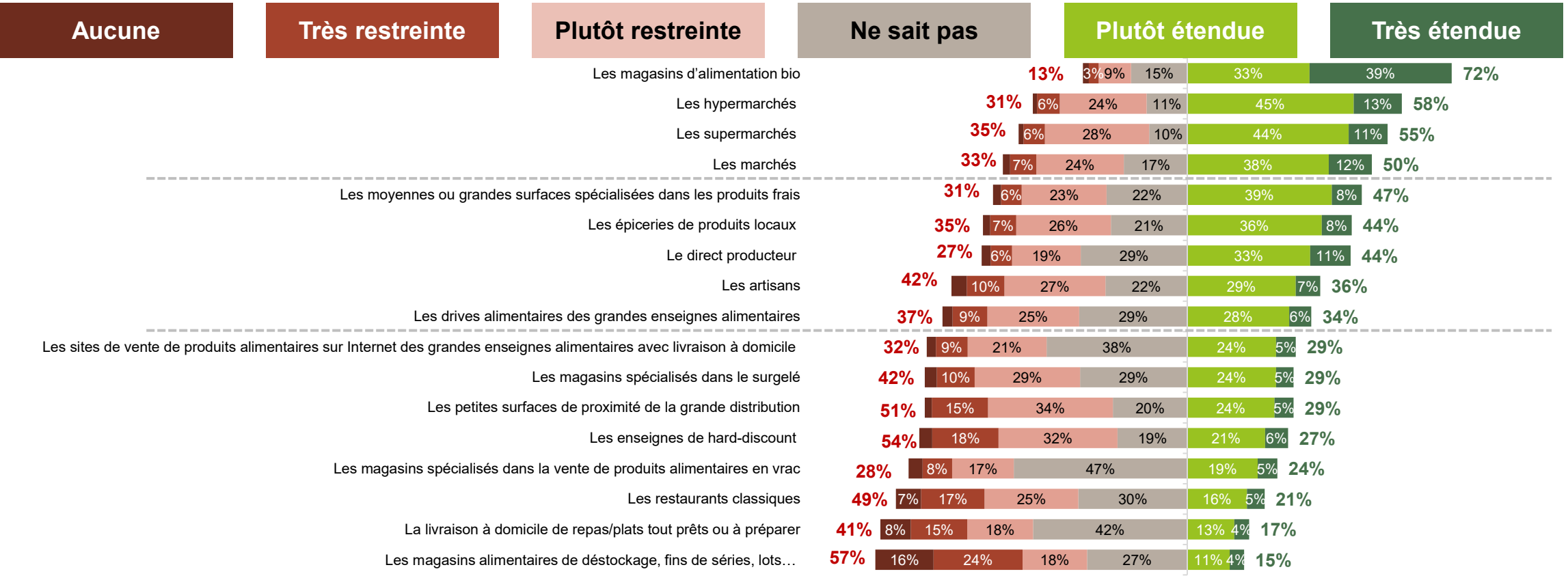
5. LES ATTENTES EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ DU BIO RESTENT FORTES

Retour au sommaire

En dehors des magasins bio, l'accessibilité de l'offre jugée assez restreinte

Diriez-vous que l'offre de produits bio dans les points de vente suivants est...

Base totale, n=6127

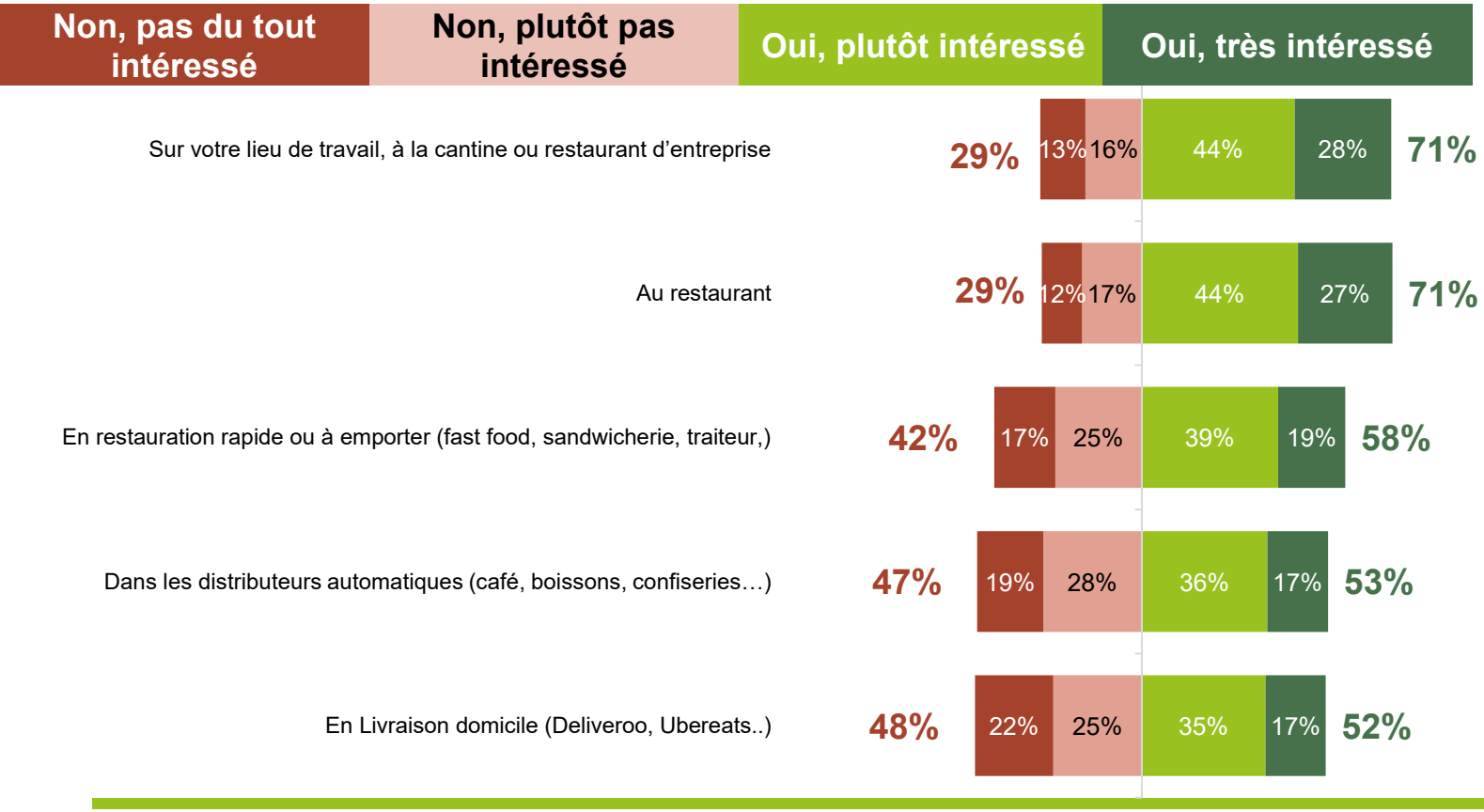


Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Attente toujours importante des consommateurs de l'accessibilité en bio dans la restauration commerciale et collective

D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques… ?

Base totale, n=6127



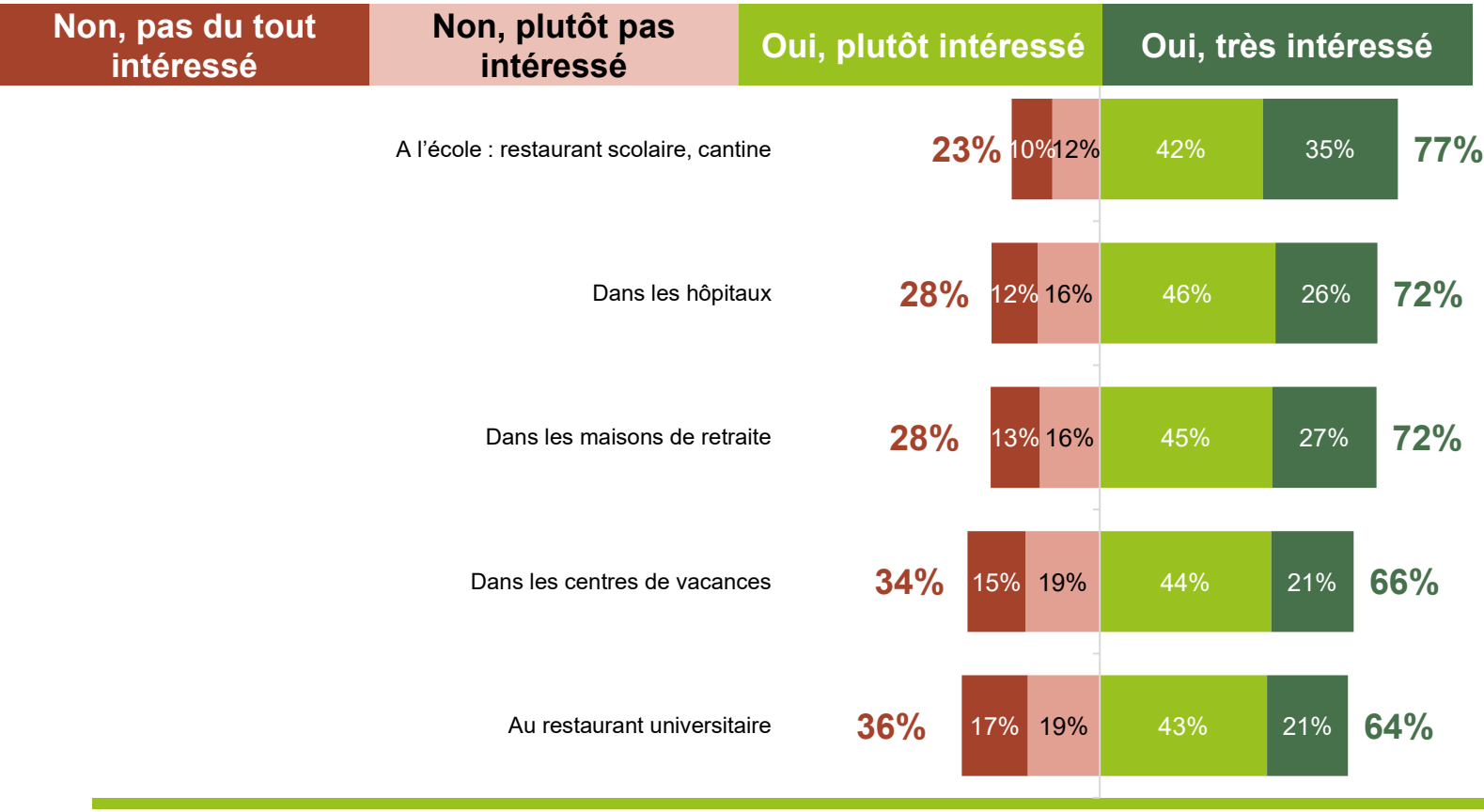
	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Sur votre lieu de travail, à la cantine ou restaurant d'entreprise	71%	69%	68%	75%	72%	73%	74%	81%
Au restaurant	69%	71%	68%	74%	72%	75%	78%	83%
En restauration rapide ou à emporter (fast food, sandwicherie, traiteur,)	59%	59%	58%	63%	62%	64%	66%	70%
Dans les distributeurs automatiques (café, boissons, confiseries…)	53%	53%	53%	56%	51%	54%	55%	56%
En Livraison domicile (Deliveroo, Ubereats..)	49%	50%	50%	-	-	-	-	-

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

Attente toujours importante des consommateurs de l'accessibilité en bio dans la restauration commerciale et collective

D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques… ?

Base totale, n=6127



	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
A l'école : restaurant scolaire, cantine	76%	76%	77%	82%	80%	84%	85%	90%
Dans les hôpitaux	72%	71%	71%	71%	72%	75%	76%	80%
Dans les maisons de retraite	72%	71%	68%	70%	71%	73%	74%	77%
Dans les centres de vacances	66%	65%	62%	67%	66%	70%	69%	73%
Au restaurant universitaire	65%	64%	61%	65%	63%	-	-	-

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2026

6. PREMIERS CHIFFRES PRODUCTION ET MARCHÉ 2025 : LA REPRISE DES VENTES BIO CONFIRMÉE MAIS ALERTE SUR LA PRODUCTION

Retour au sommaire

Engagement des producteurs et aval

Type d'activité	Engagés 2024	Engagés 2025	Evol. Engagés	Nouveaux 2024	Nouveaux 2025	Evol. Nouveaux	Arrêts 2024	Arrêts 2025	Evol. Arrêts
Producteurs	61 876	61 490	-0,6%	4 331	3 462	-20,1%	3 734	4 215	12,9%
Aval	25 081	24 551	-2,1%	1 458	1 233	-15,4%	2 405	1 770	-26,4%

→ Diminution du nombre de producteurs engagés en Bio en 2025 pour la première fois (-0,6%) soit -386 fermes

→ Baisse du nombre d'opérateurs de l'aval engagés en Bio en 2025 se poursuit mais moins fortement (-2,1%) soit -530 entreprises

Présentation des 1ers chiffres marché bio 2025 – chiffres provisoires

- On observe une reprise de la croissance de la consommation de produits bio à domicile **de l'ordre de +3,5% en 2025.**
- **Cette croissance repose sur tous les circuits.**
- **La grande distribution**, dont les ventes de bio étaient en baisse depuis 2021 (-13% entre 2021 et 2024), présente une croissance de +1,7% en valeur. Les ventes en volumes semblent se stabiliser.
- Seuls les magasins dits discount maintiennent leur baisse de ventes bio, notamment par le biais d'une poursuite des déréférencements.
- Les autres circuits **maintiennent leur croissance retrouvée** dès 2022 : +6,6% dans les magasins bio, +5,2% en vente directe, +0,5% chez les artisans-commerçants.
- Les fruits et légumes frais sont les principaux vecteurs de croissance dans tous les circuits, avec les boissons sans alcool, la viande et les œufs en GMS. En magasins bio, la croissance concerne tous les rayons sauf le vin.
- La chute des ventes de vin bio (-1,5% tous circuits) a freiné la croissance en vente directe et chez les cavistes.

Consultez le rapport complet du baromètre et des autres études sur la page Chiffres clés de l'Agence bio : https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/