

## L'alimentation biologique va croître de près de 10% sur la période 2009-2014

Selon une étude de l'entreprise Datamonitor, spécialisée dans l'analyse industrielle, le bio ne va cesser de gagner du terrain ces prochaines années. Les produits respectant le label AB vont poursuivre leur croissance, avec des ventes estimées à près de 4,2 milliards d'Euros en 2014.

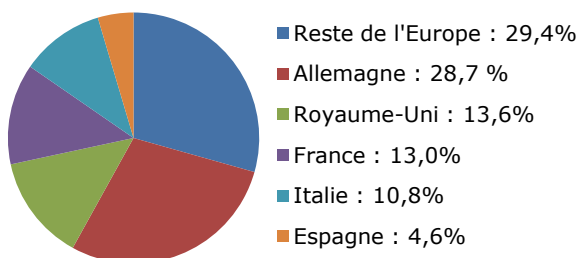
En dépit d'une consommation alimentaire globale qui ne progressera que modestement (+0,8% en 2012), la croissance du bio s'élèvera à 9,9% par an sur la période 2009-2014, selon ces mêmes estimations (voir ci-dessous). Le secteur a même enregistré une croissance de 12,5% ces dernières années, le chiffre d'affaire s'établissant ainsi à plus de 2,6 Milliards d'Euros aujourd'hui, contre seulement 1,6 Milliards en 2005.

### CROISSANCE PRÉVISIONNELLE DU MARCHÉ DES ALIMENTS BIOLOGIQUES

ANNÉE	€ MILLIARD	% CROISSANCE
2009	2,6	8,0
2010	2,9	11,6
2011	3,2	10,9
2012	3,5	10,1
2013	3,8	8,6
2014	4,1	8,3
<b>TAUX ACTUARIEL</b>		9,9

La France représente 13% de la consommation européenne des produits biologiques. Ce taux est relativement très faible quand il est comparé aux 28,7% du marché allemand (voir ci-dessous). Le marché français a donc un potentiel de croissance très élevé.

### SEGMENTATION DU MARCHÉ ALIMENTAIRE BIOLOGIQUE



Quatre facteurs simultanés de baisse des prix: **Concentrations / Développement MDD (Marques de Distributeurs) Bio / Synergies et centrales d'achats / augmentation de la productivité et de la production**

L'heure des concentrations a sonné dans la distribution spécialisée de produits biologiques. Par exemple, Les Nouveaux Robinson a racheté début Mars son concurrent parisien Bio



Génération, formant ainsi un groupe de 40 millions d'Euros de chiffre d'affaires... La concentration dans ce secteur a été initiée en juillet 2008 par le rachat de la chaîne Naturalia par Monoprix : Ainsi, **le secteur se structure et passe de petites épiceries à de véritables réseaux de supermarchés.** La surface moyenne des magasins bio français est effectivement passée de 150m<sup>2</sup> il y a 10 ans à 400m<sup>2</sup> aujourd'hui. De nouveaux acteurs ont également fait leur apparition comme Naturéo ou Biostore, avec des points de vente de 1000m<sup>2</sup>, comparables aux supermarchés traditionnels !

Cette course à la taille se poursuit cette année avec la création de 30 nouveaux points de vente sur 325 pour le leader Biocoop, et autant pour son concurrent La Vie Claire.

Quant aux distributeurs, ils poursuivent tous une même logique: être plus gros afin de mieux négocier le prix avec les fournisseurs. Le prix des produits bio reste effectivement toujours bien plus élevé que les produits standards : 57% de plus pour les produits Bio en supermarché et 50% de plus chez les enseignes spécialisées par rapport aux produits Bio de super et hypermarchés.

Pour diminuer les prix, la grande distribution achète donc en grande quantité à l'étranger à des prix défiant toute concurrence et **a doublé sa gamme de produits en deux ans.** Carrefour est ainsi passée de 210 à 590 références aujourd'hui, contre 89 à 280 références pour Système U.

Pour peser sur les prix de leurs fournisseurs, les réseaux spécialisés mettent en place différentes stratégies d'achats, des synergies au développement de centrales d'achats. Les Nouveaux Robinson a par exemple rationalisé la centaine de fournisseurs que compte Bio Génération avec les 650 que l'entreprise compte déjà. Les centrales d'achats ou coopératives comme Biomonde permettent quant à elles de faire bénéficier ses membres de prix mieux négociés, car achetés en plus grande quantité.

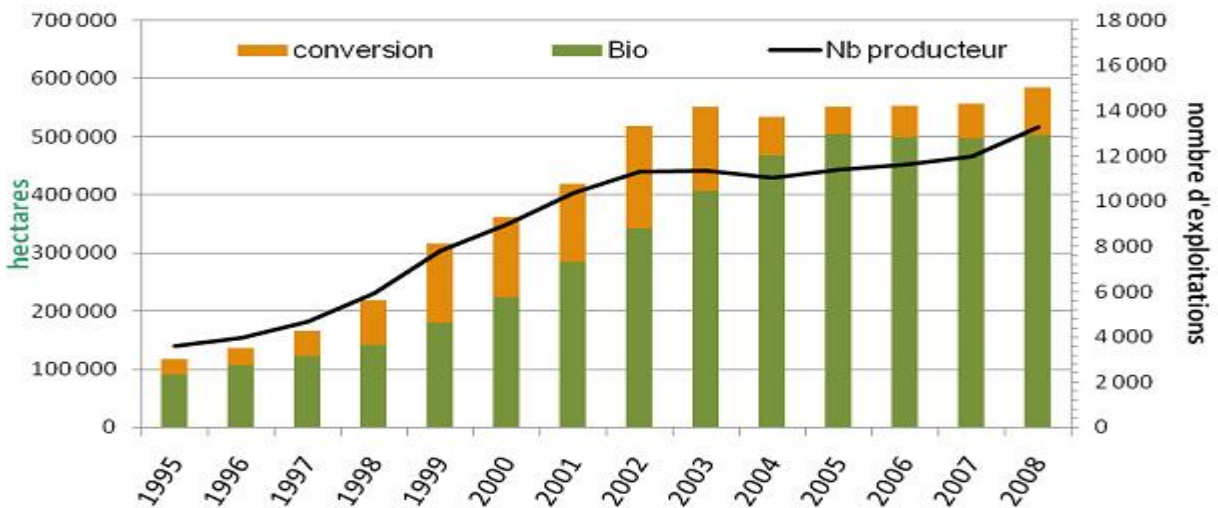
La pression à la baisse des prix de produits Bio par les distributeurs oblige à leur tour les fournisseurs à baisser les prix, et donc les coûts de fabrication. **Pour gagner en productivité, les industriels modernisent ainsi leur outil de production** et tentent de développer un système en flux tendus pour diminuer les pertes.

La concentration des distributeurs et les efforts de productivité des fournisseurs ne

sont cependant plus les seuls leviers sur les prix : l'arrivée des agriculteurs Bio va inverser le rapport de force (voir graphique ci-dessous). **En 2009, 300 agriculteurs par mois se sont convertis au Bio, augmentant ainsi la production et influençant la baisse les prix**, accentuée par l'approvisionnement de la grande distribution à l'étranger.

⇒ Sachant que 61% des français estiment qu'il est anormal de payer plus pour un produit bio, le secteur, avec l'amorçement des baisses de prix, a donc un bel avenir devant lui. Cette croissance sera même politiquement encouragée par les gouvernements et les institutions. En 2008, la Commission européenne a ainsi lancé une campagne pour l'agriculture biologique : « *Le bio : bon pour la nature, bon pour nous* ».

**EVOLUTION DES SURFACES ET DU NOMBRE D'OPÉRATEURS ENGAGÉS EN BIO DEPUIS 1995**



Source : Agence Bio / OC