



L'évolution du marché bio en Suisse

UNE CROISSANCE TOUJOURS AUSSI FORTE

Jürg Schenkel, directeur du marketing

Le marché bio a de nouveau enregistré en 2010 une forte croissance, comparable à celle des années antérieures. Les ventes de produits bio se sont inscrites en hausse de 6,1% pour s'élever à 1,639 milliard de francs. À l'exception des produits surgelés, tous les segments de l'assortiment ont affiché une évolution réjouissante. Et si la croissance s'est maintenue dans toutes les régions du pays, la Suisse romande se distingue une fois de plus par une progression supérieure à la moyenne, qui a atteint 7,2%.

Les ventes de produits bio ont augmenté de 6,1% en 2010 pour s'établir à 1,639 milliard de francs. Le marché bio a suivi la même évolution que les années précédentes et a de nouveau affiché une forte progression. Avec une part de marché de 48,8% pour Coop et de 25,4% pour Migros, les deux grands distributeurs suisses détiennent 74,2% du total du marché bio dans notre pays. L'initiative bio lancée par Migros lui a permis d'accroître ses ventes de 14% alors que Coop a enregistré une fois de plus un fort taux de croissance de 4,7% alors que son chiffre d'affaires bio était déjà très important.

Un marché dynamique malgré le recul des magasins spécialisés

Les stratégies adoptées par d'autres opérateurs du commerce de détail comme Globus ou Manor ont également apporté des résultats positifs. Seuls les magasins spécialisés ont accusé un recul de 30 millions de francs (- 13 %). Cette contre-performance s'explique d'un côté par des raisons structurelles et de l'autre par les fusions et les réorientations intervenues parmi les grossistes bio. Toutefois, divers exemples montrent que les magasins spécialisés peuvent adopter un profil spécifique en misant sur des valeurs telles que le caractère régional des produits, la sécurité alimentaire ou des compétences particulières en matière de conseil afin de pouvoir assurer leur rentabilité économique et s'imposer avec succès.

Les discounters font état d'une croissance de 15%, elle aussi supérieure à la moyenne. Cependant, cette augmentation est essentiellement due à l'ouverture de nouveaux points de vente. Avec 2,8% du total, leur part de marché reste toutefois à un niveau assez bas.

La vente directe est dans l'air du temps et se développe bien. Avec leurs magasins fermiers, leurs stands de marché etc., les producteurs Bourgeon qui font de la vente directe sont un pilier essentiel de l'Association des organisations d'agriculture biologique. Leurs ventes ont progressé de 10% en 2010 et elles représentent désormais une part de marché de 5,4%.

Le pain frais et les œufs toujours très demandés

Les produits frais constituent le cœur historique de l'assortiment bio. L'an dernier, leurs ventes se sont accrues de 6,2% et ils possèdent maintenant une part de marché de 7,8%. Selon une tradition bien établie, le pain frais et les œufs ont pu encore renforcer leur position de leaders du marché bio avec des parts de marché de près de 18%. Les ventes de pain frais se sont inscrites en hausse de 11,6% et affichent ainsi de nouveau l'un des taux de croissance les plus élevés par rapport à l'année précédente.



Les produits laitiers ont légèrement progressé de 0,3%. La demande soutenue apporte cependant une brillante démonstration de l'attractivité du lait bio qui représente aujourd'hui 8,9% du marché total.

Les légumes bio témoignent aussi du vif intérêt des consommateurs pour les produits frais biologiques. Ils ont enregistré une progression de 9,5% et augmenté leur part de marché qui atteint désormais 12,3%.

Les disparités régionales s'estompent

Les données Nielsen montrent que les disparités entre les régions linguistiques du pays sont de moins en moins prononcées. Avec une part de marché de 5,9%, la Suisse allemande – suivie par la Suisse italienne avec 5,5% – possède toujours une longueur d'avance. Avec une hausse des ventes de 7,2%, la Suisse romande a réalisé une croissance supérieure à la moyenne et a porté sa part de marché à 5,2%. Si la part de marché des produits bio a reculé de 0,2% par rapport à l'année précédente en Suisse italienne, ils affichent néanmoins une saine croissance de 4%.

Les produits bio ont toujours le vent en poupe

La forte progression enregistrée par le marché des produits bio pendant ces dernières années lui a permis de s'établir dans tous les segments de l'alimentation. La tendance prononcée en faveur d'une présence accrue des produits bio est partagée par un nombre croissant de consommatrices et de consommateurs. Outre les habituels produits frais, ils se tournent volontiers vers le secteur des produits de convenance. Les ventes des produits de convenance frais ont bondi de 9,7% par rapport à l'année précédente, ce qui démontre clairement que le bio ne se cantonne plus à son marché traditionnel mais s'impose également avec succès dans les autres segments du marché alimentaire.