



## **Le marché bio continue de progresser et atteint une part de marché de 7,7 pourcents**

**Exposé de Jürg Schenkel, Responsable du marketing de Bio Suisse**

Seul le texte prononcé fait foi

Mesdames et Messieurs,

Le Bourgeon n'as pas seulement du succès auprès des producteurs. Le marché s'est lui aussi très bien développé en 2015. Et ce qui me réjouit particulièrement: aucune autre marque indépendante du secteur bio est aussi connue que le Bourgeon: 83 pourcents de la population suisse connaissent le Bourgeon.

Cette notoriété a certainement aussi une influence sur les comportements d'achats des consommatrices et des consommateurs – même dans un contexte critique comme en 2015, qui a été une année très difficile pour le commerce de détail. L'abolition du taux plancher face à l'euro et l'augmentation des achats faits de l'autre côté de la frontière qu'elle a provoquée ont soumis la branche à rude épreuve.

Le marché bio a été moins touché par cette tendance et a continué de progresser au cours de l'année passée (+ 5,2 %). Le chiffre d'affaires a atteint 2,323 milliards de francs (2014: 2,207 mia CHF) et atteint maintenant une part de marché de 7,7 pourcents (2014: 7,1 %). Cela donne pour l'année passée une dépense de 280 francs par consommateur qui maintient la Suisse loin en tête du classement mondial.

### **Les grands distributeurs sont des moteurs de croissance**

Cette évolution positive est extrêmement réjouissante au vu de la situation très problématique qui prévaut sur le marché. Elle montre que de nombreux consommateurs accordent de la valeur aux denrées alimentaires produites par l'agriculture biologique et transformées avec ménagement. En 2015, 46 pourcents de l'ensemble des consommateurs ont acheté des produits Bourgeon plusieurs fois par semaine. Cette proportion n'était que de 27 pourcents en 2009. Les consommatrices et les consommateurs savent donc visiblement que la filière des produits Bourgeon ménage le sol, l'eau et l'air afin de maintenir l'équilibre entre les intérêts de l'homme, de l'animal et de la nature.

Les grands distributeurs ont de nouveau été des moteurs de croissance en 2015. Le leader du marché, la Coop, a encore progressé malgré son niveau déjà haut. Le chiffre d'affaires a atteint 1,044 milliard de francs (2014: 1,026 mia CHF). Avec une part de marché de 44,9 pourcents (2014: 46,5 %), la Coop reste le leader incontesté du marché bio.

C'est par contre la Migros qui a le plus fortement progressé avec une croissance de 12,4 % qui lui a fait atteindre 681 millions de francs (2014: 606 mio CHF). Cela représente maintenant une part de marché de 29,3 pourcents (2014: 27,5 %). L'introduction des produits Alnatura dans la plupart des succursales suisses allemandes de la Migros a évidemment joué un rôle important dans cette évolution.



Le commerce biologique spécialisé n'a pas réussi à utiliser ce potentiel en 2015 et il est resté nettement à la traîne du développement général du marché avec une croissance de 0,4 pourcent à 279 millions de francs.

### **Les produits transformés augmentent plus que la moyenne**

Examinons maintenant les différents groupes de produits. Les produits frais restent le principal segment avec un chiffre d'affaires de 1,148 milliard de francs et une proportion de deux tiers du total du panier bio. Avec 10 pourcents, les produits frais ont atteint en 2015 pour la première fois une part de marché à deux chiffres.

Il n'y a pas eu de changements dans la liste des best-sellers des différents produits: les produits bio les plus appréciés restent les œufs et le pain frais. Leurs parts de marché respectives de 24,3 % et de 20,1 % démontrent le potentiel des produits bio. Les légumes se situent au 3ème rang avec une part de marché de 18,6 % et ils continuent de se développer dans la même direction.

Les groupes de produits qui génèrent le plus de chiffre d'affaires sont les «produits laitiers» avec 300 millions de francs, les «légumes, salades et pommes de terre» avec 222 millions de francs ainsi que les «viandes et poissons» avec 218 millions de francs.

Ce qui frappe avec la consommation bio de l'année passée, c'est la croissance de nouveau supérieure à la moyenne (+ 9,1 %) des produits transformés. C'est clairement le signe que le marché réagit aux besoins des consommateurs en étoffant continuellement l'assortiment.

Vous voyez, Mesdames et Messieurs, que les produits bio correspondent à un besoin important. Le bio est réellement une extraordinaire histoire à succès, et la poursuite de la progression du bio repose sur une base solide.