



## La consommation bio progresse dans toute la Suisse

### Conférence de Jürg Schenkel, Responsable du marketing de Bio Suisse

Seul le texte prononcé fait foi

Mesdames et Messieurs,

Le bio fait la différence, par exemple pour le bien-être des animaux – Daniel Bärtschi l’a déjà montré avant. L’année passée nous avons attiré l’attention des réseaux sociaux et des consommatrices et consommateurs bio potentiels sur ce fait avec un court-métrage humoristique sur un brosse-vaches. Le message était que si on consomme bio on s’engage pour le bien-être des animaux – comme vous pouvez vous en convaincre par vous-même!

Je vous invite maintenant à sonder avec moi le marché bio. La progression se maintient. Le chiffre d’affaires des denrées alimentaires biologiques a atteint un nouveau record en Suisse: Il a progressé l’année passée de 8,1 pourcents pour passer de 2,5 à 2,7 milliards de francs. Cela signifie que les habitant-e-s de notre pays sont les champions du monde en consommant chacun 320 francs de produits bio par année!

Les parts de marché des denrées alimentaires bio ont aussi atteint un record suisse avec 9 pourcents en 2017. Les parts de marché ont fortement progressé dans toutes les régions du pays. C’est la Suisse romande qui caracole en tête avec un 0,8 pourcent de croissance qui lui fait atteindre 8,8 pourcents en la rapprochant de plus en plus de la Suisse allemande et de ses 9,1 pourcents. Avec une progression de 0,6 pourcent, le Tessin atteint 7,8 pourcents – une croissance très réjouissante.

Le segment le plus important reste celui des produits frais, mais les produits transformés progressent plus fortement que la moyenne depuis cinq ans. Alors que le chiffre d’affaires des produits frais a progressé de 5,7 pourcents en 2017 selon l’analyste Nielsen pour atteindre 1'324 millions de francs, celui des biens de consommations préemballés a augmenté de 8,2 pourcents par rapport à l’année précédente pour atteindre maintenant un nouveau sommet de 724 millions de francs. Tout cela signifie que le marché bio satisfait les besoins des consommatrices et des consommateurs jusque dans les tendances les plus actuelles.

### En tête du peloton: les œufs, les légumes et le pain frais

Les légumes et les fruits restent les produits bio que les consommatrices et consommateurs achètent le plus. Ils sont suivis par le fromage et les œufs. Cette popularité se reflète bien sûr aussi dans les parts de marché. Ils restent en tête du classement comme l’année passée. Les œufs mènent course en tête avec 27 pourcents de parts de marché, suivis par les légumes avec 23 pourcents et le pain frais avec 22 pourcents. Les chiffres d’affaires et les parts de marché ont progressé pour toutes les catégories de produits. La plus forte croissance est celle des produits de convenance avec 13,5 pourcents, suivie par celle des légumes bio avec 9,6 pourcents par rapport à l’année précédente. Mais tous les autres produits des catégories fruits et légumes ont aussi progressé plus fortement que la moyenne. Les plus gros générateurs de chiffre d’affaires du marché bio restent les produits laitiers et le fromage, puis viennent les légumes, les salades et les pommes de terre, suivis



en troisième position par la viande et le poisson. Ces bons résultats montrent que les produits bio sont toujours plus appréciés et qu'ils ont encore un grand potentiel de développement.

### **Progression de la vente directe**

La Coop et la Migros ont réalisé ensemble les trois quarts du chiffre d'affaires bio. Et les signes sont à la croissance: Coop aimerait augmenter fortement son chiffre d'affaire bio d'ici 2025 en continuant de miser sur le Bourgeon. La progression permanente des ventes de produits Bourgeon n'est cependant pas seulement soutenue par la grande distribution mais aussi par les productrices et producteurs bio avec leurs modèles commerciaux novateurs, leurs magasins fermiers et leur présence sur les marchés régionaux. La vente directe a en effet aussi progressé: +9 pourcents pour atteindre 144 millions de francs. Cette croissance révèle aussi l'envie toujours plus forte des consommatrices et des consommateurs d'avoir des produits de provenance connue.

Comment peut-on satisfaire les besoins toujours nouveaux des consommateurs? Le nombre de transformateurs augmente sans cesse et le développement de nouveaux produits fonctionne plein gaz. Le nombre de preneurs de licences a ainsi atteint 923 en 2017 avec en plus 30 utilisateurs de la marque. Le nombre de demandes pour des nouveaux produits a progressé à 2'186 (1'701 en 2016), et de nouveaux acteurs commerciaux comme le commerce de gros ou en ligne jouent un rôle toujours plus important pour le marché bio.

### **En forte position dans le domaine de la durabilité**

Avec 80 pourcent de notoriété, le Bourgeon reste incontestablement la plus connue des marques bio indépendantes. Il bénéficie selon un sondage du record de confiance avec 83 pourcents, et il reste avec près de 90 pourcents le leader des principales valeurs de l'agriculture biologique dans le domaine du respect de la nature et de l'environnement. La comparaison avec d'autres marques et labels du secteur du développement durable confirme la position de leader de Bio Suisse.

Les messages de ma conférence sont les suivants: Le développement du marché bio continue sur sa dynamique. Les chiffres montrent une image claire de croissance dans tous les domaines. La Suisse romande atteint bientôt le niveau de la Suisse allemande. Et les consommatrices et les consommateurs sont conscients de leurs responsabilités. Toujours plus de gens achètent toujours plus de bio et de produits bio différents. L'augmentation du nombre de preneurs de licences et des produits qu'ils proposent permet de toujours mieux satisfaire leurs besoins. Le bio va donc continuer de progresser et pourra donc toujours mieux contribuer à l'équilibre entre l'homme, l'animal et la nature.

Nous voulons maintenant continuer de renforcer cette position: La méthode d'analyse SMART développée par l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL) va permettre aux productrices et producteurs bio de poursuivre encore plus systématiquement le développement de leurs fermes en direction de la durabilité. Mais qu'est-ce donc que SMART? Le court-métrage que nous allons vous présenter maintenant en dégagera l'essentiel.

Merci pour votre attention.