



CONFÉRENCE MÉDIAS ANNUELLE

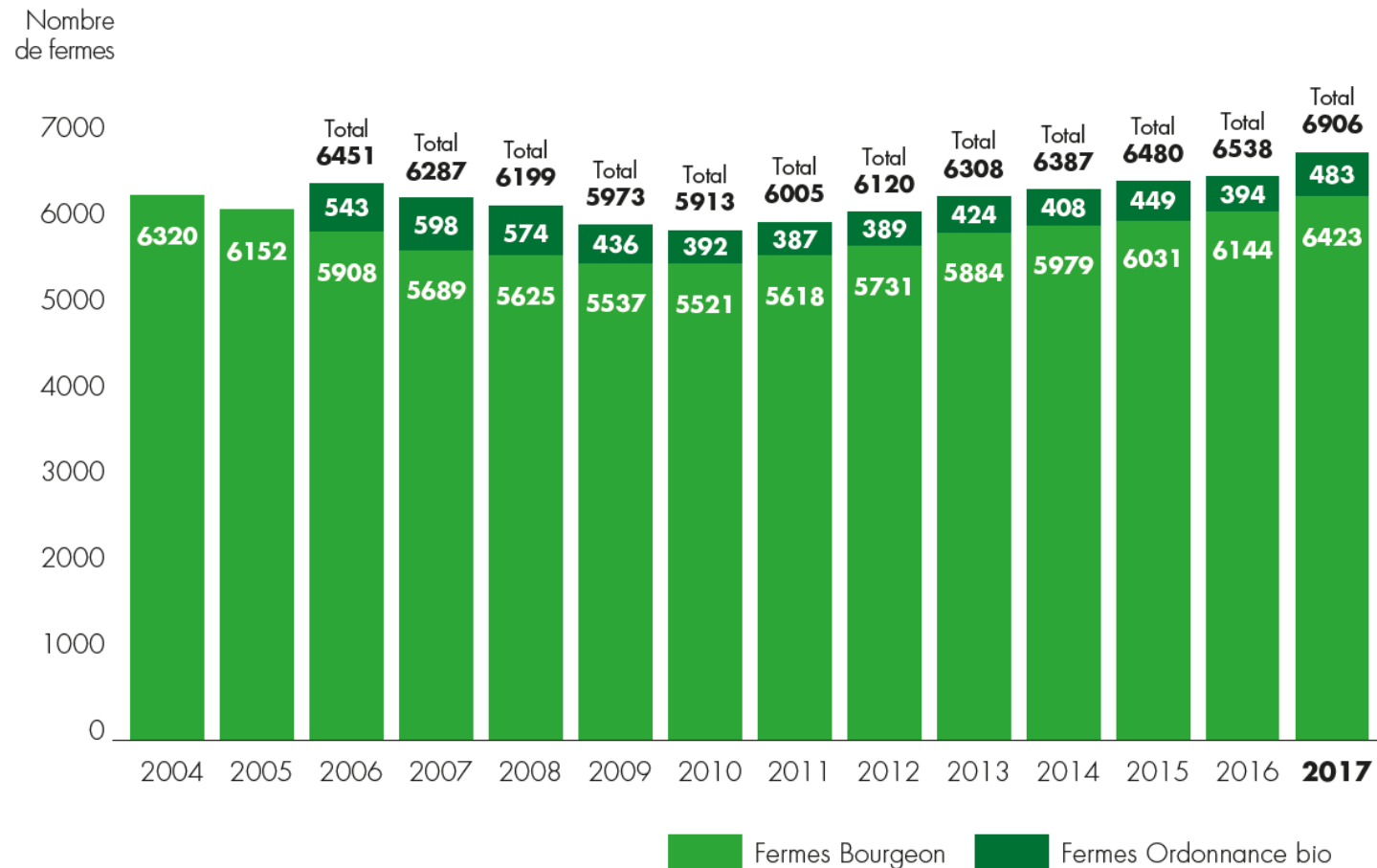
12 avril 2018



**CONFÉRENCE MÉDIAS ANNUELLE
DANIEL BÄRTSCHI
DIRECTEUR DE BIO SUISSE**

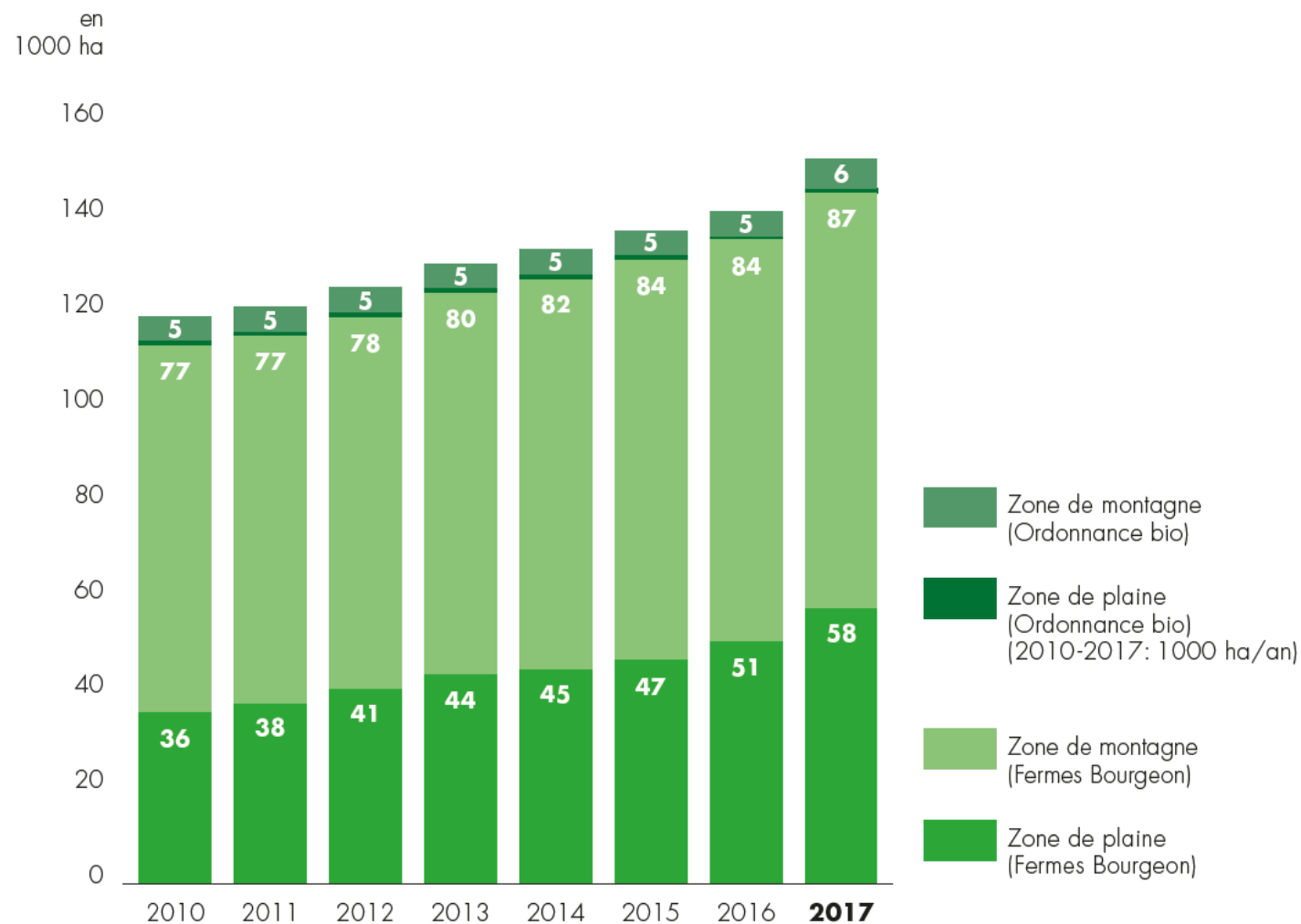
12 avril 2018

Nombres de Fermes Bourgeon: 6'423



Source: Bio Suisse

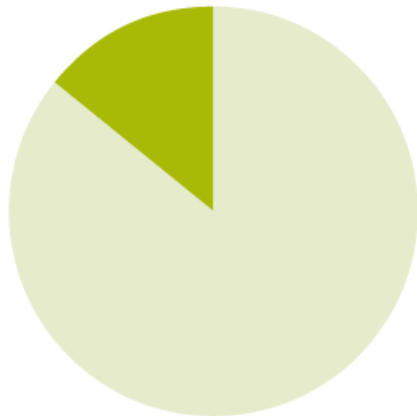
Surface Agricole Biologique: 11'000 ha



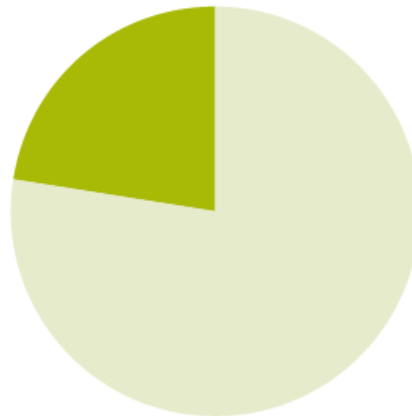
Source: Bio Suisse

Proportion Surface Agricole Biologique

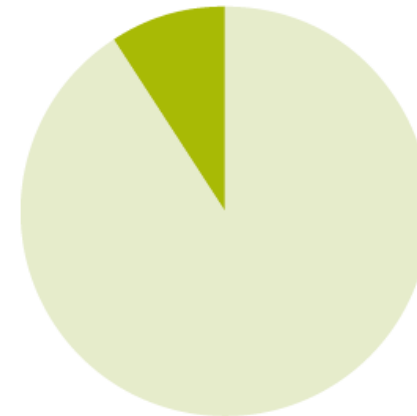
Proportion bio
de la SAU totale:
14,4%



Proportion bio
en zone de montagne:
22,5%



Proportion bio
en zone de plaine:
9,2%



 Surface bio

Source: Bio Suisse

Durabilité : Outil d'analyse SMART

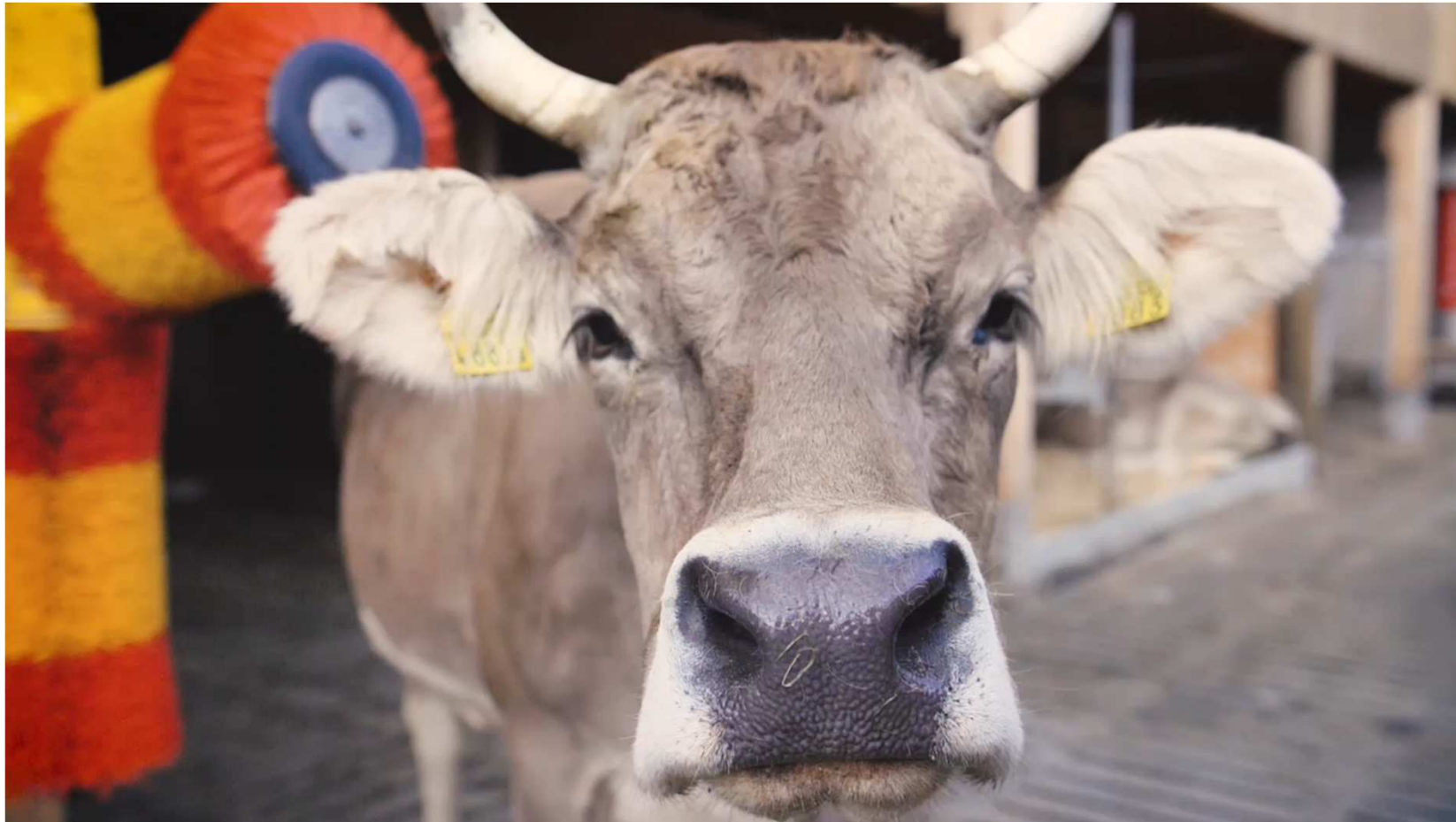




CONFÉRENCE MÉDIAS ANNUELLE
JÜRIG SCHENKEL
RESPONSABLE DU MARKETING

12 avril 2018

Brosse-vache



Croissance du marché



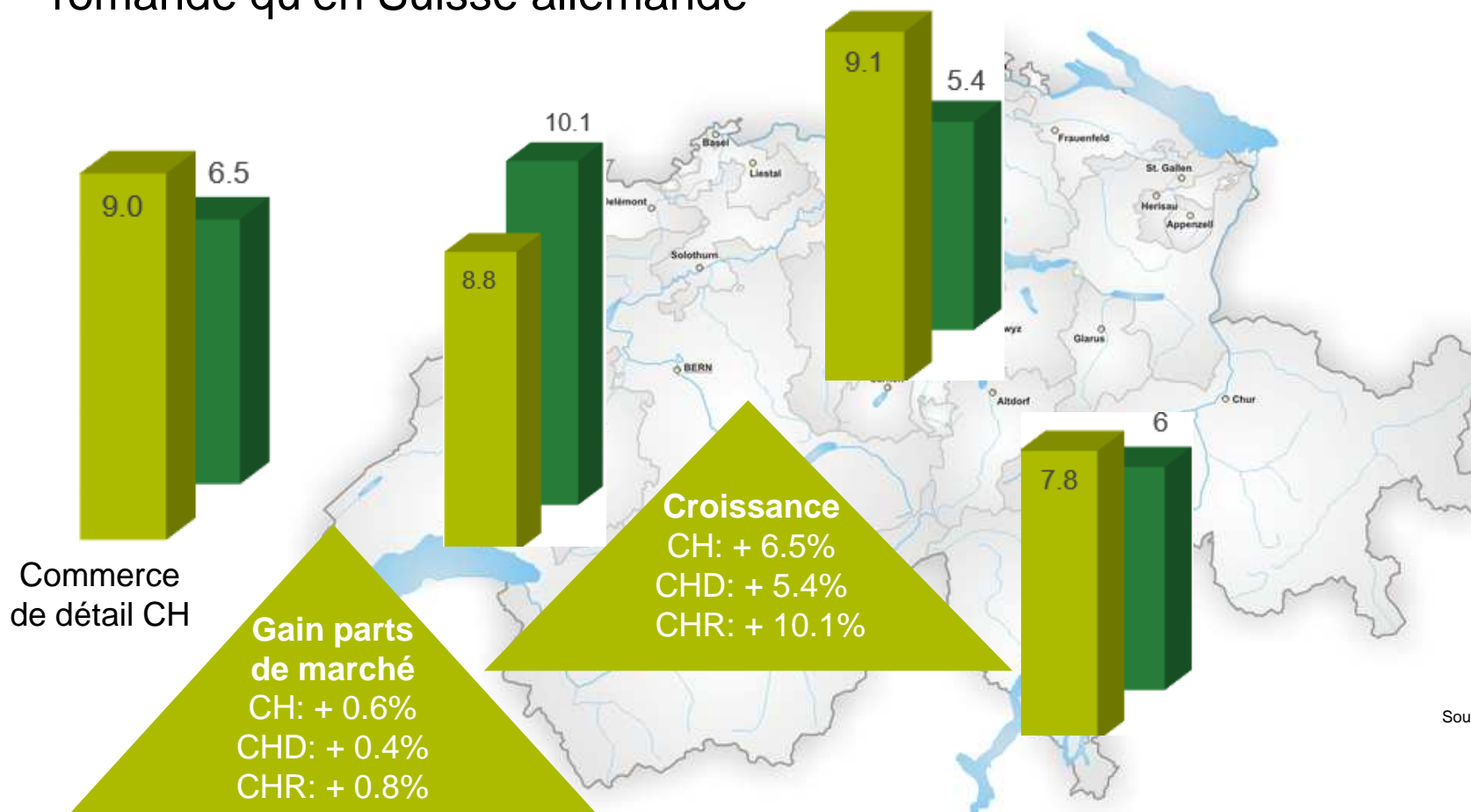
- 8,1 % de croissance commerciale
- 2,707 mia Fr. de chiffre d'affaires
- 9,0 % de part de marché
- 320 Fr. par habitant = leader mondial

➔ L'évolution positive du marché bio se maintient au fil des ans

Proportions bio en valeur

Parts de marché et chiffres d'affaires en progression partout en Suisse

La part de marché bio est maintenant presque aussi haute en Suisse romande qu'en Suisse allemande



Source: Nielsen

Segments de produits



- Produits frais = segment principal
- 2/3 du panier d'achat = 1'324 mio Fr.
- 11,5 % part marché, **CHR : 11,3%**
- 5,7 % croissance, **CHR : 9,3% !**



- Les biens de consommation préemballés gagnent toujours en importance et progressent pour la cinquième fois plus fortement que la moyenne = 724 mio Fr.
- 6,4 % part marché, **CHR : 6,3%**
- 8,2 % croissance, **CHR : 11,6% !**

➔ CHR : Œufs, légumes, fruits et fromages présentent une croissance significative par rapport à l'année précédente

➔ Les produits de convenance continuent de progresser plus fortement que la moyenne

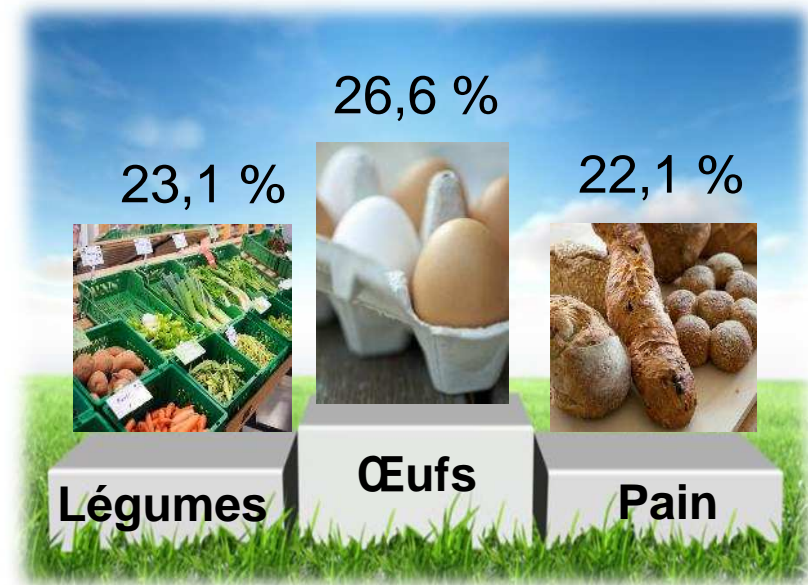
Consommation / Parts de marché



Source: Bio Suisse

Consommation

Les légumes occupent la première place devant les fruits, les œufs et le fromage

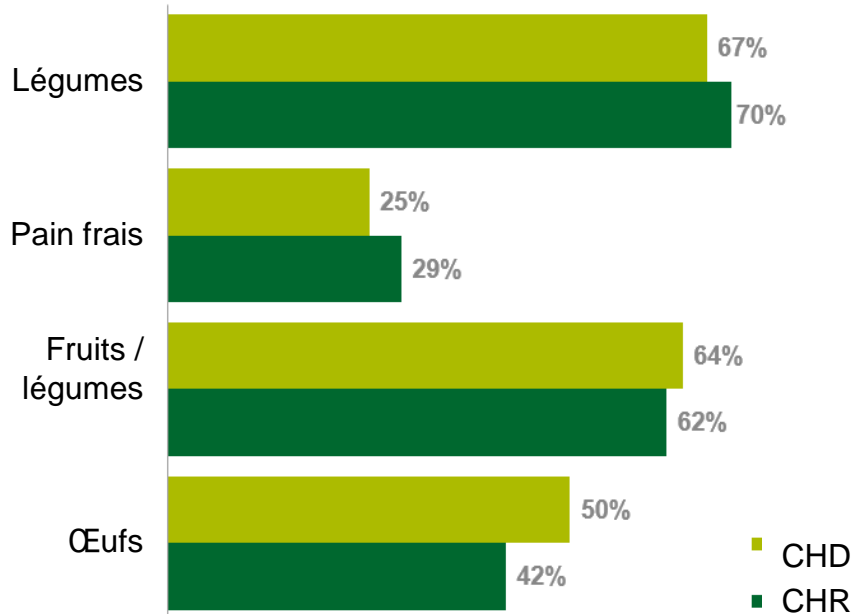


Source: Nielsen

Parts de marché

Les œufs sont toujours en tête
Les légumes ont pu conserver leur deuxième place

Parts de marché / Consommation CHR



Source: Bio Suisse

Consommation

CHR devant CHD pour les légumes et le pain frais



Source: Nielsen

Parts de marché

En CHR le pain frais vient en 2^{ème} place avant les légumes

Parts de marché et chiffres d'affaires

Total Suisse	en mio CHF	Part bio en %	Croissance vs année d'avant en %
Panier d'achats	2047,0	9,0%	+6,5%
Produits frais	1323,5	11,5%	+5,7%
Produits emballés	723,6	6,4%	+8,2%
Œufs	81,6	26,6%	+6,7%
Légumes	167,6	23,1%	+9,6%
Pain frais	189,8	22,1%	+6,9%
Légumes, salades, PDT	281,1	19,6%	+9,2%
Salades	93,0	18,7%	+8,5%
Fruits	211,5	13,9%	+8,9%
Pommes de terre	20,5	13,2%	+9,4%
Produits laitiers	230,5	12,9%	+1,6%
Pt. déj./Accomp./prod. p. animaux.	224,4	12,3%	+9,4%
Produits de convenance frais	168,6	10,7%	+9,1%
Convenance de conservation	95,2	7,5%	+13,5%
Total fromage	91,4	6,7%	+4,4%
Viande, poisson (sans surgelés)	237,6	5,6%	+2,3%
Autres pains et produits de boulangerie	48,5	4,9%	+2,5%
Catégories de surgelés	34,5	4,3%	+0,8%
Total des boissons	99,5	3,3%	+4,6%
Sucrieries, snacks salés	52,8	2,9%	+8,3%

Les fruits et les légumes ont progressé plus fortement que la moyenne

La CHR peut se démarquer de la CHD pour les groupes de produits Œufs, Pain frais et Fruits

Évolution des canaux d'écoulement



- Croissance à un haut niveau
- CHAFF 1'199 mio Fr. = croissance de 7,2 %
- But CHAFF 2025: 2 mia Fr.
- Part de marché de 44,3 % = leader incontesté



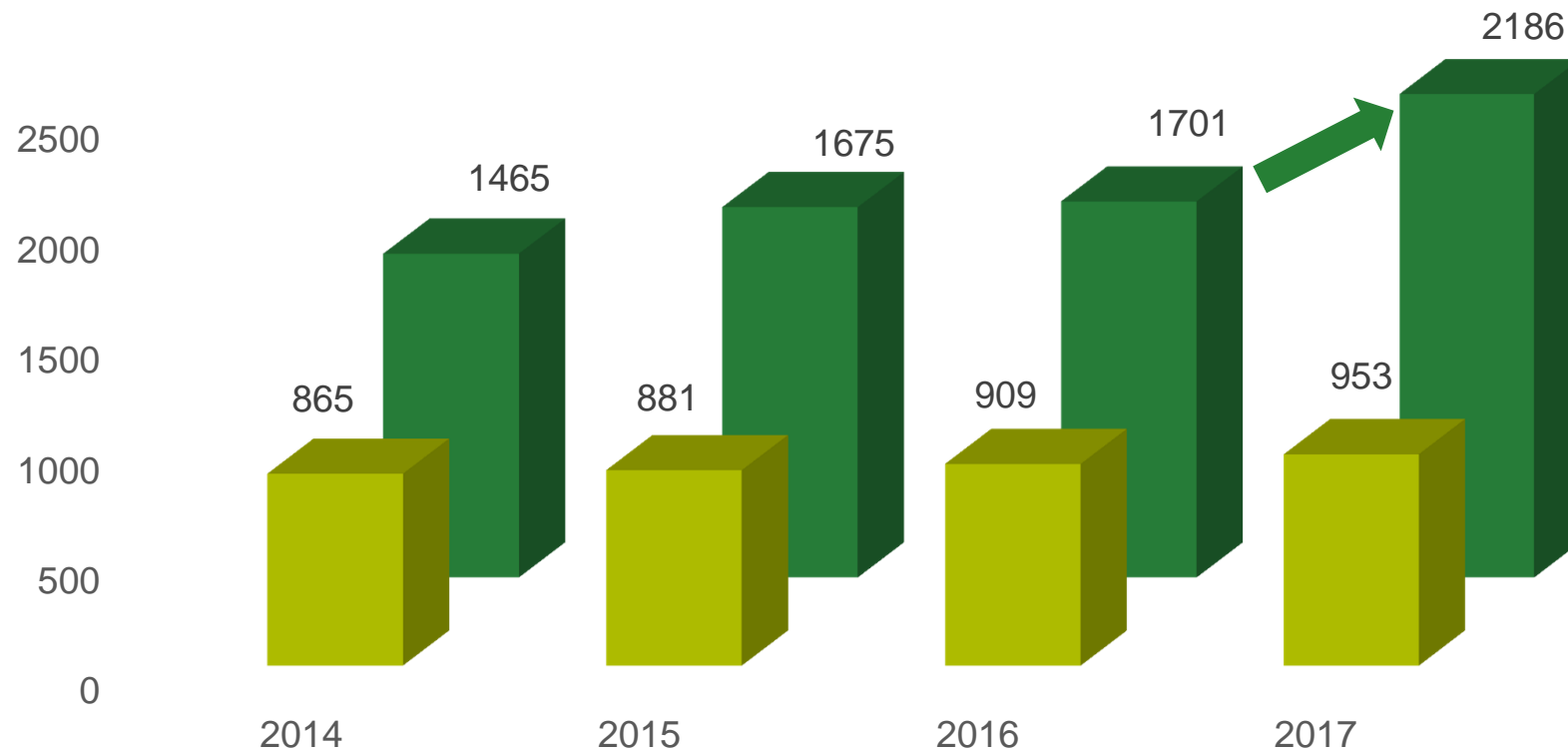
- 9,9 % = plus forte croissance à 889 mio Fr.
- Part de marché de 32,8 % = nouvelle croissance



- Commerce bio : 1,2 % d'augmentation du CHAFF
- CHAFF 275 mio Fr. = la 3^{ème} force

➔ Les grands distributeurs conservent leur position de leaders. L'arrivée de nouveaux «acteurs» a provoqué une forte croissance des catégories «Grands magasins» et «Autres canaux d'écoulement»

Évolution preneurs de licences / Utilisateurs de la marque / Demandes



■ Nombre de preneurs de licence et d'utilisateurs de la marque

■ Nombre de demandes

Source: Bio Suisse

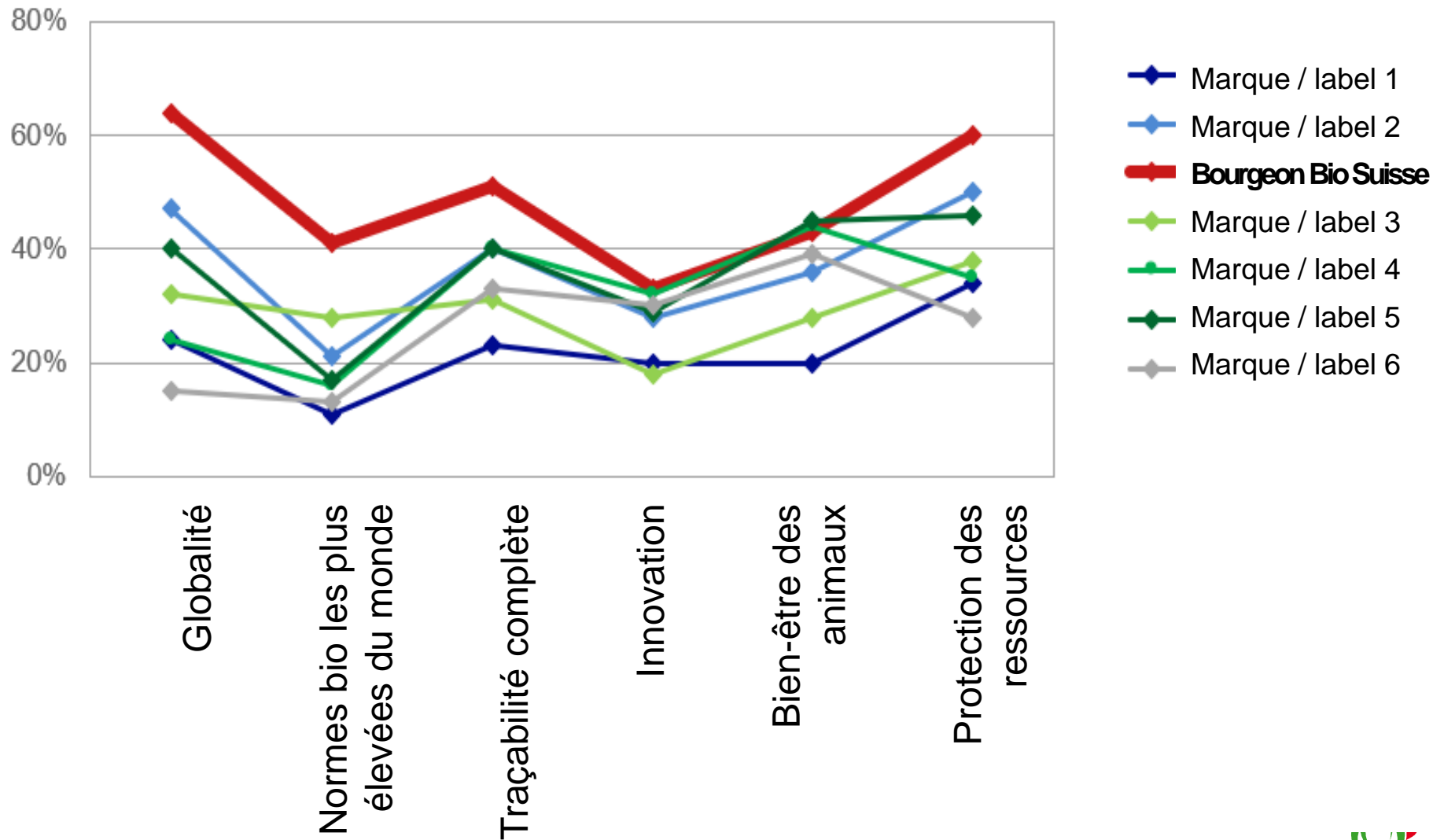
Position forte



- 80 % = marque bio indépendante la plus connue
- Cette très bonne image est basée sur:
 - Grande confiance = 83 %
 - Naturel / écologique = 88 %
 - Sans chimie = 80 %
 - Durabilité = 78 %
 - Garanti bio = 85 %

➔ Forte reconnaissance pour soutenir l'agriculture biologique. Celle-ci continue de gagner en importance.

Connaissance des marques et des labels



Conclusions

- ➔ Le marché bio continue de se développer très dynamiquement
- ➔ Les chiffres montrent une image claire :
Croissance dans tous les domaines
- ➔ La Suisse romande renforce clairement sa position
 - dynamique forte, supérieure à la moyenne
 - aussi forte dans les produits leaders → montre le potentiel
- ➔ Les consommateurs sont conscients de leurs responsabilités :
Toujours plus achètent toujours plus de produits bio
- ➔ Le bio continuera de croître au bénéfice de l'équilibre entre
l'homme, l'animal et la nature.



CONFÉRENCE MÉDIAS ANNUELLE

12 avril 2018