



ENQUETE AGENCE BIO MARCHÉ ALIMENTAIRE BIO EN FRANCE : UNE CROISSANCE DE PRES DE 10% PAR AN



Objet : L'Agence BIO publie les résultats de sa première enquête d'évaluation du marché alimentaire bio en France, réalisée en partenariat avec les Offices Agricoles*.

En 2005, le marché des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique est évalué à 1,6 milliard d'euros. Ce marché est en augmentation constante : chaque année depuis 1999, une augmentation moyenne de + 9,5% a été enregistrée dans un contexte où l'ensemble du marché alimentaire progressait de 3,6% par an.



Magasins spécialisés et GMS : ¾ du marché à part égale

Les produits bio empruntent essentiellement trois circuits de distribution : magasins spécialisés, grandes et moyennes surfaces (GMS) et vente directe.

La distribution spécialisée et traditionnelle génère un chiffre d'affaires de 661 millions d'euros et représente 42,2% des achats d'aliments biologiques. Elle comprend :



- des magasins généralistes organisés en réseaux (22,9%),
- des magasins généralistes indépendants (14,7%),
- et des artisans "traditionnels" pour 4,5% du chiffre d'affaires total des produits alimentaires bio, principalement dans les secteurs de la boulangerie, de la boucherie et du commerce de détail des fruits et légumes.



Les grandes et moyennes surfaces représentent 39,6 % des ventes de produits alimentaires bio, avec un chiffre d'affaires de 619 millions d'euros.

La vente directe réalise 285 millions d'euros de chiffres d'affaires soit 18,2% du marché alimentaire bio.



Encore modeste, mais en développement, **la Restauration Hors Domicile** connaît de plus en plus d'initiatives d'introduction de produits bio dans les menus, particulièrement en restauration scolaire.



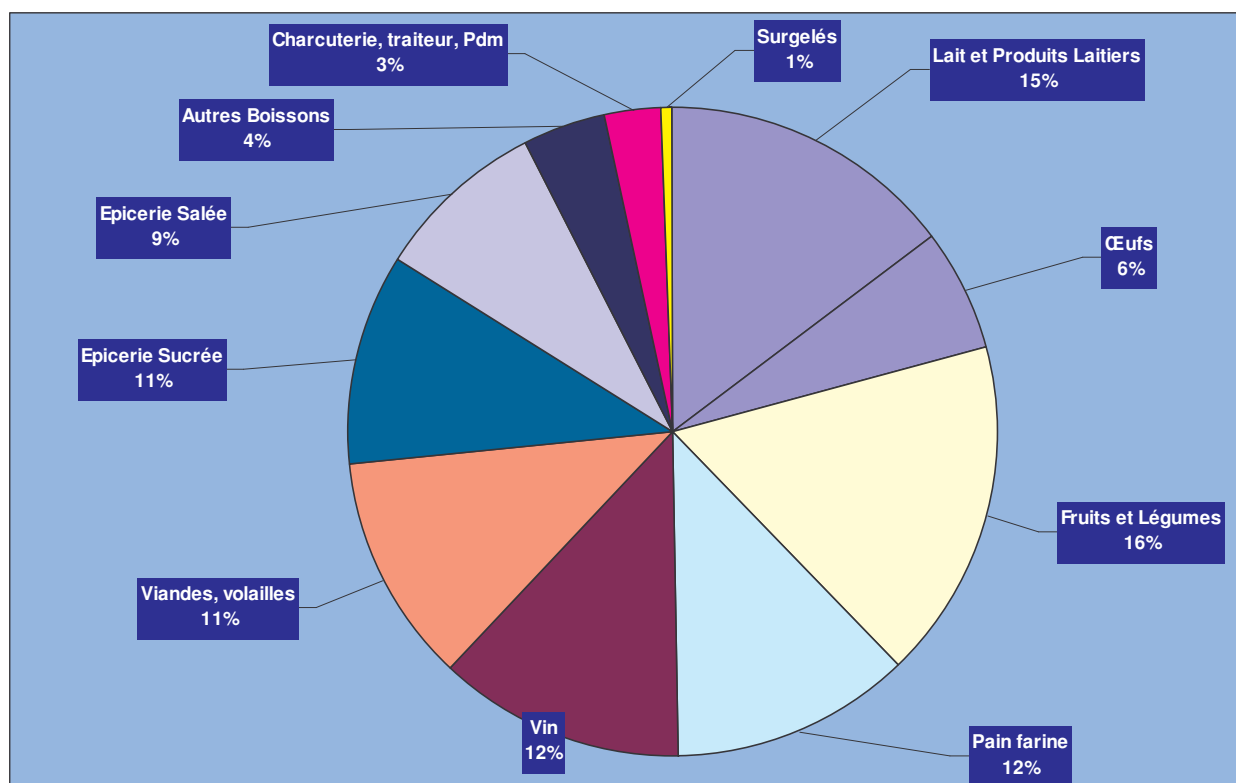
CAMPAGNE FINANÇÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE
ET DE L'AGENCE BIO

* Enquête réalisée auprès de 517 acteurs de la distribution bio : détaillants indépendants, préparateurs, centrales d'achats de Grandes Surfaces Alimentaires, centrales et grossistes bio et autres grands comptes.

Les produits frais en tête des ventes alimentaires bio :

- **Le rayon crèmerie**, avec les produits laitiers (en particulier le lait liquide) et les œufs génère un chiffre d'affaires de 326 millions d'euros, soit près de 21% de la consommation des aliments bio.
- **Les fruits et légumes bio** suivent avec 264 millions d'euros, soit plus de 16% du marché alimentaire bio.
- Les différentes catégories de **pains et farines** génèrent 190 millions d'euros, représentant 12% du marché bio.
- **Les vins issus de raisins biologiques et autres boissons alcoolisées** représentent 189 millions d'euros et 12% du marché des aliments bio.
- **Les viandes et volailles** affichent un chiffre d'affaires de 179 millions d'euros, soit plus de 11% du marché bio.
- **L'épicerie sucrée** (biscuits, confitures, etc...) réalise 166 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 11 % de parts des ventes et **l'épicerie salée** (huiles, condiments, etc...) 134 millions pour 9 %.

Répartition de la part des ventes des différents produits bio



Des orientations différentes selon les circuits de distribution

Aujourd'hui, les consommateurs peuvent trouver les produits bio dans tous les circuits de distribution. Néanmoins, le croisement produit/circuit tend à montrer qu'il existe « plusieurs » marchés de l'aliment bio:

- **Les magasins spécialisés** proposent une large gamme de produits et ont une position dominante dans la vente de produits d'épicerie et traiteurs par rapport aux autres circuits.
- **La GMS** vend principalement des produits peu transformés comme le lait, les œufs, le café et la viande.
- **La vente directe**, principalement sur les marchés et à la ferme, est spécialement développée dans les secteurs des vins et des fruits et légumes.

Stade de détail. Mios €	TOTAL	GMS	Spécialisés	Vente Directe
Viande bovine	84	43	22 *	19
Viande porcine	22	15	7 *	1
Viande agneau	13	3	4 *	6
Volaille	60	38	7	15
Œufs	95	45	40	10
Lait	99	80	14	5
Produits laitiers	132	69	33	30
Charcuterie salaison	12	6	6	-
Traiteur	28	1	27	-
Saurisserie Fumaison	4	1	3	-
Epicerie Sucrée	166	53	113	-
Epicerie Salée	134	58	76	-
Vin	189	45	63	81
Boissons Végétales	29	14	15	-
Jus de fruits	33	14	14	5
Autres boissons	2	1	1	-
Surgelés	10	9	1	-
Pain / Farine	190	68	89 *	33
Fruits et Légumes	264	57	127 *	80
TOTAL	1 564	619	661	285
TOTAL	100%	39,6%	42,2%	18,2%

Des perspectives de développement dans tous les circuits:

Le commerce spécialisé bio, indépendant ou en réseau, est particulièrement dynamique. De nombreux magasins s'ouvrent régulièrement. De plus parmi les 290 gérants de commerces spécialisés bio interrogés, 41% disent avoir l'intention d'agrandir leur magasin et 63% pensent diversifier la gamme de produits bio proposés aux consommateurs.

Pour la GMS, le marché des produits bio apparaît comme un segment en croissance. La plupart des enseignes interrogées souhaitent stimuler ce développement par différentes actions.

La vente directe et la Restauration Hors Domicile tendent aussi à se développer.

L'équipe ADOCOM, service de presse de l'Agence Bio
vous remercie de votre attention

Tél : 01 48 05 19 00 Mail : adocom@adocom.fr

ADOCOM[®]

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

- 11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00. - Fax : 01.43.55.35.08
e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr
Agence Certifiée OPQCM