

# TRANSFORMATION TENDANCE DES MARCHÉS

CONSOMMATION DES PRODUITS BIO ET ENJEUX

## LA CRISE SANITAIRE ACCENTUE LES TENDANCES ALIMENTAIRES ÉMERGENTES

La crise de la COVID-19 a influencé les comportements d'achats des consommateurs mais également ceux des acteurs de la distribution.

D'après une étude menée par le CREDOC (Centre de Recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) concernant les comportements et consommations alimentaires en France, les consommateurs formulent de nouvelles attentes depuis les cinq dernières années. L'attente « santé » était stable jusqu'en 2013 et repart à la hausse depuis 2016. La préoccupation environnementale grimpe également depuis 2018. Quant aux principaux facteurs d'inquiétude par rapport aux niveaux de risques liés aux aliments, ils diffèrent selon la famille de produits considérée : les antibiotiques et le bien-être animal pour les viandes, les conservateurs et les additifs pour les produits industriels, et les pesticides pour les fruits et légumes. Enfin, pour 48 % des répondants, la prévention en matière de santé consiste avant tout à « faire attention à ce que l'on mange ». Ces résultats expliquent l'engouement pour les produits bio et les performances de ce secteur. Par ailleurs, les crises économiques antérieures (1995 et 2008) ont fait monter le critère « produit régional » dans les raisons d'achat des produits de consommation. En 2020, les deux autres critères qui connaissent une forte hausse sont le commerce équitable (+ 5 points) et les circuits courts (+ 8 points) (source : CREDOC).

### Plus de 20 % pour les produits bio

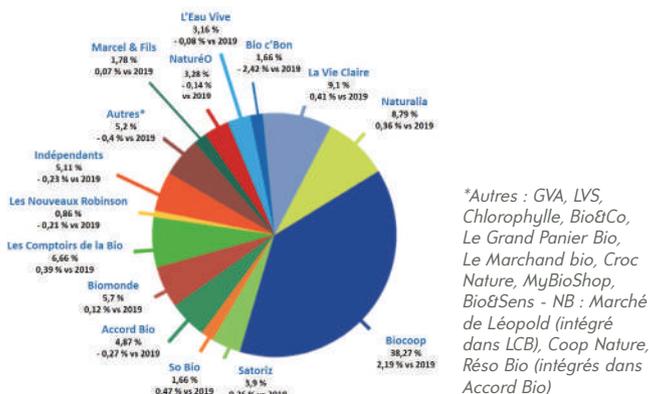
Avant la « crise COVID-19 », on observait une montée à croissance forte et à taux stable du marché bio mondial. En France et en Europe, le modèle de consommation alimentaire était en pleine remise en question : on voyait émerger de nouveaux concepts de commercialisation (digitalisation de l'offre, vrac, drive, etc.) et des nouvelles pratiques de consommation (produits durables, éthiques, filières équitables, origine régionale, etc.). Pour autant, parmi les dix produits les plus achetés pendant la première période de confinement, on retrouve cinq références de Nutella©. Mais les produits bio ont gagné 20 % de chiffre d'affaires et 8 % d'acheteurs. Cela illustre l'arbitrage constant des consommateurs entre des exigences contradictoires (source : ECOZEPT).

Du côté des distributeurs, parmi les 3 091 points de vente spécialisés bio présents en France en décembre 2020, 90 % souhaitent à l'avenir prioriser les produits vendus en vrac ou liés au « zéro déchet » et 32 % les produits locaux. Pendant le premier confinement, 83 % des magasins spécialisés bio ont procédé à des changements de fournisseurs, en faveur des opérateurs locaux et des filières courtes (source : Biolinéaires).

### Le paysage des distributeurs spécialisés en constante évolution

Leader sur le marché bio de la vente en ligne avec son site Greenweez, Carrefour a d'abord racheté les chaînes régionales SO.Bio puis Bioazur, avant de remporter plus récemment la reprise de Bio c'bon. Par ailleurs, Les Mousquetaires sont présents au capital des Comptoirs de la bio. Du côté de Biomonde et de Biocoop, les directions générales ont changé récemment. Reste à savoir comment ces réorganisations vont modifier les performances des enseignes et le parc de magasins plus globalement. Quant aux parts de marché, elles demeurent stables depuis dix

Part et évolution de marché en CA 2020



ans en ce qui concerne les ventes de produits bio par les artisans-commerçants et en vente directe ou marchés. En revanche, alors que l'écart s'était stabilisé entre la grande distribution et les magasins spécialisés, il se creuse de nouveaux au détriment de ces derniers.

Rédigé par

Flavie TIRET, INTERBIO Nouvelle-Aquitaine  
f.tiret@interbionouvelleaquitaine.com

Sources :

- CREDOC, novembre 2020, enquête « Comportements et consommations alimentaires en France » ;
- ECOZEPT, oct. 2020, conférence « Les marchés alimentaires et bio et l'influence de la COVID-19 », vidéo en ligne disponible ici : <https://youtu.be/-03Do22Ndl> ;
- Biolinéaires n°93, janvier-février 2021, dossier « Distribution spécialisée à la loupe » ;
- Biolinéaires n°91, septembre-octobre 2020, dossier « Panorama de la distribution spécialisée 2020 ».