Le marché du bio profite de la crise sanitaire

En période de doute sanitaire, les consommateurs se sont tournés vers le bio. Alors que la France était en pleine crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 et que certaines activités en pâtissaient, le secteur du bio se portait plus que bien.

C'est en effet ce que montre une étude publiée début avril 2020 par le cabinet Nielsen, spécialisé dans l'étude des marchés et des comportements des consommateurs. Suite au passage au stage 2 du Covid-19 le 28 Février, l'écart de consommation entre BIO et conventionnel ne cessait d'augmenter. Dans certain département comme le Gers, les ventes de produits BIO avaient augmenté de plus de 25 %.

Antoine Lecoq, consultant analytique chez Nielsen, expliquait que les produits BIO sont considérés par les consommateurs comme « plus qualitatif ». Ainsi, en période de crise sanitaire, ils rassureraient les consommateurs : « Les produits

Comme le montre l'étude Nielsen, sur l'ensemble des circuits de

grandes distributions, ce sont les

bio, perçus comme plus naturels que les autres, restent recherchés par les consommateurs, surtout dans une période de doute, où les produits vus comme globalisés sont sous le feu des critiques. »

Les consommateurs ont ainsi fait le choix du BIO mais également du local. En effet, la vente de produits BIO à la ferme a largement dépassé les attentes. Philippe Henry, président de l'Agence Bio, indiquait « Dans ma région, tous les producteurs BIO qui font de la vente directe sont dévalisés. » Lui-même agriculteur dans une ferme de Lorraine où il commercialise ses pommes de terre en vente direct, il se disait « très sollicité » sur son exploitation.

Le regain des commerces de proximité et du drive

mité et dans les drives que dans les

grandes surfaces où les consomma-

teurs allaient avant la crise. C'est en

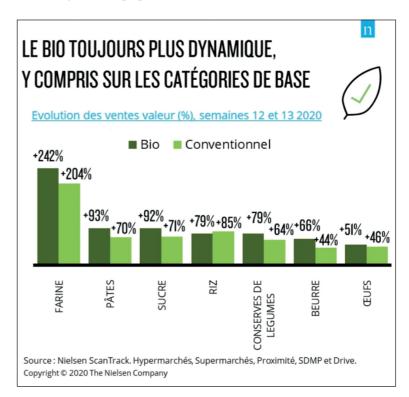
effet l'analyse d'Antoine Lecoq du

PRODUITS BIO : UNE PROGRESSION AU-DELÀ DE +25% DANS CERTAINS DÉPARTEMENTS Evolution des ventes bio semaine 13 2020, total PGCFLS < 10% Entre 10 et 15% Entre 15 et 20% Entre 20 et 25% Plus de 25% Source: Nielsen ScanTrack, HMSM + PROXI + DRIVE, parc constant. Copyright © 2020 The Nielsen Company

Les familles ont cuisiné bio à la maison

D'après l'étude menée par le cabinet Nielsen, le Centre Nord, le Nord-Ouest, l'extrême l'Est et le Sud-Ouest de la France sont les zones où les ventes de produits BIO ont augmenté de façon majeure. Cette croissance serait liée à la présence plus marquée de familles dans ces départements. D'après Emmanuel Fournet, Directeur Insights et Analytics chez Nielsen « Les familles [...] sont aussi de grandes consommatrices du bio, et en prenant plus de repas à domicile que d'habitude, elles amplifient naturellement la consommation de ces produits. » Cela expliquerait également pourquoi les produits de base comme les pâtes, la farine, le sucre et les œufs, ont été préférentiellement achetés en BIO plutôt qu'en conventionnel. Le phénomène de « stockage », qui avait saisi les familles en début de confinement, serait peut-être ainsi à l'origine de cette hausse de consommation BIO en mars 2020. Antoine Lecoq, de Nielsen, rappellait que « En moyenne, et même s'il peut y avoir des différences d'une catégorie de produits à l'autre, le bio est un peu moins « rupturiste » que le conventionnel, ce qui signifie que quand les rayons sont vides, il y a plus de chances de pouvoir encore trouver des produits bio en rayon. ». Enfin, comme le remarquait Phi-

lippe Henry, de l'Agence Bio « Les gens qui consomment BIO étant chez eux », les quantités de produits BIO achetés augmentaient proportionnellement à la baisse de fréquentation de la restauration collective qui « a peu investi jusqu'à présent sur le



Le panier post-Covid a-t-il continué d'être vert ?

Cette tendance à la consommation BIO et locale a-t-elle perduré après le déconfinement ? C'est la question qui est sur toutes les lèvres des acteurs de la filière BIO. Philippe Henry, président de l'Agence Bio, se

le commerce en ligne ou de proximi-

té, où le poids du bio est structurel-

lement plus important, joue mécani-

quement en faveur de la croissance

voulait optimiste en avril « On est en train de réaliser que l'alimentation, il y a des gens qui la produisent. [...] C'est un élément qui durera. » Guillaume Riou, président de la FNAB, était plus mesuré « Cela n'a rien à voir avec le Covid, je vous l'accorde, mais les gens ont besoin d'être ras-surés sur leur santé. » Il n'est en effet pas nouveau que le BIO attire de plus en plus de consommateurs. En 2019, 93 % de la croissance des produits de grandes distribution en France était liée au BIO; le chiffre d'affaire des produits BIO augmen-

tait de 19 % Emmanuel Fournet, Directeur Insights et Analytics chez Nielsen, rappelle que « Il ne faut pas oublier que le bio représentait déjà une part importante des ventes de ces catégories [riz, pâtes, sucre, farine et œufs] avant la période de crise. » Selon l'Agence Bio, la consommation de produits bios en France entre 2018 et 2019 a augmenté de 13,5 % (soit une

Bio Centre, témoignait en juin 2020

dans un article de FranceBleu « On a eu une baisse importante de fréquentation de nos producteurs dès la fin du confinement et qui se confirme maintenant. L'explication est très simple : les gens sont retournés à un quotidien, à leurs habitudes, ils ont leur travail et ils prennent un peu moins le temps d'aller chercher des produits chez les petits producteurs. »

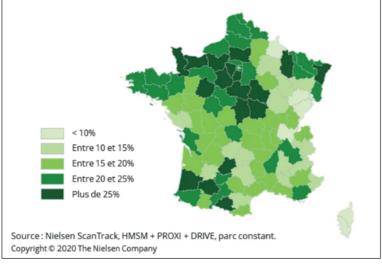
Néanmoins, il n'est pas impossible que les consommateurs aient pris goût aux commerces de proximité et aux drives et continuent à augmenter la part de BIO dans leur alimentation. Philipe Henry, président de l'Agence BIO, a d'ailleurs rappelé dans la conférence de presse du 9 juillet 2020 : « C'est cette adéquation entre l'offre et la demande qui propulse aujourd'hui le bio dans une dynamique des plus prometteuses ! Plus que jamais, les pouvoirs publics se doivent d'accompagner ce mouvement.

La stratégie « de la ferme à la table » du pacte vert présenté par la Commission européenne le 20 mai dernier et l'opportunité que constitue aujourd'hui le plan de relance pour l'agriculture sont autant de signaux positifs que nous ne pouvons qu'encourager. »

de plus d'14 milliards d'euros). Cependant, les premiers résultats post-Covid-19 ne sont malheureusement pas partout au rendez-vous. Laure Amouricq, chargée de mission alimentation au sein de l'association

(Source : AgenceBIO. Dossier de presse - La consommation bio en hausse en 2019 stimule la production et la structuration des filières françaises - Les chiffres 2019 du secteur bio. 9 juillet 2020. FMCG and RETAIL. « Le bio au révélateur du COVID-19 ». Nielsen, 8 avril 2020).

Contact : Chambre d'agriculture du Gers Lise Laporte-Riou / Jean Arino - Tél. 05.62.61.77.13



petits supermarchés, les magasins de proximités et les drives qui ont cabinet Nielsen « Le recentrage sur de ces produits. » vu leurs ventes s'envoler depuis février 2020. Guillaume Riou, président de la Fédération Nationale des **CONFINEMENT: LE DYNAMISME DU BIO** Agriculteurs Bio (FNAB) expliquait cette dynamique par le fait que « Les gens ont le sentiment [...] que cette tendance infectieuse de l'embal-SE POURSUIT DANS TOUS LES CIRCUITS lage, du rayonnage, de la proximité avec d'autres clients, y agit moins ». Les magasins BIO spécialisés (Biocoop, Naturalia, La Vie Claire, Bio C' Bon, Naturéo...) ont notam-Evolution des ventes valeur (%), semaines 12 et 13 2020 ■ Bio ■ Conventionnel +69% ment été pris d'assaut. Alexandre Fantuz, directeur marketing chez +46% +45% +43% Biotopia et panéliste en magasins BIO témoignait que « La valeur du +24% panier moyen a augmenté de 48 %, passant d'environ 40 à 59 euros de-+6% +5% +2% puis mi-mars. » Philippe Bramedie, président et fondateur des Comptoirs de la Bio avait également noté que -7% « Les clients se déplacent un peu $Hypers > 7500 \text{ m}^2$ Hypers < 7500 m² Drive moins en magasins, on observe une Supers $> 200 \text{ m}^2$ Supers < 2000 m² baisse de fréquentation de l'ordre de 30 à 40 % mais qui est largement compensée par un quasi doublement Cependant, cette croissance pouvait s'expliquer par la disponibilité plus accrue des produits BIO dans Source: Nielsen ScanTrack les rayons des magasins de proxi-Copyright © 2020 The Nielsen Compa

du panier moyen ».