



BIO GOURMET



BIO GOURMET DÉSIR D'AVENIR

Avec une croissance de 17 % par an, le marché du bio continue son expansion en France. Le bio se généralise et répond aux attentes de nouveaux consommateurs désireux de changer leurs habitudes alimentaires et de réduire leur impact sur l'environnement. Les enseignes généralistes et spécialisées se retrouvent en concurrence frontale. Dans cette guerre de valeurs, le bio gourmet est-il la voie du succès pour les épiceries fines ?

L'an passé, nous avons mené une enquête auprès de 300 professionnels de l'épicerie fine et revendeurs de produits gourmets. Les résultats montraient que le bio n'était plus une mode ou une tendance, mais bien un mouvement de fond parti pour durer. Le bilan publié en juin dernier par l'Agence Bio a confirmé l'essor de l'agriculture biologique en France et l'expansion continue de ce marché. Le secteur représente désormais 6,6 % de la surface agricole utile du pays, couvrant fin 2017, 1,8 million d'hectares répartis sur 36 700 exploitations – soit 8,3 % du total des fermes. Cette proportion croît encore de + 15 % entre 2016 et 2017. Les achats de produits bio connaissent le même essor. Ils ont d'abord doublé entre 1999 et 2007, puis deux fois doublé en cinq ans, jusqu'à 2017, et ont atteint 8,3 milliards d'euros annuels.

Aujourd'hui, la part de ces produits représente 4,4 % de toute la consommation alimentaire à domicile. Les Français sont plus nombreux à consommer bio, et ils le font aussi plus fréquemment. Plus de 9 Français sur 10 ont consommé au moins un produit bio en 2017 et ils sont 16 % à le faire désormais quotidiennement. 26 % des Français auraient en outre l'intention d'en consommer davantage dans le futur. Les enquêtes les plus récentes du Crédoc, qui suit la consommation des foyers français depuis trente ans, annoncent des changements alimentaires profonds. "En 2018, la consommation bio en France sera encore plus forte", explique Pascale Hébel, directrice du département consommation et entreprises du Crédoc qui remarque : "Une partie de la population ne peut pas en acheter, mais en rêve."



NOUVELLES VALEURS, NOUVEAUX CONSOMMATEURS

Pour la spécialiste, d'autres tendances se dégagent : "Le 'sans' va également s'enraciner. Sans pesticide, sans colorant, sans OGM, sans conservateur, sans nitrite..." Selon les chiffres de l'Agence Bio, les Français font évoluer leurs comportements alimentaires.



Aujourd'hui, 5 à 6 % de la population suivrait un régime particulier : végétarien, sans gluten, vegan, crudivore ou encore flexitarien (régime consistant à réduire l'apport de protéines animales, en particulier celles issues de la viande). Préoccupés par leur santé, l'environnement, ou l'impact social des produits qu'ils consomment,

nos compatriotes mangent différemment et modifient leurs habitudes d'achats. "La priorité absolue du consommateur est l'innocuité pour soi et pour ses proches, puis vient la préservation de l'environnement : la promesse du bio est sur ce point, la plus forte", analysent les organisateurs du salon Natexpo qui observent également "une montée en puissance de la conscience des consommateurs en quête de sens et considérant que l'acte d'achat est une voie royale pour faire changer les choses". "Si jusqu'à maintenant, la motivation principale des consommateurs bio était leur santé, les jeunes générations attachent désormais autant d'importance à l'environnement", souligne Jean Verdier, P-DG de Naturgie et directeur du Synabio.

LE BIO SE GÉNÉRALISE

Le profil des consommateurs de bio n'est en effet plus le même (voir encadré). Selon le cabinet Peclers, ils sont passés d'un profil militant et puriste à des positions plus orientées sur le local, le terroir, la transparence, l'authenticité et l'épanouissement. Aujourd'hui, le bio concerne presque tous les Français. Cette hausse de la clientèle s'explique aussi par des circuits de distribution de plus en plus développés et une offre variée. Si la distribution spécialisée bio a connu une croissance de



15 % en 2017, en grande distribution la croissance du bio était dans le même temps de 27 %. Les GMS accaparent quasiment la moitié des ventes. Elles ont développé leur gamme bio dans leurs magasins de proximité et le drive. Intermarché s'est rapproché des Comptoirs de la Bio. Carrefour a racheté récemment l'enseigne So.bio. Et à la rentrée, Leclerc ouvrira son premier "Marché bio", près d'Amiens. La taille du gâteau augmente, suscitant également l'appétit de l'industrie alimentaire,

à l'image de Danone, Herta ou Fleury Michon. Face à cette banalisation galopante, les acteurs historiques de la filière bio s'inquiètent de la préservation de l'image du bio. La dynamique du bio, l'arrivée de nouveaux consommateurs aux attentes différentes, l'essor des enseignes généralistes qui rendent le bio accessible mais qui diluent les valeurs... Tout cela oblige à se poser des questions, y compris pour les acteurs du monde de l'épicerie fine.



LA PERCÉE DU BIO GOURMET

Le bio représente une belle opportunité pour les épiceries fines qui sauront trouver leur voie entre un bio à deux valeurs, avec d'un côté la filière historique et de l'autre la grande distribution et les marques de l'industrie alimentaire. Les premiers, attachés au strict respect du cahier des charges, recherchent de gros volumes pour rendre leur offre plus accessible. Les seconds cherchent à se démarquer encore davantage : approvisionnement local, RSE, commerce équitable, biodynamie... Les épiceries fines, fortes de leur offre en produits plaisir, premium ou cadeaux, sont complémentaires des magasins bio ou de la GMS qui proposent des produits du quotidien.

Lors de notre enquête de 2017, 60 % des professionnels de l'épicerie fine et des revendeurs interrogés pensaient que le bio aurait une part plus importante dans leur offre produits dans les prochains mois. Les produits bio pesaient alors moins de 10 % de l'offre chez la moitié des professionnels interrogés. Depuis, la demande n'a cessé de progresser. "Les produits bio s'imposent davantage en épicerie fine, constate Patricia Berthomier-Massip, présidente de Spas Organisation. Ce n'est pas une tendance qui va s'arrêter puisque les clients des épiceries fines sont en recherche de produits associant qualité, traçabilité et innovation, cahier des charges auquel répond le bio. Les consommateurs sont de plus en plus portés à acheter des produits sains, garantissant l'innocuité pour leur santé." Pour la première fois cette année, a été créée une catégorie Épicerie au sein du concours des Trophées Natexpo. Parmi les 50 produits en lice, 30 sont distribués en épiceries fines.

Trophées d'Or Natexpo 2018.
LOU BIO, pour sa nouvelle
gamme de cookies vegan
et sans gluten.



Le lauréat argent, la mousse
de carotte au bleu d'Auvergne
de la marque Clac !



LE BIO GOURMET EST PROMIS À UN BEL AVENIR

"La qualité gustative doit rester la priorité sur les produits créateurs de valeur pour une épicerie fine", estime Cédric Richard dont l'entreprise Nature & Expression est spécialisée dans la sélection, l'importation et la distribution de produits alimentaires biologiques innovants. Cette offre de produits bio peut également s'étendre aux nouvelles tendances fortes avec des références vegan et sans gluten." En la matière, l'épicier fin jouera à plein son rôle d'expert du goût et de lien privilégié entre le producteur et le consommateur. Sur les catégories de produits majeurs, il est capital que les épiceries fines puissent répondre à la demande en bio. Vins, alcools, thés et huiles sont les familles de produits où le bio est jusqu'à présent le plus représenté dans vos commerces. Puis suivent les confitures, les boissons non alcoolisées, le café et les biscuits. Le vrac et le frais, voici deux pistes à creuser pour celles et ceux d'entre vous qui voudront répondre à l'engouement autour du bio. Les attentes pour les produits en vrac, non emballés, se renforcent et les achats de produits frais sont en progression : + 28 % entre 2015 et 2017. Selon l'Agence Bio, dans le panier du consommateur, l'épicerie sèche bio enregistre une croissance d'une année sur l'autre de + 22 % en salé et + 17 % en sucré.

Et n'oubliez pas les Millenials ! "Les jeunes sont avides de nouveautés et curieux de découvrir de nouveaux ingrédients et de nouvelles sensations. Les marques présentes sur le salon Natexpo innovent, proposent des produits aux goûts hybrides et aux textures (d)étonnantes", s'enthousiasme Patricia Berthomier-Massip. Et si vous alliez chercher de l'inspiration parmi les lauréats des Prix Épicures de l'Épicerie Fine 2018 ? Thés, tisanes, limonades, jus, légumes... les produits bio et bons comptent parmi les produits gagnants.

Ronan Le Flécher

CINQ PROFILS DE CONSUMMATEURS

LES VIGILANTS.

78 % consomment bio pour leur santé et celle de leurs enfants.

LES SÉLECTIFS.

67 % consomment des produits bio bien particuliers.

LES PRAGMATIQUES.

60 % consomment des produits bio quand ils en trouvent.

LES ENGAGÉS.

53 % le font pour soutenir l'agriculture bio.

LES HÉDONISTES.

41 % le font par plaisir, raison encore plus importante chez les 35-49 ans.

Sondage CSA pour Agence Bio