

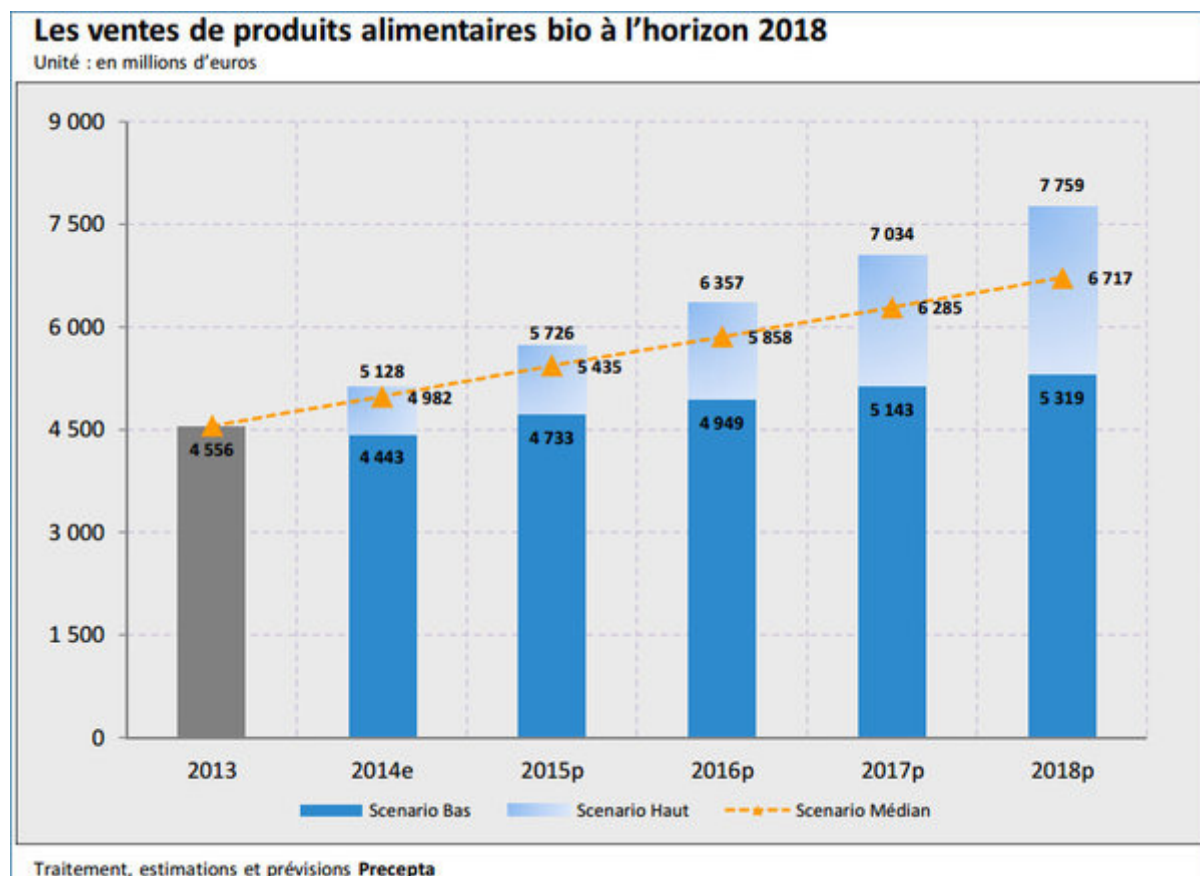
Le marché des aliments bio pèsera presque 8 milliards en 2018 en France

Le marché des aliments bio pèsera presque 8 milliards en 2018 en France

Pourquoi la grande distribution est celle qui profite le plus de cet engouement ? A quoi ressemblera le magasin bio de demain ?

Les produits alimentaires bio entrent dans les habitudes des [ménages](#) français, selon une étude Xerfi intitulée "[La distribution de produits biologiques à l'horizon 2018](#)". Le principal moteur du marché repose sur la confiance : ces produits sont perçus comme sains. Les consommateurs choisissent le bio par souci de santé (39%) et par respect de l'environnement (28%), selon le baromètre Ethicity 2014 cité par l'étude.

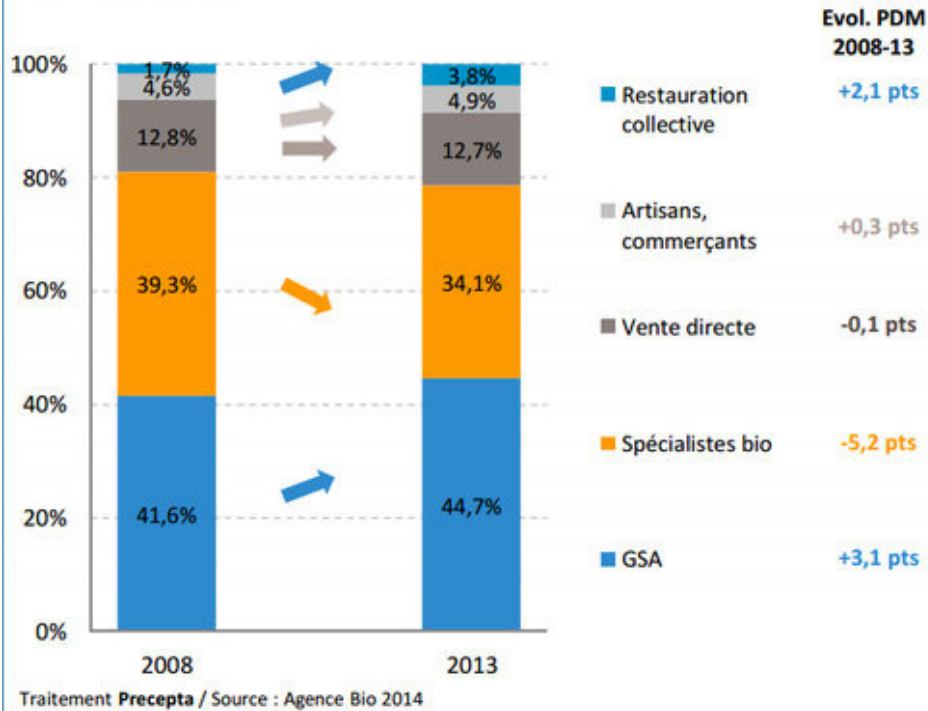
Preuve de cet engouement : les ventes de produits alimentaires bio ont augmenté en moyenne de 14% par an au cours des neuf dernières années. Selon un scénario prospectif "haut", les experts Xerfi estiment que ce marché atteindra 7,8 milliards d'euros en 2018 avec un rythme de croissance annuel moyen de 11,2%. Il représentera alors 4,2% du marché alimentaire total (contre 2,5% en 2013).



Ce sont désormais les grandes et moyennes surfaces (GMS) qui profitent le plus de l'essor du marché. Selon Xerfi, de 2008 à 2013, les enseignes de la grande distribution ont gagné des parts de marché (+3,1 points), en particulier au détriment des magasins spécialisés et de la vente directe (-5,2 points).

Evolution des parts de marchés des circuits de vente de produits bio alimentaires

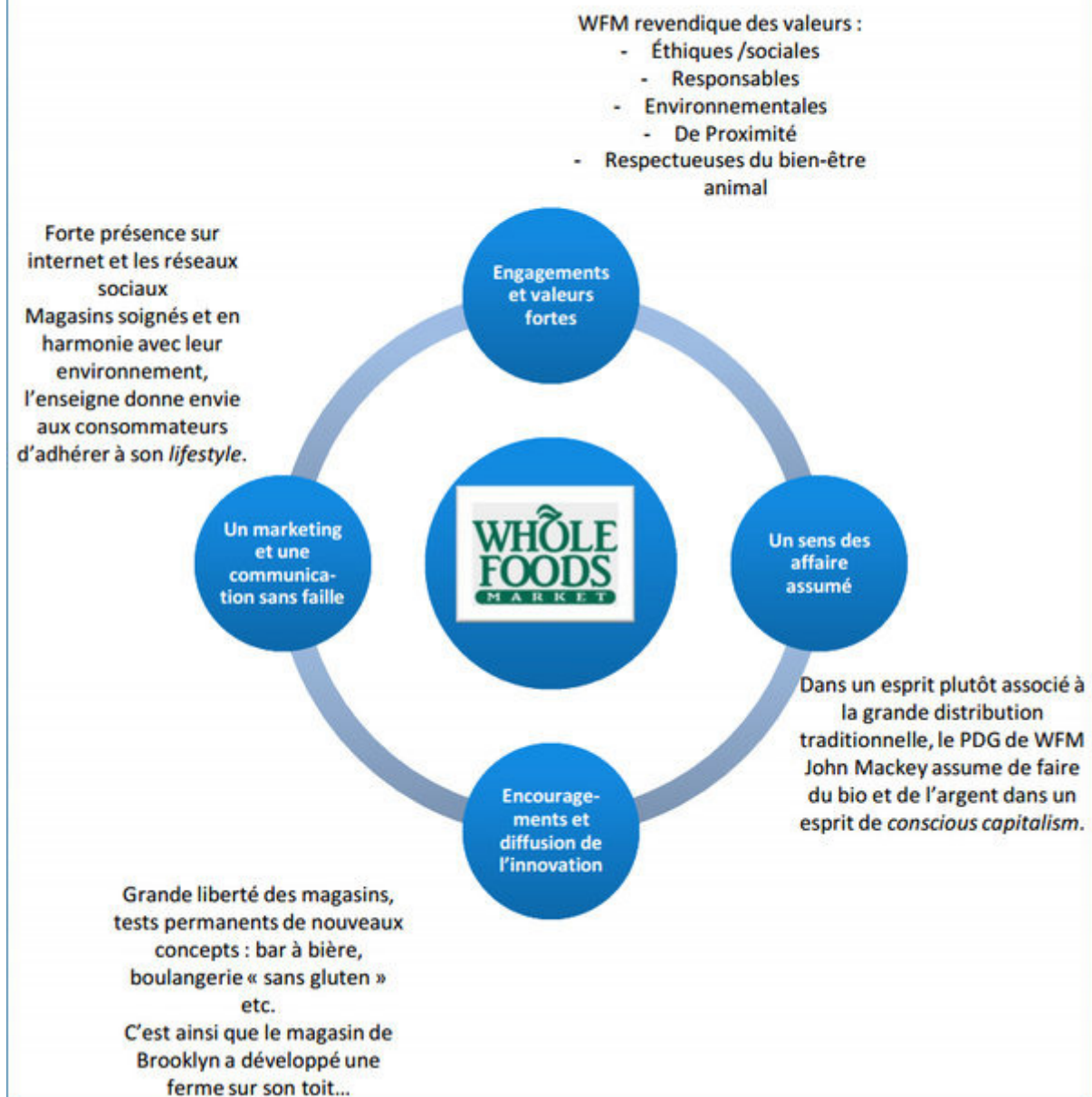
Unité : Part en % en valeur



Jusqu'en 2018, le marché du bio pour les GMS devrait continuer de croître : entre 6% et 10% par an selon Xerfi. Les hypers et supers ont tiré jusque-là leur épingle du jeu grâce à un flux de clients plus important mais aussi en augmentant leurs nombres de références bio et en proposant des prix plus attractifs (Auchan offre 50 produits à moins de un euro). Une stratégie gagnante sur un marché dont les prix peuvent rebuter les nouveaux consommateurs.

Pour poursuivre leur croissance, les acteurs du bio pourront aussi s'inspirer d'une enseigne qui fait aujourd'hui figure de référence : Whole Foods Market (WFM), devenue la plus grande chaîne de distribution de produits bio et naturels aux Etats-Unis, avec plus de 350 magasins. Voici les 4 points clefs de son succès selon les experts Xerfi :

Les fondements clés à l'origine du succès des enseignes Whole Foods Market aux Etats-Unis



Pour se démarquer, WFM mise notamment sur une stratégie marketing et commerciale sophistiquée. Afin de mieux cibler et comprendre les consommateurs, l'enseigne est omniprésente sur les réseaux sociaux, avec 1,7 million de fans sur Facebook, 3,8 millions de followers sur Twitter et 290 000 sur Instagram. Les magasins WFM sont très étudiés avec de grands espaces bien agencés : les produits sont disposés du moins au plus nutritif. L'enseigne met en avant la qualité avant les prix bas et les chefs de rayons connaissent parfaitement leurs produits pour renseigner au mieux les consommateurs.