

L'avenir du bio dans les mains de la grande distribution

Si la croissance des produits bio se poursuit chaque année en France, sa concentration dans la grande distribution sera renforcée en 2022, selon une note d'analyse de l'institut Xerfi Precepta. Une évolution à risques.

Le bio sera-t-il dans tous les rayons en 2022 ? C'est fort probable à en croire l'étude de Xerfi Precepta. Alors que le chiffre d'affaires du secteur a atteint près de 10 milliards d'euros en 2018 (Agence Bio), il devrait en effet atteindre 15 Md€ dans 4 ans. Soit une hausse de 50% ! Un développement dû à l'essor de l'offre en magasins et sur internet.

GMS EN TÊTE

Mais ce changement d'échelle comporte un risque majeur: celui d'éloigner le bio de ses valeurs originelles et de se faire happer par les grandes marques de l'agriculture conventionnelle et de la grande distribution, alerte l'étude. Aujourd'hui, les grandes et moyennes surfaces (GMS) représentent en effet 52% du marché. Elles ont dépassé pour la première fois les enseignes spécialisées en 2018 et ont enregistré une croissance de 235% entre 2010 et 2019.

UN APPROVISIONNEMENT SOUS TENSIONS

Selon un scénario «haut», cette croissance soutenue va se poursuivre et accroître les tensions sur l'amont de la filière qui peine à se structurer rapidement. Résultat: une nouvelle hausse des importations et un risque décuplé de recours à des méthodes de production semblables à celles du conventionnel. Comme l'a montré l'affaire des serres chauffées pour la production de fruits et légumes hors saison, qui s'est finalement conclue en juillet au bénéfice des valeurs du bio et de l'interdiction de produire des aliments sans respecter leurs cycles naturels. Autre tendance: la réduction du différentiel de prix entre produits bio et produits conventionnels.



RALENTISSEMENT DES ENSEIGNES SPÉCIALISÉES

Dans ce scénario, les GMS confirmeront leur croissance dans la vente de produits bio (environ 17% en 2022), provoquant un ralentissement régulier de la croissance du chiffre d'affaires des enseignes spécialisées (5% en 2022) et une hausse de la vente directe (9% en 2022) tirée par la hausse de nombre d'exploitations. Les GMS devraient par ailleurs miser sur la stratégie de marques distinctes puisque la capitalisation sur les marques d'enseignes (Carrefour Bio, Auchan Bio et Marché Bio E. Leclerc) s'est révélée peu probante. Au contraire, Intermarché s'est récemment allié aux Comptoirs de la Bio tandis que le groupe Casino a mis la main sur Naturalia en 2008. «D'autres rapprochements entre enseignes alimentaires et enseignes bio devraient se produire au cours des prochains mois», affirme Xerfi.

LES GMS FERONT LA PLUIE OU LE BEAU TEMPS

Dans un scénario «bas», le pouvoir d'achat des Français accusera une franche décélération. Dans cette hypothèse, l'écart entre les GMS et les magasins spécialisés sera réduit si les distributeurs attendent la reprise. Mais s'ils se montrent offensifs, ils augmenteront au contraire leur recours aux approvisionnements étrangers et issus de mode de production plus intensifs. Résultat: le marché se scindera en deux et les Français se trouveront face à une bio à deux vitesses.

INTERNET ENTRE DANS LE JEU

Autre nouveauté: un nouveau marché devrait émerger sur Internet, avec des start-up comme Aurore Market, Kazidomi et La Fourche proposant des produits bio à prix cassés, jusqu'à 50% moins chers que dans les magasins. Une tendance qui ne garantit pas une production locale. Sauf si la surface agricole utile cultivée en bio passe, elle aussi, à la vitesse supérieure. Elle ne couvre que 7,5% de la SAU nationale en 2019.

Lien article :

<http://www.journaldelenvironnement.net/article/l-avenir-du-bio-dans-les-mains-de-la-grande-distribution,102311?xtor=EPR-9>

