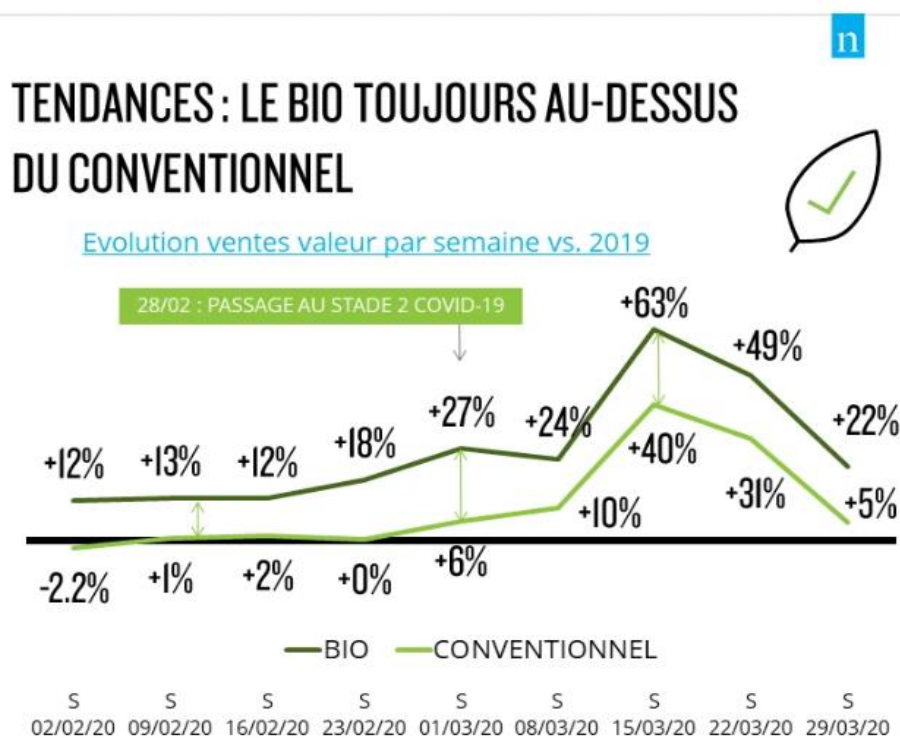


Covid- 19 : Les ventes de produits bio performant malgré la pandémie

On aurait pu penser que la pression sur les prix et le recentrage sur les achats de première nécessité freineraient la dynamique des ventes de produits certifiés bio. C'est tout le contraire ! Selon Nielsen, l'écart se creuse avec les produits conventionnels.

En 2019, les ventes de produits bio en grandes surfaces avaient progressé de 19 % en valeur, selon les données Nielsen (dans les circuits HMSM + Drive + Proximité + SDMP). On pourrait légitimement penser que le recentrage sur les biens de première nécessité et la forte attention aux prix suscitée par l'épidémie de Covid-19 aient enrayé la belle dynamique. Il n'est en rien. Bien au contraire.

Des croissances de + 22 %, + 40 % et + 63 % sur trois semaines consécutives



Selon Nielsen, les ventes de produits bio sont en très forte croissance, et même l'écart se creuse vis-à-vis des produits conventionnels. Une observation objectivée par les chiffres. La semaine du 15 mars, les

ventes de produits bio ont gagné + 63 % contre + 40 % pour les produits conventionnels. La semaine du 22 mars, les progressions ont atteint + 49 % pour le bio et + 31 % pour le conventionnel. Et pour la semaine du 29 mars, la croissance est de + 22 % en bio contre + 5 % en conventionnel.

A ce constat, s'ajoute le développement des achats en magasins bio spécialisés (Biocoop, Naturalia, La Vie Claire, Bio C' Bon, Naturéo...). « La valeur du panier moyen y a augmenté de 48 %, passant d'environ 40 € à 59 € depuis la mi-mars », explique Alexandre Fantuz, directeur marketing de Biotopia, panéliste en magasins bio.

Comment expliquer le phénomène ?

Tout d'abord, car les produits bio répondent aux aspirations profondes des Français, plus particulièrement dans cette période anxiogène suscitée par l'épidémie. « Ils sont perçus comme plus naturels. A l'inverse, les produits globalisés sont sous le feu des critiques », pointe Antoine Lecoq, consultant chez Nielsen. D'autres explications plus prosaïques sont à mettre en avant. Les produits bio ont été moins en rupture en rayons que les produits conventionnels. Et surtout, l'orientation des achats vers des magasins de proximité, confinement oblige, leur est aussi favorable.

Il faut aussi rappeler que les Français se sont rués sur des produits de base comme les pâtes, le riz, le sucre, la farine ou les œufs. Pour certaines de ces catégories, le bio représentait déjà une part importante des ventes avant la crise. « Ce sont des produits de base, fortement consommés par les familles qui 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 », conclut Emmanuel Fournet, directeur Insights et Analytics chez Nielsen.

Liens articles :

<https://www.processalimentaire.com/vie-des-iaa/covid-19-les-ventes-de-produits-bio-performent-malgre-la-pandemie?sso=1587129980>

<https://www.nielsen.com/fr/fr/insights/article/2020/la-sante-du-bio-en-france-au-revelateur-du-covid-19/>

