

NOUVEAUTÉ



L'AVENIR DU MARCHÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES BIO

Quels leviers actionner pour transformer le rebond du marché en croissance durable ? Quelles sont les stratégies gagnantes pour soutenir la demande ?

Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Le potentiel du marché** des produits alimentaires biologiques et les dynamiques concurrentielles par circuit à l'horizon 2030
- ▶ **Les stratégies de croissance des différentes enseignes** (GSS, GMS) pour optimiser l'activité commerciale sur le bio et leurs **ambitions stratégiques à moyen terme**
- ▶ **Les enjeux clés à relever et les actions à mener** pour assurer une croissance solide du marché
- ▶ **Le regard des enseignes** sur les challenges du marché bio au travers d'entretiens qualitatifs



PROSPECTIVE

Notre vision du potentiel du marché et de l'évolution du paysage de la distribution à l'horizon 2030.

LesEchos

ÉTUDES

LE BIO À LA CROISÉE DES CHEMINS : LES BATAILLES À MENER POUR PÉRENNISER LA REPRISE DU MARCHÉ



Cécile DESCLOS

Directrice du pôle
Agroalimentaire



@CécileDesclos

Après plusieurs années de fortes turbulences, le marché des produits alimentaires biologiques amorce enfin une reprise en France. Entre 2021 et 2023, l'inflation et les arbitrages budgétaires ont fragilisé le bio. Par ailleurs, des labels concurrents ont semé la confusion et le consommateur s'est détourné du bio. Depuis 2024, le marché renoue avec la croissance tirée par le dynamisme du réseau spécialisé.

Les magasins spécialisés bio ont été particulièrement impactés par la crise du bio, avec de nombreuses fermetures de points de vente. **Depuis 2024, les enseignes retrouvent une croissance encourageante. Elles ont travaillé leur positionnement prix et restructuré leur parc de magasins.** Le leader Biocoop annonce des ventes en forte hausse pour l'année 2025 et lance un plan d'ouvertures de magasins ambitieux à l'horizon 2029. La Vie Claire et Naturalia confirment la tendance et notent un vrai retour des clients en magasin.

En **grande distribution, la reprise est plus timide mais réelle.** Après plusieurs années de fortes baisses de chiffre d'affaires et de réduction des assortiments, le marché se stabilise. Les consommateurs reviennent au bio, via les marques distributeurs et les marques historiques du bio. Pour renouer avec une dynamique solide, les marques et enseignes du bio devront toutefois relever de nombreux défis : retrouver la confiance du consommateur, redonner de la crédibilité au label AB face aux labels concurrents, sécuriser les approvisionnements, trouver le juste prix, concilier production locale et bio.

Notre méthodologie : une expertise unique



INTERVIEWS

Des entretiens qualitatifs approfondis auprès d'enseignes clés du secteur pour enrichir nos analyses de la réalité du terrain.



APPROCHE PROSPECTIVE

Notre vision du potentiel du marché et de l'évolution du paysage de la distribution à l'horizon 2030.



BUSINESS CASES

Des analyses d'enseignes qui illustrent le positionnement et les stratégies de croissance des différentes forces en présence (magasins spécialisés, GMS, e-commerce).



Plan de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude

Les drivers du marché

Les chiffres clés du marché alimentaire bio au global et par catégorie de produits

Focus sur le consommateur français de produits biologiques en 2025

Les perspectives de croissance à l'horizon 2030

Scénarios et prévisions de marché à l'horizon 2030 au global et par circuit

Le nouveau paysage de la distribution du bio

Une forte reconfiguration du jeu concurrentiel

Le circuit spécialisé : des signaux de reprise et un circuit qui se réinvente

Le bio en GMS : un recul marqué ces 4 dernières années

Vente directe : un circuit en essor poussé par les producteurs

Artisans-commerçants : un petit circuit qui compte sur les catégories vin et boulangerie-pâtisserie

Magasins bio : le retour de stratégies volontaristes chez les enseignes

Un paysage concurrentiel en pleine recomposition

Les stratégies des principaux acteurs présents sur le marché : Biocoop, Naturalia, La Vie Claire, L'Eau Vive, Léopold, Marcel&Fils, MyBioShop, NaturéO, Satoriz, So.Bio – Bio C'Bon, Le Grand Panier bio, Accord Bio, Koalibio, Biomonde, Les comptoirs de la bio...

Focus sur les acteurs du e-commerce spécialisé : La Fourche, Greenweez, Kazidomi

Grande distribution : des enseignes moins impliquées dans l'essor du bio

Analyse du positionnement et des stratégies déployés par les enseignes : Auchan, Carrefour, Casino, Coopérative U, E.Leclerc, Les Mousquetaires

Les défis prioritaires à résoudre pour consolider la dynamique du marché

Retrouver la confiance du consommateur, défendre la crédibilité du label AB, trouver le juste prix, sécuriser les approvisionnements, concilier les attentes de bio et de production locale, réduire les déchets, apporter plus de transparence...



PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Catégories

Produits alimentaires bio :

- ▶ Fruits & légumes
- ▶ Crèmerie
- ▶ Viande
- ▶ Traiteur, mer, surgelés
- ▶ Boulangerie, pâtisserie fraîche
- ▶ Epicerie
- ▶ Boissons sans alcool
- ▶ Boissons alcoolisées

Circuits

- ▶ GMS
- ▶ Magasins spécialisés bio et sites e-commerce spécialisés
- ▶ Vente directe
- ▶ Artisans - commerçants

Champ géographique

- ▶ Analyse détaillée du marché français

▶ Rendez-vous sur notre site www.lesechos-etudes.fr pour télécharger un extrait et consulter le plan détaillé de l'étude

QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 35 ans, **Les Echos Études** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

CES ÉTUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

► L'IA au service de l'agriculture : innovations et perspectives

L'intelligence artificielle, un levier stratégique pour favoriser une agriculture plus compétitive, durable et résiliente

► Nutrition-santé : les futurs relais de croissance du marché

Anticiper les tendances porteuses pour imaginer les innovations de demain

► Le marché des cuisines du monde

Quelles stratégies pour capter toutes les opportunités de croissance de la world food ?

Bon de commande

L'avenir du marché des produits alimentaires bio

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
4 355 € HT - 4 594,53 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
5 025 € HT - 5 301,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs*, nous contacter

Version papier

- 3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Option papier

- Oui, je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 335 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires :

Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01 49 53 63 00

Email : etudes@lesechos.fr

Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : Prénom :

Fonction : Société :

Adresse :

Tél. : E-mail :

Facturation

Société :

Adresse :

E-mail :

SIRET :

Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date :/...../..... Signature :

* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site www.lesechos-etudes.fr

Les Echos Études collecte et traite vos données personnelles aux fins de gestion de votre commande. Si vous y consentez, vos données, notamment votre numéro de téléphone, pourront être utilisées à des fins de prospections commerciales par le groupe Les Echos Le Parisien et/ou ses partenaires.

Conformément à la réglementation en vigueur, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition, de limitation, de suppression et de portabilité de vos données.

Pour en savoir plus sur vos droits et nos traitements, consultez notre politique de confidentialité sur notre site internet www.lesechos-etudes.fr

Si vous souhaitez recevoir de notre part des offres de produits et services analogues, vous pouvez cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres de Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres des partenaires du Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

