

Le marché des produits biologiques à l'horizon 2015

21 mars 2012

Le **marché du bio en France a doublé de taille en 5 ans** pour atteindre 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011. Le [cabinet Xerfi](#) dresse le panorama du secteur et en dessine les perspectives à l'horizon 2015.

La hausse constante de la demande en produits bio transformés incite de **plus en plus d'industriels agroalimentaires à se lancer sur le créneau**. De son côté, la grande distribution alimentaire continue d'étendre son offre bio, notamment à travers ses MDD (marques de distributeurs) et communique massivement sur ses prix bas. Enfin, les sociétés de restauration collective ont intégré des offres bio plus spécifiquement à destination des écoles, en lien avec l'objectif public de 20% de produits bio dans les menus des établissements publics en 2012. Du côté de la restauration commerciale, les offres bio sont moins représentées, même si **quelques chaînes de restauration rapide** surfent sur la vague du «*fast good*».

Dans un contexte de dégradation de la conjoncture économique et de dépenses alimentaires contraintes, la croissance du marché alimentaire bio en France devrait, selon Xerfi, ralentir, pour plafonner à une **augmentation de 5% en 2015, avec un chiffre d'affaires de 4,5 milliards d'euros**.

De plus, les opérateurs devront tenir compte d'autres aspirations de consommation qui se développent, notamment la notion de proximité devenue une valeur incontournable dans la filière alimentaire. Ce «locavorisme» montant est une opportunité pour les acteurs du bio «made in France», mais aussi une menace dans la mesure où il représente «une offre concurrente pour le consommateur souvent infidèle et zappeur».

Céline Laisney, Centre d'études et de prospective