

## Enquête Initiative Bio Bretagne 2016

### Distribution spécialisée Bio en Bretagne : tendances et perception d'avenir

Dans le cadre de ses missions d'études et de développement économique de la filière Bio en Bretagne, Initiative Bio Bretagne (IBB) a mené une enquête auprès des magasins spécialisés de la région. Objectif : réaliser un point flash sur la conjoncture en 2015 et 2016 (évolution du chiffre d'affaires/CA, obstacles au développement, concurrence) et appréhender leur perception de l'avenir (évolution prévue du CA, projets).

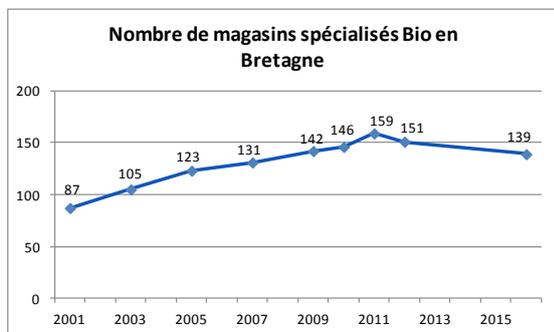
Cette étude fait suite à celles réalisées par IBB en 2010 et 2012 et permet ainsi d'analyser l'évolution de la perception d'avenir de la distribution spécialisée de produits Bio en Bretagne au cours des 6 dernières années.

Méthodologie : Enquête réalisée du 3.10 au 17.11 2016. Questionnaire proposé à 138 magasins\*, en ligne et par courrier si besoin. Taux de retour : 25.4%. \* Base de données constituée sur la base de l'annuaire de notifications de l'Agence Bio, croisé avec l'enquête "Points de vente de produits Bio en Bretagne IBB – 2016". Seuls les magasins spécialisés proposant une proportion significative de produits Bio ont été retenus pour cette enquête.

#### Quelques chiffres...

Au terme de l'année 2016, **une forte croissance du nombre de magasins spécialisés est attendue au niveau national**<sup>1</sup>. Les fermetures sont en effet très inférieures aux années précédentes et l'on observe un taux d'ouvertures élevé. Ces chiffres reflètent principalement la situation en Ile de France et dans les régions Nouvelle Aquitaine, Paca, Auvergne-Rhône-Alpes et Grand Est. En Bretagne, selon cette même source, le nombre d'ouverture de magasin était estimé à 4 pour les 6 premiers mois de l'année 2016<sup>1</sup>.

Depuis 2001, IBB mesure l'évolution du nombre de magasins spécialisés Bio en Bretagne. Après une croissance très forte au début des années 2000, la légère baisse observée en 2012 semble se confirmer (à noter toutefois : pour ce sondage 2016, seuls les magasins proposant une proportion significative de produits Bio ont été retenus).



Les magasins répondants à cette édition 2016 de l'enquête d'IBB ont une surface moyenne relativement élevée : 364m<sup>2</sup> (contre 182m<sup>2</sup> pour l'enquête de 2012), ce qui pourrait témoigner à la fois de la création de magasins plus grands, de l'agrandissement de magasins existants (9 magasins

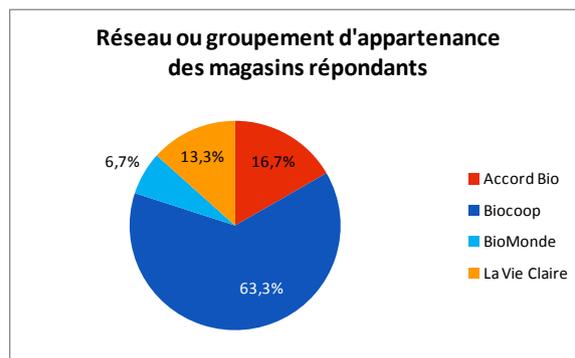


répondants ont plus de 600m<sup>2</sup>) et de la disparition de petites surfaces.

**La tendance semble donc bien être à l'augmentation des surfaces de vente par magasin**, même si ces derniers mois ont vu l'apparition de concept de magasins de centre-ville de taille plus réduite.

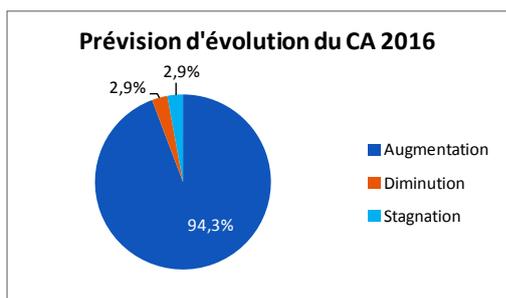
Le nombre moyen d'emplois Equivalent Temps Plein (ETP) des magasins répondants est en moyenne de 11 et varie moins de 1 à plus de 31 ETP, en relation étroite avec la taille des magasins.

Plus de 80% des magasins répondants sont affiliés à un réseau ou à un groupement. La répartition selon chacun des réseaux ou groupements n'est pas très différente de celle des l'ensemble des magasins spécialisés affiliés en Bretagne.



## Chiffre d'affaire : de bonnes perspectives

**100% des magasins ont vu leur CA augmenter en 2015 (TR = 33 magasins) et près de 95% estiment que ce sera aussi le cas en 2016 (TR = 33 + 2 magasins créés en 2016).** Ces chiffres traduisent l'essor de l'activité en 2015 et un optimisme certain vis-à-vis de l'avenir de la distribution spécialisée dans notre région. L'enquête menée par Bio Linéaire<sup>1</sup> annonce des chiffres comparables au niveau national, avec une progression observée de 94% du CA alimentaire au 1<sup>er</sup> semestre 2016 et 85% de responsables de magasins qui pensent que l'activité va continuer à se développer. Lors des enquêtes menées en 2010 et 2012 en Bretagne, la proportion de magasins prévoyant une augmentation de CA n'était respectivement que de 54 et 34%. **L'évolution positive de la perception de l'avenir est donc un résultat marquant de ce sondage 2016.**



La **moyenne d'augmentation de CA en 2015 des magasins répondants est de 15,8%** et 19 magasins enregistrent une augmentation de plus de 15%.

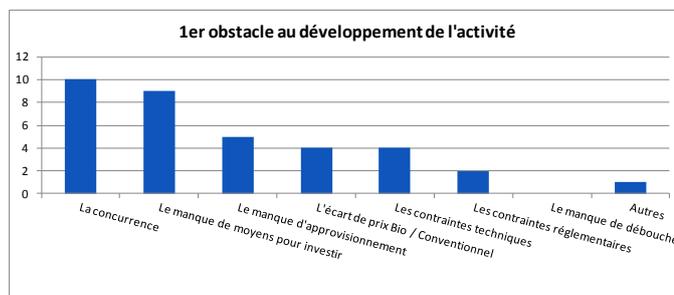
Ces résultats sont à rapprocher et concordent avec les progressions observées au niveau national pour les réseaux et groupements de magasins pour 2015 (Biocoop : +16,9%, La Vie Claire : +21%, BioMonde : +14,5%)<sup>2</sup>.



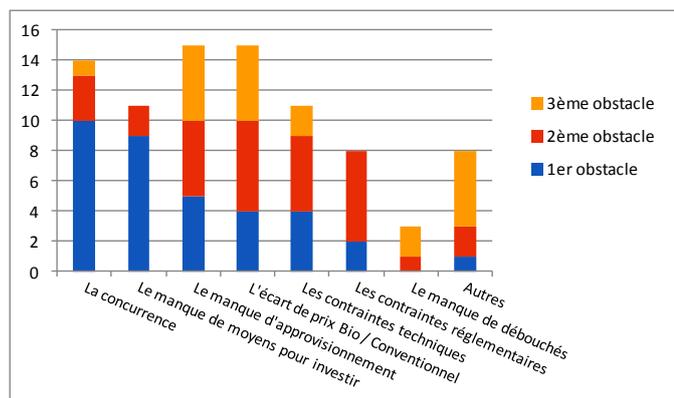
## Les freins au développement

Pour autant, les responsables de magasins observent certains freins au développement de leur activité. L'enquête proposait de classer les 3 principaux obstacles rencontrés. **L'obstacle principal** pour les répondants est **la concurrence, à jeu pratiquement égal avec le manque de moyens pour investir.**

L'attente est sans doute d'autant plus marquée à ce sujet que la consommation de produits biologiques progresse. L'estimation de la croissance du marché Bio au 1<sup>er</sup> trimestre 2016, comparé au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, est de 20% et le marché devrait atteindre 6,9 milliards d'euros fin 2016<sup>3</sup>. Ces prévisions peuvent ainsi susciter de nouveaux désirs d'extension ou de création de magasins. Le manque de débouchés n'est d'ailleurs jamais cité comme frein principal au développement alors que le manque d'approvisionnement l'est pour 5 magasins. A noter : l'écart de prix entre produits Bio et conventionnels, souvent identifié comme un frein important à la consommation de produits Bio n'est pas jugé principal.



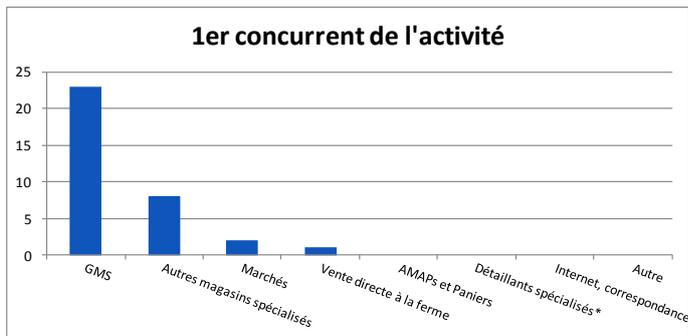
Lorsque l'on cumule les 3 premiers freins au développement, le manque d'approvisionnement, l'écart de prix Bio/conventionnel et la concurrence apparaissent à des niveaux comparables. Fait marquant, le manque de débouchés n'est cité au final que par 3 magasins, et ne constitue donc pas d'une façon générale, un frein au développement de l'activité.



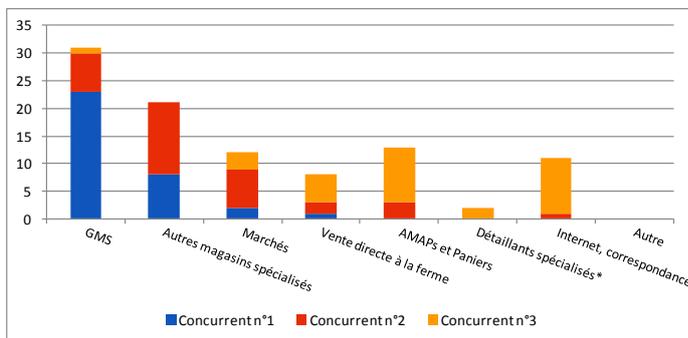
Lorsque l'on compare les résultats cumulés des 3 derniers sondages réalisés par IBB, exprimés en proportion des réponses totales par année, on note que le manque de moyens pour investir est finalement de moins en moins cité. Une limite à cette comparaison : les critères "Concurrence" et "Manque de débouchés" n'étaient pas proposés dans les questionnaires de 2010 et 2012 (les réponses 2016 correspondantes ont donc été regroupées avec le critère "Autre").

## Un concurrent principal nettement identifié

Le principal concurrent identifié (68% des répondants) est la **GMS** (Grandes et Moyennes Surfaces) témoignant du développement de l'offre Bio et des ambitions affichées dans ce circuit de distribution (développement de concepts spécifiques, politique agressive de prix notamment).



On note cependant que **les autres magasins spécialisés sont aussi des concurrents significatifs**, notamment lorsque l'on cumule les 2 principaux concurrents. L'observation du secteur de la distribution spécialisée ces derniers mois montre que des cas d'implantation de nouveaux magasins sur des secteurs géographiques déjà bien pourvus posent en effet de réelles difficultés aux surfaces préexistantes.



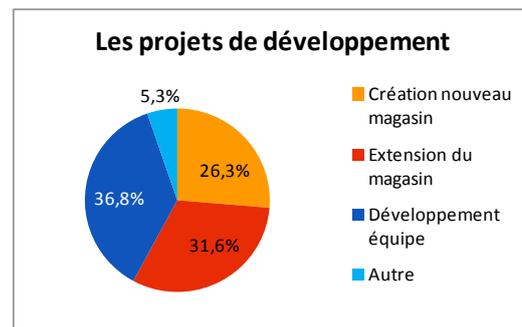
En 2012, la GMS et les autres magasins spécialisés étaient déjà cités comme les 2 principaux concurrents.



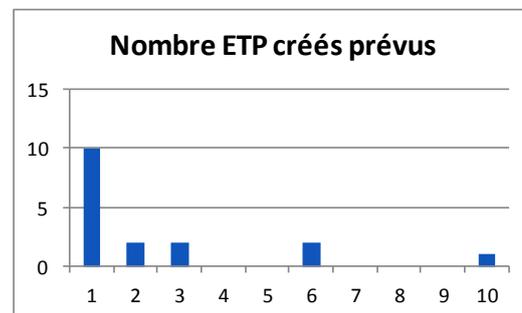
**Carte des magasins spécialisés Bio en Bretagne**  
Source : enquête continue Initiative Bio Bretagne  
Accessible en ligne sur [www.bio-bretagne-ibb.fr](http://www.bio-bretagne-ibb.fr)

## Des projets qui reflètent l'optimisme du secteur

Près de la moitié (48,6%) des magasins répondants ont des projets de développement pour les mois qui viennent : développement de leur équipe salariée, extension du magasin existant, création d'un nouveau magasin ou autre (réorganisation de la surface commerciale, nouveau matériel).



Un peu plus de la moitié (51,4%) prévoit de créer des emplois, au cours de l'année 2017 principalement.



Au total, 47 nouveaux ETP sont prévus par les magasins répondants. Les prévisions les plus élevées sont naturellement liées aux créations envisagées de nouveaux magasins.

Même si les extrapolations sont à considérer avec les précautions d'usage, le taux de réponse à ce sondage étant de 25,4%, les résultats de notre enquête laissent présager la création d'un nombre non négligeable d'emplois dans la distribution spécialisée de produits Bio en Bretagne dans les prochains mois.

Sources citées :

- <sup>1</sup> Bio Linéaires, n°67, sept./oct. 2016
- <sup>2</sup> Linéaires, n°325, juin 2016
- <sup>3</sup> Agence Bio, septembre 2016

## Une marque partagée qui suscite un fort intérêt

Depuis 2014, Initiative Bio Bretagne travaille, à la demande des professionnels, à l'élaboration d'un projet d'identification des produits Bio bretons. Cette marque partagée d'identification des produits Bio et Bretons voit le jour le 24 novembre 2016, après 2 années de réflexions et d'échanges avec les différents acteurs de la filière Bio bretonne. Elle permettra de **rassembler et d'identifier les acteurs de la Bio bretonne sous une même bannière et avec des valeurs communes.**

La marque partagée suscite un fort intérêt de la part des magasins spécialisés répondants : près de 83% souhaitent recevoir des informations sur cette marque.

## Une marque partagée ?

### Le point de vue des consommateurs

Etude consommateur menée entre avril et octobre 2016, à la fois en magasin spécialisé, GMS et sur internet (questionnaire en ligne diffusé via [www.bio-bretagne-ibb.fr](http://www.bio-bretagne-ibb.fr), les réseaux sociaux d'IBB, relayé par une partie des adhérents de l'association). Total de réponses : 743

- **93,8%** (571 personnes) des répondants ont répondu OUI à la question : **L'origine régionale** d'un produit est-elle importante à vos yeux ?
- **60,1%** (366 personnes) considèrent ne pas disposer d'assez de **moyens pour identifier les produits Bio régionaux.**
- **82,9%** (505 personnes) considèrent qu'il est nécessaire que la filière Bio bretonne propose **une meilleure identification de ses produits.**
- **91,5%** (557 personnes) considèrent que le critère **Développement de l'économie et création d'emploi en Bretagne** peut motiver un achat.

Le circuit spécialisé confirme son rôle moteur dans la croissance du marché Bio avec une augmentation des ventes de 25% sur le premier semestre 2016 au niveau national<sup>3</sup>. **Les magasins répondants au sondage d'Initiative Bio Bretagne ont tous observé une augmentation de leur chiffre d'affaire en 2015**, et ce malgré une concurrence forte, de la **GMS identifiée comme concurrent principal**, mais aussi des autres magasins spécialisés. **Le manque de moyens pour investir est également un frein au développement, de même que, dans une moindre mesure, le manque d'approvisionnement** et l'écart de prix Bio/conventionnel.

Malgré ces obstacles, **il semble que le secteur de la distribution spécialisée soit très optimiste pour les mois à venir** : près de 95% des magasins répondants estiment que leur chiffre d'affaire va de nouveau progresser en 2016 et près de la moitié a des projets de développement (développement de l'équipe salariale, extension du magasin existant, création d'un nouveau magasin).

Par ailleurs, **le fort intérêt porté par les magasins spécialisés à la marque partagée d'identification des produits Bio constitue un indicateur positif pour l'essor de l'ensemble de la filière Bio en Bretagne.**

### Vos contacts à Initiative Bio Bretagne :

Goulven Oillic

Coordinateur du Filières, Restauration Collective, Etudes et Développement Economique

Tél. : 02 99 54 03 50 – [goulven.oillic@bio-bretagne-ibb.fr](mailto:goulven.oillic@bio-bretagne-ibb.fr)

Enquête réalisée par Fabienne Delaby

CRIBB - Veille, Documentation, Site internet

Tél. 02 99 29 73 55 – [fabienne.delaby@bio-bretagne-ibb.fr](mailto:fabienne.delaby@bio-bretagne-ibb.fr)

*L'utilisation de tout ou partie de ce document est soumise à l'accord de son auteur à Initiative Bio Bretagne :*

[contact@interbiobretagne.asso.fr](mailto:contact@interbiobretagne.asso.fr)



Avec le soutien de



**INITIATIVE BIO BRETAGNE**

Le réseau de l'Initiative Bio en Bretagne

Animation des filières | Promotion | Recherche-expérimentation

2, Square René Cassin | Immeuble Les Galaxies | 35700 RENNES

Tél : 02 99 54 03 23 | Fax : 02 99 33 98 06

[contact@bio-bretagne-ibb.fr](mailto:contact@bio-bretagne-ibb.fr)

[www.bio-bretagne-ibb.fr](http://www.bio-bretagne-ibb.fr)