



## Bio : les détaillants classiques tirent leur épingle du jeu dans le segment des fruits et légumes



**Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur des fruits et légumes bio a progressé entre 2016 et 2018. Sur ce marché en pleine croissance, ce sont les distributeurs classiques, et surtout Coop et Migros, qui occupent principalement le marché, avec 82 % (légumes) et 85 % (fruits). Les discounters, les commerces spécialisés et les autres distributeurs n'ont pas pu accroître leurs parts de marché entre 2016 et 2018.**

Dans le secteur des fruits bio, le commerce de détail classique a perdu en 2018 0,7 point de pourcentage de parts de marché et se situe légèrement au-dessus de la valeur de 2016. S'agissant des fruits bio, il a connu une croissance ininterrompue ces dernières années, affichant fin 2018 près de 2 points de pourcentage de plus qu'en 2016. Relevons que cette évolution coïncide chez Coop avec le vingt-cinquième anniversaire de la marque Naturaplan, une commémoration dûment célébrée et à laquelle le distributeur doit une part de sa croissance dans ce secteur.

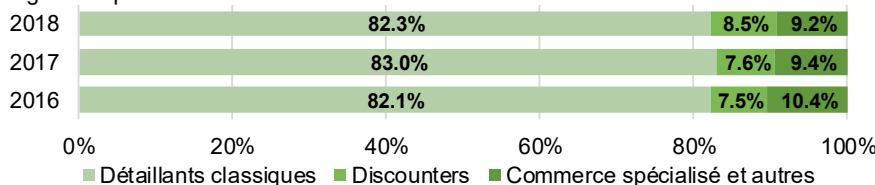
### Grandes parts de marché pour le commerce spécialisé et les autres distributeurs

Le commerce spécialisé dans le bio et les autres canaux de distribution ont atteint en 2018 des parts de marché de 9,2 % (légumes) et de 7,3 % (fruits), occupant une position nettement plus forte dans ce segment que sur le marché dans son ensemble. Une analyse plus détaillée révèle cependant qu'ils se sont spécialisés dans une gamme de produits définie : ils détiennent des parts de marché particulièrement grandes dans les fruits à noyau bio (21 %) et les fruits à pépins bio (18 %), alors que ces parts ne dépassent pas 2 % dans les bananes bio.

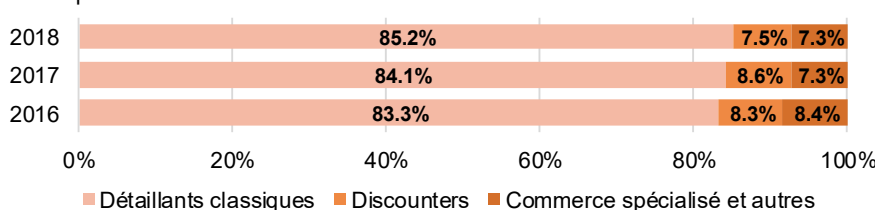
Fruits+légumes frais (yc. pommes de t. et champignons)  
**Parts de marché du bio chez les détaillants suisses**  
en % du volume des ventes, Suisse (sans le Tessin)  
2016..2018

Ventes de bio en Suisse		
	Légumes	Fruits
2018	55,9 mio. kg	47,7 mio. kg
2017	53,0 mio. kg	44,8 mio. kg
2016	50,1 mio. kg	42,5 mio. kg

Légumes : parts de marché du bio en % des ventes



Fruits : parts de marché du bio en % des ventes



Source : OFAG Analyses du marché ; Nielsen Suisse, panels détaillants/consommateurs selon déf. OFAG

### Explication des catégories

#### Détaillants classiques :

- Coop
- Globus
- Landi
- Manor
- Migros
- Spar
- Volg

#### Discounters :

- Aldi
- Denner
- Lidl

#### Commerces spécialisés et autres :

- Boulangeries, confiseries
- Épiceries
- Boucheries
- Laiteries
- Magasins bio
- Libre-service de gros
- Stations-service
- Autres : marchés, vente à la ferme, vente en ligne

### Les discounters au-dessous de la moyenne

Si les discounters ont augmenté en 2018 leur part de marché de 0,9 point de pourcentage pour atteindre 8,5 % dans les légumes bio, ces parts de marché ont rétrogradé de 0,9 point pour passer à 7,5 % dans les fruits bio. S'agissant des fruits et des légumes, les parts de marché détenues par les discounters restent donc inférieures dans le segment du bio à ce qu'elles sont dans les autres segments.

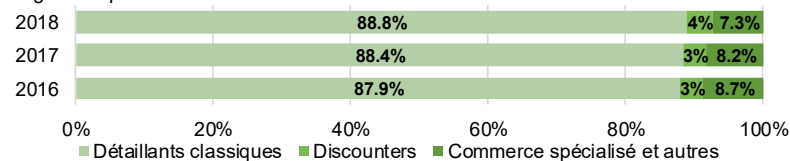
### Discounters plus faibles en termes de chiffre d'affaires qu'en termes de ventes

Le deuxième graphique illustre les parts de marchés que détiennent respectivement les trois types de distributeurs, en termes de chiffre d'affaires réalisé dans la vente de fruits et de légumes bio. Ils montrent celles des discounters se chiffrent à 5 % ou moins sur toute la période considérée, dans les fruits comme dans les légumes ; cette forme de distribution occupe donc, surtout dans les légumes une position plus faible en termes de chiffre d'affaires

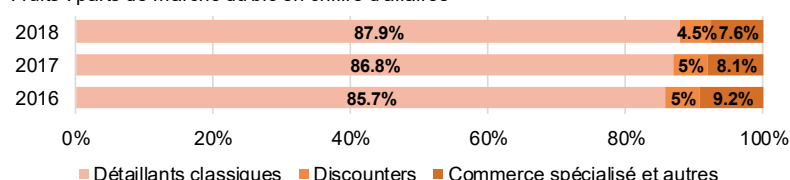
Fruits+légumes frais (y.c. pommes de t. et champignons)  
**Parts de marché du bio chez les détaillants suisses**  
 en % du volume des ventes, Suisse (sans le Tessin)  
 2016..2018

Ch. d'affaires bio en Suisse		
	Légumes	Fruits
2018	433 mio. CHF	258 mio. CHF
2017	398 mio. CHF	226 mio. CHF
2016	366 mio. CHF	210 mio. CHF

Légumes : parts de marché du bio en chiffre d'affaires



Fruits : parts de marché du bio en chiffre d'affaires



Source : OFAG Analyses du marché ; Nielsen Suisse, panels détaillants/consommateurs selon déf. OFAG

qu'en termes de volume des ventes. En effet, les magasins se concentrent souvent sur une gamme de produits frais régionaux (par exemple les fruits à pépins ou les pommes de terre) relativement bon marché par rapport aux autres produits bio. À l'opposé, les distributeurs classiques sont presque les seuls à proposer en qualité bio les groupes de produits plus chers, tels que les champignons et les fines herbes, des marchandises périssables qui ne se trouvent que dans des points

de vente très fréquentés. Ces chiffres pourraient indiquer l'importance qu'il y a, pour s'assurer des parts de marché dans le bio, à proposer une large gamme de produits ou à s'attirer les faveurs d'une clientèle séduite par le bio.

### Pourquoi le calcul des parts de marché n'inclue-t-il pas le Tessin?

L'évaluation des parts de marché dans le commerce de détail suisse repose sur deux enquêtes menées par la société Nielsen. Il s'agit, d'une part, d'un panel de détaillants qui transmettent à Nielsen les données numérisées aux caisses et aux caisses en libre-service et, d'autre part, d'un panel de consommateurs, comptant environ quatre mille ménages, qui saisissent les données de leurs achats (et des commerces où ces achats ont lieu). La combinaison de ces deux sources de données donne une image complète de la consommation dans le commerce de détail suisse.

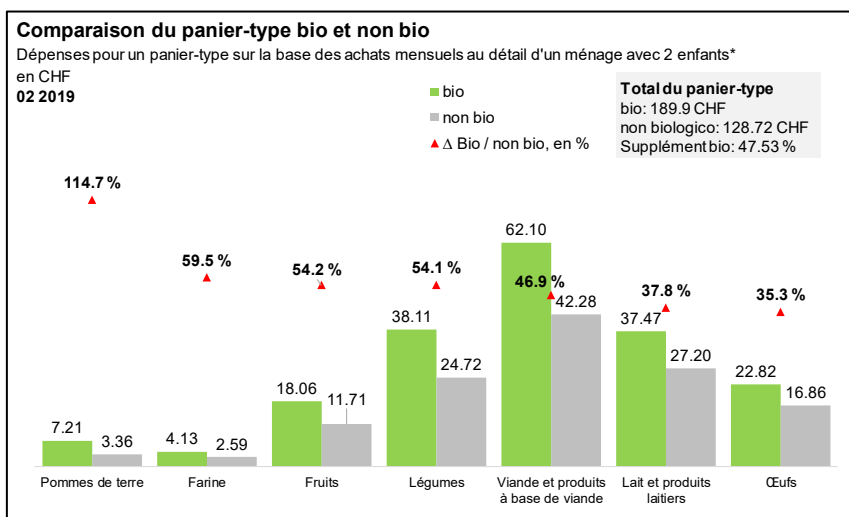
Nielsen déclare avoir composé l'échantillon des ménages de manière à représenter les quelque 3,7 millions de ménages en Suisse, de telle sorte qu'il soit possible d'en tirer des déductions valables pour l'ensemble de la population. Or, le Tessin, italophone, qui représente environ 4 % de la population résidant en Suisse, n'est pas inclus dans le panel de consommateurs. La raison invoquée par Nielsen est qu'il demande d'importants moyens de conduire durablement une enquête en langue italienne. C'est pourquoi les parts de marché sont calculées seulement sur la base des données des ménages romands et alémaniques.

## Panier-type : comparaison entre bio et non bio

en CHF	Panier-type bio					Panier-type non bio				
	02 2018	01 2019	02 2019	%-Δ année prec.	%-Δ VM	02 2018	01 2019	02 2019	%-Δ année prec.	%-Δ VM
<b>Produits laitiers</b>	37.56	37.93	<b>37.47</b>	-0.2	-1.2	27.14	26.77	<b>27.20</b>	+0.2	+1.6
<b>Viande et produits carnés</b>	61.41	61.74	<b>62.10</b>	+1.1	+0.6	41.68	42.61	<b>42.28</b>	+1.4	-0.8
<b>Œufs d'élevage en plein air</b>	22.60	22.75	<b>22.82</b>	+1.0	+0.3	17.09	16.62	<b>16.86</b>	-1.4	+1.5
<b>Pommes de terre</b>	6.40	7.10	<b>7.21</b>	+12.6	+1.5	3.52	3.74	<b>3.36</b>	-4.6	-10.2
<b>Fruits</b>	18.80	18.73	<b>18.06</b>	-3.9	-3.6	12.97	11.20	<b>11.71</b>	-9.7	+4.5
<b>Légumes</b>	37.80	36.63	<b>38.11</b>	+0.8	+4.0	22.84	24.11	<b>24.72</b>	+8.2	+2.5
<b>Farine*</b>	4.13	4.13	<b>4.13</b>	0.0	0.0	2.59	2.59	<b>2.59</b>	0.0	0.0
<b>Total du panier-type</b>	<b>188.70</b>	<b>189.01</b>	<b>189.90</b>	+0.6	+0.5	127.83	127.64	<b>128.72</b>	+0.7	+0.8

\*Suite à un changement de la méthode de calcul, les prix de la farine ont été corrigés de manière rétroactive. Ces prix ne comprennent plus les produits à bas prix et les produits des discounters.

Vous trouverez des informations plus détaillées sur la comparaison des paniers-type en cliquant sur le lien suivant : [Panier-type bio et non bio](#)



### Composition du panier-type\*

#### Produits laitiers

- 8.6 l Lait entier
- 200 g Gruyère
- 210 g Mozzarella
- 150 g Emmentaler
- 110 g Beurre de choix
- 4.5 dl Crème entière
- 500 g Yogourt aux fruits
- 350 g Yogourt nature

#### Viande et produits carnés

- 120 g Entrecôte de bœuf
- 100 g Tranche de bœuf
- 60 g Filet de veau
- 40 g Tranche de veau (cuisse)
- 170 g Filet de porc
- 210 g Côtelette de porc
- 180 g Tranche de porc (cuisse)
- 80 g Salami CH
- 310 g Petites saucisses de Vienne
- 470 g Saucisses de veau
- 720 g Poulet entier
- 160 g Blanc de poulet

#### Œufs d'élevage en plein air

- 28 Stk. CH total

#### Pommes de terre

- 1.5 kg À chair ferme
- 650 g À chair farineuse

#### Fruits

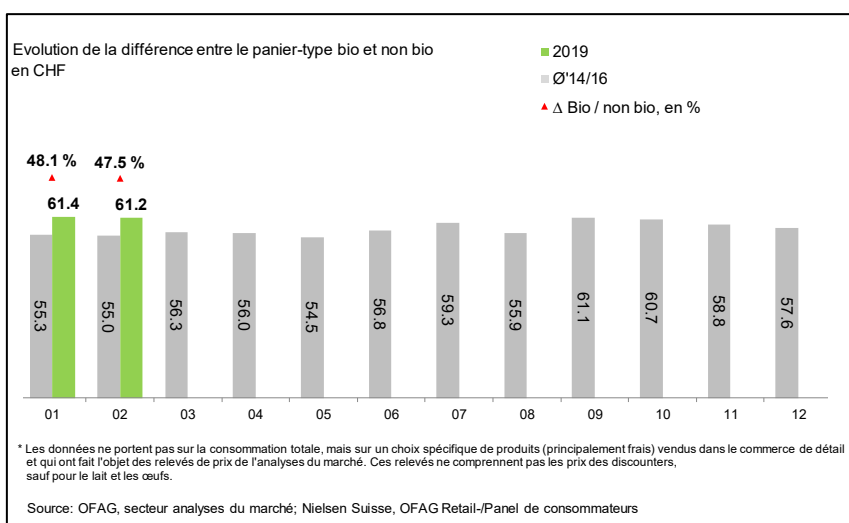
- 1.5 kg Pommes Gala classe I
- 1.2 kg Bananes
- 890 g Oranges
- 2.5 Stk. Kiwis

#### Légumes

- 1.2 kg Carottes
- 900 g Tomates rondes
- 1.5 Stk. Concombres à salade
- 370 g Courgettes
- 400 g Laitue iceberg
- 240 g Oignons jaunes
- 330 g Chou-fleur
- 260 g Fenouils
- 250 g Brocolis
- 160 g Poireaux
- 210 g Champignons de Paris
- 180 g Betteraves rouges (cuites)
- 150 g Céleris-pommes
- 150 g Aubergines
- 60 g Doucette

#### Farine

- 1.4 kg Farine blanche



Sur demande, nous pouvons également vous faire parvenir le bulletin par courriel. Les commandes se font par voie électronique sous [www.ofag.admin.ch](http://www.ofag.admin.ch)

Pour toute question relative à la responsabilité, à la protection des données, au copyright et autres, cf. <https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/conditions-utilisation.html>