

*Communiqué de presse*

**Les magasins bio en France : croissance, crise, challenges ...**

Pour sa nouvelle enquête auprès des magasins bio en France, le cabinet franco-allemand ECOZEPT a interviewé, en février 2009, un échantillon de 110 magasins, représentatif pour la France métropolitaine.

Les résultats soulignent d'abord le fort dynamisme du secteur : plus d'un tiers des magasins interviewés est plus jeune que cinq ans. Par rapport à la totalité des 2.000 magasins bio en France cela indique qu'environ 700 points de vente ont été créés ou repris par des nouveaux gérants depuis 2003/2004 - un signe fort pour la confiance qu'accordent ces entrepreneurs au bon développement du marché bio.

En même temps, la taille moyenne des magasins augmente : de 120 m<sup>2</sup> en 2006 à 148 m<sup>2</sup> fin 2008. C'est surtout les nouveaux magasins qui ouvrent avec des surfaces de plus en plus importantes, tirant ainsi la moyenne vers le haut. Le modèle de la « superette bio » devient le modèle le plus répandu. Les magasins bio indépendants estiment leur croissance, en 2008, à 10 %. Les magasins organisés en chaînes (Biocoop, La Vie Claire, Satoriz etc.) indiquent même 18 %. Pour la première fois depuis 2002 (année de la première enquête Ecozept) les petits magasins enregistrent une croissance nettement plus faible que les grands magasins. Jusqu'ici, la croissance du marché bio en France a profité à tout type de magasin, maintenant, le développement du marché semble favoriser les structures plus grandes. Un changement des structures s'annonce, qui pose un challenge aux petits magasins, organisés en chaînes ou gérés individuellement.

En ce qui concerne les assortiments, c'est d'abord le non-alimentaire qui contribue à la croissance. Les cosmétiques bio, qui représentent presque 20 % du chiffre d'affaires de notre échantillon, demandent une présentation de qualité et du personnel de vente spécialement formé.

Si presque la moitié des gérants des magasins se disent affectés par la crise financière, c'est certainement plus du ressenti que du réel : seulement 10 % des magasins ont enregistré une baisse du chiffre d'affaires l'année dernière.

Les gérants des magasins bio français expriment leur attachement aux valeurs du bio : ils demandent aux acteurs du marché et à la politique, de favoriser encore plus les idéaux de l'équité et du développement durable. Ils exigent également des prix justes, pour les agriculteurs en France comme ailleurs, et un élargissement de l'agriculture biologique en France pour réduire les importations.

Tableau récapitulatif :

	<b>Petits magasins 10 à 50 m<sup>2</sup></b>	<b>Magasins moyens 51 à 150 m<sup>2</sup></b>	<b>Grands magasins 151 à 550 m<sup>2</sup></b>	<b>Moyenne</b>
<b>CA moyen (€/a)</b>	157.300	451.000	1.096.300	607.500
<b>Croissance (%)</b>	3,5	15	14	11
<b>CA / m<sup>2</sup></b>	4.086	4.501	3.469	4.046

Pour plus d'info : notre site [www.ecozept.com/fr](http://www.ecozept.com/fr) ou commandez l'étude pour 40 € HT par e-mail : [info@ecozept.com](mailto:info@ecozept.com)