



PRODUITS BIOLOGIQUES

UN DÉVELOPPEMENT MONDIAL

D'après l'agence de market intelligence Mintel et à sa base de données mondiale sur les nouveaux produits (Global New Products Database), la part de lancements de produits alimentaires et de boissons portant l'étiquette bio est passée de 6 à 10 % entre août 2009 et août 2019.

L'Europe mène la danse, totalisant un cinquième de l'ensemble des lancements de produits comportant le label bio. Au cours des dix dernières années et jusqu'en juillet 2019, le nombre de nouveaux aliments et boissons européennes portant l'allégation bio a bondi de 9 à 17 % afin de répondre aux désirs des consommateurs européens. Au rang des pays leaders en matière d'innovation sur le Vieux Continent, la France, qui a couvert quelque 22 % des lancements bio en Europe entre août 2018 et juillet 2019, est suivie de l'Allemagne (20 %), puis de l'Espagne (9 %). Les chiffres de Mintel confirment la forte montée des produits dits « éthiques » en Europe. Alors que 23 % des nouveaux produits bio étaient positionnés sur le créneau « éthique » et « environnemental » il y a dix ans, cette proportion est passée à 41 % durant la période se terminant en juillet 2019.

Aux États-Unis aussi

L'Europe n'est pas le seul continent à bénéficier d'une plus grande variété d'aliments et de boissons bio. L'Amérique du Nord, premier marché bio mondial, a également enregistré une très forte hausse des lancements de ce type de produits. Outre-Atlantique, le nombre de produits alimentaires et de boissons bio est ainsi passé de 9 % en 2009 à 15 % en 2019. La disponibilité de ces produits en Asie-Pacifique, en Amérique latine, au Moyen-Orient et en Afrique a légèrement augmenté. Dans chacune de ces régions, moins de 4 % des nouveaux produits (boissons ou aliments) portaient la mention

« biologique » entre août 2018 et juillet 2019. Il y a dix ans, ce pourcentage était de 3 % en Asie-Pacifique et en Amérique latine et de 2 % au Moyen-Orient et en Afrique.

Les jeunes générations

Les tranches d'âges qui achètent le plus de produits bio en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et en Pologne sont les 25-34 ans et les 16-24 ans. Dans ces cinq pays, les Millennials italiens ont plus tendance à acheter des produits alimentaires et des boissons bio (87 %) que leurs homologues allemands (86 %), espagnols (85 %) et français (81 %). Les jeunes sont aussi plus susceptibles de dépenser davantage pour des aliments et des boissons bio. C'est particulièrement vrai chez les 16-24 ans espagnols : 38 % d'entre eux indiquent que les produits biologiques offrent un bon rapport qualité-prix, contre 26 % pour l'ensemble de la population espagnole. Les jeunes Allemands sont moins prêts à payer plus pour ces produits que leurs pairs espagnols (27 %). Ce pourcentage tombe à 21 % pour la population allemande dans son ensemble. ■

Base : 2 000 internautes âgés de plus de 16 ans en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et en Pologne.