

Cette note est mise à jour chaque trimestre par le comité bio d'Interfel afin d'avoir un aperçu régulier de l'avancement de la consommation des fruits et légumes frais bio.

Vous y trouverez 5 niveaux d'information en bio sur la période juillet-septembre (trimestre 3) :

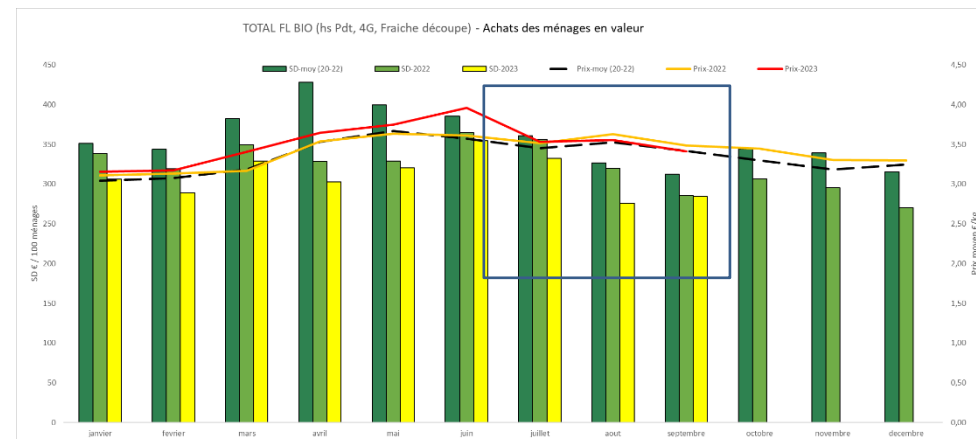
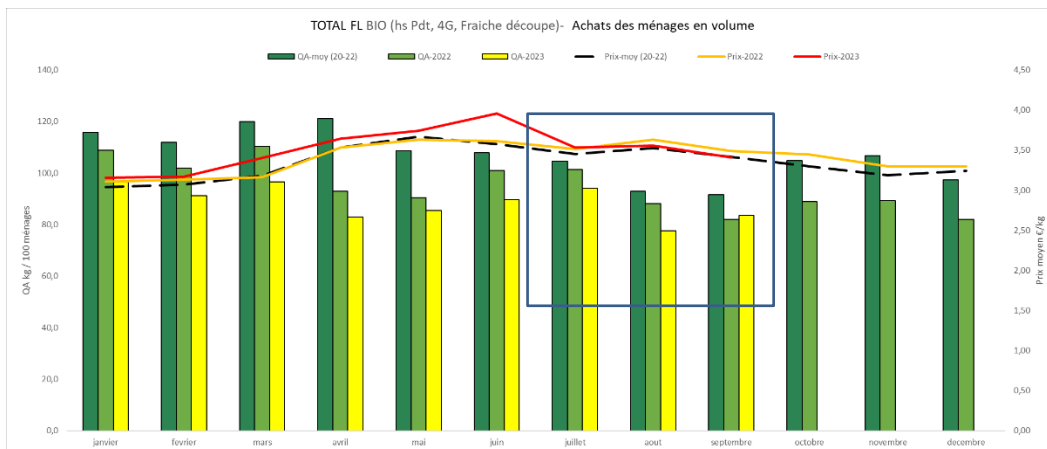
- 1. Evolution mensuelle de la consommation**
- 2. Cumuls des achats**
- 3. Evolution de la consommation par produit**
- 4. Evolution de la consommation par circuit de distribution**
- 5. Evolution des achats volumes en fonction des critères socio-démographiques**

Ces données ont pour source le panel Kantar : achats des ménages pour une consommation à domicile, pour les fruits et légumes frais bio.

Périmètre : Total F&L BIO

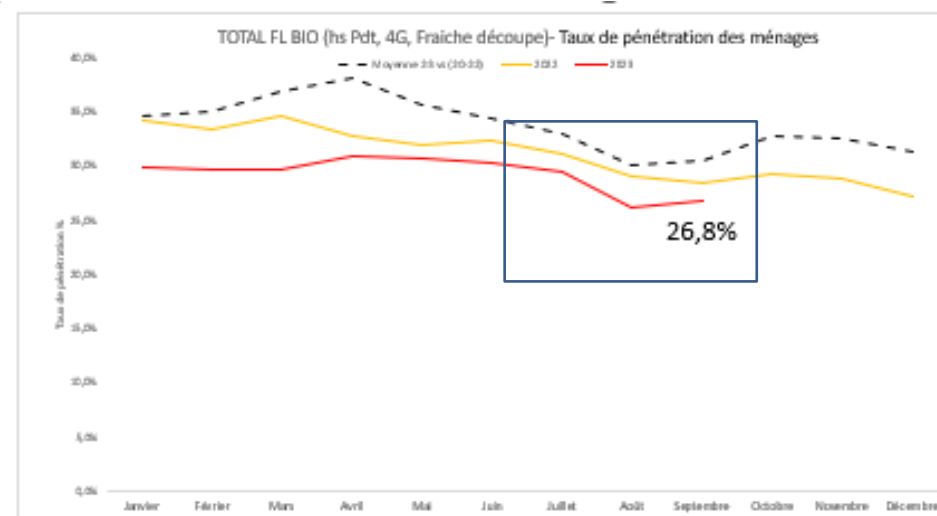
**ATTENTION** – Les années 2020 et 2021 sont des années dites exceptionnelles de consommation. Ces éléments sont à mettre en parallèle avec les impacts de la crise du Covid 19 et mesures de restrictions (report de la consommation hors domicile vers le domicile notamment, couvre-feu, fermeture ponctuelle des bars et restaurants). La moyenne 3 ans (2020-2022) est donc à prendre avec vigilance.

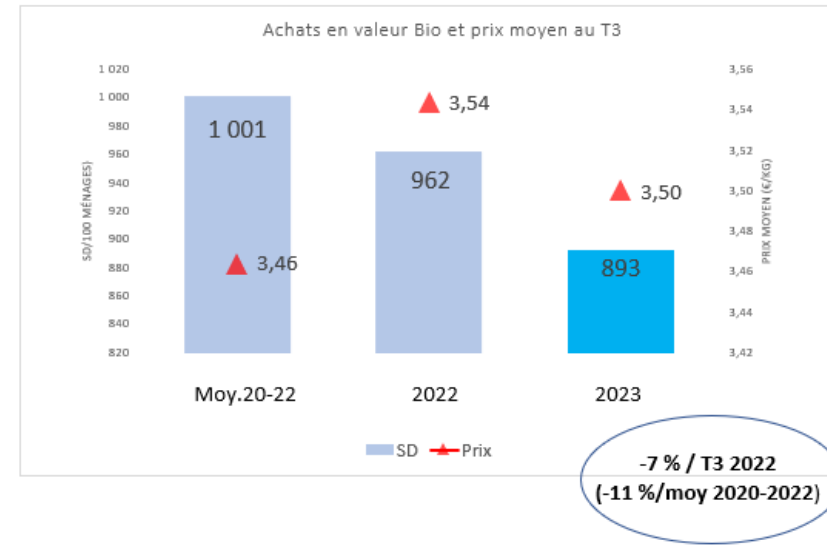
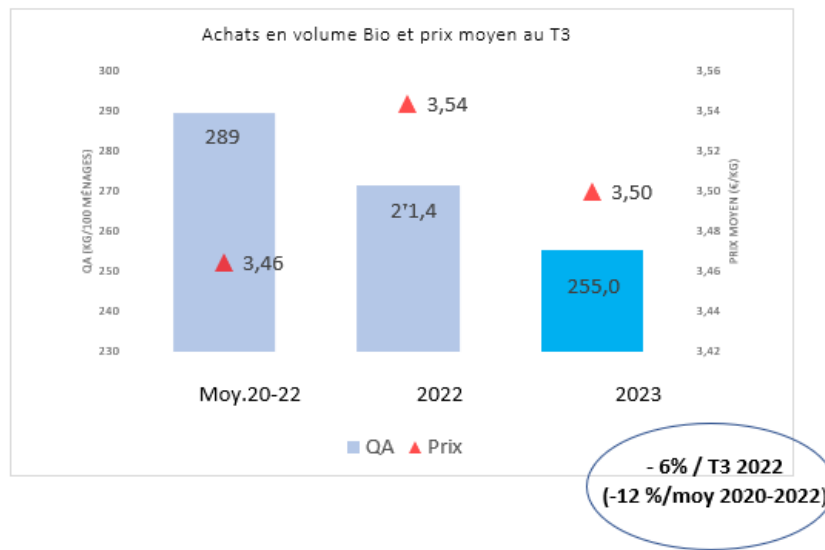
Ces données sont la propriété de Kantar. Elles sont confidentielles et destinées exclusivement à votre usage. Toute diffusion à des tiers, y compris la presse ou via Internet, si elle ne fait pas l'objet d'une autorisation de Kantar, engagera votre responsabilité civile et pénale.



Une baisse des achats des ménages en bio en valeur de -7% est observée au T3 2023 par rapport à 2022. Le prix moyen payé à l'achat a été en léger recul (-1% par rapport à 2022). En volume, les achats sont ressortis en baisse de -6 %/T2 2022, avec des évolutions contrastées entre le mois de juillet où l'offre a pu être tendue ou retardée sur certains produits notamment en début de mois (melon, cerise, avocat, orange par ex.) suivie d'une poussée aux alentours du 14/07 associée à un ralentissement de la demande en lien avec une météo défavorable aux achats ayant entraîné des déséquilibres de marché, et les mois d'août et de septembre où les températures plus chaudes ont permis de booster la demande et ainsi de fluidifier les écoulements. Les éventuels arbitrages de consommation et tensions sur le pouvoir d'achat sont toujours présents 2023 dans un contexte général inflationniste sur l'alimentaire.

En conséquence, la taille de clientèle demeure en dessous de 2022 et la moyenne 3 ans sur le trimestre.





Mesure	Total produits	Total Bio	Total Non bio
Quantités achetées par ménage	-1%	-6%	0%
Dépenses par ménage	-3%	-7%	-2%

### Achats BIO par ménage, consommation à domicile

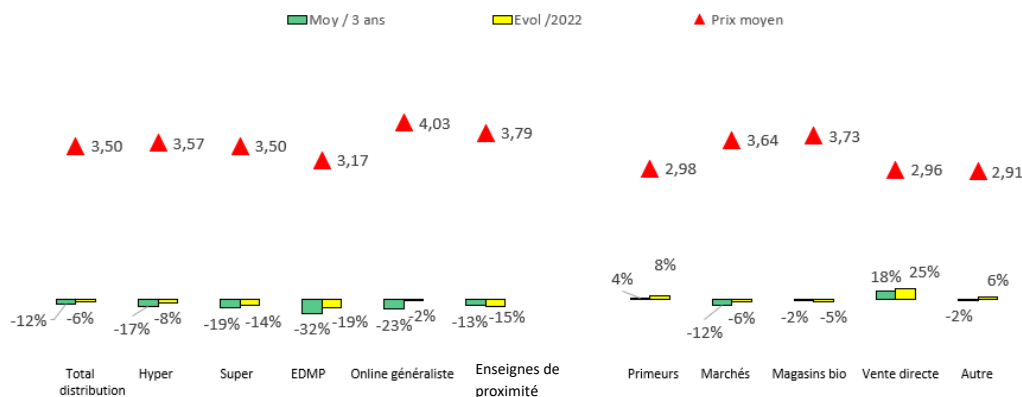
Trimestre	quantités achetées par ménage	sommes dépensées par ménage	prix moyen payé
<b>2022</b>			
T1 - Evol/2021	-10%	-10%	0%
T2 - Evol/2021	-17%	-16%	1%
T3 - Evol/2021	-6%	-7%	-1%
T4 - Evol/2021	-13%	-10%	4%
<b>2023</b>			
T1 - Evol/2022	-11%	-8%	3%
T2 - Evol/2022	-9%	-4%	5%
T3 - Evol/2022	-6%	-7%	-1%
T4 - Evol/2022			
<b>Cumul annuel mobile à septembre 2023 (1 an)</b>	<b>-10%</b>	<b>-7%</b>	<b>3%</b>

Source : Kantar Worlpanel

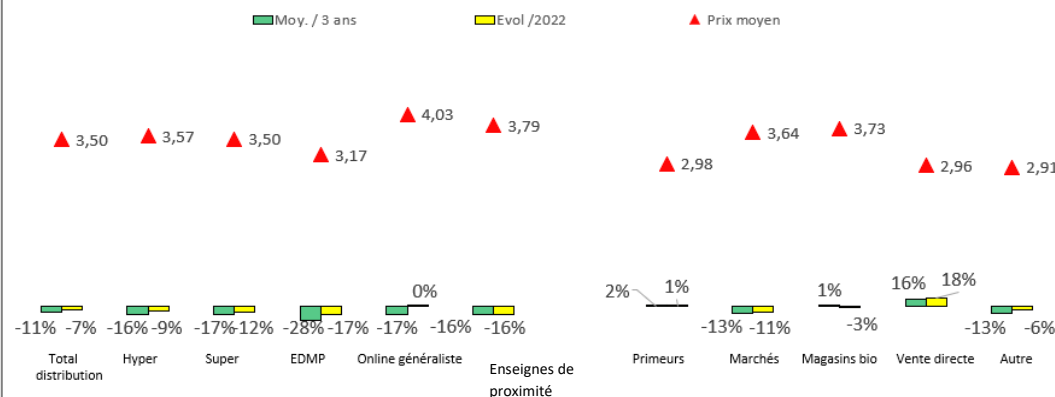
Au T3 2023 : On observe un nouveau recul dans les achats en volume (-6%/2022) et en valeur (-7%/2022). Le prix moyen payé à l'achat des F&L bio a connu une légère baisse de -1%/2022.

Sur 1 an arrêté à septembre 2023 : La baisse des achats s'établit à -10%/2022 en volume et -7% en valeur par rapport à l'année précédente. Les achats en F&L bio restent ainsi sur une tendance de baisse depuis plusieurs trimestres, avec toutefois le recul en volume le moins marqué au T3 2023 depuis le T4 2022. La hausse du prix moyen payé à l'achat s'établit à +3%/2022.

Evolution de la consommation Bio en volume par circuit de distribution et prix moyen, au T3 2023



Evolution de la consommation Bio en valeur par circuit de distribution et prix moyen, au T3 2023



En 2023, les achats du 3<sup>er</sup> trimestre de F&L bio ont diminué **en volume (-6%)** et **en valeur (-7%)** par rapport à T3 2022.

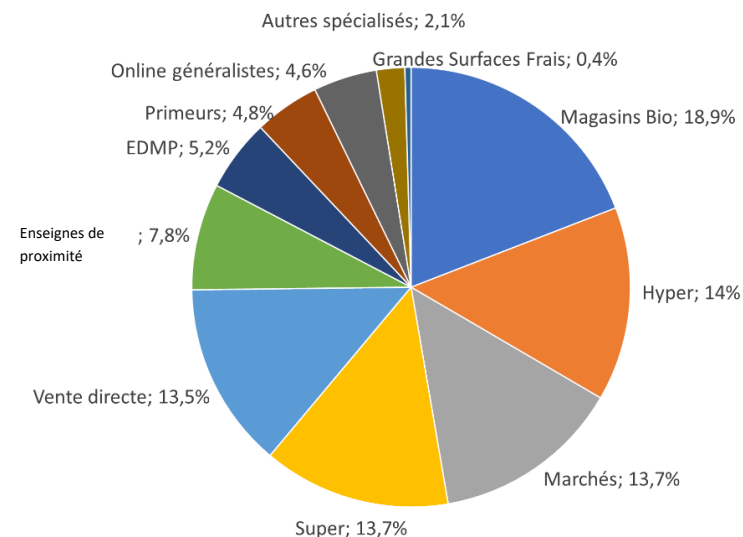
Deux circuits spécialisés, **les primeurs (+8%/2022 en volume)** et **la vente directe – achats à la ferme (+25%/2022 en volume)** sont les seuls circuits en progression en volume et en valeur au T3 2023.

Point de vigilance : les Grandes Surfaces Frais proposent peu de références bio, les chiffres sont donc peu significatifs statistiquement (et ainsi non présentés ci-dessus). Pour rappel, les grandes surfaces frais représentent moins de 1% en PDM valeur pour les FL bio.

Les EDMP (-19%/2022) et les enseignes de proximité généralistes (-15%/2022) sont en revanche les circuits les plus en baisse en volume versus T3 2022.

Les achats en valeur de F&L bio se font principalement en **Magasins Bio, Hyper, Super et marchés au T3 2023**

Part de marché valeur en fonction des circuits de distribution - Total FL BIO- T3 2023

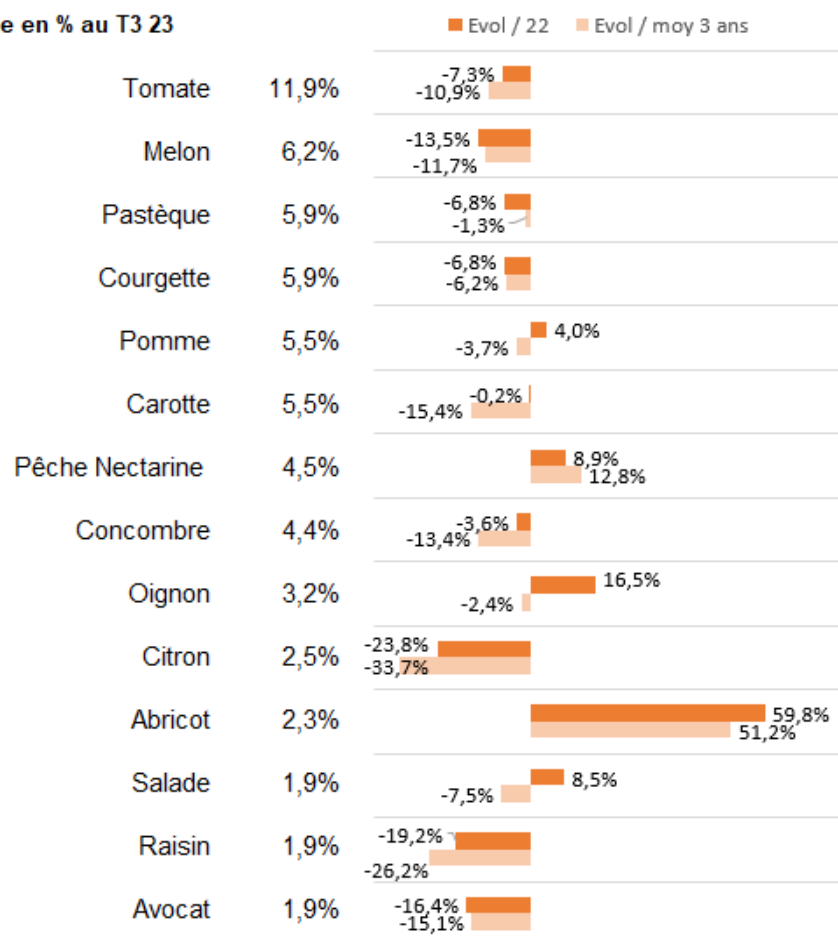


GSF =Grandes Surfaces Frais (type Grand Frais) ; EDMP = enseigne à dominance marque propre (type Aldi, Lidl) ; online généralistes = retrait en magasin, en drive voiture et livraison à domicile

## VOLUME

Evolution des achats volumes des principaux FL BIO au T3 2023

### Pdm volume en % au T3 23



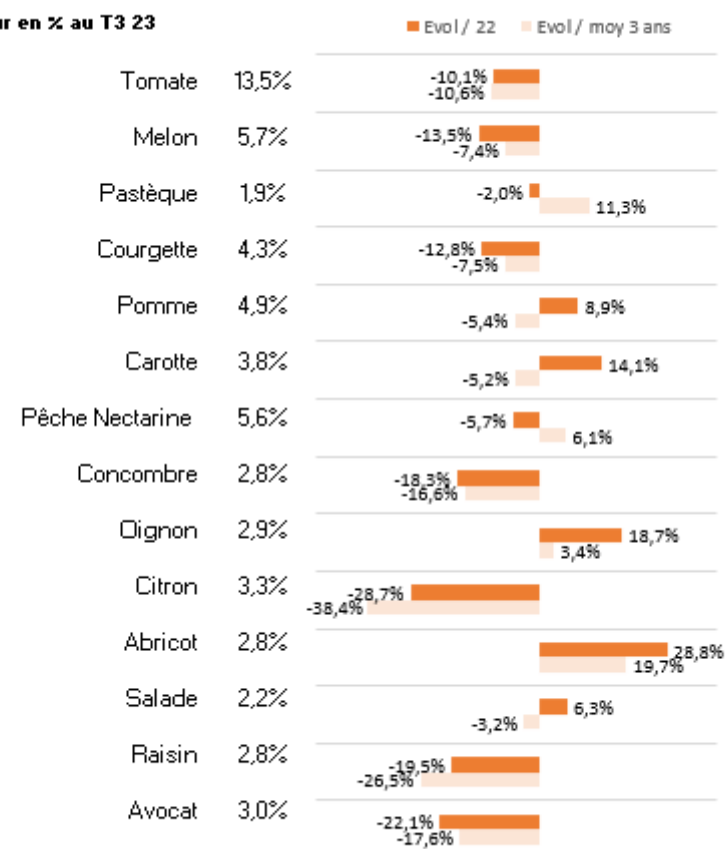
\*Base : quantités achetées pour 100 ménages

PDM sur le total FL Bio yc banane

## VALEUR

Evolution des achats valeur des principaux FL BIO au T3 2023

### Pdm valeur en % au T3 23



\*Base : sommes dépensées pour 100 ménages

PDM sur le total FL Bio yc banane

# Répartition des achats en fonction des critères socio-démographiques sur la période juillet-septembre T3 2023

Toutes les cycles consommateurs ont vu leur consommation en FL bio baisser en volume ce trimestre **hormis les sexagénaires (+9%/2022)**. Trois types de consommateurs particulièrement : les jeunes (-26%/2022) ; les familles avec enfant (-17%/2022) et les familles avec ado/jeune adulte (-17%/2022).

Les sexagénaires et septuagénaires restent les consommateurs principaux de F&L bio. La consommation en bio se reporte donc de manière plus marquée vers les populations plus âgées et aisées.

Par rapport à T3 2022, toutes les catégories socio-économiques ont vu leurs achats volumes diminuer. Ce sont les classes aisées qui semblent les moins impactés avec un gain de part de +0.9pts /2022.

### Exemple de lecture : les sexagénaires

Leurs achats bio représentent 31% de la consommation totale de FL frais bio sur cette période. Entre T3 2022 et T3 2023 ils ont gagné +4,3 pts dans la répartition des achats en volume (soit leurs achats pesaient 26,7 % au T3 2022 dans le total contre 31 % au T3 23).

Ils représentent 18% de la population française.

Au T3 2023, leurs achats bio en volumes (kg) ont progressé de +9%/T3 2022 et progressé de +7%/moyenne (20-22).



Ces données sont la propriété de Kantar. Elles sont confidentielles et destinées exclusivement à votre usage. Toute diffusion à des tiers, y compris la presse ou via Internet, si elle ne fait pas l'objet d'une autorisation de Kantar, engagera votre responsabilité civile et pénale.