

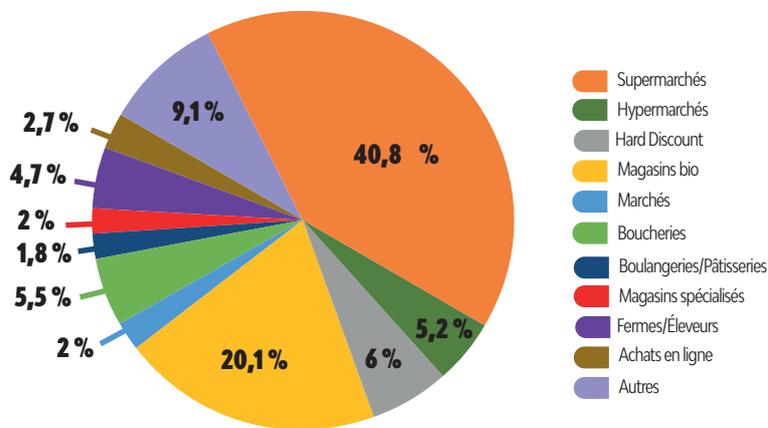


## Perte de vitesse des magasins bio

En 2022, le top 3 des canaux qui vendent le plus de produits bio restent inchangés par rapport à 2021. Ainsi, les supermarchés représentent la part de marché la plus importante avec 40,8 % (en valeur dépensée), suivis des magasins bio (20,1 %) et de la catégorie Autres<sup>1</sup> » (9,1 %). Le hard-discount suit avec 6 % des dépenses, puis les boucheries qui constituent, cette année, le cinquième canal avec 5,5 % de part de marché.

### RÉPARTITION DES DÉPENSES DES PRODUITS BIO EN WALLONIE

Selon les canaux de distribution (%) - année 2022



En comparaison à 2021, les magasins bio sont les seuls à avoir perdu des parts de marché, avec une baisse de 6,5 points. Tous les autres canaux de distribution ont gagné des parts de marché (hausse comprise entre 0,3 et 0,8 point), et de manière plus marquée encore pour les bouchers (+1,7 points). Les tendances observées en 2021 se poursuivent donc en 2022 pour les magasins bio et les boucheries ainsi que pour d'autres lieux de vente tels que la vente à la ferme, les marchés, les magasins spécialisés<sup>2</sup> et les supermarchés, dans de plus faibles proportions.

À noter qu'en comparaison à 2016, la part de marché des bouchers au sein du secteur bio a triplé et celle des achats en ligne a doublé. Les GMS<sup>3</sup>, qui représentaient cette année-là 55,6 % de l'ensemble des dépenses au sein du secteur, ne s'élevaient plus qu'à 52 % en 2022. Pour les magasins bio, la baisse de ces deux dernières années (-10,8 points) a été telle que la part de marché de ce canal de distribution au sein du secteur bio est la plus faible observée depuis 2016, date la plus ancienne dont nous disposons des données.

1) la catégorie « Autres » comprend notamment les magasins de proximité (Okay, Delhaize Proxy, Spar, etc.), les achats hors Belgique, etc.

2) la catégorie « magasins spécialisés » comprend d'autres magasins spécialisés dans l'alimentation, tels que les poissonneries, les épiceries, etc.

3) Grandes et Moyennes Surfaces, à savoir les supermarchés, les hypermarchés et le Hard Discount.

### ●●● Sales4bio

Votre parfait matchmaker en Belgique !  
Mélania Longin  
+ 32 497 62 23 72



[www.sales4bio.be](http://www.sales4bio.be) / [melanie@sales4bio.be](mailto:melanie@sales4bio.be)

## Les magasins bio ont un avenir s'ils continuent à se distinguer

Avec à sa tête deux trentenaires, Vajra-Delibio, le grossiste bio et Demeter à destination des magasins bio et transformateurs incarne une nouvelle génération sereine et dynamique résolument tournée vers le futur. Pauline Riga, est associée à son frère, directeur financier commercial. Suite au rapprochement entre Vajra et Delibio en 2022, les deux entités offrent une gamme complète de produits secs et frais (hors fruits et légumes), pour un chiffre d'affaires de 26M€. Bio Linéaires fait le point avec Pauline Riga.



Pauline Riga, responsable de la marque propre, du marketing et de l'assortiment produits de Vajra-Delibio.

### Bio Linéaires : Comment Vajra-Delibio a vécu la pandémie en 2020 et 2021 ?

**Pauline Riga :** Jusqu'en 2020, le marché bio n'a cessé de croître pendant une vingtaine d'années. L'année 2020, en raison de la pandémie de Covid-19, fut une année exceptionnelle pour les MSB avec une surcroissance de plus de 20 % par rapport à 2019. Après une telle augmentation, les ventes se sont rééquilibrées sur les tendances habituelles pré-Covid, d'où la décroissance prévisible en 2021.

### BL : Et comment s'est passé 2022 ?

**P. R. :** Le marché a continué de chuter entraînant de nombreuses fermetures de magasins. Une décroissance des ventes attribuables entre autres à l'inflation générée par l'augmentation des prix de l'énergie des transports et les inquiétudes géopolitiques suscitées par la guerre en Ukraine. Une véritable drache<sup>1</sup> nationale qui semble avoir touché de manière similaire les MSB et la GMS, à l'exception de l'HORECA<sup>2</sup> et de la transformation où le recul fut moins sensible.

### BL : Comment voyez-vous 2023 et les suivantes ?

**P. R. :** Il y a lieu de se montrer patient et prudent. Les périodes de recul amènent par ailleurs souvent de nouvelles opportunités. Chez Vajra-Delibio, nous croyons à la prise de conscience collective de l'impact environnemental de nos habitudes de consommation. Pour l'accompagner, nous sommes plus que jamais à l'écoute de nos clients et des consommateurs qui réclament toujours plus de produits locaux et de transparence sur les filières agricoles. Le véritable défi consiste aujourd'hui à continuer à fidéliser le consommateur dans les magasins bio et de tempérer l'idée reçue selon laquelle les produits bio sont plus onéreux en magasin bio qu'en grandes surfaces ce n'est pas nécessairement le cas et l'offre locale en magasin bio est par ailleurs bien plus conséquente ! Pour toutes ces raisons nous pensons que les MSB ont un bel avenir en continuant à se distinguer par une offre de produits avec une véritable histoire et des conseils personnalisés en rayon.

1 La pluie à Bruxelles.

2 HORECA = Hôtel Restaurant Café.



### ●●● Denan et Associés

Exporter la bio innovante de France  
Jean-Marc Denan

BIEN-ÊTRE ALIMENTAIRE DURABLE  
Bio - Terroir  
**DENAN**  
& ASSOCIÉS

[jm@denan.fr](mailto:jm@denan.fr) / [www.denan.fr](http://www.denan.fr)