

05/10 | 03:00 | mis à jour à 10:54 | Julie Chauveau **La consommation de produits bio résiste à la crise**  
**Les produits bio et verts restent minoritaires dans les achats des Français, mais les ventes ne semblent pas baisser.**

visites moins fréquentes, volumes de consommation en baisse et des arbitrages au détriment des achats « non indispensables » et souvent plus chers, comme les catégories entretien ou hygiène-beauté, les experts de Kantar Worldpanel ne sont pas optimistes sur l'évolution de la consommation en général. Mais les derniers chiffres publiés par l'Agence Bio montrent que, dans le domaine de l'alimentaire, les ventes de produits bio devraient pour la première fois frôler ou dépasser 4 milliards d'euros contre 3,4 milliards en 2010 et moins de 1 milliard en 1999. Les ventes de lait bio ont notamment augmenté de 10 % en volume et 7 % en valeur.

On constate bien une baisse de la fréquentation, mais le panier n'est pas affecté, en ce qui concerne les cosmétiques bio, affirme Pascale Florant, directrice du développement chez Cosmébio, association de professionnels de cosmétique écologique et biologique. La consommation des produits de cette catégorie a même augmenté entre 12 % et 15 % en 2011, précise cette dernière. Une croissance moins vigoureuse qu'il y a trois ans, mais qui reste relativement stable.

#### **Moins mais mieux**

Les produits d'entretien et détergents, quant à eux, ont vu leurs carnets de commandes repartir à la hausse en septembre après un ralentissement en juin et juillet dernier, ajoute-t-on chez Cosmébio. Selon Pascale Florant, « *le bio s'est ancré dans les habitudes de consommation. Les ménages achètent moins souvent mais des produits de meilleure qualité.* »

L'année en cours semble s'inscrire dans la lignée des bons résultats observés en 2008 et 2009 lors de la dernière crise. L'attrait pour les produits bio-verts ne s'est pas démenti à l'époque, insiste-t-on chez Kantar Worldpanel.

Le budget moyen d'achat a même augmenté de manière continue de 2007 à 2010, avec une croissance en volume supérieure à 7 euros par an -y compris au plus fort de la crise, avec + 10,20 euros entre 2008 et 2009. Le budget moyen est ainsi passé de 37,90 euros en 2007 à 64,10 euros en 2010. La dépense moyenne par acte d'achat est restée, quant à elle, quasi stable. Passant de 4,30 euros en 2007 à 5 euros en 2010, avec une stagnation entre 2009 et 2010. L'institut de panel précise toutefois que le bio-vert reste un achat minoritaire dans les chariots. Il représente seulement 2,2 % du budget produits de grande consommation et frais libre-service en 2010.

Cette tendance est à relier à un changement de mentalité des Français. Un rapport du Crédoc publié en août souligne que la « *sensibilité à l'environnement progresse malgré la crise* ». Le bio n'est désormais plus l'apanage d'une minorité plutôt aisée et très engagée. 52 % des personnes disposant de moins de 900 euros par mois consomment aujourd'hui des produits issus de l'agriculture biologique, contre 20 % en 1995. Enfin, 60 % des jeunes achètent de temps à autre ce type de produits. Ils n'étaient que 26 % il y a quinze ans.

**FAUSTINE SAINT-GENIÈS**