

## COMMERCE BIO

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle ● ● ● ● ●	Poids des investissements ● ● ● ● ●	Niveau de rémunération ● ● ● ● ●
Aptitudes commerciales ● ● ● ● ●	Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ●	Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ●
Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ●	Intensité de la concurrence ● ● ● ● ●	Facilité de remplacement ● ● ● ● ●

### SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU COMMERCE BIO.....	2
LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE BIO .....	5
L'ACTIVITÉ DU COMMERCE BIO .....	7
LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE BIO.....	10
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR .....	12

## LE MARCHÉ DU COMMERCE BIO

Depuis une dizaine d'années, le secteur du commerce de détail de produits bio est en constante progression tant en valeur qu'en volume : le chiffre d'affaires du secteur a doublé sur la période 2007-2012, puis à nouveau, entre 2012 et 2017.

Le marché des produits bio est soutenu par des facteurs sociologiques : préoccupation croissante des ménages pour leur santé et pour la sécurité alimentaire, plus grande sensibilisation à l'écologie, etc.

De plus, la filière bio s'est structurée ces dernières années, offrant les conditions d'un essor de la production permettant de répondre à la demande croissante en produits biologiques.

Toutefois, les professionnels du secteur souffrent de la concurrence de la grande distribution : les produits bio, autrefois uniquement commercialisés par le commerce de détail spécialisé, sont désormais vendus dans les GSA qui captent près de 45% des parts de marché en valeur.

Dans ce contexte, les spécialistes du secteur tendent à se regrouper et à rejoindre les réseaux sous enseigne afin de bénéficier de conditions d'achats avantageuses leur permettant de rester compétitifs tout en préservant le niveau de leurs marges. Ils se distinguent par la profondeur de leur gamme, les conseils personnalisés au client, et par une image de qualité des produits.

### Tendances

Le développement de la production de produits biologiques en France tendra à stimuler encore davantage la demande.

De nouveaux segments de marché devraient fortement se développer dans les prochaines années : cosmétologie, matériaux de construction, vêtements, etc.

La concurrence de la grande distribution tendra à se renforcer : développement d'enseignes dédiées exclusivement au bio et prise de contrôle de pure players

spécialisés dans le bio. Dans ce contexte, les réseaux spécialisés développeront des relais de croissance : offre de restauration sur le lieu de vente, vente à distance, livraison à domicile, etc.

### L'organisation du marché

- **Les grandes surfaces alimentaires** captent près de la moitié des parts du marché du secteur.

- **Les magasins spécialisés** réalisent plus du tiers du chiffre d'affaires du secteur (dont les 3/4 par les réseaux sous enseigne).

Les magasins indépendants non rattachés à un réseau sous enseigne sont en perte de vitesse : leurs parts de marché ont diminué de moitié ces 10 dernières années au profit des réseaux sous enseigne et de la grande distribution.

Les principaux réseaux du secteur sont Biocoop (430 unités) et La Vie Claire (275 unités).

- **Les producteurs** qui commercialisent leurs produits directement auprès des consommateurs (les fruits et légumes, ainsi que le vin essentiellement).

		COMMERCE BIO
<b>NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR</b>  <b>CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR</b> (en milliards d'euros)  <b>ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU</b>	2015	3 605 <sup>(1)</sup>
	2016	7,147 Md€ <sup>(2)</sup>
	2016	Nc (3)

		COMMERCE BIO
<b>SECTEUR EN VALEUR</b> (indice ICA base 100 en 2010)	2015	Nc
	2014	Nc
	2013	Nc
	2012	Nc
	2011	Nc
	2010	Nc

<sup>(1)</sup> Source : Agence Bio.

<sup>(2)</sup> Source : Agence Bio.

<sup>(3)</sup> Source : INSEE, Bulletin statistique.

## L'environnement réglementaire

### Les contraintes à l'installation

Aucun diplôme n'est obligatoire. Le professionnel doit être inscrit au registre du commerce et des sociétés.

### Les principaux points de la réglementation professionnelle

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public. Le professionnel doit respecter les normes d'hygiène des locaux (Arrêté du 9 mai 1995). Les produits frais sont soumis à la réglementation de tous commerces alimentaires (étiquetage, affichage, hygiène et conservation des produits, etc).

Les aliments diététiques sont définis par les décrets du 24 janvier 1975 et du 29 août 1991 relatifs aux produits destinés à une alimentation particulière.

Les compléments alimentaires sont réglementés par la directive européenne du 10 juin 2002.

Le règlement européen 834/2007 précise l'ensemble des règles à suivre concernant la production, la transformation, la distribution, l'importation, le contrôle et l'étiquetage des produits biologiques. Il est complété par des règlements d'application (règlement 889/2008 notamment). Des cahiers des charges nationaux existent également.

Les producteurs, préparateurs, distributeur et importateur de produits biologiques sont contrôlés par des organismes de certification agréés (Ecocert, Agrocert, Certipaq, Qualité France, Certisud, Certis, Alpes Contrôles, Qualisud).

L'étiquetage des produits biologiques doit mentionner "biologique" ou "bio" ainsi que le numéro d'agrément de l'organisme certificateur. Les logos bio (européen

ou AB) indiquent que les produits sont biologiques à 100% ou contiennent au moins 95% de produits biologiques si la part restante n'est pas disponible en bio.

### **Statut juridique et fiscal**

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

### L'installation

Les créations se font principalement sous l'impulsion des réseaux sous enseigne.

En cas de reprise, la valeur du fonds dépend essentiellement de son emplacement, de l'état des équipements et des caractéristiques du bail.

### Les investissements

Les principaux investissements du commerçant concernent l'aménagement du lieu de vente (réserve, chambres froides, gondoles murales, caisse enregistreuse, etc).

Les équipements tels que la chambre froide et les vitrines réfrigérées doivent être renouvelés tous les 12 ans environ. Par ailleurs, le professionnel doit aussi investir dans un outil informatique.

Enfin, en vue d'assurer les approvisionnements et les livraisons, il loue ou achète un véhicule.

### La gestion

#### Le suivi au quotidien

Le professionnel suit l'évolution journalière et mensuelle de son chiffre d'affaires. Si le commerçant vend des produits frais, il doit veiller à limiter la quantité d'invendus. Il suit l'état de ses stocks et la répartition de son chiffre d'affaires entre produits.

## **Les recettes de l'activité**

Elles varient selon la composition des ventes et de la surface du point de vente. Les produits alimentaires constituent l'essentiel du chiffre d'affaires, sauf pour les magasins bio généralistes dont le chiffre d'affaires est généré par les compléments alimentaires et les produits diététiques.

## **Les charges à surveiller**

Les achats représentent environ les 2/3 du chiffre d'affaires (selon le type de commerce). Il est impératif qu'ils soient parfaitement maîtrisés, surtout pour les produits frais. Le loyer constitue aussi un poste de charge important, notamment si le magasin est situé en zone urbaine.

## **La gestion financière et les besoins en trésorerie**

La trésorerie doit toujours être positive grâce au paiement comptant de la clientèle et aux délais de paiement accordés par les fournisseurs.



		COMMERCE BIO
<b>EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION</b>	2016	Nc <sup>(1)</sup>
	2015	Nc
	2014	Nc
	2013	Nc
	2012	Nc
	2011	Nc
	2010	Nc
	<b>LES RATIOS DE GESTION CLEFS</b>	Chiffre d'affaires moyen
Marge brute		37,84% du CA
Excédent brut d'exploitation		18,79% du CA
Rotation des stocks		92 jours de CA
Crédit clients		1 jour de CA
Crédits fournisseurs		40 jours de CA
Besoin en fonds de roulement		19 jours de CA

<sup>(1)</sup>Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

<sup>(2)</sup>Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques", Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires.

### Les principales difficultés du métier

- **La concurrence des enseignes de la grande distribution**

La grande distribution capte près de 45% du marché en valeur. Dans ce contexte il est difficile pour les indépendants de rester isolés. L'adhésion à une enseigne est indispensable pour se maintenir.

- **La baisse des marges des indépendants isolés**

Les indépendants ne bénéficient pas de conditions d'achat et d'approvisionnement comparables à celles des grandes surfaces, ce qui pèse sur leurs niveaux de marge.

- **La gestion des achats :**

La filière bio n'étant pas encore très organisée, le professionnel doit en permanence optimiser sa politique d'achat et tisser des relations avec des producteurs locaux.

Dans ce contexte, les professionnels qui s'en sortiront le mieux seront ceux qui rejoindront un réseau, et qui n'hésiteront pas à se diversifier (vente par correspondance, restauration, livraison à domicile, etc).

<b>EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE</b>	2016	12 516 <sup>(1)</sup>
	2015	13 727
	2014	13 851
	2013	14 135
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
<b>TAUX DE SURVIE AU- DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES</b>	Commerce bio	Nc <sup>(2)</sup>
	Commerce et réparation	46,1 %
	Moyenne tous secteurs	51,9 %

<sup>(1)</sup> Source : Banque de France.

<sup>(2)</sup> Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

### Les principales organisations professionnelles

#### **FFD**

Fédération Française de la Diététique, de l'alimentation biologique, de la cosmétique naturelle et des produits écologiques

14 Terrasse Bellini - 92 807 Puteaux Cedex

Tel : 01 47 75 03 09

#### **SYNADIS BIO**

Syndicat National des Distributeurs spécialisés de produits biologiques, diététiques et compléments alimentaires

14 Terrasse Bellini – 92 807 Puteaux

Tel : 09 66 85 35 26

<http://www.synadisbio.com>

#### **Agence Bio**

Agence de promotion et de développement de l'agriculture

12 bis rue des Colonnes du Trône - 75 012 Paris

Tel : 01 53 17 38 38

<http://www.agencebio.org>