



# BIO

Bulletin du marché bio, août 2025

## Le bio en 2024 : consommation stabilisée à un niveau élevé

**Après une croissance vigoureuse dopée par l'inflation en 2023, l'augmentation du chiffre d'affaires du bio s'est stabilisée à 0,3 % en 2024. Simultanément, le Biobaromètre a enregistré une évolution des habitudes de consommation vers l'alimentation durable : entre 2022 et 2024, la proportion de grands consommateurs de produits bio a augmenté de 6 points de pourcentage pour passer à 55 %. Cette catégorie de personnes tend également à réduire sa consommation de viande et à se nourrir d'un peu plus de mets véganes.**

Voyons comment évolue la demande de denrées alimentaires bio, telle qu'elle se manifeste dans le commerce de détail en Suisse, en consacrant une attention particulière aux produits d'origine animale et à leurs substituts d'origine végétale. L'étude de la consommation s'appuie sur le panel combiné détaillants et consommateurs de NielsenIQ Switzerland, tandis que les données sur la consommation de viande et de produits bio proviennent d'une étude du Biobaromètre. Il s'agit d'un sondage représentatif réalisé en ligne par l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL) sur un échantillon d'un millier de personnes en Suisse alémanique et en Suisse romande.

La plupart des comparaisons faites dans cette analyse se rapportent à la période comprise entre 2022 et 2024, ce qui permet de voir évoluer la consommation depuis la fin des mesures

prises contre la pandémie et de tirer un parallèle avec l'avant-dernière enquête du Biobaromètre en 2022. Précisons toutefois que 2020 constitue l'année de référence dans la consommation de viande, puisque cette consommation n'a fait l'objet d'aucun relevé en 2022.

Nous présentons ici une étude combinée des habitudes de consommation effectivement mesurées sur la base des ventes et du chiffre d'affaires du bio chez les détaillants suisses et des déclarations des consommateurs qui estiment leur propre consommation de produits bio. L'ensemble donne une image complète de la consommation de denrées bio et de son évolution en Suisse.

### ACCÈS DIRECT

Sommaire : [page 2.](#)

Analyse : [page 3.](#)



## CITATIONS

Office fédéral de l'agriculture et Institut de recherche de l'agriculture biologique (2025): Le bio en 2024 : consommation stabilisée à un niveau élevé

Vous trouverez plus d'informations sur le baromètre Bio ici :

<https://biobarometer.fibl.org/fr/index.html>

## SOMMAIRE

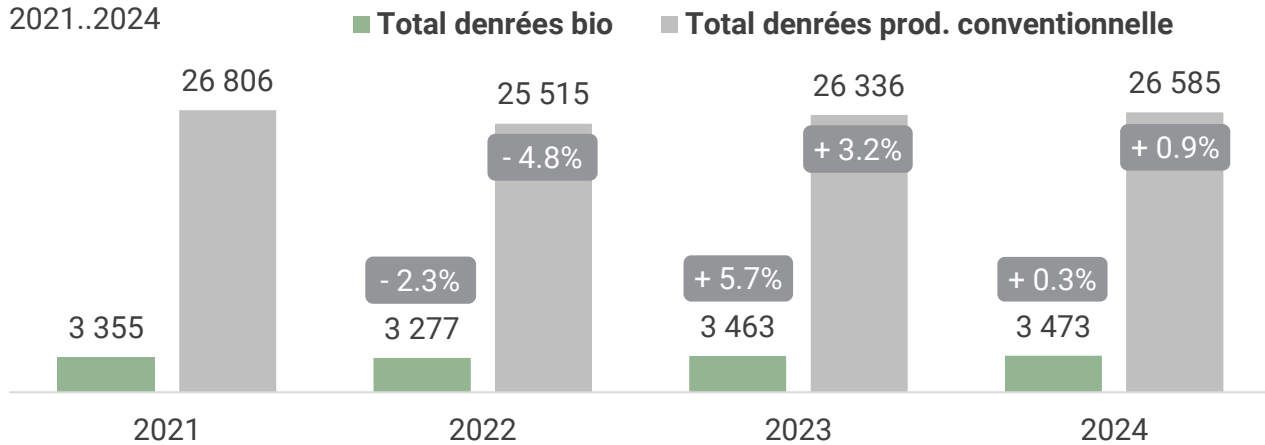
Chiffres d'affaires stabilisés en 2024 .....	2
Stabilité de la part du bio .....	3
Plus d'une personne sur deux consomme régulièrement des denrées bio .....	3
Le prix, obstacle numéro un .....	4
Motifs d'achat stables .....	5
Le commerce spécialisé, canal de vente toujours moins important pour les produits bio .....	5
Plus grosse part de bio dans le commerce de détail traditionnel .....	6
Nouvelles locomotives du chiffre d'affaires, les céréales et les produits de boulangerie .....	6
Les aliments pour bébé ont la part de bio la plus élevée .....	8
Hausse de la part du bio dans le groupe des substituts végétaux à la viande et au poisson	9
Évolution de la consommation de viande : un constat ambivalent .....	10
Tofu, tempeh et seitan bio en plein essor .....	10
Relative stabilité de la dépense individuelle aux rayons boucherie et poissonnerie .....	11
Corrélation entre l'intérêt pour le bio et la consommation de viande .....	12
Plats véganes plus populaires .....	12
Bio en régression dans les substituts de produits laitiers .....	13
Recul du chiffre d'affaires dans les substituts de laits liquides bio .....	13
Dépense individuelle en hausse dans les substituts de produits laitiers .....	14
Bilan .....	15

## LE BIO DANS LE COMMERCE SUISSE DE DÉTAIL

### Évolution du chiffre d'affaires

en millions de francs

2021..2024



Source : OFAG, secteur Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

### Chiffres d'affaires stabilisés en 2024

L'année 2022 marque un retour à la normale avec la fin des mesures contre la pandémie. La consommation hors domicile dans les restaurants, les take-away, les cantines et ailleurs a repris, et les achats chez les détaillants ont de nouveau diminué, passant au-dessous des chiffres réalisés pendant les années de pandémie.

Les années suivantes, 2023 et 2024, sont caractérisées par une augmentation du chiffre d'affaires réalisé par les détaillants, la plus importante se situant en 2023. Cependant, c'est en premier lieu le mouvement général des prix qui est à l'origine de cette augmentation : le renchérissement annuel moyen, tel qu'il ressortait de l'indice suisse des prix à la consommation, atteignait 2,1 %, (source : [OFC – IPC](#)), et c'est surtout cette hausse des prix qui a gonflé les chiffres d'affaires. Le volume des ventes quant à lui a augmenté plus faiblement : d'après NielsenIQ Switzerland, les ventes dans le segment bio ont progressé en 2023 de 1,1 % par rapport à l'année précédente, tandis qu'elles

baissaient même de 0,9 % dans le segment de la production conventionnelle.

Le millésime 2024 est l'année de la stabilisation au niveau de l'année précédente : les chiffres d'affaires ont augmenté faiblement, soit +0,3 % pour le bio et +0,9 % pour le non-bio. Quant aux volumes des ventes, ils affichent une hausse, celle du bio (+1,7 %) étant supérieure à celle de la production conventionnelle, qui atteint seulement +0,5 %.

### Stabilité de la part du bio

La part du bio dans le chiffre d'affaires réalisé par les détaillants au rayon alimentaire reste stable également, se situant à 11,55 % en 2024, après une croissance annuelle moyenne inférieure à 1 % entre 2021 et 2024.

### Plus d'une personne sur deux consomme régulièrement des denrées bio

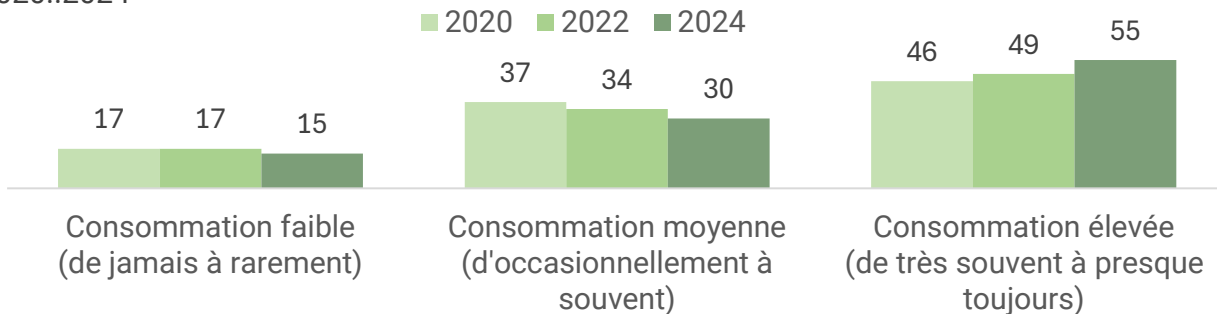
L'enquête du Biobaromètre révèle qu'entre 2022 et 2024, la plus forte croissance (+6 points de pourcentage) est portée par la catégorie d'acheteurs ayant déclaré consommer beaucoup de denrées bio, une catégorie qui représentait 55 % des personnes interrogées en

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Fréquence de la consommation de bio l'année sous revue

en %

2020..2024



Question : « À quelle fréquence consommez-vous actuellement des denrées alimentaires bio (consommation dans les restaurants, les cantines et les take away non comprise) ? »

Source : FiBL, enquête du Biobaromètre

2024. Les autres catégories pèsent moins : celle des personnes déclarant une consommation de bio moyenne a perdu 4 points de pourcentage, et celle des personnes consommant peu de bio (entre jamais et une fois par mois) perd 2 points de pourcentage pour s'établir à 15 %.

### Le prix, obstacle numéro un

Comme en 2022, l'obstacle principal à la consommation de denrées bio reste le prix.

Raison alléguée : « la nourriture biologique est trop chère pour moi ». Cette raison a gagné en importance par rapport à 2022, tandis que perdaient du poids les autres raisons, à savoir : « il n'y a pas assez de nourriture biologique dans les restaurants, cantines et *take-aways* », « les aliments biologiques sont trop emballés », « les aliments biologiques n'ont pas meilleur goût » et « il n'y a pas assez d'aliments biologiques provenant de Suisse ». Les détaillants ont dû

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Les 6 premiers obstacles à l'achat de denrées bio

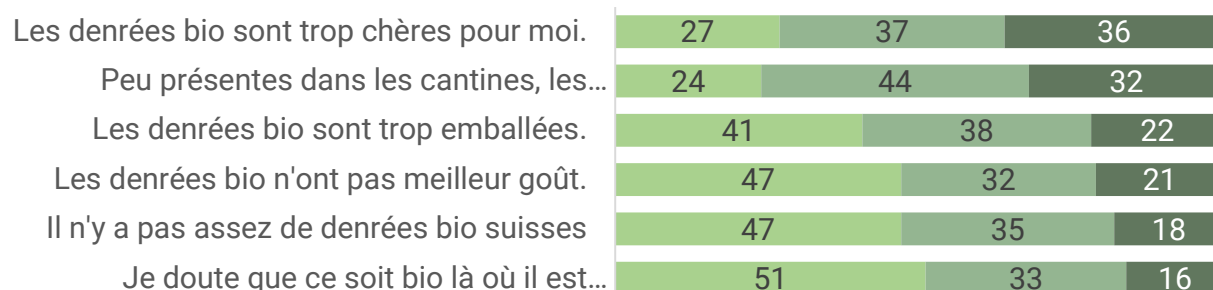
en %

2024

■ Peu d'accord

■ Moyennement d'accord

■ Très d'accord



Question : "Vous trouvez ci-dessous diverses raisons pour lesquelles vous pourriez ne pas acheter de denrées bio. Veuillez indiquer à laquelle de ces raisons vous souscrivez personnellement ou non."

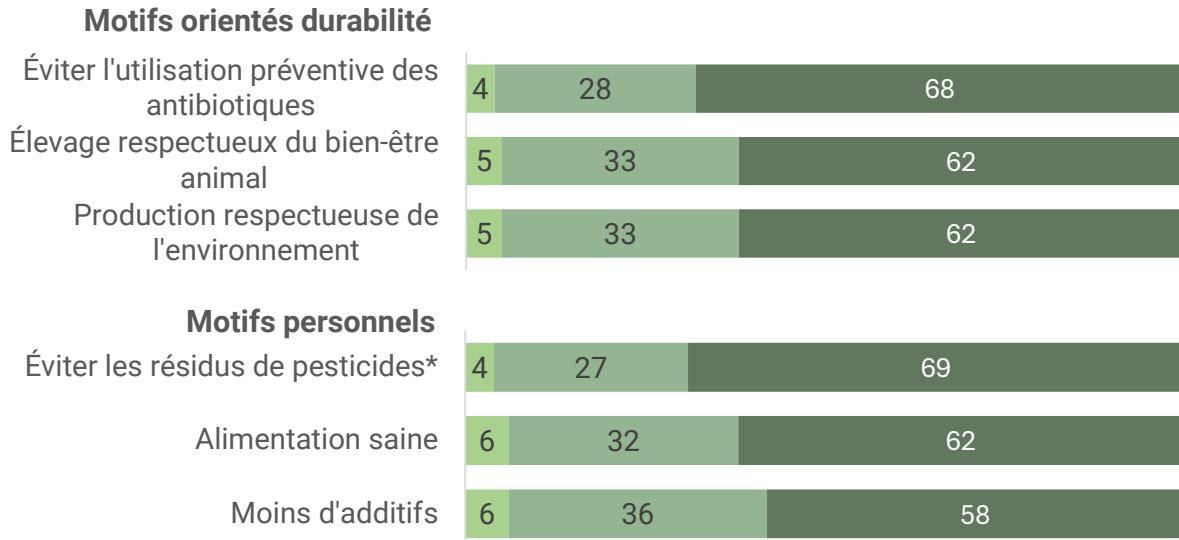
Source : FiBL, enquête du Biobaromètre

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Top 3 des motifs d'achat personnels et des motifs d'achat orientés durabilité de denrées alimentaires bio

en %  
2024

■ Peu d'accord   ■ Moyennement d'accord   ■ Très d'accord



Remarques : \* Ce motif appartient aux deux catégories.

Question : "Vous trouvez ci-dessous diverses raisons pour lesquelles vous pourriez acheter des denrées bio. Veuillez indiquer à laquelle de ces raisons vous souscrivez personnellement ou non".

Source : FiBL, enquête du Biobaromètre

entendre le reproche selon lequel les denrées bio sont trop emballées, car cet obstacle a perdu de l'importance. Il est par ailleurs intéressant de constater que l'objection « je doute que ce soit bio là où il est indiqué bio » n'est plus élevée aussi souvent qu'avant.

#### Motifs d'achat stables

Les principaux motifs d'achat de denrées alimentaires bio sont les mêmes que lors du dernier sondage, en 2022. Si les motifs « Éviter les produits phytosanitaires chimiques de synthèse », « Alimentation saine » et « Moins d'additifs » figurent en tête des motifs d'achat personnels, « Éviter l'utilisation préventive des antibiotiques sur les animaux d'élevage », « Élevage respectueux du bien-être animal » et « Production respectueuse de l'environnement » dominent parmi les motifs d'achat orientés durabilité.

#### Le commerce spécialisé, canal de vente toujours moins important pour les produits bio

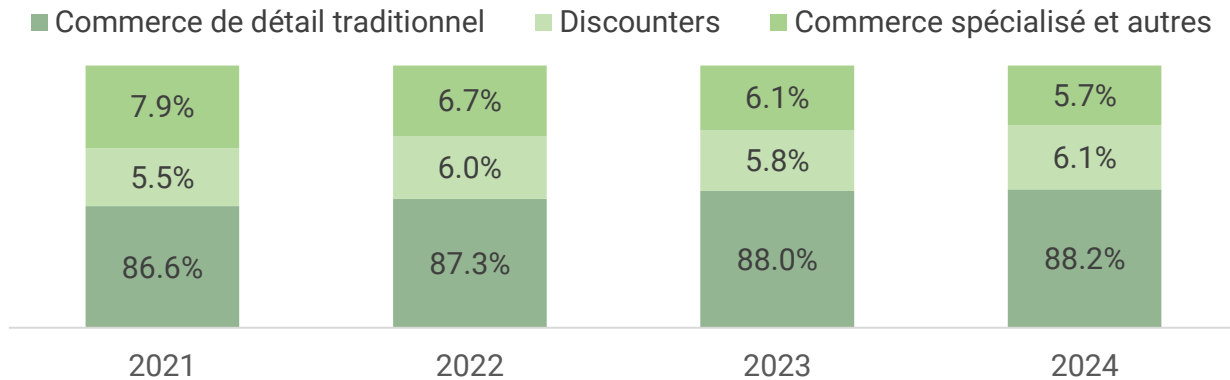
Les ventes de produits bio sont subdivisées en trois catégories : commerce de détail traditionnel, discounters et commerce spécialisé et autres. Une analyse des parts de marché dans les ventes totales de produits bio montre que la part des commerces spécialisés dans les ventes totales de produits bio est toujours moins importante. Font partie des commerces spécialisés, notamment les épiceries bio, les boulangeries, les boucheries, les laiteries ou encore les magasins de fruits et légumes. En 2024, les commerces spécialisés ne représentaient que 5,7 % des ventes totales de produits bio, alors que leur part s'élevait à 6,7 % en 2022. Ils deviennent ainsi le canal de vente le moins important.

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Part de marché des différents canaux de vente dans les ventes totales de produits bio

en %

2021..2024



Source : OFAG, secteur Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

Les discounters ont, quant à eux, légèrement augmenté de 0,1 point de pourcentage leur part de marché, qui s'élève à 6,1 %. Les discounters, qui voient le potentiel de croissance de ce segment de marché, proposent désormais leurs propres assortiments de produits bio (source : [Aldi Suisse](#), [Lidl Suisse](#)).

Ce sont toutefois les entreprises du commerce de détail traditionnel qui montrent la plus grande croissance : entre 2022 et 2024, ils ont augmenté leur part de marché de 0,9 point de pourcentage. Désormais, 88,2 % des ventes de produits bio sont réalisés dans le commerce de détail traditionnel, qui reste ainsi, et de loin, le principal canal de vente de produits bio.

#### Plus grosse part de bio dans le commerce de détail traditionnel

C'est dans le commerce de détail traditionnel que la part de produits bio dans les ventes de chaque canal est la plus grande (13,5 %), suivi de près par le commerce spécialisé, pour qui les produits d'origine biologique représentent 12,4 % des ventes. Les discounters présentent la moindre part de bio : les produits bio ne représentent que 3,8 % de leurs ventes. La part des ventes de produits bio dans les commerces

spécialisé et chez les discounters n'a que peu varié entre 2022 et 2024. Seul le commerce de détail traditionnel enregistre une légère hausse de la part du bio, de 0,4 point de pourcentage.

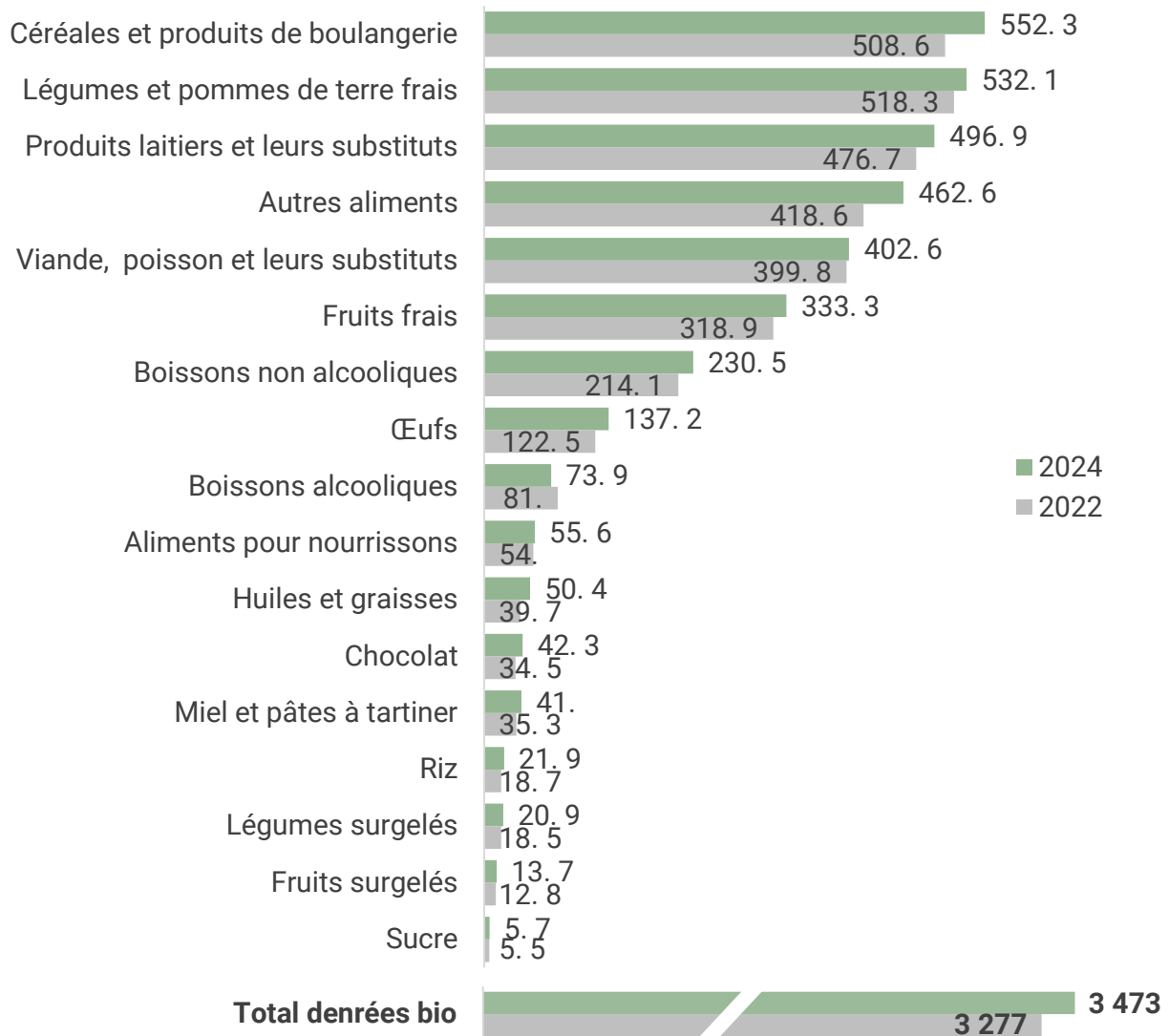
#### Nouvelles locomotives du chiffre d'affaires, les céréales et les produits de boulangerie

Les ventes de céréales et de produits de boulangerie ont augmenté entre 2022 et 2024, passant de 508,6 à 552,3 millions de francs. Il s'agit désormais du groupe de marchandises représentant la plus grande partie du chiffre d'affaires dans le segment bio. Cette évolution s'explique à la fois par des effets de volume et par des effets de prix : pendant cette période, le volume des ventes a augmenté en moyenne de 2,1 % par an, selon NielsenIQ Switzerland. Les prix des produits à base de céréales ont aussi augmenté : le prix à la consommation de la farine blanche bio est passé de 3.03 fr./kg en 2022 à 3.22 fr./kg en 2024, ce qui correspond à une hausse annuelle moyenne de 3,1 %, une valeur supérieure au renchérissement annuel moyen. La guerre entre la Russie et l'Ukraine pourrait être l'une des raisons expliquant cette hausse de prix supérieure à la moyenne dans ce groupe de marchandises, celle-ci étant à l'origine

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Chiffre d'affaires denrées bio par groupes de denrées

Chiffre d'affaires en millions de francs  
2022 et 2024



Source : OFAG, secteur Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

d'une augmentation temporaire des prix de l'énergie et des céréales au niveau international. Les légumes frais et les pommes de terre restent très importants pour le marché bio et représentent désormais le deuxième groupe de marchandises en termes de ventes. Leurs ventes ont augmenté en moyenne de 1,3 % par an entre 2022 et 2024. Cet effet est toutefois davantage lié à une augmentation de la quantité qu'à une hausse des prix ; le taux de croissance

des volumes vendus pendant cette période s'élève même à 1,8 %.

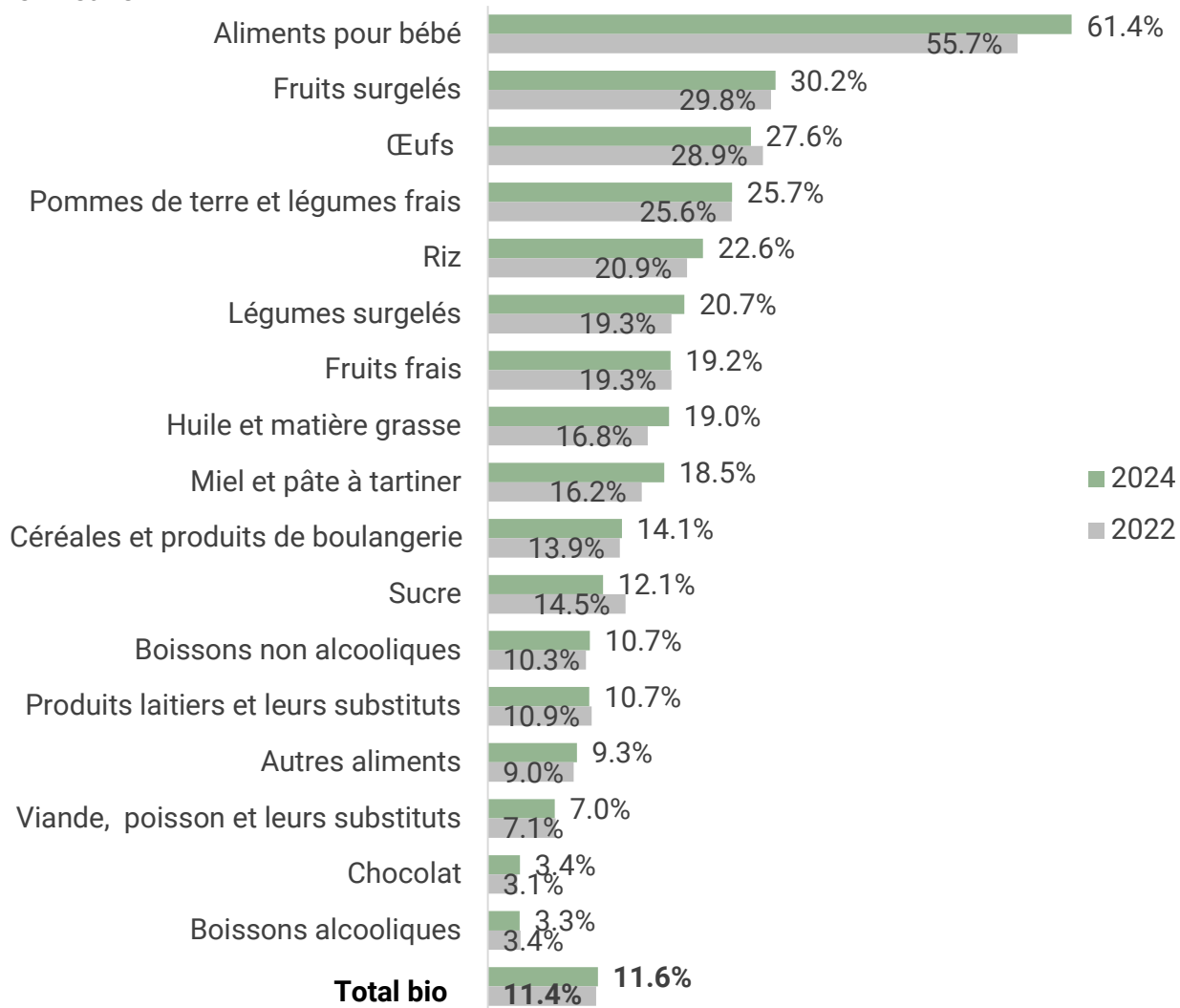
On observe une croissance particulièrement marquée des ventes de produits bio dans le groupe de marchandises de l'huile et des matières grasses : le chiffre d'affaires de l'huile et des matières grasses biologiques est passé de 39,7 millions de francs en 2022 à 50,4 millions de francs en 2024, soit un taux de croissance annuel moyen de 12,7 %. Dans le

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Part de bio dans les ventes de denrées alimentaires, par groupe de marchandises

Part en %

2022 et 2024



Source : OFAG, secteur Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

segment conventionnel, ce taux ne s'élève qu'à 4,4 %. Au cours de la même période, le volume des ventes dans le segment bio a également augmenté, avec un taux de croissance annuel moyen de 5,8 %. Dans le segment conventionnel, les ventes sont en recul, avec un taux de croissance négatif de -4,6 %.

### Les aliments pour bébé ont la part de bio la plus élevée

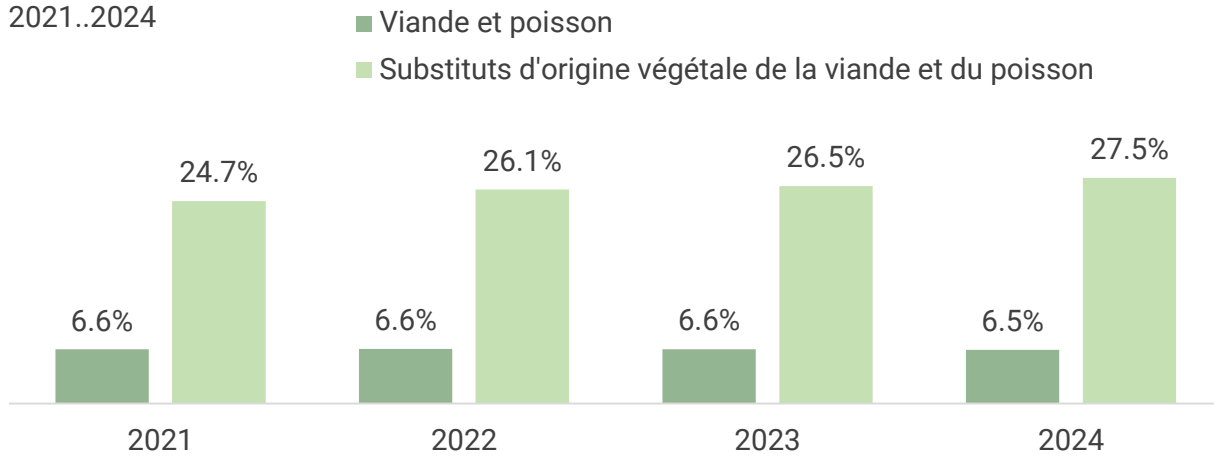
La part de bio par groupe de marchandises décrit la part du chiffre d'affaires que représente le bio pour chaque groupe de marchandises. La part de bio dans les aliments pour bébé a encore augmenté, de 5,7 points de pourcentage. Les aliments pour bébé restent donc le groupe de marchandises présentant la plus grande part de bio (61,4 %).

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Évolution de la part du bio dans viande, le poisson et leurs substituts d'origine végétale

en %

2021..2024



Source : OFAG, s. Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

La part de bio a aussi beaucoup augmenté dans le groupe du miel et des pâtes à tartiner (+2,4 points de pourcentage). On observe également une hausse de la part de bio, de 2,2 points de pourcentage, dans le groupe de l'huile et des matières grasses.

La part de bio a en revanche diminué dans le groupe des œufs, de 1,3 point de pourcentage. Ce recul est notamment dû aux changements structurels sur le marché. Les ventes annuelles d'œufs conventionnels dans le commerce de détail ont davantage augmenté (+6,7 %) que celles d'œufs bio (+2,4 %). Le segment conventionnel a en effet vécu un changement structurel, passant de l'élevage au sol à l'élevage en plein air des poules pondeuses. Un grand détaillant a par exemple entièrement retiré de son assortiment les œufs issus de l'élevage au sol et ne vend plus que des œufs suisses issus de l'élevage en plein air et des œufs importés dans le segment conventionnel. Les œufs de poules élevées en plein air étant plus chers que ceux de poules élevées au sol, la part du chiffre d'affaires réalisé avec les produits bio a

également diminué en raison du changement de groupe de référence.

Le sucre enregistre lui aussi une baisse de la part du bio, de 2,4 points de pourcentage. Le chiffre d'affaires issu des ventes de sucre non bio a beaucoup plus augmenté que celui du sucre bio.

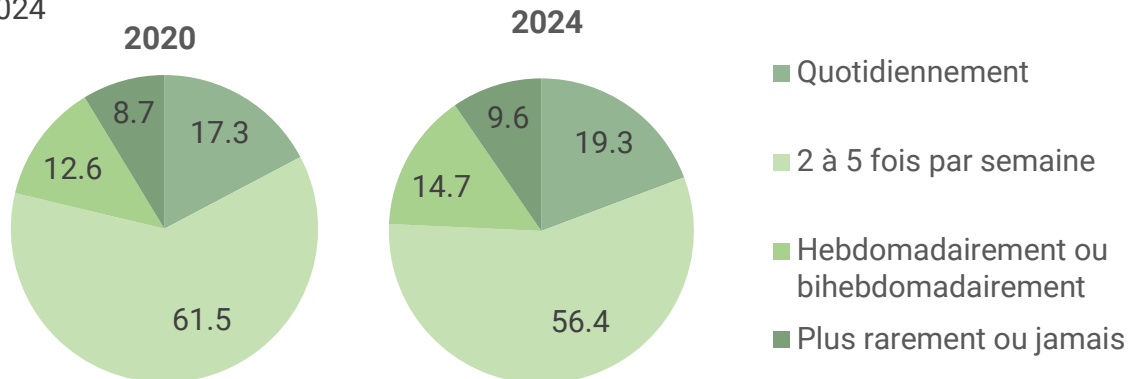
### Hausse de la part du bio dans le groupe des substituts végétaux à la viande et au poisson

Les données des rayons boucherie, poissonnerie et des substituts de ces denrées donnent lieu à d'autres observations. La part du bio dans le chiffre d'affaires réalisé grâce aux substituts d'origine végétale, tels que le tofu, le seitan et les produits imitant la viande est supérieure (27,5 %) à la part du bio dans les ventes de viande (6,5 %). La viande et ses substituts évoluent aussi de façon différente : si la part du bio dans la viande et le poisson restent peu importante, elle continue d'augmenter dans les substituts d'origine végétale, avec une croissance de 1,4 points de pourcentage entre 2022 et 2024.

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Fréquence des repas avec viande

en %  
2020, 2024



Source : FiBL, enquête du Biobaromètre

### Évolution de la consommation de viande : un constat ambivalent

Dans l'enquête du Biobaromètre, le nombre des personnes déclarant soit ne jamais manger de viande soit en manger moins d'une fois toutes les deux semaines a augmenté de 0,9 point de pourcentage entre 2020 et 2024. Le groupe des personnes consommant de la viande entre une fois par semaine et une fois toutes les deux semaines s'est accru de 2,1 points de pourcentage. Cependant, le groupe des personnes qui mangent de la viande chaque jour s'est développé, prenant 2 points de pourcentage. La seule régression (-6,1 points de pourcentage) concerne le plus grand groupe, celui d'une consommation moyenne, constitué des personnes qui prennent chaque semaine entre deux et cinq repas contenant de la viande : leur groupe passe de 65,1 à 56,4 % des personnes interrogées.

### Tofu, tempeh et seitan bio en plein essor

L'examen du chiffre d'affaires des ventes au détail des différents sous-groupes de produits aboutit aussi à deux résultats hétérogènes. Si les ventes de viande fraîche bio affichent une croissance annuelle moyenne de 2,1 % entre

2022 et 2024, les ventes de poisson frais bio ont diminué de 6,3 % en moyenne sur la même période.

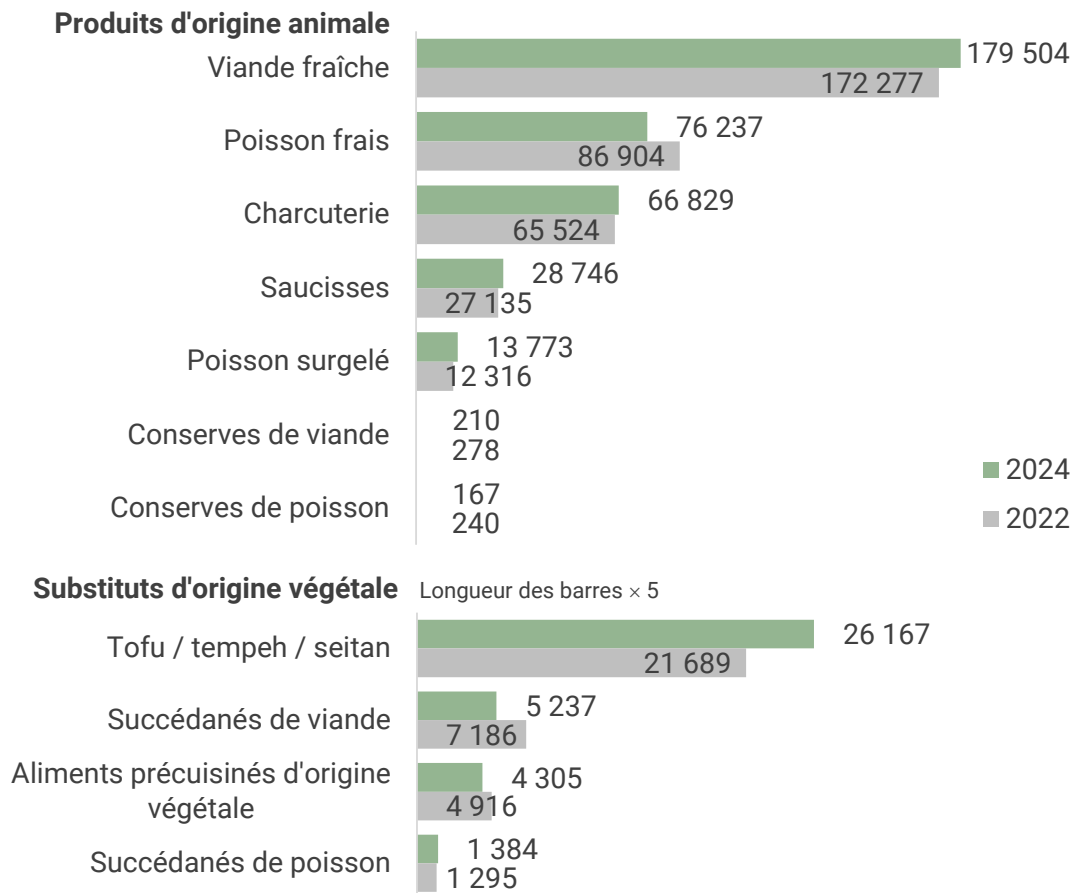
Du côté des succédanés végétaux, on observe une forte croissance du tofu, du tempeh et du seitan bio, qui est plus marquée (+9,8 % en moyenne) que dans tous les autres sous-groupes. Cette croissance est due principalement à une hausse des quantités, qui ont augmenté de 12,3 % par an en moyenne. Parallèlement, le chiffre d'affaires s'est contracté de 2,1 % par an en moyenne dans la production conventionnelle. Le phénomène s'explique surtout par la baisse des prix qui a eu lieu dans le non-bio, car les ventes y ont progressé, quoique plus faiblement que dans le segment bio.

On observe parallèlement un net affaissement du chiffre d'affaires dans les succédanés de viande bio : -14,6 % par an. Quant au mode de production conventionnel, il n'enregistre qu'une croissance très modeste : 0,2 % par an. Dans le domaine des aliments précuisinés, le chiffre d'affaires a diminué, tant dans le segment bio que dans le segment conventionnel. L'évolution du chiffre réalisé dans le bio, le tempeh et le seitan bio contraste avec celui réalisé dans les autres substituts d'origine végétale.

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Chiffre d'affaires dans la viande et le poisson bio et leurs substituts de culture biologique

Chiffre d'affaires en milliers de francs  
2022 et 2024



Source : OFAG, s. Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

### Relative stabilité de la dépense individuelle aux rayons boucherie et poissonnerie

Les chiffres d'affaires dans leur ensemble subissent l'influence de l'expansion démographique. Mais l'examen de la dépense individuelle dans le commerce de détail révèle les habitudes d'achat de façon plus détaillée. D'après Agristat, la population moyenne résidant en Suisse, y compris les touristes et les frontaliers, a gonflé de 8,91 à 9,09 millions d'habitants entre 2022 et 2024.

L'analyse de la consommation individuelle révèle une légère réduction de la dépense pour les achats au détail de viande et de poisson bio (-0,9 % sur un an), tandis que l'on enregistre

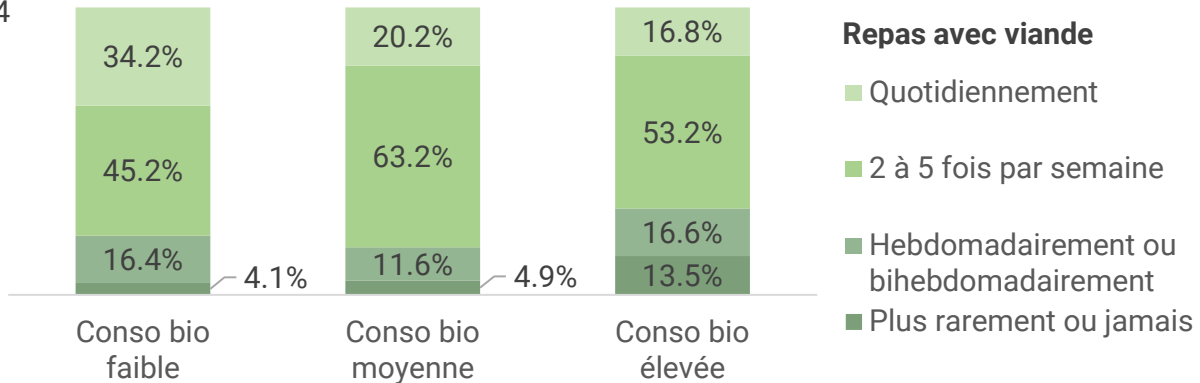
aucune variation significative en ce qui concerne leurs équivalents non bio. Il se pourrait que les amateurs de denrées bio réduisent leur consommation de viande plus souvent que les autres, voire renoncent complètement à manger des produits carnés, ce qui a évidemment une incidence sur la consommation de viande bio par personne.

Les substituts bio d'origine végétale enregistrent une croissance de 1,8 % de la dépense par individu, celle-ci diminuant dans la même proportion en ce qui concerne les substituts de culture conventionnelle.

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Fréquence des repas avec viande et affinité avec le bio

en %  
2024



Source : FiBL, enquête du Biobaromètre

### Corrélation entre l'intérêt pour le bio et la consommation de viande

La consommation de denrées bio et celle de viande évoluent en raison inverse l'une de l'autre. L'enquête du Biobaromètre montre que les grands amateurs de bio tendent à manger moins de viande que les personnes consommant peu de denrées bio, et qu'ils choisissent plus fréquemment la version bio des substituts de viande et de poisson. C'est probablement le souci du développement durable qui les porte à préférer les denrées bio, à diminuer leur

consommation de viande et à en choisir des succédanés de culture biologique.

Cette corrélation tend à se renforcer avec le temps : si, en 2020, 12,3 % des amateurs de bio interrogés consommaient de la viande moins d'une fois tous les quinze jours, cette proportion est passée à 13,5 % en 2024.

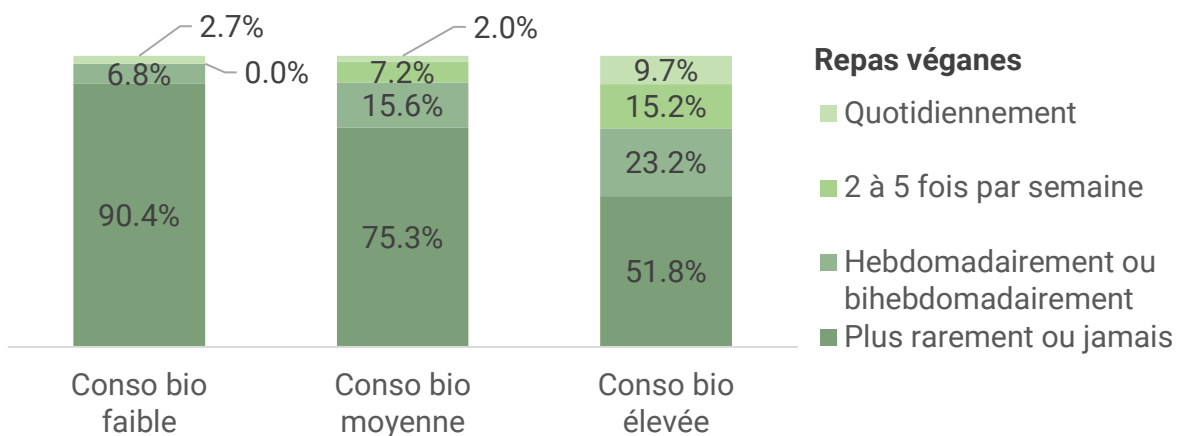
### Plats véganes plus populaires

La consommation de plats véganes enregistre une hausse, comme le montrent les chiffres entre 2020 et 2024, et cette évolution va de pair avec la fréquence de consommation de produits

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Fréquence des repas véganes et affinité avec le bio

en %  
2024



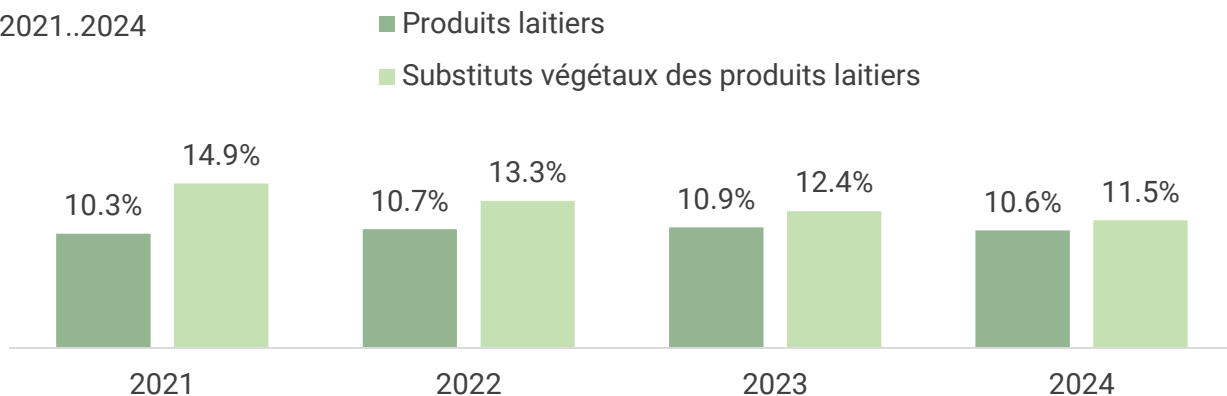
Source : FiBL, enquête du Biobaromètre

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

### Évolution de la part du bio dans les produits laitiers et leurs substituts d'origine végétale

en %

2021..2024



Remarque : les produits dont l'origine n'est pas claire (animale ou végétale) ne sont pas pris en considération.

Source : OFAG, Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

bio. Parmi les personnes interrogées, on recense 12,8 % d'amateurs de bio qui consomment hebdomadairement ou bihebdomadairement des plats véganes, contre 8,4 % en 2020. De même, la consommation quotidienne de plats véganes est passée de 4,1 % à 5,4 % dans le même groupe de personnes.

Pendant le même laps de temps, la part des personnes interrogées qui consomment rarement des plats véganes ou le ne font jamais a diminué, passant de 7,6 à 6,2 % chez les petits consommateurs de bio, de 35,4 à 28,7 % chez les consommateurs moyens, tandis qu'elle augmentait un peu pour atteindre 17 % chez les grands consommateurs de bio.

#### Bio en régression dans les substituts de produits laitiers

Contrairement à ce que l'on observe dans les substituts de viande ou de poisson, le bio régresse dans les substituts de produits laitiers : -1,8 points de pourcentage de 2022 à 2024. En revanche, il reste stable dans les produits laitiers. En résumé, le bio se maintient dans les produits laitiers ainsi que dans la viande et le poisson, c'est-à-dire dans les produits

d'origine animale, tandis qu'un mouvement divergent se dessine dans leurs substituts d'origine végétale.

#### Recul du chiffre d'affaires dans les substituts de laits liquides bio

L'examen des différentes sous-catégories de produits fait apparaître un recul de 3,9 % du chiffre d'affaires par an en moyenne, en particulier dans les substituts de laits liquides bio. Le contraste est évident si l'on regarde l'évolution dans le segment non bio, qui affiche une croissance de de 14,5 % par an sur la même période. Quant aux substituts de séré bio, ils forment un marché de niche en forte croissance : le chiffre d'affaires y a bondi de 37,6 % par an en moyenne.

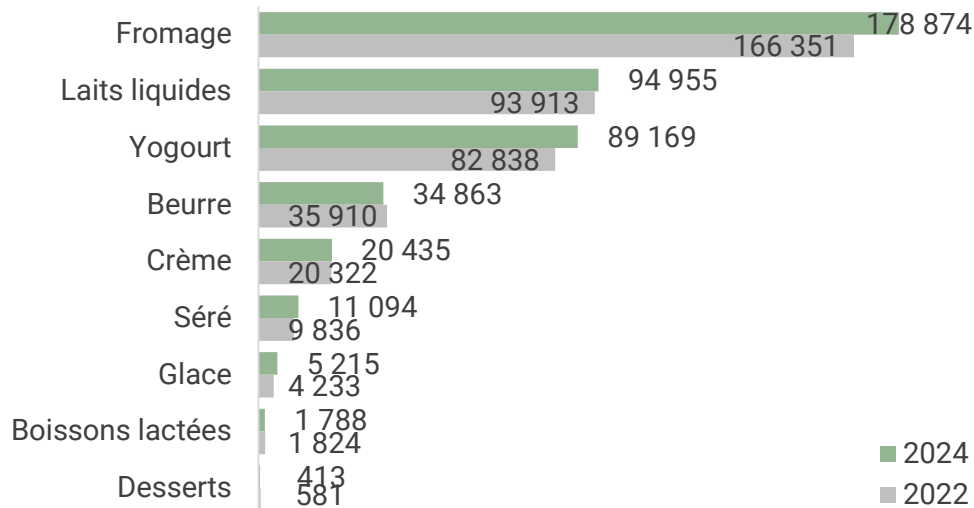
De leur côté, les produits laitiers bio d'origine animale suivent une courbe de développement régulière de 2,5 % par an en moyenne. Cette progression est toutefois légèrement inférieure à celle du segment non bio (3,1 % par an). Dans les produits laitiers, c'est à la glace bio que revient la palme de la plus belle croissance annuelle, avec 11 % entre 2022 et 2024.

## LE BIO DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

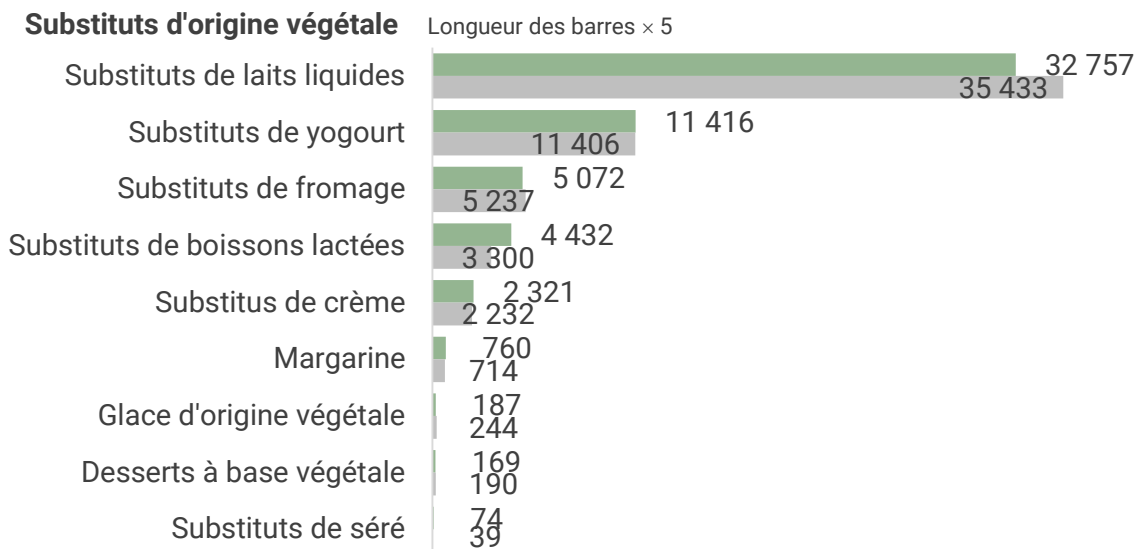
### Chiffre d'affaires dans les produits laitiers bio et leur substituts d'origine végétale

Chiffre d'affaires en milliers de francs  
2022 et 2024

#### Produits d'origine animale



#### Substituts d'origine végétale



Remarque : les produits dont l'origine n'est pas claire (animale ou végétale) ne sont pas pris en considération.

Source : OFAG, Analyses du marché ; NielsenIQ Switzerland, panel détaillants et consommateurs

#### Dépense individuelle en hausse dans les substituts de produits laitiers

Si la dépense individuelle ne présente qu'une faible croissance dans les produits laitiers traditionnels, elle se révèle plus robuste et régulière dans leurs substituts, soit de 43,1 francs en 2022 à 48,3 francs en 2024. Cette

augmentation provient principalement du segment non bio avec 5,9 % par année, alors que la dépense individuelle pour les substituts de produits laitier accusait même une baisse de 2,4 % dans le segment non bio.



## Bilan

L'analyse du marché suisse du bio révèle une image tout en nuances. Certes, les chiffres d'affaires globaux restent stables et la part du bio est stabilisée à quelque 11,55 %, mais les évolutions diffèrent d'un groupe de produits à l'autre. Par exemple, le groupe céréales et produits de boulangerie a détrôné les fruits frais et les pommes de terre au palmarès du chiffre d'affaires. La croissance était au rendez-vous dans les deux groupes, mais elle n'y a pas manifesté la même vigueur. Quant au recul du bio dans les œufs et le sucre, il faut y voir la conséquence de mouvements structurels sur ces marchés.

De même, la situation n'est pas homogène en ce qui concerne les produits d'origine animale et leurs substituts d'origine végétale : le chiffre d'affaires a diminué au rayon des succédanés de viande et les substituts du lait, l'un et l'autre bio, tout en augmentant dans d'autres substituts bio d'origine végétale, par exemple ceux du séré, ou encore le tofu, le tempeh et le seitan. La part du bio est en revanche relativement stable dans les produits d'origine animale, à savoir aux rayons boucherie, poissonnerie et produits laitiers.

Les données expriment l'évolution des habitudes de consommation : la proportion de grands amateurs de bio augmente ; parallèlement, c'est dans ce groupe que la consommation de viande recule le plus. Par ailleurs, les produits bio traditionnels, c'est-à-dire les moins de transformés, comme le tofu et le tempeh, voient leur chiffre d'affaires

augmenter. Il faut y voir sans doute une évolution des préférences de ce groupe de consommateurs, pour qui le degré de transformation et l'écologie sont des critères qui comptent. Le fait que l'acheteur regarde à la dépense pourrait aussi conduire à des mouvements au sein du segment bio.

En fin de compte, il est remarquable que des évolutions contraires aient lieu dans le domaine des substituts d'origine végétale : en augmentation s'agissant des substituts de la viande, en diminution dans les substituts des produits laitiers, ceux-ci progressant au contraire dans le domaine du non bio. C'est le signe de l'hétérogénéité de marchés qui se trouvent à des degrés divers de maturité et des mouvements qui les agitent.

### ENQUÊTE BAROMÈTRE BIO FIBL

Objet : enquête régulière réalisée auprès d'un échantillon représentatif sur les thèmes de la consommation bio et de la durabilité

But : enquête sur les tendances et les évolutions actuelles de la consommation dans le contexte des différences sociodémographiques ainsi que des attitudes et perceptions des consommateurs

Procédure : données relevées via un questionnaire en ligne en décembre 2024 (1063 participants) ; par la suite, évaluation statistique des données

Vous trouverez plus d'informations sur le baromètre Bio ici : <https://biobarometer.fibl.org/fr/index.html>



## PANEL DÉTAILLANTS ET CONSOMMATEURS - NIELSEN IQ SWITZERLAND

Les données de NielsenIQ Switzerland analysées ici reposent sur deux panels distincts :

- le panel de consommateurs
- le panel de détaillants et d'articles scannés aux caisses

Le panel de consommateurs de NielsenIQ Switzerland regroupe quelque 4000 ménages de Suisse romande et de Suisse alémanique (sans le Tessin), qui enregistrent la totalité des achats de chaque membre du ménage au cours d'une année. Les consommateurs composant le panel doivent ainsi indiquer la quantité et le prix de tous les produits qu'ils achètent, ainsi que le lieu d'achat.

Le panel NielsenIQ Switzerland de détaillants permet d'enregistrer toutes les données des produits scannés aux caisses des détaillants qui en font partie. Il regroupe la plupart des acteurs nationaux de la grande distribution implantés en Suisse qui vendent en magasin, à l'exception des discounters Aldi et Lidl. Les détaillants spécialisés (p. ex. boucheries) de même que ceux qui pratiquent la vente directe ne figurent pas non plus dans le panel.

Le panel combiné (consommateurs et détaillants) comprend les canaux de distribution non inclus dans le panel de détaillants (p. ex. Aldi, Lidl et les commerces spécialisés), mais déterminés par estimation sur la base du panel de consommateurs pour former, avec le panel de détaillants, un panel global des détaillants implantés dans le pays (commerce en ligne compris). Le panel combiné permet ainsi d'obtenir les données les plus précises sur les ventes et chiffres d'affaires dans le commerce de détail suisse actif dans la vente en magasin. Il constitue la base de la présente analyse.

### Comment comprendre la notion de « taux de croissance annuel » ?

Le taux de croissance annuel (angl. : Compound annual growth rate CAGR) désigne la croissance moyenne d'un indicateur (p. ex. les ventes ou le chiffre d'affaires), mesurée annuellement sur une période donnée (de plusieurs années). Les valeurs de début et de fin ainsi que la durée de la période en années sont déterminantes pour le calcul. La présente analyse considère principalement la période allant de 2022 à 2024 (valeur initiale = 2022, valeur finale = 2024, durée de la période = 2).

## CONTACT & PUBLICATIONS

### Office fédéral de l'agriculture OFAG

Secteur Analyses du marché  
Schwarzenburgstrasse 165, 3003 Berne

[marktanalysen@blw.admin.ch](mailto:marktanalysen@blw.admin.ch)

<https://www.blw.admin.ch/fr/observation-du-marche>

Vous trouverez des chiffres détaillés sur le marché du bio sous : [Données du marché bio](#)

Inscription à la newsletter de l'OFAG: [Newsletter](#)

Pour toute information relative à la responsabilité, la confidentialité des données, les droits d'auteur etc., veuillez consulter: [www.disclaimer.admin.ch](http://www.disclaimer.admin.ch)

### Institut de recherche de l'agriculture biologique FIBL

Département des systèmes agri-alimentaires

Ackerstrasse 113, 5070 Frick

[info@fibl.org](mailto:info@fibl.org)

<https://www.fibl.org/fr/sites/suisse/departements/systemes-agri-alimentaires>

[biobarometer.fibl.org](http://biobarometer.fibl.org)