

## CONFÉRENCE DE PRESSE ANNUELLE DE BIO SUISSE DU 4 AVRIL 2017

### A – Recensement des producteurs: nombre de fermes et surfaces en 2016

Le nombre de producteurs Bourgeon continue d'augmenter: il y avait en 2016 en Suisse et au Liechtenstein 6144 producteurs bio qui travaillaient selon le Cahier des charges de Bio Suisse – ce qui en fait 113 de plus qu'en 2015. La surface cultivée en bio a suivi le mouvement en conséquence avec quelques 3000 hectares de plus en 2016. La surface bio atteint ainsi 13,4% de l'ensemble de la surface agricole utile.

III. 1	Nombre de fermes bio par rapport au total des exploitations en Suisse et au Liechtenstein	2
III. 2	Nombre de fermes bio en Suisse et au Liechtenstein de 2004 à 2016	3
III. 3	Évolution de la surface agricole utile (SAU) en 1000 ha	4
III. 4	Pourcentage de la surface cultivée en bio par rapport à la SAU totale	5

### B – Chiffre d'affaires des produits bio en comparaison pluriannuelle et selon les canaux de distribution

L'évolution positive des dernières années se maintient sur le marché bio: avec un chiffre d'affaires total de 2,505 milliards de francs et une croissance de 7,8%, la part de marché des produits bio atteint 8,4% contre 7,7% l'année précédente. Le segment bio a surtout progressé chez les grands distributeurs.

III. 5	Évolution du marché bio de 2011 à 2016: chiffre d'affaires en millions de francs	6
III. 6	Évolution du marché bio de 2011 à 2016 chez les différents distributeurs	7
III. 7	Fréquence des achats de produits bio	8
III. 8	Notoriété et réputation du Bourgeon Bio	9
III. 9	Consommation de produits bio Bourgeon	10

### C – Parts de marché d'un choix de produits bio

Tous les groupes de produits ont progressé et ont gagné des parts de marché. Les produits frais sont à nouveau le segment le plus important. Ils représentent une proportion de deux tiers et atteignent un chiffre d'affaires de 1,250 milliards de francs (part de marché: 10,8%). Une augmentation à nouveau supérieure à la moyenne des produits préemballés souligne l'importance croissante de ces produits.

III. 10	Valeurs et parts de marchés des produits bio sur l'ensemble du marché food	11
III. 11	Évolution du marché bio en Suisse en pourcent	12
III. 12	Marché bio suisse: évolution du marché et des parts de marché bio de 2014 à 2016	13
III. 13	Produits laitiers: évolution du marché et des parts de marché bio de 2014 à 2016	14, 15
III. 14	Fruits et légumes: évolution du marché et des parts de marché bio de 2014 à 2016	16
III. 15	Légumes/PDT/salades: évolution du marché et des parts de marché bio de 2014 à 2016	17
III. 16	Pain, articles de boulangerie, œufs: évolution du marché et des parts de marché bio de 2014 à 2016	18
III. 17	Viande et poisson: évolution du marché et des parts de marché bio de 2014 à 2016	19

### D – Finances

III. 18	Commentaires sur les comptes 2016 et bilan/comptes d'exploitation de Bio Suisse	20, 21
---------	---	--------

## ILL. 1 NOMBRE DE FERMES BIO PAR RAPPORT AU TOTAL DES EXPLOITATIONS EN SUISSES ET AU LIECHTENSTEIN

**13,2% de toutes les entreprises agricoles en Suisse et au Liechtenstein sont des fermes bio. En 2016, 6144 producteurs travaillaient selon le Cahier des charges de Bio Suisse.**

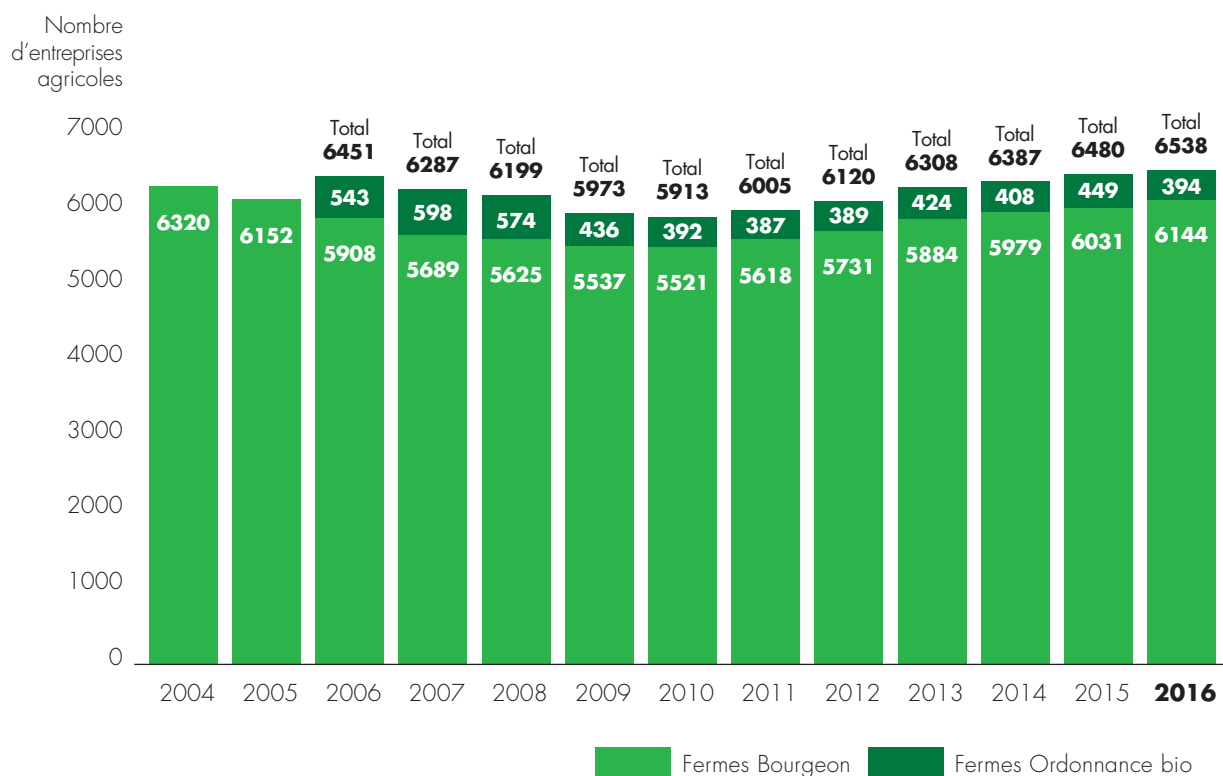
Canton	Producteurs Bourgeon 2016*	Nouvelles reconversions Bourgeon 2017*	Total (bio et conv.)**	Producteurs bio (Bourgeon et Ordonnance bio)**	Proportions des producteurs bio en %**
GR	1 245	28	2 188	1 302	59,5 %
BE	1 165	63	10 221	1 162	11,4 %
SG	425	28	3 611	431	11,9 %
ZH	376	15	3 001	348	11,6 %
LU	353	34	4 372	336	7,7 %
TG	301	25	2 171	277	12,8 %
AG	261	23	2 633	233	8,8 %
VS	216	22	2 669	331	12,4 %
VD	212	41	3 260	204	6,3 %
OW	170	2	581	180	31,0 %
FR	169	18	2 557	154	6,0 %
SZ	157	0	1 466	163	11,1 %
BL	132	8	819	120	14,7 %
JU	131	18	955	125	13,1 %
SO	124	11	1 203	125	10,4 %
TI	123	8	753	128	17,0 %
AR	115	9	622	106	17,0 %
GL	78	4	347	80	23,1 %
NE	78	8	729	67	9,2 %
ZG	75	3	492	79	16,1 %
NW	59	6	428	69	16,1 %
UR	46	3	542	55	10,1 %
GE	32	5	259	18	6,9 %
SH	30	2	490	29	5,9 %
AI	19	1	445	23	5,2 %
BS	10	0	11	3	27,3 %
<b>Suisse</b>	<b>6 102</b>	<b>385</b>	<b>46 825</b>	<b>6 148</b>	<b>13,1 %</b>
PL	42	1	105	42	40,0 %
<b>TOTAL</b>	<b>6 144</b>	<b>386</b>	<b>46 930</b>	<b>6 190</b>	<b>13,2 %</b>

\* Source: Bio Suisse – y.c. fermes horticoles et fermes Bourgeon n'ayant pas droit aux paiements directs

\*\* Source: Office fédéral de l'agriculture – seulement les entreprises agricoles ayant eu droit aux paiements directs en 2015

## ILL. 2 NOMBRE DE FERMES BIO EN SUISSE ET AU LIECHTENSTEIN DE 2004 À 2016

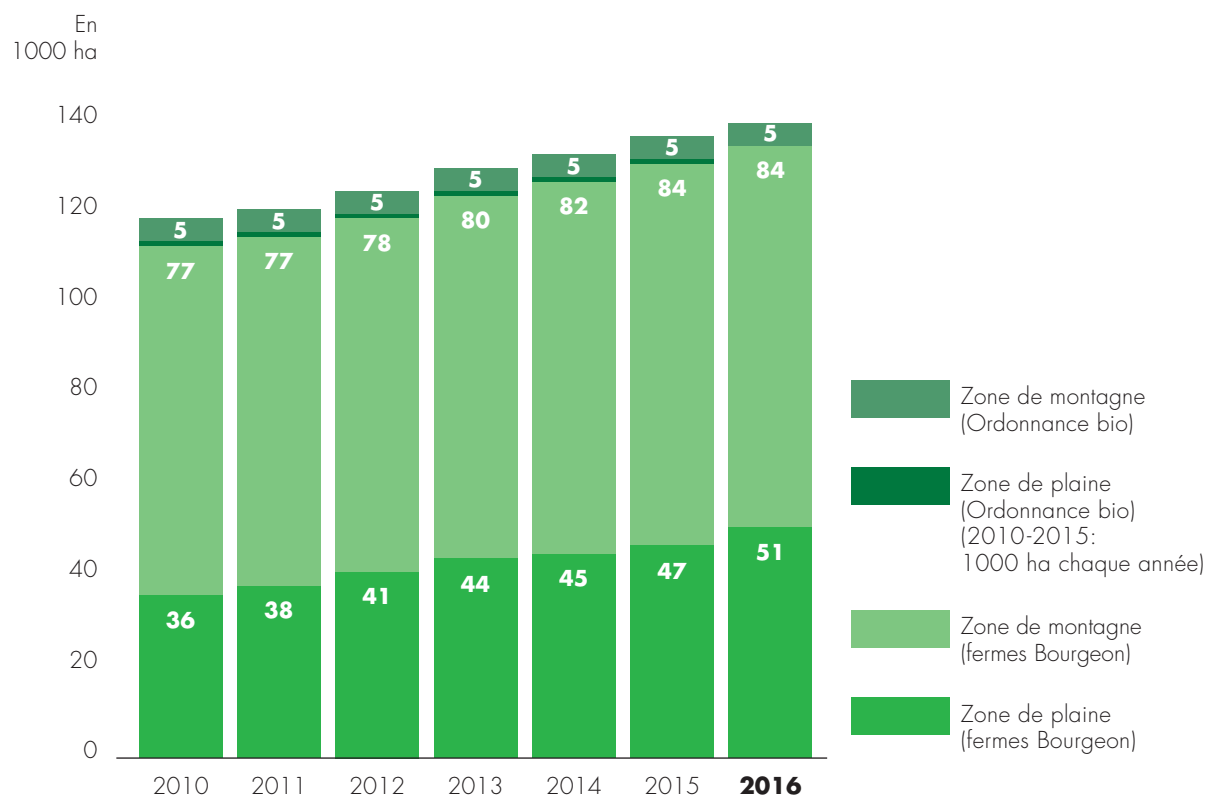
**Il y avait en 2016 en Suisse et au Liechtenstein 6538 producteurs bio enregistrés, dont 6144 travaillaient selon le Cahier des charges de Bio Suisse – 113 de plus qu’en 2015.**



Source: Bio Suisse

### ILL. 3 ÉVOLUTION DE LA SURFACE AGRICOLE UTILE (SAU) BIOLOGIQUE EN 1000 HA

**La surface agricole cultivée en bio a augmenté de 3000 hectares en 2016.**

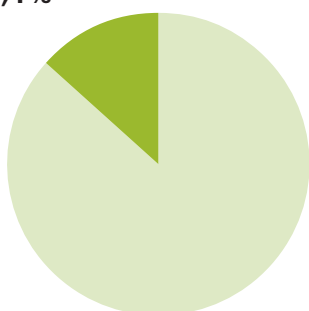


Source: Bio Suisse

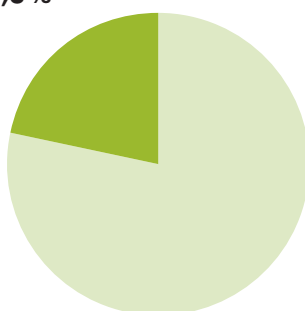
## ILL. 4 POURCENTAGE DE LA SURFACE CULTIVÉE EN BIO PAR RAPPORT À LA SURFACE AGRICOLE UTILE TOTALE

**La proportion de la surface agricole bio a légèrement augmenté en 2016 pour atteindre 13,4%. Un peu plus de 20% des surfaces des zones de montagne sont cultivées en bio.**

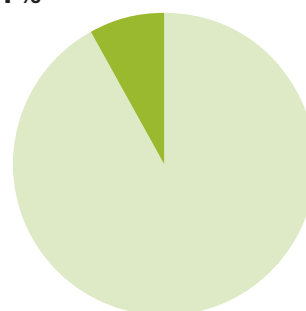
Proportion de la SAU totale en bio:  
**13,4%**



Proportion bio en zone de montagne:  
**21,8%**



Proportion bio en zone de plaine:  
**8,1%**

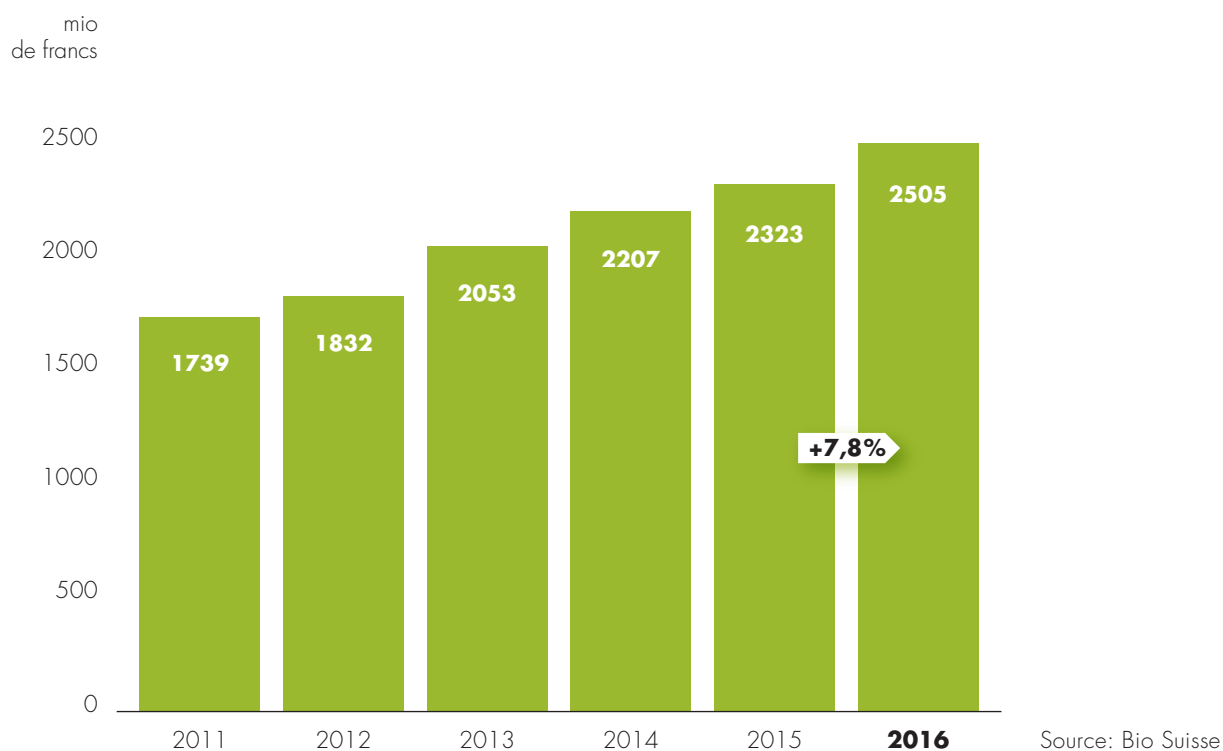


 Surface bio

Source: Bio Suisse

## ILL. 5 ÉVOLUTION DU MARCHÉ BIO DE 2011 À 2016: CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL EN MILLIONS DE FRANCS

**Le marché bio a progressé de 7,8% en 2016. Le chiffre d'affaires des produits bio a ainsi atteint 2,505 mia CHF. La consommation par tête a augmenté pour atteindre 299 francs.**



## ILL. 6 ÉVOLUTION DU MARCHÉ BIO DE 2011 À 2016 EN FONCTION DES DIFFÉRENTS CANAUX DE DISTRIBUTION

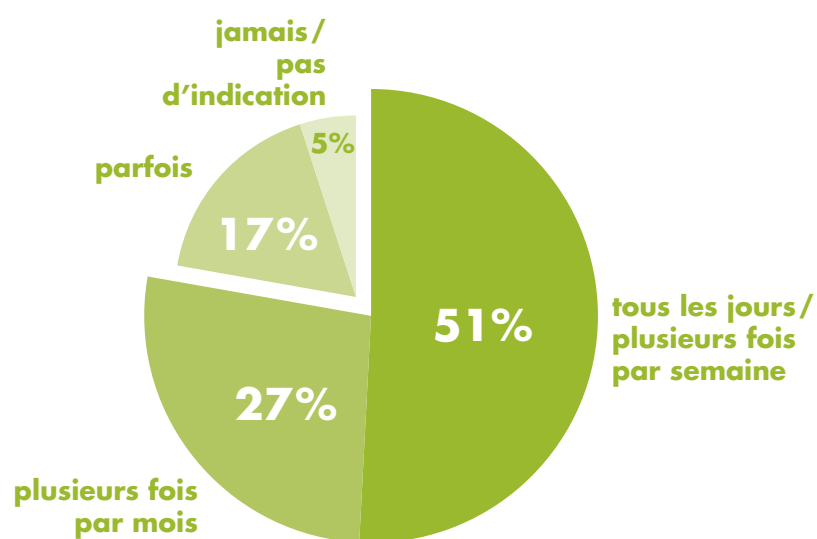
**COOP et Migros réalisent trois quarts du chiffre d'affaires bio.  
Le commerce biologique spécialisé se maintient à la troisième place.**

	Chiffre d'affaires 2011 en mio CHF	Chiffre d'affaires 2012 en mio CHF	Chiffre d'affaires 2013 en mio CHF	Chiffre d'affaires 2014 en mio CHF	Chiffre d'affaires 2015 en mio CHF	Chiffre d'affaires 2016 en mio CHF	vs 2015 en %	Part de marché en %
COOP	830	870	1 001	1 026	1 044	1 118	+7,1%	44,6%
Migros	446	484	528	606	681	808	+18,7%	32,3%
Autres détaillants	69	73	78	102	120	101	-16,2%	4,0%
Commerce biologique spécialisé	229	230	259	278	279	272	-2,6%	10,9%
Grands magasins, autres commerces spéciaux	73	74	74	75	74	74	0,0%	2,9%
Vente directe	92	101	113	120	124	132	+6,5%	5,3%
<b>Total marché bio</b>	<b>1 738</b>	<b>1 832</b>	<b>2 053</b>	<b>2 207</b>	<b>2 323</b>	<b>2 505</b>	<b>+7,8%</b>	<b>100%</b>

Source: Bio Suisse

## ILL.7 FRÉQUENCE DES ACHATS DE PRODUITS BIO

**Le nombre de personnes achetant des produits bio a continué de progresser en 2016. 51 % des consommateurs ont acheté des produits bio plusieurs fois par semaine et 78 % des consommateurs en ont acheté plusieurs fois par mois.**



**78% achètent des produits bio plusieurs fois par mois.**

Source: Bio Suisse



## ILL.8 NOTORIÉTÉ ET RÉPUTATION DU BOURGEON BIO

**La notoriété du Bourgeon Bio a de nouveau progressé. Le Bourgeon est actuellement la deuxième marque bio la plus connue de Suisse. Sa réputation, qui se situait déjà à un niveau élevé, a également encore augmenté.**

### Notoriété:



**BIO**

**87%**

### Réputation:



**BIO**

Très fiable / fiable:

**87%**

### Attributs de la marque:

**Naturel /  
écologique**  
83%



**BIO**

**Sans chimie**  
80%

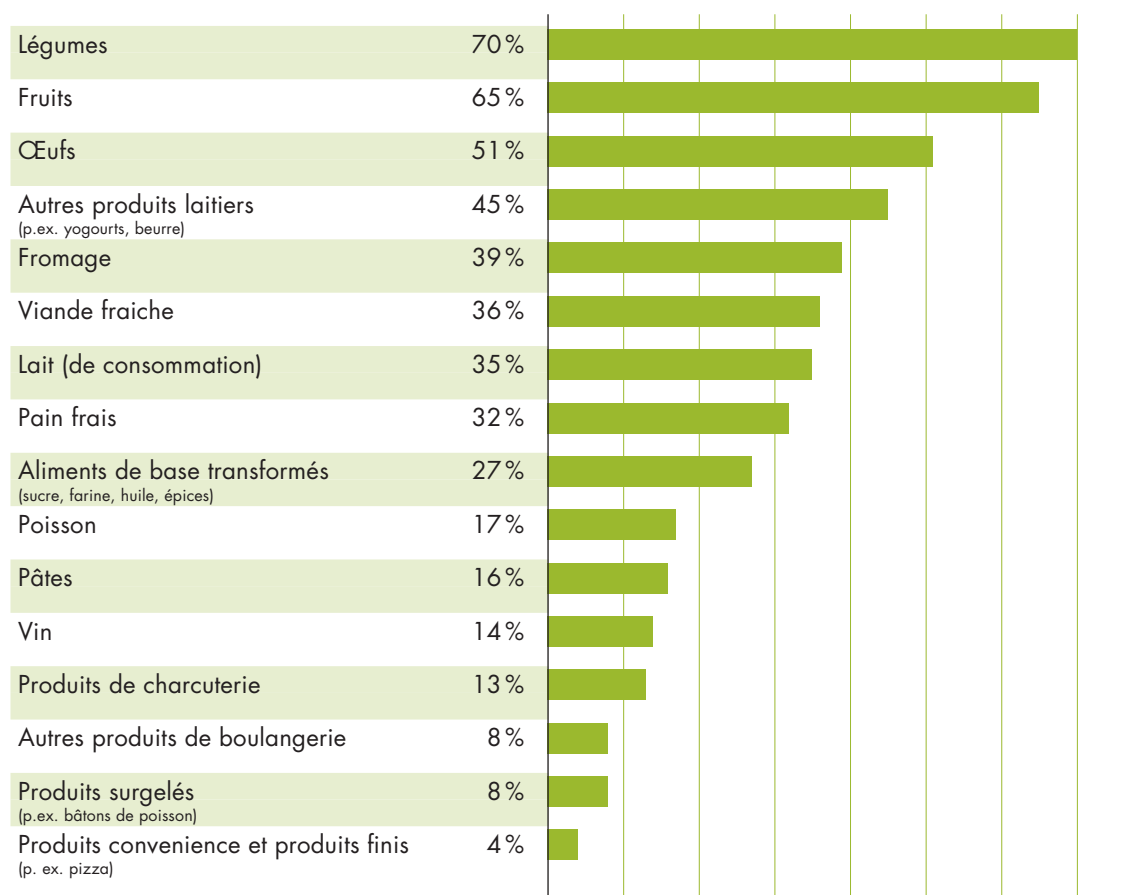
**Garanti Bio**  
87%

**Sain**  
77%

**Durable**  
72%

## ILL.9 CONSOMMATION DE PRODUITS BIO BOURGEON

**Les personnes qui achètent des produits bio consomment le plus souvent des légumes, suivis des fruits et des œufs.**











































Source: Bio Suisse

## ILL. 10 VALEURS ET PARTS DE MARCHÉS DES PRODUITS BIO SUR L'ENSEMBLE DU MARCHÉ FOOD

**La proportion des chiffres d'affaires des produits bio par rapport à l'ensemble du marché alimentaire a de nouveau progressé en 2016 pour atteindre 8,4%. Les œufs, les légumes et le pain frais obtiennent les plus grandes parts de marché. Le secteur des légumes a dépassé celui du pain frais et occupe pour la première fois la deuxième place.**

**Parts de marché en % des produits bio par rapport au chiffre d'affaires food, y. c. la croissance en % par rapport à l'année d'avant.**

Total Suisse	en mio CHF	part bio en %		croissance en % vs année précédente	
<b>Panier d'achat total</b>	<b>1 917,6</b>	<b>8,4%</b>		<b>+9,9%</b>	
Produits frais	1 249,9	10,8%		+8,9%	
Produits préemballés	667,7	6,0%		+11,9%	
Œufs, total	76,5	25,5%		+7,7%	
Légumes	153,6	21,2%		+17,5%	
Pain frais	177,4	20,7%		+1,3%	
Légumes, salades, PDT	258,1	18,1%		+16,1%	
Salades	85,8	17,5%		+15,3%	
Fruits	194,2	12,9%		+20,4%	
Produits laitiers	226,8	12,6%		+5,2%	
Pommes de terre	18,7	12,1%		+9,1%	
Pt. déj./Accomp./prod. p. animaux	204,8	11,2%		+17,0%	
Convenience (frais)	154,0	10,2%		+1,3%	
Convenience de conservation	83,7	6,6%		+23,2%	
Fromage, total	87,6	6,5%		+4,0%	
Viande et poisson (sans surgelés)	229,3	5,3%		+5,3%	
Pains & autres produits de boulangerie	47,4	4,8%		+6,3%	
Produits surgelés	34,3	4,3%		+3,8%	
Boissons, total	94,6	3,2%		+9,5%	
Sucrieries, snacks salés	48,9	2,7%		+30,0%	

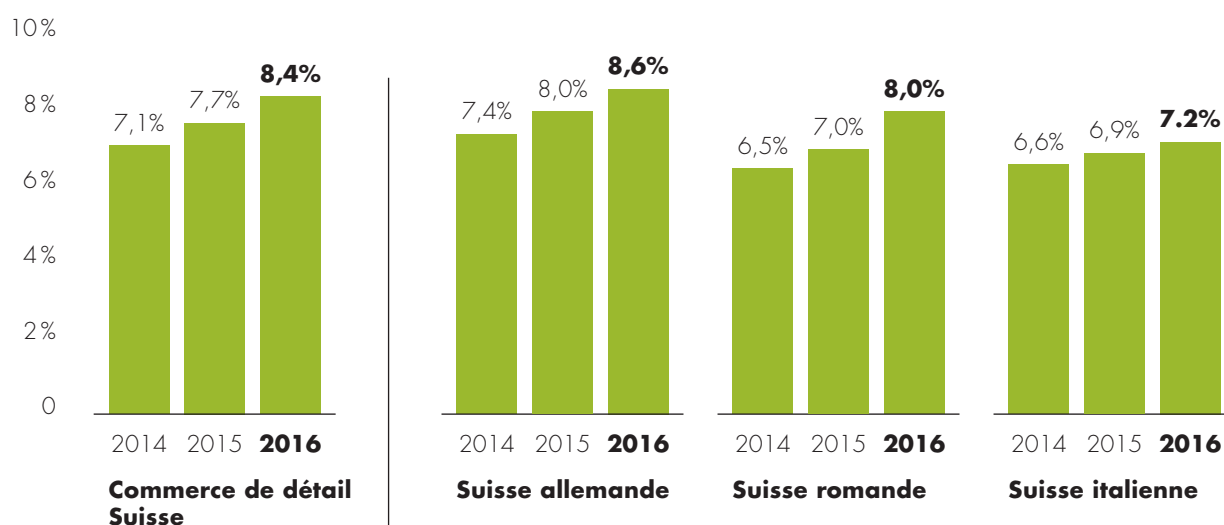
Convenience frais: maintenant y.c. «ready-to-cook»

Source: Nielsen

## ILL. 11 ÉVOLUTION DU MARCHÉ BIO EN SUISSE EN POURCENTS

Les parts de marché des produits bio continuent d'augmenter dans toutes les régions linguistiques, à noter une croissance en-dessus de la moyenne au niveau du chiffre d'affaires et de la part de marché en pourcents en Suisse romande.

Parts de marché des produits bio dans les régions en % du chiffre d'affaires



Chiffre d'affaires bio en 1000 CHF

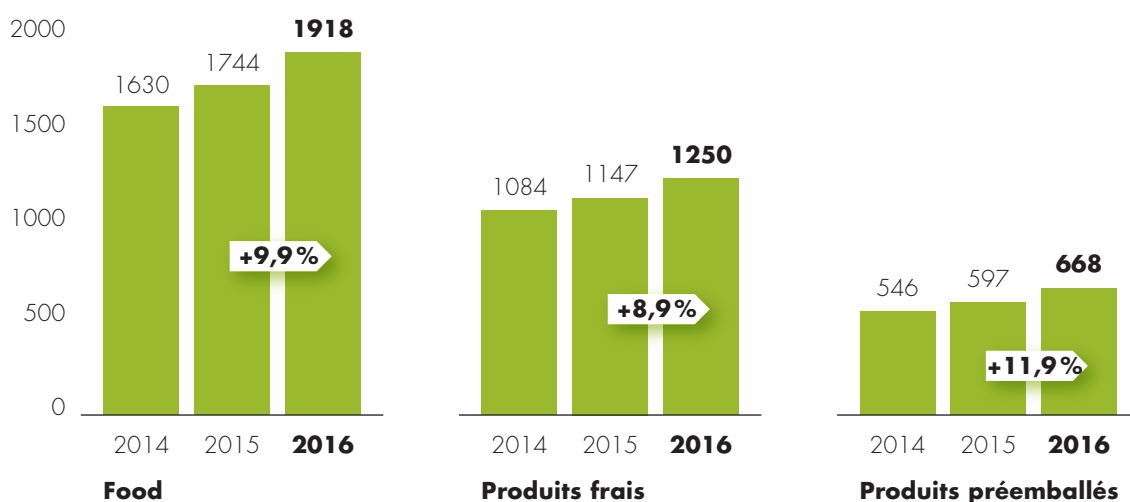
	2014	2015	2016	vs a.p. en %
<b>Commerce de détail Suisse</b>	<b>1 630 091</b>	<b>1 743 489</b>	<b>1 917 590</b>	<b>9,9%</b>
Suisse allemande	1 201 283	1 290 709	1 405 740	8,9%
Suisse romande	366 901	390 978	448 220	14,7%
Suisse italienne	61 907	61 802	63 629	2,9%

Source: Nielsen

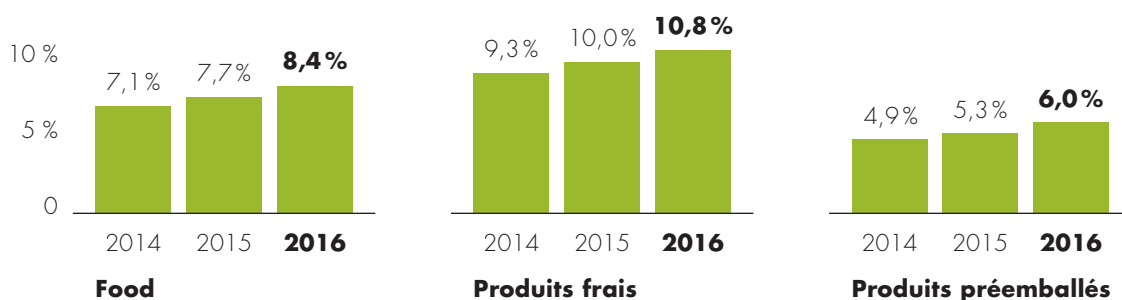
## ILL.12 MARCHÉ BIO SUISSE: ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES PARTS DE MARCHÉ BIO DE 2014 À 2016

**Les produits frais restent le segment le plus important avec un chiffre d'affaires de 1,250 mia CHF. La croissance supérieure à la moyenne des produits préemballés souligne leur importance grandissante.**

**Vente de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF**



**Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food**

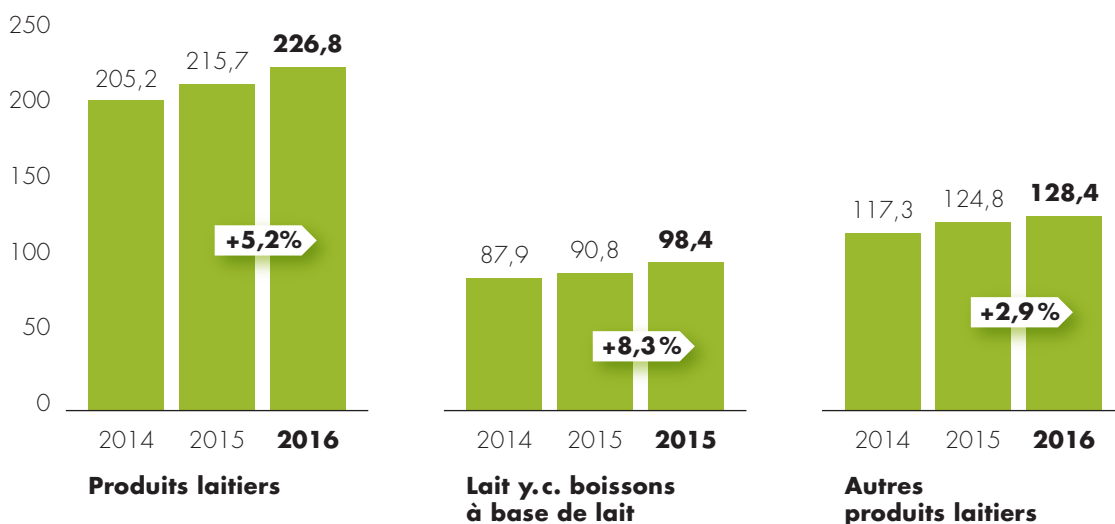


Source: Nielsen

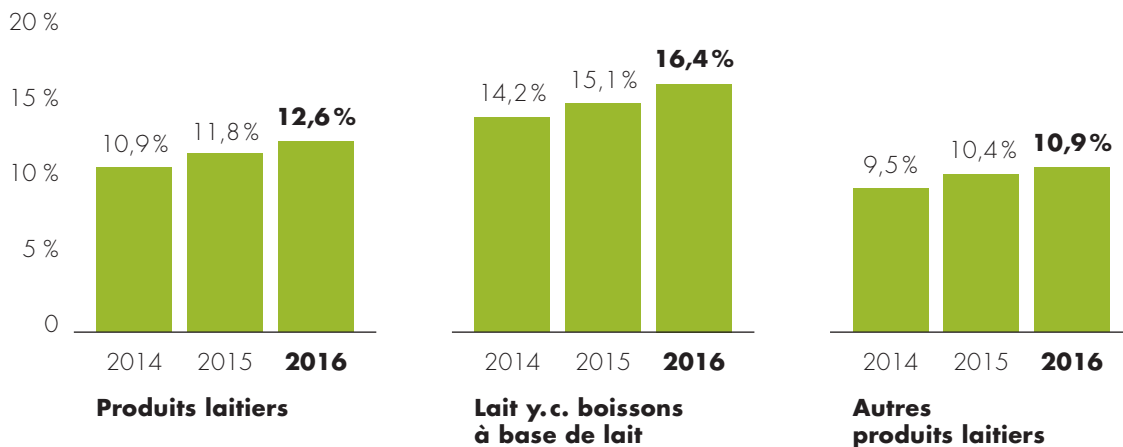
## ILL.13 PRODUITS LAITIERS: ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES PARTS DE MARCHÉ BIO DE 2014 À 2016

**Les produits qui réalisent le plus de chiffre d'affaires sur le marché bio restent les produits laitiers. Ils génèrent, fromages inclus, 314,4 mio CHF de chiffre d'affaires.**

**Ventes de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF**



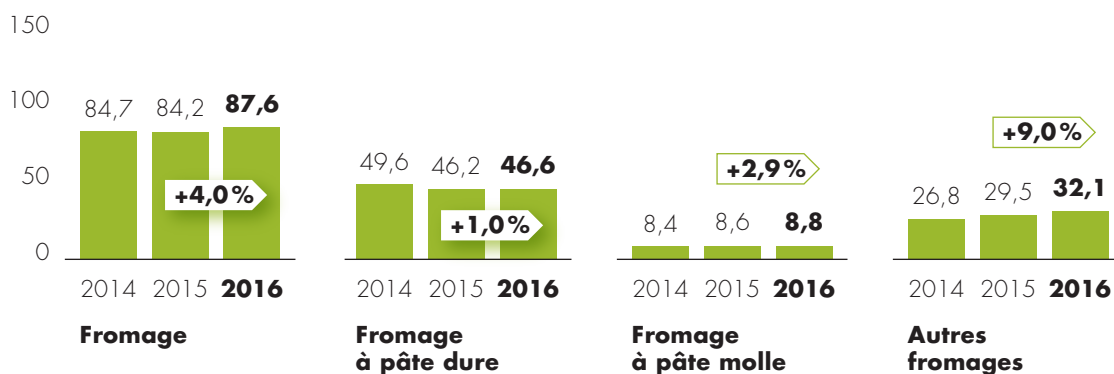
**Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food**



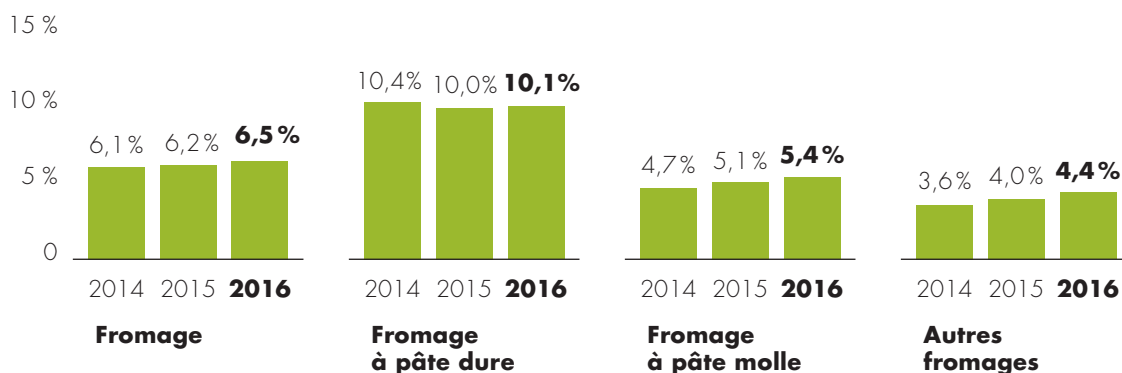
Source: Nielsen

**Après un léger recul l'année passée, le segment fromage présente un développement positif dans toutes les catégories. La part de marché des fromages à pâte molle progresse continuellement depuis plusieurs années.**

**Ventes de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF**



**Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food**

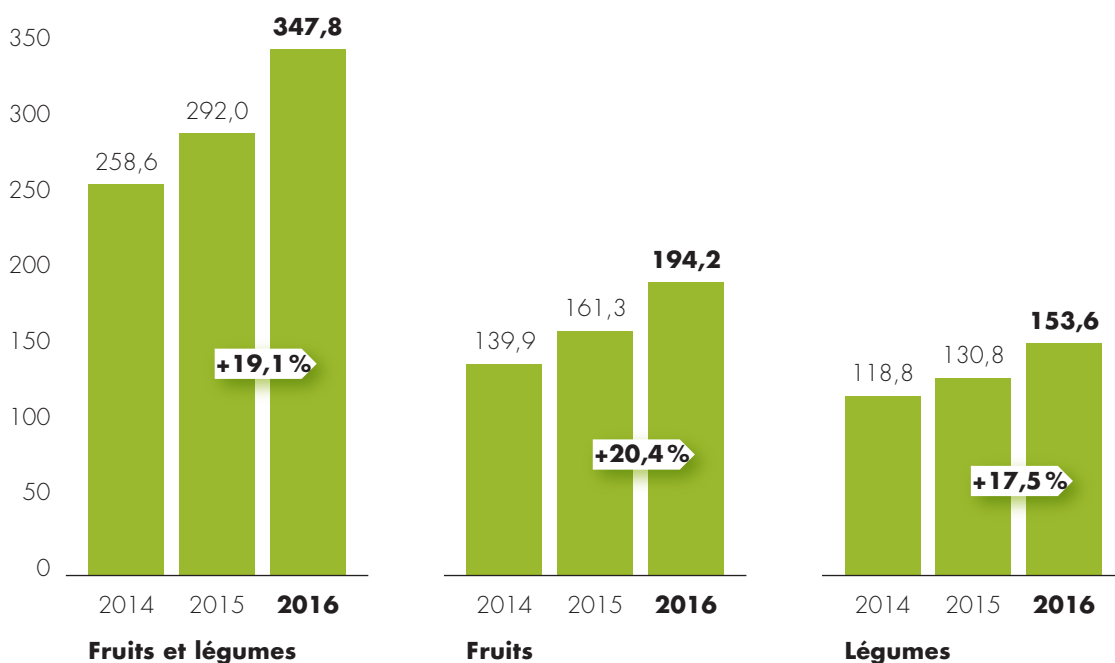


Source: Nielsen

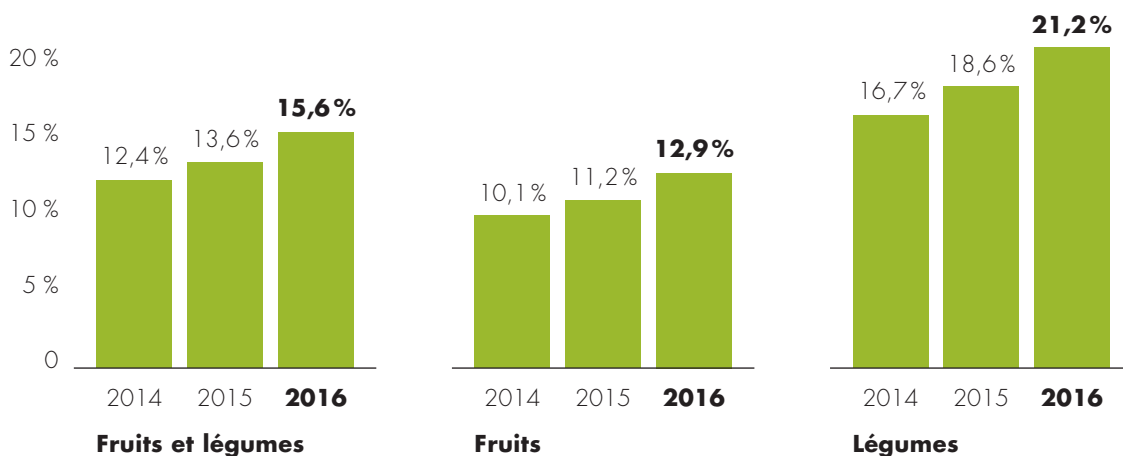
## ILL.14 FRUITS ET LÉGUMES: ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES PARTS DE MARCHÉ BIO DE 2014 À 2016

**Le segment des fruits et légumes a de nouveau fortement progressé. L'assortiment des fruits bio a recensé une croissance de 20,4%. Les légumes ont une fois encore augmenté leur part de marché et se situent en seconde place avec 21,2%.**

**Ventes de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF**



**Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food**

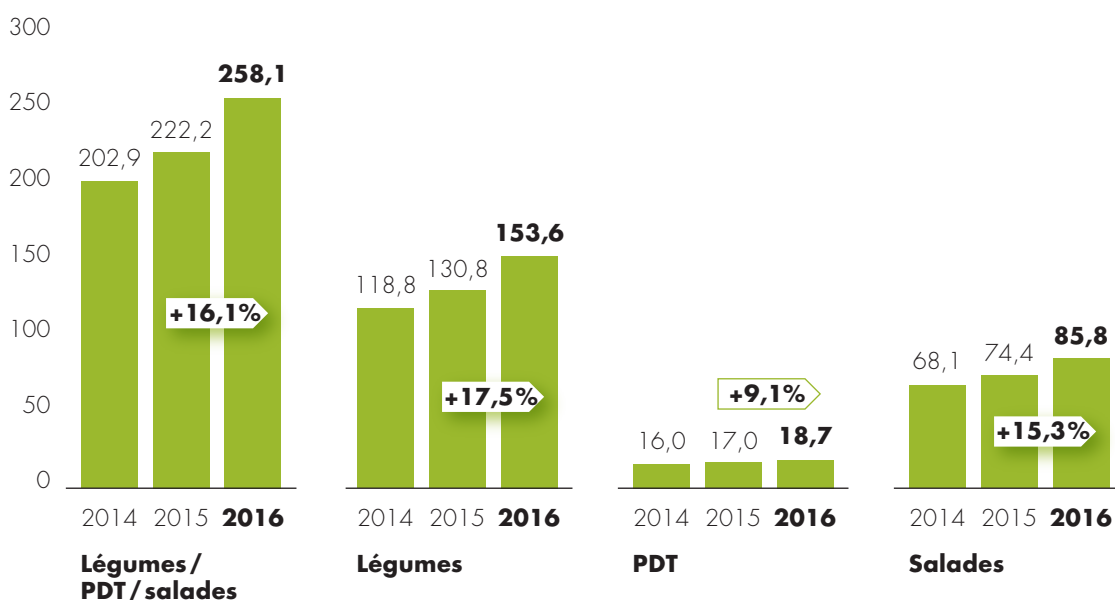




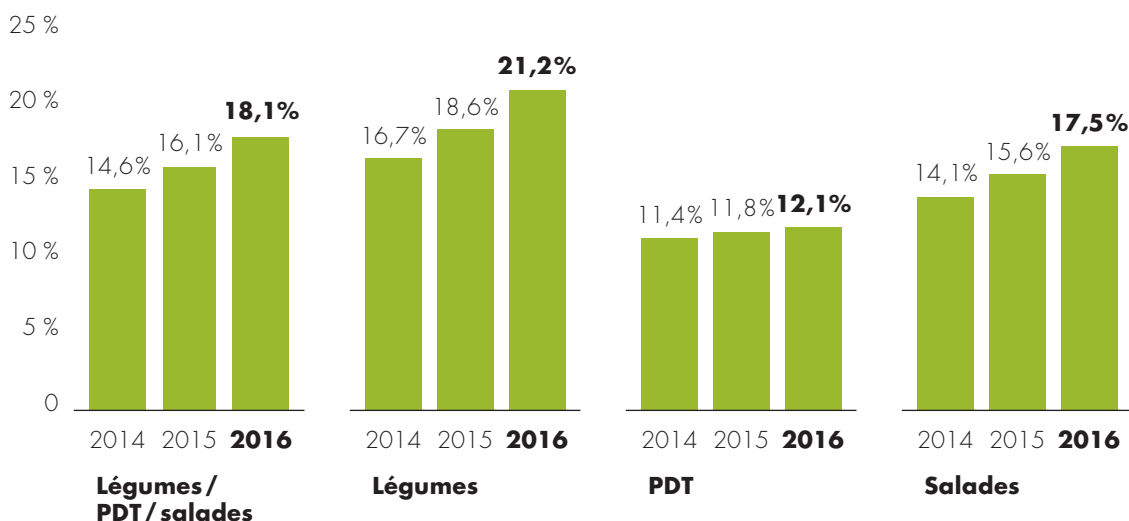
## ILL.15 LÉGUMES / POMMES DE TERRE / SALADES: ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES PARTS DE MARCHÉ BIO DE 2014 À 2016

**Avec un chiffre d'affaires de 258,1 mio CHF, le segment des légumes, des pommes de terre (PDT) et des salades est le deuxième plus grand segment de produits. Il a une fois encore bien progressé.**

**Ventes de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF**



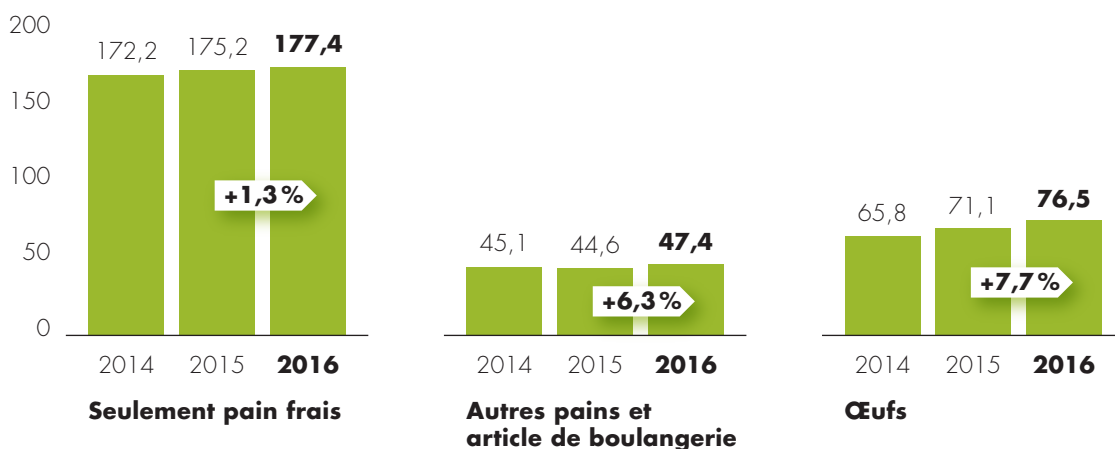
**Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food**



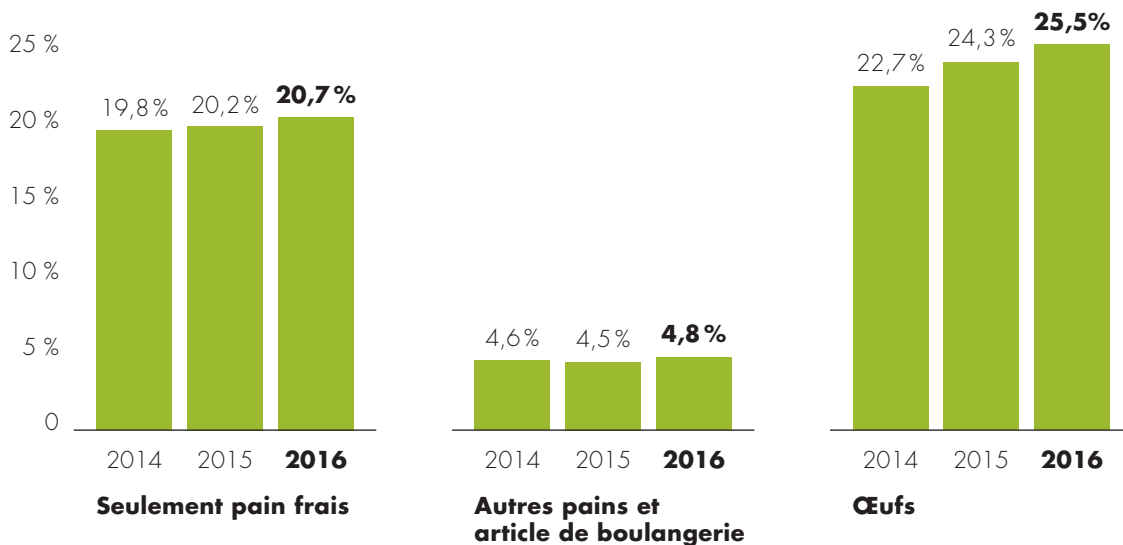
## ILL.16 PAINS, ARTICLES DE BOULANGERIE ET ŒUFS: ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES PARTS DE MARCHÉ BIO DE 2014 À 2016

**La demande en œufs progresse continuellement et atteint une part de marché de 25,5%. Le pain frais a généré un chiffre d'affaires de 177,4 mio CHF et a obtenu une part de marché de 20,7%. Il continue à faire partie des produits bio les plus appréciés.**

**Ventes de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF**



**Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food**

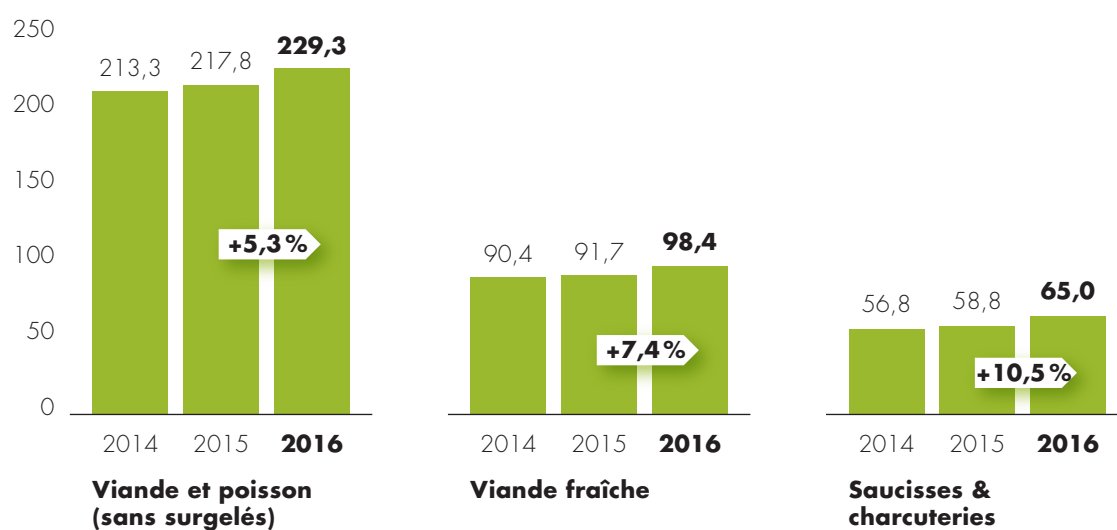


Source: Nielsen

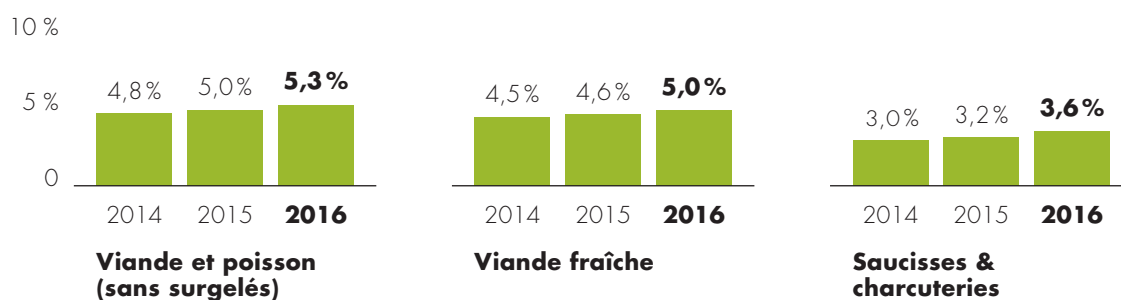
## ILL.17 VIANDE ET POISSON: ÉVOLUTION DU MARCHÉ ET DES PARTS DE MARCHÉ BIO DE 2014 À 2016

La viande et le poisson connaissent une croissance continue depuis plusieurs années. Avec 229,3 mio CHF, ces produits génèrent un des plus grands chiffre d'affaires du marché bio.

### Ventes de produits bio: chiffres d'affaires en mio CHF



### Parts de valeur bio en % par rapport au total du chiffre d'affaires food



Source: Nielsen

## ILL.18 COMMENTAIRES SUR LES COMPTES 2016 DE BIO SUISSE

**Les droits de licences et d'utilisation de la marque ainsi que les recettes des contributions des producteurs augmentent légèrement. Les dépenses étaient un peu supérieures à celles de l'année précédente. Bio Suisse boucle l'exercice 2016 avec un excédent de charges de 277 204 francs.**

Les recettes de Bio Suisse se sont élevées en 2016 à 14,425 millions de francs pour des dépenses de 14,702 millions de francs. Les droits de licence et d'utilisation de la marque ont passé de 8,88 à 9,048 millions de francs. Les cotisations des producteurs ont également connu une légère hausse en passant de 2,963 à 3,092 millions de francs.

Avec 335 000 francs de charges supplémentaires, les dépenses ne sont en 2016 que légèrement supérieures à celles de l'année précédente.

Bio Suisse a investi 200 000 francs dans l'augmentation du capital de sa filiale International Certification Bio Suisse AG (ICB) durant le dernier exercice.

En 2016, le mobilier et le parc informatique ont été réévalués selon les directives de l'administration fédérale des contributions. La différence par rapport à l'année précédente est due au fait que, jusqu'à présent, Bio Suisse amortissait systématiquement ses investissements sur un seul exercice.

Le changement d'agence publicitaire a occasionné des frais inattendus, ce qui a contraint Bio Suisse à dissoudre une partie des provisions à court terme en 2016. Les provisions à court terme ont également permis de financer d'importants projets TI.

Sous tiers, honoraires, sanctions, Bio Suisse a enregistré quasiment le double de recettes que l'année précédente. Cela est dû à une forte augmentation des recettes de prestations d'audits et des sanctions par rapport aux autres années.

Aucune recette extraordinaire n'a été enregistrée au cours de l'année passée, comme Bio Suisse avait pu l'afficher en 2015 suite aux paiements d'excédents de l'assurance d'indemnité journalière en cas de maladie et à la dissolution de provisions non utilisées pour l'Antenne romande.

Au 31 décembre 2016, Bio Suisse comptait 56 collaborateurs, dont certains à temps partiel, correspondant à 45 postes à temps complet. Trois nouveaux emplois ont été créés en 2016: une assistante de direction Finances, Personnel, Administration avec un temps de travail de 40%, une assistante Marketing à 100% et un Supply Chain Manager à 80% qui est chargé d'optimiser la traçabilité des produits Bourgeon importés.

Les frais du personnel pour 2016 se situent avec 5,581 millions de francs à 39%, ce qui correspond à l'ordre de grandeur des dernières années.

Les charges d'exploitation 2016, qui comportent les frais des infrastructures et le loyer du secrétariat, étaient légèrement inférieures à l'année précédente et s'élèvent arrondies à 821 620 francs.

<b>Bilan au 31 décembre 2016 comparé à l'année précédente</b>	<b>31.12.16</b>	<b>31.12.15</b>
<b>Actifs</b>	<b>Total CHF</b>	<b>Total CHF</b>
<b>Actifs circulants</b>		
Liquidités	1 526 071.91	1 711 639.85
Débiteurs	834 159.95	1 010 640.40
Marchandises	1.00	1.00
Actifs transitoires	607 736.68	894 226.15
<b>Total actifs circulants</b>	<b>2 967 969.54</b>	<b>3 616 507.40</b>
<b>Actifs immobilisés</b>		
Placements financiers	3 227 474.90	3 406 692.40
Participations	200 002.00	2.00
Mobilier et parc informatique	38 800.00	2.00
<b>Total actifs immobilisés</b>	<b>3 466 276.90</b>	<b>3 406 696.40</b>
<b>Total Actifs</b>	<b>6 434 246.44</b>	<b>7 023 203.80</b>
<b>Passifs</b>		
<b>Fonds étrangers</b>		
Fonds étrangers à court terme	1 616 297.13	1 308 812.04
Fonds divers (à court terme) et attribués	908 021.80	798 481.19
ProBétail	40 000.00	200 000.00
Sélection végétale	35 300.00	46 294.35
Passifs transitoires	1 120 484.00	1 038 268.90
Provisions à court terme	422 050.00	1 062 050.00
Provisions à long terme	400 000.00	400 000.00
Réserves	10 000.00	10 000.00
<b>Total fonds étrangers</b>	<b>4 552 152.93</b>	<b>4 863 906.48</b>
<b>Fonds propres</b>	<b>2 159 297.32</b>	<b>2 257 049.15</b>
<b>Total Passifs</b>	<b>6 711 450.25</b>	<b>7 120 955.63</b>
<b>Excédent de charges/recettes</b>	<b>-277 203.81</b>	<b>-97 751.83</b>

### Compte d'exploitation pour la période du 1er janvier au 31 décembre 2016 comparé à l'année précédente

	<b>Total CHF</b>	<b>Total CHF</b>
<b>Recettes</b>		
Vente de matériel	186 058.55	147 314.85
Contributions producteurs y.c. PSL	3 091 628.10	2 963 082.10
Subventions fédérales promotion des ventes	1 173 134.75	1 305 815.45
Droits de licence et d'utilisation de la marque	9 048 293.88	8 880 452.37
Tiers, honoraires, sanctions	143 693.60	73 132.20
Autres recettes	546 487.14	595 219.47
Recettes Bioactualités	227 473.00	216 007.95
Intérêts, différences de cours	6 066.45	9 028.93
Recettes hors exploitations	2 290.00	2 270.00
Recettes extraordinaires	0.00	76 994.05
<b>Total Recettes</b>	<b>14 425 125.47</b>	<b>14 269 317.37</b>
<b>Charges</b>		
Marchandises	561 787.76	469 897.22
Prestations de tiers	3 047 893.10	2 842 609.80
Frais de personnel	5 581 390.94	5 166 429.71
Frais externes	730 929.80	717 390.37
Charges d'exploitation	821 619.79	1 008 090.58
Publicité et marketing	3 280 241.41	3 238 875.37
Communication d'entreprise	500 797.06	404 032.74
Frais financiers (frais, diff. de cours)	1 410.87	6 951.91
Amortissements	21 552.80	132 064.45
Charges extraordinaires	8 960.00	220 000.00
Réduction impôt préalable (TVA)	145 745.75	160 727.05
<b>Total Charges</b>	<b>14 702 329.28</b>	<b>14 367 069.20</b>
<b>Excédent de charges/recettes</b>	<b>-277 203.81</b>	<b>-97 751.83</b>