
CONSOMMATEURS,
DISTRIBUTEURS &
TRANSFORMATEURS

L'INNOVATION DANS LA BIO :
AUJOURD'HUI ET DEMAIN

VISION TRANSVERSALE



INTRODUCTION CONTEXTE, ÉQUIPE, EXPERTS & MÉTHODOLOGIE

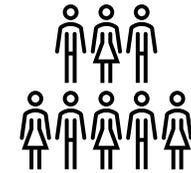
LA BIO : UNE FILIÈRE À FORTE CROISSANCE



+4% de
consommateurs se
rendant en
magasin spécialisé
(en 2020 par rapport à
2019)



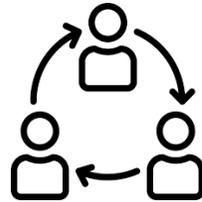
57% des français
consomment au moins
1 produit bio/mois en
2020



9 français sur 10
estiment que les
entreprises doivent
innover plus
rapidement en 2020

Source: Étude Opinion Way réalisée pour Max Havelaar France en 2020 disponible sur: https://maxhavelaarfrance.org/fileadmin/fairtrade/Barometres/Livret_Barometre_Max_Havelaar_2020_def.pdf

UNE COLLABORATION BIOPANEL-JUNIA

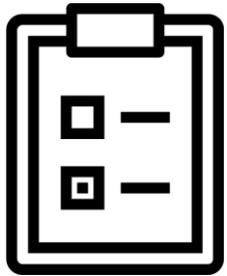


- **Études générales et spécialisées sur la bio**
- Créateur d'informations
- Tendances et psychologie du marché

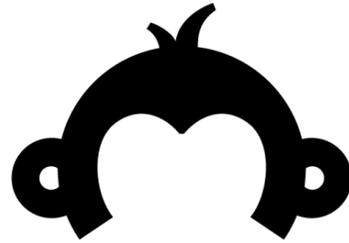
- Réseau de 3 écoles d'ingénieurs (HEI, ISA, ISEN)
- Apporter sa contribution aux grands enjeux actuels et futurs
- **Accompagnement de projets d'entreprise**

Source: Site web bio panel: www.biopanel.fr / Site web Junia: www.junia.com

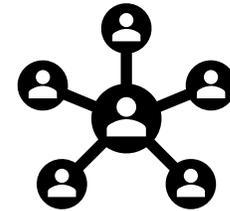
MÉTHODOLOGIE



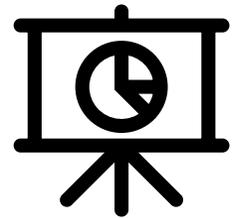
4 enquêtes **quantitatives**
réalisées par Junia et
Bio Panel



Collecte et diffusion
via **plateforme**
internet



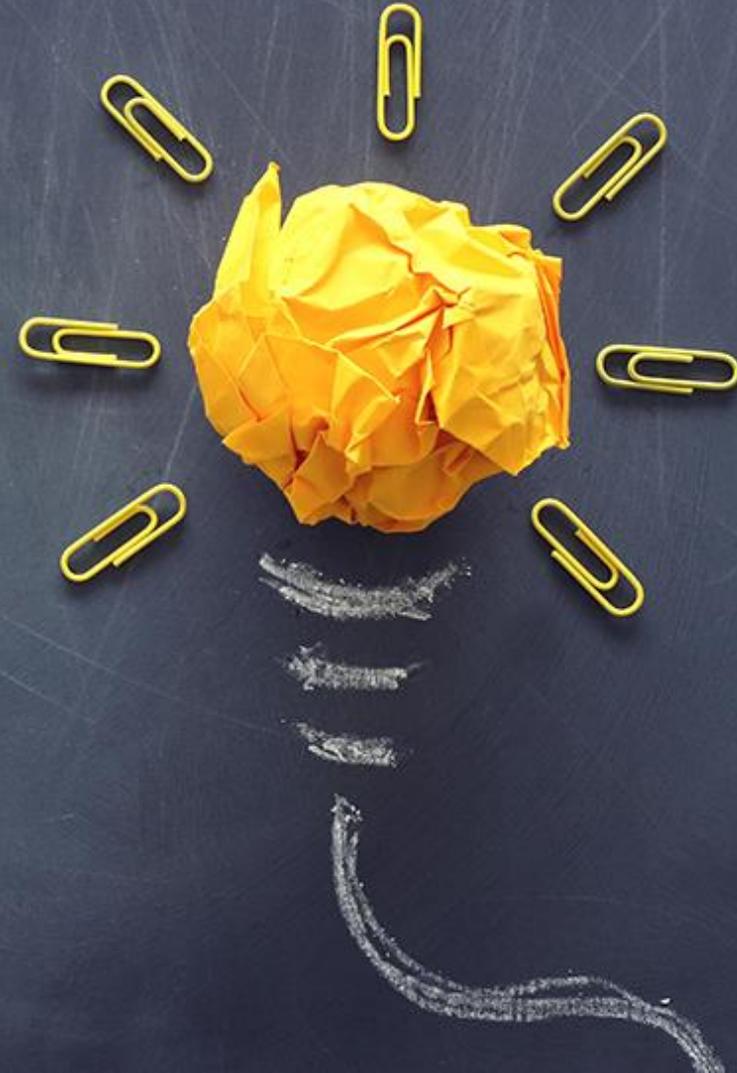
7500
consommateurs,
1100 **distributeurs** et
400 **transformateurs**
interrogés



Analyse des
résultats via
4 rapports d'étude

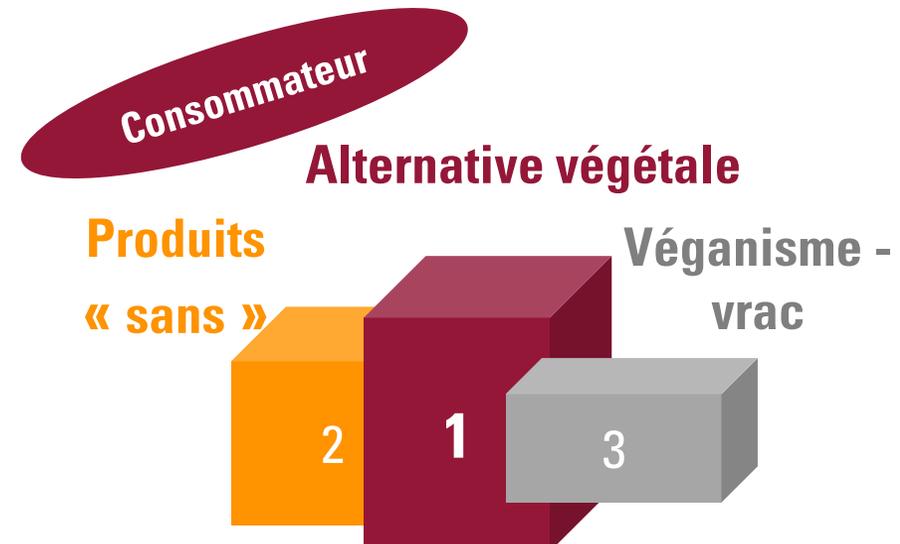
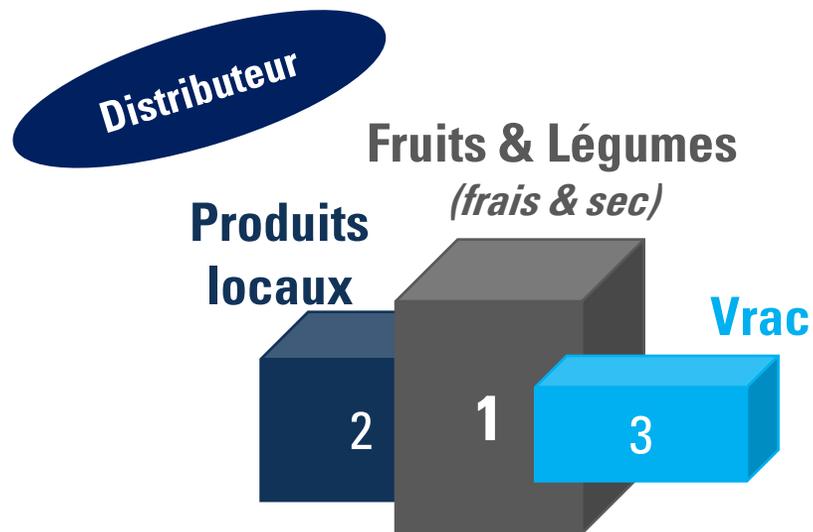
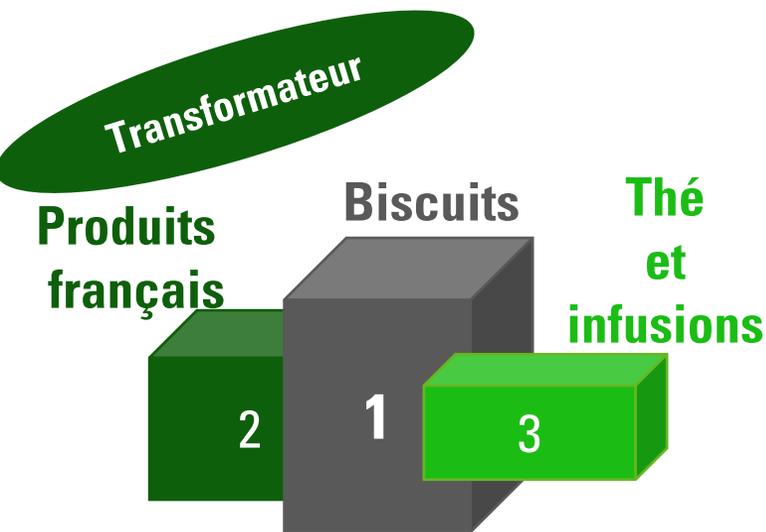
VISION DE L'INNOVATION
SELON 3 ACTEURS

VISION DU
CONSOMMATEUR, DES
DISTRIBUTEURS ET DES
TRANSFORMATEURS BIO
ETAT DES LIEUX, ATTENTES
ET PROSPECTIVES



PRODUITS LOCAUX ET VRAC : SUCCÈS PARTAGÉ PAR DISTRIBUTEUR ET CONSOMMATEUR

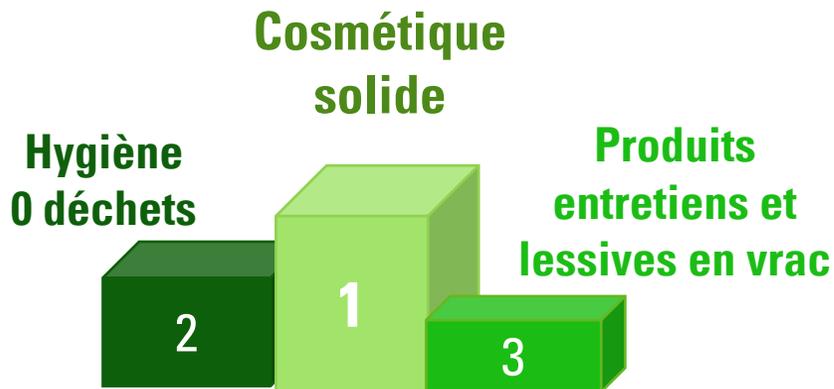
« Depuis 5 ans, citez le produit alimentaire biologique le plus innovant / qui a rencontré le plus de succès à vos yeux »



LE SUCCÈS DES PRODUITS SOLIDES ET RÉUTILISABLES

« Depuis 5 ans, citez le produit non alimentaire écologique le plus innovant / celui qui a connu le plus de succès auprès de vos clients : »

Transformateur



Distributeur

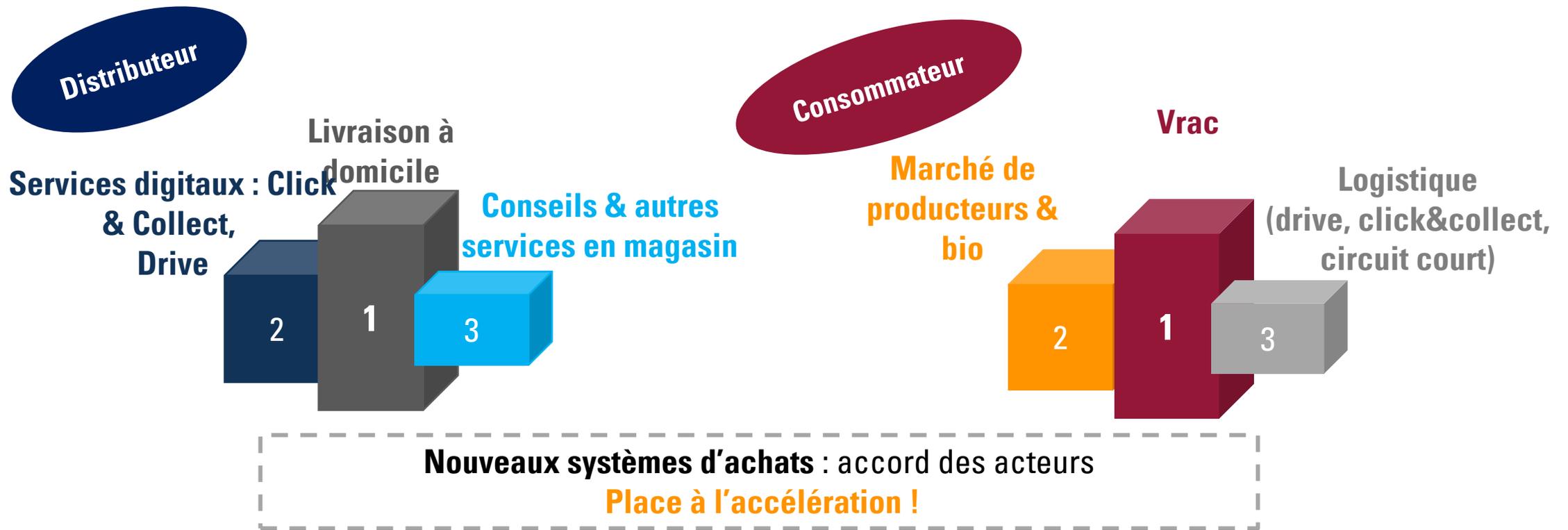


Consommateur



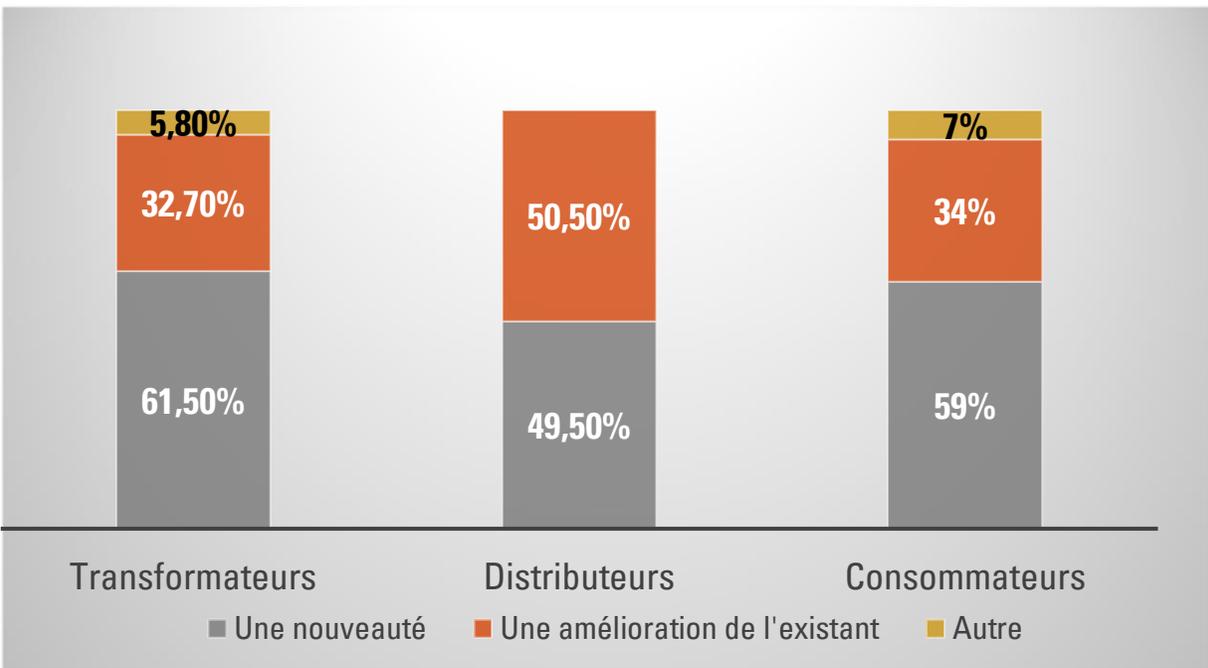
LES SERVICES DIGITAUX, UN SUCCÈS RÉCENT

« Depuis 5 ans, citez le service le plus innovant/celui qui a connu le plus de succès auprès de vos clients : »



INNOVATION, QUELLE DÉFINITION ?

"Qu'est-ce que le terme « innovation » évoque le plus pour vous ?"



Majoritairement **innovation = nouveauté**,
qui n'existe pas actuellement, une **rupture**

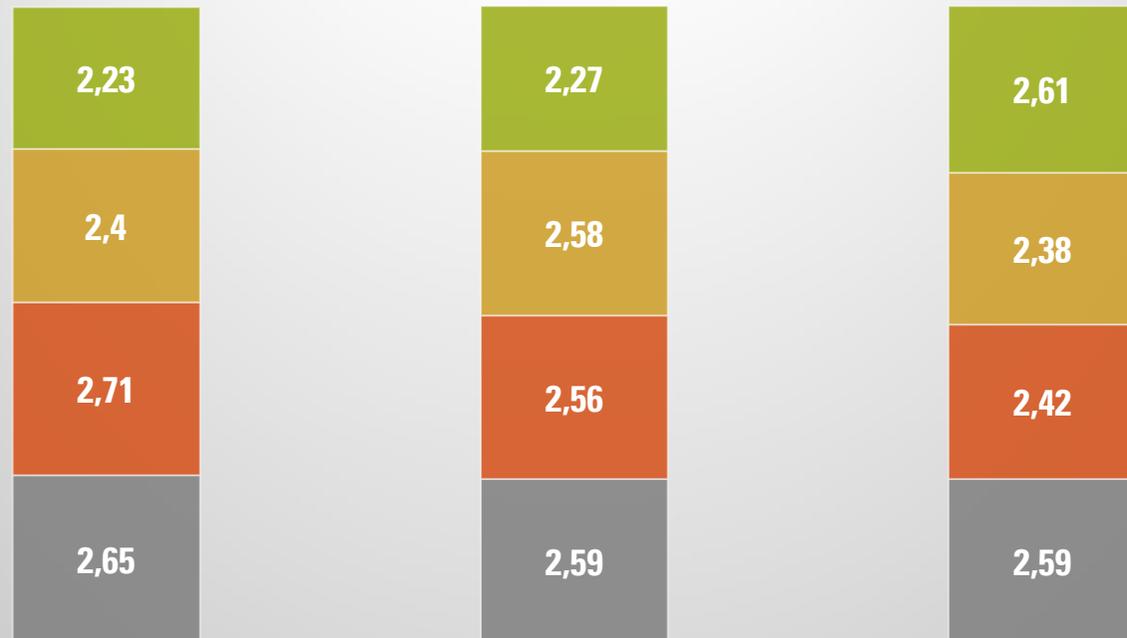


Des réactions **méfiantes** chez certains
consommateurs (7%) : « *Marketing* »,
« *Néfastes* »...

L'INNOVATION, UN DEVOIR POUR TOUS

"Selon vous, qui est le plus à même d'influencer l'innovation dans la filière biologique ?"

Échelle de 1 à 4



TRANSFORMATEURS

DISTRIBUTEURS

CONSOMMATEURS

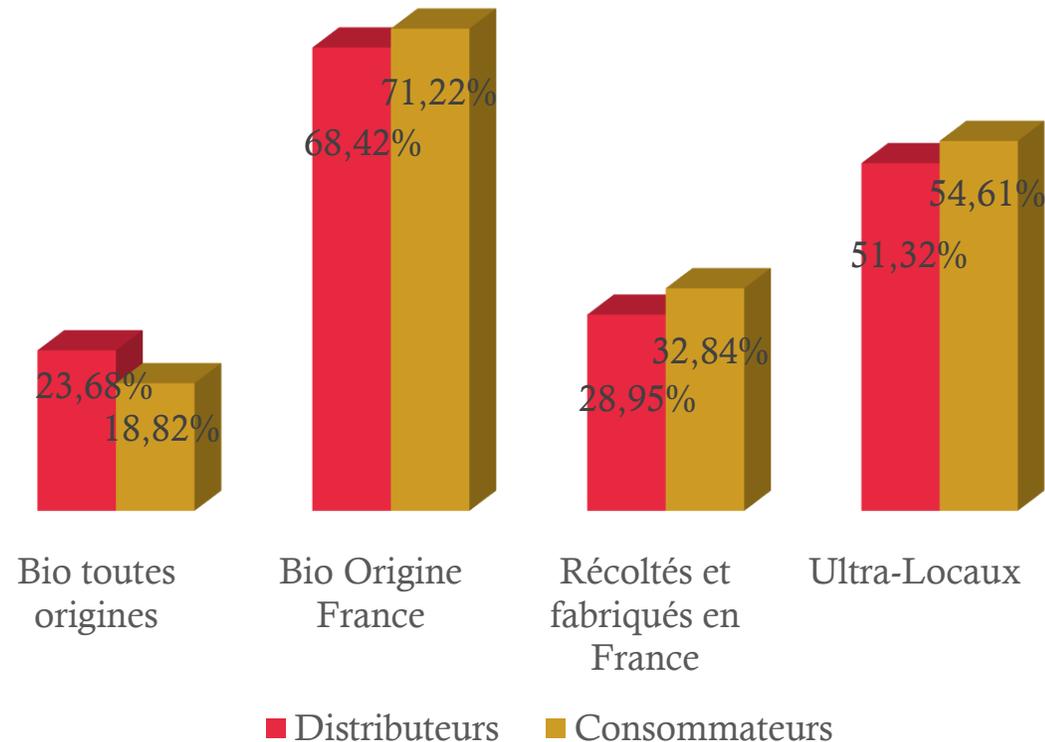
■ L'agriculteur ■ Le transformateur ■ Le distributeur ■ Le consommateur

Agriculteurs,
Transformateurs,
Distributeurs,
Consommateurs :

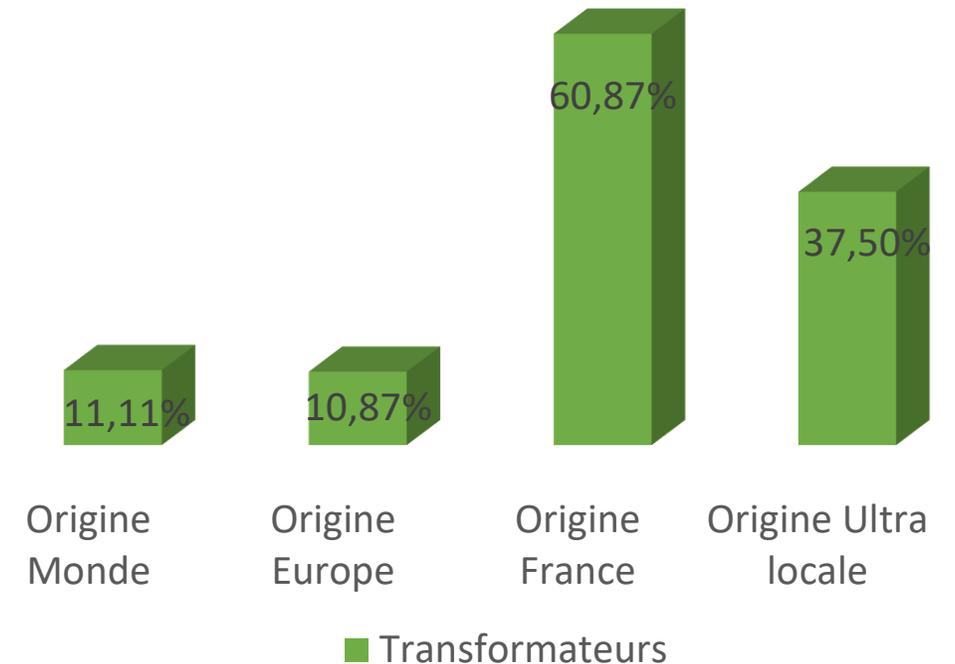
**VOUS ÊTES
TOUS ACTEURS DE
L'INNOVATION**

LE SUCCÈS DES PRODUITS BIO FRANÇAIS ET ULTRA LOCAUX

« En 2025, vos produits seront : »



« En 2025, quelle importance accorderez-vous à l'origine de vos matières premières : »



Les
acteurs se **projet**
tent à long
terme, en **2040**



PROSPECTIVE À 20 ANS



...ET DONC :

« Si vous aviez le pouvoir d'innover pour la filière biologique que feriez-vous dans 10-20 ans ? »



**Production / Distribution /
Consommation de produits (ultra)
locaux & mise en avant des producteurs**



**Transfo/distri : zéro déchet,
écoconception des packs**



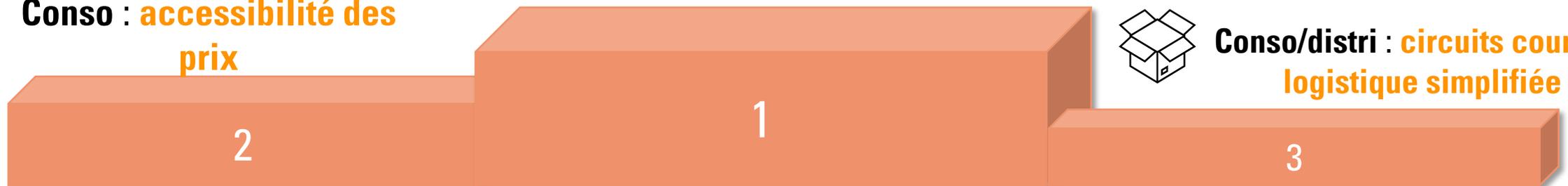
**Conso : accessibilité des
prix**



Conso/distri : label + exigeants



**Conso/distri : circuits courts et
logistique simplifiée**





CONCLUSION

Que retenir de cette étude pour les acteurs présentés ? Et pour l'innovation dans la filière biologique ?



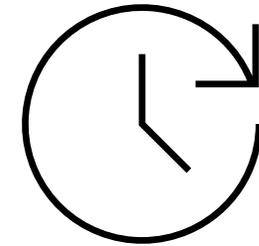
CONCLUSION – LA VISION DES TROIS ACTEURS



**Une vision
partiellement
commune**
de l'innovation
Produits/Services/Origine



Chacun a un **rôle** à jouer
dans l'innovation
N'hésitez plus, cocréez !



Difficile de se projeter
au-delà des enjeux du
moment !

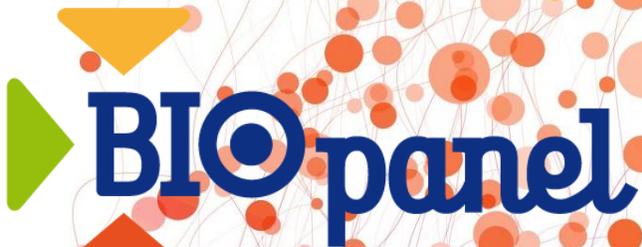
L'AVIS DE LA RÉDACTION

"Cette étude montre des acteurs conscients des **enjeux actuels** et déterminés à **innover**. Leur difficulté de **projection** à long terme les **freine** dans leur volonté de faire avancer la filière biologique."
Manon

" Cette étude montre les visions de chaque acteur de la bio. Ces acteurs partagent une **même vision**: faire attention à l'environnement et à la santé des consommateurs. Cette étude marque le début du rapprochement de ces acteurs pour promouvoir un **futur durable** pour tous."
Alexandre

« Les attentes communes des acteurs sur l'innovation est encourageante. Le défi actuel est qu'ils réussissent à **collaborer dans un intérêt commun** pour innover durablement dans la filière biologique. »
Léa

Les acteurs sont conscients des enjeux actuels et souhaitent une innovation plus sociale, environnementale et solidaire. Nous avons toutefois observé l'énorme **difficulté de projection** de tous les acteurs ... Attention ! Anticiper est très souvent la clé du succès !
Morgane



ETUDE TRANSVERSALE

CONSOMMATEURS, DISTRIBUTEURS &
TRANSFORMATEURS

2021

POUR PLUS D'INFORMATIONS

francois.labbaye@biodeveloppement.com

François LABBAYE

francois.labbaye@biodeveloppement.com

03 20 25 30 35



Port de Lille

1ère avenue

Bâtiment F/47

59 000 Lille

