

11e colloque - Bio pour tous! Le bio de demain

Où s'en vont les marchés du bio au Québec ?

26 février 2025



# Qui sommes-nous ?

## MISSION DE L'ORGANISATION

**Améliorer l'environnement d'affaires** des entreprises du secteur biologique québécois :

- Concertation et développement;
- Réglementaire et normative ;
- Commercial (études de marchés, sondages, etc.);
- Représentation (enjeux et projets collectifs).

<https://www.filierebio.qc.ca/fr/>



## Remerciements

La Filière biologique du Québec remercie le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ) pour son soutien financier.

Québec 

+

•

○

# Plan de la présentation

1. Principaux résultats d'une étude 2024 du marché bio au Québec
2. Principaux constats d'un sondage sur la consommation québécoise de produits bios
3. Nouveaux profils de consommateurs
4. Stratégie de valorisation et de promotion du bio d'ici
5. Perspectives commerciales du secteur

# Introduction

Aujourd'hui, nous allons vous démontrer que vous, producteurs bios, êtes dans



Une situation commerciale enviable, même dans un contexte défavorable !

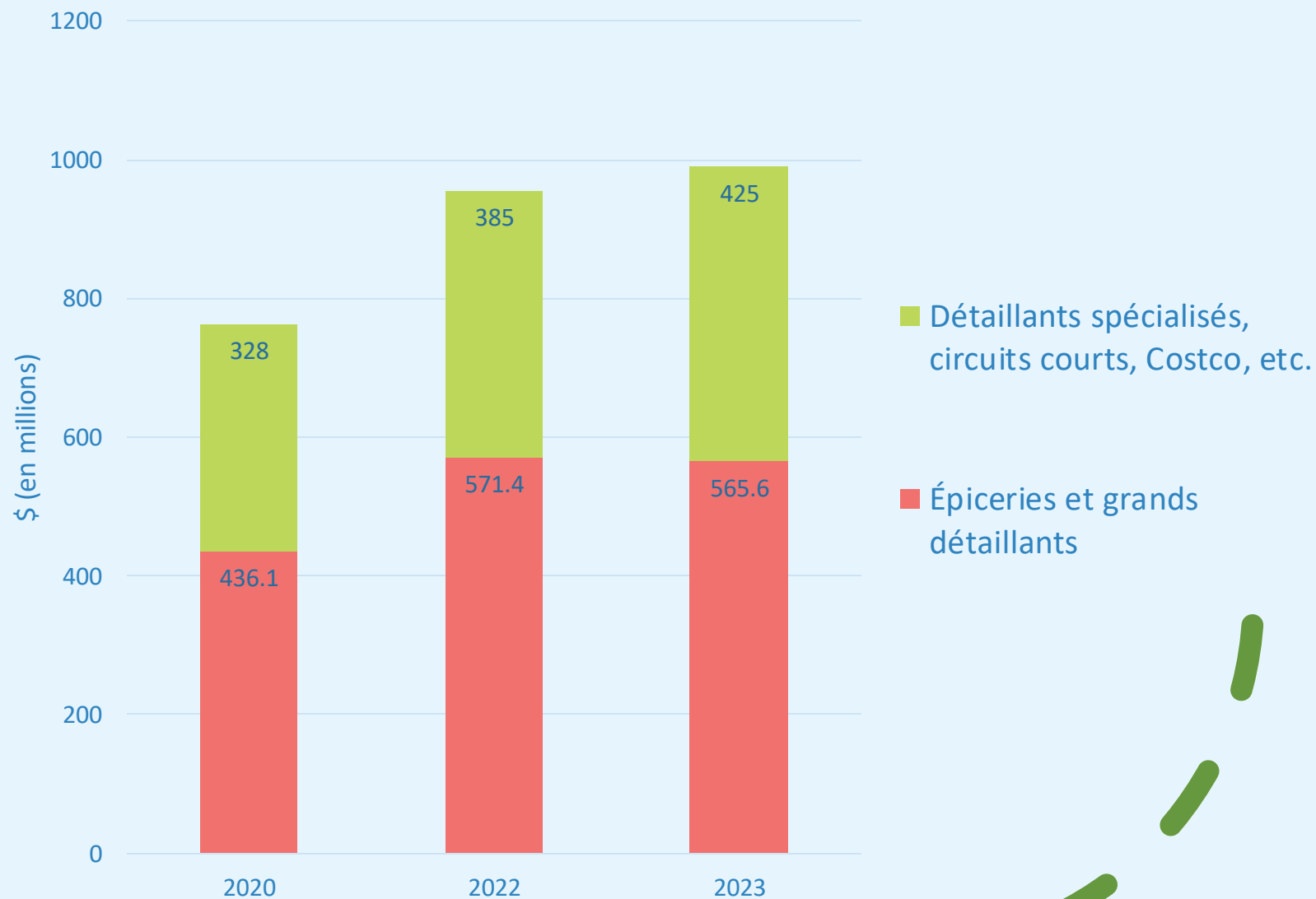
# 1. Principaux résultats d'une étude du marché

En 2024, la Filière biologique du Québec s'est associée avec le COTA pour acquérir les données d'une étude sur le marché du Québec. Cette acquisition a été rendue possible en grande partie grâce au programme fédéral S-CAP.



# Marché de la consommation du bio au Québec

## Marché biologique au Québec



## BANNIÈRES D'ÉPICERIES ET GRANDS DÉTAILLANTS\*

\*Nielsen IQ, 2024, ventes de produits bios

IGA

Maxi/Maxi et Cie

Metro

Provigo/ Provigo Le Marché

Super C

Walmart/ Supercentre

## PHARMACIES

Exemples d'organisations définies comme >1 million de dollars  
Les pharmacies indépendantes au Québec sont incluses

Brunet

Brunet Clinique

Clinique Santa

Familiprix/ Clinique Familiprix/ Familiprix Extra

Brunet Jean Coutu/PJC

Sante Beauté

Horizon Santé

Pharmaprix

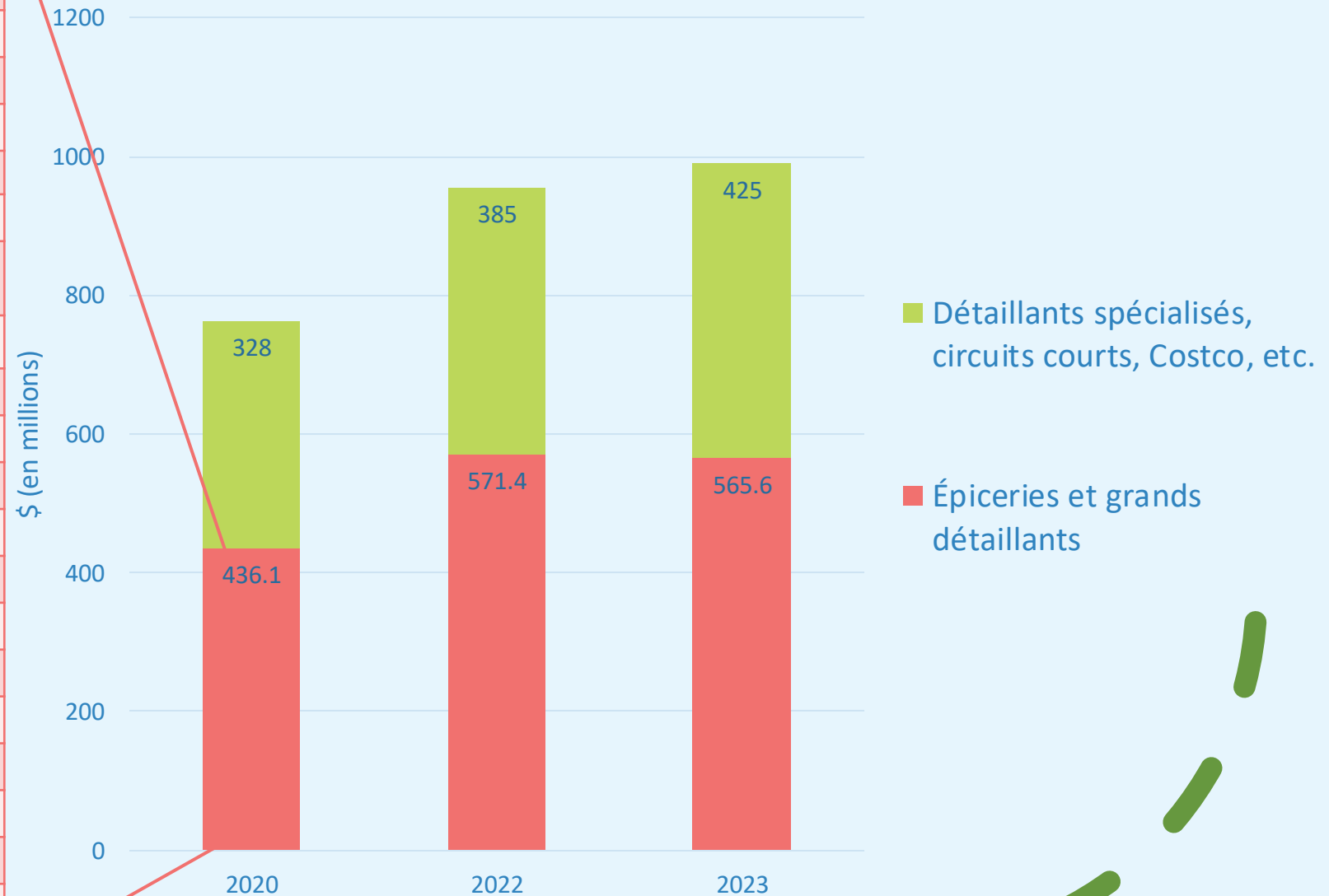
Proxim/Proximed

Uniclinique

Uniprix

Uniprix Santé

## Marché biologique au Québec

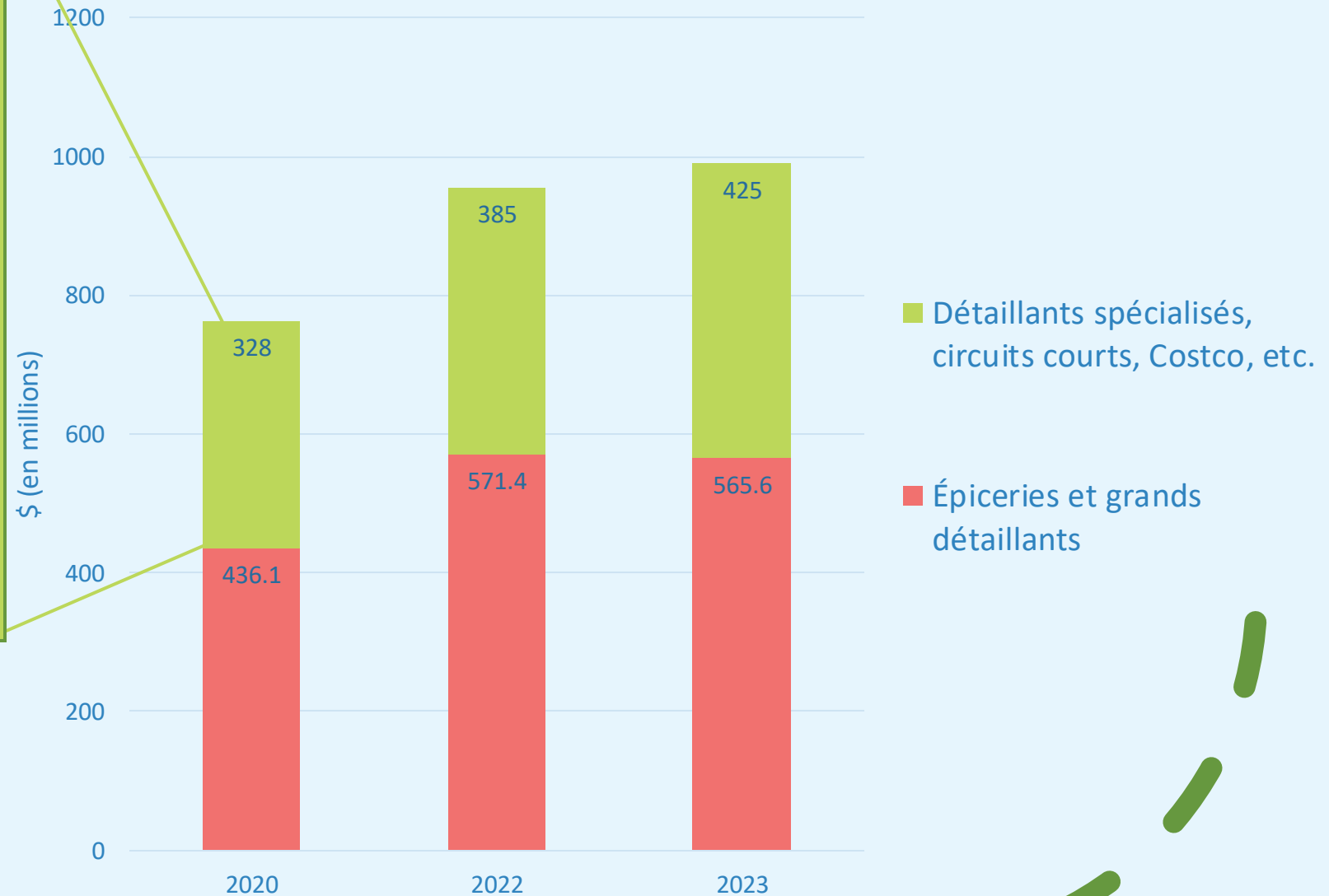




\*Estimation faite à partir des ventes de grossistes aux détaillants suivants:

Avril, Rachelle Béry, Tau et près de 200 indépendants régionaux, boulangeries et boucheries spécialisées, circuits courts et Costco.

## Marché biologique au Québec



# Marché des produits bios au Québec

## Éléments clés à retenir pour le marché québécois en 2023 :

1. Estimé à près d'un milliard \$
2. Représente environ **4%** de la consommation alimentaire québécoise totale.



# Part des détaillants spécialisés

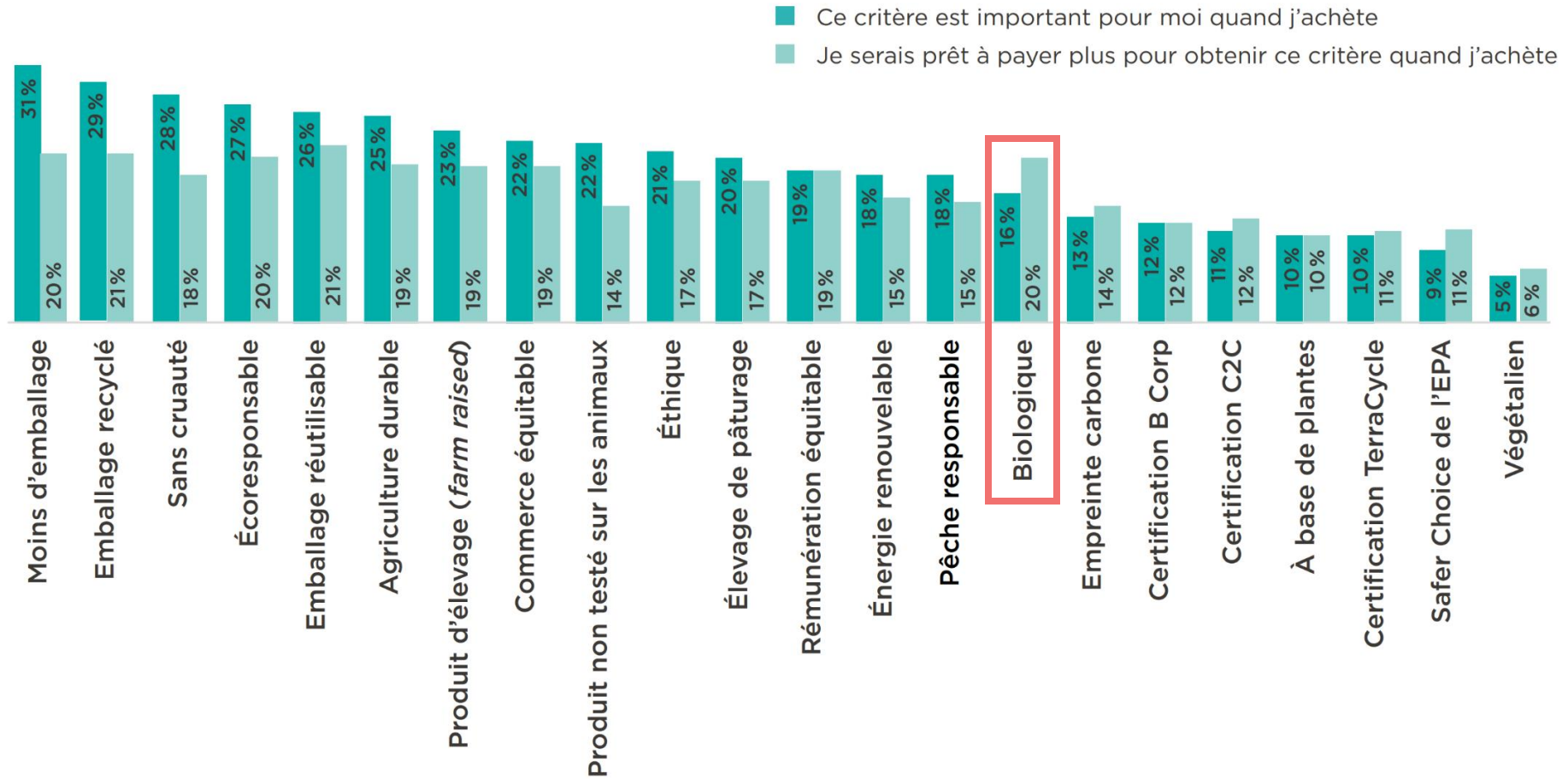
## Augmentation des parts des détaillants spécialisés – Situation unique au Canada

- Les détaillants spécialisés auraient mieux traversé la pandémie
- Clientèle plus fidèle
- Clientèle mieux informée



Graphique 4

## Importance des critères verts et propension à payer plus (Québec)



Graphique 4

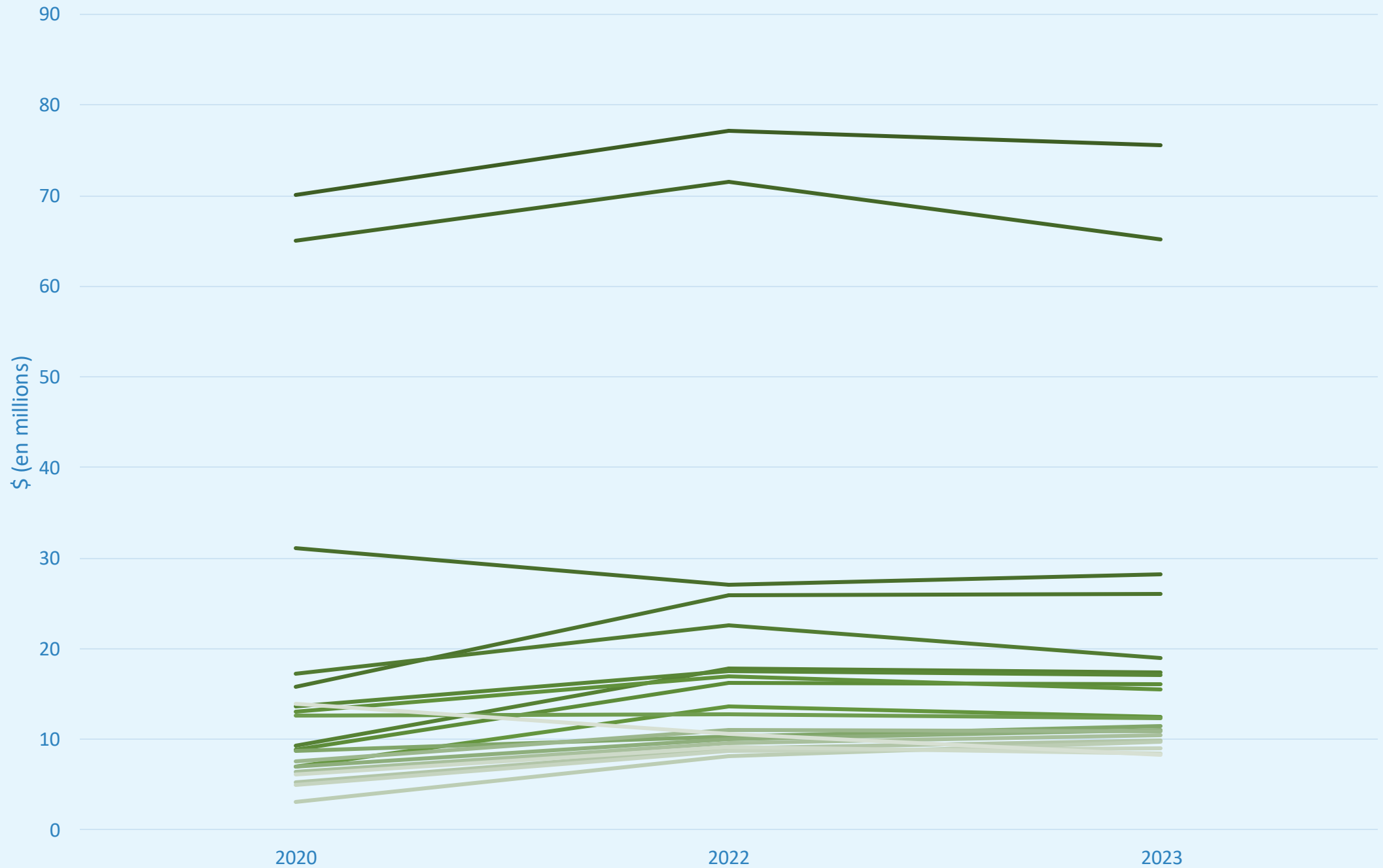
## Importance des critères verts et propension à payer plus (Québec)



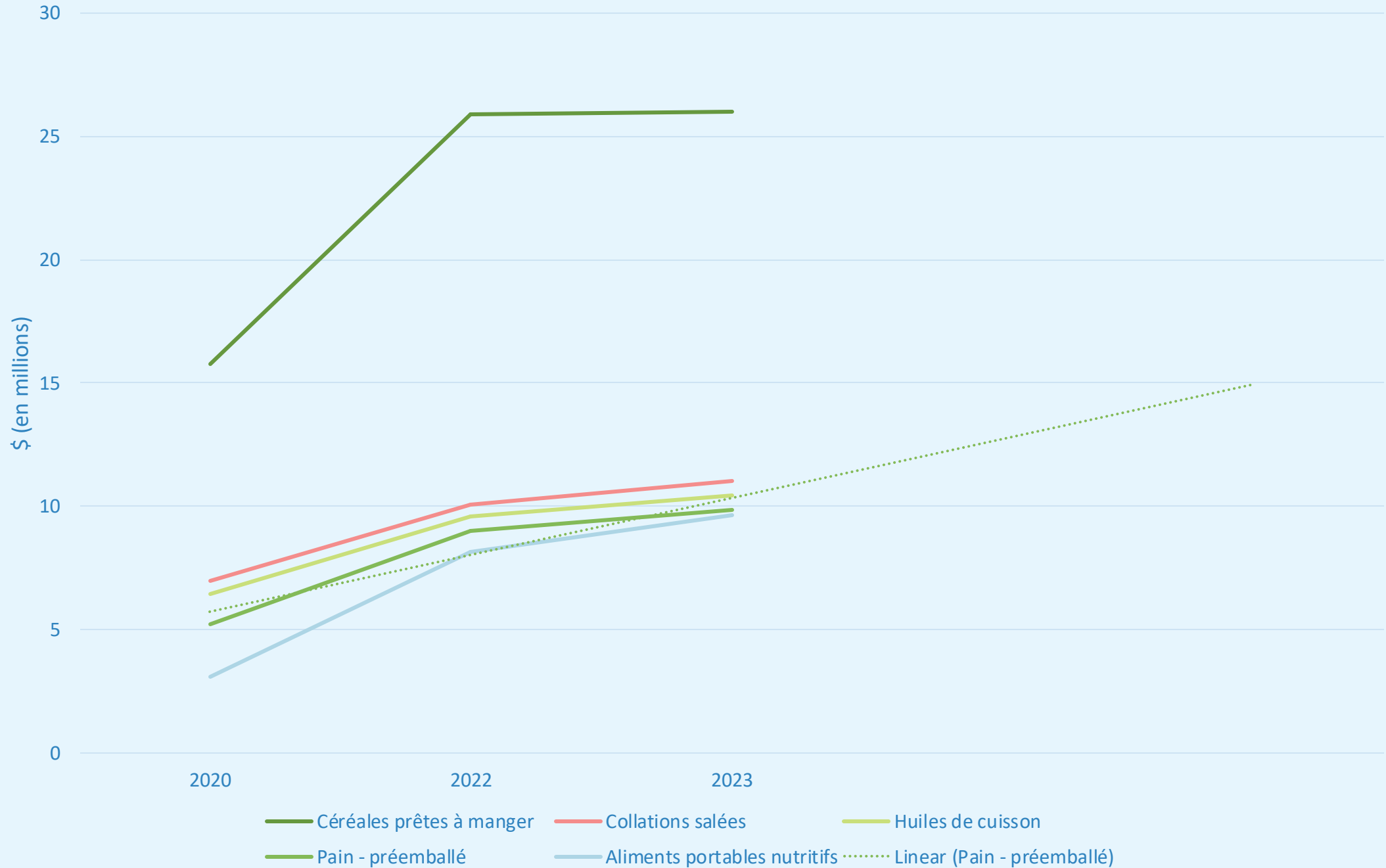
# Plus-value des produits biologiques

Aspect	Détail
Nombre d'entreprises	2 990 entreprises biologiques, dont 620 en provenance du secteur des céréales et oléagineux (21 %)
Nombre de produits	Plus de 11 000 produits biologiques
Prime environnementale consommateurs	Plus de 125 millions \$ par an, dont plus de 49 millions \$ provenant du secteur des céréales et oléagineux (39 %)
Consommation de produits biologiques au Québec	Augmentation de 40 % en 5 ans
Superficies en cultures bios	120 000 hectares
Réduction de matières actives	Plus de 250 000 kg par an
Augmentation de la biodiversité	+30 %
Stabilité des agrégats du sol	-26 % de pertes de sols, +137% capacité d'évacuation des surplus d'eau
Réduction des émissions de GES	-18%
Séquestration de carbone	+26%

# Ventes des 20 catégories de produits bios en épicereries



# Ventes des 20 catégories de produits bios en épicereries





# Évolution des marchés 2020-2023

---

La forte croissance enregistrée entre 2020 et 2022 s'est grandement atténuée en 2023, mais les ventes sont demeurées globalement assez stables. Pour le top 20 des produits: 8 sont en augmentation de ventes, 10 sont stables et seulement 2 sont en diminution.

Les secteurs des céréales, du pain, des collations salées et des huiles de cuisson ont montré une tendance positive en 2023. Ces catégories ont bénéficié d'une demande accrue, reflétant une préférence croissante des consommateurs pour des produits alimentaires pratiques et nutritifs.

Cette tendance indique une stabilité ou une légère croissance dans ces segments, suggérant que les consommateurs continuent de privilégier ces produits dans leurs achats quotidiens.



# Conclusion de la période 2020-2023

---

- 2020-2022 : **Augmentation de la demande**
  - Plus de repas cuisinés à la maison
  - Confinement
- 2022-2023 : **Inflation et diminution du pouvoir d'achat**
  - Réduction du volume d'achat de plusieurs produits
- **Malgré tout, un marché résilient!**



## 2. Sondage sur la consommation québécoise

La Filière biologique du Québec s'est associée avec Léger en 2024 pour mener un sondage web auprès d'un échantillon de 1 501 répondants du Québec.

Ces répondants ont été sélectionnés de façon aléatoire par le biais du panel Web de Léger.

**Léger**

FILIERE  
**BIOLOGIQUE**  
DU QUÉBEC 

**54%** des Québécois ont acheté des produits alimentaires biologiques au cours des 12 derniers mois



Parmi eux

**72%** l'ont fait au moins une fois par mois

**86%** tentent de prioriser les produits bios provenant du Québec



Parce que

Principales motivations de consommer davantage bio :

**61%** : la santé

**37%** : l'économie locale

**24%** : lutte contre les changements climatiques





De plus

**40%** des consommateurs québécois mentionnent que ça vaut la peine de **payer plus cher** pour des aliments bios.

**54%** des consommateurs de produits bios mentionnent que **l'inflation a eu un impact à la baisse** sur leur consommation.

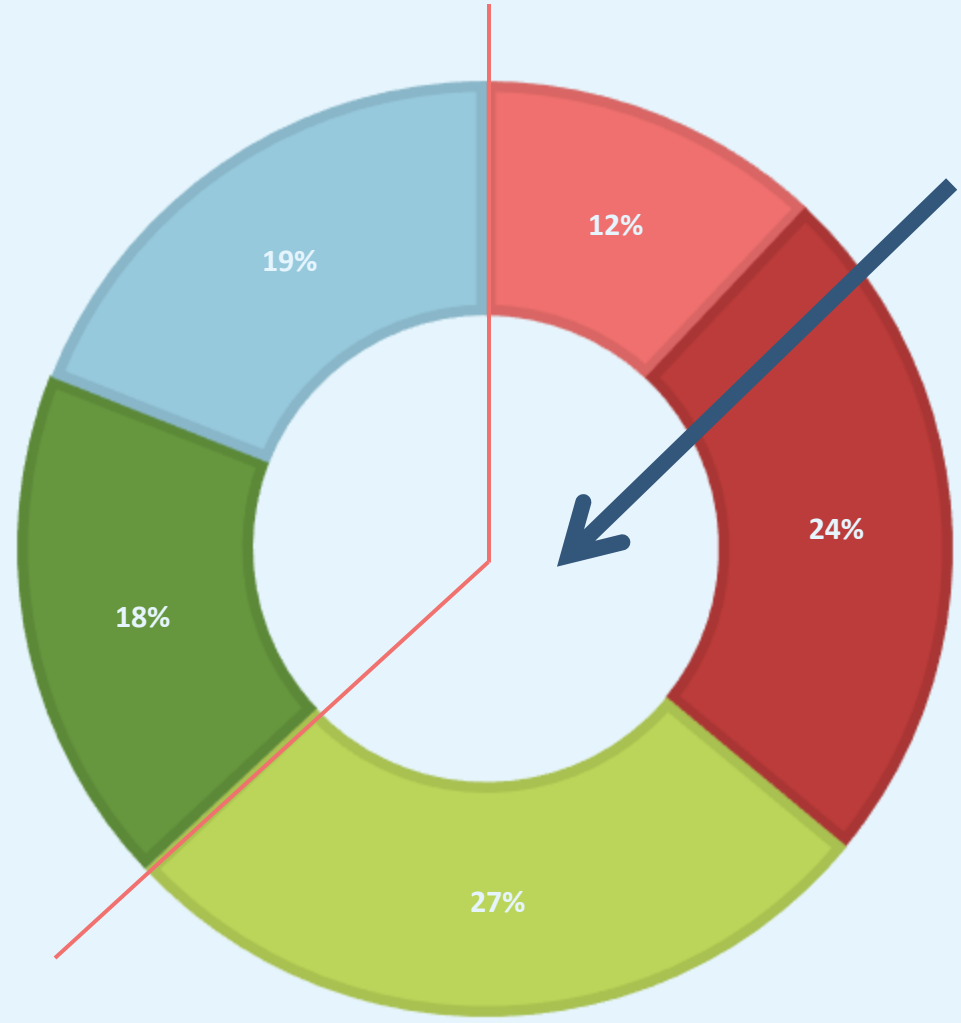




Un marché en expansion

### DEPUIS COMBIEN DE TEMPS CONSOMMEZ-VOUS DES PRODUITS BIOS?

- Moins d'un an
- 1 ou 2 ans
- 3 à 5 ans
- Plus de 5 ans, mais moins de 10
- 10 ans ou plus



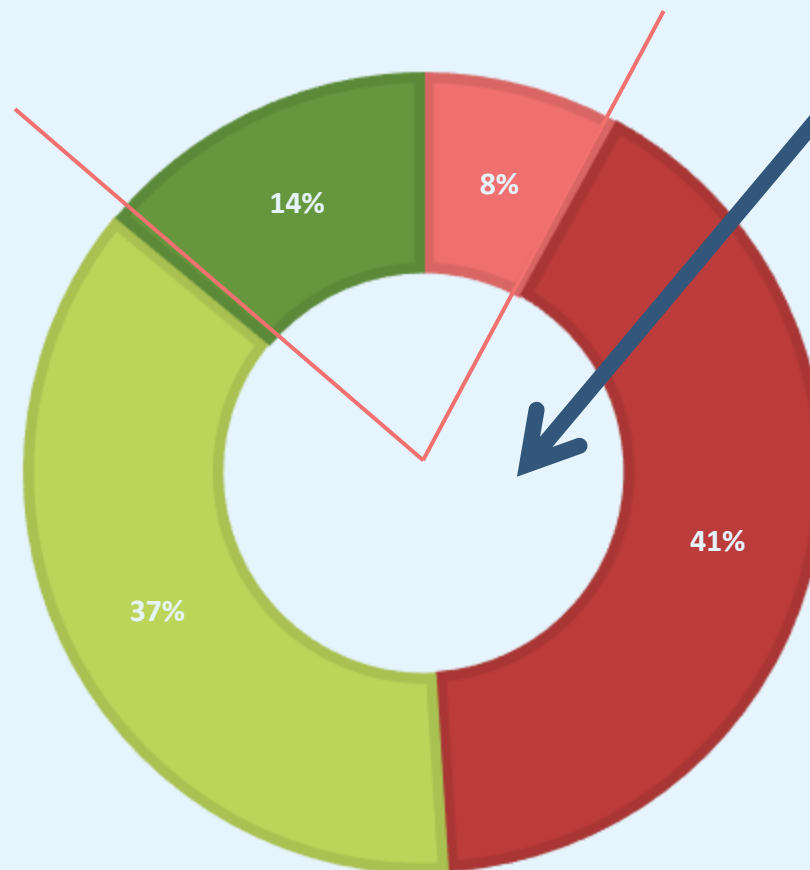
**63%** en consomment depuis moins de 5 ans !



Un marché  
en expansion

## IMPORTANCE ACCORDÉE À LA PROVENANCE DES ALIMENTS

- J'achète toujours des produits bios québécois
- Je priorise les produits bios québécois lorsqu'ils sont en rabais
- Je priorise les produits bios québécois lorsqu'ils sont disponibles
- J'accorde peu d'importance à la provenance des aliments, tant qu'ils sont bios



**78%** priorisent les  
produits bios d'ici selon  
certaines conditions.

### 3. Nouveaux profils de consommateurs

En 2024, la Filière biologique du Québec s'est associée avec Médialliance pour dresser le profil sociodémographique des consommateurs d'aliments bios au Québec.







### Cible jeune

Les 25-44 ans avec une scolarité universitaire, 2 personnes et plus dans le foyer, et une grande proportion avec enfants.

Cette cible représente 326 000 personnes, soit 4,3% de la population.



### Cible mature

Les 35-54 ans avec une scolarité de niveau collégial et plus, 2 personnes dans le foyer, sans enfants.

Cette cible représente 148 000 personnes, soit 1,1% de la population.



### Cible âgée

Les adultes de 55 ans et plus pour qui la santé est importante.

Cette cible représente 459 000 personnes, soit 6,0% de la population.

**Élargissement des clientèles-cibles historiques; 3 profils bien à l'écoute**

# Changements dans les profils de consommateurs

- **Nouveaux profils de consommateurs**
  - Moins corrélés avec une scolarité élevée
  - Moins corrélés avec des revenus élevés
- **Démocratisation du bio**
  - Accessible à un plus large public
  - Augmentation de la consommation de produits bios



## 4. Stratégie de valorisation et de promotion du bio d'ici

La Filière biologique du Québec a mandaté QuébecBio pour mettre en place des moyens de valoriser les produits biologiques d'ici auprès des consommateurs québécois.



# Résultats 2024

## Site web

- 2 100 000 pages vues
- 602 000 utilisateurs uniques estimés

## Infolettre

- 60 000 abonnés
- Taux de clic de 4%

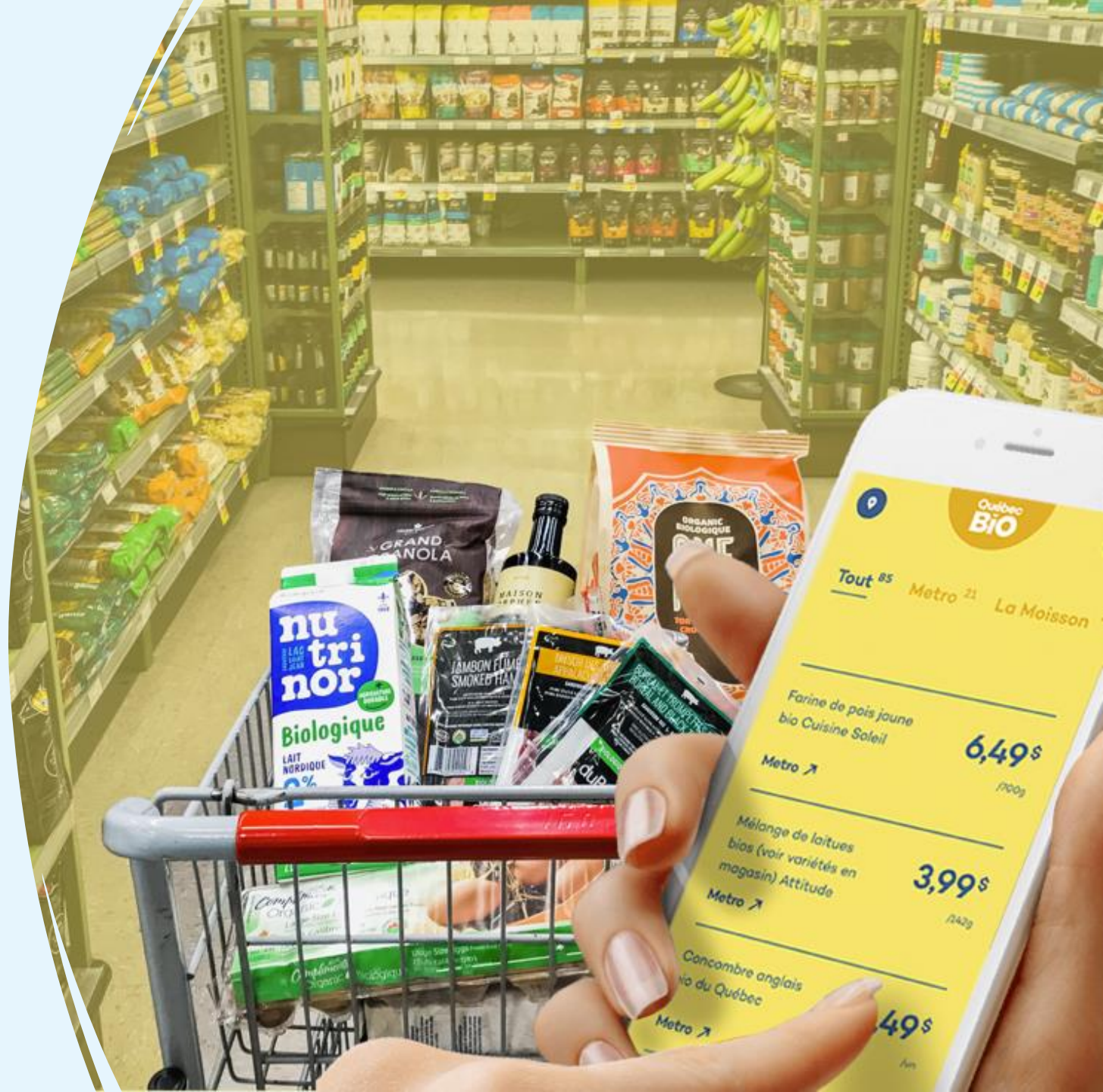
## Facebook

- 30 millions d'impressions publicitaires
- 2,5 millions de comptes Meta atteints

# Tunnel de conversion

L'approche d'un « tunnel de conversion » permet de faire évoluer les consommateurs vers l'acte d'achat de produits bios d'ici.

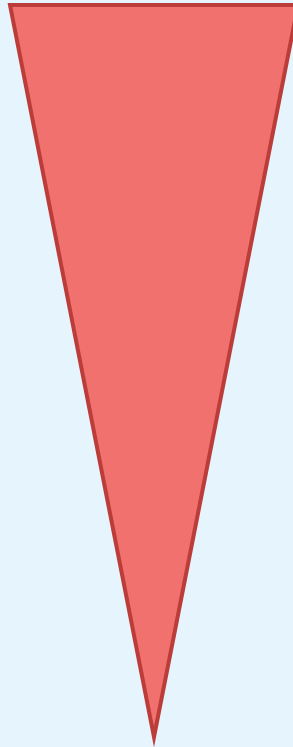
Cette approche offre l'avantage de pouvoir segmenter les contenus en fonction de différentes audiences pour passer de la sensibilisation à la considération et, enfin, à la conversion au bio d'ici.



# Nos services

## Pour les consommateurs

1. Sentiers du bio d'ici  
Concours  
Recettes  
Rabais
2. Articles  
Remarketing
3. Inscriptions infolettre
4. Visites des contenus  
des entreprises



## Pour les entreprises

1. Posts Facebook vers les  
contenus
2. Bannières publicitaires sur le  
site
3. Rédaction de recettes
4. Rédaction d'articles
5. Infolettres promotionnelles
6. Autres

## 4. Stratégie de valorisation et de promotion du bio d'ici

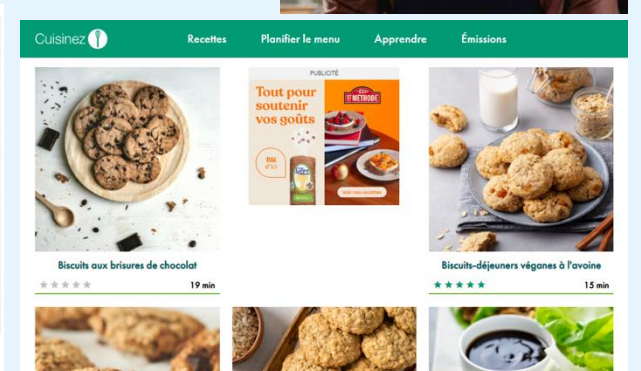
QuébecBio et ses divers partenaires fournisseurs :



# Campagne associative Télé-Québec

- **La grande idée**
- Commandite Donner l'goût et Moi j'mange (4 semaines)
  - Panneaux de commandite
  - Logo de transition
  - Bandeau animé – 10 secondes
  - Auto-promo personnalisée 15 secondes
  - Volet numérique (bannières multi-format, preroll/midroll 15 sec.)

100K\$





## 4. Stratégie de valorisation et de promotion du bio d'ici

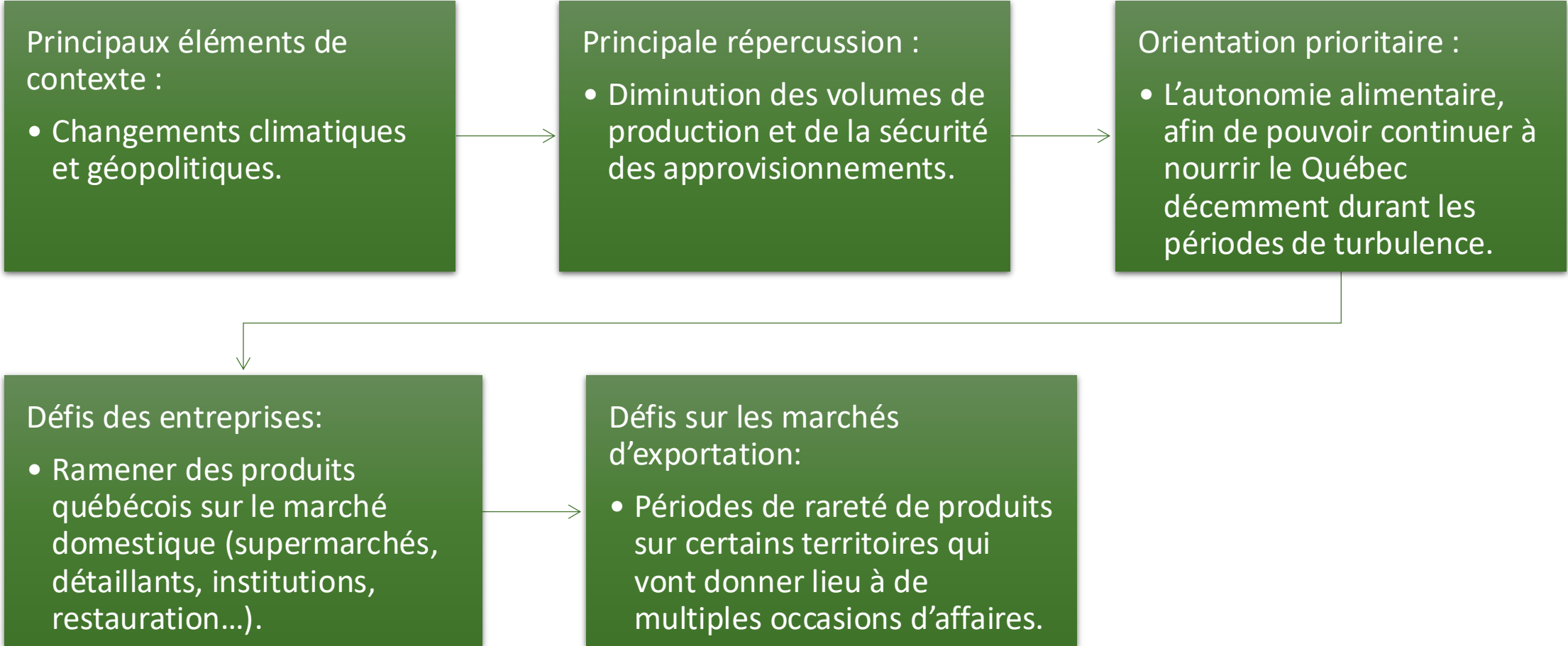
### **Stratégie de valorisation 2025-2026**

#### **Recommandation**

Que QuébecBio cible davantage ses interventions sur les médias sociaux (infolettres, concours, vidéos verticales), retienne des projets phares dans des périodes-clés pour concentrer ses activités de communication de façon à attirer et retenir l'attention des consommateurs, et décline ses activités, autant que possible, jusqu'aux tablettes des détaillants ou points de vente.

# 5. Perspectives commerciales du secteur

## Environnement d'affaires



## 5. Perspectives commerciales du secteur

### Rôle de la Politique bioalimentaire québécoise



Mobiliser les acteurs du secteur bioalimentaire avec une vision commune qui donne le goût de collaborer pour produire des aliments sains, durables et abordables.



Pour le secteur biologique :



Une reconnaissance de la part du gouvernement de l'apport important du bio au développement durable.

## 5. Perspectives commerciales du secteur

### Rétribution financière alliée à une diminution des prix aux consommateurs

Ce scénario demande :

- une aide financière temporaire et dégressive du gouvernement du Québec pour contribuer à:
  - une baisse des prix qui aurait un effet de levier important sur l'augmentation des volumes des ventes;
  - des économies d'échelle qui réduiraient les écarts de prix aux consommateurs.
- une préservation des acquis par une participation des distributeurs et détaillants.

Les gains environnementaux seraient garantis par la certification biologique.