



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

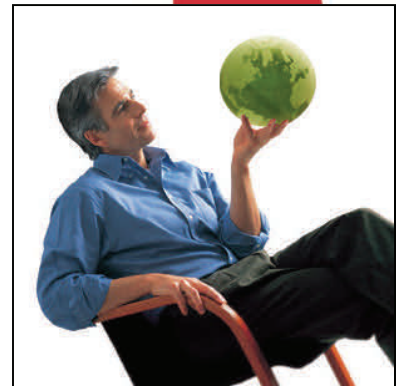
Agriculture and
Agri-Food Canada

Bureau
des marchés
internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | MARS 2012



Aliments biologiques emballés en Espagne





► RÉSUMÉ

L'Espagne attache une importance culturelle aux aliments, et les repas pris au cours d'activités sociales prennent une grande place au quotidien. Les consommateurs achètent donc leurs fruits, légumes, viandes et poissons frais avec beaucoup de soin.

L'Espagne est généralement connue pour son alimentation de style méditerranéen. Même si leurs habitudes alimentaires traditionnelles subissent les influences de l'Occident, le régime alimentaire des Espagnols est toujours perçu comme l'un des plus sains au monde.

Compte tenu de l'importance culturelle qu'ils accordent aux repas, les consommateurs espagnols sont d'ordinaire prêts à acheter des aliments coûteux. Malgré cela, la situation économique du pays a fait du marché des aliments biologiques un secteur en évolution, quoique difficile. Le ralentissement économique de 2009 et 2010 a limité la croissance du marché des aliments biologiques en Espagne, pour des motifs associés aux prix et à la consommation réduite, et la crise financière qui secoue l'Europe devrait continuer de gêner sa croissance.

L'économie du pays s'est toutefois solidement raffermie en 2010, comparativement à celle d'autres États européens. De plus, forte d'une population de 47 millions d'habitants en 2011, l'Espagne est le quatrième marché en importance de la zone euro, et le douzième au monde. Son produit intérieur brut (PIB) se chiffrait à 1,4 billion de \$US en 2010, tandis que le PIB par habitant représentait 30 589 \$US. En dépit de la croissance négative en 2011, ces indicateurs conservent à l'Espagne sa place parmi les plus importantes économies mondiales.

À l'heure actuelle, ses prévisions à l'exportation sont faibles. Étant donné le climat économique actuel de l'Europe de l'Ouest, surtout chez deux des principaux membres de la zone euro, soit l'Italie et l'Espagne, l'exportation vers ces marchés semble comporter un certain nombre de risques. Par ailleurs, le marché des aliments et des boissons biologiques de l'Espagne est relativement modeste, comme en témoigne la participation minimale des concurrents étrangers.

Malgré ces difficultés, l'importance accordée à un mode de vie sain augmente. Des campagnes menées par le gouvernement et une propension généralisée à se soucier de son apparence encouragent la croissance des produits de santé et de mieux-être, et pourraient élargir les perspectives du marché des produits biologiques.

► DANS CE NUMÉRO

Résumé	2
Tendances du marché	3
Ventes d'aliments biologiques emballés	4
Principaux segments du marché	6
Prix et parts de marché	8
Boissons biologiques	9
Canaux de distribution	11
Certification	11
Exemples de prix	12
Renseignements supplémentaires	14



► TENDANCES DU MARCHÉ



En 2010, le marché des aliments biologiques de l'Espagne a enregistré une croissance de 3 %. Même si on croit que le marché des aliments biologiques au pays s'est contracté à la suite de changements réglementaires qui forcent les fabricants à retirer leurs produits, ce n'est pas le cas. Les produits biologiques gagnent du terrain auprès d'un segment particulier de la population espagnole.

Les produits biologiques attirent un créneau du marché composé de jeunes consommateurs plus fortunés qui voient dans les aliments biologiques une solution de rechange moderne aux aliments non biologiques. Les aliments et les boissons biologiques visent les consommateurs avertis qui se préoccupent de l'environnement, d'un mode de vie sain et de leur image en général.

Compte tenu des conditions économiques du pays, la demande pour des aliments biologiques restera sans doute limitée à ce segment de la population. À 22,9 %, le taux de chômage de l'Espagne figure parmi les plus élevés du monde industrialisé. Les consommateurs au chômage ou cherchant à économiser se garderont généralement d'acheter des produits biologiques, habituellement considérés plus coûteux.

Même si, dans un proche avenir, le marché des aliments biologiques devrait connaître une croissance limitée au-delà de ce groupe de consommateurs, la culture de l'Espagne et la taille de son marché pourraient se révéler avantageuses à long terme. Avec le temps, la reprise économique favorisera sans doute une augmentation de la consommation privée qui, en retour, pourrait encourager les consommateurs à dépenser davantage pour l'achat de produits alimentaires, dont les produits biologiques.

Il importe aussi de signaler que l'Espagne figure parmi les plus importants producteurs de produits biologiques de l'Europe. Mise à part la demande nationale nécessaire, 80 % des produits biologiques du pays sont exportés. Même si la demande pour des aliments et des boissons biologiques augmente, les exportateurs étrangers auront vraisemblablement à rivaliser avec les sources d'approvisionnement nationales.

Taille du marché des aliments biologiques et ordinaires emballés en Espagne Ventes au détail en millions de \$US

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total des aliments emballés	44 016	46 768	46 109	45 115	44 796	45 032	45 501	46 212	47 152
Aliments biologiques emballés	102,8	114,9	126,7	130,7	138,7	150,7	163,8	177,1	188,4

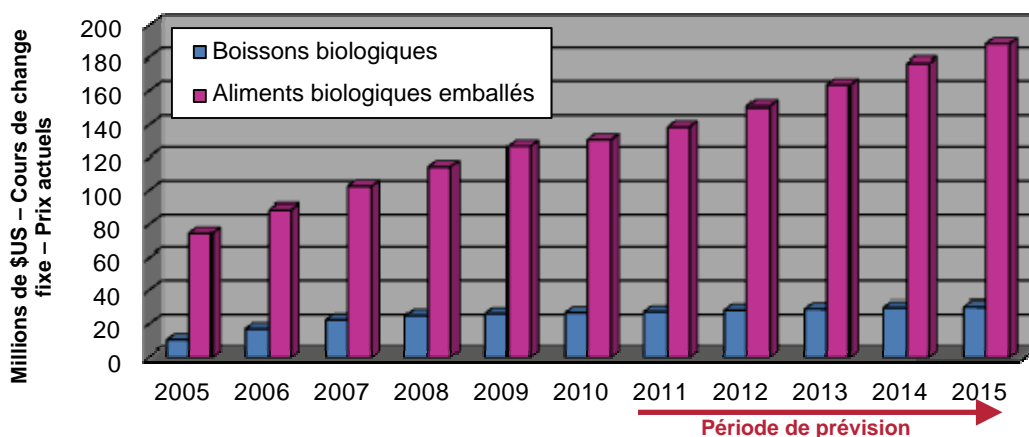
Source : Euromonitor, 2012



▶ VENTES D'ALIMENTS BIOLOGIQUES EMBALLÉS



Taille du marché des aliments et des boissons biologiques en Espagne
Ventes au détail en millions de \$US



Taille du marché des aliments et des boissons biologiques en Espagne
Ventes au détail en millions de \$US

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Boissons biologiques	10,3	17,1	22,7	25,5	26,6	27,2	27,8	28,8	29,5	30,2	30,7
Aliments biologiques emballés	74,6	89,0	102,8	114,9	126,7	130,7	138,7	150,7	163,8	177,1	188,4

Ventes d'aliments biologiques emballés par sous-catégorie en Espagne
Croissance en valeur en % et en millions de \$US

	2005-2010 TCAC* en %	2005-2010 Absolues (millions de \$US)	2005-2015 TCAC* en %	2005-2015 Absolues (millions de \$US)
Aliments biologiques pour bébé	16,8	19,3	15,2	51,4
Produits de boulangerie biologiques	12,8	1,4	12,1	3,7
Confiserie biologique	11,1	2,5	6,8	3,4
Produits laitiers biologiques	9,1	13,2	6,2	19,9
Crème glacée biologique	1,5	0,1	1,0	0,1
Huiles et graisses biologiques	4,4	1,8	3,3	2,9
Repas préparés biologiques	10,1	0,7	9,2	1,7
Riz biologiques	11,4	1,9	8,8	3,5
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	4,4	0,2	2,8	0,2
Collations biologiques	14,7	0,2	12,1	0,5
Soupes biologiques	-	-	-	-
Tartinades biologiques	10,5	0,7	6,5	1,0
Grignotines sucrées et salées biologiques	-	-	-	-
Autres aliments biologiques	7,2	6,0	6,1	11,9

*TCAC = Taux de croissance annuel composé

Source : Euromonitor, 2012

► **VENTES D'ALIMENTS BIOLOGIQUES EMBALLÉS (suite)**



Taille du marché des aliments biologiques emballés en Espagne
Ventes au détail en millions de \$US

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total : aliments biologiques emballés	74,6	89,0	102,8	114,9	126,7	130,7	138,7	150,7	163,8	177,1	188,4
Aliments biologiques pour bébé	16,5	20,0	23,8	27,8	32,0	35,8	40,8	47,6	55,0	61,9	67,9
Lait maternisé biologique	1,7	2,1	2,4	2,8	3,1	3,3	3,6	4,0	4,4	4,8	5,1
Aliments bio. déshydratés pour bébé	1,9	2,3	2,7	3,1	3,4	3,7	4,1	4,6	5,2	5,7	6,1
Aliments bio. préparés pour bébé	11,2	13,7	16,5	19,5	23,0	26,2	30,4	36,2	42,3	48,2	53,5
Autres aliments bio. pour bébé	1,7	1,9	2,1	2,4	2,5	2,6	2,7	2,9	3,1	3,2	3,3
Produits de boulangerie biologiques	1,8	2,0	2,2	2,5	2,9	3,2	3,6	4,1	4,6	5,1	5,5
Biscuits biologiques	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Pains biologiques	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3
Céréales à déjeuner biologiques	0,3	0,3	0,5	0,7	1,0	1,3	1,7	2,2	2,6	3,1	3,4
Confiserie biologique	3,6	4,4	5,1	5,6	5,9	6,1	6,3	6,5	6,7	6,8	6,9
Confiseries chocolatées biologiques	3,1	3,9	4,5	4,9	5,1	5,3	5,5	5,7	5,8	6,0	6,1
Sucreries biologiques	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Produits laitiers biologiques	24,1	30,4	36,3	41,0	39,0	37,3	37,6	39,0	40,7	42,6	44,0
Fromage biologique	0,7	1,0	1,4	1,7	1,9	2,0	2,1	2,3	2,5	2,7	2,8
Crème biologique	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
Fromage frais et fromage blanc bio.	0,8	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,9	2,0	2,1
Lait biologique	1,8	5,5	7,5	8,7	8,6	8,5	8,6	8,6	8,6	8,9	8,9
Lait bio. à teneur réduite en gras	0,3	0,8	1,1	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4
Lait standard biologique	1,5	4,7	6,4	7,4	7,3	7,2	7,3	7,2	7,3	7,5	7,5
Lait de soja biologique	2,9	3,1	3,3	3,6	3,8	3,9	4,0	4,2	4,4	4,6	4,7
Yogourt biologique	17,7	19,6	22,8	25,5	23,2	21,3	21,0	21,9	23,1	24,2	25,2
Yogourt biologique à base de soja	2,1	2,9	4,1	5,9	6,5	7,3	8,4	9,9	11,4	12,7	13,6
Autres yogourts biologiques	15,6	16,6	18,7	19,6	16,7	14,0	12,6	12,0	11,6	11,5	11,6
Crème glacée biologique	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Huiles et graisses biologiques	7,6	8,1	8,5	9,1	9,3	9,4	9,6	9,8	10,0	10,2	10,4
Beurre biologique	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3
Huile d'olive biologique	4,8	5,0	5,2	5,6	5,6	5,6	5,6	5,7	5,7	5,8	5,9
Huiles et graisses bio. à tartiner	1,7	1,9	2,0	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7
Huiles végétales/de graines bio.	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Repas préparés biologiques	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2,1	2,2	2,4	2,7	2,9
Riz biologiques	2,6	3,2	3,8	4,2	4,4	4,5	4,8	5,1	5,4	5,8	6,1
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9
Collations biologiques	0,2	0,3	0,3	0,3	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,8
Barres aux fruits biologiques	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Barres de céréales et de muesli bio.	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4
Autres collations biologiques	-	-	-	-	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Soupes biologiques	-	-	-	-	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1
Tartinades biologiques	1,1	1,2	1,4	1,5	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0
Miel biologique	1,1	1,2	1,4	1,5	1,6	1,6	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8
Tartinades bio. autres que le miel	-	-	-	-	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Grignotines sucrées et salées bio.	-	-	-	-	6,9	7,5	8,2	9,4	10,5	11,7	12,7
Noix biologiques	-	-	-	-	3,3	3,6	4,0	4,5	5,1	5,6	6,1
Autres grignotines sucrées et salées biologiques	-	-	-	-	3,6	3,9	4,3	4,9	5,4	6,0	6,6
Autres aliments biologiques	14,6	16,8	18,4	19,8	20,2	20,6	21,2	22,1	23,4	25,0	26,4

Source : Euromonitor, 2012

► PRINCIPAUX SEGMENTS DU MARCHÉ



Taille du marché des aliments biologiques emballés en Espagne
Volume des ventes au détail en milliers de tonnes (sauf indication contraire)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total : aliments biologiques emballés	*Impossible à calculer*										
Aliments biologiques pour bébé	1,9	2,3	2,8	3,2	3,8	4,4	5,1	6,1	7,2	8,3	9,3
Lait maternisé biologique	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
Aliments bio. déshydratés pour bébé	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6
Aliments bio. préparés pour bébé	1,5	1,9	2,3	2,6	3,2	3,7	4,3	5,2	6,2	7,2	8,2
Autres aliments bio. pour bébé	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
Produits de boulangerie biologiques	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9
Biscuits biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pains biologiques	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Céréales à déjeuner biologiques	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,6	0,6
Confiserie biologique	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
Confiseries chocolatées biologiques	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4
Sucreries biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Produits laitiers biologiques	*Impossible à calculer*										
Fromage biologique	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Crème biologique	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Fromage frais et fromage blanc bio.	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4
Lait biologique	1,2	3,5	4,5	4,7	4,8	4,8	4,9	4,9	5,0	5,1	5,2
Lait bio. à teneur réduite en gras	0,2	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8
Lait standard biologique	1,0	3,0	3,9	4,0	4,1	4,1	4,1	4,2	4,3	4,3	4,4
Lait de soja biologique	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,6	1,6	1,7	1,8
Yogourt biologique	3,8	4,2	4,4	4,6	4,8	4,8	5,0	5,5	6,0	6,5	6,9
Yogourt biologique à base de soja	0,5	0,6	0,8	1,1	1,3	1,5	1,8	2,3	2,7	3,1	3,5
Autres yogourts biologiques	3,3	3,5	3,6	3,6	3,4	3,2	3,2	3,2	3,3	3,4	3,4
Crème glacée bio. (milliers de litres)	51,7	53,5	55,0	55,4	56,0	56,4	57,2	58,3	59,4	60,4	61,4
Huiles et graisses biologiques	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4
Beurre biologique	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Huile d'olive biologique	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
Huiles et graisses bio. à tartiner	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7
Huiles végétales/de graines bio.	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Repas préparés biologiques	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
Riz biologiques	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,1	1,2
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Collations biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Barres aux fruits biologiques	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Barres de céréales et de muesli bio.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres collations biologiques	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Soupes biologiques	-	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Tartinades biologiques	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Miel biologique	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Tartinades bio. autres que le miel	-	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Grignotines sucrées et salées bio.	-	-	-	-	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5
Noix biologiques	-	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Autres grignotines sucrées et salées biologiques	-	-	-	-	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Autres aliments biologiques	2,5	2,9	3,2	3,3	3,4	3,5	3,7	3,9	4,1	4,4	4,7

Source : Euromonitor, 2012

► **PRINCIPAUX SEGMENTS DU MARCHÉ (suite)**



Espagne - Dépenses par habitant pour les aliments biologiques emballés en \$US

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aliments biologiques emballés	2,8	2,8	3,0	3,2	3,5	3,7	3,9
Aliments biologiques pour bébé	0,7	0,8	0,9	1,0	1,2	1,3	1,4
Produits de boulangerie biologiques	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Confiseries biologiques	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Produits laitiers biologiques	0,9	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9
Crème glacée biologique	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Huiles et graisses biologiques	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Repas préparés biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Riz biologiques	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Collations biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Soupes biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tartinades biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Grignotines sucrées et salées biologiques	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Autres aliments biologiques	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6

Source : Euromonitor, 2012

Croissance annuelle (%) des aliments biologiques emballés en Espagne, par sous-catégorie

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15
Aliments biologiques pour bébé	11,8	13,9	16,8	15,4	12,6	9,8
Produits de boulangerie biologiques	11,4	11,6	15,3	11,9	11,5	7,1
Confiseries biologiques	3,1	3,7	3,2	2,7	2,2	1,8
Produits laitiers biologiques	-4,4	0,8	3,6	4,5	4,6	3,3
Crème glacée biologique	-0,1	0,4	0,8	0,6	0,5	0,3
Huiles et graisses biologiques	1,3	1,8	2,2	2,2	2,2	2,2
Repas préparés biologiques	5,5	7,0	8,5	9,5	9,0	8,0
Riz biologiques	4,0	5,3	7,0	6,5	6,2	6,0
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	0,5	1,1	1,6	1,4	1,2	1,0
Collations biologiques	5,4	9,7	12,8	10,1	8,5	6,4
Soupes biologiques	7,0	11,0	13,0	12,0	10,0	8,0
Tartinades biologiques	2,1	2,6	3,3	3,0	2,6	2,3
Grignotines sucrées et salées biologiques	7,5	10,5	14,1	11,9	10,9	8,9

Source : Euromonitor, 2012



Prix au détail des aliments biologiques emballés en Espagne en \$US par kg

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aliments biologiques pour bébé	8,4	8,2	8,0	7,8	7,6	7,4	7,3
Produits de boulangerie biologiques	8,5	8,3	7,8	7,3	6,8	6,5	6,2
Confiserie biologique	18,8	18,8	18,7	18,4	18,2	18,0	17,7
Produits laitiers biologiques	*Impossible à calculer						
Crème glacée biologique (\$US par litre)	12,3	12,2	12,1	11,9	11,8	11,7	11,5
Huiles et graisses biologiques	8,2	8,1	8,0	7,9	7,8	7,8	7,7
Repas préparés biologiques	8,8	8,8	8,7	8,7	8,6	8,6	8,6
Riz biologiques	5,9	5,7	5,6	5,5	5,4	5,3	5,2
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2
Collations biologiques	13,1	12,0	10,7	9,4	8,5	7,8	7,3
Soupes biologiques	6,0	5,8	5,7	5,6	5,5	5,4	5,3
Tartinades biologiques	9,5	9,5	9,4	9,3	9,3	9,2	9,2
Grignotines sucrées et salées biologiques	27,7	27,6	27,5	27,3	27,0	26,7	26,5
Autres aliments biologiques	5,9	5,8	5,8	5,7	5,7	5,7	5,6

Source : Euromonitor, 2012

*Note : Les produits laitiers biologiques n'étant pas tous mesurés en kg, leur prix unitaire est impossible à calculer.

Le ralentissement économique de l'Espagne a souri à la marque maison de Carrefour SA, Carrefour Eco, qui occupe la plus grande part du marché des aliments emballés et des boissons biologiques au pays. Carrefour SA a réussi à se tailler une place non pas à titre de marque de qualité supérieure, mais parce qu'elle propose des produits biologiques à prix moindre.

Carrefour Eco permet aux consommateurs intéressés d'essayer des aliments biologiques, tout en continuant de se soucier des prix. Voilà qui est particulièrement important, car les prix élevés constituent un des principaux éléments de dissuasion pour de nombreux consommateurs n'adhérant pas au créneau biologique. Cependant, les produits biologiques de marque maison, telles que Carrefour Eco, sont peu courants en Espagne puisque le volume de leurs ventes est limité.

Par contre, Natursoy SL a gagné de l'importance sur le marché des aliments biologiques en même temps qu'El Corte Inglés SA, une marque maison de boissons biologiques, en misant sur la variété, la qualité et une base de consommateurs connaissant bien les produits. Ces entreprises vendent à prix relativement élevés.

À mesure qu'augmenteront la demande, la concurrence et le volume des ventes, les prix unitaires déclineraient. D'ici à ce que l'économie de l'Espagne se relève, le prix des produits biologiques demeurera toutefois problématique pour les consommateurs.

Part des 10 plus grandes marques d'aliments biologiques emballés en Espagne (par nom de marque internationale) - Répartition en %

Marque	Nom de l'entreprise (PMI)	2007	2008	2009	2010
Carrefour Eco	Carrefour SA	18,1	20,2	19,6	21,0
Hipp	Grupo Varna	15,3	14,9	13,9	13,1
Natursoy	Natursoy SL	8,4	9,2	9,2	9,3
La Cigala	Grupo Ebro Puleva SA	7,9	6,2	4,9	4,1
Casademont	Casademont SA	2,4	2,2	2,0	1,9
Président	Grupo Lactalis Iberia SA	1,4	1,9	1,8	1,8
Hero Baby	Hero España SA	1,4	1,5	1,5	1,6
El Corte Inglés Eco	El Corte Inglés SA	2,0	1,8	1,5	1,3
Nomen	Nomen Productos Alimenticios SA	1,0	0,9	0,8	0,8
Carrefour	Carrefour SA	0,6	0,6	0,6	0,7

Source : Euromonitor, 2012

▶ BOISSONS BIOLOGIQUES



En Espagne, la récession a aussi eu des effets sur le marché des boissons biologiques. Ce marché déjà relativement petit a sans doute été plus touché que celui des aliments biologiques emballés par la baisse de la consommation privée. En 2010, les boissons biologiques, y compris les boissons chaudes et les boissons gazeuses biologiques, ont connu une croissance de 2 %, tandis que la sous-catégorie des boissons chaudes biologiques a enregistré une croissance marginale de 1 %.

Taille du marché des boissons chaudes biologiques en Espagne Ventes au détail en millions de \$US et en % de croissance

	Valeur des ventes au détail en millions de \$US					Croissance (%)		
	2008	2009	2010	2011	2015	2009-10	2010-11	2011-15
Boissons chaudes biologiques	19,1	19,6	19,7	19,9	20,7	0,6	0,9	4,0
Café biologique	18,3	18,3	18,3	18,4	18,7	0,4	0,4	1,8
Café frais biologique	18,2	18,2	18,3	18,4	18,7	0,5	0,4	1,8
Café instantané biologique	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-50,0	-25,0	-49,1
Thé biologique	0,8	1,3	1,4	1,5	2,0	4,3	7,0	31,9
Thé noir biologique	-	0,4	0,5	0,5	0,7	5,0	8,0	33,4
Thé aux fruits et tisanes biologiques	0,4	0,4	0,5	0,5	0,7	6,0	9,0	38,5
Thé vert biologique	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	2,0	4,0	23,8

Prix unitaire des boissons chaudes biologiques en Espagne par sous-catégorie en \$US par kg basé sur le prix de vente au détail

	2009	2010	2011	2015
Café biologique	10,0	9,9	9,8	9,7
Café frais biologique	10,0	9,9	9,8	9,7
Café instantané bio.	38,6	35,2	33,0	31,9
Thé biologique	53,7	52,7	51,2	44,2
Thé noir biologique	45,0	44,2	43,0	36,4
Thé aux fruits et tisanes biologiques	51,6	50,6	49,2	41,8
Thé vert biologique	69,8	68,7	67,5	63,2
Autres boissons chaudes biologiques	-	-	-	-

Ventes au détail des boissons chaudes biologiques en Espagne par sous-catégorie en \$US par habitant

	2009	2010	2011	2015
Café biologique	0,4	0,4	0,4	0,4
Café frais biologique	0,4	0,4	0,4	0,4
Café instantané bio.	0,0	0,0	0,0	0,0
Thé biologique	0,0	0,0	0,0	0,0
Thé noir biologique	0,0	0,0	0,0	0,0
Thé aux fruits et tisanes biologiques	0,0	0,0	0,0	0,0
Thé vert biologique	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres boissons chaudes biologiques	-	-	-	-

Source : Euromonitor, 2012

La croissance de ce marché semble se concentrer sur quelques catégories. À titre d'exemple, les consommateurs espagnols ont tendance à associer le concept biologique au thé. Ils reconnaissent en général le thé biologique, car il est souvent importé des pays en développement, provient de l'agriculture biologique et son étiquette fait mention du commerce équitable. Aux yeux des consommateurs, il réunit donc mieux que d'autres produits les attributs des produits biologiques. L'achat de thé biologique donne aux consommateurs le sentiment de remédier à des préoccupations en matière d'environnement et de commerce équitable.

En 2010, il est surprenant de constater que le café biologique s'est soustrait à cette tendance. Sur le marché des boissons chaudes biologiques, il a connu la plus faible croissance, soit un mince 0,4 %. La catégorie du café instantané biologique a été lourdement touchée par une autre tendance. La popularité croissante de ce qu'on appelle le « café à dose unique », produit vendu pour sa facilité d'utilisation, a nui aux ventes de café biologique.

► **BOISSONS BIOLOGIQUES (suite)**



Taille du marché des boissons gazeuses biologiques en Espagne
Ventes au détail en millions de \$US et en % de croissance

	Valeur des ventes au détail en millions de \$US					Croissance (%)		
	2008	2009	2010	2011	2015	2009-10	2010-11	2011-15
Boissons gazeuses biologiques	6,4	7,0	7,4	7,9	10,0	5,8	6,8	25,6
Concentrés biologiques	-	-	-	-	-	-	-	-
Jus de fruits et de légumes biologiques	6,4	7,0	7,4	7,9	10,0	5,8	6,8	25,6
Jus 100 % biologiques	6,2	6,8	7,2	7,7	9,8	6,0	7,0	26,2
Nectar biologique (de 25 % à 99 % de jus)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	-0,7	0,4	4,5
Boissons au jus biologiques (jusqu'à 24 % de jus)	-	-	-	-	-	-	-	-

Prix unitaire des boissons chaudes biologiques en Espagne par sous-catégorie en \$US par litre basé sur le prix de vente au détail

	2009	2010	2011	2015
Concentrés biologiques	-	-	-	-
Jus de fruits et de légumes biologiques	3,2	3,2	3,1	2,8
Jus 100 % biologiques	3,3	3,3	3,2	2,8
Nectar biologique (de 25 % à 99 % de jus)	1,3	1,3	1,3	1,3
Boissons au jus biologiques (jusqu'à 24 % de jus)	-	-	-	-

Ventes au détail des boissons gazeuses biologiques en Espagne par sous-catégorie en \$US par habitant

	2009	2010	2011	2015
Concentrés biologiques	-	-	-	-
Jus de fruits et de légumes biologiques	0,2	0,2	0,2	0,2
Jus 100 % biologiques	0,1	0,2	0,2	0,2
Nectar biologique (de 25 % à 99 % de jus)	0,0	0,0	0,0	0,0
Boissons au jus biologiques (jusqu'à 24 % de jus)	-	-	-	-

Source : Euromonitor, 2012

Comme pour le thé biologique, les nouveaux consommateurs de produits biologiques réagissent bien aux jus 100 % biologiques. Le thé biologique et le jus 100 % biologique attirent les consommateurs en raison de leur lien à l'agriculture biologique, tandis que d'autres produits restent à découvrir.

Contrairement à la catégorie des aliments biologiques emballés, le nombre de marques maison concurrentes a augmenté sur le marché des boissons biologiques. La concurrence à la hausse combinée à la demande déclinante a donc réduit la valeur marchande globale des boissons biologiques en 2010. Malgré la baisse des prix unitaires, les consommateurs perçoivent toujours les boissons biologiques comme des produits haut de gamme, en raison de leur prix élevé par rapport à celui d'autres boissons.



► CANAUX DE DISTRIBUTION

Le marché des aliments biologiques en Espagne est relativement petit, en fait de ventes globales, et il est dominé par de petits producteurs. Quelques grandes multinationales sont actuellement présentes sur le marché, mais à mesure que la demande augmentera, on s'attend à ce que certaines d'entre elles acquièrent les petits producteurs existants dans le but de regrouper les produits biologiques dans leur entreprise.

Il semble que la distribution des produits biologiques passe principalement par les petits épiciers. En 2010, les cinq principaux épiciers, Mercadona, Carrefour, Eroski, El Corte Ingles et Auchan, contrôlaient 50,12 % du marché de l'alimentation. De toute évidence, les supermarchés et les hypermarchés sont bien implantés en Espagne, mais les petits fabricants de produits biologiques ont du mal à les joindre. Ces petits fabricants vendent habituellement leurs produits dans les magasins spécialisés, ou à leur propre comptoir de services. Voilà un autre obstacle à l'accroissement de la demande des consommateurs au-delà d'un secteur donné.

Distribution des aliments biologiques emballés en Espagne Valeur au détail (PVD) – Répartition en %

	2008	2009	2010
Ventes en magasin	93,2	89,5	89,3
Supermarchés et hypermarchés	34,9	35,3	35,6
Magasins de discompte	0,8	0,9	1,1
Petites épiceries	40,6	40,5	40,3
Dépanneurs	2,3	2,4	2,5
Petits épiciers indépendants	38,3	38,1	37,8
Détaillants à ciel ouvert	-	-	-
Autres ventes en magasin	16,9	12,8	12,3
Autres épiceries	16,9	12,8	12,3
Autres détaillants sauf épiceries	-	-	-
Ventes hors magasin	6,8	10,5	10,7
Distributeurs automatiques	0,2	0,2	0,2
Achat à domicile	3,5	3,4	3,3
Vente au détail par Internet	2,7	2,9	3,0
Vente directe	0,4	4,0	4,2
Total	100,0	100,0	100,0

Source : Euromonitor, 2012

► CERTIFICATION

L'Espagne se divise en 17 collectivités autonomes, dont les gouvernements régionaux comptent chacun un organisme en matière d'alimentation qui voit à l'administration de la certification des produits biologiques. Par conséquent, l'intérêt des fabricants étrangers pour le marché dépend largement de la région et de ses normes. Les exportateurs devront sans doute satisfaire aux critères de certification actuels de chacune des collectivités autonomes.

En 2009, la Cour européenne a instauré des règlements qui interdisent l'inscription du mot « bio » sur l'étiquette de tout produit non biologique. Ces règlements sont favorables aux fabricants de produits biologiques car, maintenant, le terme informe instantanément les consommateurs que le produit est certifié biologique.

▶ EXEMPLES DU PRIX



Les exemples suivants de prix sont tirés d'Euromonitor International (2011), et se fondent sur les ventes de produits dans les supermarchés et les hypermarchés.

Marque	Entreprise	Emballage	Prix (EUR)
Café frais biologique			
Malongo Bio Cristal	CMC Malongo	250 g	5,1
Malongo Bio Descafeinado	CMC Malongo	250 g	5,5
Malongo Bio la Tierra	CMC Malongo	250 g	5,5
Saulá Premium Ecológico	Saulá SA	500 g	7,9
Thé vert biologique			
Carrefour Eco Green Tea	Centros Comerciales Carrefour SA	20 sachets	1,5
Jus 100 % biologiques			
Carrefour ECO Manzana	Centros Comerciales Carrefour SA	1 litre	2,0
Carrefour ECO Naranja	Centros Comerciales Carrefour SA	1 litre	2,0
Carrefour ECOBIO Melocotón y Uva	Centros Comerciales Carrefour SA	1 litre	2,2
Lambda Melocotón-Manzana BIO-ECO	Grupo Vichy Catalán SA	1 litre	2,7
Lambda Naranja BIO-ECO	Grupo Vichy Catalán SA	1 litre	2,7
Lait maternisé biologique			
Hipp	Grupo Varna	500 g	10,0
Aliments biologiques déshydratés pour bébé			
Hero Baby Digest prebiotica 8 cereales	Hero España SA	600 g	2,4
Aliments biologiques préparés pour bébé			
Carrefour Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	200 g	1,2
Carrefour Eco frutas	Centros Comerciales Carrefour SA	200 g	1,2
Hipp	Grupo Varna	190 g	1,3
Biscuits biologiques			
Bio Darma	Bio-Darma SA	100 g	2,0
El Corte Ingles	El Corte Ingles SA	300 g	3,9
Pains biologiques			
Biocop	Biocop Productos Biologicos SA	120 g	2,2
El Corte Ingles	El Corte Ingles SA	500 g	2,6
Espiga	Panadería Espiga SA	350 g	3,0
Céréales à déjeuner biologiques			
El Corte Ingles	El Corte Ingles SA	500 g	2,7
Santiveri	Casa Santiveri SA	500 g	2,6
Gâteaux biologiques			
Special Line	El Corte Ingles SA	2 x 145 g	2,1
Confiseries chocolatées biologiques			
Carrefour Fondant Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	100 g	1,5
Carrefour chocolate con leche 40% cacao ECO	Centros Comerciales Carrefour SA	100 g	1,4
Plamil	Plamil Foods Ltd	100 g	3,5
Sole	Chocolates Sole SA	100 g	1,6
Sucreries biologiques			
Natursoy	Natursoy SL	250 g	2,0
Autres desserts biologiques réfrigérés et de longue conservation			
Helios	Helios SA	350 g	3,0
Melimur	Agro-Rosa	500 g	4,4
Fromage biologique			
Vrai Natural	El Corte Ingles SA	500 g	2,4
Crème biologique			
Pur Natur	Natursoy SL	150 g	1,5
Vrai Fresca	El Corte Ingles SA	200 ml	1,8
Boissons lactées aromatisées biologiques			
Ecomil	Vegetal N Lacto SA	1 litre	2,7
Isola	Grupo Isola SA	750 ml	2,2

► EXEMPLES DU PRIX (suite)



Marque	Entreprise	Emballage	Prix (EUR)
Fromage frais et fromage blanc biologiques			
Vrai Natural	El Corte Ingles	500 g	2,4
Lait biologique à teneur réduite en gras			
Carrefour	Centros Comerciales Carrefour SA	1 litre	1,2
President	Grupo LActalis Iberia SA	1 litre	1,3
Président Ecológica	Lactalis Ibéria SA	1 litre	1,3
Lait standard biologique			
Carrefour Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	1 litre	1,2
El Corte Ingles	El Corte Ingles SA	1 litre	1,3
Président Leche Ecológica	Lactalis Ibéria SA	1 litre	1,3
Lait de soja biologique			
Carrefour Ecobio	Centros Comerciales Carrefour SA	1 litre	1,4
Naturgreen	Laboratorios Almond SL	1 litre	2,1
Yosoy	Alitey	1 litre	1,0
Yogourt biologique à base de soja			
Carrefour Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	420 g	2,2
Autres yogourts biologiques			
Carrefour	Centros Comerciales Carrefour SA	420 g	2,2
Caseria	La Caseria SA	4 x 250 g	1,6
Letur	Quesos Artesanos de Letur SA	420 g	2,4
Pur Natur	El Corte Ingles SA	150 g	1,5
Beurre biologique			
Carrefour Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	250 g	3,0
Vrai	Vrai SA	250 g	2,6
Huile d'olive biologique			
Carrefour ECO	Centros Comerciales Carrefour SA	500 ml	2,7
El Corte Ingles	El Corte Ingles SA	500 ml	4,1
Nuñez de Prado	Nuñez de Prado CB	500 ml	4,9
Huiles et matières grasses tartinables biologiques			
Vrai	Vrai SA	250 g	2,6
Repas préparés biologiques			
Alecosor	Soria Natural SA	200 g	2,9
Natursoy	Natursoy SL	150 g	2,5
Riz biologiques			
Carrefour	Centros Comerciales Carrefour SA	500 g	1,0
Nomen	Nomen Prod Aliment SA	1 kg	2,7
Sauces, vinaigrettes et condiments biologiques			
Carrefour ECO	Centros Comerciales Carrefour SA	325 g	1,6
Carrefour ECO	Centros Comerciales Carrefour SA	660 g	1,3
Carrefour ECO Anchoa	Centros Comerciales Carrefour SA	6 x 50 g	2,3
Heinz Ecológico	Heinz Ibérica SA	580 g	3,0
Collations aux fruits biologiques			
Natursoy	Natursoy SL	180 g	3,2
Santiveri	Casa Santiveri SA	25 g	1,0
Collations biologiques			
Granovita	Granovita SA	120 g	4,5
Soupes biologiques			
Aneto	Gallina Blanca SA	1 litre	5,0
Gallina Blanca Caldo de Pollo Ecológico	Gallina Blanca SA	1 litre	4,4
Miel biologique			
Melimur	Melimur SA	500 g	4,4
Tartinades biologiques autres que le miel			
Carrefour ECO (Albaricoque, fresa, melocotón)	Centros Comerciales Carrefour SA	280 g	1,6
Helios	Helios SA	350 g	3,0



▶ EXEMPLES DU PRIX (suite)

Marque	Entreprise	Emballage	Prix (EUR)
Collations aux fruits biologiques			
Corte Ingles	El Corte Ingles SA	450 g	3,0
Noix biologiques			
El sequer	Frutos secos el sequer SA	150 g	3,5
Paño	Paño Sa	90 g	3,3
Autres grignotines sucrées et salées biologiques			
Carrefour	Centros Comerciales Carrefour SA	660 g	1,3
Autres aliments biologiques			
Carrefour Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	500 g	1,0
Carrefour Macarrón ECO	Centros Comerciales Carrefour SA	500 g	1,0
Carrefour Puerros Eco	Centros Comerciales Carrefour SA	251 g	2,0
Natursoy	Natursoy SL	75 g	2,2

▶ RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Pour en savoir plus sur les produits biologiques et les normes d'étiquetage, veuillez consulter les publications suivantes d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, ou l'une ou l'autre des ressources proposées ci-après :

- ▶ *Tendances du marché : Produits biologiques*
Novembre 2010
- ▶ *L'étiquetage des produits alimentaires en Europe : Modification de la réglementation sur l'étiquetage de l'Union européenne et nouvelles éco-étiquettes en France*
Septembre 2010
- ▶ *Numéro spécial * *Information et étiquetage sur les denrées alimentaires dans l'Union européenne*
Septembre 2011

Ressources clés sur les normes biologiques, la réglementation et l'étiquetage

Union européenne	<p><i>*Les règlements portant sur l'étiquetage des aliments au sein de l'UE sont en cours d'examen, et pourraient faire l'objet de modifications. Pour en savoir plus, ou pour prendre connaissance des dernières mises à jour, veuillez consulter les ressources suivantes :</i></p> <p>Commission européenne http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/nutritionlabel/index_en.htm</p> <p>Conseil européen de l'information sur l'alimentation http://www.eufic.org/article/fr/sante-mode-de-vie/choix-alimentation/artid/Etiquetage-nutritionnel-comment-ou-et-pourquoi/</p>
Canada	<p>Agence canadienne d'inspection des aliments, Règlement sur les produits biologiques http://www.inspection.gc.ca/aliments/produits-biologiques/fra/1300139461200/1300140373901</p>
International	<p>Groupe de travail international sur l'harmonisation et les équivalences en agriculture biologique http://www.itf-organic.org/</p> <p>Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/index.html</p>

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Aliments biologiques emballés en Espagne

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2012).
ISSN 1920-6623
No AAC. **11723F**

Références photographiques

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4^e étage
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:
Organic Packaged Food in Spain

Canada 