

ØKOLOGISK MARKEDSRAPPORT FOR FRANKRIG 2024

Inklusiv Go To Market information

VELKOMMEN

Denne rapport tegner et overordnet billede af det økologiske marked i Frankrig og henvender sig til eksportparate danske virksomheder. Hensigten er, at gøre det nemt at danne sig et overblik over relevant viden om markedet, samfundet og de franske økologiske forbrugere.

Markedsrapporten er tænkt som et starting point for virksomheder der ønsker at undersøge mulighederne for at entrere det franske marked.

Den starter med en PEST analyse, hvor der dykkes ned i de politiske, økonomiske, sociale og teknologiske forhold i Frankrig. Herefter kommer der en introduktion til det franske økologiske marked som helhed og slutter med et portræt af den franske økologiske forbruger. PEST analysen og forbrugerportrættet er de Go To Market informationer, der rammer markedsrapporten ind og som til sammen danner et godt udgangspunkt for, at den enkelte virksomhed kan udarbejde en mere specifik markedsstrategi for de enkelte produkter.

Rigtig god læselyst!

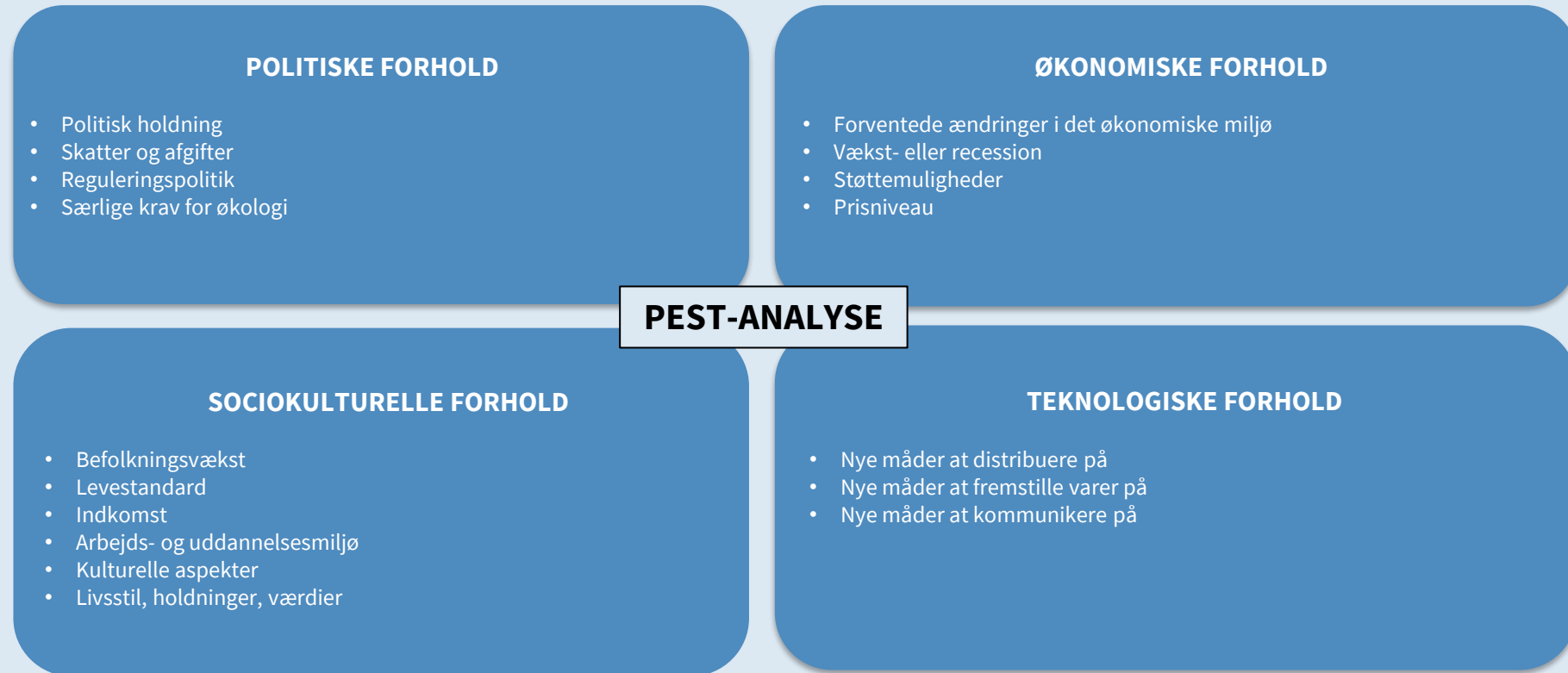
INDHOLD

- Politisk, økonomisk, social og teknologisk analyse af Frankrig
- Økologisk markeddata for Frankrig
- Forbrugerportræt af den franske økologiske forbruger



PEST ANALYSE FRANKRIG

PEST-ANALYSE: SPILLEREGLER PÅ DET FRANSKE MARKED



POLITISKE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvilke politiske holdninger er der ift. økologi?	Økologi har et stort politisk fokus i Frankrig. I februar 2024 underskrev regeringen Agence BIOs (Organic Denmarks søster organisation i Frankrig) præstationsmål for 2024-2028. Frankrig har siden 2017 haft en national, økologisk handlingsplan, kaldet 'Ambition Bio' som er blevet fornyet af flere omgange. Pt. er det Ambition Bio 2027-program der gælder og som i hovedtræk vil udgøre køreplanen for at sikre konsolidering og udvikling af økologisk landbrug via stimulering af efterspørgsel og at fremme organiseringen i den økologiske sektor.
Hvor høje er skatter og afgifter?	Salg og tjenesteydelser, der udføres i Frankrig, er underlagt moms. Standardmomssatsen i Frankrig er på 20 % men der findes reducerede momssatser på 10 %, 5,5 % og 2,1 %. Den reducerede sats på 5.5% anvendes på varer og tjenester, der er væsentlige for dagliglivet eller har en stærk social værdi f.eks. fødevarer og drikkevarer (undtagen alkohol).
Er der specielle reguleringspolitikker inden for fødevarer eller økologi specielt?	Egalim-loven tilsigter 20% økologi i offentlig bespisning – pr. juni 2024 ligger den på 7%. Ecophyto-planen der er et fransk initiativ, der sigter mod at reducere brugen af pesticider i landbruget med 50% inden 2025 er sat på pause. Økologiske landmænd kan til gengæld modtage en akuthjælp på 90 mio. euro. Målene for økologi opretholdes i landbrugsorienteringsloven: 21 % af SAU i økologi, 10% for bælgrugter.
Er der særlige markeds- og lovgivningskrav inden for økologi?	Alle øko-operatører (producenter, forarbejdningsvirksomheder, grossister, importører osv.) skal anmelde deres aktivitet til kontrolmyndigheden l'Agence BIO, som fører protokol. Derudover skal operatørerne indgå en kontrakt med et certificeringsorgan godkendt af l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), som overvåger, at kravene bliver overholdt. Frankrig følger EU lovgivningen (det grønne EU-mærke), som skal være på varerne. Frankrig har også deres eget økologiske "Agriculture Biologique"-mærke (AB). Kun produkter, der indeholder mindst 95 % certificerede økologiske landbrugsingredienser, må indeholde udtrykkene "økologisk" i produktnavnet.

ØKONOMISKE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Er der tale om en vækst- eller recessionsøkonomi?	Frankrig er den næststørste økonomi i EU efter Tyskland og inflationen i Frankrig lå i 2023 på 5,7 %. Den franske økonomi er blandt de mest diversificerede økonomier i verden. Frankrig har bl.a. en stor fødevarer- og landbrugsproduktion, men landet producerer også biler, fly, farmaceutiske produkter mv. Derudover er Frankrig det land i verden, som hvert år modtager flest udenlandske turister. Frankrig har en relativ høj arbejdsløshed på ca. 7,3 %, som dækker over en ungdomsarbejdsløshed på ca. 17,2%. BNP pr indbygger var i 2023 33.750 €. Frankrig har ikke haft overskud på de offentlige finanser siden 1974, og den offentlige gæld var i 2023 på 110,6 % af BNP.
Hvilke støttemuligheder for økologien findes der?	Franske landmænd kan søge støtte i form af kompensationsbetalinger som er til rådighed for omlægning og vedligeholdelse af økologiske landbrug jf. EU's landdistriktsprogram. Jf. IFOAM EU Group gives der også politisk støtte til fremme af økologisk landbrug, udvikling af fødevarekæder og forsknings- og udvidelsestjenester.
Hvad er det generelle prisniveau for fødevarer?	Generelt ligger prisniveauet for fødevarer i Frankrig lidt over gennemsnittet for EU. Inflationen på fødevarer var 0,8 procent i juli 2024.
Hvor stor en andel af indkomsten bruger indbyggerne på mad?	I 2022 var den gennemsnitlige årlige husstandsindkomst 41.706 euros og af dem brugte de i august samme år ca. 36 % af deres indkomst på mad.

SOCIOKULTURELLE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvad er befolkningstilvæksten?	Frankrig har oplevet en stabil befolkningsvækst gennem årene. I 2024 er befolkningen anslået til at være omkring 66,5 millioner mennesker. Vækstraten er dog faldende og ligger nu på omkring 0,17%.
Hvad er levestandarden i Frankrig?	Frankrig har en høj levestandard sammenlignet med mange andre lande. Landet scorer højt på områder som sundhed, uddannelse og social sikkerhed.
Hvad er husstandsindkomsten i Frankrig?	Den gennemsnitlige husstandsindkomst i Frankrig var i 2022 41706 euro.
Hvilke kulturelle faktorer eksisterer i landet?	Ydre fremtoning er vigtig. Den symboliserer respekt over for både andre og sig selv. Franskmænd tillægger det stor værdi at initiere et imødekommande og venligt <i>goddag</i> og at tage lige så pænt afsked De adskiller arbejde og privatliv og er generelt mere kollektivistisk orienterede end i Danmark.

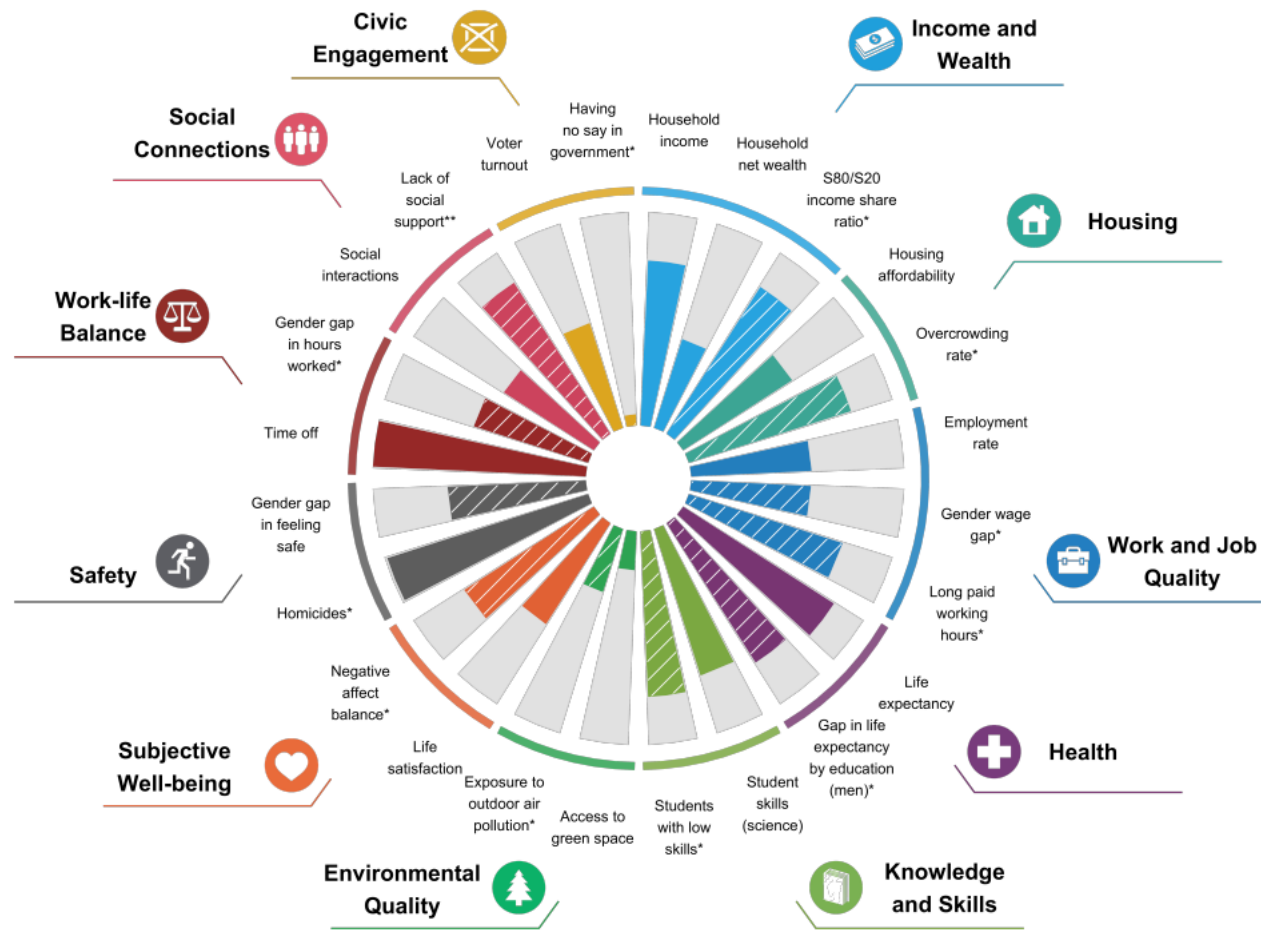
SOCIOKULTURELLE FORHOLD (FORTSAT) - HANDELSKULTUR

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvad er handelskulturen – værdier: hierarki/formel/uformel	Sociale afstand er større end i Danmark - høflighed og formel distance gælder. Handelskulturen er hierarkisk og meget formel.
Do's and Don'ts?	• Mød velklædt op • Hils på alle • Lad være med drikke, før alle har fået fyldt deres glas. Drik langsomt!
Personligt fremmøde/mail/telefon?	Det er normalt, at en dansk forretningsmand og den franske forbindelse mødes over frokost eller (sjældnere) middag for at lære hinanden bedre at kende. Der tales ikke om forretninger ved første kontakt, men først når man er begyndt at vide mere om hinanden.
Handelssprog – og tiltaleform?	Tiltaleformen er generelt 'Vous'. Franskmændene har en mere indirekte samtalekultur end i Danmark, og der bliver gjort plads til smalltalk. Et direkte 'nej' eller 'ja' kan virke voldsomt for en franskmand.
Sprog – lokalt/engelsk?	Hvis der er tale om telefonisk kontakt, taler franskmænd generelt gerne fransk. Engelsk er nemmere gennem skriftlig kommunikation – f.eks. Mail.
Hvad er god skik ved kundemødet?	• Klæd dig præsentabelt på. • Small talk gerne og at tage dig god tid • Følg op med skr. opsummering af mødet for at undgå misforståelser. Mange franskmænd taler ”franglais”
Handelskultur og kutymmer?	Det er mere almindeligt at komme lidt for sent til møder, men til gengæld opfattes det som uhøfligt at afslutte mødet før agendaen er drøftet færdig (hvor det omvendte er gældende i Danmark med at man helst kommer til tiden og at et møde slutter ved aftalte tidspunkt).

TEKNOLOGISKE FORHOLD

SPØRGSMÅL:	SVAR:
Hvilke teknologiske tendenser ses på markedet generelt?	French Tech 2030 er et program der støtter fremkomsten af virksomheder, der udvikler banebrydende innovationer. Det er en del af Frankrigs strategi for at bevare økonomisk suverænitet og fremme teknologisk udvikling. Derudover har den franske regering investeret massivt i teknologi, herunder en stimuluspakke på 7 milliarder euro til den digitale økonomi.
Er der nye måder at distribuere varer på?	Stigende e-handel og efterspørgsel på hurtigere måder at distribuere varer på betyder at der kommer flere lokale distributionscentre rundt i Frankrig samt flere klick and collect løsninger.
Er der nye måder at fremstille varer på?	Traditionelle industrier som tekst- og stålproduktion er i de seneste år blevet afløst af højteknologi, dataindustri og rumteknologik
Er der nye måder at kommunikere på?	Online møder er blevet mere almindelige i fransk forretningskultur, især efter COVID-19-pandemien. Mange virksomheder har tilpasset sig den digitale arbejdsform og bruger nu regelmæssigt videokonferencer og andre online kommunikationsværktøjer. Dog er det vigtigt at bemærke, at franskmænd stadig værdsætter personlige møder og den formelle tone i forretningssammenhænge. Det kan derfor være en god idé at kombinere online møder med lejlighedsvis fysiske møder, hvis det er muligt.

FRANSKMÆNDENDES VELBEFINDENDE



MARKEDSDATA FOR DET FRANSKE MARKED

DET FRANSKE ØKOLOGISKE MARKED I KORTE TRÆK

ØKOLOGI I FRANKRIG:

Økologien har været presset de senere år

Markedet har fundet sig selv igen

De franske kæder ser vigtigheden i økologi, og har det som en del af deres strategi, at øge det økologiske salg

ØKOLOGI OG TAL:

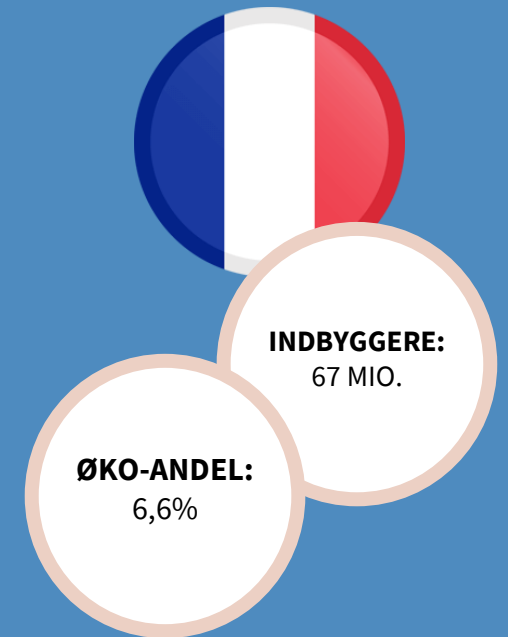
Frankrig er Europas anden største marked for økologi med en omsætning på 12,8 mia. EUR i 2022

Det er 3,6% lavere end 2021

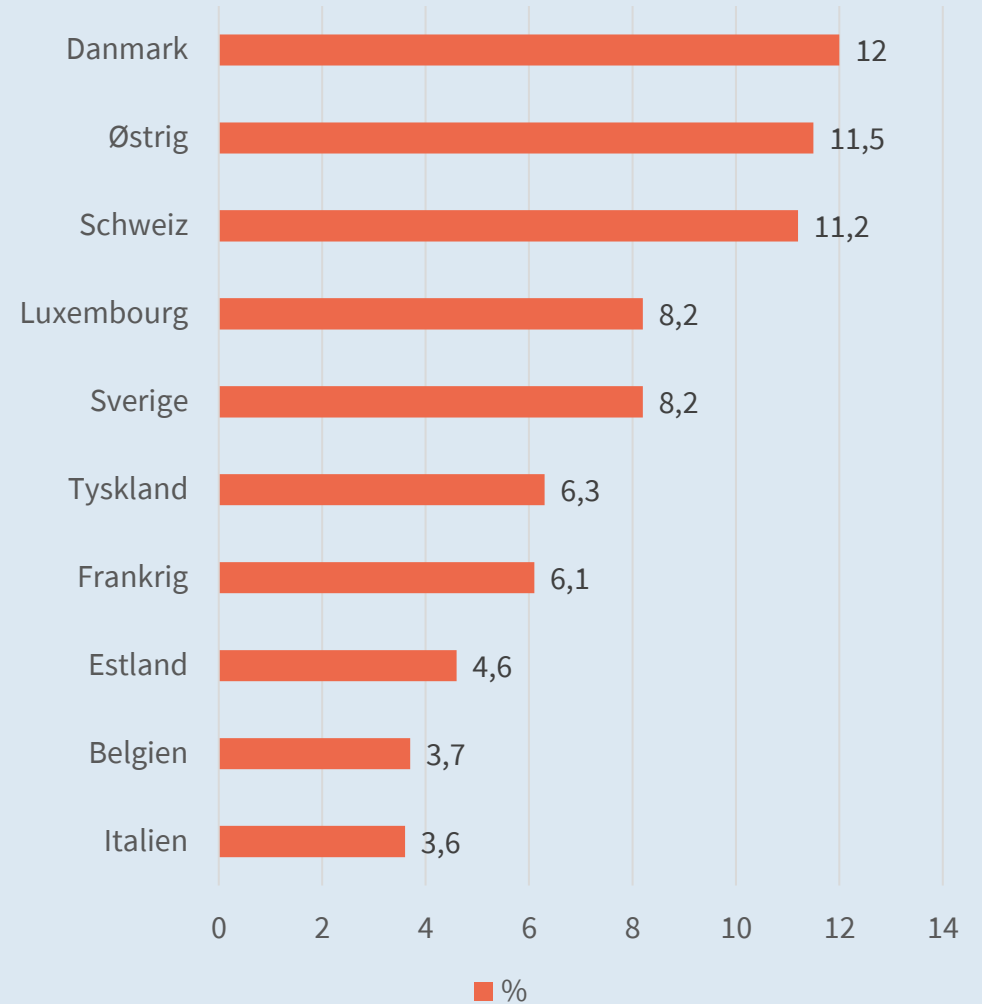
Franskmændene bruger i gennemsnit kr. 1.403 kr. på økologi årligt

Frankrig er vores 4. største økologiske eksportmarked med en omsætning på kr. 130 mio.

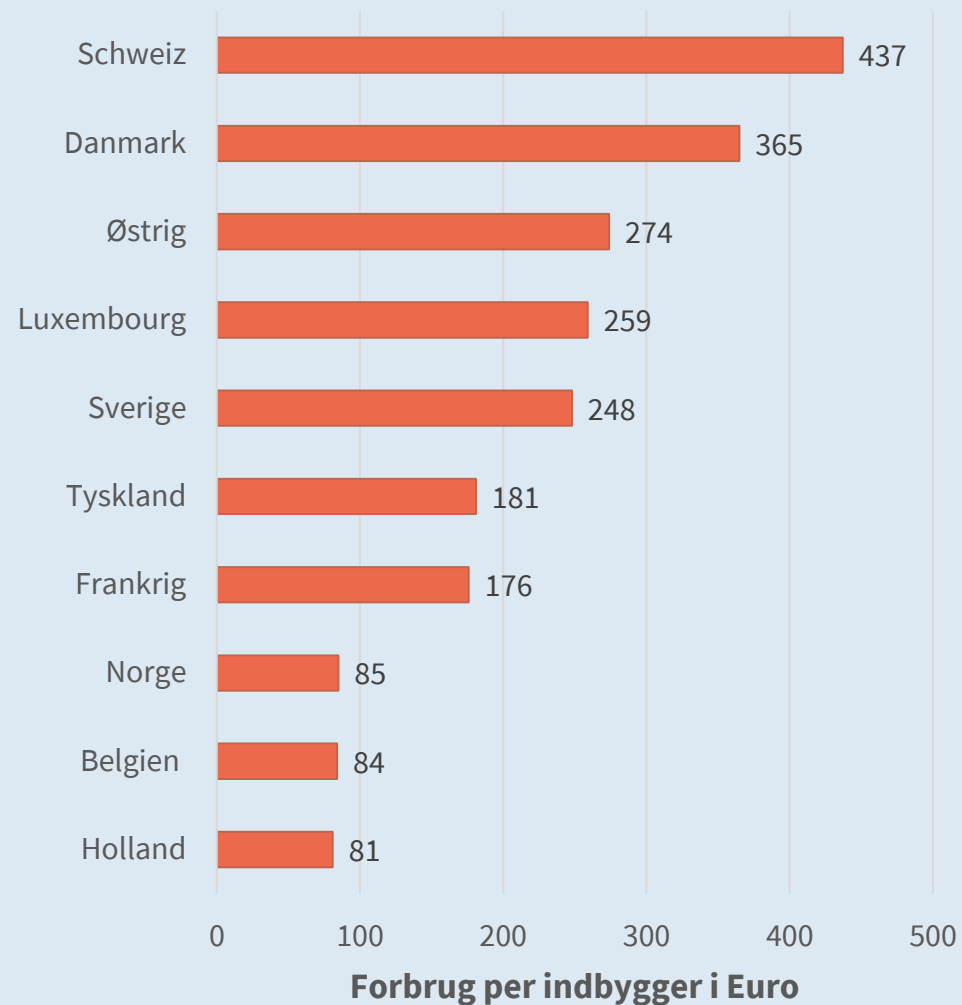
Det giver danske fødevarer en økologisk markedsandel på 0,1%



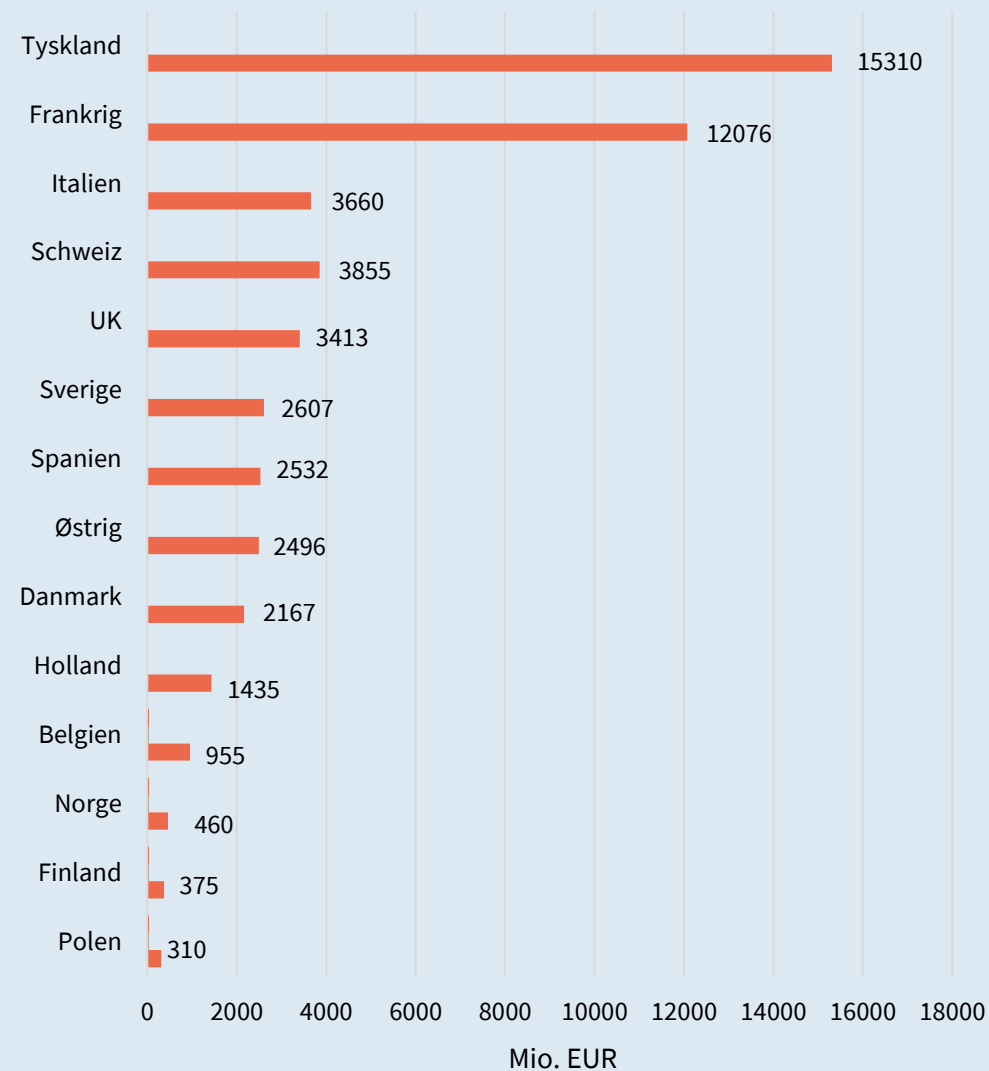
ØKOLOGISK MARKEDSANDEL AF DETAILOMSÆTNINGEN AF FØDEVARER 2022 I EUROPA



LANDE MED HØJESTE PR. CAPITA FORBRUG PÅ ØKOLOGISKE FØDEVARER 2022 I EUROPA

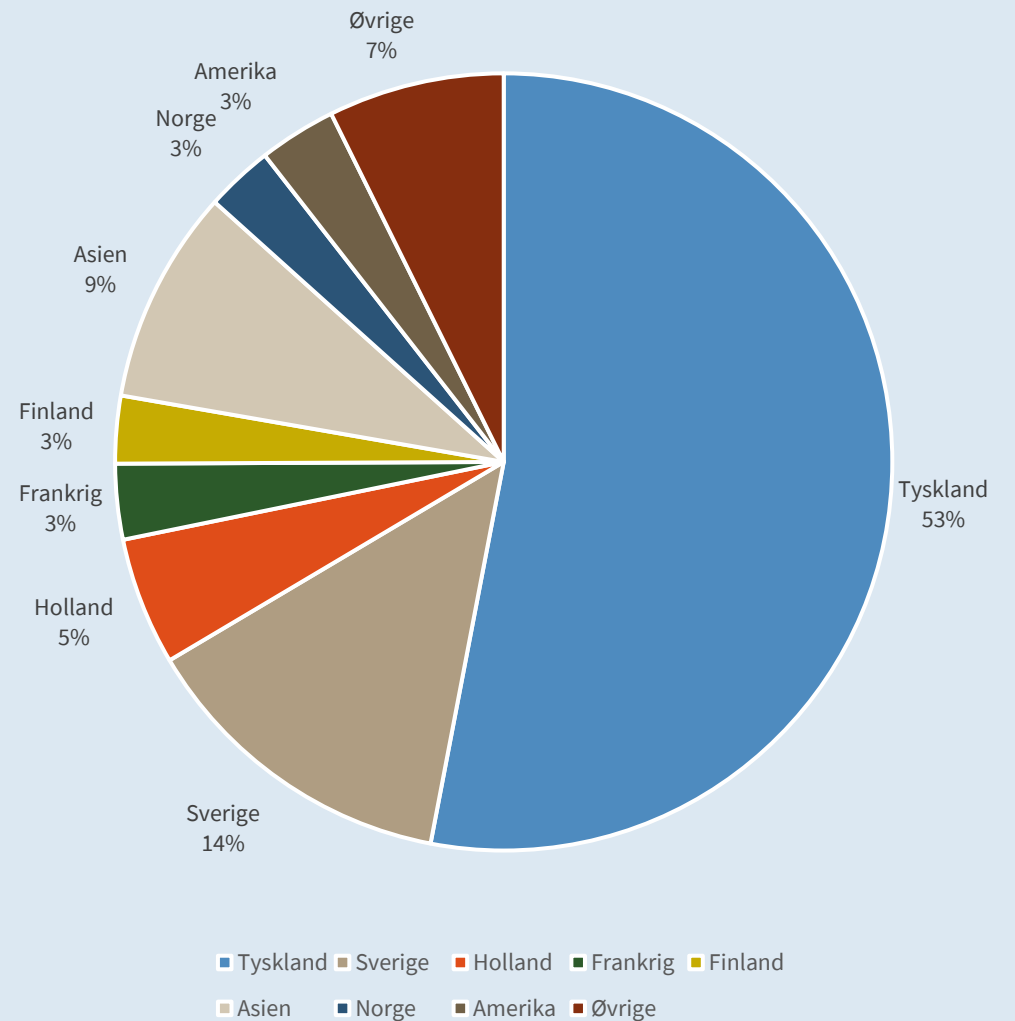


LANDE MED DEN STØRSTE ØKOLOGISKE FØDEVAREOMSÆTNING I EUROPA 2022



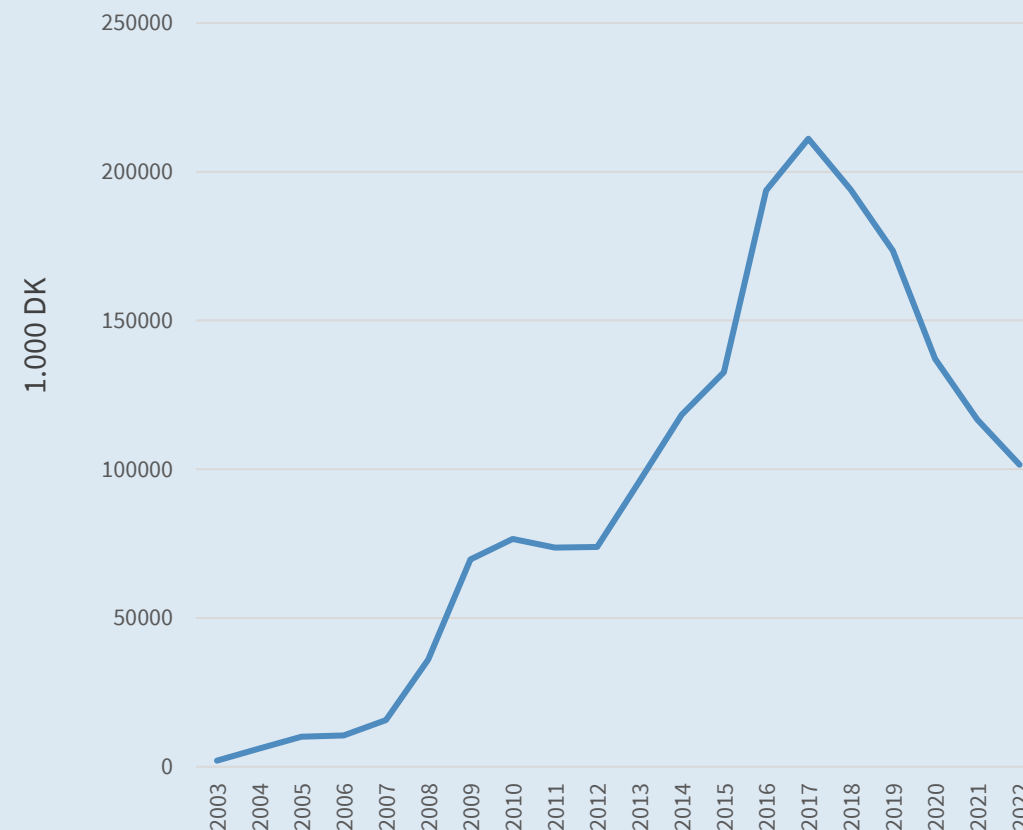
EKSPORT AF ØKOLOGISKE VARER I 2022

4% AF DEN DANSKE ØKOLOGISKE EKSPORT GIK I 2022
TIL FRANKRIG

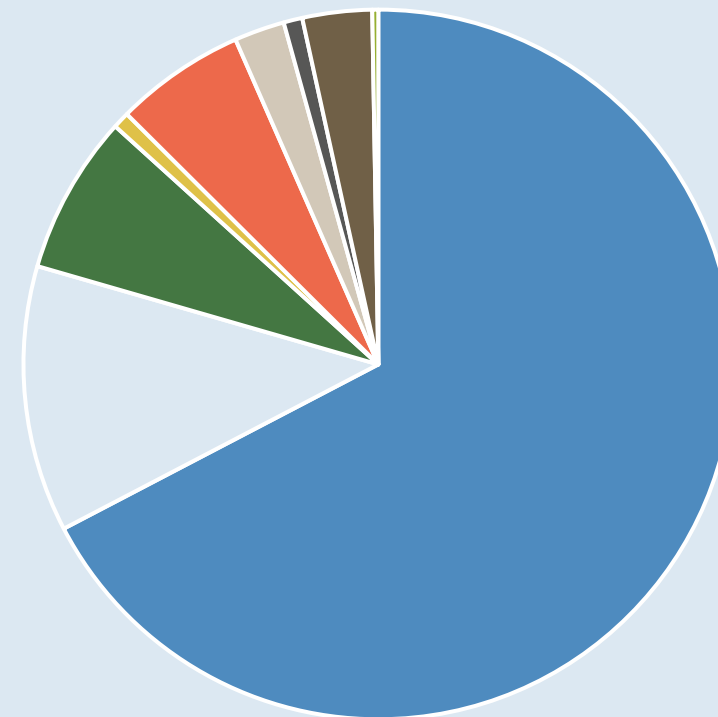


UDVIKLINGEN AF DANSK ØKOLOGISK EKSPORT TIL FRANKRIG 2003 - 2021

UDVIKLINGEN AF DANSK ØKOLOGISK EKSPORT TIL FRANKRIG 2003 - 2022



ØKOLOGISK EKSPORT TIL FRANKRIG I 2022



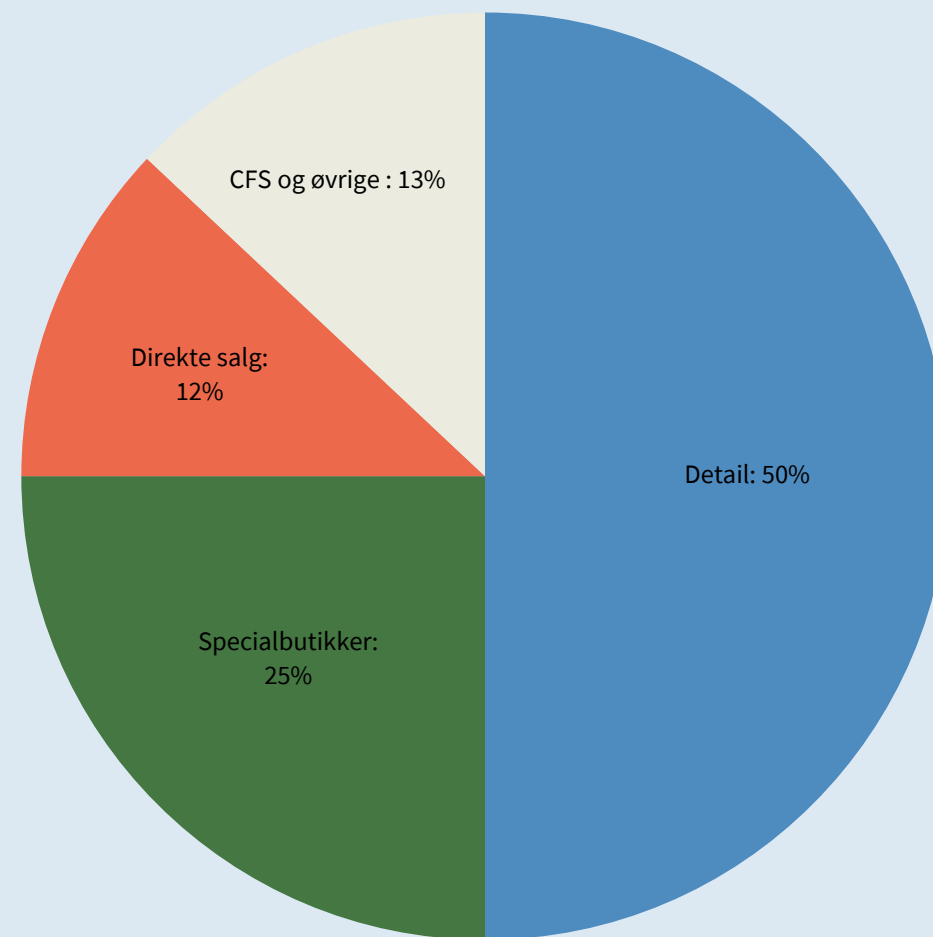
- Kød og kødvarer 68 %
- Fisk, krebsdyr, bløddyr og varer deraf 7 %
- Frugt og grøntsager 6 %
- Drikkevarer 1 %
- Andre varer 0 %
- Mejeriprodukter og fugleæg 12 %
- Korn og kornvarer 1 %
- Diverse næringsmidler i.a.n. 2 %
- Vegetabilske olier og fedtstoffer 3 %

FORDELING AF SALGET AF ØKOLOGISKE FØDEVARER I 2022

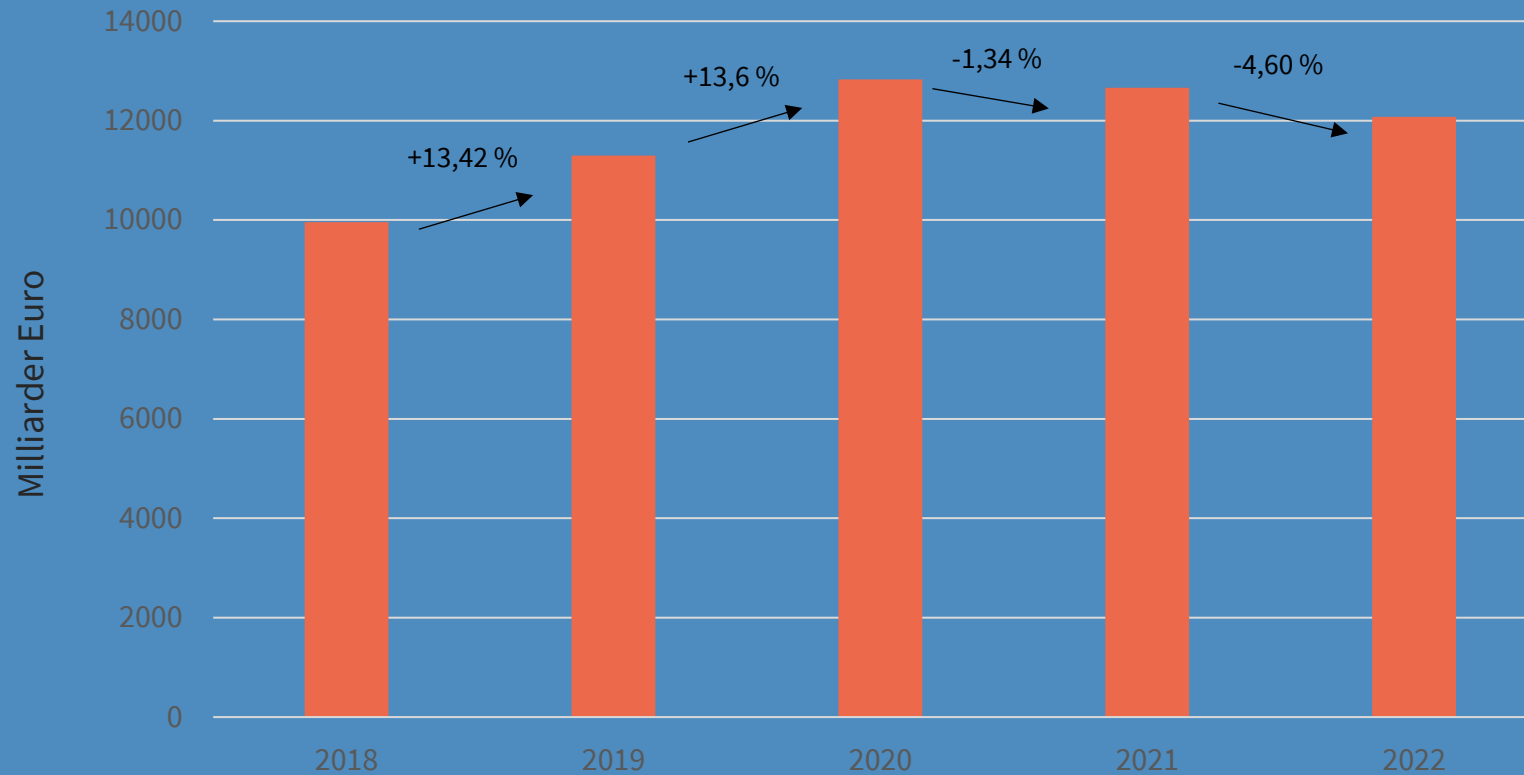
SPECIALBUTIKKER: ØKOBUTIKKER, HELSEBUTIKKER OG LIGN.

DIREKTE SALG: GÅRDBUTIKKER, HJEMMELEVERING OG
ONLINEHANDEL

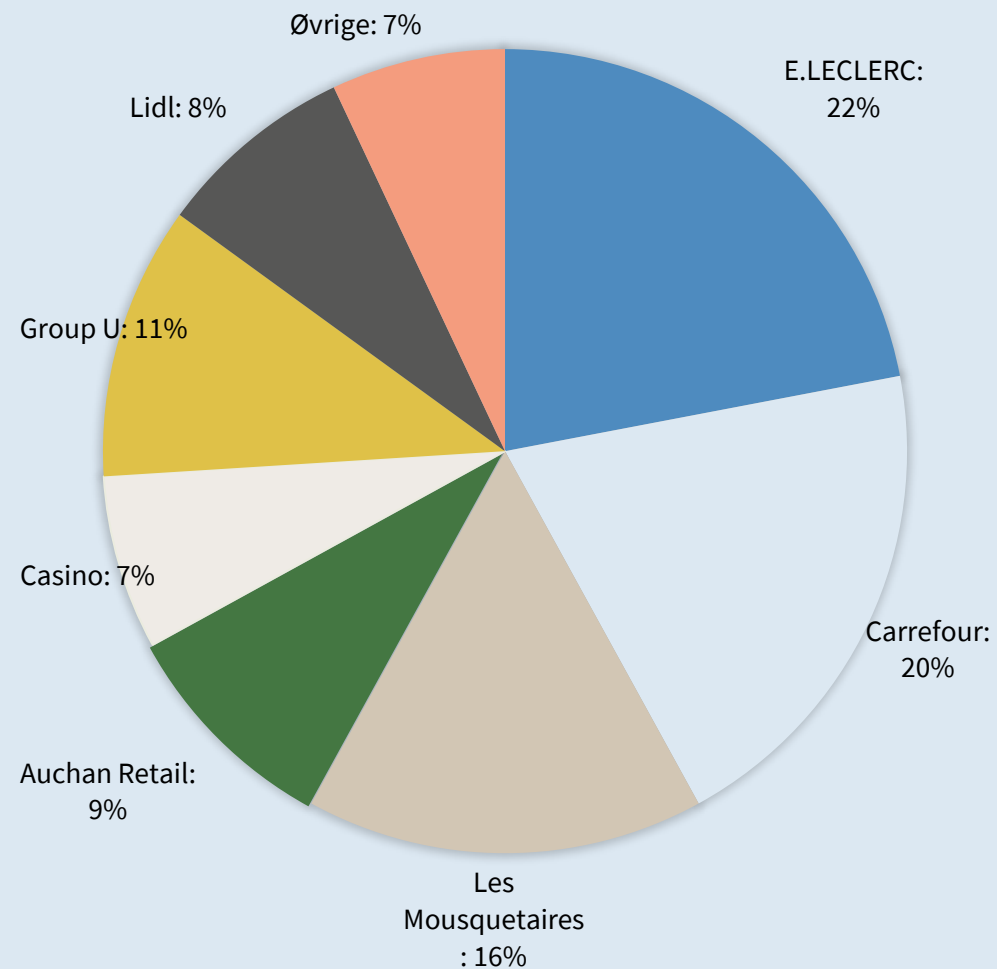
CFS:
CATERING & FOODSERVICE SAMT ØVRIGE



UDVIKLINGEN I DEN ØKOLOGISKE DETAIL OMSÆTNING I FRANKRIG



MARKEDSANDELE I DEN FRANSKE FØDEVAREBRANCHE 2020



OVERBLIK OVER POTENTIELLE DISTRIBUTIONSKANALER I FRANKRIG

DETAILKÆDER	ØKO- DETAILKÆDER	ØKO- GROSSISTER
• E.Leclerc • Carrefour • Intermarché • Systemé U • Auchan • Casino • Cora • Aldi • Lidl	• Biocoop • La vie Claire • Naturalia • Bio c' Bon • So.Bio • NaturéO • L'Eau Vive • Satoriz • Les Nouveaux Robinsons • La Vie Saine • Le Grand Panier Bio	• Vitafrais • Relais Vert • Nature SAS / Boutique Nature • Bio Finis-Terre • La Fourche
Samt mange flere	Samt mange regionale kæder	Samt mange flere

DE 4 STØRSTE DAGLIGVAREGRUPPE R UDGØR OMKRING 70% AF MARKEDET

DAGLIGVAREGRUPPE		SAMLET OMSÆTNING I 2020	MARKEDSAND EL 2020
	E.Leclerc Group	Ca. 43,9 mia. EUR	22%
	Carrefour Group	Ca. 81,25 mia. EUR	20%
	Intermarché (Les Mousquetaires Group)	Ca. 36 mia. EUR	16%
	Système U Group	Ca. 23,88 mia. EUR	11,6%



E.LECLERC

- Antal butikker i Frankrig (2024): 720
- E.Leclerc er et fransk hypermarked med fokus på lave priser
- Detail markedsandel: 23,8%
- Kæden havde i 2020 en markedsandel på ca. 20 % af det økologiske salg i detailkæder
- Kæden er baseret på uafhængige butiksejere, som deler samme værdier og succeser (franchise)
- Kæden er også repræsenteret i Polen, Italien, Portugal, Spanien, Slovenien mv.
- Kæden har eget økologisk private label ”**Bio Village**”
- E.Leclerc ejer den økologiske kæde ”le marché bio”, som åbnede sin første butik i 2018
- Omsætning: 43,9 mia. EUR

CARREFOUR

- Antal butikker i alt: 13,894
 - Antal butikker i Frankrig: 5,755
 - Derudover butikker i Italien, Spanien, Polen, Belgien, Rumænien, Argentina, Brasilien mv.
- Carrefour Goup er en af de førende detailkæder i hele verden
- Kæden havde en omsætning på 81,25 mia. EUR i 2022
- Detail markedsandel: 20%
- Kæden havde i 2020 en markedsandel på ca. 21 % af det økologiske salg i detailkæder
- Økologiske produkter udgør 11,5% af kædens fødevareudvalg
 - Kæden tilbyder online køb med afhentning, levering og hurtig levering
- Carrefour har egne økologiske butikker og økologisk private label "Carrefour BIO"
- Derudover har de købt følgende øko-kæder Bio c´Bon, So Bio & Greenweez (fransk økologisk online forhandler)



LES MOUSQUETAIRES GROUP (INTERMARCHÉ)

- Det største brand og den helt store supermarkeds kæde under Les Mousquetaires gruppen er "Intermarché"
- Intermarché er opdelt i 4 forskellige butikksformater:
 - Intermarché HYPER (hypermarkeder med alt lige fra store nationale brands til små lokale fødevarer)
 - Intermarché SUPER (supermarkeder med en stærk position (udgør størstedelen af deres butikker))
 - Intermarché CONTACT (convenience butikker)
 - Intermarché EXPRESS (express-butikker placeret i storbyen)
- Kæden havde i 2020 en markedsandel på ca. 13,1 % af det økologiske salg i detailkæder
- Økologiske produkter udgør 3% af Les Mousquetaires Groups fødevarerudvalg
- Detail-markedsandel: 15,7%
- Økologiske produkter udgør 3% af Les Mousquetaires Groups fødevarerudvalg
- Les Mousquetaires group har omkring 3000 butikker i Frankrig: Intermarché – 1860, Netto (ikke den danske Netto) – 306, Roudy – 119, Rapid Pare-Brise – 238, Bricomarché – 474, Brico Cash – 49, Bricorama – 119
- Omsætning: 36 mia. EUR

The logo for Intermarché, featuring the word "Inter" in black and "marché" in red, with a stylized black swoosh underneath.

SYSTÉME U

- Systéme U er en kæde af hypermarkeder, supermarkeder og convenience butikker under følgende navne:
 - Hyper U: hypermarkeder
 - Super U: supermarkeder
 - Utile: lokale fødevarehandlere
 - Marché U: butikker
 - Øvrige : øvrige uafhængige butikker
- Detail markedsandel: 11,3%
- Økologiske produkter udgør 11% af Systéme U's fødevareudvalg
- Kæden har eget økologiske private label ved navn "U bio"
- Antal butikker: 1.680
- Omsætning: 23,88 mia. EUR



ØVRIGE BUTIKKER I DAGLIGVAREHANDLEN

AUCHAN

- AUCHAN HAVDE I 2024 1600 BUTIKKER I 23 FORSKELLIGE LANDE. HERAF LÅGGER CA. 850 I FRANKRIG
- AUCHAN GRUPPEN OMSATTE SAMLET SET FOR 32 MIA. EUR I 2023
- DETAIL MARKEDSANDEL: 9,4%
- ØKOLOGISKE PRODUKTER UDGØR 12% AF AUCHANS FØDEVAREUDVALG
- KÆDEN HAR EGET ØKOLOGISKE PRIVATE LABEL VED NAVN 'AUCHAN BIO'

CASINO

- CASINO GROUP HAR CA. 8.600 BUTIKKER I FRANKRIG (2024)
- CASINO GROUP OMSATTE FOR 33,6 MIA. EUR I 2022
- DETAIL MARKEDSANDEL: 7,4 %
- ØKOLOGISKE PRODUKTER UDGØR 4-8% AF CASINOS FØDEVAREUDVALG
- TIL CASINO GRUPPEN HØRER BL.A. KÆDERNE GÉANT, MONOPRIX, FRANPRIX, NATURALIA (ØKO-KÆDE), CASINO
- CASINO GROUP HAR EGNE ØKOLOGISKE PRIVATE LABELS: CASINO BIO, MONOPRIX BIO OG FRANPRIX BIO



ØVRIGE BUTIKKER I DAGLIGVAREHANDLEN

LIDL

- LIDL HAR CA. 12.350 BUTIKKER I 31 LANDE, HERAF 1.585 BUTIKKER I FRANKRIG
- KÆDEN ER EJET AF SCHWARZ-GRUPPEN, OG HAR HOVEDSÆDE I NECKARSULM, TYSKLAND
- MED EN MARKEDSANDEL PÅ 7,1 % OMSATTE LIDL FOR 16,1 MIA. EUR I 2022
- ØKOLOGISKE PRODUKTER UDGØR 10% AF LIDLS FØDEVAREUDVALG

CORA

- CORA ER ET FRANSK HYPERMARKED, SOM ER REPRÆSENTERET MED 61 BUTIKKER
- CORA ER EN FAMILIEVIRKSOMHED, SOM HAR EKSISTERET SIDEN 1969
- KÆDEN HAR 63 CORA DRIVE-STATIONER, SOM ER POPULÆRE I FRANKRIG
- CORA HAR EGET ØKOLOGISK PRIVATE LABEL ”NATURE BIO”



TRANSGOURMET – GROSSIST

- TRANSGOURMET FRANKRING ER ET FRANSK DATTERSELSKAB TIL COOP GROUP, OG HAR 43 VAREHUSE I FRANKRIG
- GROSSISTEN DISTRIBUTERE TIL EN BRED SKARE INDEN FOR CFS SEKTOREN OG TIL DETAILHANDLERE
- GROSSISTEN EKSPORTERE TIL DIVERSE LANDE, HERIBLANDT: SCHWEIZ, TYSKLAND, ØSTRIG, POLEN, RUMÆNIEN OG RUSLAND
- DE HAR EGENT ØKOLOGISKE PRIVATE LABEL "TRANSGOURMET NATURA"
- TRANSGOURMET FRANKRIG HAVDE EN OMSÆTNING PÅ 1,6 MIA. EUR I 2022



BIO FINIS-TERRE – GROSSIST

- BIO FINIS-TERRE ER EN NY SPILLER PÅ BANEN, OG BLEV GRUNDLAGT I SAINT-POL-DE-LÉON I FRANKRIG I 2021.
- DE SPECIALISERER SIG I DISTRIBUTION AF ØKOLOGISKE FRUGTER OG GRØNTSAGER
- GROSSISTEN DISTRIBUERE PRIMÆRT TIL SPECIALBUTIKKER OG ANDRE GROSSISTER
- DE EKSPORTERER TIL LANDE I EUROPA
- OMSÆTNING: CA 5 MIO EUR



AGIDRA – GROSSIST

- AGIDRA BLEV GRUNDLAGT I 1928 I RHÔNE-ALPES REGIONEN I FRANKRIG
- GROSSISTEN SPECIALISERER SIG I TØRREDE FRUGTER SAMT IMPORT, OG HANDLER BÅDE MED ØKOLOGISKE OG KONVENTIONELLE FØDEVARER
- DE DISTRIBUERER TIL DETAILHANDLERE, ØKOLOGISKE SPECIALBUTIKKER, GADEHANDLERE, CFS SEKTOREN OG ANDRE GROSSISTER
- AGIDRA HAR TIL HENSIGT AT UDVIDE DET ØKOLOGISKE UDVALG I ALLE VAREKATEGORIER
- OMSÆTNING: 250 MIO EUR



ORGANIC ALLIANCE – GROSSIST

- ORGANIC ALLIANCE ER EN ØKOLOGISK FØDEVAREGROSSIST, DER BLEV GRUNDLAGT I 2016 SOM ET SAMARBEJDE MELLEM VITAFRAIS (EN ØKOLOGISK FØDEVAREGROSSIST) OG PRONATURA (EN NATURBESKYTTelsesORGANISATION)
- DE DISTRIBUERER TIL SPECIALBUTIKKER OG DETAILHANDLERE
- DE EKSPORTERER INDEN FOR EU
- GROSSISTEN HAR FLERE PRIVATE LABELS: "LAIT PLAISIRS", "VIA BIO", "BONVAL", "DÉLICES D'Ô", PRONATURA VÉGÉTAL GOURMAND, OSÉ BIO, BIODAY, LES PAYSANS BIO, À TABLE, PRONATURA, PLAISIRS DU VERGER, GÉNÉROSE
- GROSSISTEN ER IKKE UDELUKKENDE DRISTRIBUTØR AF FØDEVARER. DE ØNSKER AT STØTTE DEN ØKOLOGISKE PRODUKTION OG OMLÆGNING AF LANDBRUGSAREALER TIL ØKOLOGI GENNEM PARTNERSKABER
- DERES FORSKNINGSTEAM ARBEJDER SAMMEN MED SALGSTEAMET FOR AT UDVIKLE ØKOLOGISKE PRODUKTER OG OPFYLDE MARKEDSFORVENTNINGER
- OMSÆTNING: 250 MIO EUR (2022)



BOUTIQUE NATURE – GROSSIST

- GROSSISTEN BLEV GRUNDLAGT I 1997 OG ARBEJDER MED NATURLIGE OG ØKOLOGISKE PRODUKTER HERIBLANDT KOSTTILSKUD OG ØKOLOGISK KOSMETIK
- DE DISTRIBUERER TIL SPECIALBUTIKKER
- DERES FØDEVAREUDVALG ER BEGRÆNSET TIL HONNING, TE OG BABYMAD
- DE HAR ET STORT FOKUS PÅ ÆTERISKE OLIER, KOSTTILSKUD, KOSMETIK OG HYGIEJNE PRODUKTER
- OMSÆTNING: 18,3 MIO EUR (2021)



DE STØRSTE ØKOLOGISKE SUPERMARKEDSKÆDER I FRANKRIG

CHAIN	TYPE	NATIONAL	# OF STORES	# OF LOGISTICS PLATFORMS	TO PRE TAX (€M) 2019	AVERAGE TO / STORE (€M)
BIOCOOP	MEMBERS	YES	741	4	1300	2.08
LA VIE CLAIRE	DIRECTLY OWNED + FRANCHISES	YES	400	1	330	0.89
NATURALIA	DIRECTLY OWNED + FRANCHISES	YES	245	2	280	1.33
BIO C BON	DIRECTLY OWNED	YES	77	2	160	1.26
NATUREO	DIRECTLY OWNED	YES	36	1	129	2.58
L'EAU VIVE	DIRECTLY OWNED + FRANCHISES	YES	49	1	123	1.68
SATORIZ	DIRECTLY OWNED + FRANCHISES	YES	39	1	159	4.30
BOTANIC	DIRECTLY OWNED	YES	55	1	85	1.55
LA VIE SAINE	DIRECTLY OWNED	YES	16	0	27	1.93
SO.BIO	DIRECTLY OWNED + FRANCHISES	YES	71	0	40	3.33
BIO & SENS	DIRECTLY OWNED	YES	24	1	55	2.29
LE GRAND PANIER BIO	DIRECTLY OWNED + FRANCHISES	YES	19	0	22	1.38
CROC NATURE	DIRECTLY OWNED	NO	6	1	10	1.43
LE MARCHÉ DE LEOPOLD	DIRECTLY OWNED	NO	27	0	30	1.76
MARCEL & FILS	DIRECTLY OWNED	NO	62	1	62	2.07
BIO & CO	DIRECTLY OWNED	NO	6	0	23	3.83
MY BIO SHOP	DIRECTLY OWNED	NO	25	0	10	0.71
LES NOUVEAUX ROBINSONS	DIRECTLY OWNED	NO	19	1	41	2.16
LE MARCHAND BIO	DIRECTLY OWNED	NO	8	1	12.6	1.58
LABEL VIE	DIRECTLY OWNED	NO	6	0	16	2.67
COTE NATURE	DIRECTLY OWNED	NO	6	0	13	2.17
COOP NATURE	DIRECTLY OWNED	NO	3	0	14.4	4.80
CHLOROPHYLLE	DIRECTLY OWNED	NO	7	0	26	3,71
BIO AZUR	DIRECTLY OWNED	NO	5	0	11.58	2.32
BIOMONDE	GROUP OF STORES	YES	170	1	213	1.00
ACCORD BIO	GROUP OF STORES	YES	191	0	200	1.05
LES COMPTOIRS DE LA BIO	GROUP OF STORES	YES	150	1	360	2.40
GVA	GROUP OF STORES	YES	19	0	30	1.58
GRAP	GROUP OF STORES	YES	26	0	15	0.58

BIOCOOP

- BIOCOOP ER DEN STØRSTE ØKOLOGISKE SUPERMARKEDSKÆDE I FRANKRIG, SOM HAR EKSISTERET I OVER 35 ÅR
- KÆDEN OMSATTE FOR 1,53 MIA. EUR I 2023
- BIOCOOPS MARKEDSANDEL UDGØR CA. 43% AF DET ØKOLOGISKE SPECIALBUTIKSMARKED
- KÆDEN ER ET KOOPERATIV MED UAFHÆNGIGE AKTØRER
- KÆDEN HAR 800 PRIVATE LABEL PRODUKTER I SORTIMENTET, HVILKET UDGØR 10% AF DET SAMLEDE SORTIMENT
- BIOCOOP HAR ET MÅL OM AT FORDOBLE DERES ANDEL AF PRIVATE LABEL PRODUKTER INDEN 2025
- ANTAL BUTIKKER: 740
- LIGELEDES HAR DE ET MÅL OM AT NÅ I ALT 900 BUTIKKER I 2025



LA VIE CLAIRE

- LA VIE CLAIRE ER EN STOR FRANSK ØKO-KÆDE, SOM MED 400 BUTIKKER ER BREDT REPRÆSENTERET I FRANKRIG
- BUTIKKERNE ER ENTEN FRANCHISE-BASERET ELLER DIREKTE EJEDE
- LA VIE CLAIRE ER ET STÆRKT BRAND I FRANKRIG OG HAR EKSISTERET I MERE END 70 ÅR
- DERUDOVER HAR DE ET STÆRKT PRIVATE LABEL BRAND "LA VIE CLAIRE" OG OMKRING 2000 PRODUKTER, SOM UDELUKKENDE SÆLGES I EGNE BUTIKKER
- MÅLGRUPPEN ER TYPISK FOLK MED HØJ INDKOMST
- OMSÆTNING: 325,4 MIO EURO I 2023 – DETTE ER VÆKST PÅ 4,5 % SAMMENLIGNET MED 2022



NATURALIA

- NATURALIA ER EJET AF CASINO GROUP
- KÆDEN HAR EKSISTERET SIDEN 1973
- DE HAR 232 BUTIKKER
- KÆDEN OMSATTE FOR 357 MIO. EUR I 2023, NATURALIA HAR EGET PRIVATE LABEL NATURALIA
- HOVEDKONTORET LIGGER I DET NORDLIGE FRANKRIG I BYEN CLICHY



BIO C'BON

- BIO C' BON BLEV I 2020 OPKØBT AF CARREFOUR OG HAVDE I ALT 123 BUTIKKER I FRANKRIG I 2022
- KÆDEN HAR OGSÅ BUTIKKER I JAPAN
- KÆDEN HAR ET MERE BYMÆSSIGT KONCEPT. BUTIKKERNE ER OFTE PLACERET I MIDTBYEN OG TILBYDER SINE BYKUNDER EN MULIGHED FOR ØKOLOGISK OG BÆREDYGTIGT INDKØB
- BIO C' BON ÅBNEDE I 2008 OG ER DERFOR EN RELATIV "UNG" KÆDE SAMMENLIGNET MED ØVRIGE KONKURRENTER
- KÆDEN HAR ET STÆRKT MILJØMÆSSIGT FOKUS OG HOLDNINGER TIL ØKOLOGISK LANDBRUG
- KÆDEN HAR ET STÆRKT VOKSENDE PRIVATE LABEL, SOM HELE TIDEN ER PÅ JAGT EFTER NYE ØKOLOGISKE VARER
- HOVEDKONTORET LIGGER I PARIS, OG DET ER HERFRA, FORHANDLINGER FINDER STED
- OMSÆTNING: 200 MIO EUR I 2023



SO.BIO

- SO.BIO ÅBNEDE I 2005 OG BLEV I 2018 OPKØBT AF CARREFOUR
- KÆDEN ER MED 69 BUTIKKER REPRÆSENTERET I DET MEST AF FRANKRIG
- LEVERING TIL KÆDEN FOREGÅR DIREKTE TIL BUTIKKERNE ELLER VIA GROSSISTEN "PRONADIS"
- KÆDEN SÆLGER BÅDE FORSKELLIGE FØDEVARER OG EN BRED SKARE AF ØKOLOGISKE PRODUKTER TIL PERSONLIG PLEJE OG KOSMETIK
- HOVEDKONTORET LIGGER I PESSAC
- OMSÆTNING: 120 MIO EURO I 2023



NATURÉ-O

- NATUREO ER EN NATIONAL ØKO-KÆDE I FRANKRIG, SOM TILBYDER EN BRED SKARE AF ØKOLOGISKE OG NATURLIGE PRODUKTER, HERIBLANDT FØDEVARE, KOSTTILSKUD OG KOSMETIK
- KÆDEN HAR 30 BUTIKKER I 2024
- NATUREO STARTEDE I 2007 – GRUNDLAGT AF EN TIDLIGERE INTERMARCHÉ DIREKTØR
- HOVEDMÅLGRUPPEN ER FORBRUGERE MED HØJ INDKOMST
- NATUREO HAR EGET PRIVATE LABEL ”NATURÉO”
- OMSÆTNING: CA. 100 MIO. EUR (2022)



L'EAU VIVE

- L'EAU VIVE ER EN NATIONAL FRANSK ØKO-KÆDE, SOM BÅDE SÆLGER FØDEVARE OG KOSMETISKE PRODUKTER
- KÆDEN HAR 39 BUTIKKER, HVORAF 15 ER FRANCHISE-BASERET ELLER DIREKTE EJEDE
- L'EAU VIVE HAR EKSISTERET SIDEN 1979 OG ER EN HISTORISK KENDT KÆDE I FRANKRIG
- HOVEDKONTORET LIGGER I BRIE ET ANGONNES
- DE HAR IKKE EGET PRIVATE LABEL
- ONLINEHANDEL OG HJEMMELEVERING ER MULIG INDEN FOR VISSE LOKATIONER
- OMSÆTNING: 150 MIO EURO I 2023



SATORIZ

- SATORIZ ER MED SINE 39 BUTIKKER PRIMÆRT REPRÆSENTERET I PARIS REGIONEN OG DET ØSTLIGE FRANKRIG
- 4 AF DE 39 BUTIKKER ER FRANCHISEBASERET
- SATORIZ HAR EKSISTERET SIDEN 1981
- DE HAR IKKE EGET PRIVATE LABEL
- OMSÆTNING CA. 150 MIO EUR I 2023
- ANTAL BUTIKKER: 39



ØVRIGE REGIONALE OG NATIONALE ØKOLOGISKE KÆDER I FRANKRIG

BIO&Sens

Chlorophylle
le Bio en Qualité

botanic

LE GRAND PANIER BIO
un vrai choix de vie

bio
LA VIE
SAINE

Le Marchand Bio
cultivons l'essentiel

Croc' Nature
votre magasin bio

* les
nouveau
Robinson

LE MARCHÉ
DE LÉOPOLD
MAGASIN BIO

MyBioShop

Alimentation Biologique
coop
naturel
et Magasin

Bio & Co

Côté
NATURE

Label
Magasins
Bio Vie

marcel & fils BIO

ØKOLOGISKE SPECIALKÆDER I FRANKRIG

REGIONALE ØKOLOGISKE SUPERMARKEDER		ANTAL BUTIKKER	BESKRIVELSE
	BIOMONDE	145 butikker	Biomonde er et andelsselskab. Man kan blive tilknyttet leverandør eller samarbejdspartner
	ACCORD BIO	Ca. 200 butikker	Accord Bio arbejder tæt sammen med lokale producenter og grossister for at sikre høj kvalitet og støtte til den lokale økonomi.
	Les Comptoirs de la bio	150 butikker	Les Comptoirs er et netværk af uafhængige økologiske butikker der tilbyder et bredt udvalg af økologiske produkter, herunder fødevarer, kosmetik, og husholdningsartikler.

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

FRANSK ØKOLOGISK CERTIFICERING:

- De europæiske økologi-regler og dermed den europæiske certificering er gældende i Frankrig
- Dog har Frankrig, ligesom vi kender det herhjemme med det røde Ø-mærke, deres egen nationale øko-mærkning
- Den franske øko-mærkning har eksisteret siden 1985 og gælder for økologiske produkter, der lever op til de europæiske økologi-regler
- 98 % af forbrugerne kender mærkningen
- Via nedenstående link ses proceduren for ansøgning om AB øko-certificeringen:
<https://www.bioagricert.org/en/certification/organic-production/ab-france.html>



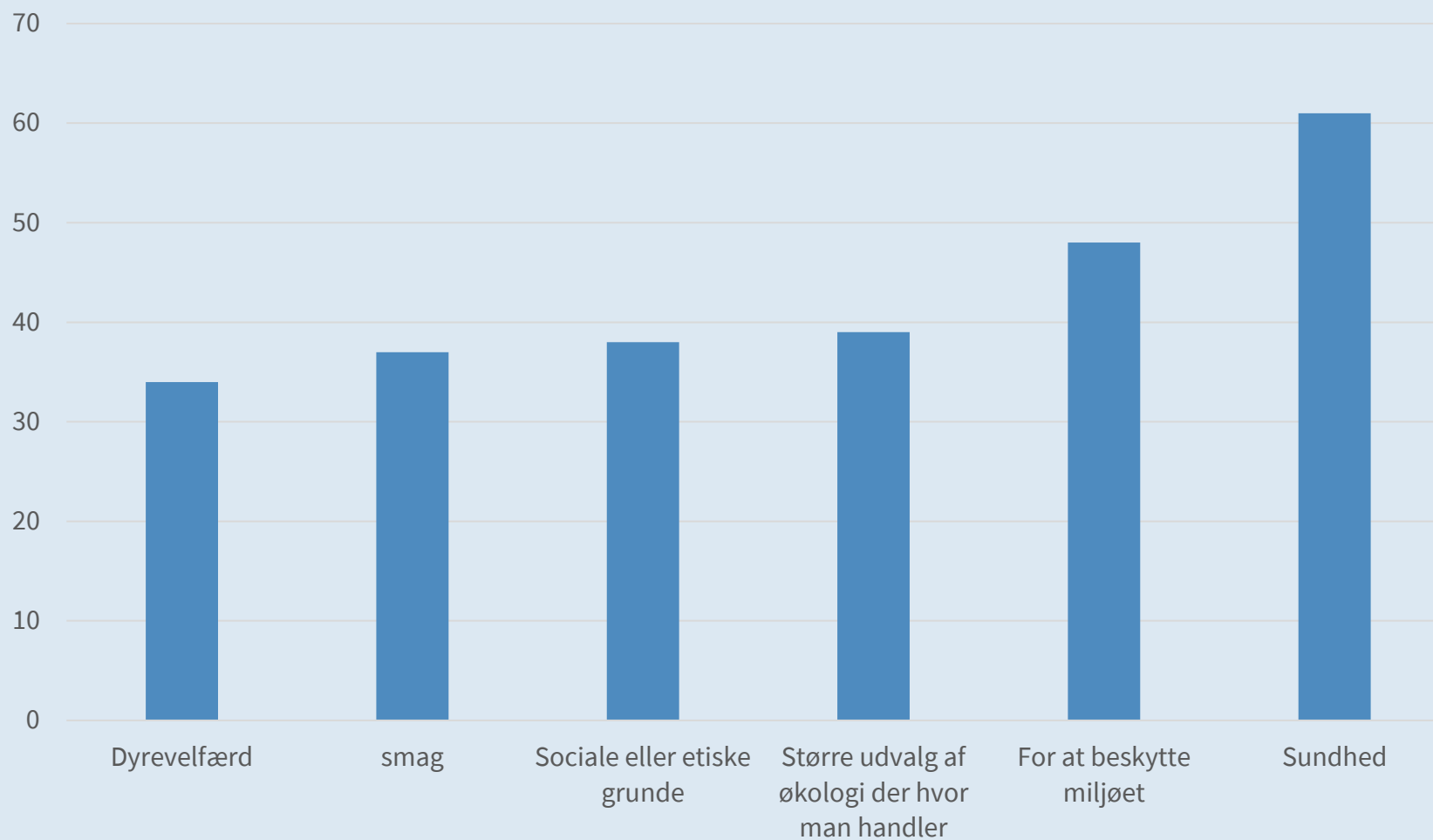
DEN FRANSKE ØKOFORBRUGER

HVEM, HVORFOR OG HVORNÅR?

- 73 procent af de franske forbrugere køber regelmæssigt økologi, heraf 13 % på daglig basis
- De 18-34 årige og dem i de højst betalte jobs køber oftest økologi
- 74 % handler økologiske produkter i store supermarkeder eller hypermarkeder, 26 % på markeder og 24 % i specialforretninger
- 57 % lægger vægt på at varerne er produceret i Frankrig og 44 % på ingredienserne i varerne.
- 98 % af forbrugerne kender de grønne AB-label mens kun 65 % kender det EU-ecolabel



Bevæggrunde for at købe økologi i procent



TAK FORDI DU LÆSTE MED

RAPPORTEN ER UDARBEJDET AF ORGANIC DENMARK

KONTAKTINFORMATION

INTERNATIONAL MARKEDSCHEF DENNIS HVAM

DHV@OKOLOGI.DK

[ORGANICDENMARK.COM](https://www.organicdenmark.com)

FØLG ORGANIC DENMARK PÅ LINKEDIN OG TILMELD DIG VORES
NYHEDSBREV

SIGN UP FOR ORGANIC NEWS

By entering your email, you consent to the storage and use of your email for the purpose of receiving our newsletter.

By entering your email, you agree to receive additional information and marketing materials from us.

By entering your email, you acknowledge and agree to our Privacy Policy. You can review our Privacy Policy [here](#).

SUBMIT