

INTERREG Upper Rhine Sustainable Food
TYPE D'ACTION 6
Vente de plats végétariens bio-locaux prêts-à-manger dans les magasins bio

Résumé de la situation actuelle

Le système alimentaire fait actuellement face à plusieurs défis tels que le changement climatique, la priorité donnée à la croissance économique et des habitudes alimentaires peu durables. Dans la région du Rhin supérieur, les petites et moyennes entreprises (PME) du secteur alimentaire, qui jouent un rôle clé pour rendre le système alimentaire plus résilient et équitable, sont fortement contraintes par la concentration du marché et certaines réglementations. Le projet INTERREG *Upper Rhine Sustainable Food- TA6* cherche à soutenir ces PME en favorisant des chaînes d'approvisionnement durables pour distribuer des plats végétariens prêts à consommer, à partir d'ingrédients frais, bio et locaux. Les études montrent que ce type de produits dispose d'un vrai potentiel sur le marché, à condition de respecter les goûts et la sensibilité au prix des consommateurs. Pour réussir, il est essentiel de faciliter la coopération entre PME, d'améliorer les cadres réglementaires et de proposer des soutiens financiers adaptés.

Contexte général et objectifs

Dans le cadre du projet INTERREG *Upper Rhine Sustainable Food* visant à renforcer la durabilité des systèmes alimentaires dans la région du Rhin supérieur (France, Allemagne, Suisse), le Type d'action 6 se concentre sur l'offre de plats végétariens prêts à consommer des magasins bio. L'objectif est de faciliter des chaînes d'approvisionnement transfrontalières fonctionnelles pour des plats végétariens prêts à consommer, composés d'ingrédients frais, bio et locaux, produits et transformés par des PME locales, et distribués dans les magasins bio du Rhin supérieur.

Cette première phase du projet a eu pour objet :

- d'analyser l'état actuel du marché des plats végétariens prêts à consommer à base d'ingrédients bio et régionaux ;
- d'identifier les lacunes et opportunités pour les PME alimentaires locales ;
- et de définir l'état cible en vue des projets pilotes.

Méthodologie de recherche

L'étude a combiné recherches documentaires, enquêtes de terrain et analyses :

- Étude produit : inventaire des produits concurrents et analyse du marché via des données secondaires (Statista, statistiques nationales). Relevés de terrain dans les trois zones (Freiburg, Strasbourg, Bâle) pour identifier les gammes existantes et leurs caractéristiques (prix, labels, emballages).
- Étude de la demande :
 - revue de littérature sur les segments de consommateurs (Allemagne, France, Suisse) ;
 - 8 entretiens qualitatifs (22-89 ans, profils variés) pour identifier les freins et motivations d'achat ;
 - sondages en ligne ($n = 356$) : 143 répondants DE, 141 FR, 72 CH via Prolific.

- Étude de l'approvisionnement :
 - o entretiens avec des acteurs clés (producteurs, grossistes, distributeurs),
 - o recensement de 521 PME de la région produisant ou transformant des denrées bio-régionales,
 - o analyse des principaux obstacles économiques, logistiques et réglementaires au commerce transfrontalier.

Principaux constats

Côté produits (offre)

Des études de terrain ont été menées dans 3 zones :

- Freiburg (DE) : 232 produits concurrents aux magasins pilotes de l'étude (Vita-Biomarkt & Beckeseppe).
 - o Prix moyen : 4-5 €.
 - o Aucun produit 100% régional.
 - o Emballage durable très rare.
- Strasbourg (FR) : 59 produits concurrents au magasin pilote de l'étude (Biocoop Neudorf).
 - o Prix moyen : 5 €.
 - o Peu de produits à base d'ingrédients régionaux, 12 plats prêts-à-manger bio.
 - o Emballage durable très rare.
- Bâle (CH) : 40 produits concurrents au magasin pilote de l'étude (Markthalle Basel).
 - o Prix moyen : 8,24 CHF.
 - o Aucun produit exclusivement régional, 11 plats prêts-à-manger bio.
 - o Emballage durable très rare.

Le marché des plats cuisinés est important et varié, mais peu de produits sont réellement régionaux, bio et durables.

- Les emballages durables ou consignés restent très rares.
- Les plats principaux végétariens de qualité biologique sont minoritaires.
- Peu de produits affichent des arguments santé (teneur en fibres, faible teneur en sel, etc.).

→ Une réelle opportunité d'innovation existe pour des plats bio-régionaux à haute valeur durable.

Côté consommateurs (demande)

Segments de marché :

- Suisse : la catégorie d'enquêtés « évitant la viande pour des raisons environnementales et de santé » (14 %) correspond au segment le plus réceptif aux nouveaux plats prêts-à-manger. Ils privilégiennent produits naturels, équitables et régionaux, évitent la viande, connaissent bien la nutrition, et ont un mode de vie qui se veut sain.
- France : 14 % de « consommateurs réguliers de bio », avec un profil plutôt femmes, diplômées, actives, sportives.

- Allemagne : ressortent des « acheteurs bio moyens (8 %) et intensifs (2 %) », à haut niveau d'éducation et de revenus, favorisant les produits locaux, équitables et naturels, et évitant les plats préparés.

Facteurs de motivation et freins :

- Motifs d'achat
 - Bon goût.
 - Gain de temps.
 - Haute teneur en protéines.
- Freins
 - Prix élevé.
 - Goût décevant.
 - Inconvénients du verre (poids, sécurité enfants, absence de recyclage).

→ L'absence de viande n'est pas perçue comme un frein.

Motifs priorisés par pays :

- Allemagne : goût et santé.
- France : goût, santé, et emballage écologique.
- Suisse : goût, santé, et importance du bien-être animal.

Des différences liées au genre sont observables dans les trois pays :

- Allemagne : les femmes accordent davantage d'importance à la santé.
- France : le bien-être animal est un motif plus important pour les femmes.
- Suisse : l'aspect environnemental et le goût sont plus importants pour les femmes.

Côté approvisionnement

521 PME alimentaires identifiées qui produisent et transforment des produits bio-régionaux :

- 45 % production agricole,
- 20 % transformation,
- 7 % commercialisation.

Les chaînes d'approvisionnement bio-régionales fonctionnent principalement à l'intérieur de chaque pays et s'arrêtent aux frontières.

Obstacles : réglementations douanières, coûts de production, logistique, manque de coordination.

Causes principales du manque de coopération transfrontalière :

- Économiques : coûts, disponibilité inégale d'ingrédients bio, concentration du marché, perception de risque de concurrence avec des structures de coûts de production différentes.
- Organisationnelles : absence de gestion coordonnée entre PME.
- Logistiques : absence de structures intermédiaires (transformation, distribution).
- Réglementaires : différences douanières, subventions agricoles nationales.
- Identitaires : faible sentiment d'appartenance commune au « Rhin supérieur ».

Produits visés

Développer une gamme de plats végétariens prêts à consommer :

- à base d'ingrédients bio-régionaux,
- au goût adapté aux préférences locales,
- dans des emballages écologiques mais pratiques,
- positionnés à un prix accessible.

Marché potentiel

Ville	Population	Potentiel total (2027)	Segment cible	Potentiel spécifique
Freiburg	240 000	34 M€	10% (acheteurs bio modérés et acheteurs bio fréquents)	3,22 M€
Strasbourg	300 000	41,3 M€	14% (consommateurs réguliers de produits bio)	5,78 M€
Bâle	175 000	30 M€	14,4% (consommateurs évitant la viande pour des raisons environnementales et de santé)	4,2 M€

Prix cibles

Moyenne : 6,11€ (DE), 8,99€ (FR), 14,14€ (CH).

→ Différenciation possible par format, points de vente, consigne.

Approvisionnement durable

Objectif : mettre en place des chaînes d'approvisionnement bio-régionales transfrontalières, intégrant :

- Efficacité logistique (compétitivité face à l'industrie).
- Équitabilité (répartition juste des coûts, profits, risques).
- Baisse des émissions (transports, énergies renouvelables).
- Réduction des déchets (emballages réutilisables).
- Inclusion des PME locales pour renforcer la résilience économique.

Conclusion

Les résultats mettent en lumière un potentiel des plats végétariens bio-régionaux prêts à consommer, capables de satisfaire les consommateurs tout en renforçant la résilience économique des PME locales du Rhin supérieur. En particulier, ils soulignent :

- une forte demande potentielle pour des produits sains, locaux et pratiques ;
- des lacunes majeures dans l'offre actuelle (origine régionale, durabilité, emballage) ;
- des barrières logistiques et réglementaires qui nécessitent une action collective ;
- une opportunité stratégique pour les PME locales de se différencier par la durabilité et la coopération transfrontalière.



Zoom sur les projets pilotes allemands (période septembre 2025 à janvier 2027)

Projet pilote	Description
Beckeseppe (Allemagne)	Réseau de distribution : 8 magasins à Freiburg Public cible : Clientèle Prix / coût : 5-8€ / 1,5-2€ par plat Innovation : Nouvelles recettes, saisonnalité, ingrédients bio-régionaux, amélioration santé & climat, consolidation des pratiques Marketing / communication : Plats (bio-)régionaux prêts-à-manger issus de PME locales ; campagne <i>Lokal Hero</i>
Vita Biomarkt (Allemagne)	Réseau de distribution : 1 magasin à Freiburg (+ 1 magasin à Eichstetten et 1 magasin à Lörrach) Public cible : Clientèle Prix / coût : 5-8€ / 1,5-2€ par plat Innovation : Nouvelles recettes, saisonnalité, ingrédients bio-régionaux, amélioration santé & climat, consolidation des pratiques Marketing / communication : Plats (bio-)régionaux prêts-à-manger issus de PME locales ; campagne <i>Lokal Hero</i>