

quand l'efficacité devient la clé du bio

Pionnier du bio en Estonie, Priit Mikelsaar a fondé Biomarket en 2003, aujourd'hui principal réseau 100 % bio du pays. Inspiré par la culture nordique du bio, il a bâti un modèle fondé sur l'efficacité et la technologie : libre-service total aux caisses, flux tendus, équipes concentrées sur le conseil. Résultat : huit magasins performants, une croissance continue et une clientèle fidèle, même en période de tension économique.

Bio Linéaires : Priit Mikelsaar, parlez-nous de Biomarket et de votre parcours.

Priit Mikelsaar : J'ai étudié la gestion d'entreprise et la finance en Estonie, puis j'ai travaillé trois ans en Finlande. Là-bas, habitué des magasins bio, j'y ai découvert l'esprit et la raison d'être du bio. De retour au pays en 2003, j'ai ouvert mon premier magasin bio, l'un des premiers en Estonie. Rapidement, je suis passé d'une boutique lifestyle à un magasin d'alimentation entièrement bio. À cette époque, la sensibilité bio était à ses débuts. Bien que le pouvoir d'achat estonien soit encore inférieur à la moyenne de l'UE — entre l'Espagne et le Portugal —, les aliments biologiques pèsent aujourd'hui 4,6 %* des ventes du détail alimentaires (Ndlr : vs 5,6 % en France) ; davantage que dans toutes les autres républiques baltes.

BL : Comment Biomarket s'est-il développé ?

P. M. : Dès l'origine, nous avons décidé d'installer nos points de vente dans des centres commerciaux, davantage fréquentés que le centre-ville. Aujourd'hui, Biomarket est le principal réseau 100 % bio estonien.

BL : Quelles sont vos principales clés de gestion ?

P. M. : L'innovation et la concentration des moyens sur les surfaces de vente. 100 % de nos caisses sont en libre-service. Notre personnel est 100 % dédié au conseil client. Nous en avons été les précurseurs et sommes toujours les seuls. Le flux tendu : de petites livraisons quotidiennes évitent de bloquer notre personnel, qui reste ainsi disponible pour les clients. La réduction du personnel administratif : le siège social se résume à une grande salle de réunion.

Grâce à cette efficacité, nos huit Biomarket de 150 à 400 m² sont ouverts sept jours sur sept, de 9 h à 21 h, avec une à deux personnes par magasin, et nous avons maintenu un niveau élevé de revenu au mètre carré malgré la crise du pouvoir d'achat.



Nous utilisons largement la technologie et le lean management pour améliorer à la fois l'expérience client et l'efficacité de notre entreprise.



BL : Qu'en disent vos clients ?

P. M. : Une fois familiarisés avec le 100 % libre-service, ils ont apprécié un personnel beaucoup plus disponible pour eux.

BL : Quelles sont vos principales catégories de produits et d'où viennent-ils ?

P. M. : Les produits frais, principalement les fruits et légumes, sont un besoin quotidien : ils génèrent du flux. Ils sont majoritairement importés de France. 80 % de notre assortiment est alimentaire, le reste se répartit entre compléments alimentaires, cosmétiques et produits de toilette. Les ventes en vrac figurent dans notre top 5 : nous en sommes les pionniers en Estonie.

Priit Mikelsaar, directeur général de Biomarket.



Photo : Jean-Marc Denan.

BL : Quel est le poids des ventes de produits biologiques en Estonie ?

P. M. : Le marché atteindrait 111 millions d'euros en 2023, en hausse de 13 % par rapport à 2022, la dépense annuelle par habitant** étant de 81,27 € (Ndlr : vs 176 € en France). Il n'existe pas de chiffres concernant les parts de marché des différents circuits.

BL : Comment voyez-vous l'évolution du marché à court terme et quels seront les axes majeurs de votre stratégie ?

P. M. : Nous prévoyons une reprise du marché l'année prochaine. Les axes majeurs de notre stratégie seront l'intelligence du marché et les innovations en matière de gestion. **L'alimentation biologique mérite le meilleur en termes d'efficacité et de professionnalisme.**

Pour y parvenir, il est indispensable d'adopter les techniques de gestion et de vente les plus avancées du secteur conventionnel.

Les clés du succès de Biomarket : une organisation innovante et ultra-efficace :

- 100 % de caisses en libre-service, permettant au personnel d'être entièrement dédié au conseil client ;
- Gestion en flux tendu avec de petites livraisons quotidiennes pour optimiser la disponibilité du personnel ;
- Structure administrative minimale : un siège réduit à une grande salle de réunion ;
- Magasins performants (150 à 400 m², 1 à 2 employés par point de vente, ouverts 7 j/7, 9h-21h).

*Research Institute of Organic Agriculture FiBL.

**L'Estonie compte 1 369 995 habitants (2025).



●●● **Denan et Associés**

Exporter la bio innovante de France
Jean-Marc Denan

LEADER ALIMENTAIRE INNOVANT
DENAN
& ASSOCIÉS

jm@denan.fr / www.denan.fr