

• Mai 2016

## LE MARCHÉ DE LA GELÉE ROYALE EN FRANCE

Cette synthèse présente les principaux résultats des deux études menées en 2015 sur le marché de la gelée royale réalisées par les cabinets CoSpirit Mediatrack et ABSO Conseil, pour FranceAgriMer.

### Contexte, objectifs et méthodologie

L'absence de données précises sur le marché des produits issus de la ruche et notamment celui de la gelée royale a conduit FranceAgriMer et les producteurs de gelée royale à mener deux études sur le sujet. Ces analyses ont pour objectif de permettre à la filière de disposer de données fiables pour conduire une réflexion stratégique d'orientation de la production.

La première étude avait pour objet de qualifier et de quantifier les importations de gelée royale, d'identifier la répartition des importations en fonction de leur utilisation, de recenser les réseaux de distribution et de positionner la production française sur le marché français. Pour répondre à ces questions, le cabinet ABSO Conseil a réalisé plusieurs entretiens avec les différents acteurs de la filière (producteurs, vendeurs de matériel apicole, négociants de produits cosmétiques et de compléments alimentaires, laboratoires façonneurs, négociants de produits de la ruche, structures publiques...).

La deuxième étude avait pour but d'évaluer les quantités de gelée royale consommées par les français, d'établir le profil des acheteurs/consommateurs, et de qualifier et quantifier les comportements et les attentes de ces derniers. À cette fin, une enquête quantitative online a été effectuée par le cabinet CoSpirit du 20 au 27 janvier 2014 auprès d'un échantillon représentatif composé de 6 308 français.

### Une gelée royale principalement importée de Chine, sous forme congelée

La consommation française de gelée royale est estimée à environ 175 tonnes avec une production nationale faible (environ 2 tonnes) et des importations estimées à un peu plus de 170 tonnes. Ces importations proviennent essentiellement d'Asie, notamment de Chine, et ceci quel que soit son utilisation finale (alimentaire ou cosmétique). La grande majorité de celles-ci (environ 110 tonnes) est réalisée par les importateurs/premiers transformateurs sous forme congelée.

### Une gelée royale traitée par cinq types d'acteurs ...

#### Les importateurs-premiers transformateurs :

Le premier maillon de la chaîne, constitué par les importateurs-premiers transformateurs, est extrêmement concentré. En effet, deux acteurs français (Lustrel et Cervais) totalisent à eux seuls quasiment 60 % des importations de gelée royale (plus de 100 tonnes transiteraient chaque année par leurs laboratoires). Ces laboratoires importent de la gelée royale pure congelée. Elle est parfois lyophilisée par leurs soins pour la fabrication de gélule ou de comprimés. Par ailleurs, même si une partie de leur gelée est vendue en vrac, ces entreprises sont spécialisées dans le conditionnement pour leurs nombreux clients (flacons, doseurs airless, pots...).

#### Les industriels spécialisés en compléments alimentaires :

Ils constituent un autre maillon de la chaîne qui est, au contraire, composé d'une multitude d'acteurs. Ces derniers achètent la gelée royale en vrac, sous forme congelée pour les compléments alimentaires liquides (ampoules, doseurs, flacons) et sous forme lyophilisée pour la fabrication de compléments alimentaires secs (gélules, comprimés). Ils s'approvisionnent principalement auprès des gros importateurs-premiers transformateurs, mais également en direct à l'étranger.

#### L'industrie cosmétique :

Elle intervient également sur le marché mais est peu utilisatrice de gelée royale par rapport aux autres acteurs. On y rencontre :

- Les grands groupes cosmétiques pour qui la gelée royale est utilisée en très faible quantité. Leurs approvisionnements sont le plus souvent effectués auprès d'importateurs standards, les volumes recherchés ne justifiant pas de développer un réseau d'importation spécifique.

- Les façonniers de produits cosmétiques et les laboratoires cosmétiques spécialisés en « produits de la ruche ». Il s'agit le plus souvent d'entreprises familiales de taille modeste qui s'approvisionnent en gelée royale française ou auprès des importateurs-premiers transformateurs, pour fabriquer des produits cosmétiques de type crèmes ou lotions. Les volumes concernés sont très modestes (environ 10 tonnes).

### Les spécialistes des produits de la ruche :

Ils proposent le plus souvent des gammes de miels mélangés à de la gelée royale pour le marché agroalimentaire, mais également des crèmes et différentes formes de compléments alimentaires (ampoules, gélules, etc.). Ces opérateurs s'approvisionnent le plus souvent directement à l'étranger, mais achètent également de la gelée royale française (il s'agit néanmoins de volumes marginaux).

### Les fournisseurs de matériel apicole et les apiculteurs-revendeurs :

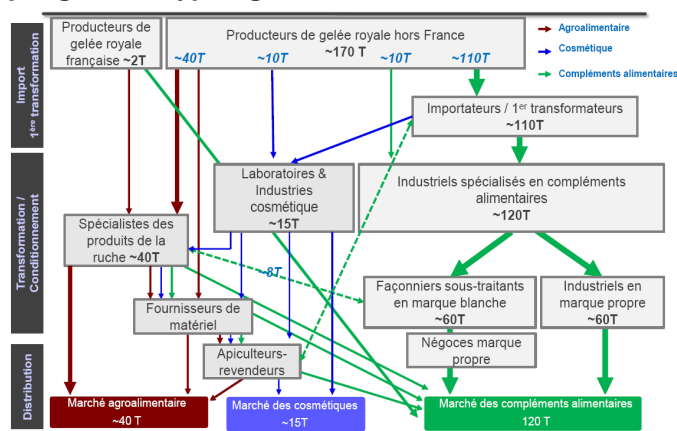
Enfin, ces derniers proposent de la gelée royale sous toutes ses formes (pure et issue de la production française, pure et importée sous forme congelée, en compléments alimentaires ou en crème et autres produits cosmétiques). Pour eux, la gelée royale complète la gamme de produits vendus en boutique ou sur internet. Ils se fournissent le plus souvent auprès de sociétés de confiance, implantées de longue date dans la filière (volumes très restreints).

### ...et destinée à trois marchés

La gelée royale (française et importée) est utilisée par trois marchés finaux distincts :

- Le marché des compléments alimentaires notamment. En constante augmentation, ce marché est de très loin celui qui consomme les plus gros volumes : 120 tonnes, soit environ 70 % des volumes disponibles (production et importations).
- Principalement tiré par les produits mixtes « miel et gelée royale », le marché de l'agroalimentaire est le deuxième marché le plus consommateur de gelée royale (40 tonnes, soit 23 % des volumes disponibles). Ce marché consomme presque la totalité de la production française.
- Le marché des cosmétiques est, quant à lui, plus marginal : avec près de 15 tonnes, il ne représente que 8 % des volumes totaux utilisés.

### Cartographie des flux et estimations des volumes par grandes typologies d'acteurs



### Des circuits de distribution différenciés selon l'origine de la gelée royale

Il existe deux circuits distincts de distribution sur lesquels les importations affectent différemment la

filière française : les circuits courts et la vente directe d'une part, les circuits longs d'autre part.

Contrairement à la gelée royale importée, la gelée royale française dépend fortement des circuits courts et de la vente directe. En effet, elle est très majoritairement vendue sous forme fraîche ou mélangée à du miel sur leur lieu de production, en magasins spécialisés ou sur les marchés. Ces circuits de distribution sont les plus adaptés compte tenu des faibles quantités produites en France, de l'atomicité de la production et de la valorisation élevée des produits (plus de 850 €/kg pour la gelée royale fraîche).

La gelée royale importée est essentiellement valorisée via des circuits de distribution longs comportant de nombreux intermédiaires (producteurs, coopératives, grossistes importateurs, façonniers, industriels, laboratoires).

Sur ces circuits, les acteurs français ont plutôt recours aux importations en raison de l'insuffisance des volumes français disponibles pour une transformation industrielle (les lots d'achat sont entre 500 kg et 1 tonne), du prix élevé par rapport à la gelée royale d'importation (par exemple autour de 30 €/kg pour la gelée royale chinoise bio contre 1 200 €/kg pour la gelée royale bio française), et de facteurs de qualité difficilement valorisables sur ces circuits.

Une petite partie de la gelée royale importée transite également par les circuits courts (< 3-4 tonnes, soit moins de 2,5 % des quantités importées). Bien qu'en apparence faible, ces quantités représentent près du double de la production française et concurrencent cette dernière.

### Des perspectives de développement pour la filière de gelée royale française

Malgré la concurrence des produits étrangers, les retours qualitatifs des professionnels de la filière suggèrent qu'il existe des possibilités pour la gelée royale française de maintenir et de développer ses parts de marché.

Sur le marché des compléments alimentaires, et en circuits courts, il semble important de faire reconnaître les qualités et avantages de la gelée royale française par rapport aux produits d'importation, de rendre identifiable son origine, ou encore d'asseoir les propriétés de la gelée royale par des études scientifiques. En circuits longs, la gelée royale française pourrait être intégrée à des gammes complètes d'acteurs leaders des compléments alimentaires qui, dans une stratégie de premiumisation et de spécialisation de leur offre sur des produits à base de gelée royale, pourraient dédier le segment « Très Haut de Gamme » à des produits à base de gelée royale française.

Sur le marché alimentaire (mix miel et gelée royale), et en circuits longs, certains leaders développant des marques en grande distribution semblent intéressés par le développement de produits à base de gelée

royale française, notamment sur des marchés export qui reconnaissent la qualité des produits français.

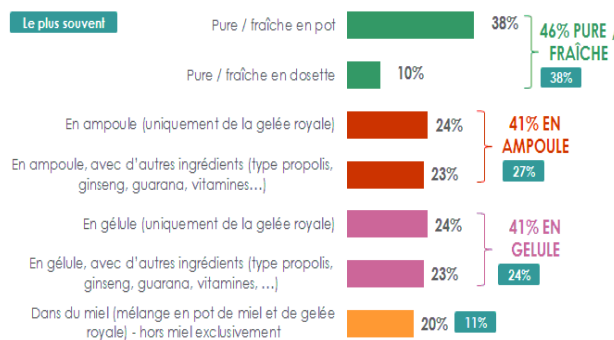
Sur le marché de la Cosmétique – Hygiène & Beauté, la gelée royale française est encore peu valorisée. Ce marché constitue donc un relai potentiel de croissance pour la filière.

### Caractéristiques des achats de gelée royale

Un produit très présent consommé sous des formes variées par des consommateurs au profil spécifique

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, 15 % des français déclarent avoir consommé de la gelée royale. Cette consommation est étroitement liée à l'acte d'achat. La gelée royale est majoritairement ingérée de manière unique, sans être mélangée à d'autres ingrédients (82 % de consommation). En revanche, il existe une forte diversité en ce qui concerne les formes sous lesquelles elle est absorbée : la consommation pure/fraîche arrive en première position, suivie de près par les gélules et les ampoules. À l'inverse, la consommation dans du miel est plus marginale.

**Question : « Sous quelle forme se présente la Gelée Royale que vous consommez le plus souvent ? » (une seule réponse possible)**



Les consommateurs de gelée royale tendent à être un peu plus âgés, plus aisés et plus présents dans le Sud-Ouest de la France que la moyenne de la population française. Néanmoins, des différences apparaissent selon les types de conditionnement considérés. Les personnes consommant de la gelée royale pure/fraîche ont tendance à être plus âgées. À l'inverse, les consommateurs de gelée royale en ampoules sont plus jeunes et plus aisés. Enfin, les femmes tendent à consommer davantage la gelée royale en gélules que les hommes.

### Une consommation récente, en cures et qui s'étend au foyer

Près des deux tiers des consommateurs de gelée royale ont commencé à consommer ce produit il y a moins de cinq ans. Cette consommation est très majoritairement effectuée en cures (74 %). Ces dernières durent la plupart du temps entre une semaine et un mois (77 %). Elles sont réalisées un peu plus de deux fois par an en moyenne, principalement à l'approche des saisons froides, afin de renforcer/stimuler le système immunitaire (92 % des acheteurs consommateurs) et apporter de

l'énergie/lutter contre la fatigue (83 %). Cette consommation s'étend par ailleurs au foyer : dans 74 % des foyers d'au moins deux personnes, la gelée royale est consommée par plusieurs membres, adultes et/ou enfants. Ce pourcentage est plus élevé de 10 points lors d'une consommation de gelée royale dans du miel.

### Des achats réalisés dans une multitude de lieux et guidés par trois grands critères : qualité, conditionnement et origine

En moyenne, au cours des 12 derniers mois, les acheteurs de gelée royale se sont rendus dans près de deux lieux différents pour effectuer leurs achats. Les trois principaux lieux d'achats sont les pharmacies (44 % des acheteurs s'y sont rendus), les magasins spécialisés (39 %) et directement auprès des apiculteurs ou coopératives (31 %). Toutefois, là encore, cette hiérarchie diffère selon les types de conditionnement. On observe une préférence marquée des acheteurs consommateurs de gelée royale pure/fraîche ou dans le miel pour l'apiculteur (respectivement 44 % et 69 %), et les magasins spécialisés (37 % et 55 %).

À l'inverse, les acheteurs consommateurs de gelée royale en ampoules ou gélules se tournent prioritairement vers les pharmacies (68 % et 54 %), et les magasins spécialisés (34 % et 39 %).

Lors de l'achat, les critères de qualité sont déterminants. Le type de conditionnement est également important, avec une préférence marquée pour la gelée royale pure/fraîche en pot ou dosette (6 acheteurs consommateurs sur 10 recherchent en priorité ce type de conditionnement, contre 4 sur 10 pour les gélules et les ampoules, et 2 sur 10 dans du miel). Enfin, l'origine géographique est un autre élément essentiel (elle est importante pour 90 % des acheteurs consommateurs). La France est très clairement la provenance géographique privilégiée, 98 % des acheteurs consommateurs plébiscitant cette origine.

Toutefois, les critères de choix revêtent une importance différente selon les types de gélées royales achetées. Ainsi, les consommateurs de gelée royale pure/fraîche valorisent plus la qualité et les critères environnementaux que les autres. À l'inverse, les consommateurs d'ampoules (et dans une moindre mesure de gélules) semblent relativement moins impliqués dans le processus d'achat, et accordent moins d'importance à ces critères.

### Des consommateurs moyennement satisfaits par l'offre disponible

Dans l'ensemble, les consommateurs de gelée royale sont moyennement satisfaits par les produits actuellement disponibles à la vente (41 % de satisfaits contre 33 % de moyennement satisfaits et 26 % d'insatisfaits). Les personnes non satisfaites par l'offre disponible évoquent principalement l'incertitude sur la qualité et l'efficacité des produits pour expliquer leur insatisfaction (37 %). Le prix (29 %), le manque de certains produits sur le marché (28 %), le goût (11 %), les doutes sur les méthodes et les lieux de production

(9 %), ainsi que l'absence d'offre claire et lisible (7 %) sont également invoqués. À l'inverse, plus des trois quarts des acheteurs consommateurs considèrent que les conditionnements proposés, les lieux de vente et la connaissance de l'origine géographique sont satisfaisants. Par ailleurs, les consommateurs de gelée royale pure/fraîche sont, sur de nombreux critères (dont le conditionnement, la qualité, l'origine et le critère de respect de l'environnement), davantage satisfaits de l'offre globale que les consommateurs de gelée royale en ampoules ou gélules.

#### Le manque de notoriété et le prix sont les principaux freins à la consommation

Les principaux facteurs limitant la consommation de gelée royale sont le manque de présence à l'esprit (32 % des non acheteurs invoquent ce critère), l'habitude de consommer d'autres compléments alimentaires (28 %), le prix (27 %), ainsi que l'insuffisance de connaissances sur la gelée royale et ses bienfaits (21 %).

Un autre frein important est le manque de connaissances en ce qui concerne les produits et marques disponibles sur le marché. Près de la moitié des acheteurs consommateurs ne citent aucune marque spontanément, et lorsqu'ils y parviennent, seulement un peu plus d'une marque est citée en moyenne. En revanche, en assisté, davantage de marques sont citées: un peu plus de 3 marques en moyenne, principalement Arkopharma / Arko Royal (58 %), Fleurance Nature (48 %), Vitaflor (43 %) et Gelée Royale Française (42 %).

Enfin, le manque de certitude quant à la qualité ou l'origine géographique de la gelée royale est également un frein déterminant pour les consommateurs de compléments alimentaires.

#### Des consommateurs peu avertis sur l'origine et le mode de conservation des gélées royales

Les consommateurs sont mal informés sur les pratiques et conséquences de l'importation sur les produits. En effet, quel que soit le type de gelée royale consommée le plus souvent, la plupart des acheteurs pensent consommer de la gelée royale d'origine française (83 %), bien que 99 % de la gelée royale utilisée en France soit importée. Près de sept consommateurs sur dix considèrent être bien informés sur le mode de conservation produits (congelé/non congelé), critère important à leurs yeux, est plutôt satisfaisante (66 %). Ainsi, ces deux critères de qualité ne sont pas identifiés comme points potentiels d'amélioration des produits disponibles sur le marché.

#### Focus sur la marque « Gelée Royale Française »

Gelée Royale Française est une marque connue des acheteurs consommateurs (42 % de notoriété). En termes d'achat et de consommation, cette marque

arrive en deuxième position parmi une liste de 13 marques. Les produits de la marque Gelée Royale Française sont également jugés de qualité (21 %), comme étant bios (13 %), purs, naturels, efficaces (10 % respectivement) et d'origine française (9 %). C'est aussi une marque dans laquelle les consommateurs tendent à avoir confiance (en termes de qualité, d'origine, de méthodes de production, de traçabilité).

#### Ce que l'on peut retenir du marché de la gelée royale

- Une production française de **2 tonnes** pour une consommation estimée à **175 tonnes**, donc un marché principalement approvisionné par les importations.

- Des importations qui proviennent en grande partie de **Chine**.

- Une gelée royale traitée par cinq acteurs : les importateurs/premiers transformateurs, les industriels spécialisés dans les compléments alimentaires, l'industrie des cosmétiques, les spécialistes des produits de la ruche, et les fournisseurs de matériel apicole et les apiculteurs revendeurs.

- Une gelée royale utilisée par trois marchés : le marché des compléments alimentaires (70 % des volumes), le marché agroalimentaire (23 %), et le marché des cosmétiques (8 %).

- Une gelée royale française qui dépend fortement des **circuits courts** et de la **vente directe**.

- Une gelée royale importée valorisée essentiellement via les circuits longs.

- **Une pénétration de 15 %** au sein de la population française.

- Un **cœur de cible au profil spécifique** : un peu plus âgés, plus aisés et plus présents dans le Sud-Ouest de la France.

- Un **marché éclaté et peu structuré** : diversité des formes consommées, multiplicité des lieux d'achats, connaissance limitée des marques et une méconnaissance sur l'origine géographique et les modes de conservation.

- Un marché avec un **bon potentiel d'évolution** : bénéfices de la gelée royale clairement identifiés, modes de consommation conséquents (2,4 cures par an en moyenne), consommation étendue au foyer

Au regard du comportement des français vis-à-vis de la gelée royale, trois grands axes de développement ont été identifiés afin de promouvoir ce produit :

- Mieux informer les consommateurs,
- Rendre la Gelée Royale pure/fraîche plus accessible,
- Développer la consommation au sein du foyer.

**A contribué à ce numéro** : unité Cultures et filières spécialisées / service Marchés et études des filières



FranceAgriMer / SYNTHÈSES / Une publication de FranceAgriMer / Directeur de la publication : Éric Allain  
© tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de FranceAgriMer / L'établissement national des produits de l'agriculture et de la mer s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer de conseils personnalisés.

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex  
tél. : +33 1 73 30 30 00 / fax : +33 1 73 30 30 30

[www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)  
[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)