Le coût des produits bio en GMS

L’agriculture biologique bénéficie d’un réel engouement des consommateurs que traduisent des ventes multipliées par 3,5 en 10 ans. En 2003, 46% des consommateurs déclaraient ne jamais avoir consommé un produit bio, en 2016, 69% en consomme au moins une fois par mois.

En 2015, on observe une forte hausse de la SAU (surface agricole utile) en mode biologique qui atteint 4,9 % du territoire agricole. C'est une augmentation de 17 % par rapport à 2014.

La distribution ouvre de plus en plus de magasins spécialisés et les GMS agrandissent leur rayon bio.

L’agriculture biologique n’est que positive pour l’environnement : 40% de moins de pollution en nitrates, absence de pesticides, d’antibiotiques.

Concernant les bénéfices nutritionnels éventuels des produits bio par rapport aux conventionnes du fait de leur plus grande richesse en minéraux ou en vitamines, les publications sont contradictoires et ne permettent pas de dégager de consensus.

Mais …… c’est une consommation freinée par une offre indigente et des marges indigestes en GMS.

CONSTAT DES CONSOMMATEURS

Ils sont conscients des bénéfices environnementaux et sanitaires mais….

∗ 77% jugent le bio trop cher.

∗ 73% déplorent un manque de choix en GMS.

LA GRANDE DISTRIBUTION

∗ Elle est devenue l’acteur majeur avec 42% de part de marché (en progression constante) dans la distribution de produits bio devant les surfaces spécialisées (35%). Les autres (marchés, vente directe, Amap) représentent 23%.

La part du bio représente environ 2,8% des ventes de fruits et légumes en GMS.

En valeur 3 rayons se partagent la part du bio : épicerie et boissons, viandes et crèmerie puis fruits et légumes.

∗ Un matraquage publicitaire : « passer au bio ne vous coûtera pas cher », « le bio à la portée de tous ». etc.

Nous avons voulu vérifier les promesses de la grande distribution sur les prix et la disponibilité.

|  |
| --- |
| p |

NOTRE ETUDE – mai 2016/2017

24 fruits et légumes soit 88% de la consommation des ménages.

Deux stades pris en compte :

∗ Les prix à l’expédition dans toute la France : prix du produit après lavage, triage, calibrage et conditionnement.

∗ Les prix en rayon dans 150 GMS.

DES ECARTS DE PRIX

D’après RNM, aux extrêmes :

Pêche : 2,64 € HT contre 6,64 en conventionnel soit 151%

Chou-fleur : 1,59 € contre 2,02 en conventionnel soit 27%

Coût annuel d’un ménage en GMS pour 24 fruits et légumes :

368 € contre 660 en conventionnel soit 79% = 292 €.

LA CONSTRUCTION D’UN PRIX

Quasi impossibilité de trouver des données publiques. L’INSSE ne publie que des indices (et de toute façon rien en bio) quant à l’observatoire des prix et des marges il suit la construction des prix alimentaires (produits laitiers et carnés, fruits et légumes) mais uniquement pour les produits conventionnels.

Si nous avons étudié la filière fruits et légumes c’est parce que c’est la seule où l’on trouve des données publiques grâce au Réseau des Nouvelles du Marché (RNM) sous tutelle du ministère de l’agriculture.

DES MARGES EXORBITANTES DANS LA GRANDE DISTRIBUTION

Si les coûts de production sont plus élevés en bio qu’en conventionnel (rendements plus faibles, main d’œuvre plus importante, coût des contrôles et de la certification, etc.) ceci n’explique qu’à peine la moitié du surcoût payé par les consommateurs.

Il est aussi évident que l’entretien d’un rayon bio coûte plus cher, il semble avoir un niveau de perte significatif dû au murissement, au défraichissement ou à la manipulation par les consommateurs.

On a calculé que 46% du surcoût provient des sur-marges réalisées sur le bio par la grande distribution. En moyenne leur marge brute est 2 fois plus élevée en bio qu’en conventionnel (marge brute = marge nette + coût de la commercialisation (personnel, loyer, électricité, perte de produits en rayon, etc.)) soit 135 € sur notre panier annuel des 24 fruits et légumes (20% du prix de ce panier !).

Ex : sur les pommes la grande distribution réalise une marge brute de 2,02 €/kg en bio contre 0,77 en conventionnel.

On est loin des promesses de produire des produits bio à prix abordable.

Si cette sur-marge était diminuée de moitié, on pourrait obtenir :

∗ Un gain pour les consommateurs annuel d’environ 72 €.

∗ Une augmentation du volume d’achat des produits bio car le consommateur est très sensible aux variations de prix des légumes.

∗ De nouveaux débouchés pour les producteurs.

∗ Un accès plus facilité pour de nouveaux consommateurs, financièrement parlant.

UNE OFFRE BIO INDIGENTE

1541 magasins enquêtés en France.

Une offre indigente pour les 2 principaux légumes consommés par les Français : la pomme et la tomate.

Dans 43% des magasins, impossible de trouver les 2 produits simultanément et dans 23% aucun n’était présent.

4 fois moins de variétés de pommes bio./. au conventionnel (2 contre 8) alors que 5 variétés bio sont disponibles.

Bonnet d’âne pour les magasin U, Intermarché, Monoprix, Casino super et Carrefour market.

Auchan, Carrefour Hyper et Cora étant les « moins pires ».

On a même constaté que lorsque ses produits étaient présentés, dans 7% des cas les casiers étaient vides !

NOUS DEMANDONS

∗ Pour la grande distribution : une plus grande cohérence entre les slogans publicitaires, la tarification et la disponibilité des produits bio.

∗ A l’observatoire de la formation des prix et des marges d’étudier la construction des prix du bio et de publier le niveau de marge nette par produit et par enseigne.

Haut du formulaire