



UNION FEDERALE DES CONSOMMATEURS
UFC Que Choisir
64300 Orthez

FRUITS ET LEGUMES BIO EN GRANDES SURFACES

Une consommation freinée par une offre indigente et des marges indigestes



Ufc Que Choisir - 11, rue Saint Gilles - 64300 ORTHEZ - ☎ Fax 05.59.67.05.80
contact@orthez.ufcquechoisir.fr

Malgré certains éditoriaux enflammés dans la presse grand-public qui annoncent sa fin prochaine, le secteur de la grande-distribution continue de concentrer les deux tiers des achats de produits alimentaires (source Insee TEF 2017). Le chiffre d'affaires du secteur s'établissait à 179 milliards d'euros en 2015 (source Insee TEF 2017)

soit une dépense annuelle moyenne de 6 300 euros par ménage !

La thématique reste donc un sujet d'intérêt majeur pour nos lecteurs.

En effet parmi ces achats le bio s'octroie chaque jour une place plus importante.

Aussi l'UFC que Choisir a, en août 2017, établi un dossier de presse relatif à l'offre de fruits et légumes bios présents en magasin.

UNE PRISE DE CONSCIENCE CITOYENNE

En raison de la prise de conscience des dégâts environnementaux causés par l'agriculture intensive et de la confirmation de la nocivité de certains pesticides, l'agriculture biologique bénéficie d'un réel engouement des consommateurs que traduisent des ventes multipliées par 3,5 en moins de 10 ans.

Pour répondre à cette demande des consommateurs, les surfaces agricoles bio ne cessent d'augmenter en France (+17 % en 2016), quant aux acteurs de la distribution, ils multiplient les ouvertures de magasins spécialisés ou agrandissent le rayon bio des grandes surfaces traditionnelles.

L'intérêt des consommateurs pour les produits de l'agriculture biologique est clairement justifié par le moindre impact de ce mode de production sur l'environnement.

S'agissant des pollutions en nitrates, les experts de l'INRA (Institut national de la recherche agronomique) et de l'ITAB (Institut Technique de l'Agriculture Biologique) calculent que les relargages éventuels imputables à l'agriculture biologique sont à la fois plus lents et globalement inférieurs de 40 % à ceux observés en agriculture conventionnelle.

Quant aux pesticides, du fait de l'interdiction des pesticides de synthèse, il y a un consensus scientifique pour considérer que ce mode d'agriculture engendre au global significativement moins d'impacts négatifs sur la faune (oiseaux, insectes, batraciens...).

Cette contribution à la protection de l'environnement a été reconnue par l'INRA qui considère que le développement de l'agriculture biologique au côté de l'agriculture intégrée est indispensable pour atteindre l'objectif de réduction de 50 % des pesticides défini dans le cadre du Grenelle de l'Environnement (13 % des surfaces préconisées contre 5 % actuellement).

Elle est également reconnue par les lois « Grenelle I et II » qui donnent la priorité à l'agriculture biologique dans les zones à proximité des captages prioritaires d'eau potable.

L'impact positif sur le plan sanitaire est une nouvelle fois démontré par notre dernier test comparatif montrant l'absence de pesticides sur la quasi-totalité des échantillons de carottes, citrons et bananes bio analysés. Le Haut Conseil de la Santé Publique recommande ainsi de privilégier les produits végétaux issus d'agriculture biologique pour limiter l'exposition des consommateurs aux pesticides.

Enfin, du fait de la moindre utilisation des antibiotiques, l'agriculture biologique contribue à la préservation de leur efficacité.

Mais alors que les grandes enseignes développent des communications promettant une offre bio diversifiée et accessible en termes de prix, 77 % des consommateurs considèrent que son prix élevé constitue le frein le plus important à l'achat, et 73 % des consommateurs demandent à ce que les produits bio soient plus présents en grandes et moyennes surfaces.

C'est dans ce contexte que l'UFC-Que Choisir a mené l'enquête pour vérifier si la grande distribution traditionnelle répond correctement aux principales attentes des consommateurs en matière de bio : prix et disponibilité.

L'ENQUETE DE TERRAIN SUR LA DISPONIBILITE DU BIO EN GRANDE SURFACES : *DES RAYONS INDIGENTS*

Une enquête réalisée dans 1 541 magasins

Après le prix, le deuxième argument que la grande distribution met en avant dans ses communications publicitaires sur le bio est celui de la disponibilité.

Mais, est-il réellement possible de faire ses courses au quotidien en fruits et légumes bio dans les magasins de la grande distribution ?

Pour répondre à cette question, nous avons réalisé une enquête de terrain avec l'aide des bénévoles de l'UFC-Que Choisir qui ont effectué des relevés durant le mois de juin 2017 dans 1541 magasins des principales enseignes de la grande distribution, répartis sur l'ensemble de la France (81 départements enquêtés) et prenant en compte l'importance de chaque enseigne sur le territoire.

Les enquêteurs ont mesuré la disponibilité de l'offre bio de deux produits incontournables du rayon fruits et légumes, pour lesquels les consommateurs français dépensent le plus : la tomate et la pomme.

Ni pommes ni tomates bio dans un quart des magasins

Le premier point vérifié par les enquêteurs est la présence d'au moins une variété de pommes bio et de tomates bio en rayon.

En effet si la grande distribution tient réellement sa promesse de rendre le bio disponible, il devrait être possible de trouver dans leur version bio, au minimum les deux produits du rayon fruits et légumes occasionnant le plus de dépenses.

Or, dans près de la moitié des points de vente visités (43 %), il est impossible de trouver dans un même magasin à la fois des pommes et des tomates bio.

Dans le détail par enseigne, aucun distributeur n'est en mesure de proposer à la fois des pommes et des tomates bio sur la totalité de ses magasins.

Magasin U est le distributeur dont l'offre bio est la moins étoffée sur ces deux produits, suivi par Intermarché, Monoprix, Casino super et Carrefour Market.

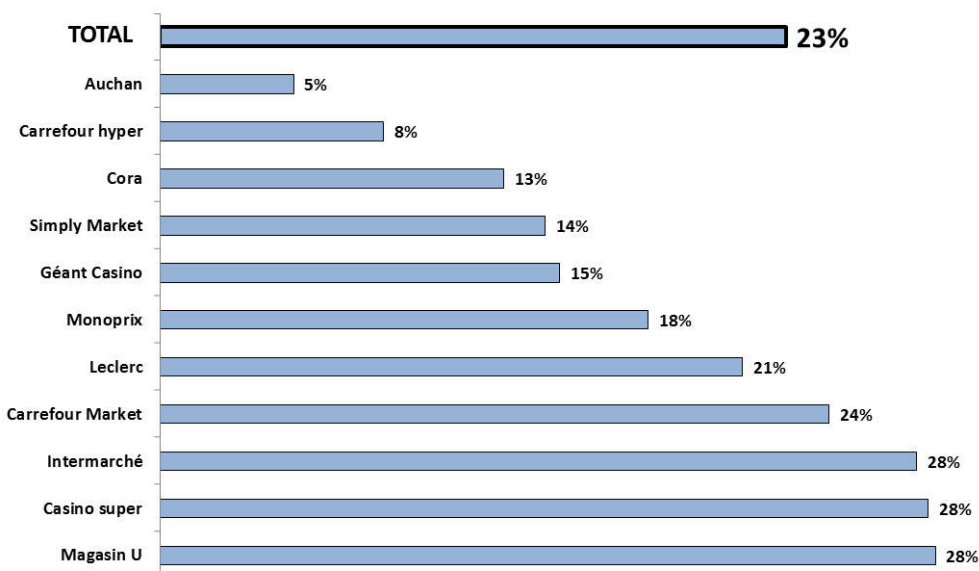
Pire, dans 23 % des lieux de vente enquêtés, les magasins ne proposent ni tomates, ni pommes bio.

C'est chez les Magasins U que ce cas de figure est le plus souvent observé, suivi par Casino super et Intermarché.

On note que cette absence d'offre en tomates ou en pommes bio est plus marquée dans les petites surfaces. Par exemple, dans le groupe Auchan, 21 % des hypermarchés enquêtés (Auchan) ne proposent pas de tomates ou de pommes bio, contre 36 % pour les supermarchés (Simply).

Il en va de même chez Casino où 15 % des hypermarchés ne proposent ni tomates ni pommes bio, contre 28 % dans les supermarchés.

Magasins ne proposant ni pommes bio ni tomates bio proportion par enseigne



Source : UFC-Que Choisir, enquête auprès de 1541 magasins

Quatre fois moins de variétés de pommes bio par rapport au conventionnel

Pour nombre de fruits et de légumes, il peut être également important de disposer d'un choix de différentes variétés, compte tenu de leurs caractéristiques gustatives ou d'utilisation.

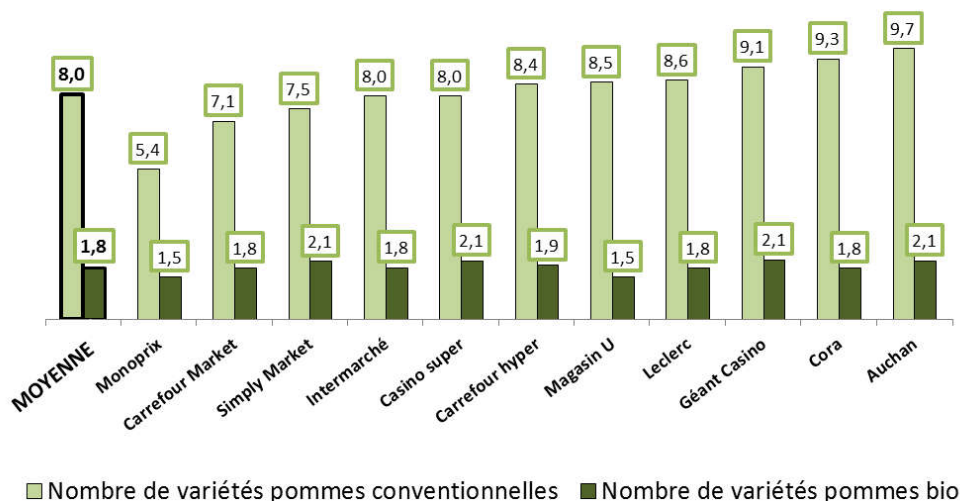
C'est notamment le cas des pommes, pour lesquelles nos enquêteurs ont relevé le nombre de variétés proposées en conventionnel et en bio.

Alors qu'en conventionnel, la grande distribution propose en moyenne 8 variétés de pommes, le choix en bio est quatre fois moindre (seulement 1,8 variété en moyenne).

Pourtant il est tout à fait possible de proposer un choix plus large, puisque jusqu'à 5 variétés de pommes bio ont été recensées par nos enquêteurs dans certains magasins.

Peu de différences sont relevées entre les enseignes : le nombre moyen de variétés de pommes bio allant de 1,5 pour Monoprix et Magasin U, à 2,1 pour Auchan, Casino et Simply Market.

Nombre de variétés de pommes conventionnelles et bios relevé en rayon selon l'enseigne



Source : UFC-Que Choisir, enquête auprès de 1541 magasins

Les casiers de tomates bio vides ou presque vides dans près d'un quart des magasins

Nous avons également voulu savoir comment la grande distribution gère la partie bio du rayon fruits et légumes, par rapport à la partie conventionnelle.

S'agissant de la disponibilité des produits, cette gestion est cruciale. Elle consiste à remplir les casiers et à se réapprovisionner auprès des fournisseurs au fur et à mesure des achats réalisés par les consommateurs, afin d'éviter que les casiers soient vides.

Sur ce point, une forte proportion de casiers vides ou peu remplis traduira une gestion défailante du réapprovisionnement de ce rayon.

Un bon gestionnaire du rayon fruits et légumes doit également s'assurer de la fraîcheur des produits et le cas échéant retirer les produits défraîchis et les remplacer par des produits frais.

La fraîcheur des fruits et légumes est difficile à mesurer de manière objective, en revanche le niveau de remplissage des casiers peut traduire ce critère de manière indirecte.

En effet, une forte proportion de casier presque vides, indiquera que les produits sont probablement en rayon depuis longtemps et que leur fraîcheur est moindre que celle des produits d'un casier plein.

Pour les besoins de l'enquête, nos enquêteurs ont relevé le niveau de remplissage des casiers pour les tomates bio en comparaison avec les casiers de tomates conventionnelles.

Or sur ce critère également, la grande distribution propose aux consommateurs une offre moins bien gérée en bio par rapport au conventionnel.

Alors que pour les tomates conventionnelles, seulement 2 % des magasins en moyenne présentent des casiers aux trois quarts vides, la proportion est huit fois plus élevée dans le cas de la tomate bio (16%).

Pire dans 7 % des magasins, les casiers de tomates bio étaient même vides, ce qui en revanche n'a jamais été constaté en conventionnel. C'est dans les enseignes Intermarché, Casino (super) et Magasin U que ce problème est le plus souvent relevé.

DEMANDE DE L'UFC-QUE CHOISIR

Bien que les consommateurs soient demandeurs de produits issus de l'agriculture biologique, le prix plus élevé ainsi que la rareté en rayon de ces productions constituent des freins majeurs à leur achat.

La grande distribution, à rebours de ses promesses, est loin de faciliter l'accès aux fruits et légumes bio en appliquant sans réelle cohérence des marges brutes en moyenne deux fois plus élevées que sur les produits conventionnels.

Quant à l'offre de fruits et légumes bio, elle est encore insuffisamment étoffée au regard des résultats décevants constatés sur deux exemples pourtant incontournables de ce rayon.

Alors que le développement de l'agriculture biologique est bénéfique tant du point de vue environnemental que du point de vue sanitaire, l'UFC-Que Choisir considère que la consommation des produits qui en sont issus doit être rendue accessible au plus grand nombre.

En conséquence, tout en appelant la grande distribution à faire preuve d'une réelle cohérence entre d'une part ses slogans commerciaux et d'autre part la tarification et la disponibilité des produits bio, l'Association demande à l'Observatoire de la formation des prix et des marges d'étudier la construction des prix dans les magasins de la grande distribution pour les principaux produits d'agriculture biologique en publiant le niveau de marge nette réalisé pour chaque enseigne.