



## Communiqué de presse

15 janvier 2013

### La bio la moins chère ?

#### Les « 60 millions de consommateurs » sont aussi des citoyens !

*Le magazine 60 millions de consommateurs a publié dans son numéro de janvier 2013 (n°478) un dossier comparatif de prix et de qualité d'achats d'un panier type de produits bio. L'approche « prix » a le mérite de poser la question des coûts et marges et progresse vers des notions plus qualitatives. Ce dossier montre cependant, une nouvelle fois, les limites d'une approche consumériste qui peine à évoluer dans son approche globale de la filière agro-alimentaire et du rôle et de la place des consommateurs dans son évolution vers plus de durabilité économique, sociale et environnementale.*

xxx

#### **Pas meilleurs pour la santé ? Voire...**

60 millions de consommateurs produit souvent des comparaisons des prix intéressantes. Cette analyse économique aboutit à des conclusions journalistiques parfois surprenantes. Comme l'affirmation qu'il n'y a pas de bénéfice pour la santé des produits bio en citant l'étude récente de l'université de *Stanford*, dont les résultats soulignent pourtant de réels avantages<sup>1</sup>. Simple erreur ? Plus loin, l'allusion à la récente fraude sur les céréales roumaines et au fait que les produits ne sont pas totalement exempts de polluants contribue à convaincre le consommateur que l'intérêt du bio se limite à son impact favorable sur l'environnement.

Peut-être aurait-il fallu chercher d'autres sources ? Les aliments bio sont meilleurs pour la santé que les conventionnels pour au moins trois raisons comme le rappelle récemment un collectif de référence<sup>2</sup>.

#### **La grande distribution, la solution pour démocratiser la bio ?**

60 millions de consommateurs conclut que les produits bio des marques distributeurs de la grande distribution sont la solution pour réduire l'écart de prix avec les produits conventionnels. Serait-ce aussi simple ?

<sup>1</sup> [http://www.mangerbiocestmieux.fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14:nouvelle-polemique-sur-le-bio&catid=36:actualites&Itemid=18](http://www.mangerbiocestmieux.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=14:nouvelle-polemique-sur-le-bio&catid=36:actualites&Itemid=18)

<sup>2</sup> <http://www.mangerbiocestmieux.fr/>

Nous rappelons que pour la FNAB et milliers de producteurs bio qu'elle représente, la durabilité de la filière bio française découle avant tout de la diversité de ses circuits de commercialisation et, en particulier, du rôle structurant de la distribution spécialisée. Il faut en effet rappeler plusieurs choses concernant la grande distribution.

*Une domination qui peut être déstructurante pour les filières « émergentes » ou en consolidation*

Dès le début de la crise mondiale, nous avons pu constater une baisse de la consommation de produits bio inédite en Grande Bretagne à l'inverse de la dynamique toujours positive de consommation partout ailleurs. Comme le rappelle [Patrick Holden](#) de la Soil association la raison en est simple, la grande distribution - très majoritaire dans ce pays sur la distribution des produits bio - avait retiré des rayons les produits bio en anticipation d'une baisse de consommation... les consommateurs apprécieront.

*Des pratiques économiques et sociales souvent peu transparentes et équitables pour les producteurs*

Nous devons en effet rappeler que les marges de la grande distribution sur les produits bio, si elles peuvent parfois contribuer à des effets de baisse de prix dans la logique de gros volumes et d'une logistique efficace, sont parfois aussi très exagérées comme l'a démontré Patrick Mundler, économiste, sur un [échantillon](#) de produits en Rhône-Alpes. En ce sens, et à l'exception de produits d'appels bio et locaux, la grande distribution se fonde sur un modèle de filières agro-alimentaire intégré qui pénalise le producteur et le consommateur<sup>3</sup>.

Alors que 200 fermes disparaissent par semaine en France, que la concentration des terres, des capitaux n'a jamais été aussi vive, pourrons-nous supporter longtemps l'inéquité des filières agro-alimentaires dont les modèles économiques structurellement en crise ne résistent que par le soutien massif des financements publics directs et indirects? La GMS a certainement une place dans la distribution des produits bio dès lors que - et c'est parfois déjà le cas - les enseignes s'engagent dans une structuration de filière durable et équitable en faveur des paysans et des consommateurs.

*Rappelons enfin que la transition écologique de l'agriculture est une opportunité et une nécessité économique aujourd'hui. La bio plus créatrice d'emplois durables<sup>4</sup>, moins subventionnée, portée par les consommateurs, fait figure de moteur de cette transition.*

## *Contacts presse*

Dominique Marion - (Président) - Tél. : 06 76 87 14 00 Email : [mariondominique@yahoo.fr](mailto:mariondominique@yahoo.fr)

Julien Adda - (Délégué Général) - Tél. : 01 43 38 39 48 Email : [jadda@fnab.org](mailto:jadda@fnab.org)

---

<sup>3</sup> Voir le reportage d'Envoyé spécial sur le « bio business » du 5 janvier 2012 et l'exemple des œufs bio <http://www.youtube.com/watch?v=gK7iikBkhqE>

<sup>4</sup> [http://www.lafranceagricole.fr/Download/var/gfa/storage/fichiers-pdf/primeur284\\_bio-recensement2010.pdf](http://www.lafranceagricole.fr/Download/var/gfa/storage/fichiers-pdf/primeur284_bio-recensement2010.pdf)