



• **Agribiodrôme** •  
Les Agriculteurs **BIO** de la Drôme

# ACTIVITÉ BIO DES POINTS DE VENTE COLLECTIFS DE RHÔNE-ALPES : ÉTUDE COMPARATIVE

## Préambule

En 2011, la Drôme compte 5 Points de Vente collectifs (PVC) bio ou majoritairement bio sur le territoire, il semblerait que l'outil collectif corresponde aux besoins économiques et éthiques de développement des agriculteurs bio. Néanmoins, les agriculteurs s'interrogent sur la plus value économique d'un PVC bio par rapport à un PVC mixte. Parallèlement, la question des produits bio se pose au sein des PVC mixte en projet ou déjà créés : quelle place donner aux produits bio ? Quelle lisibilité pour les consommateurs ? Y-a-t-il concurrence entre les produits bio et non bio ? Les produits bio sont-ils des produits d'appel ?

Il semblait intéressant de comparer les volumes d'activités des différentes catégories de produits bio au sein des PVC bio et des PVC mixtes afin de tenter de répondre à ces questions.

L'analyse a été réalisée à partir des résultats économiques de l'année 2010 de 22 PVC de Rhône-Alpes, membres du réseau Terre d'Envies.

Le volume de vente global réalisé par l'ensemble des 22 PVC est de près de 15 millions d'euros.

## Typologie des Points de Vente Collectifs

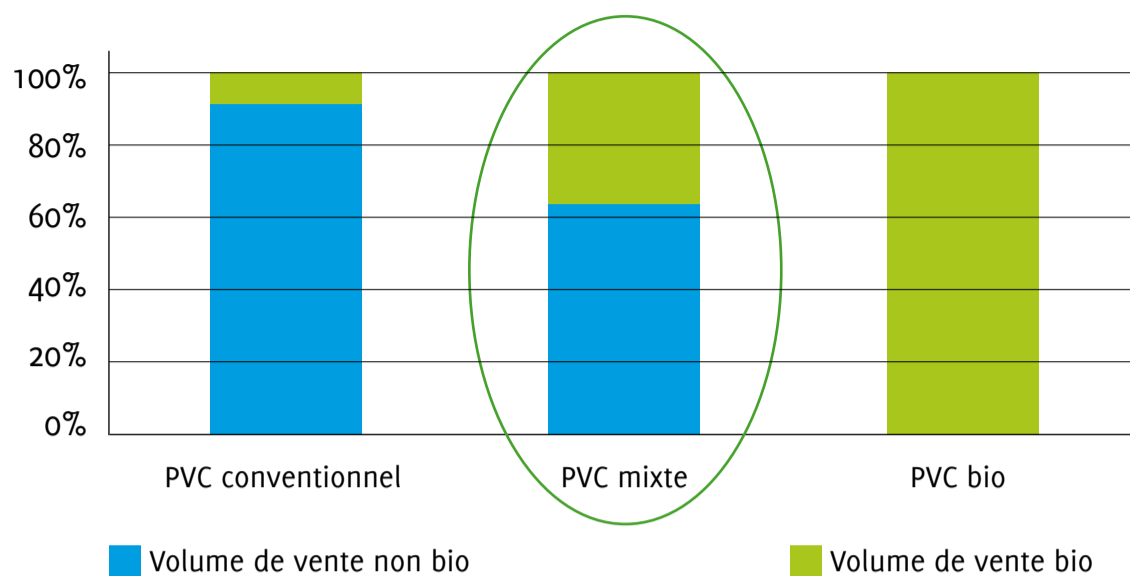
3 catégories de PVC ont été créées dont les caractéristiques sont présentées dans le tableau 1 ci-dessous.

TABLEAU 1	PVC conventionnel	PVC mixte	PVC bio
Caractéristiques	< 30% références produits bio	> 30 % références produits bio	100 % références produits bio
Nombre de PVC	15	5	2
% de produits bio en moyenne	12 %	57 %	100 %
Surface moyenne de vente	121 m <sup>2</sup>	117 m <sup>2</sup>	94 m <sup>2</sup>
Volume de vente moyen par PVC	612 455 €	479 883 €	235 218 €
Volume de vente moyen/m <sup>2</sup>	4 979 €/m <sup>2</sup>	4 712 €/m <sup>2</sup>	2 718 €/m <sup>2</sup>
Nombre heures d'ouverture	32,57 h	32,50 h	23,25 h
Volume de vente moyen/h d'ouverture	372 €/h	292 €/h	248 €/h

Le tableau 1 montre que les PVC bio ont une surface de vente plus faible que celle des PVC conventionnels et mixtes, leur volume de vente est de moitié celui des PVC mixtes et d'un peu plus d'un tiers de celui des PVC conventionnels. Ils sont globalement ouverts 9 heures de moins par semaine. **Les PVC bio sont des magasins plus petits, avec une activité économique plus réduite que les PVC mixtes et conventionnels.**

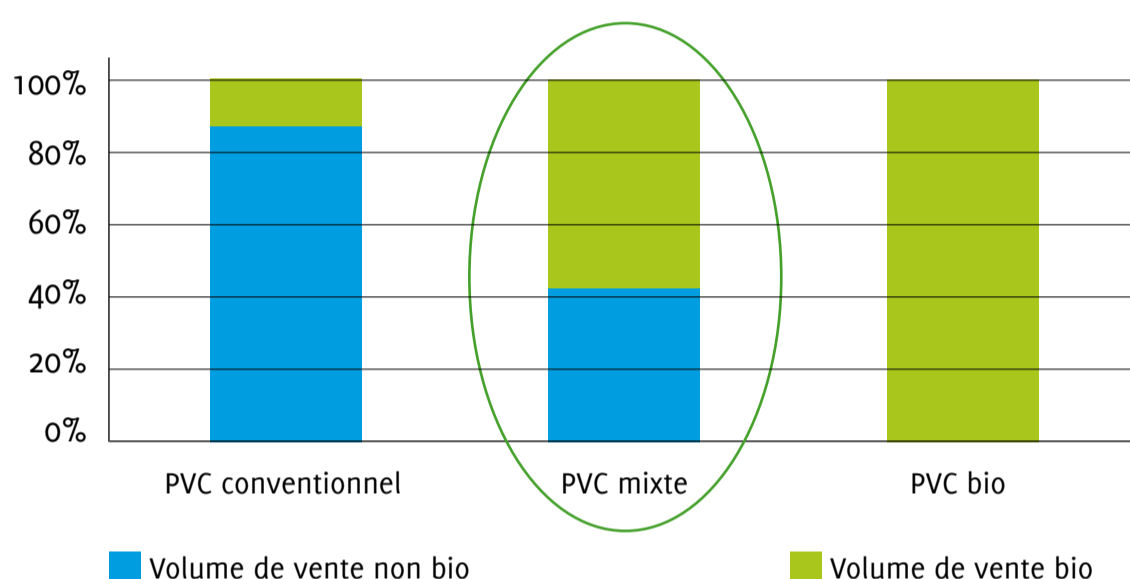
# Quelle part du bio dans chaque catégorie de PVC ?

GRAPHIQUE 1 / PROPORTION DU BIO DANS LE VOLUME DE VENTE GLOBAL MOYEN DE CHAQUE CATÉGORIE



Selon le graphique 1, le volume de vente des produits bio représente 1/10ème du volume de vente global au sein des PVC conventionnels et 1/3 au sein des PVC mixtes.

GRAPHIQUE 2 / PROPORTION DU BIO DANS LE NOMBRE DE RÉFÉRENCES DE PRODUITS MOYEN DE CHAQUE CATÉGORIE



Selon le graphique 2, le nombre de références de produits bio représente 1/10ème du nombre de références total au sein des PVC conventionnels, proportion identique à celle du volume de vente. En revanche, au sein des PVC mixtes, la tendance est inversée car le nombre de références de produits bio représente 2/3 du nombre total de références. Ceci est principalement dû au fait que la charcuterie dans ces PVC mixtes est un produit conventionnel. Représentant un gros volume de vente au sein d'un PVC, elle fait basculer la part des ventes des produits conventionnels par rapport à la proportion de références en produits bio.

Dans les PVC mixtes, les références bio sont principalement des légumes, des œufs, des fromages de chèvres, du vin, du poisson et des produits laitiers de vache, produits bio bien représentés en région Rhône-Alpes alors, qu'effectivement, la production de viande porcine bio est très déficitaire.

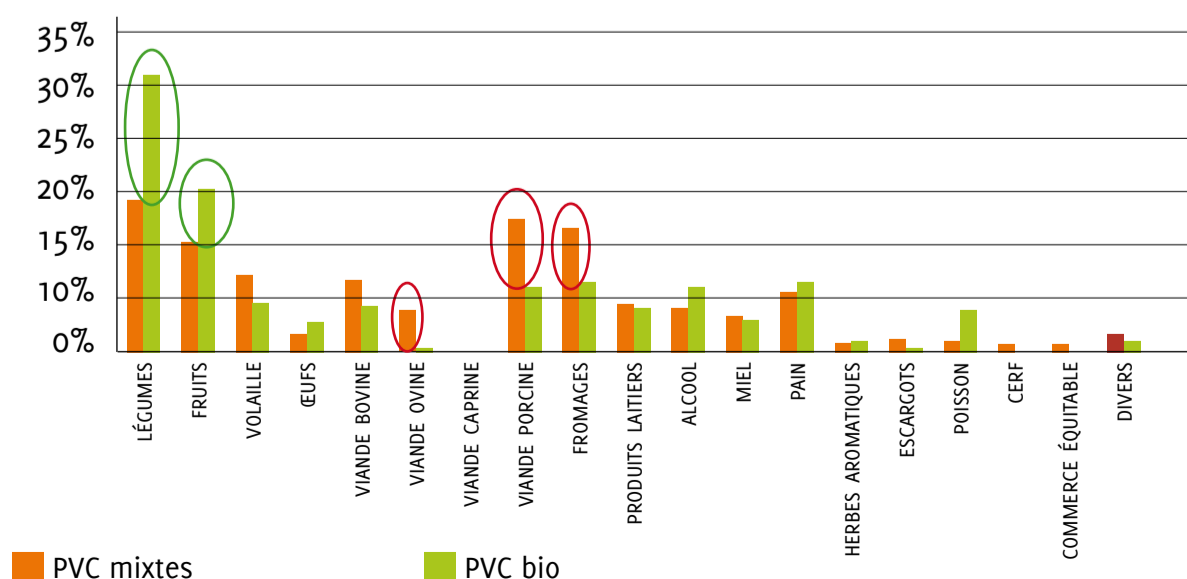
Le tableau 2 montre que les PVC bio n'ont pas à pâlir de leur nombre de références de produits au vu du nombre total de références des autres PVC: **l'agriculture biologique peut proposer une diversité de gamme tout aussi importante que l'agriculture conventionnelle.** Seulement, les profondeurs de gamme de produits ne sont pas les mêmes selon les différentes catégories de produits: **la profondeur de gamme sera élevée pour les produits à base de fruits, légumes, légumineuses et céréales et faible pour les viandes dans un PVC bio.** Dans les PVC conventionnels, la tendance est inversée Ceci explique notamment un volume de vente plus élevé pour les PVC conventionnels car les viandes y contribuent fortement.

TABLEAU 2	PVC conventionnel	PVC mixte	PVC bio
Nombre total de références produits	293	309	253

## Volume de vente bio par catégorie de produits

### 1. Les PVC mixtes

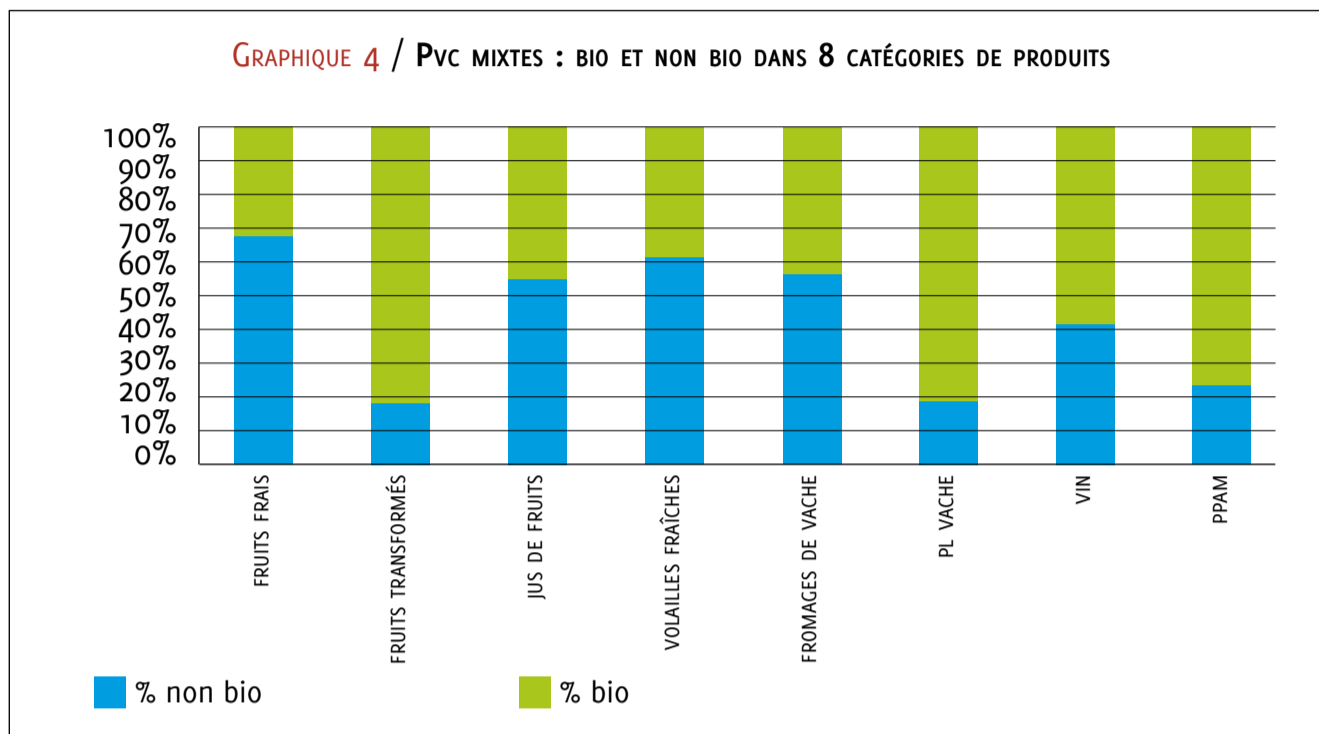
GRAPHIQUE 3 / VOLUME DE VENTE PAR CATÉGORIE DE PRODUITS : COMPARAISON PVC BIO - PVC MIXTES



Le graphique 3 met en avant le **déficit en viande bio dans les PVC bio par rapport aux PVC mixtes**, notamment en viande de porc et charcuterie, en agneaux ainsi qu'en fromages (diversité plus restreinte). Ce déficit explique la part très importante que représentent **les catégories fruits et légumes**, elles représentent à elles deux près de 50% du volume de vente global des PVC bio.



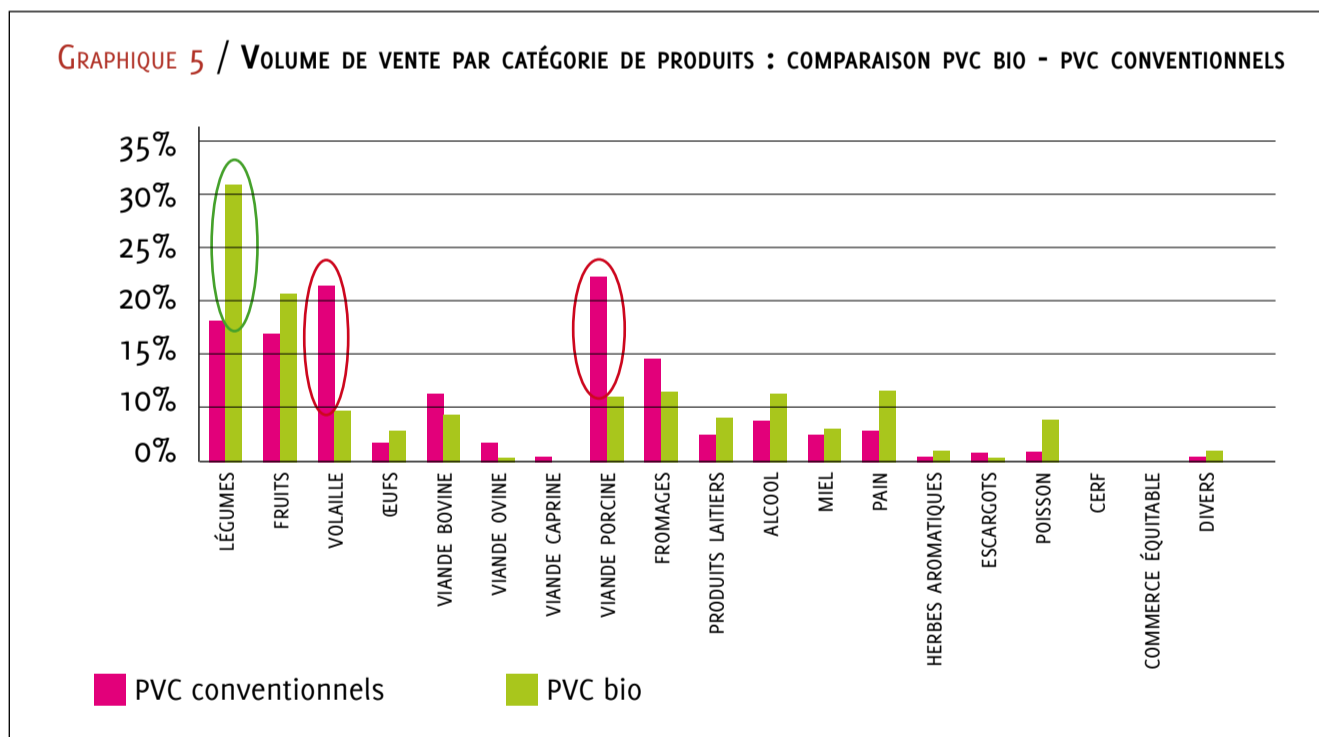
GRAPHIQUE 4 / PVC MIXTES : BIO ET NON BIO DANS 8 CATÉGORIES DE PRODUITS



Le graphique 4 présente les catégories de produits pour lesquelles les PVC mixtes proposent des produits bio et non bio. Dans les PVC mixtes, les produits bio sont présents en complément de gamme sur les fruits, les volailles et les fromages de vache. En revanche, ils sont les produits principaux pour les fruits transformés (confitures, compotes...), produits laitiers de vache et pour les produits à base de PPAM (herboristerie, cosmétiques).

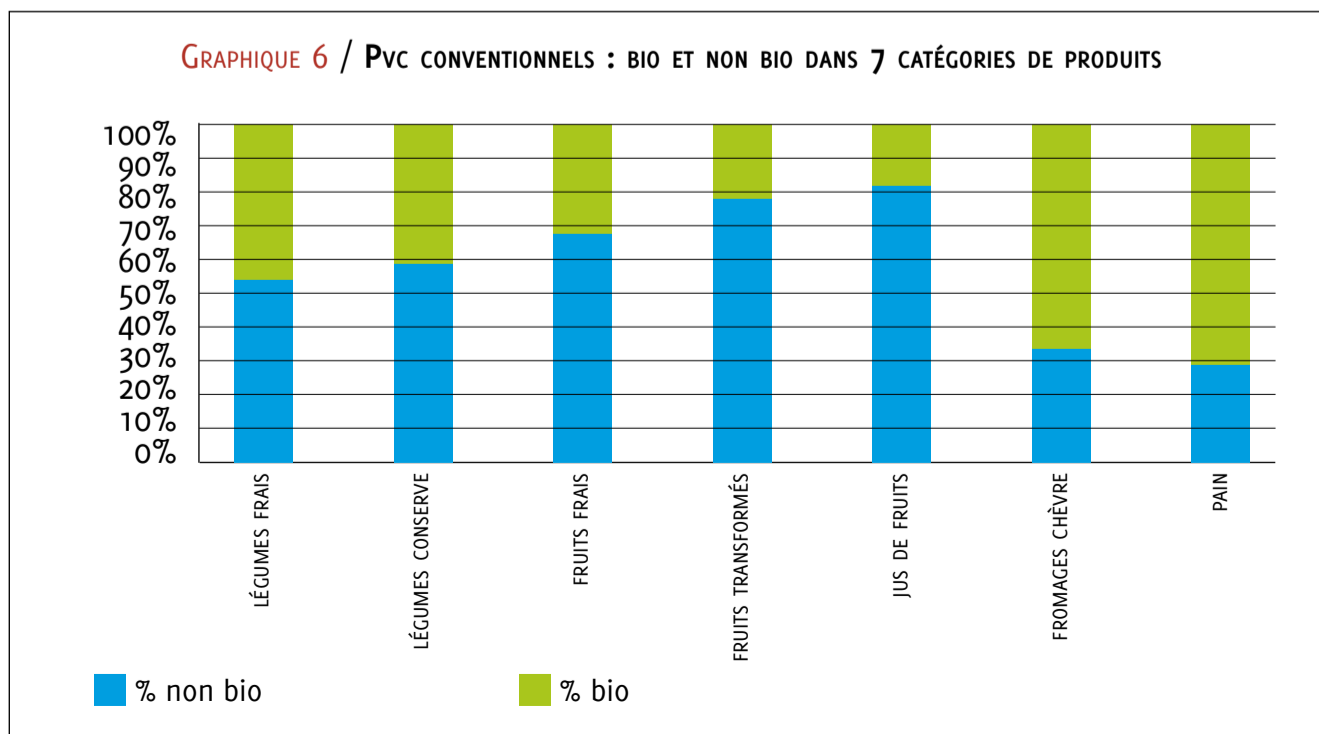
## 2. Les PVC conventionnels

GRAPHIQUE 5 / VOLUME DE VENTE PAR CATÉGORIE DE PRODUITS : COMPARAISON PVC BIO - PVC CONVENTIONNELS



Le graphique 5 met encore une fois en avant le déficit en viande bio dans les PVC bio, cette fois-ci, par rapport aux PVC conventionnels. Le déficit est encore plus marqué car au sein des PVC conventionnels, la part de la viande porcine et des volailles représente près de 40% du volume de vente total de ces PVC alors qu'elle est de 12% au sein des PVC bio.

GRAPHIQUE 6 / PVC CONVENTIONNELS : BIO ET NON BIO DANS 7 CATÉGORIES DE PRODUITS



Le graphique 6 présente les catégories de produits pour lesquelles les PVC conventionnels proposent à la fois des produits bio et non bio. Pour les fruits et légumes, les produits bio sont présents en complément de gamme sur des produits très saisonniers alors que les fromages de chèvre et le pain sont majoritairement en bio.

## Conclusion et perspectives

Cette analyse de l'activité économique des PVC conventionnels, mixtes et bio en 2010 montre que **les produits bio au sein des PVC conventionnels et mixtes ne sont pas des produits concurrentiels, au contraire ce sont des produits d'appel, des produits saisonniers, des produits de diversification.**

Cette étude met également en lumière **la faiblesse des PVC bio : peu de catégories de produits viande** (porc mais aussi lapin, canards) **et faible profondeur de gamme en viande** (charcuteries, viandes découpées). Cependant, **la diversité de références des PVC bio est importante** et intéressante pour les PVC conventionnels et mixtes car les produits bio proposés sont **complémentaires aux produits conventionnels** : plus de produits transformés en céréales, fruits et légumes. Ainsi, **les PVC mixtes jouissent d'une forte diversité de produits** grâce à la présence de produits bio mais ils peuvent être victimes d'un **manque d'identification claire pour les consommateurs**. La confusion du consommateur peut être d'autant plus importante si les produits d'appel sont bio, notamment les légumes (ce qui est souvent le cas). Il a été relevé que si la part de produits bio dépasse la moyenne des deux tiers de références, à ce problème d'image externe se rajoute des **questions identitaires internes au groupe**. D'après l'article du bulletin d'Agribiodrôme AplusB n°84 (2011) : « *Selon les producteurs, un point de vente 100% bio permet d'éviter la confusion, cela simplifie la lisibilité des produits vendus, permet de mieux expliquer la démarche globale des producteurs et aide à avoir une stratégie de communication* ».

Cette étude s'est basée sur une analyse de seulement 2 PVC bio, elle sera reconduite afin de rajouter les données des nouveaux PVC bio créés sur la Drôme en 2011 et permettre ainsi une analyse plus équilibrée entre les trois catégories de PVC. Une étude consommateurs des PVC conventionnels et mixtes permettrait également d'affiner les besoins d'affichage et de présentation des produits bio et non bio.



  
**Agribiodrôme**

ZA La Fauchetière 26250 Livron-sur-Drôme  
tél. 04 75 25 99 75 - [contact@agribiodrome.fr](mailto:contact@agribiodrome.fr)  
[www.corabio.org/agri-bio-drome](http://www.corabio.org/agri-bio-drome)

**Terre d'envies**

49, avenue de Macon 01000 Bourg-en-Bresse  
tél. 04 74 23 00 91 - [contact@terredenvies.fr](mailto:contact@terredenvies.fr)  
[www.terredenvies.fr](http://www.terredenvies.fr)

**Rhône-Alpes** Région

  
l'Europe  
**s'engage**  
en Rhône-Alpes  
avec le **FEDER**

  
UNION EUROPEENNE

  
Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'ALIMENTATION  
DE LA PÊCHE  
ET DE L'AMÉNAGEMENT  
DU TERRITOIRE