



LES CAHIERS DE L'ORAB
N°10 / 2022

Etude des grossistes

BIO DE LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE



PRÉAMBULE

En février 2018, après plus d'un an de co-construction, l'Etat et la Région, aux côtés des Agences de l'Eau et des Conseils Départementaux, de la Chambre régionale d'Agriculture et des associations de développement de l'agriculture biologique que sont Bio en Hauts-de-France et A PRO BIO, se sont engagés en faveur de l'agriculture biologique en signant le Plan Bio régional 2017-2021. Ce nouveau Plan Bio s'organise autour de 4 objectifs : le développement des surfaces agricoles, la structuration de filières équitables, la formation et enfin l'accompagnement de la consommation.

Dans le cadre de ce programme, l'Observatoire Régional de l'Agriculture Biologique (ORAB) Hauts-de-France, vise à mesurer le développement de l'agriculture biologique en région et d'en analyser les enjeux socio-économiques afin de les partager avec l'ensemble des parties prenantes de la filière. Différents dossiers sont ainsi publiés chaque année par les partenaires du Plan Bio : une carte d'identité pour dresser un état des lieux de la production, de la transformation et de la distribution biologique dans notre région, et des études qualitatives pour analyser des filières ou des secteurs en mutation ou développement.

Cette étude s'attache à établir un état des lieux de l'activité de grossiste spécifique à la distribution de produits biologiques en Hauts-de-France et à analyser la politique d'approvisionnement des grossistes afin de mesurer la place accordée aux produits locaux bio et le rôle de ces acteurs dans le développement de la filière bio régionale. Cette étude a également pour ambition d'identifier les freins et les leviers que rencontrent les grossistes au développement de leur activité bio et locale.

Cette étude, réalisée à la suite des études des distributeurs (2018), des transformateurs (2019) et des consommateurs (2020) bio des Hauts-de-France, doit permettre de mieux comprendre le métier de grossiste, qui est souvent méconnu et de construire une image souvent négative auprès de certains indépendants qui privilégient un approvisionnement en direct auprès de producteurs.

Cette enquête est à destination de tous les acteurs de la filière agro-alimentaire, afin de faciliter et encourager la mise en relation entre les producteurs, transformateurs et distributeurs bio des Hauts-de-France.

Le métier de grossiste alimentaire consiste à assurer les fonctions d'intermédiaire entre la production, la transformation, la distribution et les consommateurs. Le grossiste joue alors un rôle d'acheteur-revendeur de gros volumes, auprès des professionnels.

A cette définition large ont été ajoutés ici plusieurs autres critères permettant de cibler le champ de cette étude. Ainsi les entreprises étudiées sont :

- Notifiées auprès de l'Agence Bio et proposent une gamme bio
- Domiciliées dans la région Hauts-de-France
- Issues du secteur agro-alimentaire
- Activité principale en distribution (par rapport à la production ou à la transformation)

Cette étude repose sur l'analyse des résultats d'un questionnaire et d'une série d'entretiens complémentaires, réalisés courant 2022 par A PRO BIO auprès des 69 grossistes bio de la région Hauts-de-France. Un important travail de recensement et de mise à jour des acteurs régionaux a ainsi permis d'identifier les principaux enjeux de développement de la filière bio régionale selon ces acteurs.

Après l'identification des grossistes bio de la région Hauts-de-France, l'analyse de l'approvisionnement local, de la distribution et de la valorisation des produits bio a permis de mettre en avant un engagement encore limité des grossistes en faveur du développement de la filière bio régionale. Toutefois, les grossistes interrogés souhaitent développer leur activité bio. Cette étude relève les principaux freins et identifie les besoins des professionnels pour développer la filière biologique au regard de la conjoncture actuelle du marché bio.



A PRO BIO est une association à caractère interprofessionnel engagée au service de l'ensemble des acteurs de la filière biologique de la région Hauts-de-France. Créée en 1994, elle fédère l'ensemble des professionnels et acteurs de l'Agriculture Biologique du territoire : producteurs, transformateurs, distributeurs, associations de consommateurs, fournisseurs de biens et services. Interlocutrice privilégiée sur le sujet de la bio régionale, l'association œuvre pour permettre à tous l'accès à une alimentation de qualité.

MENTIONS LÉGALES

Édition : 2022

Étude réalisée par : A PRO BIO

Remerciements:

A toutes les personnes ayant participé à la rédaction de cette étude **Andréa Cacheux, Pia Leveillé, Claire Coulaud, Florence Duval**, et **Diane Mazuel**, pour la collecte de données, l'analyse et la rédaction, et **Adrien Dutoit** pour le graphisme et la mise en page.

Aux partenaires du Plan Bio Régional : Bio en Hauts-de-France, et la Chambre régionale d'agriculture des Hauts-de-France.

A la DRAAF et à la Région Hauts-de-France pour leur soutien financier.

A l'ensemble des acteurs bio de la région ayant accepté de participer et de témoigner dans le cadre de cette étude.

TABLE DES MATIÈRES

Grossiste, un métier méconnu	6
Le métier de grossiste	6
Le métier de grossiste vu par les professionnels de la filière bio	8
La répartition des grossistes dans la région Hauts-de-France	9
Méthodologie	13
 Approvisionnement local	 14
Origine des produits bio & typologie des fournisseurs bio régionaux	15
Critères de sélection des produits bio régionaux	16
Difficultés d'approvisionnement en produits bio et locaux : freins et besoins	17
 Distribution et valorisation des produits bio	 19
Les spécificités des réseaux d'acheteurs	19
La logistique et les services de livraison	21
La valorisation des produits bio auprès des acheteurs	22
 Les freins et les préconisations des grossistes bio	 23
Les freins rencontrés	23
Les préconisations pour répondre aux besoins exprimés	24
 Conclusion	 25

GROSSISTE, UN METIER MÉCONNU

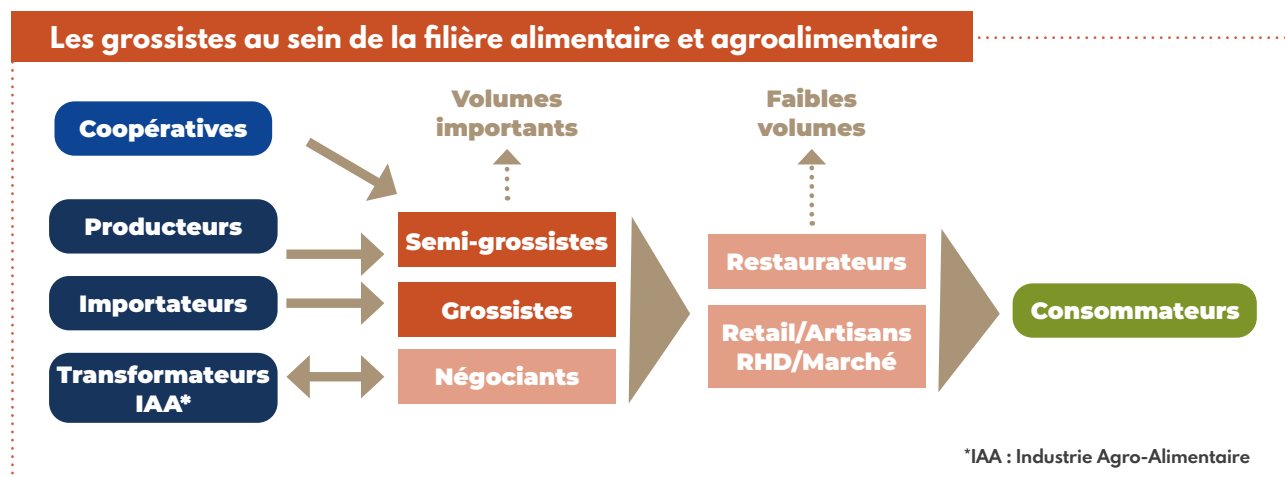
Le métier de grossiste

Le commerce de gros consiste à acheter, à entreposer et à vendre des produits alimentaires en quantité importante auprès des distributeurs et des consommateurs. Différents intermédiaires peuvent être considérés comme « grossistes » et plusieurs modèles économiques existent pour exercer cette fonction. Il peut s'agir de grossistes ou de négociants.

A la différence du grossiste, le négociant n'a pas de stock et donc n'a pas de contact avec la marchandise. On observe surtout des négociants de matières premières (négociants en grains). Dans cette étude, seuls les grossistes sont pris en compte.

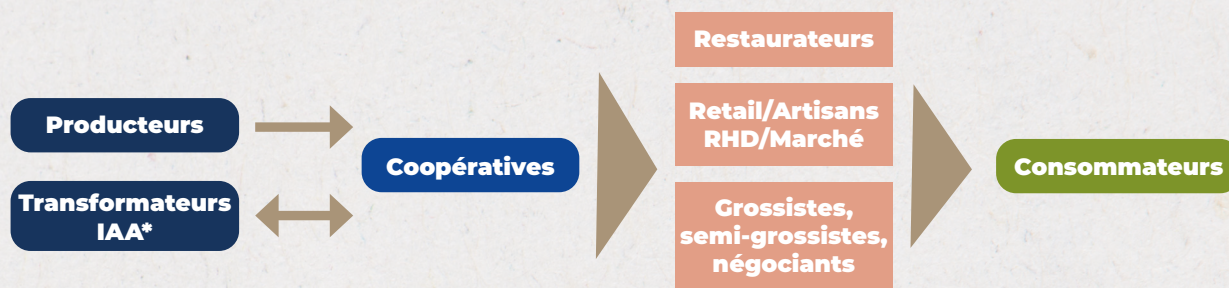
Le grossiste alimentaire assure la fonction d'intermédiaire entre la production, la transformation et la distribution au consommateur, en tant qu'acheteur-revendeur de gros volumes. Il facilite la structuration des filières alimentaires par les différentes fonctions qu'il peut prendre en charge :

- **Une fonction d'information** : au fait des dernières innovations et détenteur d'une réelle connaissance du produit, le grossiste assure une parfaite circulation des informations de l'amont vers l'aval, mais aussi de l'aval vers l'amont. En effet, tant à l'écoute du marché et des attentes des clients professionnels que de ses fournisseurs, il permet un rééquilibrage permanent entre l'offre et la demande. Qui plus est, cette position intermédiaire fait du grossiste un excellent promoteur de nouveautés.
- **Une fonction commerciale** : il assure une veille constante sur les évolutions du marché et est toujours au plus près de la demande. Il prospecte et développe les canaux de distribution, en créant et maintenant de bonnes relations commerciales avec les distributeurs. Il peut contractualiser les emblavements de productions avec ses fournisseurs, par anticipation, pour formuler son offre.
- **Une fonction logistique** : il regroupe les offres, assure le stockage, parfois le conditionnement, et rationalise les coûts jusqu'à la livraison des produits. Il assure le rôle de plate-forme logistique, peut organiser les prestations de transport, de collecte et de livraison.
- **Une fonction financière** : il facilite la trésorerie de ses clients à travers les modalités financières de ses offres, et peut permettre une sécurité financière à ses fournisseurs par la contractualisation. Il supporte le risque financier de l'éventuelle revente.
- **Une fonction qualité et sécurité** : il contrôle la conformité et la qualité des marchandises, il assure la traçabilité des produits proposés.
- **Une fonction de service** : le grossiste complète son offre commerciale de services divers, adaptés aux besoins des clients professionnels : études techniques, assistance dans la gestion du point de vente, études de marchés, etc.



Zoom sur les coopératives

Le grossiste est donc un intermédiaire dans les filières alimentaires et agroalimentaires. Il existe également d'autres acteurs qui jouent ce rôle d'intermédiaires et facilitent les mises en marchés de la filière biologique, parmi lesquels les coopératives.



*IAA : Industrie Agro-Alimentaire

Le statut coopératif est un modèle économique qui permet aux acteurs d'un secteur professionnel de se regrouper autour d'une activité économique commune, avec une répartition équitable des bénéfices, et de mutualiser les investissements nécessaires au développement commercial et opérationnel de la structure.

Une coopérative est un outil collectif au service de ses producteurs adhérents. Les producteurs de la coopérative sont tous adhérents et participent à sa gouvernance. Les décisions sont prises par les producteurs et pour les producteurs et dans l'intérêt du collectif. La coopérative collecte donc les productions de ses adhérents, sans transfert de propriété, pour les acheminer vers les points de distribution. La coopérative anticipe les besoins de ses clients, au quotidien mais également en amont, en faisant les prévisions d'emblavements au côté des producteurs, qui fournissent en exclusivité les produits sur lesquels ils se sont engagés avec la coopérative.

Au-delà de vendre les produits de ses adhérents, la coopérative accompagne le producteur. Les clients de la coopérative sont les mêmes que dans le cadre de l'activité de gros et la logistique répond à la même problématique de flux tendus.

La coopérative va apporter des services en réponse aux besoins exprimés par ses adhérents et ses clients, comme disposer d'un outil mutualisé de conditionnement. Ce service de conditionnement est proposé majoritairement pour les fruits et légumes, ce qui va apporter un plus pour les producteurs mais aussi pour leurs clients, puisqu'ils vont préparer les commandes en fonction des demandes particulières.

Comme les coopératives, les grossistes proposent des services supplémentaires en fonction du marché pour être au plus proches des exigences commerciales en vigueur. Ces prestations supplémentaires peuvent être des activités réalisées par le grossiste lui-même ou déléguées à un acteur spécialiste externe.

Le statut coopératif peut se retrouver dans tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement et servir tous les acteurs qui souhaitent se regrouper autour d'un objectif commun.

Le métier de grossiste vu par les professionnels de la filière bio

Le grossiste est un acteur majeur de la chaîne agroalimentaire et du développement de la filière bio, dont l'activité représente de gros avantages pour les opérateurs ayant recours à ses services. Afin d'identifier les points forts des grossistes, nous avons recueilli les témoignages, par le biais d'un questionnaire et d'entretiens téléphoniques, de producteurs, transformateurs et distributeurs qui passent par un intermédiaire pour acheter ou revendre leurs produits en gros.

Plusieurs définitions ont été données :

« Le grossiste est une entreprise qui apporte une solution logistique et des clients pour la commercialisation de nos produits. »

« Le grossiste est un professionnel qui trouve des clients et dispatche les produits. »

« Le grossiste achète en grosse quantité et revend. »

« Il permet d'avoir une offre diversifiée et des prix attractifs avec des volumes à disposition. »

Passer par un grossiste est le moyen de toucher des distributeurs indépendants qui ne disposent pas de centrale d'achat et de bénéficier d'« un apport de clientèle ». Il permet de référencer une diversité de produits, ainsi que les nouveautés, mais surtout de faciliter les aspects logistiques.

Le grossiste permet aux distributeurs d'avoir accès à une plus grande diversité de produits, quand il est difficile de trouver directement les producteurs et les transformateurs, à un prix plus avantageux.

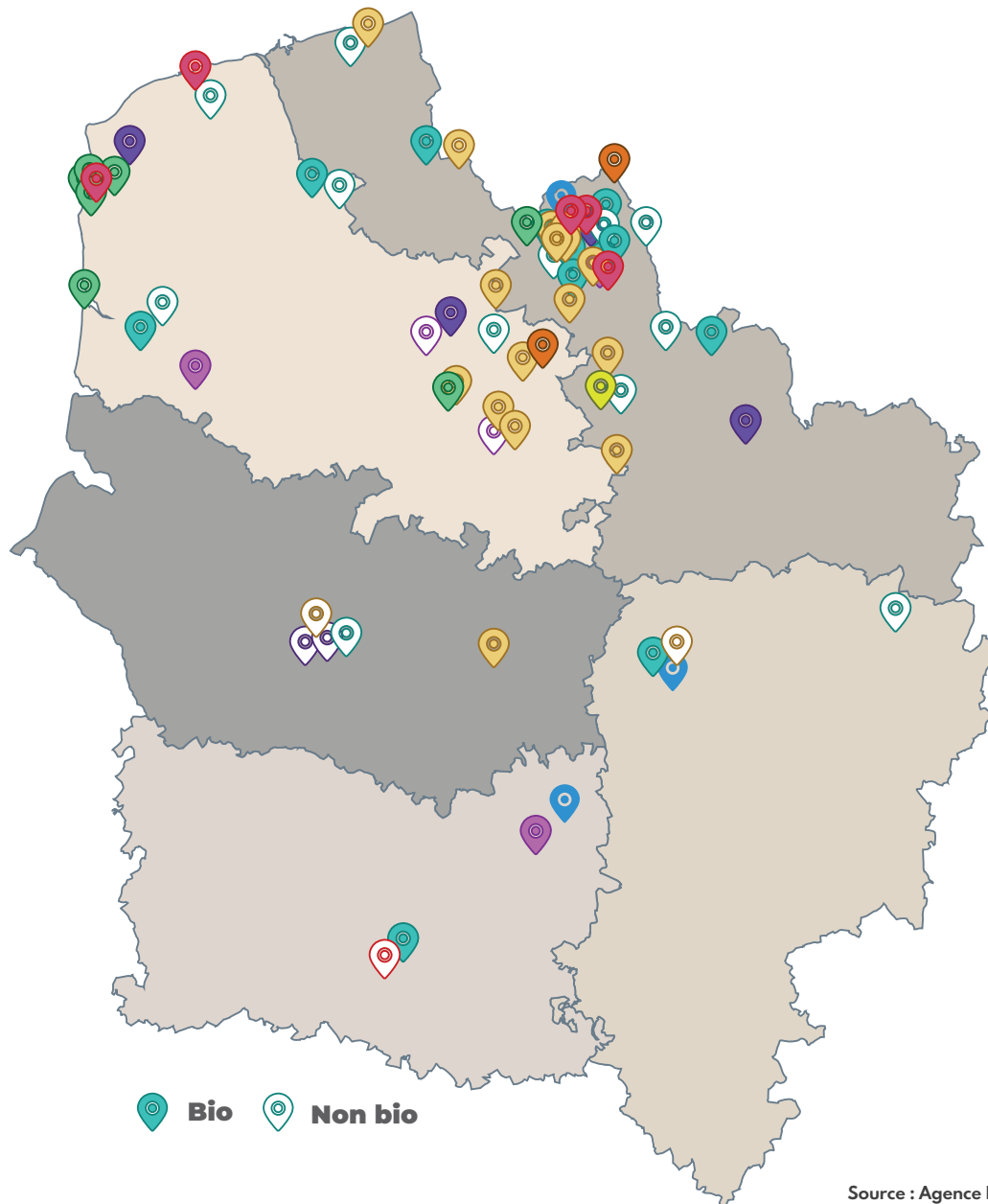
C'est le moyen pour les distributeurs de passer par un intermédiaire unique pour sourcer leurs produits et avoir accès à une gamme très large, à des prix avantageux et concurrentiels.

AVANTAGES DES GROSSISTES

- Baisse des coûts de transport
- Volumes importants
- Diversité de produits, étendue de la gamme
- Liste de contacts – pas de prospection commerciale
- Facilité logistique
- Tarifs plus intéressants
- Garant de la qualité
- Contractualisation (transfert du risque de non-revente)

La répartition des grossistes bio dans la région Hauts-de-France

Cartographie des grossistes de la région Hauts-de-France



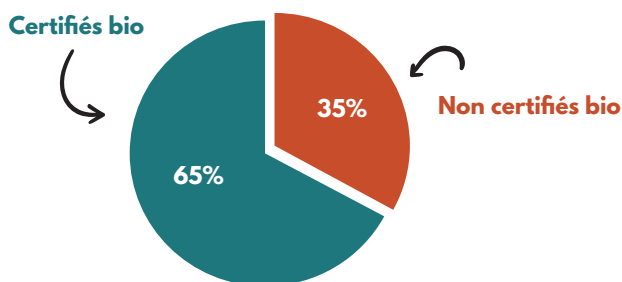
Source : Agence Bio, A PRO BIO

On compte dans les Hauts-de-France, 107 grossistes, dont 69 certifiés bio, répartis en 10 filières :

- 24 | Fruits et Légumes**
- 15 | Généraliste**
- 8 | Produits de la mer**
- 7 | Boissons**
- 4 | Epicerie**

- 3 | Viandes**
- 3 | Plants et semences**
- 3 | Lait et produits laitiers**
- 1 | Boulangeries, pâtisseries**
- 1 | Alimentation animale**

Pourcentage de répartition des grossistes certifiés bio et non certifiés bio



La majorité des grossistes sont certifiés bio (avec 69 grossistes certifiés bio contre 38 grossistes non bio). Toutefois, certains grossistes certifiés bio ne proposent actuellement plus de produits bio, du fait de certaines contraintes et de la faible demande en bio.

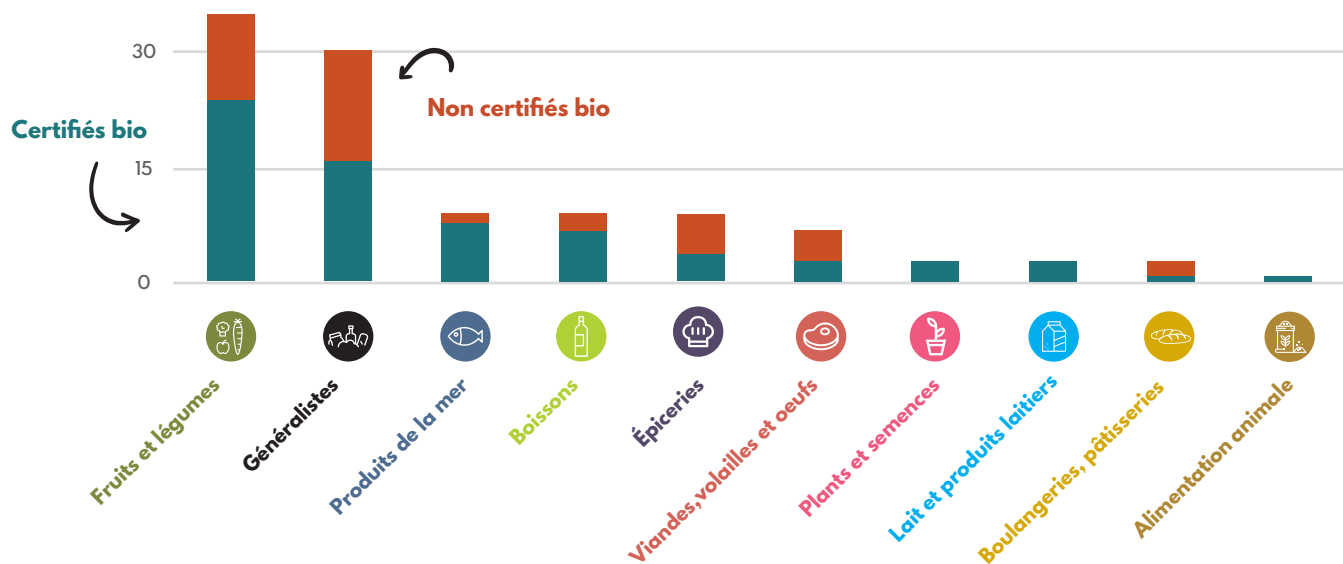
Zoom sur la certification



La certification bio est obligatoire pour les grossistes dès lors qu'ils proposent une gamme bio. Cette certification permet d'apporter la garantie biologique pour les clients français et européens.

Sur les 69 grossistes certifiés bio, la Région Hauts-de-France compte 2 acteurs 100% bio, spécialisés en Fruits et Légumes.

Répartition du nombre de grossistes par filière



La filière fruits et légumes comptabilise le plus grand nombre de grossistes au sein de la région, avec 35 acteurs, dont 24 certifiés bio, elle représente 34% de la totalité des grossistes bio de la région. Elle est suivie par les généralistes, c'est-à-dire les grossistes qui distribuent plusieurs familles de produits, que ce soient des produits de conserverie, cuisinés et de plusieurs filières. Avec 30 grossistes généralistes dont 16 en bio, elle représente 23% des entreprises bio. Arrive ensuite la filière produits de la mer, avec 11% des grossistes certifiés bio (9 grossistes spécialisés dans les produits de la mer dont 8 certifiés bio), puis la filière boissons, qui représente 10% des grossistes bio (avec 9 grossistes spécialisés dans les boissons dont 7 certifiés en bio).

Répartition des grossistes bio par département

	Nord	Pas-de-Calais	Oise	Aisne	Somme
Fruits et légumes	17	5	1	-	1
Généralistes	11	2	1	1	-
Produits de la mer	2	6	-	-	-
Boissons	4	3	-	-	-
Epicerie	3	1	-	-	-
Viandes	1	1	1	-	-
Plants et semences	1	-	1	1	-
Lait et produits laitiers	2	1	-	-	-
Boulangerie, pâtisserie	1	-	-	-	-
Alimentation animale	-	1	-	-	-
TOTAL	42	20	4	2	1

Les zones côtières et frontalières sont propices au développement de l'activité de gros. En effet, on constate une forte présence des grossistes dans le Pas-de-Calais et plus précisément autour de Boulogne-sur-Mer, territoire spécialisé dans les produits de la mer du fait de sa proximité avec les côtes et notamment avec les ports de pêche. Les grossistes sont également regroupés dans le département du Nord dans les environs de Lille. Cette zone est à proximité des frontières et au cœur des grands axes routiers. Par ailleurs, une grande partie des grossistes est regroupée au sein du Marché d'Intérêt National près de Lille.

Le déséquilibre entre le Nord et le Sud de la région trouve son origine dans l'inégale répartition des bassins de consommation et des infrastructures logistiques, mais est aussi en corrélation avec la répartition des transformateurs et des distributeurs qui sont principalement situés dans les départements du Nord et du Pas-de-Calais.

Zoom sur le Marché d'Intérêt National de Lomme



Le marché de Gros de Lille est le deuxième Marché d'Intérêt National en fruits, légumes et fleurs après Rungis.

Grâce à sa situation au cœur de l'Europe, le MIN est facilement accessible depuis la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne et reçoit des marchandises qu'il mutualise et envoie aux distributeurs locaux en favorisant les modes doux.

Le Marché de Gros est le poumon économique de la filière des produits frais, locaux et de leur logistique au sein de la Métropole Européenne de Lille.

Depuis avril 2016, le MIN est devenu site d'excellence et se nomme désormais Euralimentaire. Il développe de nombreux projets innovants avec différents partenaires, en faveur du Marché de Gros, qui demeure le cœur de son activité, dans la logistique et la food tech avec l'accueil de start-ups dans son incubateur.

Certains grossistes se sont engagés dans la démarche Fel'Partenariat, qui vise à conforter le rôle des grossistes, acteurs incontournables de la filière, tant dans leur rôle d'apporteurs de produits de qualité et de saison, que de conseils à leurs clients.

Le Min de Lomme c'est :

- 8 grossistes certifiés bio
- 189 000 tonnes de produits commercialisés.
- 38% des légumes commercialisés en provenance du Nord et du Pas-de-Calais.
- 50 professionnels (grossistes en fruits et légumes, fruits secs, fromages, plantes et accessoires).
- 25 start-ups.
- Plus de 500 personnes travaillent sur le Marché
- 3 000 acheteurs (commerçants de proximité, restaurateurs, marchands de plein air, fleuristes, traiteurs, décorateurs...).

Méthodologie

Cette étude a été construite sur la base de données collectées suite à la diffusion d'un questionnaire en 2022, à destination des 69 grossistes certifiés bio de la région Hauts-de-France. Les questionnaires ont été complétés par trois entretiens réalisés auprès d'opérateurs plus particulièrement impliqués dans la filière bio.

Cette étude s'appuie sur l'analyse de l'approvisionnement et de la distribution des produits bio des 18 grossistes certifiés installés dans les départements du Nord et du Pas-de-Calais ayant répondu au questionnaire, pour mettre en lumière le rôle des grossistes, ainsi que les difficultés rencontrées par ces acteurs dans le cadre du développement de la filière bio locale.

Répartition des répondants

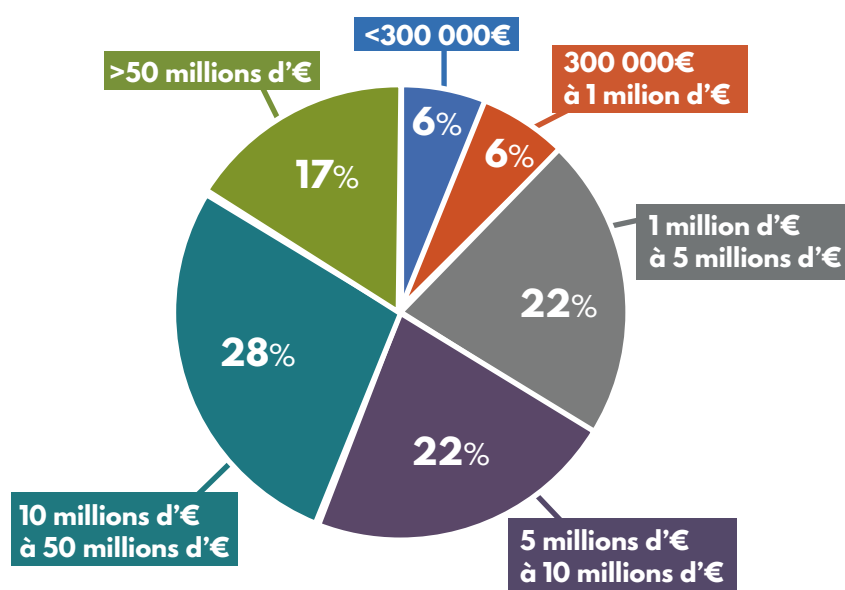


Les répondants sont répartis en 8 filières sur les 10 représentées en région.

FILIÈRES	% DE RÉPONDANTS
Fruits et légumes	25%
Généralistes	12%
Produits de la mer	25%
Boissons	29%
Epicerie	50%
Viandes	33%
Plantes et semences	33%
Lait et produits laitiers	67%

Légende : 6/24 25% - 6 grossistes certifiés bio spécialisés en fruits et légumes ont répondu sur les 24 grossistes certifiés bio spécialisés en fruits et légumes en région, soit un taux de réponses de 25%.

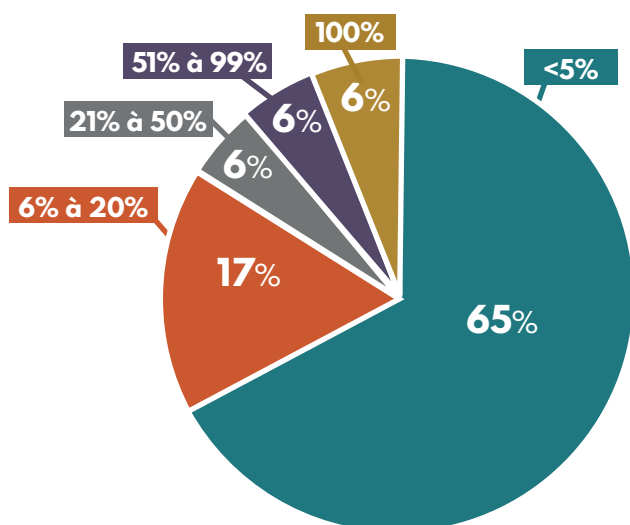
Quel est le chiffre d'affaires global de votre entreprise en 2021 ?



Parmi les répondants, on retrouve une diversité d'entreprises, de petites à très grandes entreprises.

La majorité d'entre elles déclarent un chiffre d'affaires global annuel supérieur à 5 millions d'euros.

▶ Quelle est la part de bio dans votre chiffre d'affaires en 2021 ?



Pour la majorité des entreprises (67% des répondants) la part de bio dans leur activité est inférieure à 5%.

La part du bio dans le chiffre d'affaires de toutes les entreprises répondantes représente en moyenne 16%.

Les grossistes bio proposent systématiquement une gamme bio large et diversifiée, mais en plus faible quantité que pour l'offre non bio. Ainsi, une entreprise qui distribue des fruits et légumes va proposer en bio des produits dans différentes variétés mais également des boissons et de l'épicerie, les gammes de produits seront alors plus variées. La demande en produits bio étant moins importante, les grossistes vont proposer davantage de produits bio en quantité plus faible.

Le bio pour les grossistes mixtes répond à une demande de certains clients qui souhaitent compléter leur offre avec des produits bio. Ainsi, 53% des entreprises mixtes interrogées souhaitent développer leur activité bio à l'avenir.

APPROVISIONNEMENT LOCAL

L'étude de la consommation bio dans les Hauts-de-France réalisée fin 2020¹, a permis de mettre en avant l'importance des produits locaux dans le choix de consommation : en effet, 9 habitants sur 10 répondent y être attachés. Les résultats de cette étude montrent que le goût et la qualité, la confiance aux producteurs locaux et le soutien à l'économie locale sont les principales raisons pour lesquelles le consommateur va privilégier les produits locaux.

46% des consommateurs bio et des acheteurs de produits locaux placent l'origine locale et l'origine biologique d'un produit alimentaire au même niveau d'importance.

Le plus important pour vous est d'avoir un produit* ...

Pour les consommateurs bio



18%

Produits bio



36%

De ma région



+



46%

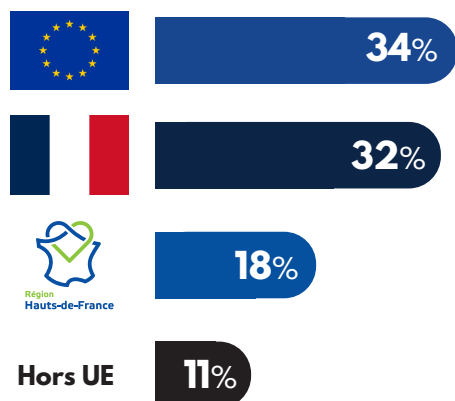
De ma région et bio

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

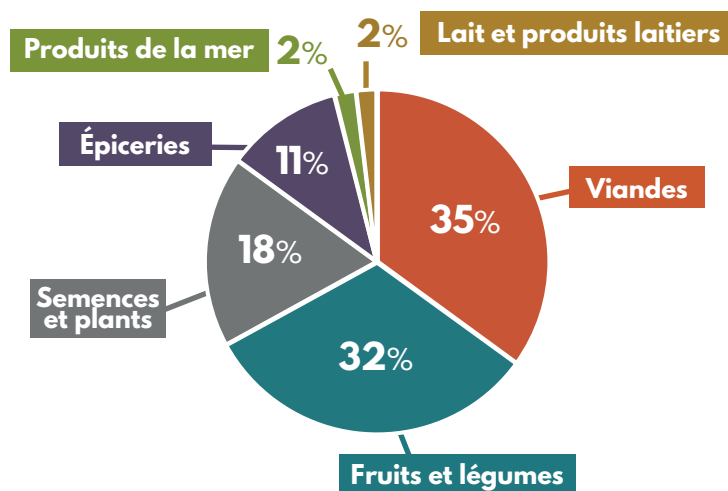
¹ A PRO BIO, Etude de la consommation bio dans les Hauts-de-France, 2021. Plan BIO

Origine des produits bio & typologie des fournisseurs bio régionaux

Quelles sont les origines de vos produits bio ?



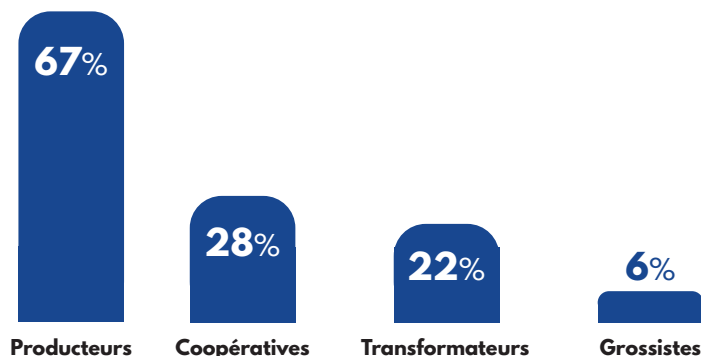
Produits bio origine Hauts-de-France



Les produits bio proposés par les grossistes interrogés proviennent majoritairement de l'Union Européenne, 32% sont d'origine France et 18% des produits sont d'origine Hauts-de-France. Les approvisionnements dans les Hauts-de-France concernent principalement la viande, les fruits et légumes, ce qui correspond au bassin de production du territoire. Parmi les 32% de produits origine France on retrouve l'épicerie, le lait, les produits laitiers, les fruits et les légumes.

Les grossistes peuvent se considérer comme importateurs-exportateurs, lorsqu'ils achètent des produits en dehors de la France pour les revendre sur le territoire français et proposer une gamme qui ne se produit pas en France, ou qui est moins chère à l'importation, du fait de conditions de fabrication moins contraignantes. C'est notamment le cas pour les produits de la mer, comme le saumon de Norvège, les fruits et légumes exotiques ou encore l'épicerie (café, cacao, épices...) qui ne proviennent pas de l'Union Européenne (origine hors UE 11%). Pour les 34% des produits bio qui proviennent de l'UE, on retrouve majoritairement des boissons, des fruits et légumes et du lait et autres produits laitiers.

Quels sont vos fournisseurs bio ?



En règle générale, les grossistes se fournissent auprès de producteurs (67%) et de coopératives (28%), principalement pour les fruits et les légumes, la viande, les semences et les plants. Ils se fournissent davantage auprès de transformateurs (22%) pour l'épicerie salée et sucrée, les plats préparés, le lait et les produits laitiers.

Critères de sélection des produits bio régionaux

► Par ordre de préférence, quels sont vos critères de sélection de vos produits bio ?

QUALITÉ

ORIGINE

PRIX

**VOLUME
DISPONIBLE**

LOGISTIQUE

**AUTRE
LABEL**

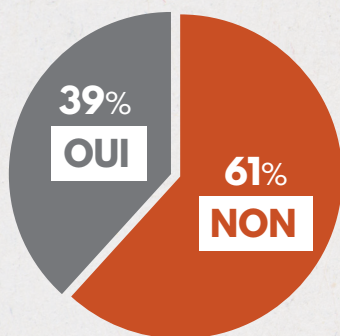
La qualité est le premier critère de sélection des produits bio dans le sourcing des grossistes, qui se portent garants de celle-ci envers leurs clients. Les grossistes vont alors sélectionner des produits bio de qualité, c'est-à-dire des produits qui se distinguent par leur goût et leur aspect supérieurs. Ils effectuent des contrôles sur le terrain, en amont de la livraison sur leur plate-forme logistique mais également à réception. Ils sondent les colis et peuvent relever les produits hors normes, ou ne répondant pas aux critères de qualité négociés.

L'origine est le deuxième critère de sélection. Toutefois, comme vu plus haut, peu de produits proviennent des Hauts-de-France. Cela réside essentiellement dans la difficulté à diversifier la gamme en local, et une demande qui ne correspond pas forcément à l'offre locale. On peut alors supposer que les produits d'origine France sont privilégiés, si toutefois, ils sont concurrentiels et correspondent aux besoins des distributeurs.

Le critère prix arrive en troisième position, il reste un facteur déterminant pour les grossistes qui cherchent un produit de qualité mais allié à un prix jugé attractif.

Zoom sur la filière vrac

D'après l'état des lieux de la filière vrac bio Hauts-de-France², le vrac est perçu comme un mode de distribution d'avenir, que la plupart des professionnels de la filière bio souhaitent s'approprier dans le futur.



39% des répondants proposent ainsi du vrac. Le vrac concerne essentiellement les fruits et légumes mais les grossistes peuvent également proposer de l'épicerie bio en vrac. Le vrac étant plus complexe à mettre en place sur certains produits, les grossistes restent réticents. De plus, emballer les produits bio permet de les différencier des produits conventionnels, et répond au cahier des charges de la GMS.

L'un des points clés pour permettre le bon développement du vrac est la création d'outils pour accompagner le développement de cette filière bio en Hauts-de-France. Le premier outil commun à développer serait la mise en relation entre tous les acteurs de la filière vrac. De plus, l'état des lieux a révélé que plusieurs acteurs de la filière vrac signalent un obstacle logistique: le grossiste pourrait alors s'affirmer comme solution pour pallier cette difficulté et contribuer au développement de la filière vrac bio régionale.

² A PRO BIO, Etat des lieux de la filière vrac bio Hauts-de-France, 2021. Plan BIO



L'offre de produits consignés : l'exemple de l'entreprise Azade

Parmi la gamme de services proposée par les grossistes, l'entreprise Azade se distingue en Hauts-de-France en proposant des produits consignés. Les bouteilles et bocaux sont conditionnés et livrés dans les casiers des producteurs qui reviennent pour être lavés et remis dans le circuit.

Azade s'engage également dans le développement du réemploi des bouteilles en France. Concrètement, Azade met à disposition des caisses consignées et estampillées au nom de chaque producteur. Les bouteilles sont livrées avec les caisses, lorsque la caisse est pleine Azade la collecte lors de ses livraisons. Azade stocke les bouteilles en grand nombre pour optimiser au maximum le coût financier et écologique du transport vers le laveur. Une fois nettoyées, elles sont de nouveau utilisées par le producteur ou un autre utilisant le même format de bouteille.

Azade gère toute la logistique et le transport, maîtrisant ainsi intégralement leur chaîne d'approvisionnement et de livraison.

Difficultés d'approvisionnement en produits bio et locaux : freins et besoins

VOLUME **SAISONNALITÉ**
DISPONIBILITÉ **PRIX**

A la question « Souhaitez-vous proposer plus de produits bio locaux ? », 50% des professionnels interrogés ont répondu positivement.

Toutefois, plusieurs freins ont été soulevés. En effet, le manque de produits bio disponibles dans les Hauts-de-France se trouve être la première difficulté pour s'approvisionner localement. Par ailleurs, les quantités produites sont jugées trop faibles pour répondre aux exigences d'une activité de gros. Tous les produits ne sont pas disponibles en assez grande quantité dans les Hauts-de-France, mais surtout toute l'année et à des prix abordables. La diversité de gamme est également problématique dans la filière biologique, puisque la méthode de production limite les productions massives et hors saison.

Les produits les plus recherchés sont :



Les tomates par exemple, ne peuvent pas être produites toute l'année dans la région et donc l'offre régionale ne sera pas en mesure de répondre aux besoins exprimés par le grossiste et ses clients.

* Produits bio non disponibles ou pas en quantité suffisante en région

Les grossistes sont fortement exposés à la question du gaspillage alimentaire des produits frais, l'exemple de l'entreprise Fort&Vert met en lumière deux enjeux d'actualité :

1 Le gaspillage de certains légumes, notamment les carottes: les exigences du marché du frais nécessitent d'écarter une part importante, jusque 50%, de marchandises (hors calibre) ne correspondant pas aux attentes alors qu'il s'agit de marchandises consommables.

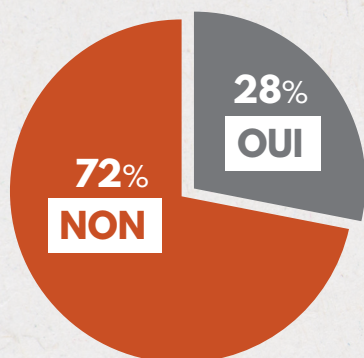
La bonne idée : développer de nouveaux débouchés pour les valoriser (restauration collective, sensibilisation des acheteurs et des consommateurs...)

2 L'afflux de certification bio des agriculteurs ces dernières années provoque un déséquilibre du marché sur certaines productions avec une offre supérieure à la demande. La conséquence en est la chute des prix en production parfois inférieure aux coûts de production.

La bonne idée : recenser et communiquer régulièrement les mises en production et les mettre en parallèle à la demande, afin d'éviter une saturation du marché.

Le Made in France

► Ressentez-vous de la compétitivité avec les pays voisins ? (Belgique, Pays-Bas, ...)



La proximité des frontières pourrait se révéler être un frein à l'approvisionnement local, la Belgique, par exemple, proposant des productions similaires à celles de la région Hauts-de-France. Cependant, 72% des répondants n'éprouvent pas de compétitivité avec les pays voisins, comme la Belgique et les Pays-Bas. Malgré la proximité géographique, les distributeurs valorisent le « Made in France » et souhaitent favoriser l'origine France. Et ce bien que pour certains produits les distances soient moindres pour des approvisionnements en provenance de pays voisins comparativement au sud de la France. Ce phénomène s'explique notamment par une certaine méfiance de la part des professionnels français concernant la qualité des produits bio d'origine hors France. Le cahier des charges unique au niveau européen ne rassure pas les professionnels qui craignent des disparités d'application de ce dernier et de contrôles selon les pays. Ce phénomène rejoint également une volonté de plus en plus marquée du consommateur d'acheter des produits d'origine France.

Le « Made in France » est vu par les consommateurs comme³:

- Un soutien à l'industrie française et l'emploi en France.
- La garantie d'une qualité supérieure
- Une fabrication éthique dans le respect des normes sociales et des droits des salariés.
- Respectueuse de l'environnement.

► **A retenir**

Les aliments bios produits en Europe répondent tous aux mêmes exigences. Le label français AB a d'abord été encadré par un cahier des charges national. Depuis 2009, ses critères ont été harmonisés avec celui des autres pays de l'UE et le logo Eurofeuille rendu obligatoire pour identifier les produits certifiés conformes au mode de production biologique. Les règles d'application et conditions de contrôle sont les mêmes dans tous les États membres de l'Union Européenne.

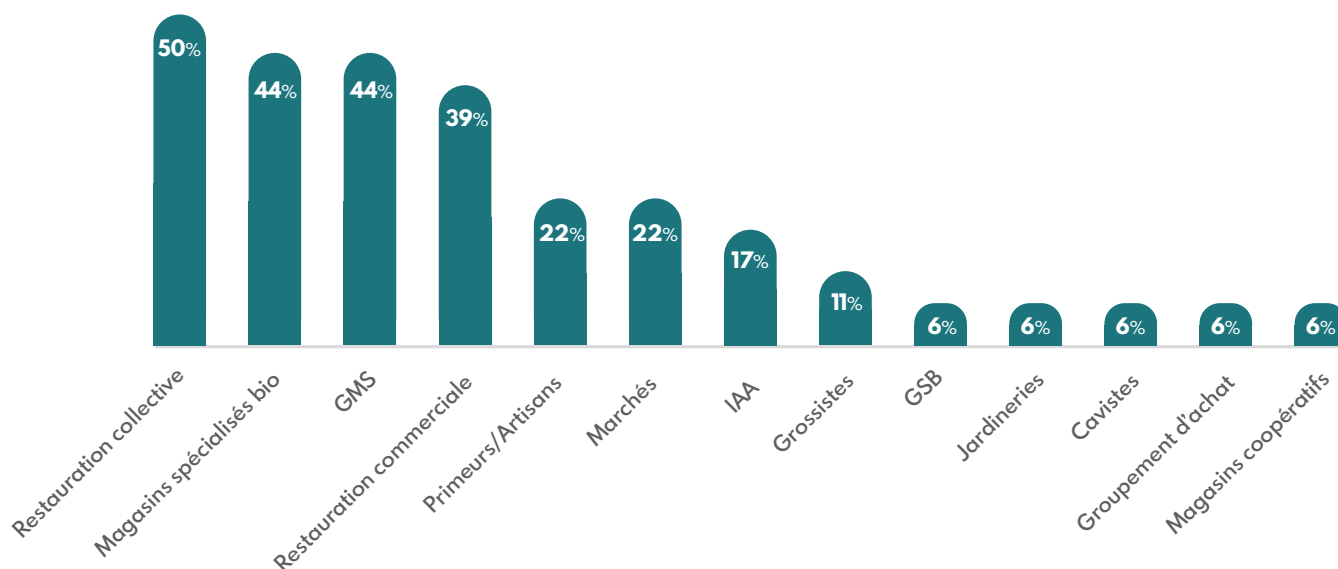
³ En quoi le Made in France est-il un marché prometteur, 2022, ESCadrille
La folie du « Made in France », 2011, AGROMedia.

DISTRIBUTION ET VALORISATION DES PRODUITS BIO

Dans les Hauts-de-France, le nombre de distributeurs bio était de 910 en 2021. Un marché intéressant pour les grossistes qui travaillent aussi bien avec les acteurs de l'amont que de l'aval de la filière bio.

Spécificités des réseaux d'acheteurs

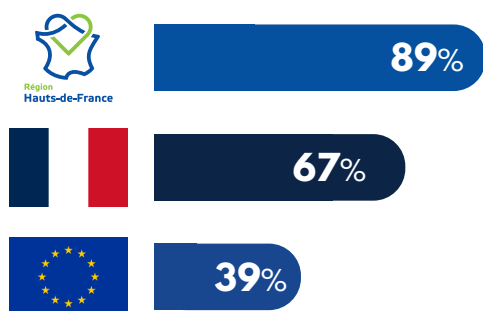
► A qui distribuez-vous vos produits bio ?



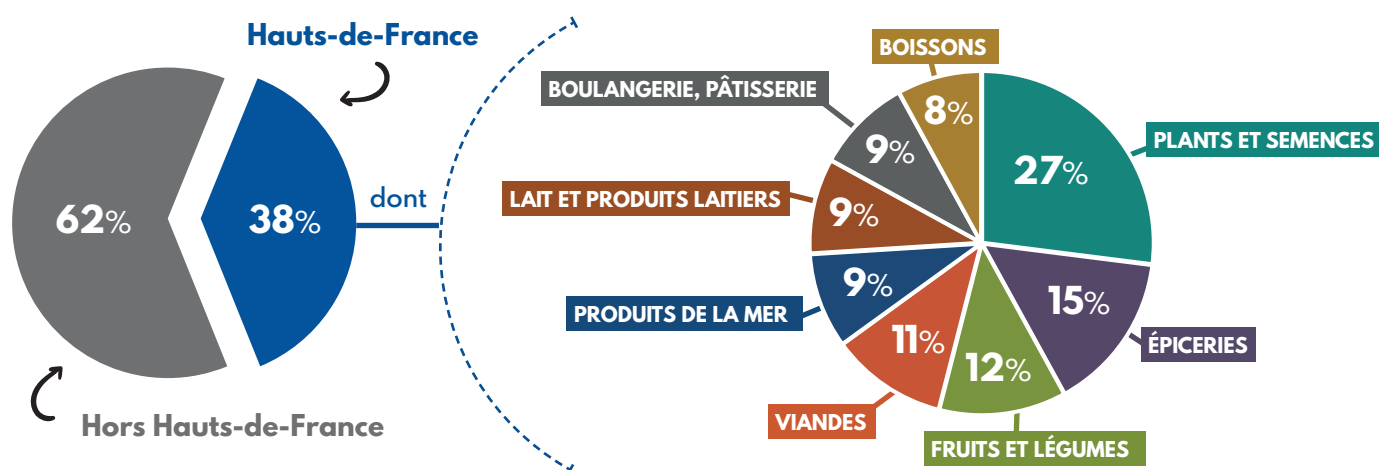
Les produits bio sont majoritairement distribués dans la restauration collective et commerciale, en magasins spécialisés bio et en grande et moyenne surface. Il est possible que les grossistes se fournissent et distribuent auprès de grossistes. Comme pour les producteurs, transformateurs ou distributeurs cela leur permet d'avoir accès à un plus grand nombre de produits en ne passant que par un seul fournisseur et d'avoir le carnet de contacts pour diffuser leur offre et vendre leurs produits.

	 Fruits et Légumes	 Généralistes	 Produits de la mer	 Boissons	 Epiceries	 Viandes	 Plants et semences	 Lait et produits laitiers
Restaurant collective								
Magasins spécialisés bio								
Grande et moyenne surface								
Restauration commerciale								
Primeurs/Artisans								
Marchés								
Industrie agro-alimentaire								
Grossistes								
Autres								

► Où sont distribués vos produits bio ?



► Part des produits bio distribués dans les Hauts-de-France et répartition par filière



89% des grossistes distribuent leurs produits bio dans les Hauts-de-France. Ces derniers distribuent 38% de leur volume de produits alimentaires dans les Hauts-de-France. On distingue ainsi que la redistribution dans les Hauts-de-France est plus importante que l'approvisionnement en Région. En effet, seuls 18% des produits proviennent des Hauts-de-France contre 38% vendus localement par les grossistes, toutes origines confondues. Sur ces 38% vendus localement, on retrouve principalement les fruits et légumes (30% des produits bio vendus dans les Hauts-de-France) puis les boissons (17%).

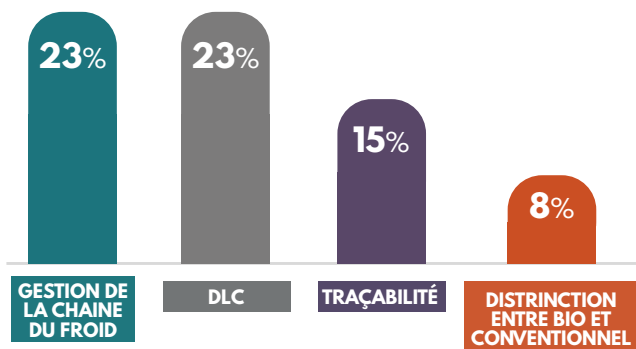
Les grossistes interrogés livrent dans toute la France, et exportent dans les pays de l'Union Européenne, sans distinction de filières. Passer par un grossiste permet la diffusion des produits des Hauts-de-France au national et à l'international.

La logistique et les services de livraison

L'un des principaux avantages du grossiste est sa facilité logistique, il assure notamment les livraisons.

Gestion des produits frais bio

► Quelles contraintes spécifiques rencontrez-vous dans la gestion de produits frais ?

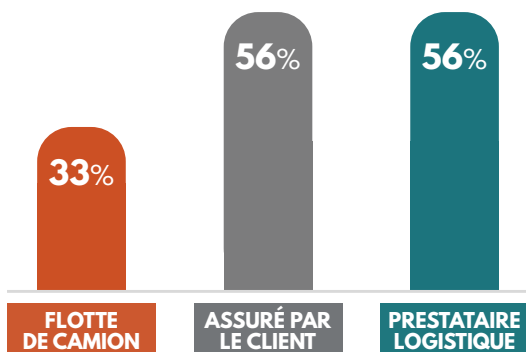


72% des grossistes distribuent des produits frais ou surgelés. La gestion des produits frais ou surgelés est une opération complexe, qui est soumise à une procédure précise de respect de la chaîne du froid et de sécurité. Une attention particulière doit être portée à toutes les étapes du produit frais, aussi bien dans la confection que dans le stockage ou encore dans le transport. La gestion de la chaîne du froid, de la DLC et la traçabilité sont notamment les principales contraintes rencontrées par les grossistes.

Pour y remédier les grossistes travaillent en flux tendus, de la préparation jusqu'à la livraison et font des précommandes pour un stockage des plus courts afin de satisfaire au mieux les clients. Pour la livraison, le grossiste peut utiliser ses propres camions, qui seront pré-refroidis, ou passer par un prestataire extérieur qui sera équipé pour réaliser le transport dans les conditions de respect de la température dirigée.

Transport de la marchandise

► Comment assurez-vous le service de livraison ?



Le transport de la marchandise est majoritairement assuré par l'entreprise avec ses propres camions ou par un prestataire logistique. Les grossistes ont plusieurs services de livraison. Par exemple, un grossiste peut disposer de sa propre flotte de camions mais également passer par un prestataire extérieur.

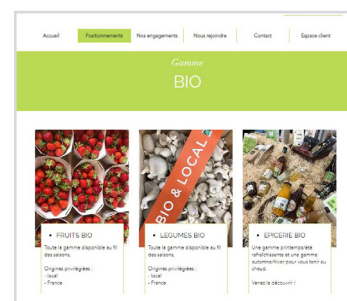
Prendre en charge le service de livraison à la place du client permet de livrer plusieurs clients en même temps. Le coût de la livraison va alors être moins important et le transport plus écologique.

Pour le client comme pour le fournisseur, l'intérêt de passer par un grossiste est aussi de ne plus avoir la charge des opérations logistiques. C'est un intermédiaire qui en consolidant les collectes et livraisons, facilite les échanges. Le client n'a donc pas la charge de se rendre chez le fournisseur ou le grossiste pour charger sa marchandise, ni de la livrer dans ses différents points de commercialisation. C'est une valeur ajoutée à la prestation du grossiste, qui vend un produit et des services associés pour mieux répondre aux besoins de ses clients.

Valorisation des produits bio auprès des acheteurs

Les grossistes questionnés valorisent les produits bio auprès de leur clientèle à travers différentes pratiques:

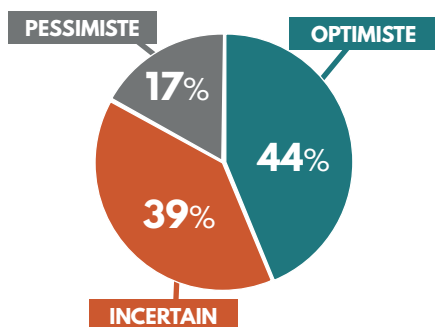
- ▶ Catalogue des produits avec une section « Bio »
- ▶ Envoi des photos de produits aux clients
- ▶ Etiquette d'origine sur les produits bio
- ▶ Zone dédiée aux produits bio
- ▶ Plaquettes
- ▶ Présence sur salons dédiés
- ▶ Photos des producteurs sur le terrain
- ▶ Site internet
- ▶ Commercial dédié spécialiste de la filière et du marché bio
- ▶ Catalogue de produits régionaux
- ▶ Affiche bio
- ▶ Grossiste 100% bio
- ▶ Valorise des valeurs éthiques, responsables et environnementales



LES FREINS ET LES PRECONISATIONS DES GROSSISTES BIO

Le grossiste a toute sa place dans le développement de la filière bio et peut représenter un levier de valorisation des productions locales. Il est le lien entre les producteurs, les transformateurs et les distributeurs pour faciliter certaines opérations et les mises en marché.

► Quel est votre ressenti sur votre activité bio ?

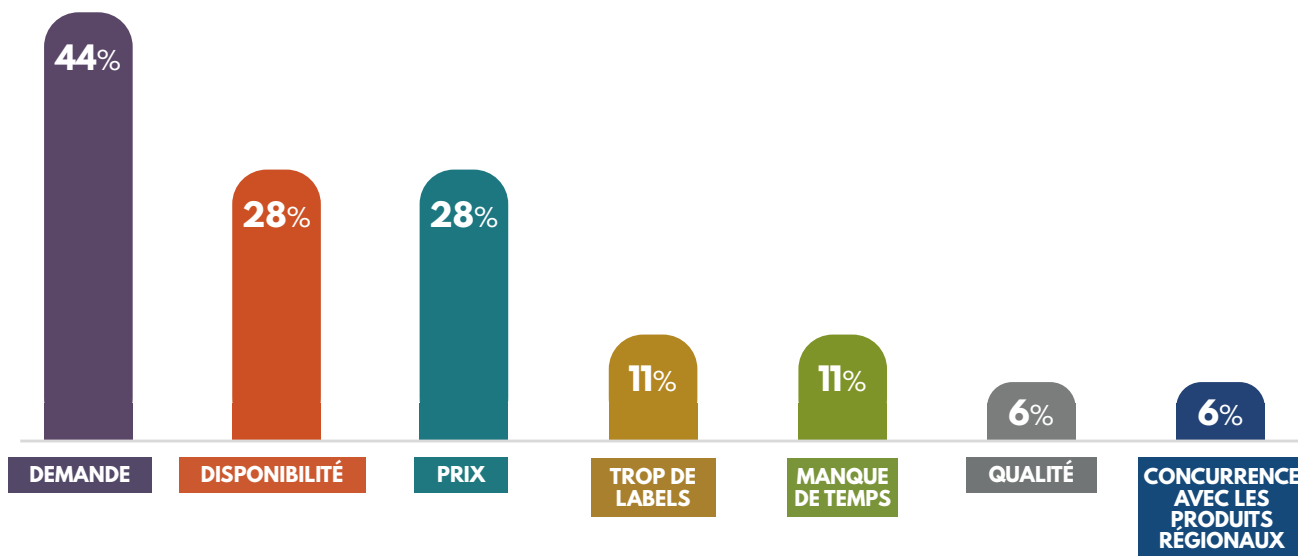


56% des grossistes interrogés en mai 2022 sont incertains voire pessimistes quant à l'avenir de leur activité bio locale. En effet, ils rencontrent plusieurs freins au développement de leur activité bio.

Cependant, ils continuent à croire aux opportunités de développement de la filière bio et précisent qu'il faut garder une vision globale du marché dont la perte de vitesse semble affecter la filière biologique française depuis 2021 impacte plus globalement tout le secteur alimentaire et au-delà.

Les freins rencontrés

► Quels sont les principaux freins au développement de votre activité bio locale ?

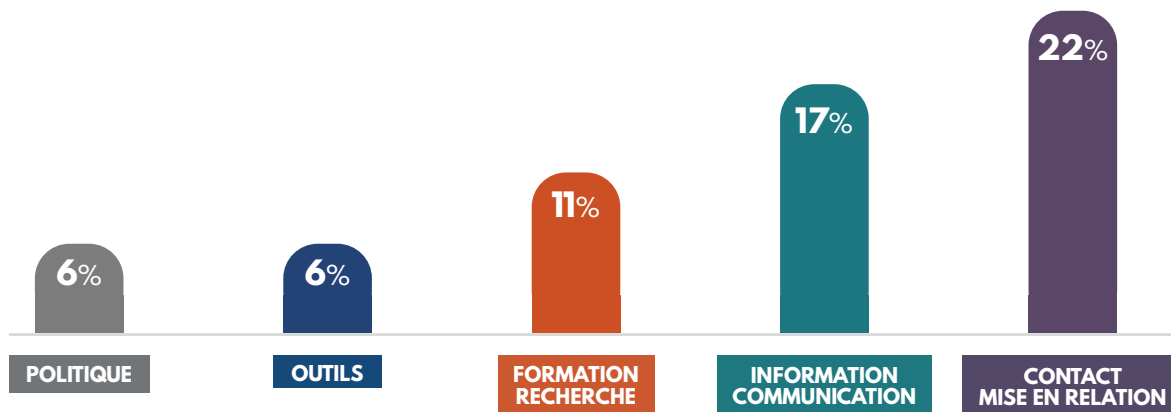


La faible demande est la principale difficulté rencontrée par les grossistes. Si la filière bio a connu une croissance à deux chiffres pendant plus de dix ans, un palier semble aujourd'hui atteint. La filière depuis 2021 est menacée par une baisse des ventes, expliquée notamment par la concurrence du local, la baisse du pouvoir d'achat et l'émergence de nouveaux labels qui répondent à une demande du consommateur, comme les labels HVE (Haute Valeur Environnementale), ZRP (Zéro Résidu de Pesticide), ou encore les labels qui garantissent une juste rémunération des producteurs, des produits locaux et de saisons.

La disponibilité et le prix sont cités en 2^{ème} et 3^{ème} position comme principaux freins au développement de l'activité bio des grossistes. Tous les produits ne sont pas disponibles en bio, dans les Hauts-de-France et en quantité assez importante toute l'année. Un prix plus élevé représente aussi une limite de développement du bio. En effet, les grossistes vont proposer moins de produits bio car trop chers en comparaison avec les produits issus de l'agriculture conventionnelle. La filière bio doit faire face à deux contraintes qui s'opposent, pour continuer son développement : commercialiser avec un juste prix rémunérateur pour le producteur tout en étant en mesure de proposer un prix de vente concurrentiel, en phase avec le marché et le pouvoir d'achat des consommateurs.

Les préconisations pour répondre aux besoins exprimés

A la question « Que préconisez-vous pour structurer la filière bio dans les Hauts-de-France sur votre secteur d'activité ? » les réponses, variées, ont été regroupées en 5 catégories :



22% des réponses priorisent les contacts et la mise en relation. Les acteurs expriment un besoin de créer du lien entre tous les maillons professionnels de la filière bio et l'importance d'introduire le grossiste dans la réflexion collective autour de la question de la structuration de la filière. Il est indispensable de mettre en relation les acteurs de la bio pour leur permettre de mieux communiquer et de mieux connaître l'ensemble des données du marché. En effet, une meilleure connaissance de l'offre et de la demande produits en bio régional concourt à lever certains freins à l'organisation et au développement de la filière bio. Avec par exemple la mise en place d'un annuaire des acteurs de la bio, de temps d'échange et d'interconnaissance ou encore l'accompagnement des filières bio locales pour créer une dynamique vertueuse et pérenne et assurer la réactivité de la filière aux besoins du marché.

Pour 17% des répondants, l'information et la communication représentent également un levier d'amélioration de la filière bio. Pour structurer la filière bio, les grossistes suggèrent de renforcer les actions de sensibilisation des consommateurs afin d'encourager le développement de la demande régionale.

En troisième position des préconisations pour le développement de l'activité de gros bio, les professionnels interrogés estiment que la formation des commerciaux pour mieux appréhender la bio et savoir communiquer sur le sujet, est indispensable. Ils représentent les producteurs dans les commerces et doivent être en mesure de promouvoir ce mode de production pour assurer son développement.

Les grossistes interrogés ont également pu mentionner l'intérêt de développer de nouveaux outils de transformation mutualisés à l'échelle régionale (embouteillage de lait, moulin à farine...).

Pistes de développement

Demandes des acteurs de la filière	Annuaire des professionnels bio régionaux	➤ Mise à jour des fiches-grossistes sur www.aprobio.fr	Solutions
	Salon de l'offre et de la demande bio régionale	➤ Renouvellement du salon Food Connection Spéciale Bio dès 2023	
	Offre de formation à destination des commerciaux bio	➤ Rendez-vous sur www.aprobio.fr	
	Sensibilisation des consommateurs	➤ Lancement d'une campagne de communication sur la filière régionale et ses acteurs programmée pour 2023	
	Développement de filières et interconnaissance	➤ Dès 2023 des commissions filières seront proposées à l'ensemble des acteurs bio des Hauts-de-France pour construire ensemble l'avenir de la filière bio régionale.	

CONCLUSION

Le grossiste occupe une place stratégique au sein des filières alimentaires et agroalimentaires, qui pour autant n'est pas simple à appréhender. En effet, il s'agit d'une activité de mise en marché méconnue, qui selon son domaine et champs d'actions, développe des prestations et services connexes pour répondre au mieux à la demande de ses clients.

Au centre de la filière et au contact de tous les acteurs de la filière bio, ces acteurs disposent d'une vision d'ensemble et d'une très bonne connaissance du marché. Ils jouent également un rôle de communication et de valorisation des bonnes pratiques. Ils représentent une activité clé à ne pas négliger, dont l'offre et le fonctionnement doivent être appropriés par l'ensemble des acteurs de la filière bio afin de leur permettre de s'affirmer comme des leviers importants du développement de la bio dans notre région, notamment à travers l'augmentation des achats et ventes entre acteurs bio des Hauts-de-France.

Bien que, d'une manière générale, l'offre des grossistes soit très dépendante des attentes de leurs clients, ceux-ci, comme le démontrent certains pionniers particulièrement innovants en région, s'avèrent être en capacité d'encourager la filière à aller toujours plus loin dans ses pratiques, en répondant aux attentes sociétales des consommateurs vers plus de produits locaux, vrac, équitables... mais également aux besoins de leurs clients en développant, par exemple, des services de conditionnement, ou encore un accompagnement technico-économique de leurs fournisseurs.

Pour résumer, les avantages principaux des grossistes sont donc leur réseau qui permet une meilleure distribution des produits des fournisseurs; ainsi que leur rôle de logisticien, qui facilite la livraison et l'organisation des fournisseurs en un seul point pour éviter une perte de temps à la planification et sur la route pour les livraisons des multiples clients (magasins bio, GMS, restaurants, restauration collective, épiceries ...).

Les grossistes interrogés - à la jonction de l'amont et de l'aval de la filière et donc pivots majeurs entre l'offre et la demande - sont cependant exposés à de fortes problématiques, en tête desquelles la disponibilité de produits bio en quantité suffisante et à des prix raisonnables en région Hauts-de-France. Mais également une meilleure mise en avant de leurs catalogues pour pouvoir continuer à développer leurs offres bio afin de renforcer leur rôle au sein de la filière, la visibilité de leur offre, ainsi que leur capacité d'action.

Dans le cadre du renouvellement du Plan régional de Développement de la Bio régional, une attention particulière sera portée par l'ensemble des partenaires engagés à répondre plus spécifiquement aux attentes de ce maillon incontournable de la filière, afin de garantir toujours plus leur bonne articulation avec l'ensemble des acteurs bio et de contribuer à renforcer leur rôle pivot pour le développement pérenne et vertueux de la filière bio régionale.



FORCES

- Optimisation des frais de transport
- Volumes importants
- Diversité de produits
- Liste de contacts / Mise en réseau
- Facilités logistiques
- Prix plus abordables
- Force de proposition vers l'amont et l'aval



FAIBLESSES

- Représentativité en chiffre d'affaires de la bio encore faible
- Manque de visibilité auprès des opérateurs bio régionaux amont et aval



OPPORTUNITÉS

- Grossistes dans la région avec des valeurs éthiques, responsables
- Rôle-pivot à la rencontre de l'amont et de l'aval



MENACES

- Demande de produits bio en berne en 2022
- Offre amont insuffisante en Hauts-de-France
- Connaissance (consommateurs et revendeurs) des plus-values du label bio (décrédibilisation de la bio par rapport au local)



 [aprobionord](#)  [association-a-pro-bio](#)  [aprobionord](#)  [A PRO BIO Association](#)

A PRO BIO | 4 rue Dormagen | 59350 Saint-André-Lez-Lille | Tél : 03 20 31 57 97 | contact@aprobio.fr | www.aprobio.fr

Dans le cadre du Plan Bio Hauts-de-France :

