

Ventes de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique : différences entre grande distribution conventionnelle et magasins spécialisés bio et spécificités par rapport aux ventes de produits conventionnels

Marion Desquilbet, Elise Maigné et Sylvette Monier-Dilhan

10^{ièmes} Journées de Recherches en Sciences Sociales

VERSION PRELIMINAIRE - CONFIDENTIEL - NE PAS DIFFUSER

Marion Desquilbet
Toulouse School of Economics, INRA
Manufacture des Tabacs
21 allée de Brienne
31015 Toulouse cedex 6
marion.desquilbet@toulouse.inra.fr

Elise Maigné
Centre INRA Toulouse Midi-Pyrénées
Observatoire du Développement Rural
24 Chemin de Borde Rouge
Auzeville – CS 52627
31326 Castanet Tolosan Cedex
elise.maigne@toulouse.inra.fr

Sylvette Monier-Dilhan
Centre INRA Toulouse Midi-Pyrénées
Observatoire du Développement Rural
24 Chemin de Borde Rouge
Auzeville – CS 52627
31326 Castanet Tolosan Cedex
sylvette.monier@toulouse.inra.fr

Remerciements. Nous remercions Nicole Darmon et Anthony Fardet pour leurs conseils sur le classement des produits.

Ventes de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique : différences entre grande distribution conventionnelle et magasins spécialisés bio et spécificités par rapport aux ventes de produits conventionnels

VERSION PRELIMINAIRE - CONFIDENTIEL - NE PAS DIFFUSER

Résumé

Cette recherche caractérise les structures des ventes de produits bio en France en 2012 dans deux réseaux de distribution différents, les grandes et moyennes surfaces conventionnelles et les magasins spécialisés bio. Ces structures sont comparées avec celle des ventes de produits de l'agriculture conventionnelle en grandes et moyennes surfaces conventionnelles. Nous étudions également les structures des paniers d'achat de différents types d'acheteurs au sein de chaque réseau de distribution. La composition des ventes est caractérisée à partir de trois classifications, basées sur le degré de transformation des produits, la part relative de produits d'origine animale ou végétale et des grandes familles de produits. Les résultats mettent en évidence que la structure des ventes en magasins spécialisés bio est plus végétale et moins transformée, deux critères d'une meilleure durabilité. La structure des ventes de produits bio en GMS, intermédiaire entre celle des produits conventionnels en GMS et celles des ventes en réseau spécialisé bio du point de vue du degré de transformation des produits et de la part de produits animaux ou végétaux, comporte des exceptions marquées pour certaines familles de produits, le lait, les œufs et les produits gras, dont les parts de ventes sont beaucoup plus élevées.

Mots clés : alimentation durable, agriculture biologique, réseau de distribution

Codes JEL : D12, Q56, C81

Compte tenu du caractère confidentiel du document, le texte n'est pas déposé sur le site des Journées de Recherches en Sciences Sociales. Il a été transmis à la présidente du Comité scientifique et ne sera fourni qu'au seul relecteur du papier.