

# En pleine croissance, les magasins bio perdent-ils leur âme ?

Fruits exotiques, partenariats avec Amazon, salariés dénonçant de mauvaises conditions de travail... Certaines enseignes bio sont de plus en plus critiquées pour avoir perdu "l'esprit de la bio". Les magasins s'en défendent, arguant œuvrer à faire découvrir l'agriculture biologique à tous.



Le logo vert et jaune a été retiré de la vitrine. À Rouen (Seine-Maritime), place des Carmes, le magasin Bio c' Bon a été remplacé au début du mois de juin par un Carrefour City. Cette disparition est une des conséquences du rachat de l'enseigne de magasins bio<sup>1</sup> en novembre 2020 par le groupe Carrefour. Partout en France, de Lille à Paris, une quinzaine de Bio c' Bon ont subi la même transformation<sup>2</sup>.

Depuis, les critiques fusent. Pour certains observateurs, ce changement symboliserait la "perte d'âme" des chaînes traditionnelles de magasins bio spécialisés. L'accusation revient régulièrement depuis quelques années : les boutiques telles que Biocoop, La Vie claire<sup>3</sup> ou encore Naturalia seraient devenues trop grandes, avec trop de produits, et auraient perdu de vue "l'esprit de la bio" des débuts. Au point de devenir comme n'importe quel magasin conventionnel de grande distribution. Est-ce réellement le cas ?

Reporterre a tenté de démêler le vrai du faux.

D'emblée, une certitude : les Français consomment de plus en plus de produits bio. D'après le baromètre annuel de l'Agence bio<sup>4</sup>, en 2020, 9 Français sur 10 ont consommé des produits bio au moins une fois dans l'année, et 73 % d'entre eux l'ont fait au moins une fois par mois. Par conséquent, le marché représente de plus en plus d'argent : 13,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2020, soit une croissance de 10,4 % par rapport à l'année précédente.

"Depuis une dizaine d'années, le bio est enfin sorti du carcan "militant bobo" dans lequel il a baigné pendant une trentaine d'années", observe le journaliste Frédéric Denhez, auteur de *Le bio : au risque de se perdre* (Buchet-Chastel<sup>5</sup>). "La grande distribution l'a fait sortir de ce cadre pour l'élargir à une clientèle plus vaste, des jeunes parents par exemple. Il y a eu une demande très forte, la grande distribution l'a compris et cela a profité aux enseignes traditionnelles qui ont grossi."

<sup>1</sup> <https://reporterre.net/Carrefour-rachete-Bio-C-Bon>

<sup>2</sup> Sollicitée, la direction de Bio c' Bon a refusé de répondre aux questions de Reporterre.

<sup>3</sup> Sollicitée, la direction de La Vie claire n'a pas répondu aux questions de Reporterre.

<sup>4</sup> [https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2021/03/AgenceBio-DossierdePresse-Barometre2021\\_def-1.pdf](https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2021/03/AgenceBio-DossierdePresse-Barometre2021_def-1.pdf)

<sup>5</sup> <https://www.buchetchastel.fr/catalogue/le-bio/>



À titre d'exemple, le réseau *Biocoop*, leader du marché des magasins bio spécialisés, comptabilise aujourd'hui 710 points de vente. Le chiffre devrait même atteindre 750 boutiques à la fin de l'année. Il y a quatre ans, elles n'étaient "que" 431<sup>6</sup>.

"Le secteur connaît une évolution importante, les magasins ont des tailles de plus en plus grandes", confirme Didier Perreol, président du réseau *Synabio*<sup>7</sup>, qui rassemble les entreprises de la bio, les transformateurs et les distributeurs spécialisés.

Lui-même a possédé un magasin bio il y a quelques dizaines d'années : son local était bien plus petit que la plupart des boutiques actuelles, et proposait une offre réduite de produits.

"Quand j'ai démarré, le sucre par exemple n'était pas bio, le sésame non plus, se souvient-il. Aujourd'hui il y a de la diversité dans un magasin bio, entre 8 000 et 10 000 références."

## Pas de produits transportés par avion, mais des fruits exotiques

Face à une augmentation de la demande et de la clientèle, les magasins bio ont effectivement dû s'adapter.

"Puisque le réseau est désormais énorme, certaines personnes estiment que *Biocoop* est devenu comme *Carrefour*, remarque l'ingénieur agronome Claude Aubert, pionnier de l'agriculture biologique française. Évidemment qu'eux aussi ont une centrale d'achat ! On retrouve les mêmes modes de fonctionnement dans un magasin bio que dans une boutique conventionnelle, c'est malheureusement la mécanique quand on a des impératifs économiques."

"Je ne comprends pas l'idée qu'on ressemblerait à la grande distribution, factuellement ce n'est pas le cas", se défend Pierrick De Ronne, président du réseau *Biocoop*.

Sur le principe, un article trouvé sur une étagère de *Biocoop* est tout aussi bio que celui déniché dans un rayon de *Carrefour Bio*. Mais là où les enseignes bio traditionnelles veulent se démarquer, c'est sur la façon dont sont sélectionnés les produits mis en vente.

Chez *Biocoop*, le cahier des charges précise que les sociétaires "donnent la priorité aux produits locaux" (une production agricole ou un produit transformé à 150 kilomètres routiers au maximum du magasin), aux "petits fournisseurs", "ne distribuent pas d'espèces sauvages de poissons menacées" ou encore de "produits transportés par avion".

Le réseau garantit que 80 % de son offre vendue est d'origine France. Mais il n'est pas rare de trouver dans leurs bacs à fruits — comme à *Naturalia*, *La Vie claire* ou *Bio c' Bon* — des bananes, des ananas ou des avocats venus d'autres continents.

<sup>6</sup> <https://www.lesechos.fr/2017/03/le-boom-du-bio-fait-decoller-les-magasins-biocoop-164875>

<sup>7</sup> <https://www.synabio.com/>



Bananes, gingembre du Pérou, mandarines et poires d'Italie dans un Biocoop d'Ariège. Wikimedia Commons/CC BY-SA 3.0/Olybrius

"On ne gagne pas beaucoup d'argent avec les bananes, mais c'est compliqué de ne pas en vendre", affirme le président Pierrick De Ronne. On doit être accueillants pour les consommateurs, après ils ont le choix d'acheter ou non. Quand on propose des fruits exotiques, ils viennent par bateau, c'est du commerce équitable et on travaille sur des alternatives."

Même discours chez Naturalia :

"Nous vendons des fruits exotiques, mais ils viennent par bateau seulement et nous essayons de créer de plus en plus de filières en France, en Espagne et en Italie, assure Allon Zeitoun, directeur général de l'enseigne, soulignant que 90 % de l'offre est d'origine France. On veut limiter au maximum notre impact, mais pas forcément être dans la contrainte [des consommateurs]."

Ainsi, les enseignes historiques de magasins bio continuent d'afficher le respect des saisons, les produits locaux et le commerce équitable comme des éléments fondateurs de leur philosophie ; et comptent sur les clients pour privilégier les fruits français aux mangues d'Asie.

"Il est intolérable de trouver dans des magasins bio des produits venus d'autres pays alors qu'on peut en dénicher en France", abonde l'ingénieur agronome Claude Aubert. "Mais si vous supprimez de ces boutiques le café, le chocolat ou les avocats, elles feront faillite ! Il ne faut pas "être ayatollah" par rapport à tout ça, tout dépend de la place que ces produits prennent [dans les magasins]."

Une boutique Naturalia. Wikimedia Commons/CC BY 2.0/Jean-Louis Zimmermann

## Un partenariat entre Naturalia et Amazon

Les critiques ne s'arrêtent cependant pas là. En 2020, l'enseigne Naturalia a noué un partenariat avec le site de commerce en ligne Amazon — comme Bio c' Bon l'avait fait de 2016 à 2020<sup>8</sup>. Cette alliance permet aux abonnés d'Amazon Prime de recevoir leurs courses de produits bio à leur domicile en moins de deux heures.



"Amazon est la plus grosse menace du commerce traditionnel : en termes d'esprit du bio, on n'y est pas du tout", observe le journaliste Frédéric Denhez. "Si les clients n'ont pas le temps de faire leurs courses, ils n'ont pas le temps non plus de penser à la saisonnalité des produits. Et si vraiment les enseignes veulent développer le commerce en ligne, il existe d'autres structures qu'Amazon pour le faire !"

Mais du côté de la direction de Naturalia, on assume pleinement cette décision.

"Ce qu'on veut, c'est proposer de la bio à tous les consommateurs", explique le directeur général. "Avant qu'on arrive sur la plateforme, un abonné Amazon Prime avait le choix entre le conventionnel ou rien. On a voulu arriver avec notre vision de la bio pour pousser cette agriculture."

<sup>8</sup> <https://www.planb-io.fr/bio-c-bon-accelere-sur-la-livraison-express-pour-ses-clients-franciliens/>

Selon lui, le commerce en ligne étant déjà largement implanté, il est plus important "d'apporter la bio là où sont les consommateurs" que de laisser cette option à la grande distribution.



La plateforme Amazon Prime. © E.B/Reporterre

*"Les produits sont différents, mais ce sont les mêmes méthodes de travail qu'à Auchan ou Monoprix"*

Une autre ressemblance entre les enseignes bio traditionnelles et la grande distribution est pointée du doigt : les difficultés de management.

*"Chez Biocoop, leader du bio spécialisé en France, il y a une volonté de faire toujours plus de profit et de limiter les acquis sociaux [des salariés] au maximum", accuse Konstantin.*

Le jeune homme a travaillé dans un magasin parisien Biocoop-Le Retour à la terre de mars à novembre 2020 — en pleine première vague de Covid-19. Il se souvient d'une "surcharge de travail", entre l'afflux de clients à gérer, l'augmentation des produits à ranger et des livraisons à effectuer, le tout dans un "climat anxieux". Mais ce qui a mis le feu aux poudres, c'est l'annonce au mois de juin de la mise en vente des deux magasins parisiens Biocoop-Le Retour à la terre, et l'instauration du travail dominical dans ces boutiques.

Les salariés ont alors décidé de se regrouper et de faire bloc contre ces décisions.

*"Le mythe de la coopérative chez Biocoop, c'est du pipeau", dénonce Konstantin.*

Parmi les plus de 700 magasins du réseau national (qui est une société anonyme coopérative), seulement 36 % sont de réelles coopératives, tandis que les autres sont des franchises.

*"Chaque magasin est une entité séparée, on n'a pas de CSE [comité social et économique, représentant les salariés] en commun, même entre les magasins d'une même franchise, poursuit l'ancien salarié. Cela empêche de se regrouper, de faire grève."*

Qu'à cela ne tienne, les employés des deux magasins Biocoop-Le Retour à la terre ont commencé une grève le 9 juillet 2020 pour protester et réclamer une revalorisation des salaires. Plusieurs journées de grève se sont succédé durant l'été, jusqu'à une journée de mobilisation nationale le 17 septembre<sup>9</sup>. La contestation s'est conclue par une occupation de magasins, plusieurs licenciements et, finalement, l'obtention de deux jours de repos consécutifs, une fois par mois.

Grève devant le magasin Biocoop-Le Retour à la terre du 5<sup>e</sup> arrondissement de Paris, le 12 septembre 2020. © Audrey Parmentier/Reporterre

*"La charte sociale du réseau, qui pouvait être exigeante il y a vingt ans, ne l'est plus aujourd'hui," déclare Konstantin. "Les produits sont différents, mais ce sont les mêmes méthodes de travail qu'à Auchan ou Monoprix."*



D'autres grèves avaient déjà eu lieu au sein du réseau Biocoop

<sup>9</sup> <https://reporterre.net/En-pleine-croissance-le-reseau-Biocoop-est-conteste-sur-le-plan-social>

pour dénoncer une dégradation des conditions de travail : en 2011 à Chambéry (Savoie), en 2017 en Mayenne (Pays de la Loire) ou encore en 2018 à Carpentras (Vaucluse). Des salariés des plateformes logistiques s'étaient aussi mis en grève dans les Bouches-du-Rhône et en Essonne en 2019.

*"Je prends cela avec beaucoup de recul et d'humilité", réagit le président de Biocoop, Pierrick De Ronne. "Les questions sociales peuvent arriver dans n'importe quel magasin. Elles sont souvent liées à des problématiques locales, parfois à des problèmes de gouvernance."*

Pour régler ces situations, il assure travailler à une amélioration de la rédaction des engagements de Biocoop, "accompagner les gérants [de magasins] dans le dialogue" et vérifier l'état de santé des employés.

*"Il y a deux ans, nous avons sorti un magasin du sud-est de la France du réseau Biocoop", poursuit-il. "Les salariés allaient au travail la boule au ventre, ce n'était pas possible."*

Les autres magasins bio historiques ne sont pas en reste. Dans un article du journal *Politis*<sup>10</sup>, d'anciens salariés de *Naturalia* dénonçaient des problèmes de sous-effectif et de surcharge de travail.

*"Physiquement, on était à bout", témoignait l'une d'entre eux.*

*"Il n'y a pas de sous-effectif de manière globale", balaie Allon Zeitoun, directeur général de l'enseigne. "Nous avons d'excellentes relations sociales avec les syndicats. Prendre l'exemple d'une dizaine de personnes sur 2 000 salariés, dont certaines sont parties, me semble assez facile."*

D'après le journaliste Frédéric Denhez, certains conflits sociaux au sein de ces entreprises peuvent venir des attentes que les salariés projettent sur ce secteur.

*"C'est une autre population qui n'a pas la même abnégation que les employés précédents", juge-t-il. "Les gens qui vont bosser dans ces magasins s'attendent à être mieux payés et traités que chez E.Leclerc par exemple."*

*"Socialement, c'est difficile de dire aux gens qu'il faut bien travailler, avoir une performance économique, tout en étant dans le partage de la valeur", estime de son côté Didier Perreol, président du réseau Synabio. "Certains salariés viennent travailler dans des magasins bio avec des illusions, des exigences, mais il faut quand même bien bosser."*

**"On ne peut plus avoir un vrai militantisme en étant petit"**

Les réseaux historiques que constituent Biocoop ou La Vie claire ont su rester indépendants, tandis que d'autres ont été rachetés par de grands groupes, comme *Naturalia* (détenu depuis 2008 par Monoprix, filiale de Casino) et *Bio c' Bon* (racheté par Carrefour en 2020). Une conséquence inévitable, face à la progression du secteur ? Non, selon le président de Biocoop :

*"Nous resterons indépendants. Tant qu'il y aura Biocoop, le marché de la bio pourra rester tel qu'il est et ne sera pas laissé à la grande distribution. Nous avons besoin d'un Biocoop suffisamment fort pour exister, donc j'assume qu'on grossisse. Notre but est de proposer notre projet au plus grand nombre."*

<sup>10</sup> <https://www.politis.fr/articles/2021/06/la-nouvelle-nature-de-naturalia-43324/>

"Dans tout développement, il y a des concentrations," estime de son côté Didier Perreol, du réseau Synabio. "Il y a des besoins de regroupement pour avoir les moyens d'assurer ce développement."

"Aller dans un réseau comme le nôtre nous a apporté un gain de temps, le nec plus ultra du système informatique, une logistique de produits optimale", dit Allon Zeitoun, de Naturalia. "Ce sont des choses qu'on ne peut pas se payer quand on est seul. Un magasin indépendant, aussi pionnier soit-il, n'aura pas assez de temps pour sourcer les meilleurs producteurs de fruits partout en France — alors que nous, nous sommes soixante-dix au siège. Aujourd'hui, on ne peut plus avoir un vrai militantisme en étant petit."

## Comment choisir son magasin bio ?

Il existe désormais une multitude de magasins bio en France, des grandes enseignes historiques aux petites boutiques indépendantes, en passant par certains rayons de la grande distribution. Face à toutes ces options, il est parfois difficile de choisir. Voici quelques éléments à regarder pour s'y retrouver :

▣ L'origine des produits : vous pouvez demander à votre magasin où il s'approvisionne. Essaie-t-il de travailler avec des producteurs locaux (n'hésitez pas à vérifier s'il s'agit de petites fermes ou non), ou vend-il au contraire des articles venus d'autres pays ? Le cas échéant, comment ont-ils été acheminés jusqu'en France : par avion ou par bateau ?

▣ La saisonnalité : si vous trouvez des tomates en plein hiver dans le bac de votre magasin, c'est qu'il ne respecte pas les saisons. Les légumes sont susceptibles d'avoir été produits sous serre chauffée en France, voire dans des pays à des milliers de kilomètres.

▣ Les déchets : votre magasin fait-il une place aux aliments en vrac, ou pratique-t-il plutôt le suremballage ?

▣ Les labels : votre magasin privilégie-t-il des produits répondant à des cahiers des charges exigeants, tels que les labels *Nature et progrès*, ou *Demeter* ?

▣ Le statut du magasin : est-ce une boutique indépendante, ou appartient-elle à un groupe ? Par qui est détenu ce groupe ? Le magasin est-il une coopérative, une franchise, autre ?

## Après cet article

► Amazon : [Amazon, Cdiscount... Le commerce en ligne envahit le marché alimentaire bio](#)