L'Autorité de la concurrence sanctionne à hauteur de 12,67 millions d'euros le Syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques ainsi que Greenweez (Carrefour), ITM Entreprises et Les Comptoirs de la Bio (Groupe Les Mousquetaires) pour entente de répartition de marques

Publié le 16 avril 2026

L'essentiel

L'Autorité de la concurrence sanctionne le Syndicat national des distributeurs spécialisés de produits biologiques (Synadis Bio) ainsi que Greenweez, Les Comptoirs de la Bio (ci-après « LCB ») et ITM Entreprises (ci-après « ITME »), pour avoir pris part à une entente unique, complexe et continue ayant pour objet de répartir les marques des fournisseurs de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique (ci-après « produits bio ») entre les canaux de distribution grandes surfaces spécialisées (ci-après « GSS ») et grandes surfaces à dominante alimentaire généralistes ou conventionnelles (ci-après « GSA »).

Dans le cadre de réunions de son conseil d'administration, puis d'un règlement intérieur adopté en 2018, le Synadis Bio a mis en place une stratégie collective visant à empêcher la commercialisation des mêmes marques de produits bio au sein des circuits GSS et GSA, afin d'éviter une comparabilité des produits et des prix entre les deux circuits qui aurait pu conduire à une baisse généralisée des prix au détriment des acteurs de la GSS.

Cette entente a duré plus de sept ans et s'est déroulée dans un contexte marqué par le fort développement de l'offre de produits bio dans le circuit des GSA, lequel

était devenu le premier circuit de distribution de ces produits depuis 2016.

Outre le syndicat, l'Autorité a constaté que les sociétés Greenweez, Les Comptoirs de la Bio et ITM Entreprises ont également participé activement aux pratiques.

Pour ces raisons, l'Autorité prononce une sanction totale de 12 670 000 euros répartie de la manière suivante :

- 10 millions d'euros pour le Synadis Bio ;
- 1,85 million d'euros pour Greenweez (solidairement avec sa société mère Carrefour SA) ;
- 740 000 euros pour ITM Entreprises (solidairement avec sa société mère Les Mousquetaires) ; et
- 80 000 euros pour Les Comptoirs de la Bio.

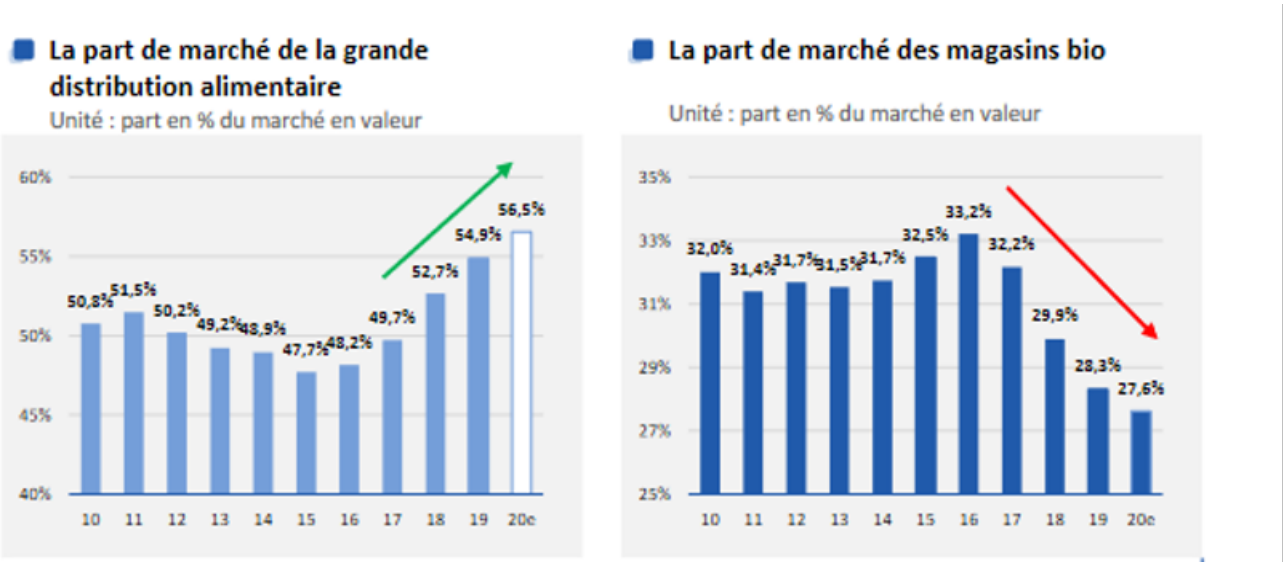
C'est la deuxième fois que l'Autorité applique les nouvelles dispositions du code de commerce (article L. 464-2 du code de commerce) qui lui permettent désormais de déterminer le montant de la sanction pécuniaire au regard du chiffre d'affaires mondial total de l'ensemble des adhérents, dans la limite de 10 % de ce montant.

Une entente qui s'inscrit dans un contexte de montée en puissance de la GSA dans la distribution de produits bio

Entre 2010 et 2020, la consommation de produits bio a quadruplé passant de 3,7 milliards d'euros en 2010 à 6,7 milliards d'euros en 2015 et 13,2 milliards d'euros en 2020.

Entre 2016 et 2020, les grandes surfaces à dominante alimentaire (« GSA ») ont renforcé leur position sur le marché du bio, au détriment des grandes surfaces spécialisées (« GSS »). Alors que la part de marché des GSS se maintenait autour de 32 à 33 % jusqu'en 2016/2017, elle recule nettement à partir de 2018 pour passer sous les 28 % en 2020. À l'inverse, les GSA enregistrent une progression

continue sur la période et dépassent 56 % de part de marché en 2020.



Source : Xerfi

Le rapprochement entre les grandes surfaces alimentaires généralistes et les grandes surfaces spécialisées

À compter de 2012, un premier type de rapprochement s'est amorcé entre GSS et GSA par la création de concepts de magasins bio adossés à leurs enseignes généralistes respectives. Assez rapidement, ces concepts sont progressivement abandonnés pour faire place à une stratégie de rachat de chaînes de GSS par les GSA.

> À titre d'exemple, Carrefour acquiert en 2016 Greenweez, un site de vente en ligne spécialisé dans les produits bio, puis deux enseignes spécialisées, So.Bio en 2019 et Bio c'Bon en 2020. Les points de vente Carrefour Bio passent alors sous enseigne de distribution spécialisée.
>
> De même, le groupement Les Mousquetaires (ci-après « Intermarché » ou « ITM ») qui n'avait pas développé de concept de magasins bio, entre progressivement au capital de l'enseigne Les Comptoirs de la

Bio (ci-après « LCB ») à partir de 2018.

La mise en place par Synadis Bio d'une entente visant à répartir les marques des fournisseurs de produits alimentaires bio entre canaux de distribution (généralistes et spécialisés)

- **Synadis Bio est intervenu pour organiser le cloisonnement des circuits de distribution par marques**

Entre 2016 et 2020, la concurrence se renforce significativement entre GSA et GSS : la part des ventes réalisée en GSA augmente de manière significative au détriment des GSS, notamment en liaison avec le développement de produits bio vendus sous marque distributeur (MDD).

Dans ce contexte, des discussions voient le jour en 2016 au sein du syndicat, autour d'un objectif de renforcement de la différenciation des marques entre circuits de distribution (empêchant la comparabilité des prix d'une même marque entre les deux circuits de distribution) et de maintien d'un positionnement tarifaire plus élevé en GSS.

L'insertion d'une clause dans le règlement intérieur du Synadis Bio ainsi que différents procès-verbaux des conseils d'administration de ce syndicat attestent de l'existence de ces échanges, que ce soit pour partager les inquiétudes suscitées par le développement de l'offre proposée par *Amazon Prime Now* ou bien encore à l'occasion de l'examen de candidatures d'adhésion de la part d'enseignes adossées à des groupes de distribution alimentaire généralistes.

PV du 14 juin 2017

Le procès-verbal du conseil d'administration du Synadis Bio du 14 juin 2017 fait état des inquiétudes suscitées par *le service Amazon Prime Now*, qui permet la vente et la livraison rapide de produits bio, notamment en permettant l'accès à l'assortiment de l'enseigne Bio c'Bon, dans un environnement mêlant produits biologiques et produits conventionnels. Le conseil d'administration souligne qu'il s'agit là « *d'une nouvelle activité concurrente inquiétante pour les magasins bio spécialisés car cela gomme la frontière entre les circuits de distribution, favorise la comparabilité des prix* », que cela entraîne « *une perte manifeste de différenciation* » de l'offre des magasins bio spécialisés susceptible de générer des tensions sur les prix, et s'interroge sur la position des fournisseurs quant à la commercialisation de leurs produits bio sur Amazon aux côtés de marques conventionnelles.

PV du 6 juin 2018

Le 6 juin 2018, des échanges ont lieu au sein du conseil d'administration du syndicat au sujet de la poursuite de l'adhésion de Les Comptoirs de la Bio (LCB) au Synadis Bio pour l'année 2018. Est alors discuté l'engagement d'ITM de préserver une stricte séparation entre les réseaux de distribution spécialisée et de grande distribution, excluant toute perméabilité des assortiments, toute coexistence de marques entre les deux circuits ainsi que toute référence de MDD, afin d'éviter tout « *mélange des genres* ».

Lors de ces échanges, Synadis Bio exprime de manière explicite sa volonté d'instaurer une différenciation des marques selon les canaux de distribution, afin d'éviter la comparabilité des produits et donc des prix. Questionné par un représentant d'ITME lors de l'examen de la candidature d'ITME, *« [q]u'est-ce que vous, les magasins spécialisés bio, attendez de nous ? »* le Synadis Bio répond *« [l]a qualité, tirer la bio vers le haut et non vers le bas. Ne pas casser les prix ».*

PV du 22 mars 2019

La demande d'adhésion de So.Bio, initialement acceptée lors du conseil d'administration du 12 septembre 2018, est remise en question à la suite d'informations relatives à la stratégie de développement du réseau, désormais intégré au groupe Carrefour, basée sur des ambitions de croissance rapide et à une politique affichée de prix « low cost » *(« des prix 30% moins chers que le réseau spécialisé historique »),* stratégie jugée incompatible avec le positionnement et les valeurs défendues par le syndicat.

Adoption d'un nouveau règlement intérieur (13 décembre 2018)

En décembre 2018, le syndicat décide d'inscrire ce principe de segmentation des marques par circuit de distribution dans son règlement intérieur. L'article 2 impose notamment à ses adhérents *« [d']avoir un référencement d'au moins 95 % de produits alimentaires biologiques emballés, exclusivement distribués dans des magasins spécialisés bio ».*

Ainsi les adhérents au syndicat ont décidé collectivement de s'interdire de distribuer dans leurs magasins des produits qui seraient commercialisés dans des GSA et inversement, d'empêcher la commercialisation en circuit alimentaire généraliste des marques qu'ils distribuent en GSS.

- **Greenweez, Les Comptoirs de la Bio et ITM Entreprises ont activement participé à titre individuel à cette entente**

Les éléments réunis au cours de l'instruction mettent par ailleurs en évidence que Greenweez et Les Comptoirs de la Bio ont activement participé à cette entente, notamment lors des auditions organisées à l'occasion de l'examen de leurs candidatures auprès du syndicat. Ces entreprises ont ainsi affirmé vouloir se conformer aux « *codes de la bio* » actant leur accord pour respecter l'entente mise en place au sein du syndicat.

Ainsi, Greenweez a pu confirmer au syndicat sa volonté de faire en sorte que « [l]*es enseignes et les gammes ne [soient] absolument pas [-] mélangées* » et qu'elle entendait respecter le modèle des GSS en s'intégrant à leurs « *règles tacites* ». Le représentant de Greenweez a insisté sur la volonté des dirigeants de ne pas « *casser le marché des spécialistes bio* » et d'adapter « *leur prix de vente aux prix pratiqués par les magasins bio environnants* ».

De la même façon, le 6 juin 2018, les représentants des Comptoirs de la Bio et d'ITME (actionnaire de LCB) ont échangé sur la question de la poursuite de l'adhésion de LCB au Synadis Bio. Les discussions ont notamment porté sur l'engagement d'ITM de préserver une stricte séparation entre les réseaux de distribution spécialisée et de grande distribution, excluant toute perméabilité des assortiments, toute coexistence de marques entre les deux circuits ainsi que toute référence de MDD, afin d'éviter tout « *mélange des genres* ». Le représentant d'ITME a également insisté sur la volonté d'ITM de ne pas « *casser les prix* » et de respecter les codes et valeurs de la distribution spécialisée bio.

L'Autorité prononce une sanction totale de 12 670 000 d'euros à l'encontre de Synadis Bio, Greenweez, ITM Entreprises et Les Comptoirs de la Bio et recourt à l'application de l'article L. 464-2 du code de commerce

En invitant ses membres à harmoniser leur politique commerciale sur un paramètre relevant du libre jeu de la concurrence, le Synadis Bio est intervenu sur le marché, outrepassant sa mission de défense des intérêts de la profession.

L'Autorité estime que cette pratique est grave dans la mesure où elle a incontestablement limité la concurrence intra-marques et inter-marques, ainsi

que celle s'exerçant sur les prix, entre les deux canaux de distribution.

Le montant global de la sanction s'élève à 12 670 000 euros et se répartit de la manière suivante :

- Synadis Bio : 10 millions d'euros
- Greenweez (solidairement avec sa société mère Carrefour SA) : 1,85 million d'euros
- ITM Entreprises (solidairement avec sa société mère Les Mousquetaires) : 740 000 euros
- Les Comptoirs de la Bio : 80 000 euros

Elle a également enjoint au syndicat de modifier les dispositions litigieuses de son règlement intérieur et de publier un résumé de la décision dans une revue spécialisée.

C'est la deuxième fois[1] que l'Autorité a fait application des nouvelles dispositions de l'article L. 464-2 du code de commerce, lesquelles permettent désormais de déterminer la sanction d'une association d'entreprises en tenant compte du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble de ses membres actifs sur le marché affecté par l'infraction.

[1] L'Autorité de la concurrence a prononcé le 17 mars une sanction de 3,4 millions d'euros à l'encontre du SNMSF pour avoir imposé à ses moniteurs adhérents une obligation d'exclusivité leur interdisant d'exercer leur profession en dehors des écoles de ski ESF.

issus de l'agriculture biologique

Lire le texte intégral

Support de présentation
Consulter le support de présentation de la conférence de presse

Contact(s)

Maxence Lepinoy
Chargé de communication, responsable des relations avec les médias
06 21 91 77 11
Contacter par mail

Virginie Guin
Directrice de la communication
01 55 04 02 62
Contacter par mail