



# Conférence de presse du 16 avril 2026



## Distribution de produits biologiques

Sanction de 12,67 millions d'euros pour entente de répartition de marques

DÉCISION N° 26-D-05

# Plan



## 1. Le contexte

La montée en puissance des grandes surfaces à dominante alimentaire dans la distribution de produits bio

Le rapprochement entre les grandes surfaces à dominante alimentaire et les grandes surfaces spécialisées

## 2. La mise en place d'une entente visant à répartir les marques des fournisseurs de produits alimentaires bio entre canaux de distribution

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

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

## 3. L'Autorité prononce une sanction de 12,67 millions d'euros



## PARTIE 1

# Le contexte



# La montée en puissance des grandes surfaces à dominante alimentaire dans la distribution de produits bio

**Faible demande** de produits bio jusque dans les années 2010 puis explosion de la demande.

La consommation de ces produits a **quadruplé**

- 3,7 milliards d'euros en 2010
- 6,7 milliards d'euros en 2015
- 13,2 milliards d'euros en 2020



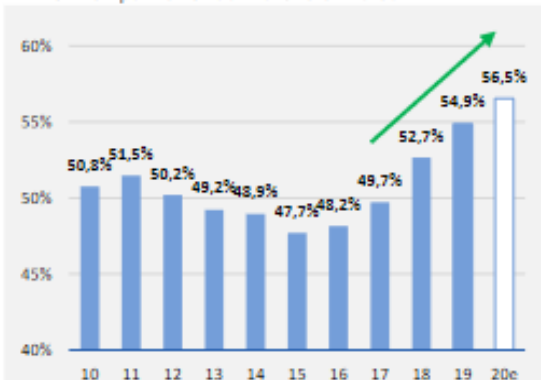
## Renforcement des grandes surfaces à dominante alimentaire (GSA) au détriment des grandes surfaces spécialisées (GSS)

Parts de marché des GSS

- 32-33 % jusqu'en 2016
- 28 % en 2020 (contre 56 % pour les GSA)

### ■ La part de marché de la grande distribution alimentaire

Unité : part en % du marché en valeur



Source : Xerfi

### ■ La part de marché des magasins bio

Unité : part en % du marché en valeur



# Le rapprochement entre GSA et GSS

À compter de 2012, le rapprochement s'est amorcé par la création de concepts de magasins bio adossés à leurs enseignes généralistes respectives.

Puis ces concepts sont abandonnés au profit d'une stratégie de rachat de chaînes de GSS par les GSA.

*Par exemple :*

*Carrefour acquiert en 2016 Greenweez, So.Bio en 2019 et Bio c'Bon en 2020. Les points de vente Carrefour Bio passent alors sous enseigne de distribution spécialisée.*

*Le groupement Les Mousquetaires (Intermarché / ITM) entre progressivement au capital de l'enseigne Les Comptoirs de la Bio à partir de 2018.*





## PARTIE 2



**La mise en place d'une entente visant à répartir les marques des fournisseurs de produits alimentaires bio entre canaux de distribution**

# Synadis bio est intervenu pour organiser le cloisonnement des circuits de distribution par marques (1/3)



À partir de 2016, discussions au sein du syndicat, autour d'un objectif double :

- **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)
- **maintien d'un positionnement tarifaire plus élevé en GSS**

Ces échanges se manifestent dans :

- **Différents procès-verbaux des conseils d'administration du syndicat** qui retracent les inquiétudes suscitées par le développement de l'offre proposée par Amazon Prime Now ou bien encore l'examen de candidatures d'adhésion de la part d'enseignes adossées à des groupes de distribution alimentaire généralistes
- **L'insertion d'une clause dans le règlement intérieur** du Synadis Bio

# Synadis bio est intervenu pour organiser le cloisonnement des circuits de distribution par marques (2/3)

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. 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.

PV du  
6 juin  
2018

Le 6 juin 2018, est discuté lors de l'adhésion de Les Comptoirs de la Bio au syndicat 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.

# Synadis bio est intervenu pour organiser le cloisonnement des circuits de distribution par marques (3/3)

**PV du  
22 mars  
2019**

La demande d'adhésion de So.Bio, initialement acceptée 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**

## **Adoption d'un nouveau règlement intérieur**

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 ».

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

Lors de la présentation de leur candidature pour adhérer au syndicat, ces entreprises ont affirmé **vouloir se conformer aux « codes de la bio »** actant leur accord pour **respecter l'entente mise en place au sein du syndicat.**

**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* »,

Les représentants des **Comptoirs de la Bio et d'ITME** (actionnaire de LCB) ont échangé sur l'engagement d'ITM de :

- préserver une stricte séparation entre les réseaux de distribution spécialisée et de grande distribution, 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.



## PARTIE 3



**L'Autorité prononce une sanction  
de 12,67 millions d'euros**

# L'Autorité prononce une sanction de 12,67 millions d'euros

## Une pratique grave

Synadis Bio est intervenu sur le marché, outrepassant sa mission de défense des intérêts de la profession.

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.

## Les sanctions applicables aux organismes professionnels

L'Autorité a appliqué l'article L.464-2 du code de commerce qui lui permet, pour déterminer la sanction d'une association professionnelle de **prendre en compte le chiffre d'affaires mondial total de ses membres** (dans la limite de 10 % du montant).

## Le dispositif de la sanction

- 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**.