



**AgEcon** SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

*No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.*

## La distribution dans le système alimentaire français

M. Jean-Louis Rastoin

---

**Citer ce document / Cite this document :**

Rastoin Jean-Louis. La distribution dans le système alimentaire français. In: Économie rurale. N°121, 1977. Industries alimentaires. pp. 33-38;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1977.2511>

[https://www.persee.fr/doc/ecoru\\_0013-0559\\_1977\\_num\\_121\\_1\\_2511](https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1977_num_121_1_2511)

---

Fichier pdf généré le 08/05/2018

## Résumé

La consommation alimentaire des Français a doublé de volume en 15 ans, dépassant 200 milliards de F en 1974. Cette croissance s'est accompagnée d'une augmentation sensible du budget consacré à la restauration collective d'une part et aux produits agro-industriels d'autre part. L'évolution de la consommation a entraîné des changements profonds dans la structure de l'appareil de distribution : 60 000 commerces de détail alimentaires ont disparu entre 1962 et 1974 tandis que 36 entreprises géantes assurent aujourd'hui près du tiers du chiffre d'affaires du secteur. La concentration accélérée s'accompagne d'une augmentation du salariat : 700 000 personnes soit plus que dans les IAA et presque le tiers de la population active agricole. La dynamique de la distribution se manifeste également par une concurrence accrue. Une enquête réalisée à Montpellier sur 30 produits agro-industriels indique un niveau moyen de prix systématiquement plus bas dans les grandes surfaces. Par ailleurs, les distorsions sont probablement plus importantes en aval de la filière agro-alimentaire qu'au niveau de l'industrie. La pression exercée par la grande distribution sur les IAA semble assez forte pour imposer des réductions de prix sous forme de ristournes, campagnes promotionnelles, etc.. Le problème de l'alimentation doit donc s'envisager avec une optique dépassant les aspects purement agricoles et englobant des éléments médicaux, éducatifs, industriels et commerciaux.

## Abstract

The distribution system in french agri-business - Food consumption in France doubled in volume in 15 years, to more than 200 billion francs in 1974. With this growth went a considerable increase in the collective catering budget on the one hand and in agri-business products on the other. The development in consumption has given rise to far-reaching changes in the structure of the distribution system. 60,000 food retail businesses disappeared between 1962 and 1974 while 36 giant firms today account for almost one third of the branch's turnover. This rapid concentration is accompanied by an increase in the number of wage-earners, - 700,000 persons, in other words almost one third of the active farming population and more than in agri-business. The dynamics of distribution can also be seen in increased competition. A survey carried out in Montpellier on - 30 foodstuffs shows that they are sold at a lower average price in supermarkets. Moreover the discrepancies are probably greater lower down the agri-business chain than at the industrial level. The pressure brought to bear by large-scale distribution on agri-business seems strong enough to impose price reductions in the form of discounts, special offers etc. The food problem must therefore be conceived in terms that cover more than the agricultural aspect and include medical, educational and commercial aspects.

# LA DISTRIBUTION DANS LE SYSTÈME ALIMENTAIRE FRANÇAIS

Jean-Louis RASTOIN

Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier

La consommation alimentaire des Français a doublé de volume en 15 ans, dépassant 200 milliards de F en 1974. Cette croissance s'est accompagnée d'une augmentation sensible du budget consacré à la restauration collective d'une part et aux produits agro-industriels d'autre part. L'évolution de la consommation a entraîné des changements profonds dans la structure de l'appareil de distribution : 60 000 commerces de détail alimentaires ont disparu entre 1962 et 1974 tandis que 36 entreprises géantes assurent aujourd'hui près du tiers du chiffre d'affaires du secteur. La concentration accélérée s'accompagne d'une augmentation du salariat : 700 000 personnes soit plus que dans les IAA et presque le tiers de la population active agricole. La dynamique de la distribution se manifeste également par une concurrence accrue. Une enquête réalisée à Montpellier sur 30 produits agro-industriels indique un niveau moyen de prix systématiquement plus bas dans les grandes surfaces. Par ailleurs, les distorsions sont probablement plus importantes en aval de la filière agro-alimentaire qu'au niveau de l'industrie. La pression exercée par la grande distribution sur les IAA semble assez forte pour imposer des réductions de prix sous forme de ristournes, campagnes promotionnelles, etc... Le problème de l'alimentation doit donc s'envisager avec une optique dépassant les aspects purement agricoles et englobant des éléments médicaux, éducatifs, industriels et commerciaux.

## THE DISTRIBUTION SYSTEM IN FRENCH AGRI-BUSINESS

*Food consumption in France doubled in volume in 15 years, to more than 200 billion francs in 1974. With this growth went a considerable increase in the collective catering budget on the one hand and in agri-business products on the other. The development in consumption has given rise to far-reaching changes in the structure of the distribution system. 60,000 food retail businesses disappeared between 1962 and 1974 while 36 giant firms today account for almost one third of the branch's turnover.*

*This rapid concentration is accompanied by an increase in the number of wage-earners, - 700,000 persons, in other words almost one third of the active farming population and more than in agri-business. The dynamics of distribution can also be seen in increased competition. A survey carried out in Montpellier on - 30 foodstuffs shows that they are sold at a lower average price in supermarkets. Moreover the discrepancies are probably greater lower down the agri-business chain than at the industrial level. The pressure brought to bear by large-scale distribution on agri-business seems strong enough to impose price reductions in the form of discounts, special offers etc. The food problem must therefore be conceived in terms that cover more than the agricultural aspect and include medical, educational and commercial aspects.*

Un modèle représentatif de l'économie alimentaire peut être élaboré, en s'appuyant sur la théorie des systèmes, à partir des tableaux d'entrées-sorties de la comptabilité nationale. Le schéma ci-dessous permet ainsi d'avoir une vision globale de l'ensemble des activités nécessaires à l'alimentation, sous l'angle des flux de produits. On analyse ici les phénomènes de concentration et de

concurrence dans les industries agro-alimentaires et la distribution.

La consommation subit une évolution rapide et double : réduction de la part consacrée à l'alimentation dans un budget global en augmentation et modification des structures des dépenses alimentaires.

## 1. LES MUTATIONS DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE DES FRANÇAIS :

**doublement en 15 ans, 75 % de produits agro-industriels**

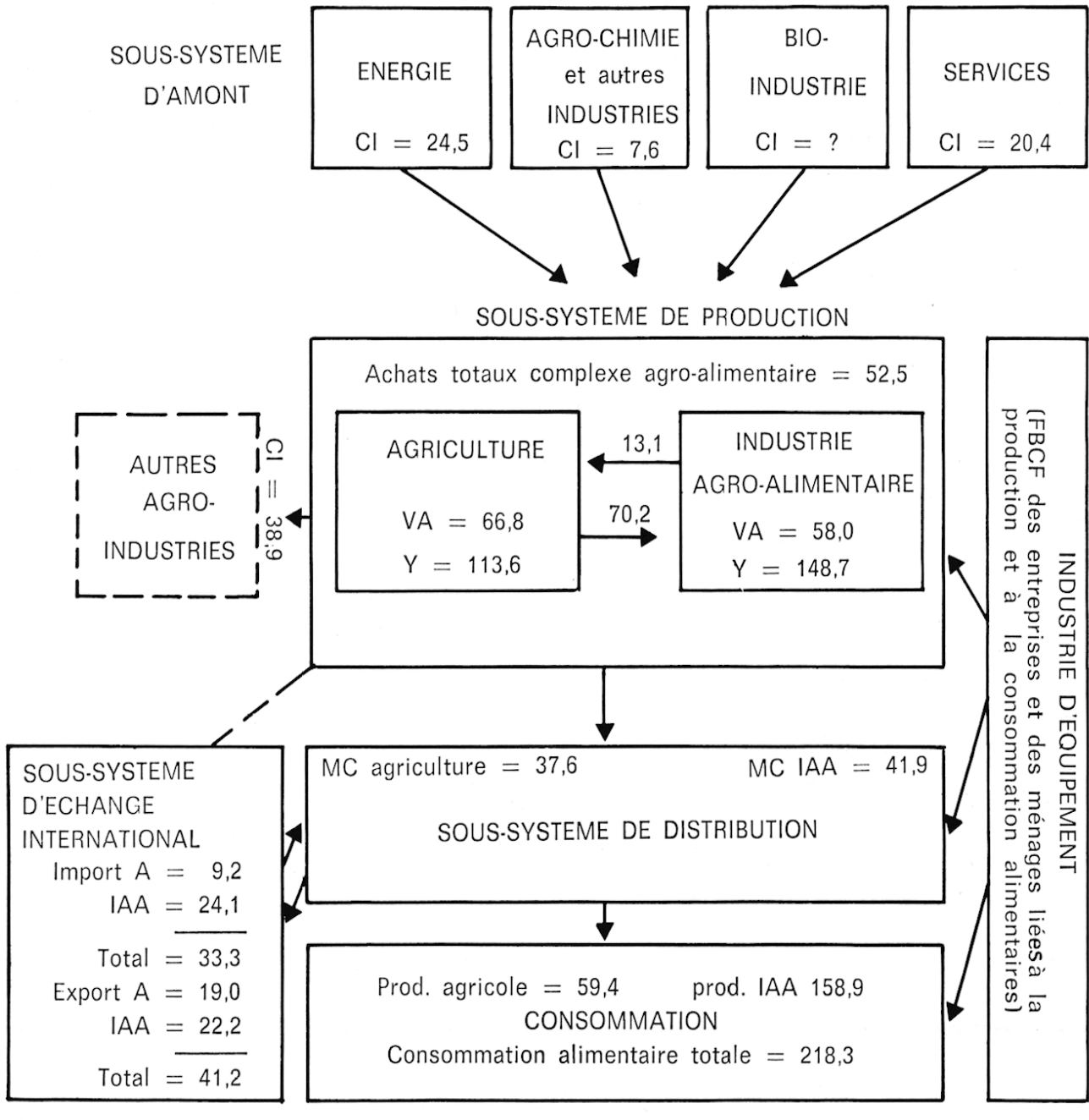
L'analyse des statistiques de consommation des ménages en France dans les 15 dernières années (1959-1974) montre que l'alimentation a crû en volume de plus de 50 % pour dépasser 200 milliards de F en 1974 (schéma ci-joint). Cependant, si les dépenses alimentaires demeurent les plus importantes par leur coefficient budgétaire (26 % des dépenses totales de consommation en 1974), on assiste à une croissance beaucoup plus

rapide pour les autres postes, en particulier hygiène et santé, culture et loisirs, habitation. Ces changements expliquent en partie les mutations observées dans la structure de l'appareil de distribution alimentaire, en particulier la diversification vers les autres produits banaux (entretien) ou vers les biens durables (appareils ménagers; radio-télévision, meubles, etc...).

## SCHEMA DU SYSTEME ALIMENTAIRE EN FRANCE

Année 1974

(en milliards de francs courants)



**Signification des symboles :** CI = consommation intermédiaire, VA = valeur ajoutée, MC = marges commerciales, Y = production, A = agriculture, IAA = industries agro-alimentaires, FBCF = formation brute de capital fixe.

**Source des données chiffrées :** INSEE, Rapports pour les Comptes de la Nation, Série C, Paris (1975).

Deux tendances marquent la consommation alimentaire : développement de la consommation « collective » et prépondérance des produits agro-industriels dans les approvisionnements des ménages.

Selon nos estimations, la restauration collective (cantines et restaurants d'administration, d'entreprises, d'établissements scolaires, etc. et restaurants privés) représentait en 1974 une dépense d'environ 25 milliards de F, soit plus de 10 % de la consommation alimentaire totale. Au niveau de la distribution, l'essor rapide des « cafétérias » de grandes surfaces, dont le nombre dépasse aujourd'hui 500, en témoigne. Par ailleurs, on assiste à la création et au développement d'entreprises spécialisées dans la fabrication, la distribution de repas pour cantines ou la gestion de telles unités (1).

Si l'on considère à présent la structure de la consommation alimentaire, non plus sous l'angle du lieu de consommation mais sous celui de la source d'approvisionnement (agricole ou industriel), les produits alimentaires ayant subi une transformation industrielle y sont de plus en plus nombreux. En 1974, ils représentaient près de 75 % de la consommation alimentaire totale, contre moins de 70 % en 1959 (tableau 1).

En France, le poste relativement le plus important est constitué par les produits animaux « frais », près de 80 milliards de F au total, dont 31 milliards pour la viande, 18 milliards pour la charcuterie et 28 milliards pour les produits laitiers.

Signalons pour terminer ce rapide aperçu, l'exceptionnelle « percée » réalisée sur le marché par des produits tels que les yaourts pratiquement absents en 1950 et qui représentent aujourd'hui plus de 3 milliards de F de chiffre d'affaires ou les plats cuisinés et les surgelés (1 milliard de F).

Tableau 1 : LE MARCHÉ FRANÇAIS DES PRODUITS ALIMENTAIRES EN 1974

Produits	Dépenses commercialisées des ménages	
	en millions F	en %
Produits agro-industriels à longue conservation (dérivés des céréales, huiles, conserves) .....	34 925	19,1
Produits agro-industriels « frais » (boulangerie, pâtisserie, lait et dérivés, charcuterie, boucherie) .....	95 053	52,0
Boissons .....	26 696	14,6
Produits agricoles non transformés (fruits, légumes, poisson) .....	26 177	14,3
Total .....	182 851	100,0

Source : d'après données SGCC (Coop), Paris (1976).

## 2. LES CHANGEMENTS STRUCTURELS DANS L'APPAREIL DE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE :

en 12 ans, près de 60 000 commerces de détail ont disparu

L'appareil de distribution alimentaire se modifie, en suivant les changements dans la consommation, induits par l'évolution des modes de vie (industrialisation, urbanisation, travail féminin). Concentration et expansion le caractérisent. La concentration tient évidemment à la réduction du nombre de commerces : le solde net des mouvements de l'appareil commercial (créations — cessations d'activité) est de — 58 000 entre 1962 et 1974. Cette variation est essentiellement imputable à la disparition de petits commerces d'alimentation générale, particulièrement les « cafés-épiceries ». Les secteurs spécialisés (produits laitiers, viandes, boulangerie-pâtisserie) enregistrent également des diminutions non négligeables.

En même temps que disparaissaient 20 % des commerces alimentaires de détail entre 1962 et

Tableau 2 : REPARTITION DES VENTES DE PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES SELON LES FORMES DE COMMERCE, EN 1972

Produits	Commerce intégré	Commerce associé	Commerce indépendant	Ensemble en millions de F.
Epicerie .....	58,3 %	23,0 %	18,7 %	25 611
Boissons .....	50,4 %	16,0 %	33,6 %	19 069
Fruits et légumes	27,9 %	5,4 %	66,7 %	15 085
Crèmerie - surgelés .....	32,1 %	6,3 %	61,6 %	24 301
Viande .....	20,0 %	3,6 %	76,4 %	41 158
Pain .....	5,7 %	1,2 %	93,1 %	12 863
Poisson .....	12,4 %	1,3 %	86,3 %	4 902
Total .....	32,3 %	9,08 %	58,7 %	142 989

Source : QUIN, op. cit., d'après SGCC.

(1) Ainsi la Générale de Restauration, filiale de J. BOREL, numéro un du secteur dont le chiffre d'affaires dépassait 300 millions de F. en 1974, avec plus de 42 millions de repas servis.

1974, une proportion équivalente était créée dans le secteur non alimentaire. Il ne s'agit donc pas seulement d'une crise de forme d'organisation (familiale et artisanale) mais aussi d'une crise sectorielle. Le corollaire de cette évolution dans le secteur alimentaire est l'accroissement des surfaces unitaires de vente (il y a actuellement plus de 3 000 super et hypermarchés en France), la large diffusion du libre service, la modernisation de la gestion, la constitution de groupes, chaînes ou ensembles contractuels, de plus en plus puissants. L'évolution est différente selon les produits considérés (tableau 2).

Globalement, en 1975, le commerce intégré et associé représentait environ 50 % des ventes de produits alimentaires en France, contre 20 % seulement en 1960.

Une certaine forme de distribution s'étend et la distribution alimentaire connaît ainsi une croissance en dépit des disparitions d'activités familiales: le salariat se développe (plus de 700 000 personnes en 1974), avec une progression de 10 % entre 1970 et 1974. Ce mouvement est contraire à celui que l'on observe dans les autres secteurs, particulièrement en agriculture et dans les indus-

tries agro-alimentaires. 40 % des personnes actives, qui concourent à l'alimentation des Français au sein du système alimentaire, se trouvent aujourd'hui en dehors de l'agriculture.

Tableau 3 : REPARTITION DE LA POPULATION ACTIVE DANS LE SYSTEME ALIMENTAIRE EN FRANCE (1975)

Sous-Secteurs	Population active	en %
<i>Amont :</i>		
Bâtiments et T.P.	50 000	
Matériel agricole ..	50 000	170 000
Agro-Chimie .....	70 000	4
Agriculture .....		2 300 000
Industrie agricole et alimentaire ....		640 000
Distribution .....		800 000
TOTAL (Système alimentaire) ..	3 910 000	100

Source : d'après APCA, revue « Chambres d'Agriculture » (1976) et nos estimations.

### 3. LA CONCENTRATION DANS LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE :

**les 36 premières entreprises représentent 30 % du chiffre d'affaires global du secteur**

Le degré de concentration paraît moins important que dans les IAA où les 30 premières entreprises réalisent environ 40 % du chiffre d'affaires du secteur. Une accélération de la concentration dans la distribution se manifeste depuis 1970 : la part des 36 premières entreprises ne s'élève alors qu'à 20 %.

Le mouvement est analogue en ce qui concerne les effectifs salariés (36 % du total du secteur pour les 36 premières entreprises en 1974). La progression de la valeur ajoutée est rapide, et indique une amélioration de la productivité du travail. Cette analyse économétrique est cependant biaisée par la petite taille de l'échantillon des firmes de tête, comparativement à l'ensemble du secteur qui comporte près de 124 000 entreprises en 1974. Une tendance oligopolistique se manifeste, avec une cinquantaine voire une centaine de firmes et une tendance à la domination des 3 ou 4 premières entreprises (CARREFOUR, CASINO, CODEC-UNA, RADAR) (2).

Ces groupes géants sont formés de plusieurs dizaines d'entreprises et possèdent plusieurs centaines de magasins, des services communs d'approvisionnement (centrale d'achats) et de gestion (comptabilité, marketing, etc...). Ils ont une forme

intégrée, ou une forme fédérative ou associée. En première position figure PARIDOC avec plus de 15 milliards de F de chiffre d'affaires et en seconde position le groupe « COOP » avec 10 milliards de F.

Les stratégies de croissance des groupes commerciaux font appel surtout aux opérations financières (plus de 100 rachats, fusions-participations entre 1972 et 1975) qui se sont accélérées avec la promulgation de la Loi Royer qui tendait à freiner les créations de nouvelles grandes surfaces. A l'étranger, les leaders CARREFOUR, PROMODES se montrent actifs, particulièrement dans les pays européens (on relève 29 opérations de firmes françaises à l'étranger, essentiellement en Europe, entre 1971 et 1975). Par contre, les investissements étrangers en France demeurent limités par suite de la complexité du secteur de la distribution et de la réglementation (sur 161 projets d'investissements dans le complexe agro-alimentaire en France entre 1971 et 1975, 10 seulement ont concerné la distribution).

(2) Pour une présentation de la méthode quantitative utilisée dans l'étude de la concentration, on se reportera à : LINDA (R.), Op. cit.

**Tableau 4 : LES 10 PREMIERES CENTRALES  
DE DISTRIBUTION AGRO-ALIMENTAIRE FRANÇAISES EN 1974**

Nom du groupe (centrale d'achat)	Chiffre d'affaires des adhérents (Millions de F.)	Nombre de magasins			Enseignes
		Total	Hyper	Super	
1. PARIDOC ..... (magasins à succursales)	15 304	7 284	63	355	Mammoth, Record, Suma, Bagg
2. SGCC-COOP ..... (coop. cons.)	10 030	7 104	23	255	Coop., Rond-Point
3. SAMOD-CARREFOUR ..... (grandes surfaces)	7 300	36	33	3	Carrefour
4. SOCADIP-EUROMARCHE ..... (magasins à succursales) (grandes surfaces)	7 000		28	115	Euromarché
5. CASINO ..... (magasins à succursales)	4 967		8	55	Casino, Géant-Casino, Géant-Epargne
6. PROMODES ..... (coop. détaillants)	4 711	583	12	73	Continent, Champion, Ege
7. CODEC-UNA ..... (coop. détaillants)	4 250		4	163	Codec, Una
8. SOPEGROS ..... (chaîne grossistes)	3 900		4	119	
9. CAMAS-RADAR ..... (m.a.s.)	3 700		14	94	Radar-Géant, Radar-Super, Radar-Junior
10. GALEC-LECLERC ..... (indépendant)	3 500		15	195	Leclerc

Source : RIGOUREAU, SGCC, op. cit.

L'évolution future des structures de la distribution agro-alimentaire en France pourrait se faire selon le schéma observé dans les pays très industrialisés : développement des très grandes surfaces de périphérie, essentiellement dans les villes de moyenne importance et les nouvelles banlieues des grosses métropoles urbaines. En effet, ce sont des zones où existe un potentiel d'achat attiré par une politique de bas prix. A l'inverse les grandes villes voient une certaine saturation en hypermarchés se manifester, elle s'accompagne de l'implantation de commerces « de proximité », de petite surface, polyvalents en libre service ou spécialisés dans des denrées de haute qualité. Les prix y sont sensiblement plus élevés que dans les centres commerciaux de périphérie.

Par ailleurs, cette seconde orientation offre des solutions aux problèmes posés par l'existence d'un important sous-secteur artisanal et familial dans la distribution alimentaire. Il a en effet généralement subi de façon défavorable la croissance globale du secteur. Par des regroupements et des réorientations, il peut constituer des entreprises commerciales capables d'assurer des revenus « paritaires » à leurs travailleurs familiaux et salariés. Ces entreprises devront le plus souvent établir des liens avec (ou créer) des organisations capables d'améliorer leur gestion et leur approvisionnement. Enfin, des mesures sociales adéquates devraient contribuer à l'amélioration de la situation des commerçants âgés et au rajeunissement du secteur.

## CONCLUSION

D'une façon globale, l'évolution du système alimentaire serait de plus en plus conditionnée par les rapports entre l'industrie agro-alimentaire — devant laquelle l'agriculture est placée en position de fournisseur de matières premières — et la distribution. Or, le mouvement de concentration s'accélère dans ces deux sous-systèmes. Par ailleurs, l'évolution du mode de vie et l'organisation des consommateurs modifie les caractéristiques mêmes de la consommation.

Le système alimentaire subit ainsi un change-

ment très important, lié à la croissance économique. Dans cette perspective, les politiques alimentaires nationales et internationales, encore dominées aujourd'hui dans la plupart des pays du monde par les aspects agricoles, seront appelées à être redéfinies ou complétées en vue de considérer la totalité du problème alimentaire. Il s'agit autant d'un problème psychologique et médical de nutrition que d'un problème socio-économique d'organisation et de régulation des structures industrielles et commerciales.

## BIBLIOGRAPHIE

AFRESCO : « Les achats du commerce aux industries de l'alimentation », N° 226, Paris (1975).

Agra-Alimentation : « Les accords inter-entreprises de la distribution française », Paris (1975).

ALLAINE (J.), THERIEZ (Ch.), STEHLE (G.) : « Circuits de distribution et marges commerciales, produits agricoles et alimentaires, base 1971 de la C.N. » Doc. ronéo, INSEE Département Entreprises, Paris (1975).

CARTELL (J.) : « Le commerce est-il facteur d'inflation », in revue Coopération-Distribution, N° 6, Paris (1975).

CFCE - AGREX : « Le commerce extérieur français des produits agricoles et alimentaires en 1973 », Paris (1974).

Banque de France, Direction Générale des Etudes, Centrale des Bilans, Fascicule détaillé 74 « Commerces alimentaires de détail », Paris (1975).

HAUW (J.) : « La distribution », Istra, Paris (1971).

Bulletin Mensuel de Statistiques, N° 6, INSEE, Paris (1976).

INSEE, Collections, Série E, « Fresque historique du système productif français », Paris (1975).

INSEE : « Rapport sur les concepts de la nation », Paris (1975).

QUIN (Cl.), DAVID (M.) : « Tableau de Bord de la distribution française », 3<sup>e</sup> Edition, SOTABOR, Paris (1974).

LINDA (R.) : « Méthodologie de l'analyse de la concentration appliquée à l'étude des secteurs et des marchés », Commission des Communautés Européennes, OPOCE, N° 8756, Luxembourg (1976).

LE BREUS (A.) : « Les investissements étrangers dans le secteur agro-alimentaire français », Agra-Alimentation, Euro-Food, Paris (1976).

MASSON (Ph.) : « Les marges de distribution sur les produits alimentaires », INPT, ENSAT — Laboratoire d'Economie, Toulouse (1975).

Ministère du Commerce et de l'Artisanat : « Le commerce indépendant organisé », CECOD — Imprimerie Nationale,