



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

LES
ÉTUDES



Incidences économiques
du développement de
la vente en vrac assistée
de l'huile d'olive au
consommateur final

Synthèse



INCIDENCES ÉCONOMIQUES DU DÉVELOPPEMENT DE LA VENTE EN VRAC ASSISTÉE DE L'HUILE D'OLIVE AU CONSOmmATEUR FINAL

Synthèse



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Auteurs

Etude réalisée par Marine Gratecap, Aude Rélot et Bertrand Oudin (Ceresco), accompagnés par Frédéric Chatagnon (SEVE Conseil).

Comment citer cette synthèse

Ceresco, Seve, 2023. Incidences économiques du développement de la vente en vrac assistée de l'huile d'olive au consommateur final. Synthèse. Etude financée par FranceAgriMer.

Compte tenu de la tendance à la hausse des ventes en vrac, des aspirations croissantes des Français pour une consommation plus respectueuse de l'environnement, mais également des obligations de la loi Climat Résilience publiée en aout au journal officiel, le **vrac devrait continuer à se développer dans les années futures**.

L'huile d'olive est un **produit alimentaire liquide de qualité** accédant à des prix élevés par rapport à la plupart des autres huiles. Sa commercialisation est particulièrement réglementée¹ permettant de tracer le produit et de lutter contre les fraudes. Sa **vente en vrac est interdite en Europe**. Sous l'impulsion des opérateurs français qui souhaitent pouvoir **poursuivre la vente directe au moulin en vrac** (« à la tireuse »), la DGCCRF a admis que l'opération de préemballage avant la vente, exigée par la réglementation de l'Union européenne (article 4 du R (UE) 2022/2104), soit réalisée en magasin, dans le respect des conditions suivantes :

- L'opérateur doit se déclarer auprès de FranceAgriMer (demande d'agrément) pour obtenir un numéro de conditionneur final,
- L'opération de remplissage doit être effectuée par un opérateur en présence du consommateur (vente assistée),
- Le contenant doit être d'une capacité maximale de 5 litres et être muni d'un système de fermeture inviolable,
- L'étiquetage doit comprendre le numéro d'agrément conditionneur ainsi que toutes les informations légales prévues par le règlement (CE) 2022/2104.

De par ce statut particulier, le marché français de l'huile d'olive est intéressant à analyser au regard des enjeux de la commercialisation en vrac.

L'étude a pour objectif d'analyser les incidences économiques de la vente en vrac assistée de l'huile d'olive au consommateur final et de formuler des recommandations pour la filière.

La consultation d'un panel d'acteurs de la filière huile d'olive et du réseau vrac, mais également des consommateurs par le biais de deux *focus groups* ont permis de nourrir les données bibliographiques pour aboutir à une analyse comparative environnementale et économique du vrac assisté avec la

¹ **RÈGLEMENT DÉLÉGUÉ (UE) 2022/2104 DE LA COMMISSION** du 29 juillet 2022 complétant le règlement (UE) no 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les normes de commercialisation de l'huile d'olive et abrogeant le règlement (CEE) no 2568/91 de la Commission et le règlement d'exécution (UE) no 29/2012 de la Commission

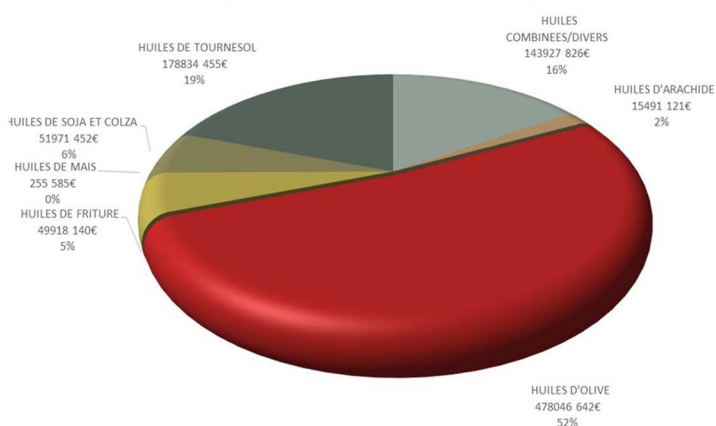
bouteille en verre. Ce document présente également des recommandations destinées à l'ensemble des acteurs de la filière huile d'olive française et les acteurs du vrac.

1. LA PRODUCTION FRANÇAISE D'HUILE D'OLIVE CORRESPOND À 4% DE LA CONSOMMATION FRANÇAISE

L'huile d'olive consommée en France est :

- Importée à 96%
- Vierge Extra à 80%
- Bio à 20% (en GMS)
- 80% des volumes vendus via le retail
- 4% vendus en direct

Répartition des ventes d'huiles alimentaires en grande distribution (en €, 2018, données IRI, graph. A.Paris/Afidol)



L'huile d'olive représente 50% de la valeur des huiles vendues en grande distribution.

Le prix de l'huile d'olive française est 3 à 3,5 fois plus élevé que celui des huiles d'olive importées.

L'huile d'olive française se positionne comme une niche à très haute valeur ajoutée.

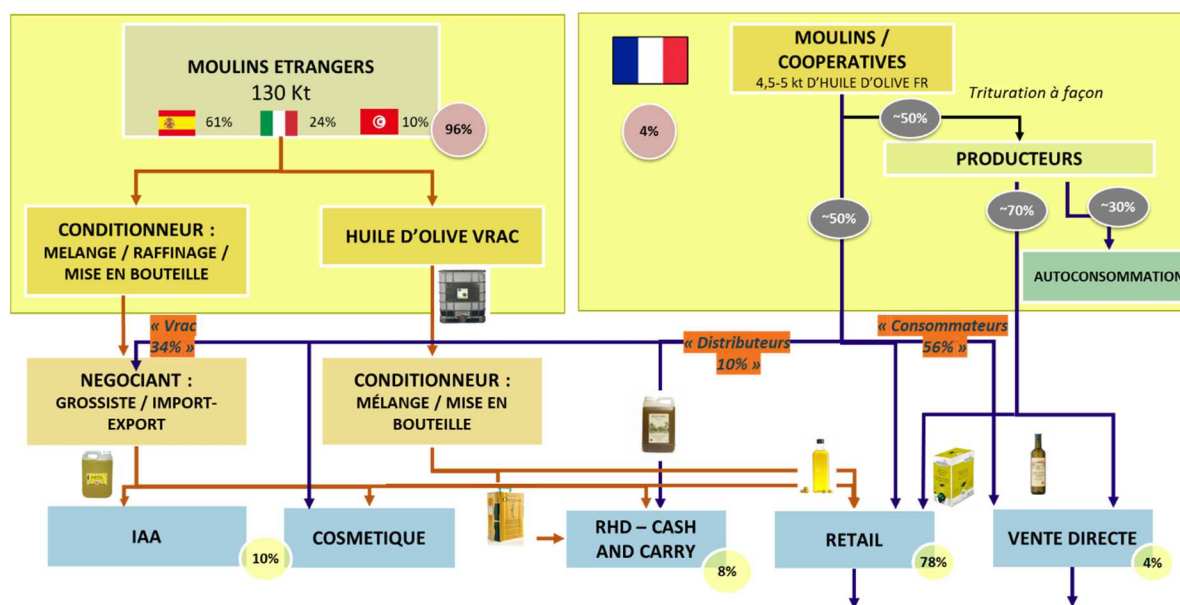




Figure 11. Schéma de la filière huile d'olive en France, en volumes moyens, en tenant compte des volumes d'huile d'olive française et importées. Source : Moyennes FranceAgriMer ; Etude AFIDOL 2022 Part des circuits de distribution

Le marché français actuel de l'huile d'olive est caractérisé par une segmentation forte entre 2 types de produits :

Segmentation	Huile française 	Huile importée 
Prix	+++	+
Volumes	+	+++
Circuit de distribution :		
• Vente directe	+++	-
• Epicerie fine/Magasin spécialisé	+++	+
• GMS	+	+++
• Magasin Bio	-	++
Types de vente :		
• Vente conditionnée	+++	+++
• Vente vrac assistée	+	+

2. LE POID DU VRAC ASSISTÉ VENDU PAR LES DISTRIBUTEURS EST MARGINAL

A ce jour, le poids du vrac assisté vendu via les distributeurs est marginal. La majorité des volumes vendus viennent des magasins spécialisés (vrac et/ou bio). 56% de l'huile vendue est de l'huile labellisée AB importée. Une vente en vrac assistée historique est également pratiquée dans certains moulins, non quantifiée.



Figure 2. Dimensionnement des volumes vendus en vrac assisté via les magasins spécialisés et la GMS (Traitement des données issues des entretiens - CERESCO&SEVE)

3. LE VRAC EST SIGNIFICATIVEMENT MOINS IMPACTANT SUR L'ENVIRONNEMENT QUE LE CONDITIONNÉ BOUTEILLE

L'étude ADEME – Analyse du cycle de vie des dispositifs vrac (hors notion d'assisté) en comparaison à des dispositifs non vrac – publiée en octobre 2021 modélise deux scénarios (scénario 6 et 7) particulièrement intéressants pour comparer l'impact environnemental du vrac par rapport au conditionné bouteille, sous l'angle de 5 indicateurs dont le changement climatique (Kg CO2 eq).

Les enseignements sont les suivants :

- Le bidon en PET de 7L a un impact environnemental plus faible que le BIB de 10L du fait de sa réutilisation et de l'absence d'emballage carton,
- Dans l'étude, le préemballé bouteille aura toujours un impact significativement plus important que le vrac, même si l'achat consommateur final se fait avec une bouteille à usage unique, du fait du poids de l'emballage sur la distribution amont.

4. DES FREINS A LA VENTE EN VRAC ASSISTEE D'HUILE POUR LES CONSOMMATEURS ET LES DISTRIBUTEURS, AUGMENTÉS POUR L'HUILE D'OLIVE

Malgré l'intérêt environnemental de la vente en vrac, les entretiens réalisés et les focus groups ont permis de pointer des freins importants pour les consommateurs et les distributeurs.

- Des **consommateurs qui pointent des limites importantes**, combinant les limites liées au produit (fragile et corps gras) et les freins génériques du vrac (risque hygiène, traçabilité des produits, interrogations sur la conservation, manipulation peu pratique),
- Des **distributeurs qui sont freinés par la complexité de gestion du rayon et sa mauvaise rentabilité économique** (rotation insuffisante du produit, manipulation complexe et marges moins bonnes).

Les modalités de la vente en vrac assistée concernant l'huile d'olive apportent des **contraintes supplémentaires fortes** pour les consommateurs et les distributeurs.

Ainsi, cette **vente apparaît plus adaptée pour la vente directe ou en point de vente tenu par des spécialistes indépendants (type épicerie fine)**, où une partie des freins consommateurs sont levés (caution du point de vente qui se substitue à la caution packaging) et les couts maîtrisés.

5. LA MISE EN ŒUVRE DE LA VENTE EN VRAC ASSISTÉE IMPACTE FORTEMENT LES MARGES POUR LES DISTRIBUTEURS

Trois scénarios contrastés, sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de la production à l'achat consommateur ont été étudiés grâce aux données des acteurs et de la bibliographie :

- Huile d'olive extra vierge française issue de la trituration par un artisan moulinier, conditionnée sur des lignes semi-automatisées et commercialisée en partie via une centrale d'achat ou un grossiste ;
- Huile d'olive extra vierge française triturée par un grand moulin, conditionnée sur des lignes entièrement automatisées et commercialisée via une centrale d'achat ou un grossiste ;
- Huile d'olive extra vierge importée, conditionnée par un industriel français sur des lignes entièrement automatisées et commercialisée via une centrale d'achat ou un grossiste.

L'analyse comparative des coûts sur l'ensemble de la chaîne de valeur, en circuit long, entre le vrac assisté et le conditionné bouteille indique des marges supérieures pour les conditionneurs, notamment avec des lignes de conditionnement automatisées, et des marges très faibles, voire négatives pour le distributeur, particulièrement pour la vente d'une huile importée.

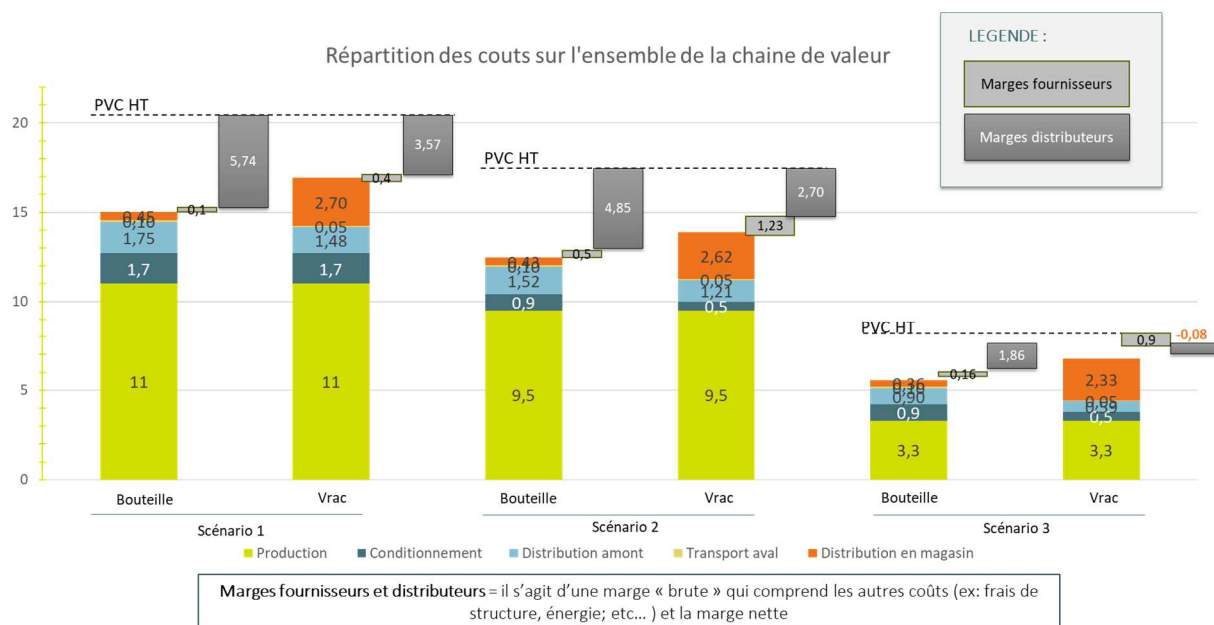


Figure 3. Résultats de l'analyse économique comparative (les PVC sont présentés en HT sur le graphique)

6. CONCLUSION

Pour les consommateurs, l'attractivité de l'huile d'olive en vrac assisté semble à ce jour faible, du fait des nombreux freins relevés, à fortiori pour des huiles premium.

L'équation économique semble, pour le moment, **complexe** pour développer l'huile d'olive en vrac **du fait notamment de l'obligation de vente assistée** qui génère des surcoûts pour les distributeurs, et participe ainsi aux faibles volumes vendus à ce jour.

Seules des niches semblent exploitables aujourd'hui : vente directe ou points de vente spécialisés, où se conjuguent une forte dimension de service au point de vente ou une cible de consommateurs « convaincus du vrac ».

La **vente en vrac assisté** pourrait cependant s'imposer comme une **solution présentant un équilibre économique et environnemental pertinent** en cas de changement systémique du contexte (accroissement des coûts logistiques liés au poids, taxation liée aux GES, prise en compte des externalités négatives, etc...), ce qui aboutirait à pénaliser le modèle économique de la bouteille à usage unique.

Le « réemploi » par le professionnel (soit la mise à disposition sur le lieu de vente d'un produit emballé dans un emballage réemployable) semble également un axe de travail intéressant pour répondre aux nouvelles attentes sociétales, avec un modèle économique à étudier et à consolider avec les professionnels du secteur.



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER



ceresco.

Alimentation, filières & territoires

LES ÉTUDES

Incidences économiques du développement de la vente en vrac assistée de
l'huile d'olive au consommateur final - Synthèse
édition septembre 2023

Directrice de la publication : Christine Avelin
Rédaction : Ceresco pour la direction Marchés, études et prospective
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial


FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 @FranceAgriMerFR
 FranceAgriMer FR