

Paris, le 24 juillet 2026

GRANDE DISTRIBUTION :

Il est temps de remettre le consommateur au cœur de la politique alimentaire

Alors que **le pouvoir d'achat demeure une préoccupation majeure des familles françaises**, Familles de France s'interroge sur la pertinence du modèle actuel de la grande distribution et appelle les pouvoirs publics à engager **une réflexion ambitieuse sur l'organisation de notre système alimentaire**.

Une concentration du marché qui interroge

Les chiffres récents soulèvent de nombreuses questions. En 2023, **les prix pratiqués dans la grande distribution ont progressé de 18 % pour les consommateurs**, tandis que **les tarifs des fournisseurs n'augmentaient que de 7 %**. Dans ce contexte, **l'écart entre les hausses subies par les ménages et celles supportées par les distributeurs** interroge sur la réalité du partage de la valeur au sein de la chaîne alimentaire.

Cette situation s'inscrit dans **un marché fortement concentré**. Selon un récent rapport du Sénat, **87 % du marché de la distribution alimentaire est contrôlé par trois grands groupements**. Cette concentration confère à ces acteurs **un pouvoir de négociation considérable** face aux producteurs, malgré les dispositifs législatifs successifs destinés à rééquilibrer les relations commerciales.

Si Familles de France n'a pas vocation à défendre les intérêts des producteurs, **leur fragilisation constitue néanmoins un sujet de préoccupation pour les consommateurs**. Une agriculture et une industrie agroalimentaire solides sont indispensables pour garantir **la qualité, la diversité et la sécurité de l'alimentation des familles françaises**. Or, en 2024, **près d'un tiers des producteurs se trouvaient en situation déficitaire**.

Un coût pour les consommateurs qui dépasse le prix en rayon

Par ailleurs, **le coût réel de l'alimentation ne se limite pas au prix affiché en rayon**. Le développement des hypermarchés s'est souvent accompagné de **la disparition progressive des commerces de proximité**, obligeant de nombreux consommateurs à multiplier les déplacements en véhicule pour effectuer leurs achats. Ces contraintes génèrent **des dépenses supplémentaires en carburant, en temps et en impact environnemental**.

Familles de France s'inquiète également de **la multiplication des intermédiaires et des structures de grossistes**, parfois intégrés aux grands groupes de distribution, **dont les coûts se répercutent in fine sur les prix payés par les consommateurs**.

Les propositions de Familles de France

Face à ces constats, Familles de France demande aux pouvoirs publics de :

- **lutter plus fermement** contre les situations de concentration excessive et les mécanismes de contrôle vertical susceptibles de fausser la concurrence ;
- **renforcer les contrôles et les sanctions** en cas de pratiques commerciales déséquilibrées ;
- **soutenir prioritairement les circuits courts et les commerces de proximité** afin de rapprocher producteurs et consommateurs ;
- **favoriser un modèle alimentaire plus transparent, plus équitable et plus durable.**

Enfin, à l'heure où **les plateformes numériques fragilisent davantage le commerce local**, Familles de France rappelle **l'importance des commerces de proximité**, qui participent non seulement à la vitalité économique des territoires, mais aussi **au maintien du lien social**, enjeu majeur dans une société confrontée à **une progression préoccupante de l'isolement**.

Pour Familles de France, une politique alimentaire efficace doit avant tout servir les intérêts des consommateurs, garantir une juste rémunération des producteurs et préserver la vie locale de nos territoires.

Contact presse :

Chantal THOMAS - presidence@familles-de-france.org | 06 09 57 32 28