
**Proposé pour le Public Eye Award 2007, catégorie « prix positif »
par Bioterra - organisation « bio » pour l'horticulture, la consommation et l'agriculture en
Suisse**

Coop

Siège principal:	Bâle, Suisse
Branche:	Commerce de détail
Chiffre d'affaires / bénéfice:	CHF 14 milliards/ CHF 385 millions (2005)
CEO:	Hansueli Loosli (président de la direction générale)
Propriété de:	Société coopérative composée de 2,3 millions de ménages membres
Collaborateurs:	45'000 (2005)

En bref

Coop a été proposée pour le Public Eye Positive Award en raison de son rôle pionnier en faveur de l'agriculture biologique. Depuis 1993, le nombre de fermes Bio est passé, en Suisse, de 1000 à plus de 6000. L'agriculture biologique représente aujourd'hui 11% des terres arables. L'impulsion fut donnée par la réforme écologique de l'agriculture. Les exploitations Bio ne se seraient toutefois pas autant développées si Coop ne s'était pas lancée dans la commercialisation des produits Bio. C'était la première fois, sur le plan mondial, qu'un leader national de la branche s'engageait si fermement dans la promotion de produits biologiques. L'augmentation des exploitations Bio renforça les effets positifs de l'agriculture biologique, qui n'utilise pas d'engrais, ni de pesticides et d'herbicides synthétiques. Les sols et les cours d'eau reçoivent ainsi moins de produits nocifs, ce qui contribue à la préservation des milieux naturels et de la biodiversité en Suisse.

Comportement responsable

Pour les produits biologiques, Coop a pu compter, dès le départ, sur la collaboration de Bio Suisse, l'organisation faîtière des agriculteurs biologiques en Suisse, et s'est engagée en faveur de l'un des labels le plus rigoureux au monde, le bourgeon. Bio Suisse garantit des standards uniformes de haut niveau qui assurent qu'un produit ne peut être estampillé du bourgeon que si la culture ainsi que l'ensemble des étapes de production sont conformes aux lignes directrices. En tant que premier grand distributeur de Suisse, Coop n'offre dans ses magasins que des produits Bio estampillés du bourgeon. Les produits Bio importés sont soumis aux mêmes exigences que les produits suisses. La conformité aux lignes directrices du bourgeon est régulièrement vérifiée par une entreprise de contrôle indépendante.

En 1993, alors que Coop lançait la marque Naturaplan, la demande de produits Bio était bien plus forte que l'offre. C'est pourquoi Coop commença en 1995 à encourager les paysans à se convertir à l'agriculture biologique. Cette campagne fût largement couronnée de succès, puisque l'offre en produits biologiques s'étoffa continuellement jusqu'à atteindre 1400 produits.

Succès

Par son engagement en faveur des produits biologiques, Coop a apporté une contribution essentielle pour rendre plus écologique l'agriculture suisse. Près de 11% des surfaces agricoles sont aujourd'hui exploitées selon ces critères. La Suisse arrive ainsi au deuxième rang européen, après l'Autriche, en terme de quote-part du Bio dans l'agriculture, alors que la moyenne n'est que de 3,2%. La commercialisation offensive des produits biologiques par Coop a amené les autres grossistes du pays à se lancer également sur ce marché.

L'agriculture biologique contribue fortement à la protection de l'environnement. Des études scientifiques montrent que dans les exploitations Bio, il y a nettement plus d'oiseaux, d'insectes et de vers de terre que dans les exploitations traditionnelles. La création et la préservation de milieux naturels sont très importantes, surtout pour les espèces menacées. L'interdiction de pesticides et d'engrais synthétiques permet non seulement d'économiser de l'argent et de l'énergie, mais préserve surtout les produits eux-mêmes, ainsi que les sols et les cours d'eau environnants. Les eaux souterraines présentent moins d'azote, reçoivent moins de produits phytosanitaires et les légumes, comme les sols, contiennent jusqu'à 40% de nitrates en moins.

Coop commercialise, également, des produits issus de variétés de plantes ou de races d'animaux rares, de même qu'un jus de pomme pourvu du label « Hautes-Tiges Suisse ». L'entreprise contribue ainsi à préserver la diversité des espèces animales et végétales.

Potentiel d'optimisation

Coop Naturaplan comprend aujourd'hui deux lignes, d'une part une grande palette de denrées issues de l'agriculture biologique et, d'autre part, de la viande et des oeufs issus d'un élevage respectueux des animaux. Bien que leurs emballages soient de couleur différente, la coexistence de ces deux lignes provoque des confusions inutiles chez les consommateurs. C'est pourquoi Coop a annoncé plus de transparence dès le printemps 2007. Le label Naturaplan correspondra à des produits certifiés par le bourgeon. Le nouveau label Naturafarm prévu pour la viande et les oeufs se caractérisera, quant à lui et comme Coop l'écrit elle-même, par « les meilleures conditions d'élevage possibles dans le cadre de *la production à grande échelle*. »

Seul le label Naturaplan respecte les lignes directrices de l'agriculture biologique. Pour Bioterra, il doit donc être favorisé par rapport au label Naturafarm. Par conséquent, Bioterra souhaite qu'une large palette de produits Naturaplan soit disponible dans toutes les filiales de Coop. Il ne faudrait pas que les produits Naturafarm concurrencent les produits réellement Bio. Même si leurs noms sont proches, leurs contenus sont différents. Bioterra encourage Coop à assumer pleinement sa responsabilité de leader sur le marché des produits biologiques, à rester ferme sur le principe Bio, depuis les matières premières jusqu'au produit fini, et à contribuer à la transparence des prix. Les produits biologiques devraient continuer à constituer une plus-value pour l'homme et l'environnement, également en tenant compte du transport. Selon Bioterra, la promotion des produits locaux et le principe « pas d'aliments transportés par avion » devraient être des critères indispensables pour les produits écologiques.

Informations supplémentaires:

- www.bioterra.ch
- www.biosuisse.ch/fr/index.php
- www.fibl.org/francais/index.php
- www.coop.ch/naturaplan/default-fr.htm