

**Le Public Eye Positive Award 2007 pour une initiative modèle d'une entreprise va à**

## **Coop Suisse**

**Discours de Johannes Pfenninger, président du comité directeur de Bioterra, Zurich, 24 janvier 2007 à Davos.**

Bioterra est engagée depuis 60 ans exactement dans l'encouragement de l'agriculture et de l'horticulture biologiques. Elle est d'ailleurs une organisation pionnière en ce domaine. Durant toutes ces années, Bioterra a pris une part active au développement du mouvement bio. L'évolution de Bioterra a également suivi celle de la société et de l'économie, et sa croissance a été forte. D'organisation pionnière qu'elle était au début, elle est devenue la plus grande organisation bio de Suisse, avec un accent marqué sur le jardinage et la consommation biologiques. En 1981, Bioterra (qui s'appelait encore à l'époque «Société suisse pour l'agriculture biologique») a fait beaucoup pour que l'Association suisse des organisations d'agriculture biologique (BioSuisse) puisse voir le jour et, par là même, pour que les producteurs bio de Suisse bénéficient d'un seul et même label, le Bourgeon, et d'une procédure de contrôle uniformisée. Bioterra ne représente explicitement ni les producteurs et productrices, ni les consommatrices et consommateurs, ni la politique agricole; elle est une organisation à but idéal. En raison de son indépendance et de sa longue histoire, Bioterra était prédestinée pour nommer Coop au *Public Eye Positive Award*. Nous sommes d'autant plus ravis que le choix du jury se soit finalement porté sur Coop, qui le mérite amplement.

### **Boom du bio grâce à Coop**

En comparaison internationale, on a donc pu introduire très tôt en Suisse (1981) un label bio uniforme assorti de directives et de contrôles sévères. De plus, le bio a très vite joui d'un fort courant de sympathie auprès d'une grande partie de la population helvétique. Pourtant, pendant longtemps, le bio n'est pas parvenu à gagner des parts de marché en dehors d'un cercle relativement restreint de consommatrices et consommateurs, et n'a donc pas pu élargir en conséquence sa production. C'est Coop, dès 1993, qui a montré la voie en prenant fait et cause pour l'agriculture biologique et en donnant des impulsions essentielles à une évolution globalement très positive du marché bio. Si Coop n'avait pas pris cette initiative, le secteur bio n'aurait indéniablement pas gagné l'importance qu'il a aujourd'hui. Car la commercialisation offensive de produits bio par Coop a eu pour effet multiplicateur d'amener tous les autres grands distributeurs à se lancer à leur tour sur ce marché, ce qui a déclenché un véritable boom du bio en Suisse.

### **Un strict respect de la nature grâce au «Bourgeon Bio»**

L'entrée concrète de Coop sur le marché bio en 1993 a donc marqué un tournant dans le développement de ce marché. Depuis, le nombre d'exploitations agricoles bio en Suisse n'a cessé d'augmenter pour s'élever aujourd'hui à plus de 6000. Les réformes de la politique agricole obtenues de haute lutte au début des années 1990, avec l'introduction des paiements directs et la prise en compte des prestations écologiques, ont offert un cadre politique favorable à cette évolution. On peut considérer que l'entrée de Coop sur le marché des

produits bio en 1993 – une entrée qui, rétrospectivement, doit être qualifiée de sincère et sans compromis – a représenté un acte pionnier au même titre que la création de Bioterra en 1947, et un fait unique au monde. La profession de foi de Coop en faveur du Bourgeon et, par conséquent, d'une agriculture adhérant totalement à la conception bio et recherchant le succès dans la production comme dans la commercialisation à travers des directives et des contrôles sévères, était quelque chose de remarquable et a été primordial pour le développement du mouvement bio en Suisse.

De par son engagement en faveur des produits biologiques, Coop a également donné une forte impulsion pour rendre plus écologique l'agriculture suisse et, par la même, elle a contribué de façon importante et concrète à la protection de l'environnement.

### **Optimisations nécessaires**

Coop Naturaplan comporte actuellement deux gammes de produits: d'une part, un large éventail de produits alimentaires issus de l'agriculture biologique; d'autre part, de la viande et des œufs issus d'élevages respectueux des animaux. Bien que chacune porte des emballages différents et reconnaissables, la coexistence de ces deux gammes de produits crée une certaine confusion chez les consommatrices et consommateurs. De plus, elle ne les aide pas à s'y retrouver parmi la profusion de labels qui existent en Suisse. Les choses vont quelque peu changer à partir du printemps 2007: Naturaplan deviendra un pur label bio certifié par le Bourgeon, ce qui est à saluer. En revanche, le label Naturafarm, prévu pour la viande et les œufs, se limitera au «respect de l'animal». Compte tenu de la ressemblance entre ces deux labels, le risque existe que les produits Naturafarm représentent une concurrence pour les véritables produits biologiques. Pour Bioterra, une chose est sûre: seul le label Naturaplan respecte les directives de l'agriculture biologique, de sorte qu'il faut clairement préférer les produits Naturaplan aux produits Naturafarm. Par conséquent, l'assortiment complet Naturaplan doit être présent sur les rayons du plus grand nombre possible de magasins Coop.

Bioterra encourage Coop à continuer d'assumer pleinement sa responsabilité de leader sur le marché bio et à rester ferme sur les normes bio, de la matière première au produit transformé. Les produits biologiques doivent, demain comme aujourd'hui, représenter une plus-value pour l'être humain et l'environnement, même après leur transformation et leur transport. La promotion de la production régionale est donc tout à fait fondamentale pour Bioterra. Mais il importe aussi de vouer une attention toute particulière à la qualité et à l'intégrité des produits transformés.

### **L'avenir du bio en Suisse**

La poursuite du développement de l'agriculture biologique requiert une profession de foi des distributeurs en faveur du bio et un comportement offensif sur le marché pour encore mieux exploiter les potentiels qui sont toujours bel et bien là. Mais il faut aussi une politique agricole qui fixe les conditions cadres indispensables et qui sache valoriser à la fois les débouchés, la chaîne de valeur ajoutée régionale et les effets positifs sur la nature et le paysage.

Les décisions prises à ce jour par le Conseil des Etats au sujet de la Politique agricole 2011 ne donnent pas les impulsions nécessaires. Plutôt que de lier encore plus fortement les paiements directs aux prestations écologiques ou de suivre une stratégie qualitative claire, la Chambre des cantons continue de miser sur des instrument totalement dépassés, comme le supplément de prix sur le lait transformé en fromage; elle a, de plus, assoupli de manière irresponsable le principe de globalité pour les exploitation bio. La poursuite d'un développement positif dans le secteur bio exige que des correctifs urgents soient apportés par le Conseil national, afin que la Suisse puisse rester à la hauteur de son rôle de précurseur dans le domaine de l'agriculture bio.