

Bio Cohérence

Premiers pas d'une nouvelle marque

La marque collective privée Bio Cohérence, lancée début avril dernier à Paris par l'association du même nom, émanation d'Alternative Bio 2009, vise plusieurs objectifs : valoriser les démarches d'une agriculture bio encore plus exigeante que ce qu'impose la réglementation européenne et l'inciter à toujours améliorer ses pratiques et son éthique.

La charte de Bio Cohérence, ainsi que son cahier des charges sont désormais en ligne. Ce dernier ne comporte, sur ses 40 pages, que les points supplémentaires aux règlements européens 834/2007 et 889/2008. *“Attention, la certification bio officielle reste un prérequis à l'obtention de la marque Bio Cohérence qui ne vient pas s'y opposer, mais au contraire la compléter, martèle Juliette Leroux de la Fnab, cheville ouvrière de ce travail réglementaire pointu. Nous nous basons en partie sur le maintien des pratiques du CC-Repab F que les éleveurs appliquaient d'ailleurs sans difficultés et qui apportaient des garanties supplémentaires, comme l'interdiction de traitements allopathiques et antiparasitaires*



Dominique Techer, président, Thierry Baqué producteur, Cécile Guyou, déléguée générale de l'association, Vincent Touzeau, trésorier et président de Biocentre.

pour les volailles de chair, ou leur restriction stricte pour les autres espèces.” À ces règles, s'en ajoutent de nouvelles, comme l'obligation de fermes 100 % bio, *“ou tout du moins d'une volonté de convertir rapidement toute l'entité”,* précisent les protagonistes, ou l'interdiction d'utiliser des matières fertilisantes rapidement solubles comme la farine de sang, de viande ou de poisson. *“Nous privilégions le principe de nourrir le sol pour nourrir la plante, précise le président Dominique Techer. L'utilisation d'engrais et d'amendements solubles, même organiques, doit donc être fortement limitée.”*

Outre de favoriser la biodiversité, le maintien d'un lien au sol maximum fait partie des principales exi-

gences de ce cahier des charges : exemple, au moins 50 % des aliments des monogastriques doivent provenir de l'exploitation elle-même ou, si cela n'est pas possible en cas de surfaces insuffisantes ou de conditions pédoclimatiques défavorables, – et sous réserve de l'autorisation préalable du Comité de marque –, être produites en coopération avec d'autres exploitations bio de la région. Le pourcentage d'auto-production ne peut cependant être inférieur à 10 % des aliments, sachant que la surface minimale de parcours ne peut être comptabilisée dans ces 10 %. *“De nombreux éleveurs sont déjà dans ce cas, et n'ont pas fait évoluer leurs pratiques ; ce, dans un souci d'autonomie et d'indépendance, explique Juliette Leroux.*

Bio Cohérence salue ces efforts qui garantissent le maximum de transparence et traçabilité.” Par ailleurs, pour compléter, l'achat d'aliments à l'extérieur n'est pas proscrit, et l'origine non imposée.

Garder la main

“Nous ne voulons pas bloquer l'évolution de la bio, comme on peut parfois nous le reprocher, se défend Cécile Guyou, déléguée générale de Bio Cohérence. Au contraire, les producteurs veulent accompagner son développement sans perdre la main.” C'est pourquoi le cahier des charges impose la réalisation d'un auto-diagnostic la première année d'engagement. L'objectif est de faire le point sur les pratiques et les marges d'évolution possible, sur les plans environnemental, social et économique. *“C'est un outil participatif et évolutif”,* précise la déléguée générale, l'objectif étant de soutenir les nouveaux arrivants pour les aider à s'inscrire dans une démarche globale et solidaire. *“Beaucoup d'erreurs se répandent sur ses intentions et son contenu”,* continue-t-elle. L'exemple des OGM est marquant. *“En effet, en proposant une prévention encore plus stricte, basée sur la norme de détection comme limite à ne pas dépasser pour les matières premières et des mesures*



Une éthique, un engagement, une marque : les trois piliers de Bio Cohérence.

pour éviter au maximum les contaminations, nous voulons donner encore plus de moyens à la filière d'éviter ce risque, que le cahier des charges européen refuse également bien sûr, mais de façon moins bordée." En production végétale, les méthodes de sélection telles que la CMS (stérilité mâle cytoplasmique) et la fusion protoplasmique sont également interdites, comme le préconise Ifoam, alors

que le cahier des charges européen les tolère.

Limiter les surcoûts

Aujourd'hui, il reste encore à finaliser les négociations sur le surcoût des plans de contrôle que ces exigences supplémentaires peuvent engendrer. "Nous avons travaillé sur des grilles très précises qui facilitent au maximum le travail du contrôleur, et le supplément de prix devrait être très raisonnable, supportable par tous".

Tout est presque prêt pour recevoir les premiers engagements de producteurs, attendus pour début juillet. "Il faut vite parvenir à une masse critique, pour provoquer une vraie impulsion et faire connaître et accepter la marque par les transformateurs et les distributeurs qui ont besoin aussi de matières premières", conclut Cécile Guyou. Les premiers produits estampillés Bio Cohérence sont

attendus début 2011 sur les étals. D'ici là, la communication devrait faire son chemin, pour que Bio Cohérence puisse se frayer une place reconnue.

Christine Rivry-Fournier

www.alternativebio2009.fr

Leurs points de vue



Pascal Gury, président de l'Agence Bio et céréalier vendéen : "nous n'avons pas d'a priori sur les marques privées, mais ce n'est pas le rôle de l'Agence Bio que de prendre

partie pour ces marques. Attention pourtant à ne pas perturber la bio sur sa lancée, en semant le doute dans l'esprit du consommateur. Nous sommes en phase de fort développement, avec un objectif de 6 % de surface bio en 2012, et avec le but de convertir le maximum de terre et en s'appuyant sur un cahier des charges européen déjà très strict, élaboré dans la concertation, pour une bio de qualité. Certes, on peut toujours faire mieux, à condition de ne pas mettre des barrières inaccessibles..."



Patrick Colin, directeur du pôle filières et produits de Biocoop, coopérative de consommateurs et réseau de 320 magasins (16 % des ventes de produits bio français et 450 M€ de CA en 2009) : "le

label Bio Cohérence est un outil précieux pour la sélection des produits, notamment dans le cadre des approvisionnements locaux, ainsi que pour la valorisation et la communication. Il ne concurrence en rien les filières "Ensemble pour plus de sens", lancées en 2000 et fruit d'un partenariat entre 600 producteurs bio, transformateurs et magasins Biocoop qui fournissent 20 % des produits alimentaires ven-

due dans les magasins, sur des bases contractuelles et un prix d'achat négocié avec les producteurs, qui appliquent des règles de production également plus exigeantes que le cahier des charges européen. 300 produits portent déjà ce logo, dont nous faisons une priorité. Nous soutenons Bio Cohérence, outil complémentaire, qui va également dans le sens de contribuer au développement des filières locales de production."

André Grellier, président de Bio-monde, réseau de 155 magasins indépendants (90 M€ de CA en 2009) :

"Nous soutenons activement la mise en place de cette marque depuis le début, car c'est essentiel de défendre l'éthique de la bio pour aider les producteurs et les transformateurs soucieux de progrès. La marque Bio Cohérence sera un plus en matière de référencement, nous la mettrons en avant, en expliquant sa signification, car en tant que magasins spécialisés de taille humaine, nous tenons à privilégier le conseil, en maintenant l'humain au cœur du développement. Bio Cohérence est née de la volonté de la base, c'est-à-dire des producteurs souhaitant améliorer leurs pratiques, et nous tenons à les accompagner dans leur démarche."

Fatima Jamjama, secrétaire général de ProNatura, distributeur de fruits et légumes bio (84 M€ de CA en 2009) : "Quand on achète bio, ce n'est pas seulement pour une garantie de production sans intrants chimiques, mais parce qu'on recherche du sens. Le consommateur a besoin de repères et, si ce logo lui apporte l'assurance que ce produit est en phase avec ses convictions,

il sera rassuré sur son engagement. L'achat éthique est une vraie tendance de fond à vraiment prendre en compte, surtout en temps de crise, période où on a besoin de retrouver des valeurs solides. Pronatura approvisionne essentiellement les magasins spécialisés, qui défendent une bio engagée sur les plans environnementaux, mais aussi sociaux et éthiques. Il faut appuyer les démarches d'une bio la plus cohérente possible."

Vincent Touzeau, polyculteur-éleveur à Tigny dans le Loiret, président de Bio Centre et trésorier des Paniers du Val de Loire : "certes, le cahier des charges s'est assoupli sur certains points, mais pas forcément les pratiques, et il faut le faire savoir, afin de montrer que les marges de progrès sont encore possibles. Les transformateurs sont dans une phase d'observation, mais s'ils ont de la matière première issue de la démarche Bio Cohérence - et de nombreux producteurs sont déjà prêts à s'engager -, ce ne sera pas si difficile pour eux puisque nombre d'entre eux proposent des formules 100 % bio."

Christian Baqué, producteur de plantes aromatiques et médicinales dans l'Yonne, vice-président de Bio Bourgogne association : "pour les adhérents de la marque régionale Bio Bourgogne garante, entre autres, de l'origine du produit et de la démarche éthique, Bio Cohérence prolonge une démarche d'identification engagée chez nous il y a déjà 30 ans. Nous nous sommes investis, en tant que membre fondateur d'Alternative bio 2009, pour préserver le haut niveau d'exigence de notre démarche en nous appuyant sur une marque collective nationale forte et reconnue, et à laquelle adhèrera le maximum d'acteurs bio soucieux de garantir une éthique forte."