

Du consommateur au *consom'acteur*

Le secteur de la distribution de produits bio en France se porte bien. En cinq ans, le réseau de magasins Biocoop, leader français dans ce domaine, a vu son chiffre d'affaires multiplié par trois

Par Mireille Tabare Photo Bruno Veysset

Avertés par les dangers réels ou potentiels liés à l'alimentation, de plus en plus de consommateurs refusent d'acheter les yeux fermés et veulent pouvoir choisir en toute conscience les produits qu'ils vont consommer. Mais comment s'y retrouver au milieu de la profusion d'appellations – produit diététique, produit bio, produit naturel, fermier, AOC... – qui fleurissent dans les rayonnages des supermarchés ? Comment faire son choix et sur quels critères ? Il existe à Poitiers depuis 1991, à l'enseigne du Pois Tout Vert, un magasin d'un genre un peu particulier. D'abord parce qu'il propose à la vente des produits alimentaires biologiques et fait la promotion d'une agriculture différente, plus respectueuse de l'environnement et de la santé. Mais aussi parce qu'il se positionne à contre-courant des règles du jeu économique habituelles en favorisant, dans son fonctionnement, l'émergence de nouveaux rapports entre consommateurs et producteurs.

Cette démarche originale, spécifique aux magasins du réseau Biocoop, s'inscrit dans leur histoire. Dans les années 70, des consommateurs, conscients des dangers de l'agriculture intensive, font le choix de l'agriculture biologique. Pour s'approvisionner en produits bio, ils créent des groupements d'achat fonctionnant selon des principes coopératifs. Le réseau Biocoop est né en 1987 de la réunion de ces groupements d'achat autour d'une charte commune, reprenant les principes fondateurs : la vente de produits bio, la promotion de l'agriculture biologique, la garantie de qualité, de traçabilité et de transparence des produits, et une gestion indépendante, coopérative et solidaire.

«Le réseau Biocoop – 190 magasins – est le seul distributeur à respecter un cahier des charges officiel, sous le contrôle d'un organisme



CULTIVER AUTREMENT

L'agriculture biologique est actuellement régie par un cahier des charges très précis, établissant le respect d'un certain nombre de techniques et de pratiques, et comportant notamment l'interdiction d'utiliser des engrais et des pesticides chimiques, ou des OGM. La certification «produit de l'agriculture biologique (AB)» est rigoureusement contrôlée par des organismes indépendants agréés.

On compte en France, 8 140 exploitations en agrobiologie, soit 1% des surfaces cultivées. C'est encore peu : la France occupe le 5^e rang dans l'Union européenne en terme de surfaces bio, après l'Italie, l'Allemagne, l'Autriche et l'Espagne.

Un plan pluriannuel de développement a été mis en place en 1997, prévoyant la multiplication par dix en dix ans des surfaces cultivées en biologie.

De fait, en deux ans, ces surfaces ont été multipliées par deux. Une progression encore insuffisante pour faire face à la demande toujours croissante de produits bio (plus de 25% en 1997 et 1998).

certificateur agréé, et à offrir au consommateur une assurance de qualité, explique Jeanine Doutreleau, gérante du Pois Tout Vert depuis sa création. Grâce à la mise en place d'un "service produits" qui mène des recherches en amont, nous sommes en mesure de garantir l'origine des approvisionnements, les conditions de production, de transformation et de distribution. Ce qui implique, en cas de doute, de mettre en œuvre le principe de précaution.» Le réseau Biocoop s'est par exemple engagé, au titre de ce principe, à ne pas distribuer de produits susceptibles de contenir des OGM. Or on trouve des traces d'OGM, sous forme d'additifs à base de soja ou de maïs, dans un très grand nombre de produits de consommation courante. Les magasins Biocoop ont donc exclu de la vente tous les produits, même certifiés bio, contenant des additifs non bio. La charte Biocoop stipule également la transparence des prix à tous les stades. En termes de gestion, les magasins adhérents s'engagent à pratiquer les marges les plus justes, des prix corrects à la production et raisonnables pour les consommateurs.

«Nous donnons toujours la priorité à l'approvisionnement local. Il ressort alors de notre propre responsabilité de choisir les produits et d'en garantir la qualité.»

Avec une surface de vente de 120 m² en alimentaire et de 60 m² en produits divers, le Pois Tout Vert propose une large gamme de produits bio – fruits et légumes, produits frais, pain, épicerie – ainsi que des produits écologiques pour les soins du corps, l'habitat, le jardin, les loisirs. Depuis sa création, le magasin a connu une progression régulière. En 1999, il a ouvert un deuxième magasin à Châtellerault. Neuf salariés sont employés sur ces deux points de vente, dont le chiffre d'affaires annuel global atteint 6 MF. «Grâce à la possibilité d'approvisionnement auprès de trois centrales d'achat indépendantes, elles-mêmes adhérentes à la charte Biocoop, nous présentons actuellement à la vente près de 4 000 références, note Jeanine Doutreleau. En même temps, conformément à notre objectif principal – contribuer au développement de l'agriculture biologique –, nous donnons toujours la priorité à l'approvisionnement local. Il ressort alors de notre propre responsabilité de choisir les produits et d'en garantir la qualité.» Localement, dans l'agriculture bio, on trouve principalement des producteurs de céréales et de viandes, mais peu de ma-

raîchers. Farine, miel, vin, tels étaient, jusqu'à une époque récente, les seuls produits locaux disponibles en magasin. L'ouverture d'un deuxième magasin à Châtellerault a permis au distributeur de se rapprocher des consommateurs mais également des producteurs, notamment ceux du nord de la Vienne, dont certains producteurs de fruits et légumes, ce qui a entraîné une croissance sensible de la vente de ces produits en magasin, en particulier les pommes, les salades, les radis et les pommes de terre. «Nos volumes d'achat augmentant régulièrement, nous sommes désormais en mesure de nous engager à acheter aux agriculteurs bio une part conséquente de leur récolte, ce qui les incite à produire et à diversifier leur production. C'est ainsi que, pour répondre à notre demande, un producteur local de pommes de terres avec qui nous avons passé ce type de contrat va se lancer cette année dans la culture des courgettes et des melons.»

Un autre enjeu vital pour le développement de l'agriculture biologique, c'est la participation et le soutien des consommateurs eux-mêmes. Dans ce sens, l'équipe du Pois Tout Vert multiplie les actions en faveur d'un rapprochement entre consommateurs et producteurs. Par des campagnes d'information auprès des clients sur les modes actuels de production et d'alimentation, sur les avantages de l'agriculture bio. En suscitant des rencontres entre consommateurs et producteurs. Ainsi, pour fêter l'anniversaire du magasin de Châtellerault, le Pois Tout Vert a prévu d'organiser un marché réunissant les agriculteurs bio locaux fournisseurs du magasin. «Le consommateur a un rôle clé à jouer : en achetant au producteur bio ses produits, il lui permet de vivre de sa production. S'il prend conscience de cet enjeu, il viendra chez nous, non pas comme il irait au supermarché, mais parce qu'il a fait le choix, en toute connaissance de cause, d'acheter et de soutenir les produits bio, en consommateur averti et responsable, en consomm'acteur.» ■

LES EXIGENCES DE LA TRANSPARENCE

Depuis des années, les responsables de l'agriculture biologique tentent d'alerter les autorités sur les risques de fraude au niveau de la filière d'importation de produits bio, du fait de la forte croissance de la demande conjuguée à une offre française déficitaire en la matière. Les récentes enquêtes judiciaires ouvertes à l'encontre de certains grossistes en "céréales bio" confirment ces craintes. En avril dernier, la cour d'appel de Poitiers a confirmé les peines prononcées contre le dirigeant d'Agro-Atlantique, société implantée au Futuroscope, dans une affaire de viande bovine biologique d'origine douteuse. Une autre affaire, en cours, porte sur des céréales "conventionnelles" revendues sous le label bio. Pour empêcher ces fraudes, les défenseurs de l'agriculture bio proposent d'abord d'instituer un contrôle des négociants en produits bio – qui n'existe pas actuellement –, d'harmoniser et de renforcer l'action des organismes certificateurs, et surtout de favoriser l'essor de la production végétale bio destinée à l'alimentation animale. La crédibilité de la filière bio en France est à ce prix.